

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

TÜRKİYE’DE E-TİCARETİN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

NEZİHE SEVİ SARAÇ

İstanbul, 2020

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

TÜRKİYE’DE E-TİCARETİN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

NEZİHE SEVİ SARAÇ

Danışman: PROF. DR. ÖZHAN TİNGÖY

İstanbul, 2020

GENEL BİLGİLER

Ad ve Soyadı: Nezihe Sevi Saraç

Anabilim Dalı: Gazetecilik

Programı: Bilişim

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Özhan Tingöy

Tez Türü ve Tarihi: Yüksek Lisans, Temmuz 2020

Anahtar Kelimeler: Girişim, Girişimci, Girişimcilik, Kadın Girişimci, E-Ticaret

ÖZET

Ülkemizde kadınlar, çalışma hayatında erkeklere oranla geri planda tutulmuş ve kendilerine yüklenen eş, anne, ev hanımı vb. toplumsal roller sebebiyle çalışma hayatlarına ya ara vermek ya da işlerini sonlandırmak zorunda kalmıştır. Ancak bilgisayar teknolojilerinin sunduğu fırsatlar sayesinde kadınlar hem toplumsal rollerini yerine getirebilme hem de İnternet üzerinden kendi işinin patronu olabilme şansını yakalamıştır. Özellikle elektronik ticaret (e-ticaret) ile birlikte kadınlar geliştirdikleri yeni iş fikirlerini hayata geçirebilme ve ekonomik bağımsızlıklarını kazanarak daha özgür yaşayabilme şansına erişmiştir.

Çalışma kapsamında dünyada ve Türkiye’de girişimcilik, kadın girişimciliği ve e-ticaret hakkında literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, Türkiye’de yer alan 2017 ve sonrasında kurulmuş, fiziksel mağazası olmayan, ürünlerinin satışını e-ticaret yolu ile gerçekleştiren ve satışlarını desteklemek amacıyla Instagram sosyal medya hesabını kullanan 6 girişimci kadın ile görüşülmüş ve derinlemesine mülakat gerçekleştirilerek bulgular elde edilmiştir. Çalışma sonucunda, e-ticaretin kadın girişimciler üzerinde önemli avantajlar yarattığı, Türkiye’de e-ticaretin kadın girişimciliğini arttırdığı, kadınların kendilerine biçilen toplumsal rollerden sıyrılarak kendi işinin patronu olma fırsatını

yakaladığı ve bu sayede toplum gözünde sosyal statülerinin değiştiği gösterilmeye çalışılmıştır.



GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname: Nezihe Sevi Saraç

Field: Journalism

Programme: Informatics

Supervisor: Prof. Dr. Özhan Tingöy

Degree Awarded and Date: Graduate School, July 2020

Keyword: Attempt, Entrepreneur, Entrepreneurship, Woman Entrepreneur, E-Commerce

ABSTRACT

In our country, women are kept in the background in comparison to men in work life, and spouses, mothers, housewives etc. Due to social roles, he had to either interrupt his working life or end his work. However, thanks to the opportunities offered by computer technologies, women had the chance to both fulfill their social roles and become the boss of their own business over the Internet. Especially with electronic commerce (e-commerce), women had the chance to realize their new business ideas and to live more freely by gaining their economic independence.

In the study of entrepreneurship in the world and in Turkey, women's entrepreneurship and e-commerce about literature review was conducted. This survey was established after the area in 2017 and in Turkey, with no physical stores, to support their perform and selling products sales with e-commerce with the purpose of using the Instagram social media accounts have interviewed six female entrepreneurs and obtain in-depth interviews carried findings. In conclusion, e-commerce, women entrepreneurs on the creation significant advantages, e-commerce women to increase entrepreneurship in Turkey, where the women are assigned to them social roles without peeling the opportunity to be the boss

of your own business and try to show that the way society has changed their social status in the eyes.



ÖNSÖZ

Saygıdeğer tez danışmanım Prof. Dr. Özhan TİNGÖY' e tüm desteği ve yardımları için sonsuz teşekkür ederim. Tez jürimde yer alan saygıdeğer hocalarım Doç. Dr. Haldun NARMANLIOĞLU ve Dr. Öğr. Üyesi Feryade TOKAN ŞENOL' a yapıcı katkıları ve destekleri için teşekkürlerimi sunarım.

Araştırma bölümünde ki mülakat sorularını büyük bir içtenlik ile yanıtlayan Fesleğence firma kurucusu Ceyda DAĞCI, Essin Design firma kurucusu Esin ÖNEY NAYİR, Alaaddin Efendi firma kurucusu Melike GÜNAYDIN, Yuyu firma kurucu ve yöneticisi Pelin Rua BAŞSA, Homemade By Pınar firma kurucusu Pınar GÜNEY ve Jil Doğal Ürünler firma kurucusu Semra YEŞİL' e sağladıkları katkılar için teşekkür ederim.

Yüksek Lisans eğitimim süresince derslerine katılma şansı bulduğum tüm hocalarıma kıymetli öğretileri için teşekkür ederim.

Tez yazım aşamasında yanımda olan ve yardımlarını esirgemeyen canım dostlarıma teşekkür ederim.

Her zaman yanımda olan güzel aileme, özellikle hayatımın her anında, her koşulda arkamda dağ gibi durarak beni cesaretlendiren ve destekleyen, yüksek lisans eğitimi almam konusunda teşvik eden ve bana her zaman inanan güzeller güzeli annem Zehra İNANÇ SARAÇ' a en büyük şükranlarımı sunuyorum.

Nezihe Sevi SARAÇ

İstanbul, 2020

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT	III
ÖNSÖZ	V
KISALTMALAR	XI
TABLO LİSTESİ	XIII
ŞEKİL LİSTESİ	XIV
GİRİŞ	1
1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR	3
1.1. Girişimcilik	3
1.2. Girişimci	5
1.2.1. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler	6
1.2.1.1. Kendine Güven	6
1.2.1.2. Yaratıcılık	6
1.2.1.3. Tutku	7
1.2.1.4. Kararlılık	7
1.2.1.5. Esneklik	7
1.2.1.6. Liderlik	7
1.2.1.7. Kendini Adama	8
1.2.1.8. Hayalcilik	8
1.2.1.9. İyimserlik	8
1.2.1.10. Fırsat Yönelimi	8
1.2.1.11. Başarı İhtiyacı	9
1.2.1.12. Kontrol Odağı	9
1.2.1.13. Planlama Kabiliyeti	9
2. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	11
2.1. Dünya'da Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	11
2.1.1. Çobanlığa Dayanan Ev Ekonomisi (İlkel Topluluklar)	12
2.1.2. Tarıma Dayanan Köy Ekonomisi	12
2.1.3. Küçük El Sanatlarına Dayanan Kent Ekonomisi	13

2.1.4. 15. ve 19. Yüzyıllar Arasında Avrupa’da Ortaya Çıkan İktisadi Düşünceler Çerçevesinde Girişimciliğin Gelişimi	14
2.1.4.1. Merkantilizm	14
2.1.4.2. Fizyokrasi.....	15
2.1.4.3. Klasik İktisat Teorisi.....	15
2.1.5. 20. Yüzyılda Girişimcilik	16
2.1.6. 21. Yüzyılda Girişimcilik	18
2.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	19
2.2.1. Osmanlı Döneminde Girişimcilik	19
2.2.2. Cumhuriyet Döneminde Girişimcilik	22
2.2.3. 1923-1930 Yılları Arası Girişimcilik.....	24
2.2.4. 1930-1950 Yılları Arası Girişimcilik.....	29
2.2.5. 1950-1970 Yılları Arası Girişimcilik.....	31
2.2.6. 1970-1980 Yılları Arası Girişimcilik.....	32
2.2.7. 1980 ve Sonrası Girişimcilik.....	32
2.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	35
2.3.1. Demografik Faktörler	35
2.3.1.1. Yaş	35
2.3.1.2. Cinsiyet.....	36
2.3.1.3. Medeni Durum	36
2.3.1.4. Eğitim	37
2.3.1.5. Psikolojik Faktörler	37
2.3.2. Sosyal Faktörler	38
2.3.2.1. Aile.....	39
2.3.2.2. Kültür	39
2.3.2.3. Mali Çevre.....	40
2.3.2.4. İdari Faktörler.....	40
2.3.2.5. Din	40
2.4. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları	41
2.4.1. Girişimciliğin Avantajları	41
2.4.1.1. Bağımsızlık Arzusu	41
2.4.1.2. Başarma Hissi.....	41

2.4.1.3. Saygınlık İsteği	41
2.4.1.4. Kişisel Gelişim	42
2.4.1.5. Kontrol Mekanizması	42
2.4.2. Girişimciliğin Dezavantajları	42
2.4.2.1. Kişisel Özveriler	42
2.4.2.2. Sorumluluk Yükü	42
2.4.2.3. Zarara Fazla Hoşgörü Gösterememek	43
2.4.2.4. Sağlık Problemleri	43
2.5. Girişimcilikte Başarı ve Başarısızlık Sebepleri	43
2.5.1. Girişimcilikte Başarı Sebepleri	43
2.5.1.1. İş Olanaklarının Bulunması	44
2.5.1.2. Doğru Zamanın Tespiti	44
2.5.1.3. Yönetim Becerisi	44
2.5.1.4. Yeterli Öz Sermaye ve Kredi İmkanları	44
2.5.1.5. Riske Karşı Sigortalama	45
2.5.1.6. Küresel Düşünmek	45
2.5.2. Girişimcilikte Başarısızlık Sebepleri	45
2.5.2.1. Sermaye Yetersizliği	46
2.5.2.2. Kuruluş Yerinin Yanlış Seçilmesi	46
2.5.2.3. Rakipler	46
2.5.2.4. Yetersiz Planlama	46
2.5.2.5. Yetersiz Zaman	47
2.5.2.6. Eğitim Düzeyinin Yetersiz Olması	47
2.5.2.7. Yönetim Becerisine Sahip Olmamak	47
2.5.2.8. Doğru Ekip Oluşturulamaması	48
2.5.2.9. Girişimcinin İşini Sevmemesi	48
2.5.2.10. Kişisel Unsurlar	48
3. GİRİŞİMCİLİKTE KADIN FAKTÖRÜ	49
3.1. Kadın Girişimciliği ve Önemi	49
3.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri	50
3.3. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Tarihsel Gelişimi	52
3.4. Kadınların Girişimcilikte Avantaj ve Dezavantajları	56

3.4.1. Kadınların Girişimcilikte Avantajları.....	56
3.4.1.1. Maddi Destek.....	56
3.4.1.2. Duygusal Zeka.....	57
3.4.1.3. Sabır	58
3.4.1.4. Çoklu Görev.....	58
3.4.1.5. İlişki Yönetimi	58
3.4.1.6. Kararlılık	58
3.4.2. Kadınların Girişimcilikte Dezavantajları	59
3.4.2.1. Kadınlara Yüklenen Toplumsal Roller	59
3.4.2.2. Aile Etkisi.....	59
3.4.2.3. Yetersiz Eğitim	60
3.4.2.4. Bürokratik Engeller	60
3.4.2.5. Finans Bulma Güçlüğü	61
3.4.2.6. Cinsiyet Ayrımcılığı	61
3.5. Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler	62
3.5.1. Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler	63
3.5.1.1. İşsizlik Problemi	63
3.5.1.2. İş Yerindeki Memnuniyetsizlik ve Cam Tavan Sendromu	63
3.5.1.3. Ücretlendirmede Ayrımcılık	63
3.5.2. Kadınları Girişimci Olmaya Çeken Faktörler	64
3.5.2.1. Bağımsızlık.....	64
3.5.2.2. Kendini Gerçekleştirme Arzusu	64
3.5.2.3. Esnek Çalışma Saatleri.....	64
3.5.2.4. Aile Bütçesine Katkıda Bulunmak.....	65
3.5.2.5. Kendi İşinin Patronu Olmak.....	65
3.5.2.6. Güç Elde Etme İsteği	65
4. DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE E-TİCARET VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ.....	66
4.1. E-Ticaret Kavramı.....	66
4.2. Dünyada E-Ticaretin Tarihsel Gelişimi	67
4.3. Türkiye’de E-Ticaretin Tarihsel Gelişimi.....	69
4.4. Türkiye’de E-Ticaretin Kadın Girişimciliğindeki Rolü	73

5. TÜRKİYE’DE E-TİCARET İLE FAALİYET GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE ARAŞTIRMA	75
5.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı	75
5.2. Araştırmanın Yöntemi.....	75
5.3. Araştırmanın Örneklemi	76
5.4. Araştırmanın Sınırları	76
5.5. Araştırmanın Soruları	77
5.6. Araştırmanın Bulguları	77
6. SONUÇ	84
7. KAYNAKÇA	90
8. EKLER	105

KISALTMALAR

Ar-Ge	Araştırma ve Geliştirme
BKM	Bankalararası Kart Merkezi
BTYK	Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu
CEFACT	Birleşmiş Milletler Yönetim Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezi
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
EFT	Elektronik Fon Transferi
E-TİCARET	Elektronik Ticaret
ETKK	Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
İŞKAD	İş Kadınları Demeği
KADAV	Kadınlar Dayanışma Vakfı
KAGİDER	Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
KEİG	Kadın Emeği ve İstihdamı Girişimi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MÜSİAD	Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OECD	İktisadi İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı
SYDV	Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı

TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TKDK	Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
TOBB	Esnaf ve Sanatkârlar Odalarına ya da Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Ticaret Odaları
TOBB KGK	TOBB Kadın Girişimciler Kurulu
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TUENA	Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı
TÜBA	Türkiye Bilimler Akademisi Başkanlığı
TÜBİSAD	Bilişim Sanayicileri Derneği'nin
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
Vb.	Ve benzeri
WTO	Dünya Ticaret Örgütü

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: TÜİK 2014-2015 Türkiye’de Kadın İstihdam Oranı.....	55
Tablo 2: TÜİK 2014-2019 Türkiye’de Kadının İş gücüne Katılım Oranı	56
Tablo 3: Görüşülen Kişi ve Firmada ki Görevi	76



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Dünya’da E-Ticaret Hacmi Değişimi (Kantarcı, Özalp, Sezginsoy, Özaşkın, & Cavlak, 2017).....	69
Şekil 2: 2015-2019 Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (Muradoğlu, 2020)	72



GİRİŞ

İlk çağlardan günümüze değin insanoğlu yaşamını idame ettirebilmek amacıyla tüm koşullarda ihtiyaçlarını karşılama çabasında olmuştur. Bu sebeptendir ki, insanlık tarihinin tüm dönemlerinde insanlar bir şekilde girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuştur. İlk çağlarda insanların hayvanlarını evcilleştirerek sergilediği girişimcilik hareketi, özellikle İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve dünyanın hızlı bir değişim içerisine girmesi ile birlikte büyük bir yol katetmiştir. İnsanlar bu değişimin sebep olduğu ekonomik, kültürel ve sosyal hayat içerisinde varlığını koruyabilmiş ve özellikle İnternet ile birlikte kadınlar da bu değişimin içerisinde kendilerini gösterme şansı bulabilmiştir.

Türkiye’de 1980’li yıllarda kadın hareketi hız kazanmış, bilhassa 1980’lerden sonra küçük işletmelerin ortaya çıkışı ile beraber girişimcinin de ehemmiyeti artmaya başlamıştır. Çünkü girişimci kişiler kendi işletmelerini kurarak ekonomideki istihdam ve üretkenlik artışına katkı sağlamıştır. 1990 sonrası ve bilhassa 2000’lerde ekonomik, siyasal ve toplumsal nedenlerle girişimciliğin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması kadınların girişimci olarak gereksinimlerinin karşılanması yönündeki eğilimler ve bu eğilimleri destekleyici uygulamalar ehemmiyet kazanmıştır.

İnternet ile birlikte gelişme gösteren girişimcilik iş dünyasında da giderek yükselen ve değetlenen bir kavram haline gelmiştir. Bilgisayar teknolojilerinin gelişimi ile birlikte kadınlar kafalarındaki projeleri hayata geçirmek için atılımlar yapmaya başlamış ve birbirinden farklı projeleri hayata geçirebilmeleri oldukça kolay hale gelmiştir. Bu sayede yenilikçi, faydalı fikirlere sahip olan kadınlar hem kendi işine sahip olmuş, hem de ekonomiye önemli bir katkıda bulunmuştur.

Çalışma kapsamında, Türkiye’de kadınlara yüklenen ev hanımı, eş, annelik vb. toplumsal rollerin İnternet teknolojilerinin sunduğu avantajlar ile değiştiği anlatılmıştır. Özellikle e-ticaret ile kadınların çalışma hayatlarının değişime uğradığı, kendi şirketlerini kurarak evlerinden dahi kendi işinin patronu olarak statü değiştirdiği, ekonomik

bağımsızlıklarını kazanarak toplum gözünde farklı bir konuma geldiği ve e-ticaretin kadın girişimciler üzerinde olumlu etkilerinin olduğu anlatılmıştır. Bu amaçla, Türkiye’de e-ticaret yapan firma kurucusu kadın girişimciler ile girişimcilik ve e-ticaret üzerine hazırlanmış 11 soruluk derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir.



1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

1.1. Girişimcilik

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile beraber daha çok önem kazanmaya başlayan girişimcilik kavramı orta çağdan günümüze değin pek çok teorisyenin tanımlamaya çalıştığı bir kavram olarak hem işletme, hem de iktisat literatürünün en fazla ilgi çeken konularından biri olmuştur (Marangoz, 2018, s. 40).

Girişimcilik kavramı ilk kez 18. yüzyılda Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır (Ayar, 2019). Terim daha sonraki yıllarda çoğu düşünür, iktisatçı, ekonomist tarafından da ele alınmış ve tanımlanmıştır. Birçok kişi tarafından girişimcilik teriminin isim babası olarak adlandırılan Richard Cantillon o yıllarda girişimciliği iş adamının emeği, üretim sürecinde istihdam etme, sermaye sağlama işlevleri ile bilinmeyen geleceğin karşısındaki risk ve karar alma pozisyonu olarak tanımlamıştır (Erdun, 2011).

Bu kavram 12. yüzyılda Fransa'da ortaya çıksa da, mevcut feodal yapı girişimciliğe engel olmuştur. Sanayi devrimiyle icatların ortaya çıkışı girişimciliği yaratmış ve bu yüzyılda feodalitenin yıkılmasıyla finans sistemi gelişmiş, şartlar girişimcilik için daha elverişli duruma gelmiştir. Literatüre bakıldığında girişimcilik ile ilgili pek çok tanım görmek mümkündür. Girişimcilik, kar güderek üretim araçlarının mal ve hizmete dönüştürülmesidir. Bir diğer tanıma göre girişimcilik, yenilik üretmek amacıyla risk üstlenmektir. Aynı zamanda girişimcilik, fırsatları görüp değerlendirebilme sürecidir (Ayar, 2019).

Literatürde ki diğer tanımlara bakılacak olursa; girişimcilik ile ilgili tanımlar şu şekildedir: Gartner, girişimciliği yeni organizasyon oluşturmak olarak tanımlamıştır. Kuratko'ya göre girişimcilik; vizyon, değişim ve yenilikçiliğin hareketli bir sürecidir. MacMillan ise girişimciliği yeni yatırımlar oluşturulması olarak tanımlamıştır. Kirzner'e göre; girişimciliğin özü fırsatları fark edebilmektir ve bunu gölgede bırakmadan girişimciliğin risk içerdiği söylenebilmektedir. Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD) ise girişimcilik kavramını bilinenleri en iyi yapan ve hünelerine aklını da katan,

olağan ve olağandışı koşullarda iş gücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi olarak tanımlamıştır (Tüsiad, 2002).

Bu kavram en genel tanımlamayla, kar amacı ile riski üstüne alan ve iş kuran kişinin gerçekleştirdiği atılımdır (Girişimcilik Nedir? Girişimci Kime Denir?, 2019). Girişimcilik kavramı çok yönlü bir yapıya sahiptir ve bu sebep ile olay kişisel boyutta düşünülememektedir. Bu kavramda, kişisel özellikler ile birlikte ailesel, çevresel, ekonomik, kültürel vb. etkenleri de değerlendirmek gereklidir. Bu sebep ile girişimcilik kavramının karmaşık ve çok yönlü yapıları kapsadığı söylenebilir (Aytaç & İlhan, 2007).

Girişimcilik çevremizdeki fırsatları görme, bu fırsatları projelere dönüştürme ve bu projeleri hayata geçirebilme becerisidir. Teknolojinin gelişimi ile birlikte insanlar kafalarındaki projeleri hayata geçirmek için harekete geçmeye başlamıştır. Kurumsal şirketlerdeki çalışma şartlarının ağır olması ve daha fazla para kazanma düşüncesi insanları yeni girişimler yapmaya sevk etmektedir. Girişimcilik geçmişte var olmayan kaynakları organize ederek hammaddeyi, yeni ürünleri, hizmetleri, organizasyonu ve pazarları ortaya çıkarmak için fırsatların bulunması, değerlendirilmesi ve kullanılmasını içeren bir aktivitedir. Ve böylece mevcut üründe yenilik yapılabilir ya da buluşu bir tüketici grubuna sunmak gibi stratejik bir karar verilebilmektedir.

Girişimcilik araştırmaları en etkin şekilde Avusturyalı iktisatçı Joseph Schumpeter'in araştırmaları ile başlamıştır. Schumpeter, yeni ürün ve üretim yöntemlerini ortaya çıkarmayı sağlayan girişimciliği ekonomik gelişmenin temel noktası olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte Schumpeter girişimciliği, iş dünyasına ilişkin kararlar alma düzeyinde beliren bir zihniyet biçimi olarak görmüştür. Bu düşüncenin en belirgin özelliği ise yeniliklerin peşinden gitme ve yenilikleri getirebilmektir (Marangoz, 2018, s. 41). Schumpeter, 1934 yılında The Theory of Economic Development isimli çalışması ile girişimcilik kavramına en büyük katkıyı sağlamıştır. Schumpeter bu çalışması ile girişimciliği yenilik sunan kişi olarak şekillendirmiştir (Cici, 2013).

Girişimcilik risk almaktan çekinmeden fırsatları yakalayabilmektir ve bu durum sermaye ya da girişimcilerin büyüklüğünden çok daha ehemmiyetli bir durumdur. Bunun yanı sıra, eğer bir toplumdaki değerler girişimciliğin gelişmesi açısından elverişli ise, girişimciler daha iyi bir ortamda faaliyet gösterir ve daha başarılı sonuçlar alabilirler. Girişimciliğin gelişebilmesi için gerekli koşullar mevcutsa girişimciliğin sosyal kabulü artarak çok daha rahat kaynak bulunabilecektir. Bununla beraber, günümüzde girişimcilik ülke ekonomileri için oldukça ehemmiyetli olmakla birlikte, girişimciler iş hayatının ve kalkınmanın öncüsü olarak kabul edilmektedir (Aytaç & İlhan, 2007).

1.2. Girişimci

Girişimci kavramı ilk kez 17. yüzyılda Fransız askeri terimlerinde uzun askeri seyahatlere öncülük eden kişileri belirtmek amacıyla kullanılmıştır. İş dünyasında ise ilk kez 18. yüzyıl başlarında İrlanda uyruklu ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Kavram Latince’de “intare” kökünden, İngilizce’de ise enter (giriş) ve pre (ilk) kelime köklerinden gelmektedir. Enrepreneur yani ilk girişen, başlayan manasına gelmektedir (Marangoz, 2018, s. 40).

Girişimci bir kişi, toplumun ihtiyaç duyduğu ürünleri üretmek için harekete geçer ve bu ürün ve hizmetleri topluma sunarak maddi-manevi kazanç sağlamayı hedefler. Bu kapsamda girişimciler, kendi işlerini kurabilmek için ortaya koydukları yeni iş fikirlerini gerçekleştirebilmek adına gerekli her türlü araştırma ve koordinasyonu sağlar, gerekli tüm finansman kaynaklarını bir araya getirerek kendi işini kurar (Fortune Danışmanlık). Girişimciler risk alan kişilerdir, zira belirli bir ücretten alım yaparlar; fakat bu ürün için talep olup olmayacağı, olsa dahi umut edilen satış fiyatına ulaşıp ulaşılmayacağı belli değildir (Erdun, 2011).

“Bu bağlamda kısaca girişimci, ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren, kar amacı güden girişimlerinin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanan kişidir” (Marangoz, 2018, s. 42).

Öte yandan girişimci, ekonomik birer kişi olarak kaynakları şahsi çıkarlarına uygun şekilde düzenleyerek daha öncekinden farklı ve daha fazla değer yaratarak değişimi, yeniliği, yeni düzeni oluşturan ve bunu yaparken de risk alan kişidir.

1.2.1. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler

Risk alma duygusu yüksek olan girişimcilerde bulunması gereken bazı kişilik özellikleri mevcuttur. Bu özellikler; kendine güven, yaratıcılık, tutku, kararlılık, esneklik, liderlik, kendini adama, hayalcilik, iyimserlik, fırsat yönelimi, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve planlama kabiliyetidir.

1.2.1.1. Kendine Güven

Girişimcilerin kendilerine olan güveni rekabetin yüksek olduğu anlarda ortaya çıkabilecek bir risk veya zorluk karşısında kişilerin içinde bulundukları durumdan başarılı bir şekilde çıkmalarına fayda sağlayacak en önemli özelliklerinden biridir (Şentürk, 2018, s. 17). Kendine güveni noksan olan bir girişimci dolayısıyla sahip olduğu fikre güvenemez ve bu durum girişimcinin risk almasını engelleyerek başarıdan uzaklaşmasına sebebiyet verir (Üçhisarlı, 2018). Dolayısıyla kendine güven girişimci için bu denli ehemmiyetliken, kendine güveni yüksek bir girişimci meydana gelen tüm hataları görebilir, bu hatalardan kendisine ders çıkarabilir ve en önemlisi rakiplerinin düştüğü hatalara düşmekten kurtulabilir.

1.2.1.2. Yaratıcılık

Yaratıcılık, genel manasıyla yenilikle alakalı bir kavramdır. Girişimcinin iş hayatında yenilikler yapabilmesi ve başarılı olabilmesi için yaratıcılık özelliğinin gelişmiş olması gerekmektedir. Başarı duygusu fazla olan girişimciler yeni fikirleri tehlike olarak görmez ve çok kısa süre içinde farklı fikirler üreterek hayata geçirebilirler (Karataş, 2017). Bununla birlikte, girişimci tüm yenilikleri takip eden ve bu yeniliklerden kendisine çıkarım sağlayan kişidir. Yaratıcılık bu noktada devreye girmekte ve girişimci orijinal ve farklı fikirlerini yaratıcılık özellikleri ile birleştirerek yeni akımlar başlatmaktadır. Bu sayede girişimciler

ulaşmak istedikleri hedef kitlelerine ulaşarak istedikleri başarıyı sağlayabilmektedir (şentürk, 2018, s. 15).

1.2.1.3. Tutku

Girişimcinin yapmak istediği işe tutkusunun olması oldukęa önemli bir durumdur. Bu noktada girişimcinin sevdiği işi icra etmesi ve işine tutkuyla bağlı olması iş dünyasında kendi sınırlarını zorlayarak en üst noktaya çıkmasına olanak sağlamaktadır (Üçhisarlı, 2018). Başarıya ulaşmak ve bu uğurda belirledikleri hedefe erişebilmek için vaz geçmeden çalışan girişimciler, hedefledikleri yolda başarıya ulaşacaklarına tutku ile bağlıdırlar ve başarılarını bu tutkuya borçludurlar (şentürk, 2018, s. 16).

1.2.1.4. Kararlılık

Bir diğer özellikleri kararlılık olan girişimciler, yeni bir işe gireceklerinde ya da şirketlerinin ilerleyebilmesi adına bazı kararlar almak durumundadır. Ancak bu kararların bir kısmı bazen yanlış verilmiş ve hataya yol açmış olabilir. Bu durumda önemli olan girişimcinin yılmadan yoluna devam etmesi ve hatalardan kendisine ders çıkarmasıdır (Bend, 2015). Başarılı bir girişimci tüm riskleri göze almalı ve tekrar denemekten asla vaz geçmemelidir.

1.2.1.5. Esneklik

Bazı durumlarda işler girişimcilerin hayal ettikleri gibi ilerlemeyebilir ve ani değişimler yaşanabilmektedir. Bu durumda girişimciler yılmadan değişen duruma uyum sağlamak ve en hızlı şekilde cevap verebilmek adına gereken esneklik kabiliyetine bürünmeli ve bilgilerini en doğru şekilde kullanmalıdır (Girgin, 2020).

1.2.1.6. Liderlik

Girişimcilerin doğuştan var olan liderlik özellikleri onların girişimcilikte parlamalarına sebep olan en belirgin ve en ayırt edici özellikleridir. Doğru vizyon ve misyon ile içlerinde ki hırsı harmanlayarak doğru ve başarılı şekilde liderlik yapan kişiler

girişimcilikte tüm rakipleri karşısında daha başarılı ve sürdürülebilir işler gerçekleştirebilmektedir (şentürk, 2018, s. 16).

1.2.1.7. Kendini Adama

Girişimcilikte başarılı olabilmek için kişinin çok fazla çalışması, farklı ve yaratıcı yeni fikirler üretmesi ve bunları doğru bir planlama ile gerçekleştirmesi gerekmektedir. Tam da bu noktada, girişimcinin kendini yaptığı işe adanması sektörde başarılı olabilmesi için önemli bir etkidir (şentürk, 2018, s. 15).

1.2.1.8. Hayalcilik

Çocukluk yıllarında başlayan ve ömürleri boyunca devam eden hayalleri somutlaştırmak girişimciliğin en önemli unsurlarından biridir. Çünkü bir girişimcinin başarılı olabilmesi hayal kurmasına ve bu hayallerini gerçekleştirebilmek için çok çalışmasına bağlıdır (Marangoz, 2018, s. 49).

1.2.1.9. İyimserlik

Girişimci kişiyi başarılı kılan bir diğer özellik ise iyimserlik düşüncesine sahip olmasıdır. Sahip olunan iyimserlik düşüncesi girişimcinin inançlarının yenilenmesine veya farklılık göstermesine vesile olabilir. Aksi durumda girişimcinin sahip olduğu inançlar iyimserliğini ve fırsat fikirlerini negatif şekilde etkileyebilir. Yaşanabilecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılması adına iyimserlik açısından işlevsel olmayan inançlar bırakılmalı ve daha işlevsel inançlar benimsenmelidir. Her ne olursa olsun bir girişimcinin en kötü durumda bile olaylara iyimser yaklaşabilmesi, başarıya ulaşabilmesinin anahtarıdır (Marangoz, 2018, s. 51).

1.2.1.10. Fırsat Yönelimi

Girişimci, bir başkasının kaçırdığı fırsatı yakalayabilen kişidir. Girişimciler bu fırsatlara bilgi edinme ve edindikleri bilgileri analiz etme yolu ile ulaşırlar. Elde ettikleri bilgiler sayesinde girişimciler düşük ve yüksek riskleri, fırsatları ve sınırlarını anlayabilir ve

tanımlayabilirler. Sahip oldukları fırsat yönelimleri sayesinde, kreatif ve yenilikçi olabilir, kaynaklara erişebilir ve işi şansa bırakmayarak daha fazla fırsat üzerine odaklanabilmektedirler (Marangoz, 2018, s. 52).

1.2.1.11. Başarı İhtiyacı

Girişimci kişiler mükemmele ulaşabilmek, belirledikleri normları aşabilmek için sürekli olarak araştırmaya ve yaptığı işi daha iyi yapabilmek için çalışmaya devam etmektedirler. Başarı ihtiyacı oldukça fazla olan girişimciler, bu yolda kendilerine zor hedefler belirlemeyi, kendi gayretleri ile sonuç almayı ve bunları gerçekleştirirken para ve ünvana fazla önem vermemeyi tercih ederler (Marangoz, 2018, s. 52).

1.2.1.12. Kontrol Odağı

Kontrol odağı, kişilerin yaşamlarındaki olayları ve doğacak sonuçlarını kendilerinin kontrol edip edemeyeceklerine olan inançlarını göstermektedir. Dışsal kontrol odağına sahip kişiler, başarı ya da başarısızlığı kontrol edemediklerini, bu sebep ile sonuçların kontrolleri dışında şans ya da kader gibi sebeplerden kaynaklandığını düşünen kişilerdir. Buna bağlı olarak, öfke ve kızgınlık ile tepki vermektedirler. İçsel kontrol odağı kişiler ise, yaşamlarında ki olayları ve sonuçlarını kendi becerilerinin ve eksikliklerinin belirlediklerini düşünmektedirler (Bozkurt, 2006, s. 100). Bu sebep ile içsel kontrol odaklılık, girişimcilerin kendi yaşamlarındaki olayları ve doğacak sonuçları kontrol etme kabiliyetine sahip olmalarını gerektirmektedir. İçsel odaklı kişiler daha yenilikçi ve faaldir ve bu özellikleri onları daha fazla risk almaya ve yeniliklere liderlik etmeye itmektir (Marangoz, 2018, s. 53).

1.2.1.13. Planlama Kabiliyeti

Planlama kabiliyeti bir girişimcinin sahip olması gereken en önemli özelliklerdendir. Girişimci bu kabiliyeti sayesinde ileride gerçekleştirilecek tüm belirsizlikleri hem ortadan kaldırabilir hem de firmanın gereksinimlerini uzun vadede ortaya koyabilir. Öte yandan uzun vadeli ve doğru bir planlama ile girişimci gelecekte karşılaşılabileceği her türlü sorun ya da

fırsatı öngörme ve harekete geçme şansına sahip olacaktır (Çeltek, 2018). Tüm bu sebepler göstermektedir ki bir girişimcinin uzun vadeli ve doğru bir plan çerçevesinde ilerlemesi ve planlama yeteneğine sahip olması girişimcilikte son derece önem teşkil etmektedir.

Yukarıda girişimcilerin kişilik özellikleri ele alınmıştır. Bununla birlikte girişimcilerin sahip oldukları bazı ortak davranışsal özelliklerde bulunmaktadır. Bu özellikler (Marangoz, 2018, s. 57):

- Değişen fırsatları gözetirler.
- Değişim merkezli hedefler seçerler.
- İleri de yaşayacakları problemleri göz önünde tutarak tedbirler alırlar.
- Ya değişik işler yaparlar ya da yaptıkları işleri değişik şekilde yaparlar.
- Bitirmek amacı ile bir işe başlarlar.
- Belirledikleri hedefe ulaşana dek çabalamaya devam ederler.
- Zihinlerinde değişimi önce tasarlar, sonra başlatır ve en sonunda başarı ile sonuca ulaştırırlar.

Bahsedilen tüm bu ortak özellikler girişimcilerin çevrelerini iyi analiz etmelerine, daima en iyiye ulaşma arzusu beslemelerine, idealist ve hırslı olmalarına olanak sağlamıştır. Enerjileri, sonuç odaklı çalışmaları, bilgi ve tecrübeleri ile çevrede ki diğer kişilere oranla daha kısa sürede daha büyük başarılarla imza atmışlardır.

2. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Girişimcilik kavramı, insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Geçmişten günümüze insanoğlu tüm ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile pek çok girişimde bulunmuştur (Özdevecioğlu & Karaca, 2015, s. 27). Yaşamak ve ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile avcılık, çiftçilik, hayvancılık yapmış ve ihtiyacı olandan daha fazla üretmeye başladığında ise ticaret yapmaya başlamıştır. Bu tarz gerçekleştirilen her türlü faaliyet girişimcilik olarak adlandırılabilir (Ülgen Aydınlik, 2017, s. 3). Neolitik dönem ile şekil almaya başlayan kavram, maden devrinin başlangıcı ile kurulan iş yerleri sayesinde sistemli bir şekle ulaşmıştır. Yazının icadı ile girişimcilik farklı şehirlere ve hatta kıtalara yayılmaya başlamıştır (Özdevecioğlu & Karaca, 2015, s. 27).

2.1. Dünya'da Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlu, ilkçağlardan itibaren yaşamını idame ettirebilmek adına tüm olumsuz şartlara karşın ihtiyaçlarını giderme isteğinde olmuştur. Girişimcilik arzusu ve risk alması ile insanoğlunun kaba taş, yontma taş, cilalı taş ve demirin icadına değin olan tarihi dönemleri ortaya çıkardığı birer yenilik olarak saymak muhtemeldir (Marangoz, 2018, s. 3). İlk çağlarda insanoğlu kısıtlı imkanlara sahip olduğu için doğanın verdikleri ile yaşamlarını sürdürmek zorunda kalmıştır. Bu dönemdeki ilk girişimcilik faaliyetlerini ise hayvanları evcilleştirerek gerçekleştirmişlerdir. Hayvancılık ile birlikte tarım da yapan ilkel toplumlar, o dönemin şartları ile geliştirdikleri araç gereçler ile dokumacılık ve ayakkabıcılık benzeri el sanatlarını geliştiren işlerde de bulunmuşlardır (Ülgen Aydınlik, 2017, s. 3). Bu bilgilerden de yola çıkarak dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimini aşağıdaki şekilde sıralamak doğru olacaktır (Marangoz, 2018):

- Çobanlığa dayanan ev ekonomisi (İlkel Toplumlar),
- Tarıma dayanan köy ekonomisi,
- Küçük el sanatına dayanan kent ekonomisi,

- 15. ve 19. yüzyıllar arasında Avrupa’da ortaya çıkan iktisadi düşünceler çerçevesinde girişimciliğin gelişimi,
- 20. yüzyılda girişimcilik

2.1.1. Çobanlığa Dayanan Ev Ekonomisi (İlkel Topluluklar)

Bu dönemde ilkel toplumlar doğanın kendilerine sunduğu kaynaklar ile geçimlerini sağlamaktaydı (Marangoz, 2018, s. 4). Besin ihtiyaçlarını kendi kendilerine büyüyüp yetişen hayvanlar ile karşılamalarına rağmen, ilerleyebilmek adına onları evcilleştirerek hayvancılık yapmaya başlamışlardır (Bilgen, 2018, s. 29). M.Ö. 15.000 sıralarında ilk hayvan ve M.Ö. 10.000’ de ise ilk bitki evcilleştirmesi gerçekleştirilmiştir. Bu durum, avlanmak ve toplamak için göçebe kabileler halinde yeni yerler aramak yerine, tek bir yere yerleşerek, daha büyük ve sabit topluluklar oluşturmaya başlamıştır (Allis, 2018). Öte yandan bu dönemde çanak-çömlek, ekmek yapımı ve dokuma tarzında küçük el sanatlarının da üretimi gerçekleştirilmiştir (Bilgen, 2018, s. 29).

Çobanlığa dayanan dönem sonrasında geçilen tarım çağı ile beraber ilkel toplumlar yerleşik hayata geçmeye başlamıştır. Bununla beraber, tarımsal icraatlar insanoğlunun ilk kez ihtiyacından daha fazla üretmesine sebep olmuştur. Ticari manada ilk girişimcilik fikri ise, tüm bu ihtiyaç fazlası ürünlerin pazarlarda değiş-tokuş yoluyla veya kıymetli maden, para ve benzeri değerli mallar karşılığında el değiştirmesi ile ortaya çıkmıştır (Marangoz, 2018, s. 5).

2.1.2. Tarıma Dayanan Köy Ekonomisi

Girişimcilikteki ilk köklü değişim, takribi 12.000 yıl önce meydana gelen Tarım Devrimi sırasında gerçekleşmiştir. Tarıma dayanan köy ekonomisi ile insanlar hayvanları ve bitkileri evcilleştirmeye başlamış ve böylece yaşamları boyunca dolaşmak zorunda kalmadan tek bir yerde yaşayarak toprakla ve tarımla ilgilenebilmeleri mümkün olmuştur. Bu durum ise köy ve kasabaların verimli ve elverişli topraklara yakın yerlerde gelişmeye başlamasına sebep olmuştur (History of Entrepreneurship). Geçimlerini avcılık ve toplayıcılık ile

karşılayan bu toplumlar, yerleşik tarıma geçiş ile beraber sosyal ve ekonomik anlamda büyük ölçüde gelişme sağlamıştır (Bilgen, 2018, s. 29). Tarıma dayanan köy ekonomisinde topraklar derebeyler tarafından kendileri için çalışan köylü halkına vergi karşılığında verilmiş ve yetişen tüm ürün derebeylerin olmuştur. Buna karşılık ise derebeyler topraklarında çalışan köylü halkının güvenliğini sağlamış, halkta kendilerinden istenilen tüm görevleri yapmakla yükümlü tutulmuştur. Takas ekonomisinin hakim olduğu bu dönemde bireysel girişimcilikten söz etmek olası değildir (Marangoz, 2018, s. 5).

2.1.3. Küçük El Sanatlarına Dayanan Kent Ekonomisi

Küçük el sanatlarına dayanan kent ekonomisi ile beraber kentlerde ki insanlar endüstri ve ticaret ile ilgilenmeye başlamış ve tarım faaliyetlerinden uzak durmuştur (Tekin, Girişimcilik ve Sosyal Sermaye, 2019, s. 27). Bununla beraber insanlar gereksinim duydukları yiyecek ihtiyaçlarını çevre köylerden satın alma yoluna gitmiş ve karşılığında ürettikleri ürünleri bu köylere satmıştır (Marangoz, 2018, s. 5). Bu durum, günümüz girişimciliğinin de ilk adımlarının kent ekonomisinde atıldığını göstermiştir (Tekin, Girişimcilik ve Sosyal Sermaye, 2019, s. 27). Basit bir iş bölümünün olduğu bu dönemde, küçük ev endüstrisi ve el sanatı halinde başlayan üretim ilerleyen zamanlarda gelişerek ücret karşılığında çalıştırılan işçilerin çalıştırıldığı atölyeler haline dönüşmüştür (Bilgen, 2018, s. 29).

Birbirinden ayrı meslek gruplarının az olduğu 11. yüzyılda tekstil, kasaplar, tahta işleyiciler, fırıncılar gibi tüm meslek grupları benzeri amaç ve benzeri niteliğe sahip bir etkinlik alanını belirtiyordu. Fakat gelecek yüzyıllarda tüm meslekler kendi içlerinde ayrılmıştır. Yapılan kronolojik sıralamalarda girişimcilikteki niteliksel değişimden söz edilirken, ulusal ve uluslararası pazarlar 12. ve 13. yüzyıllarda kurulan büyük fuarlar ile gelişmeye başlamış, 13. ve 14. yüzyıllarda kurulan özel bankalar ile büyük sermayedarlar var olmaya başlamıştır (Marangoz, 2018, s. 5-6). 16. ve 17. yüzyıllarda gerçekleştirilen yeniliklerin pek çoğu var olan teknolojilerdeki küçük çaplı onarımlardan ibaretken, makinenin icadı ile büyük bir gelişme yaşanmıştır (Bilgen, 2018, s. 31).

2.1.4. 15. ve 19. Yüzyıllar Arasında Avrupa’da Ortaya Çıkan İktisadi Düşünceler Çerçevesinde Girişimciliğin Gelişimi

Pazar ekonomisinin ilerlemesi, Avrupa’da girişimcilerin tüketici isteklerine hızla karşılık vermesine sebep olmuştur. Avrupa ülkelerinin ekonomik yöntemleri Modern Çağ’ın başlarında iki hedefe odaklıdır. Bunlardan ilki, devleti ekonomik gücü kullanarak sağlamlaştırmak, diğeri ise ekonomik gelişmeyi ve ülkenin ilerlemesini devletin gücünü kullanarak sağlamaktır (Marangoz, 2018, s. 6). Fakat gelir temin etme çabası devletin çok kez üretim çalışmalarında kendisine zarar veren politikalar uygulamasına sebep olmuştur (Bilgen, 2018, s. 34). Bu dönemde de önemi artan merkantilizm, fizyokrazi ve klasik iktisat teorisi uygulamalarını incelemek doğru olacaktır.

2.1.4.1. Merkantilizm

Batı Avrupa ülkelerinde 16. ve 18. yüzyıl aralığındaki dönemde ortaya çıkan iktisadi fikir ve uygulamaların tümü merkantilizm olarak isim bulmuştur. Merkantilizmin esas amacı, merkezi idarenin gücünü arttırmak, endüstri ve ticareti büyütmek ve savaş sırasında ihtiyaç duyulan silahları karşılamak için devletin gelirini arttırmaktır (Bilgen, 2018, s. 34). Merkantilist düşüncenin temelinde ekonomi ve devletin beraber büyüme ve güçlenmesi için ekonomik politikanın araç olarak görülmesi mevcuttur (Marangoz, 2018, s. 6).

Bu dönemde, altın ve gümüş gibi değerli madenlere sahip olmanın en büyük zenginlik kaynağı olduğu fikri büyük önem taşımaktadır. Sebep olarak ise, kullanılan madeni paranın insanlar tarafından değişim aracı olarak kabul görmüş altın ve gümüş gibi değerli madenlerden yapılmış ve gerçek bedelleri ile işlem görmüş olmasıdır (Merkantilizm Nedir?). Bu yaklaşım ile birlikte ülkelere altın getirmek isteyenler özel ve kamu teşebbüslerini ihraç etmenin yolunu aramıştır. Ülkeye giren altın ve gümüş gibi değerli madenlerin oranlarını arttırmak ve ülkeden çıkan değerli maden oranlarının azaltılmasının hedef alındığı bu ekonomik sistemde, dış ticaret fazlası vermek ve ihracat gelirleri ile ithalat giderleri arasındaki dengenin olumlu tutulması hedeflenmiştir. Bu hedef doğrultusunda, ithalat kısıtlama sistemi benimsenmiş ve üretimi yurtiçinde olanaklı olan ürünlerin dışarıdan

alınmasının yasaklanması ve ülkeden kıymetli madenlerin çıkışı engellenmek istemiştir (Merkantilizm Nedir?). Bununla beraber, önemli sanayi kuruluşları ortaya çıkmıştır (Marangoz, 2018, s. 6).

Girişimciler Avrupa’da ticaret kazançları ile güçlenmiş ve güçlendikçe siyasi manada haklar elde etmiştir. Elde edilen bu haklar sayesinde kendilerine daha uygun bir Avrupa kurmuşlar ve bu durum; sınırların tekrar çizilmesine, siyasi düzende değişiklik olmasına ve çok kazanarak belli sınırlar içerisinde ki varlıkları arttırmak Avrupa’nın esasını oluşturmuştur. Akdeniz’den okyanus şehirlerine ticaretin merkezinin geçtiği bu dönem, ilk ticari kapitalizm olarak sayılmıştır (Bilgen, 2018, s. 34).

2.1.4.2. Fizyokrasi

Fizyokrasi Fransa’da 18. yüzyılın ortalarında tarımı ön planda tutmayan merkantilist düşünceye tepki olarak François Quesnay tarafından ortaya atılmıştır. Fizyokrasi görüşü, doğanın egemenliği ve toplumların doğal yasalar ile idare edilmesi anlamını taşımaktadır (Fizyokrasi, 2014). Ekonomik sistemin esası fizyokratlara göre kişisel çıkar ilkesidir. Bu düşünce kapsamında insanlar tüm davranışlarının fayda ve zararlarını hesap eder ve başka insanlarla iş birliği halinde olunması gerektiğini benimser (Bilgen, 2018, s. 35). En önemli sloganları, “Laissez faire, Laissez Passer” yani “bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler” şeklindedir (Marangoz, 2018, s. 7). Bu slogan ile devletin hiçbir müdahalesi ve engeli olmadan insanların isteklerini yapmaları savunulmuştur.

2.1.4.3. Klasik İktisat Teorisi

Klasik iktisat teorisi, batı kapitalizminin ve sanayi devriminin ortaya çıkışından sonra 18. yüzyılın sonlarında geliştirilmiştir. Teorinin öncüsü olarak Adam Smith gösterilmekle beraber, David Ricardo, Thomas Malthus, Anne Robert Jacques Turgot, John Stuart Mill, Jean-Baptiste Say ve Eugen Böhm von Bawerk teoriye önemli katkılarda bulunmuşlardır (Young, 2019). Diğer teorilerden farklı olarak klasik iktisat teorisi bireysel girişimciliği ön planda tutmuş, insanların etkinlik alanlarını kısıtladığı düşünülen devlete ise daha sınırlı

sorumluluk yüklemiştir (Bilgen, 2018, s. 35). Bu teoriye göre, devletin görevi yalnızca adalet, diplomasi, güvenlik ve savunma olmalıdır. Klasik ekonominin ana hatlarını, kendi kendini düzenleyen demokrasiler ve kapitalist piyasalar oluşturmaktadır (Young, 2019). İnsanlar istedikleri işi yapmak, istedikleri zaman o işten ayrılmak ve birikimlerini istedikleri işe yatırma konusunda son derece bağımsızlardır. Teşebbüs serbestisi olarak adlandırılan bu kavram kapsamında girişimciler istedikleri iş kolunun içinde yer alabilir ve istedikleri üretim yöntemini seçerek yenilikler yapma hakkına sahip olabilmektedir. Klasik iktisat teorisi ile birlikte özel girişim gelişme fırsatı bulmuş ve ehemmiyet kazanmıştır. Sanayileşme ile birlikte girişimci insan kavramı çok farklı bir boyuta geçmiştir. Girişimcilikte ki bu değişim, girişimcinin ekonomik değerini ve kuşkusuz toplumdaki ehemmiyetini arttırmıştır. Bu değişimin sonucu olarak, girişimcilik bir üretim unsuru olarak genel ekonomide de kabul görmüştür. 19. yüzyılın ilk yarısı limited şirketlere müracaat edilme, ikinci yarısı ise yönetimin ve şirket sahipliğinin birbirinden ayrılması durumu girişimciliğin ehemmiyetini arttırmış ve bu durum girişimci konumunun tekrar yorumlanarak ticarete daha önemli bir konuma gelmesini sağlamıştır (Marangoz, 2018, s. 7-8).

2.1.5. 20. Yüzyılda Girişimcilik

20. yüzyılda The Theory of Economic Development eserinde Joseph Schumpeter “dinamik girişimcilik” görüşü ile girişimciliği mevcut olanı geliştiren ve yenilikçi birey olarak ifade etmiştir (Bilgen, 2018, s. 36). Schumpeter’den sonra Krizner ise girişimciyi fırsatlar söz konusu olduğunda, hisleri güçlü ve diğer kişilerin göremediği fırsatları görebilen kişi olarak tanımlamıştır (Cici, 2013).

İlk kez girişimci ile fırsat kavramlarını birleştiren isimler ise Bygrave ve Hefers olmuştur (Bilgen, 2018, s. 36). Konuya tarihsel süreç içerisinde bakılacak olursa, 1930’lu yıllarda meydana gelen büyük ekonomik bunalım ve II. Dünya Savaşı uygulamaları ile girişimci ve girişimcilik kavramları büyük oranda etkilenmiştir (Marangoz, 2018, s. 8). Ekonomik bunalım ile pek çok dünya ülkesi olumsuz etkiler ile karşı karşıya gelmiştir. Özellikle Kuzey Amerika ve Avrupa kıtası gibi daha fazla sanayileşmiş ülkeleri etkisi altına

alan kriz, işsizlerin ve evlerini kaybedenlerin sayısını çığ gibi arttırmıştır. 1929 Bunalımı üretim, talep ve konut sektöründe azalma ve durgunluğa, dış ticarete açıkların meydana gelmesine, tarım mahsullerinde ise fiyat düşüşlerine sebebiyet vermiştir (Açıkgöz & Özkan, 2009). Bunalım ile dünyada 50 milyon kişi işsiz kalmış, toplam üretimin %42' sinde ve dünya ticaretinde %65 azalma yaşanmıştır. Bu oran, Büyük Bunalıma kadar dünyada yaşanan tüm ekonomik krizlerin dünya ticaretini yalnızca %7 oranında düşürdüğü varsayılırsa, 1929 Ekonomik Bunalımının ne denli tesirli olduğunu gözler önüne sermektedir. Bu yüzyılda, insanlar için sosyal güvenceyi öncelikli tutan devletçi politikalar ön planda tutularak uygulanmış ve şirketlerin büyümesi yavaşlamıştır. Girişimcilik, savaş yılları ve sonrası kamu ekonomisinin faal kullanımı ile etkilenmiştir. Kamunun ekonomide artış gösteren paya sahip olması ve artış gösteren devlet giderleri ile devlet ve şirket yapılarında merkeziyetçiliğe gidilmiştir (Marangoz, 2018, s. 8-9).

Yenilik ve inovasyon bu yüzyıla damgasını vuran başlıca unsurdur. Girişimcilik, serbest ekonominin baskın olduğu bir sistemde oldukça önemli olmakla beraber, yeni bir mal ve/veya hizmetin icadı olarak ifade edilen yenilik fikrinin pazarda yeni bir talep yaratılmasında ve bu doğrultuda refahın artırılmasında önemli bir güç olarak uygulanmıştır (Ülgen Aydınlik, 2017, s. 6). Refah devleti uygulaması 1960'lı yıllara değin tesirini sürdürmüştü; fakat 1970'li yıllarda birinci ve ikinci petrol krizleri ardından yaşanan bunalımlar, merkezi olmayan şirket yönetimlerini gündeme taşımış ve sorunların Keynesçi yöntemler ile hallolmayacağı anlaşılmıştır. Böylece, üretimde gittikçe artış gösteren zorluklar beraberinde var olan sistemin fonksiyonunu kaybetmesine sebep olmuştur. 1980'li yıllarda girişimcilik Amerika'da derslere dahil edilirken, 1990'lı yıllarda farklı ülkelerde bulunan pek çok işletme okulunda girişimcilik merkezlerinin açılışı gerçekleştirilmiştir (Marangoz, 2018, s. 9). Girişimcilik ile alakalı tanımlar 1900'lü yılların ortalarına değin iktisatçılar tarafından yapılmıştır. Ancak 2000'li yıllarda, Keynes ve Schumpeter'in öğrencisi Peter Drucker girişimciyi aşağıdaki şekilde tanımlamıştır (Ülgen Aydınlik, 2017, s. 6):

‘Fırsatları en üst düzeyde kullanan kişi veya elindeki kaynakları verimsiz alanlardan, yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başarabilen kişidir.’

Girişimcilik günümüzde, bilgi ve iletişim teknolojileri gibi pek çok yeni dalda ilerleme kaydetmiştir. Yazılım mühendisliği, moleküler biyoloji, gen mühendisliği, nano teknoloji, doku mühendisliği vb. geçmişte ismini dahi duymadığımız yeni iş ve meslek dalları oluşmaktadır. Bilhassa tekno-girişimcilik ciddi manada ehemmiyet kazanmaktadır. Girişimciliğe verilen ehemmiyet; değişen ekonomik yapı, işsizlik sorununun artış göstermesi, ekonomi ve işletme dallarındaki teorik ilerlemeler ve girişimciliğin genel kabulü ile artış göstermiştir (Marangoz, 2018, s. 10). Toplumsal refahı yükseltmek ve tüm dünyada yaşanan değişime uyum sağlayabilmek girişimcilik kavramına gerekli ehemmiyetin verilmesiyle muhtemeldir.

2.1.6. 21. Yüzyılda Girişimcilik

İnsanlık tarihi günümüze değin sosyal ve ekonomik açıdan pek çok evreden geçmiştir. Bu evreler; çobanlığa dayalı olan ilkel toplum, yerleşik hayat ile beraber başlayan tarım toplumu, ekonominin temelini sanayi ürünlerinin oluşturmaya başladığı sanayi toplumu ve bir kaynak olarak bilginin ön safa geçmesi, hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri ile bugünkü halini alan bilgi toplumu veya bilgi çağıdır (Durukan, 2006, s. 31). Bilginin üretilmesi bilgi toplumunun temel amacıdır. Toffler; bilginin fonksiyonun ve başlıca amacının, bilginin üretilmesi; itici gücünün ise bilgisayar teknolojileri olduğuna değinmiştir (Fidan, 2003).

21. yüzyıl toplumlarında kültür farklılığına yol açtığı gibi yönetim ve liderlik tarzlarını da değiştirmiştir. Bu çağda ekonomik ve sosyal yapının merkezinde olan insan, bilgiyi üretmekte, kullanmakta ve yönetmektedir. Pazarda ki talep boşluklarını gören girişimcinin ise bu yüzyılda bilgiye ve onu yönetebilme kabiliyetine ihtiyacı bulunmaktadır (Marangoz, 2018, s. 10-11).

2.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Göçebe hayattan yerleşik hayata geçmeleri ile Türkler ticaret ve sanatta faal rol almaya başlamıştır (Özdevecioğlu & Karaca, 2015, s. 29). Bununla beraber, Osmanlı döneminde ticaretten uzaklaşan Türkler, ticaret yerine hayvancılık, tarım, askerlik gibi meşguliyetlere yönelmiştir. Osmanlı döneminde ticaretten uzaklaşan Türk toplumu geçimini çiftçilik ile sağlarken, iç ve dış ticareti gayrimüslim tebaalar gerçekleştirmiştir. Türkler sonraki devirlerde sosyal ve kültürel seviyede ticaretin temelini oluşturmada yol kat etmiş ve gerçek anlamda ekonomik faaliyetler ile II. Meşrutiyet sonrası alakadar olmuştur (Marangoz, 2018, s. 12). Buradan yola çıkarak Türkiye’de girişimciliği; Osmanlı İmparatorluğu döneminde girişimcilik, Cumhuriyet döneminde girişimcilik, 1923-1930 yılları arası girişimcilik, 1930-1950 yılları arası girişimcilik, 1950-1970 yılları arası girişimcilik, 1970-1980 yılları arası girişimcilik, 1980 ve sonrası girişimcilik şeklinde değerlendirmek mümkündür (Marangoz, 2018, s. 11-12).

2.2.1. Osmanlı Döneminde Girişimcilik

Türk girişimcilik tarihinin geçmişi bin yıl kadar eskiye dayanmaktadır (Marangoz, 2018). Türkler Osmanlı döneminde genellikle askerlik ve çiftçiliği meşgale edinmiş, ticareti ise diğer tebaalar yapmıştır. Bu sebep ile yerli halk savaş sonrasında ticari çalışmalarda uyum sorunu yaşamıştır (Aşkın, Nehir, & Vural, 2011). Orta Asya’dan Anadolu’ya yerleşen ve göçebe toplumundan yerleşik düzene geçen Türkler ticaret ve zanaatkarlık alanlarında ileri gitmiştir. Türklerin girişimcilik örneklerini, Selçuklular ve Osmanlı’nın kuruluş ve yükseliş dönemlerinde ki Ahilik Teşkilatı’nın kurulması ile görmek mümkündür (Ülgen Aydınlik, 2017, s. 7). Ayrıca Ahilik Teşkilatı Osmanlı’nın kuruluş ve yükselme dönemlerinde askeri ve siyasi açıdan da önemli roller üstlenmiştir. Osmanlı’da ticareti Yahudi, Rum ve Ermeniler gerçekleştirirken, Türkler tarım ve hayvancılık, bürokratlık, askerlik ve ulemaalık gibi meşguliyetlere yönelmiştir (Marangoz, 2018, s. 12). Bu sebep ile de Fransız İhtilali’nden sonra Osmanlı Devleti’nde girişimciler bilhassa Rum ve Yahudi kökenli Türk yurttaşları olmuştur (Özdevecioğlu & Karaca, 2015, s. 29).

Sultan Mahmut döneminde sanayi sonucu oluşan zenginlik ile beraber Avrupa’da eğitim düzeyi hayli gelişmiştir. Bu durum Fransa’da eğitilen işsiz bireylerin misyoner teşkilatına girerek dünyaya yayılmasına sebep olmuştur. Bu kişiler Osmanlı İmparatorluğu’na da gelerek okullar kurmuş, Sultan Mahmut ise kendisine “Gavur Padişah” dedirtirmek için bu okulları İslam Türk halkına yasaklatmıştır. Dolayısıyla tüm Hristiyanlar bu okullara giderek sanayi devriminin batıda sunduğu kültürü, Ermeni, Rum ve Yahudiler özümseyerek kısa sürede yabancıların işlerine ortak olmuşlar ve hatta kendi kendilerine bile iş yapmaya başlamışlardır. Osmanlı İmparatorluğu’nda o dönem sanayileşme yerine ticaret popüler olmuş ve Osmanlı azınlıklar sebebiyle ticarete giriş yapmıştır. Türk toplumu yedi, sekiz kuşağı içeren bir süre ticarete giriş yapmamış ve bu vaziyet Türk insanında sosyokültürel ve etik açıdan istenilen şekilde ticaret altyapısı ve kültürü oluşturmamıştır. Ancak 1914’ e değin devam eden bu durumu fark eden İttihat ve Terakki, kişileri motive ederek ticareti aktif bir yere getirmek ve devlet dışında da gelir elde edilmesi için çalışmıştır (Marangoz, 2018, s. 11-12).

19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu’nda nüfusun 13-14 milyon olduğu varsayıldığında, yaklaşık bir milyon kişi askere alınmış, yaşlı ve hasta kişilerde toplam nüfustan eksiltildiğinde aktif nüfus sürekli olarak askerde olmuştur. Hristiyanlar ise askere alınmadan yerine bedel öder, bu durumda Hristiyanların yerleşme, iş kurma ya da meslek sahibi edinmesine imkan sağlardı. Fakat Müslümanlar, yıllarca devam eden askerlik görevi ve savaşlar sebebiyle iş sahibi olabilme imkanına sahip değillerdi. Bu durum nüfus artışını olumsuz yönde etkilerken sanayileşmeye de sekte vurmuştur. Padişah Abdülhamit devrinde İstanbul’a gelenlerin padişah tarafından şehre alınmaması da sanayileşmeye engel olmuştur. Bu durum emeğin ucuzlamasına sebep olurken, sanayileşmenin olası ihtimalini de ortadan kaldırmıştır. Bununla beraber, Osmanlı’nın askeri siyaseti de sanayileşmeyi engelleyen diğer olumsuz sebepler arasındadır.

Osmanlı’nın son dönemlerinde esaslı değişim gerçekleştirecek sanayi ve girişimler için sermayeye duyulan ihtiyaç ülkenin olumsuz ekonomik şartları sebebi ile sağlanamamıştır. Bu sebep ile bu dönemde ilk dış borçlanma başlamıştır (Ülgen Aydınlik,

2017, s. 7). Girişimcilik kavramı da Osmanlı'da ilk defa Padişah Abdülmecit zamanında ilk dış borçlanma ile ortaya çıkmıştır. Bu dönemde şirket-i Hayriye hizmet şirketi kurulmuş, ancak hizmet şirketi haricinde farklı bir sanayi şirketi birikim ve girişimci olmaması sebebi ile kurulmamıştır (Aşkın, Nehir, & Vural, 2011). 20. yüzyılın başında dahi Osmanlı İmparatorluğu'nda sanayileşme yolunda henüz önemli kararlar alınmamıştır. Sarayın ve ordunun gereksinimlerini karşılamak amacı ile devletin kurduğu az sayıda fabrika ve yabancı sermayenin kurduğu küçük ölçekli birkaç endüstriyel kuruluştan başka endüstriyel bir etkinlik yoktur (Marangoz, 2018, s. 14).

1810'da devlet varlığı ile ordunun gereksinimlerini karşılamak amacı ile askeri kundura, palaska, çizme, fişeklik imal edebilmek üzere kurulan Beykoz Kundura Fabrikasından sonra, 1835 yılında İstanbul'da fes, uha, battaniye üretmek üzere Feshane Tesisleri kurulmuştur. 1845 yılında ise ipekli kumaş, kadife, tafta ve saten imal etmek için Hereke Fabrikası faaliyete geçmiştir. 1850 yılında pamuklu bez ürünleri imal etmek üzere İstanbul Bakırköy Bez Fabrikası, 1892 yılında ise porselen üretimi için Yıldız ini Fabrikası kurulmuştur (lgen Aydınlık, 2017, s. 7). Tüm bu tesisler Cumhuriyet'in ilanından sonra da çalışmalarını sürdürmüştür. Öte yandan, 1908'de ilan edilen II. Meşrutiyet ile ülkede ki özgürlük, ticaret ve sanayi alanlarında canlanmaya sebep olmuş ve Türkler ekonomik çalışmalar ile ancak II. Meşrutiyetin ilanından sonra alakadar olabilmıştir (Marangoz, 2018, s. 14).

Osmanlı'nın son yıllarında Teşvik-i Sanayi Kanunu ile beraber birtakım teşvikler sağlanmış ve bugünkü Türkiye sınırları içinde kalmış İmparatorluk parçasında; 35 matbaa, 30 ham ipek atölyesi, 20 un değirmeni, 11 tabakhane, 8 sigara kağıdı fabrikası, 7 ynl dokuma fabrikası, 6 konserve fabrikası, 5 madeni eşya fabrikası, 3 kireç ve tuğla imalathanesi, 2 makarna fabrikası, 2 porselen imalathanesi, 2 imento fabrikası, 2 sabun imalathanesi, 1 bira fabrikası, 1 ipekli dokuma fabrikası ve 1 kimyasal ürün fabrikası bulunmaktaydı (lgen Aydınlık, 2017, s. 8).

2.2.2. Cumhuriyet Döneminde Girişimcilik

Bu dönemde savaştan yeni çıkan Türkiye ekonomik olarak güçsüz, nüfusunun önemli bir kısmını savaşta kaybetmiş ve yorgun bir ülkedir (Güney, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, 2015, s. 33). Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu ile beraber tüm bu olumsuz durumu ortadan kaldırmak ve ekonomik manada tekrar düzelmek amacı ile bazı değişimler yaşanmıştır (Bilgen, 2018, s. 38). Bu çalışmaların en önemlisi 1923 yılında düzenlenen İzmir İktisat Kongresidir (Gümüsoğlu & Karaöz, 2014). Bu kongre, Cumhuriyet ekonomisinin miladı olarak kabul görmektedir (Durmuş & Aydemir, 2016, s. 157). Kongre ile Milli İktisat anlayışı kapsamında Türkiye'nin kalkınabilmesi için; sanayinin geliştirilmesi, girişimcilerin desteklenmesi, yabancı ve gayrimüslimlerin ticaretten uzaklaştırılması gibi mühim kararlar ortaya atılmıştır (Güney, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, 2015, s. 33). Kongre ile aşağıdaki kararlar alınmıştır (Marangoz, 2018, s. 16):

- Bir ticaret bankası kurulması,
- Kendi limanlarımızda kendi bayrağımızdan başkasının ticaret yapmaması ve kabotaj hakkının Türklere verilmesi,
- Armatörlere sermaye temin edecek deniz ticaret bankalarının kurulması,
- İç sanayiye dışa karşı koruyacak yeni bir gümrük tarifesinin düzenlenmesi,
- Teşvik-i Sanayi Kanunu'nun 25 yıl daha yürürlükte kalması,
- Türk sanayi şirketlerinde sermayenin en az %75'nin Türklerin elinde olması,
- Devlet memurları ve askerlerin ihtiyaçlarının yerli üretimle karşılanması,
- Şirketlere ilişkin kuralların günün şartlarına uygun hale getirilmesi, şirket kurmanın ve işletmenin kolaylaştırılması,

Kongre Türkiye’de ki girişimciliğin gelişmesinde büyük bir role sahiptir (Ülgen Aydınlık, 2017, s. 8). Türkiye Kurtuluş Savaşıyla beraber siyasal bağımsızlığını kazanmış ve ekonomik bağımsızlığını da kazanabilmek için bir ulusal girişimciler ekibi yaratma yoluna girmiştir. İzmir İktisat Kongresi’nde alınan kararlar bu temel ideolojiyi doğrular niteliktedir (Aşkın, Nehir, & Vural, 2011).

Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşundan sonra, ekonomik anlamda yeniden yapılanma anlayışı ile değişimler yaşanmaya başlamıştır. Bu dönemde özellikle devlet politikaları ve ticari yönlendirmeleri, ekonomik yapılanmanın temel belirleyicisi olmuştur. Bunun sonucu olarak da girişimcinin başarısı ve ilerleme kaydedebilmesi her şeyden önce onun devletle olan ilişkisini oldukça önemli hale getirmiştir (Bilgen, 2018, s. 38). İzmir İktisat Kongresi gerçekten de Türkiye’de ki girişimcilik için gerçekleştirilen çalışmaların gelişmesinde büyük bir önem taşımaktadır (Güney, 2015, s. 33).

Genel olarak Cumhuriyet dönemindeki girişimcilik hareketlerini incelemek gerekirse, konunun tarihsel açıdan belirli dönemlere ayrıldığını görmek mümkündür. Bu tarihsel dönemleri sınıflandırmak gerekir ise; birinci dönem ulusal ekonominin kuruluşu olarak literatüre geçen 1923-1930 yılları arası, ekonomik faaliyetlerin içine devletin bizzat girdiği, ülkedeki pek çok ticari ve sanayi etkinliğin başlamasında yönlendirme ve teşviklerde bulunmasının yanında bu etkinlikleri bizzat yürüttüğü devletçilik dönemi olarak adlandırılan 1930-1950 yılları arası, 1950-1970 yıllarının incelendiği ve liberal ekonomiye geçiş olarak adlandırılan yıllar ve 1970-1980 yılları arasında yaşanan ekonomik süreç ülkenin planlı ekonomiye adım attığı süreç olarak nitelendirilmektedir. Öte yandan Türkiye’nin serbest piyasa ekonomisi kapsamında ithal ikamelerin son bularak ihracata yönelik kalkınma planına başladığı 1980 ve sonrasının incelendiği dışa açık liberal ekonomi dönemi başlamaktadır (Şentürk, 2018, s. 38). 1980 itibari ile girişimcilik alanında Türkiye’de mühim gelişmeler yaşanmış ve 24 Ocak 1980’de uygulamaya konulan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği, 1980 itibari ile yaşanan gelişmelerin önemli bir sebebi olmuştur (Aşkın, Nehir, & Vural, 2011).

2.2.3. 1923-1930 Yılları Arası Girişimcilik

1923-1930 yılları arasında iki önemli dönüm noktasından söz etmek mümkündür. Bunlardan ilki dönemin başında toplanan İzmir İktisat Kongresi diğeri ise dönemin sonunda yaşanan Büyük Buhrandır (Kaya & Durgun, 2009, s. 236). Ülkenin olumsuz ekonomik şartları sebebi ile Cumhuriyet ilan edilmeden önce yeni Türkiye'nin ekonomi programını belirlemek amacıyla 17 Şubat 1923 Cumartesi günü İzmir İktisat Kongresi toplanmıştır. Kongreye; sanayiciler, tüccarlar, işçiler ve çiftçileri de temsilen 1135 delege katılmış ve kongre 4 Mart 1923 Pazar gününe kadar devam etmiştir. O dönem İzmir'de çıkan yangın sebebi ile bu sayıda katılımcı ve izleyicinin sığabileceği salon olmadığı için kongre, Osmanlı Bankası'nın deposunda gerçekleştirilmiştir. Kongreye, Milli Mücadele döneminde Doğu Cephesi komutanlığını yapan Atatürk'ün silah arkadaşı aynı zamanda Manisa ili delegesi Kazım Karabekir Paşa başkanlık yapmıştır. Gazi Mustafa Kemal, açılış konuşmasında şunları söylemiştir (Durmuş & Aydemir, 2016, s. 158):

“Siyasi ve askeri zaferler ne kadar büyük olurlarsa olsunlar, iktisadi zaferlerle taçlandırılmazlarsa meydana gelen zaferler kalıcı olmaz, az zamanda söner. Bu nedenle en kuvvetli, en parlak zaferlerimizin daha temin edilebileceği faydalı sonuçları temin etmek için iktisadiyatımızın, iktisadi egemenliğimizin sağlanması, kuvvetlendirilmesi zorunludur. Yeni Türkiye'mizi layık olduğu mertebeye çıkartmak için vakit geçirmeden iktisadiyatımıza önem vermek zorundayız. Zamanımız tamamen iktisat devridir.”

İzmir İktisat Kongresi'nin iki ana amaçla toplandığını söylemek mümkündür. Birincisi çiftçi, tüccar, sanayici ve işçilerin kendilerine özgü sorun ve isteklerinin neler olduğunu belirlemek ve bu isteklerin yönetim tarafından bilinmesini sağlamak, ikincisi ise yabancı sermaye çevrelerine ekonominin gelecekte nasıl bir şekil alacağı konusunda ön bilgi vermektir (Durmuş & Aydemir, 2016). Öte yandan, Türkiye'nin siyasi ve iktisadi bağımsızlığını ilan etmek ve halkın da katılımı ile kalkınma strateji ve politikalarını uygulamaya koymak amaçlanmıştır (Kaya & Durgun, 2009). İzmir İktisat Kongresi'nde çiftçi, tüccar, sanayici ve işçi temsilcilerinden oluşan 1135 delegenin ortak çalışmaları

sonucu “Çiftçi, Tüccar, Sanayici ve İşçi Gruplarına İlişkin Esaslar” ve 12 maddeden oluşan “Misak-ı İktisadi Esasları” belirlenmiştir (Coşkun, 2003).

Kongrede çiftçi grubunun başlıca istekleri, aşar vergisinin kaldırılması, tütün ekimi ve ticaretinin serbest bırakılması, rejinin kaldırılması, tarımsal kredilerin düzene sokulması, yol vergisi gelirin şose yapımına harcanması, orman köyleri ile ilgilenilmesi, hayvan hastalıkları ile mücadelenin hızlandırılması, göllerde balık yetiştirilmesi, tamirat atölyelerinin kurulması, tarım alet ve makinalarında standartlaşmaya gidilmesi, pratik tarım derslerinin okul programlarına konulması, yüksek öğrenim öğrencilerinin belirli süre içinde köylere gönderilmesi şeklindedir (Koç, 2000, s. 154).

Tüccarlar, borsaların millileştirilmesi, tekelciliğe karşı mücadele edilmesi, ipotek karşılığında tüccara kredi verilmesinin temini, iktisat eğitiminin yaygınlaştırılması, cuma günleri herkesin tatil yapması, bir ana ticaret bankasının kurulması, kömür üretiminin dış rekabetten korunması, haberleşme hizmetlerinde gelişmelerin sağlanması, gecikmelerin önüne geçilmesi ve himayeci gümrük sisteminin kurulmasını talep etmişlerdir (Koç, 2000, s. 153-154).

Sanayi grubu, koruyucu gümrük vergileri yoluyla sanayinin korunması ve bu sanayi için ithal olunacak mallara muafiyet tanınması, sanayinin ve sanayicinin teşvik edilmesi, ulaştırmada ucuz tarifelerin uygulanması ve ulaşım imkanlarının geliştirilmesi, sanayi alanında kredi imkanlarının artırılması ve çeşitli kolaylıkların sağlanması, sanayinin ihtiyacı olan teknik elemanların yetiştirilmesi için gerekli eğitim kurumlarının oluşturulması ve sanayi odalarının kurulmasını temel istekleri olarak belirtmişlerdir (Koç, 2000, s. 153).

İşçi grubu ise, amele yerine işçi denilmesi, çalışma saatlerinin sekiz saate indirilmesi, 12 yaşından küçüklerin çalıştırılmaması, gece çalışmalarına çift ücret ödenmesi, asgari ücretin belediyelerce tespit edilmesi, ücretlerin para olarak ve gününde ödenmesi, hastalık nedeniyle çalışamayan işçilere gündeliklerinin ödenmesi, kaza ve hayat sigortasının kurulması, milletvekili ve belediye seçimlerinde mesleki temsil ilkesinin uygulanması,

hammaddelerin işlenmeden ihraç edilmemesi, işçi çocuklarının yatılı okullarda bedava okutulması, lojman yapımının sağlanmasını talep etmişlerdir (Koç, 2000, s. 154).

Kongre sonunda “Misak-ı İktisadi metni olarak kamuoyuna aşağıdaki maddeler duyurulmuştur (Ekonomik Kalkınma Savaşının Temelini Atan Kongre:İzmir İktisat Kongresi, 2017, s. 112):

*“**Madde 1.** Türkiye, sınırları içinde lekesiz bir istiklal ile dünyanın barış ve yükselme unsurlarından biridir.”*

*“**Madde 2.** Türkiye halkı ulusal egemenliğini, kanı ve canı pahasına elde ettiğinden, onu hiç bir şeye feda etmez ve ulusal egemenliğe dayalı olan Meclis ve Hükümetinin koruyucusudur.”*

*“**Madde 3.** Türkiye halkı, yakıp yıkmaz, onarır, bütün çalışması ülkesini ekonomik yönden kalkındırmak içindir.”*

*“**Madde 4.** Türkiye halkı, tükettiği eşyayı olduğunca kendi üretir, çok çalışır, vakitte, servette ve ithalâta israftan kaçır, Milli üretimi temin için icabında geceli gündüzlü çalışır.”*

*“**Madde 5.** Türkiye halkı, servet itibariyle bir altın hazinesi üzerinde oturduğunu bilir. Ormanlarını evlâdı gibi sever, bunun için ağaç bayramları yapar; yeniden orman yetiştirir. Madenlerini kendi milli üretimi için işletir ve servetlerini herkesten fazla tanımaya çalışır.”*

*“**Madde 6.** Hırsızlık, yalancılık, riya ve tembellik en büyük düşmanımızdır. Dine, bağınazlıktan uzak bir anlayışla bağlılık esasımızdır. Her zaman faydalı yenilikleri severek alırsız. Türkiye halkı kutsal topraklarına, şahıslarına ve mallarına karşı yapılan düşman, fesat propagandalardan nefret eder ve daima bunlarla mücadeleyi bir vazife bilir.”*

*“**Madde 7.** Türkler, irfan ve marifet aşığıdır. Türk her yerde hayatını kazanabilecek şeklide yetişir. Maarife verdiği kutsallık dolayısı ile kandil gününü, aynı zamanda bir kitap bayramı olarak kutlar.”*

*“**Madde 8.** Birçok harpler ve zaruretlerden dolayı eksilen nüfusumuzun fazlalaşması ile beraber sıhhatimizin, hayatımızın korunması en birinci emelimizdir. Türk, mikroptan, pis havadan, salgından ve pislikten çekinir, bol ve saf hava, bol güneş ve temizliği sever. Ecdat mirası olan binicilik, nişancılık, avcılık, denizcilik gibi bedeni terbiyenin yapılmasına çalışır. Hayvanlarına da aynı dikkat ve himmeti göstermekle beraber cinslerini düzeltir ve miktarlarını çoğaltır.”*

*“**Madde 9.** Türk, dinine, milliyetine, toprağına, hayatına ve kurumlarına düşman olmayan milletlerle daima dosttur; Yabancı sermayesine karşı değildir. Ancak kendi yurdunda kendi lisanına ve kanununa uymayan kurumlarla ilişkide bulunmaz. Türk, ilim ve sanat yeniliklerini nereden olursa olsun, doğrudan doğruya alır ve her türlü ilişkide fazla aracı istemez.”*

*“**Madde 10.** Türk açık alın ile serbestçe çalışmayı sever; işlerde tekelcilik istemez.”*

*“**Madde 11.** Türkler hangi sınıf ve meslekte olurlarsa olsunlar, candan sevişirler. Meslek, zümre itibarıyla el ele vererek birlikler, memleketini ve birbirlerini tanımak, anlaşmak için seyahatler ve birleşmeler yaparlar.”*

*“**Madde 12.** Türk kadını ve kocası, çocuklarını İktisadi Misaka göre yetiştirir.”*

Alınan kararlar ile ekonomik sistemin liberal yaklaşımlarla şekillendirilmesi benimsenmiş, ülke kalkınmasının sanayileşme ile mümkün olabildiği vurgulanmış ve yeni

Türk Devleti'nin iktisadi bir devlet olması amaçlanmıştır. Genel iktisadi politika esaslarının belirlendiği, toplumsal yapının şekillendirilmeye çalışıldığı kongrenin düzenlendiği 1923 tarihinden, Büyük Dünya İktisadi Bunalımı'nın çıktığı 1929'un son aylarına kadar geçen süreçte uygulanan ekonomik politika ve stratejiler, yukarıda özetlenen kongre kararlarının temel amaç ve hedefleri doğrultusunda sürdürülmüştür (Yücel, 2017, s. 68). İzmir İktisat Kongresi yeni Türkiye'nin en önemli ve anlamlı kongrelerinden biri olarak kabul görmüştür (Koç, 2000).

Ekonomik canlanmayı sağlamak ve bağımlılıktan sıyrılmak amacıyla bazı çalışmalar gerçekleştiren devlet 1929'a oldukça umutlu girmiş, ancak 1929'a gelindiğinde tüm dünyada başlayan ve etkisini 1930'un sonunda gerçek manada hissettiren Dünya Ekonomik Bunalım'ı Türkiye'yi de kısa zamanda tesiri altına almıştır. Yaşanan ekonomik kriz ile birlikte tarıma dayalı ekonomide ihracat azalmış, tarım ürünlerinin değeri düşmüş, işyerleri kapatılarak iflas etmiş ve bunun etkisi ile işsizlik oranı artış göstermiştir (Genç Acar, 2017, s. 409). Büyük Buhran Türkiye'de pek çok alanda yapılacak yatırımları da olumsuz etkilenmiş, öte yandan kriz ile Türk parasının İngiliz parası karşısında hızla değer kaybetmesi ülkede panik havası yaşanmasına sebep olmuştur (Ezer, 2010, s. 431). Olumsuz ekonomik şartların açtığı zararları düzeltebilmek adına devlet bazı önlemler almıştır. Atatürk'ün önerisi ve dönemin Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Başkanı Kazım Özalp Başkanlığı ile 12 Aralık 1929'da Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti kurulmuştur. Cemiyet Türkiye'nin içinde bulunduğu olumsuz ekonomik koşullara karşı bir mücadele olarak nitelendirilmektedir. Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti'nin esas amacı yerli malın üretimini ve kalitesini yükseltmek, halkı yerli malı kullanmaya ve tasarrufa teşvik etmektir (Akpınar, 2012).

Cemiyetin çalışmaları, ekonomik yapıda mühim yer tutan çalışma kolları ile alakalı kongrelerin düzenlenmesi, her sene 15 gün sürdürülmek üzere yerli mallar sergisi organize edilmesi ve eş zamanda milletçe yapılan tasarrufların sayı ve şemalar ile halkın bilgisine takdim edilmesidir. Tüm öğrencilere tasarruf düşüncesini aşılama amacıyla ilk ve orta dereceli okullarda tasarruf haftaları düzenlenerek yerli malı kullanımı için öğrencileri teşvik etmek, şartlar el verdikçe ve Türk sanayisini tanıtmak amacıyla yabancı şehirlerde açılan

sergilere katılmak, iki ayda bir çıkarılmak üzere Ulusal Ekonomi adı altında bir derginin yayımlanması cemiyetin çalışmaları arasındadır (Ezer, 2010, s. 431).

1929 Ekonomik Krizi klasik liberal paradigmanın yıkılmasını ve o senelere değin devam eden “‘bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” sloganı ile belirtilen klasik piyasa ekonomisine olan inancın bitmesi ve devletçi paradigmaların baskınlık kazanmaya başlamasıyla genç Türkiye Cumhuriyeti’nin de politikasını değiştirdiğini görmek mümkündür (Marangoz, 2018, s. 18).

2.2.4. 1930-1950 Yılları Arası Girişimcilik

1929 Ekonomik Krizi tüm dünyadaki ekonomik politikaların bazı değişikliklere uğramasına ve pek çoğunun tekrar planlanarak yapılandırılmasına sebep olmuş ve Türkiye’de devletin piyasadaki görevini ön plana çıkarmıştır (Bilgen, 2018, s. 39). Bu devirde özel sektörün yetersiz olduğu alanlarda, devletin yatırım yapmasını hedefleyen devletçilik politikası uygulanmıştır. Özel girişimin ve sermayenin yetersiz olması ve 1930 buhranı devletçilik politikasının benimsenmesinde etkili olmuş, ancak özel girişim yine de desteklenmiştir (Marangoz, 2018, s. 18).

Yaşanan ekonomik krize çözüm arayışları kapsamında, hükümet tarafından düzenlenen ekonomik program ile 1930’da Merkez Bankası’nın kurulmasına karar verilmiş ve 30 Haziran 1930’da Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası kurulmuştur. Merkez Bankası Ocak 1932 itibariyle döviz işlemlerine başlamıştır. Öte yandan 12 Ağustos 1930’da Atatürk’ün de teşvikiyle Ali Fethi Okyar, Cumhuriyet tarihinin ikinci önemli muhalefet partisini Serbest Cumhuriyet Fırkası’nı kurmuş, ancak yaşanan olumsuzluklar sebebiyle Ali Fethi Okyar Serbest Cumhuriyet Fırkası’nı 17 Aralık 1930’da feshetmiştir (Ezer, 2010, s. 432- 436).

1934’te Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı yürürlüğe konmuş ve böylece devlet girişimci olarak ekonomide faal bir şekilde yer almaya başlamıştır. 1936’da İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı da hazırlanmış ancak bilhassa kaynak sağlanmasındaki güçlükler sebebiyle

uygulamaya konulamamıştır (Genç Acar, 2017, s. 412). Eylül 1938'e gelindiğinde ise İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı uygulanmaya başlanmış, ancak 1939'da II. Dünya Savaşı'nın çıkmasıyla faaliyetteki projelerin uygulanmasında zorluklar yaşanmıştır (Ezer, 2010, s. 433). 1939'da yaşanan tüm gelişmeler neticesinde maden, dokuma, çimento, kimya ve şeker işletmeleri ya tamamlanmış ya da kurulmaya başlanmıştır.

Öte yandan 1929-1939 arası Ulusal ekonominin ve Ulus devletinin temellerinin atıldığı yıllardır (Genç Acar, 2017, s. 412). Milli Korunma Kanunu 1940'da çıkarılmış ancak özel girişimi özendirici bir misyon üstlenmemiş, savaş ekonomisi koşulları içerisinde piyasayı düzenleyen, arz talep arasındaki dengesizliğin önüne geçip karaborsacılıkla mücadele hedeflenmiştir (Marangoz, 2018, s. 18). Öte yandan 11 Kasım 1942'de bilhassa gayrimüslim tüccarları hedefleyen Varlık Vergisi Kanunu çıkarılmış ve kanun kapsamında büyük şehirlerde ticarete etkili olan gayrimüslim tüccarların piyasadan temizlenmesi hedeflenmiştir. Varlık Vergisi Kanunu Türkiye'de II. Dünya Savaşı yıllarında artan enflasyon, karaborsacılığın yayılması ve bu durumun çokça kazanç sağlayan bir grubun oluşmasına neden olması ile kazançların vergilendirmesi için devlet tarafından konulmuştur.

Öte yandan Varlık Vergisi kanunu, yüzlerce gayrimüslimin göç etmesi, daha sonra ise 6-7 Eylül olaylarının yaşanmasına sebep olan, temeli İttihat ve Terakki sırasında atılmış Sermayenin Türkleştirilmesi projesinin bir parçasıdır (Varlık Vergisi ve Milli Koruma Kanunu, 2019). 1948'e gelindiğinde ise, Milli Ekonomi Kongresi toplanmış ve devletçiliğe karşı ilk eleştiriler bu dönemde yapılmıştır. Bununla beraber, devletçiliğin özel teşebbüsün ilerleme olanağını yok ettiği özel teşebbüs taraftarları tarafından eleştirilmiştir. Bu devirde, sanayide özel sektör bir önceki devre göre fark edilir bir biçimde ilerleme göstermiştir (Marangoz, 2018, s. 19). Yine bu ve bundan evvelki devirlerde Türkiye'de girişimcilikle alakalı genelde azınlıkların daha etkin olduğu görülmektedir. Bu duruma en iyi örnek, Türkiye'nin ilk markalı zeytinyağı olan Kristal'in hikayesi verilebilir. Malta'dan İzmir'e yerleşen Micaloff ailesi üyelerinden Anthony Micaloff yerli sanayinin yok denecek kadar az, üretimin ise yetersiz olduğu Cumhuriyetin ilk senelerinde ilk zeytinyağı işleme fabrikasını kurmuştur. Fabrika ile Türkiye ilk kez 1934'te kutulu ve markalı bir zeytinyağı ile tanışma

fırsatı bulmuştur. Marka 1945'te Bakanlar Kurulu karar ve onayı ile Ticaret ve Sanayi Kontuvarı Türk Anonim Şirketi ismi ile tüzel kişilik hakkına kavuşmuştur (Hakkımızda: Kristal Zeytinyağları).

2.2.5. 1950-1970 Yılları Arası Girişimcilik

Bu dönem 1930-1950 döneminin tersine özel sektörü desteklemiş ve devletçiliği reddeden bir dönem olmuştur (Ülgen Aydınlık, 2017, s. 9). Bu yıllarda önemli ölçüde sermaye birikimi yapılmış ve yeni işletmeler kurularak özel girişimcilik hız kazanmıştır. Günümüzde etkinlikte bulunan pek çok işletmenin temeli bu dönemde atılmış ve girişimciliği özendirici birçok politika da yine bu dönemde uygulanmıştır (Marangoz, 2018, s. 21). Bu süreçte, tarım ve ticaretten sanayileşmeye geçilmiş, bazı kredilerden faydalanarak yeni sanayi şirketleri kurulmuş, fakat pek çoğu devamlılığını sağlayamayarak kapanmıştır (Ülgen Aydınlık, 2017, s. 9).

1950 yılında Sınai Kalkınma Bankası kurulmuştur. Banka sağladığı kredi imkanları ile özel sektörü güçlendirmeyi amaçlamış ve bu durum girişimcilik tarihinde mühim hamlelerden biri olarak kabul görmüştür. Fakat bu dönemde özel sektörü güçlendirmek amacıyla uygulanan politikaların sonunda kar etme fikri oluşmuştur. Bu durumun ana sebebi ise devletin özel sektör için stratejik planlamalar yapmayışının rant faaliyetleri için elverişli bir zemine yol açmasıdır. Bu da ideal ve verimli girişimci profiline engel olmuştur (Bilgen, 2018, s. 40).

Türkiye'nin 1950-1960 döneminde süratli bir kalkınma süreci yaşaması, ekonomik olarak altın bir dönem yaşamasına sebep olmuştur. Bu süreçte; ulaşım, tarım, hayvancılık, sanayi ve ticarete önemli atılımlar yapılmış, ancak yaşanan hızlı gelişmeler sonunda birtakım ekonomik problemler meydana gelmiştir. Devlet 4 Ağustos 1958'de birtakım önlemler almış ve söz konusu bu önlemler ekonomik anlamda başarı göstererek kriz geride bırakılmış, fakat siyasi yaşamın sekteye uğraması engellenememiştir. Dış ödeme zorlukları, git gide yükselen enflasyon ve başka ekonomik problemleri çözebilmek adına 1960 İhtilalinden sonra kurulan hükümet önemli bir planlama yapılmasını kararlaştırmış ve 30

Eylül 1960'da Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuştur. Teşkilat Beş Yıllık Kalkınma Planları hazırlayarak ülkenin kalkınmasında önemli bir görev yürütmüştür (Özey, 1993, s. 119).

1970'lere gelindiğinde özel sektör girişimciliği artış göstermiş, buna sebep olarak ise milli girişimcilik yaratma gayreti, kamunun sağladığı teşvikler ve dış ticarete devam ettirilen korumacılık anlayışı gösterilmiştir. Yine 70'li yıllarda girişimcilerde bazı temel nitelikler oluşmuştur. Girişimcilerin pek çoğunun eğitim seviyesi oldukça yüksek ve genelde yurtiçi ve yurtdışında öğrenimlerini tamamlamış, geleneksel olan mal üretimini ileri seviyeye götürmek niyetinde olan kalite, verimlilik ve uygun fiyat ilkelerini fazla düşünmeyen ve üretme hırsları esas olan kişilerdir (Ülgen Aydınlik, 2017, s. 9).

2.2.6. 1970-1980 Yılları Arası Girişimcilik

Bu dönemin başında kamu yatırımlarında düşme meydana gelirken, sanayileşme ve özel sektör girişimciliğinde artış görülmüştür. Geleneksel mal üretimini bir ileri aşamaya taşımak bu dönemdeki ana hedeflerden biridir. 1970'te ki ideolojik mücadeleler, halkçı politikalar, petrol krizleri, Kıbrıs Harekatı ve ardından yaşanan ambargo gibi sebeplerle dış borçların ödenmesinde yaşanan sıkıntı, enflasyon ve işsizlikle birlikte ortaya çıkan ekonomik kriz, siyasi dengesizlikler ve darbeler iş dünyasında büyük sıkıntılar yaşanmasına sebep olmuştur. 1971'de TÜSİAD kurulmuş ve bu durum Türkiye'nin girişimcilik tarihinde ön plana çıkan mühim bir olay olmuştur. Bu örgütlenme ile bilhassa siyasal sıkıntıların yaşandığı bir dönemde, iş dünyası hem kendi sınıf menfaatlerini hem de geçmiş devirlerde toplum katında bozulmuş meşruiyetini güçlendirmeyi hedeflemiştir. Derneğin hedefi, ülke sınırları içerisinde kaynakların kullanılmasına yönelik, ülke sınırları dışında ise korumacılığı ön planda tutan İthal İkameci politika ile devletin koruması önderliğinde mücadeledir (Bilgen, 2018, s. 40-41).

2.2.7. 1980 ve Sonrası Girişimcilik

1980'ler piyasa ekonomisine geçilen ve dünya ekonomisiyle uyum sağlamak için pek çok yeni ekonomik politikanın tatbik edildiği bir dönemdir. Ve bu dönemde girişimciliğin

yayılması adına önemli gelişmeler yaşanmıştır (Marangoz, 2018, s. 21). Bu gelişmelere en iyi örnek, 24 Ocak 1980 hükümleriyle yürürlüğe giren ekonomik gelişmede yaşanan strateji değişimi mühim yer tutmaktadır. Türkiye 24 Ocak 1980 hükümleriyle ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisini bırakarak serbest piyasa ekonomisi kapsamında ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçmiştir (Güney, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, 2015, s. 35). 24 Ocak 1980 hükümleri ile kısa ve uzun süreli hedefler ortaya konulmuştur. Kısa süreli hedefler kapsamında, acil olan dış ödeme zorluklarını yok etmek, enflasyonu düşürmek, ekonomideki kapasiteleri canlandırarak büyümeyi arttırmak ve işsizlik oranında düşüş sağlamaktır. Uzun süreli hedefler kapsamında ise, kamunun küçültülmesi ve tüm kurum ve kuralları ile serbest piyasa ekonomisinin işlevsel hale getirilmesidir (Oran, 2020). 24 Ocak kararları şu şekildedir (Kemankaş, 2020, s. 4. Paragraf):

“ %32,7 devalüasyon yapılarak günlük kur ilanı uygulamasına gidildi, gübre, enerji ve ulaştırma dışında sübvansiyonlar kaldırıldı, yurt dışında sunulacak müteahhitlik hizmetleri desteklendi, devletin ekonomideki payını küçültme önlemleri alındı, KİT’lerdeki uygulamaya paralel olarak tarım ürünlerini destekleme alımları sınırlandırıldı, dış ticaret serbestleştirildi, yabancı sermaye yatırımları teşvik edildi, kâr transferlerine kolaylık sağlandı, ithalat kademeli olarak serbestleştirildi, ihracat vergi iadesi, düşük faizli kredi, imalatçı ihracatçılara ithal girdide gümrük muafiyeti, sektörlerle göre farklılaşan teşvik sistemiyle teşvik edildi, dövizle çevrilebilir mevduat uygulamasına son verildi, döviz alım satımı serbest bırakıldı, döviz piyasası üzerindeki kontroller kaldırıldı, faiz oranları serbest bırakıldı ve reel faiz politikasına geçildi, fiyat kontrol ve sınırlamalar kaldırılarak serbest piyasa uygulamasına geçildi.”

Tüm bu kararları mühim kılan, kısa süreli hedefleri gerçekleştirmekten öte kalıcı ve ekonomide yapısal değişiklikleri sağlamak amaçlı bir ekonomik gelişme programı kapsamında olmasıdır (Kaya A. , 2012, s. 8).

Bu dönemde pek çoğu ani ve birbiriyle zıt düşen kararların alınmasıyla belirsizlik ortamı oluşmuş, bu da girişimcilerin plan yapmalarını ve önlerini görmelerini engellemiştir. 1984 Ekim’de menkul kıymetler borsası kurulmuş, gümrük vergileri Ağustos 1989 kararıyla azaltılmış ve 1990’lara gelindiğinde ise, ekonomi içinde devletin çokça yer aldığı, fakat

belirsizlik durumunun hala mevcut olduğu söylenebilmektedir. Fakat olumsuz pek çok sebep olmasına rağmen girişimcilik Türkiye’de hızla artmıştır (Marangoz, 2018, s. 23). 5 Mayıs 1990’da Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği (MÜSİAD) kurulmuştur (Bilgen, 2018, s. 41).

Yine aynı dönemde, yeni bir girişimci normu oluşmuştur. Buna göre girişimciler, uluslararası pazarda rekabet edebilmek amacıyla yabancı dil bilen, dış pazarda aktif olarak mal satabilmek için yetkin bilgiye sahip ve bilgili olması gerektiğini de bilen kişiler olarak nitelendirilmiştir. 1994’e gelindiğinde yaşanan ekonomik kriz ile Türk girişimciler krizden hayli başarılı çıkmış ve bu pozitif gelişme ihracatta kendini göstermiştir (Marangoz, 2018, s. 23). 1996’da uygulamaya geçilen Gümrük Birliği ile ortaya çıkan karamsar senaryolar gerçek olmamış ve Gümrük Birliği ile en büyük hasarı alacağı beklenen Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ)’ler bugün halen varlıklarını sürdürmektedir (Güney, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, 2015, s. 35).

Girişimciliğin daha iyi duruma getirilmesi ve KOBİ’lerin desteklenmesi amacı ile Türkiye’de kurulmuş en mühim kuruluş, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)’dir (Cici, 2013). KOSGEB, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomideki rollerini ve faaliyetlerini arttırmak, sanayideki uyumu ekonomik ilerlemelere uygun bir şekilde gerçekleştirmek hedefi ile kurulmuştur (KOSGEB, 2020).

2000’li yıllara gelindiğinde ise, bilgi veya iletişim çağı olarak adlandırılan 21. yüzyılda yaşanan teknolojik ve bilimsel gelişmeler ile birlikte girişimcilik ve girişimcinin önemi son derece artmıştır. Bununla beraber kişi ve kişisel beceriye dayalı girişimcilik önem kazanmıştır (Marangoz, 2018, s. 24). Kişisel olarak girişimcinin gerçekleştirdiği etkinlikler neticesinde ortaya çıkan yarar, sadece girişimcinin şahsi kazancı değil, topluma yayılan ortak kazanca dönüşmektedir. Ticari faaliyette bulunan girişimcinin oluşturduğu sermayeyi ülke ekonomisine dahil etmesi ve yaptığı girişimcilik hareketi ile beraber işletmelerde kişilerin istihdamını sağlaması açısından girişimcinin ülke ekonomisine katkısı aşikardır (Bilgen, 2018, s. 42).

2.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimciler zihinlerinde pek çok yeni fikre sahip ve bu fikirleri ticarileştirmek amacıyla piyasaya sunmaktadırlar. Ancak tam da bu noktada bazı güçlükler ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Kişilerin girişimcilik faaliyetlerini etkileyen bazı faktörler mevcuttur. Bu faktörler demografik ve sosyal faktör olarak iki ana başlıkta incelenmektedir. Demografik faktörler; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve psikolojik faktörler olarak beş ayrı başlıkta incelenirken, sosyal faktörler; aile, kültür, mali çevre, idari faktörler ve din olarak beş farklı başlıkta incelenmektedir (Cici, 2013, s. 41).

2.3.1. Demografik Faktörler

Demografik faktörlerin girişimcilik üzerine etkileri pek çok araştırmada ele alınmıştır. Bu faktörler; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve psikolojik faktörler olarak ele alınacaktır.

2.3.1.1. Yaş

Yaş, girişimciliği etkileyen önemli faktörlerin başında gösterilmektedir. Yapılan araştırmalar, kişilerin girişimcilik kariyerlerine 22-44 yaş aralığında başladıklarını gözler önüne sermektedir (Şeşen & Basım, 2012, s. 23). Sebep olarak ise başarı için gerekli olan yüksek enerji, cesaret ve finansal desteğin bu yaş aralığında daha fazla olması gösterilmektedir. Farklı yaş aralıklarında da kariyere başlamak olanaklı olmasına karşın, ihtiyaç duyulan yetiler 22-44 yaş aralığında daha fazla mevcuttur (Bozkurt, 2006, s. 96). Yaş ilerledikçe konfor ihtiyacı artmakta ve bu durum girişimcilik üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. Öte yandan, yaş ilerledikçe kişi kendisine sınırlar koymakta, gençken sahip olunan dünyayı değiştirebileceğine olan inanç azalmakta ve tüm bu sebepler girişimi olumsuz yönde etkilenmektedir (Sakarya, 2015). Öte yandan, yapılan araştırmalar erkek girişimcilerin ilk işletmelerini 30’lu yaşların başında, kadınların ise 30’lu yaşların ortalarında kurma isteğinde olduklarını göstermektedir (Cici, 2013, s. 41).

2.3.1.2. Cinsiyet

Cinsiyet kavramı, girişimci olma kararını etkileyen önemli bir kişisel özelliktir. Kadın ya da erkek girişimciler benzer amaçlar doğrultusunda hareket etmektedirler. Bu amaçlar; yeni kuruluşlar kurmak, mal ve hizmet üretmek, yeni pazar kanalları bulmak gibi benzer hedefler doğrultusunda ekonomiye katkıda bulunmaktır (Fettahoğlu, 2014, s. 1).

Toplumun kalkınması ve gelişebilmesi için girişimci sayısının fazla olması oldukça önemli bir durumdur. Ancak girişimci sayısının fazla olması yalnızca erkeklerle değil, kadınların da dahil olduğu bir süreç ile ilerlemelidir (Kaygın & Güven , 2015). Fakat araştırmalar, erkeklerin kadınlara göre daha fazla başarı odaklı olduklarını ve bu durumun erkeklerde girişimcilik isteğinin daha yoğun olmasına sebebiyet verdiğini göstermektedir (Şeşen & Basım, 2012, s. 23).

Toplumların pek çoğunda kadın girişimciliği istenilen şekilde yol kat edememiştir. Tarihsel süreç içerisinde bakıldığında ise, girişimcilik genellikle erkek girişimciler tarafından gerçekleştirilen bir atılım olmuştur. Toplumların kültür yapılarının kadın girişimciliğine engeller çıkarması ve girişimcilik sürecinin zorlukları kadınların girişimci olmalarını zorlaştırmaktadır (Kaygın & Güven , 2015, s. 1).

2.3.1.3. Medeni Durum

Evlilik kurumu kişiler için oldukça önemlidir. Bekar bir kişinin sahip olduğu sorumluluk ile evli kişinin sahip olduğu sorumluluk birbirinden oldukça farklıdır. Evli olan kişinin sahip olduğu eş ve çocuk sebebi ile sorumlulukları artış göstermektedir. Bu sebep ile kişiler evlendiklerinde yeni bir işin yaratacağı risk ve stresten uzak durmak isteyebilirler. Çünkü kişi girişimde bulunduğu anda yalnızca kendisini değil, ailesini de fazlasıyla etkilemektedir. Kendisinin ve ailesinin geleceğini düşünmek zorunda olan girişimci kişi, kendisini güvende hissettiği bir işten ayrılarak yeni bir iş fikrinin peşinden gitmek istemeyebilir. Fakat bekar bir kişi, geçimini sağlamak zorunda olduğu bir aileye sahip olmadığı için tüm başarısızlıkları göz önüne alarak yeni ve cazip bir iş fikrinin peşinden

gidebilecek cesarettedir (Cici, 2013, s. 43). Tüm bu sebepler doğrultusunda medeni durum, girişimcilikte etkili olabilecek bir etken olarak değerlendirilmektedir.

2.3.1.4. Eğitim

Eğitim pek çok alanda olduğu gibi girişimcilikte de büyük bir önem teşkil etmektedir. Aldıkları eğitim sayesinde bireyler, başarılı bir girişimci olma yolunda bilgi ve yeteneklerini arttırabilir ve o zamana kadar yeteneklerinin olduğunu fark etmedikleri alanlara yönelebilirler.

Girişimcilik hem karakter özellikleri, hem de eğitim yolu ile kazanılan bir beceridir. Kişinin başarılı bir girişimci olma şansını yakalayabilmesi için kendi özelliklerinin üzerine eğitim ile edindiği bilgi birikimini de eklemesi gerekmektedir. Bu sayede kişi, iş imkanlarını kolaylıkla görebilir, planlama, kontrol ve örgütlenme gibi ilkeleri öğrenebilir, üretim, pazarlama, halkla ilişkiler ve insan kaynakları gibi işletme işlevlerini çözümleyebilir, ülkedeki yasalar hakkında bilgi sahibi olabilir ve girişimleri için hangi kuruluştan kredi desteği sağlayacağı ile ilgili bilgi sahibi olabilir. Öte yandan, eğitim ile birlikte girişimci adayına; ilk adımı atma ve sorumluluk almak, belirsizlik durumunda stresten uzak ve hoşgörülü olmak, herhangi bir problem karşısında ısrarcı davranmak, başarı isteği ve mantık çerçevesinde risk almak gibi kabiliyetler öğretilmektedir (Güney, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, 2015, s. 81-82).

Girişimci adaylarında olması gereken fakat eğitim ile öğretilemeyecek kabiliyetlerde mevcuttur. Yüksek zeka, kavrama ve yaratıcılık yeteneği bunlara örnek olarak gösterilebilmektedir. Tüm bunlar göstermektedir ki, girişimcilik yeteneği eğitimler ile geliştirilebilmekte, ancak başarı için bazı kabiliyetlerin doğuştan var olması gerekmektedir.

2.3.1.5. Psikolojik Faktörler

Psikolojik faktörler kişilerin girişimci olmalarında son derece önem teşkil etmektedir. Konu ile ilgili David McClelland “The Achiving Society” eserinde girişimciliğin psikolojik temellere dayandığını belirten açıklamalarda bulunmuştur. Eser, girişimciliğin psikolojik

temeller ile ilişkili olduğunu belirten ilk eser olma özelliğini taşımaktadır (Başol, 2010, s. 17). McClelland eserinde başarı ihtiyacının girişimcilik faaliyetini etkileyen bir faktör olduğunu belirtmektedir. Buna göre, başarı arzusu fazla olan kişiler, başarmak için çok daha istekli olmakta ve bu durum kişilerin girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olmasına sebep olmaktadır (İşcan & Kaygın, 2011, s. 446).

Yapılan araştırmalara göre, dışadönük kişilik özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri benzerlik göstermektedir (Başol, 2010, s. 17). Bununla beraber, özgüven duygusu da başarı duygusu yüksek bir girişimcinin sahip olması gereken diğer bir özellik olarak gösterilmektedir. Girişimcilik süreci içerisinde girişimciyi başarılı olmaya iten sebep özgüven duygusudur. Böylece önce kendine, sonra ortaya çıkardığı işe güvenen girişimci tüm riskleri üstlenir ve fark yaratarak başarıya ulaşır (Başol, 2010, s. 33).

Girişimcinin sahip olması gereken bir diğer önemli özellik ise ikna kabiliyetidir. Bu şekilde girişimci, sahip olduğu fikri gerçekleştirirken başta ailesi ve çevresi olmak üzere tüm kişileri yapacağı iş için inandırmak ve ikna etmek durumundadır. Daha sonra ise, mali destek için yatırımcıyı, sonra da ürününü satın alması için müşteriye ikna etmek durumundadır. Tamda bu noktada devreye girişimci kişinin tutarlı olma özelliği devreye girmektedir. Çünkü ikna için en gerekli güç tutarlılıktır. Girişimcinin yaptığı işler birbiriyle tutarlıysa etrafındaki kişileri ikna etmesi o kadar kolay olacaktır (Eren, 2012).

Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için gereken diğer özellikler ise, motivasyonunu her zaman yüksek tutmak, olumsuz durumlara takılıp kalmamak, duygusal zekasını ustaca yönetebilmek, empati kabiliyetine sahip olmaktır.

2.3.2. Sosyal Faktörler

Sosyal faktörler kapsamında aşağıda; aile, kültür, mali çevre, idari faktörler ve din konuları ele alınacaktır.

2.3.2.1. Aile

Kişinin aile içerisinde aldığı eğitim, kültür, ailenin ait olduğu ekonomik ve toplumsal sınıf ve değerler kişiyi hayatı boyunca direkt olarak etkilemektedir. Kişinin verimli alanlarda etkinlikte bulunabilmesi için ailesi tarafından teşvik edilmesi, girişimci olmak isteyen kişi için son derece önemlidir (Özdevecioğlu & Karaca, 2015, s. 55).

Kişinin karakteristik özelliklerinin gelişmesinde de aileler son derece önemlidir. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki, çocuklarını demokratik ortamda büyüten ailelerin çocukları özgüveni yüksek, sorumluluklarının bilincinde ve sosyal ilişkileri güçlü olan kişiler olurken, baskıcı ve otoriter ailelerin çocukları aşağılık kompleksine sahip, tek başına karar veremeyen ve içe kapanık kişilerdir (Ülgen Aydınlık, 2017, s. 18).

Tüm bunlar göstermektedir ki, aile yapısı kişilerin karakterlerini büyük ölçüde etkilemekte ve bu durum kişinin girişimcilik karakterine yakın ya da uzak olmasına sebep olmaktadır.

2.3.2.2. Kültür

Kültür, girişimciliği etkileyen bir diğer sosyal faktör olmakla beraber girişimcilikle de iç içe geçmiş bir unsurdur. Kültür etkisi bazı toplumlarda girişimcileri daha rahat ve özgür kılarken, bazı toplumlarda da daha bağımlı ve tutucu yapmaktadır. Her toplumda girişimcilik eğilimi kültürel etkiler sebebi ile farklılık göstermekte ve bu eğilim bazı toplumlarda yüksek olurken, diğer bir toplumda çok daha düşük olabilmektedir. Bu sebep ile girişimcilik çalışmalarının daha yoğun olduğu kültürlerde yetişmiş bir kişinin girişimci kişilik özelliğine sahip olması ve kişisel gelişimini bu yönde gerçekleştirmesi olasıdır (Kaya Ş. , 2019, s. 31).

Girişimci, davranış biçimini yaşadığı çevre ve gördüğü eğitimden almaktadır. Toplumun en dinamik kesimi olan girişimciler kültürel değişimlerden en çabuk etkilenen, ayakta kalabilmeleri için olayları yakından ve güncel olarak izlemeleri gereken kişilerdir. Bir kültür, kişinin başarılı bir şekilde yeni bir işletme kurmasına değer veriyorsa bu değeri

göstermeyen kültürden çok daha fazla yeni kuruluşların açılmasını çoğaltacaktır (Güney & Nurmakhmatuly, 2007, s. 69).

2.3.2.3. Mali Çevre

Girişimcilik için bir ülkede uygun bir ekonomik çevre oluşturulmaması milli gelirden Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) giderlerine ayrılacak bütçeyi ve yeni alınan patentlerin miktarının azalmasına sebep olmaktadır. Girişimcilik için elverişli bir ekonomik ortamın oluşturulması, sistemli ve dengeli bir maliye politikası ile doğru orantılıdır (Marangoz, 2018, s. 66). Bir ülkede denge içerisinde tutulan ekonomi, girişimcinin yenilikçi ve yaratıcı olması gereken konularda daha fazla girişken olmasına sebep olmaktadır. Ayrıca bu süreçte, ülkede ki Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH), Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) büyüklükleri, vergilendirme sistemi ve makroekonomik koşullar oldukça önem teşkil etmektedir (Kaya Ş. , 2019, s. 32).

2.3.2.4. İdari Faktörler

Girişimciliğin gelişebilmesi o ülkenin idari ortamı ile yakından ilişkilidir. Girişimcilik ile alakalı bir ülkede olumsuz bir düşünce veya kuşku var ise, yasalar ve idari hükümlerde bu durumdan etkilenmekte ve yeni şirketlerin kuruluşlarında azalmaya sebep olmaktadır. Ancak tersi bir durumda, yasalar ve idari hükümler girişimciliği teşvik niteliğinde ise girişimcilik çok daha rahat gelişebilmektedir (Marangoz, 2018, s. 66).

2.3.2.5. Din

Max Weber dini değerlerin girişimci değerlere yol açacağını ileri sürmüştür. Weber'e göre, toplumsal seviyede girişimcilik eylemlerindeki değişimin kültürel ve dinsel faktörlerle ve bilhassa da bir toplumun Protestan iş ahlakını benimsemesiyle açıklanabileceğinin üzerinde durmuştur (Marangoz, 2018, s. 66-67). Weber, Protestanlıkta benimsenen ve üzerinde durulan üretimin, paranın, sermayenin ve çalışmanın insanları tembellikten ve uyuşukluktan uzak tutmaya yönelik olup, insanları inançlı olmak adına üretmeye ve çalışmaya iten güdüler olarak göstermiştir (Özkul, 2018, s. 90).

2.4. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Girişimcilik fikri taşıyan kişinin kendi işini kurmasının ya da bir işi yönetmesinin bazı avantaj ve dezavantajları mevcuttur. Bu sebep ile başarıyı sağlayabilmek adına girişimci bu avantaj ve dezavantajlar hakkında bilgi sahibi olmalıdır.

2.4.1. Girişimciliğin Avantajları

Girişimciliğin avantajları; bağımsızlık arzusu, başarıma hissi, saygınlık isteği, kişisel gelişim ve kontrol mekanizması olarak beş ana başlıkta incelenmektedir (Marangoz, 2018, s. 59).

2.4.1.1. Bağımsızlık Arzusu

Bağımsızlık arzusu ve karar verme özgürlüğüne sahip olabilmek bir girişimcinin en belirgin hedeflerindendir. Çoğu girişimci için kendi kendisinin patronu olma fikri oldukça tatmin edicidir (Güney, 2015, s. 77). Öte yandan kendi işinin patronu olan girişimcinin, istediği yer ve zamanda çalışma özgürlüğüne sahip olması yaptığı işte daha verimli olmasına fayda sağlayacaktır (Advantages and Disadvantages of Entrepreneurship in Business, 2019).

2.4.1.2. Başarma Hissi

Başarı ve başarıyı devam ettirebilmenin verdiği his kişilerin kendi işlerini kurmaları için teşvik edici bir duygudur (Marangoz, 2018, s. 59). Bununla beraber, yeni bir şeyi oluşturma düşüncesinin kazanca dönüşmesi kişiye başarı hissi verirken, girişimciler başarı ile sonuçlanan fikirlerinin tek sorumlusunun kendileri olduklarını da bilmektedirler (Güney, 2015, s. 77).

2.4.1.3. Saygınlık İsteği

Girişimci yaptığı iş neticesinde başarılı olursa insanlar tarafından takdir edilmeye ve onların hayranlığını kazanmaya başlar. Bu durum, girişimcinin toplum içerisinde saygınlık kazanmasına ve iyi bir rol model olmasına sebep olur (Eminoğlu, 2019).

2.4.1.4. Kişisel Gelişim

Girişimci sahip olduğu işletmenin görevlerinde faaliyette bulundukça kendi yeteneklerini de geliştirme fırsatı bulur. Bu durum, girişimcinin ilerleyen dönemlerde yeni işlere imza atmasına olanak sağlamaktadır (Marangoz, 2018, s. 59).

2.4.1.5. Kontrol Mekanizması

Girişimci, işletmesi için alınması gereken son kararları kendisi belirler. Finansal kararlar, işletme de çalışacak kişiler, çalışma saatleri gibi konuların kararlarını girişimcinin kendisi vermektedir (Eminoğlu, 2019).

2.4.2. Girişimciliğin Dezavantajları

Girişimciliğin avantajları olduğu gibi bazı dezavantajları da mevcuttur. Bu dezavantajlar; kişisel özveriler, sorumluluk yükü, zarara fazla hoşgörü gösterememek, sağlık problemleri gibi konu başlıkları ile ele alınacaktır (Marangoz, 2018, s. 60-61).

2.4.2.1. Kişisel Özveriler

Girişimci, işletmesini kurduğu ilk dönemlerde haftanın 6 bazen de 7 günü uzun süren saatler çalışmak durumundadır. Bu durum girişimcinin ailesi, kişisel meşguliyetleri ve hobileri için gerekli zamanı ayıramamasına sebep olmaktadır. Girişimci bu durumda özel hayatında bazı özverilerde bulunmak durumunda kalmaktadır. Tüm bu özverilerin neticesinde girişimcinin aile ilişkilerinde bozulmalar ve aşırı stres oluşmaktadır (Güney, 2015, s. 77).

2.4.2.2. Sorumluluk Yükü

Şirkette ki diğer tüm çalışanlardan farklı olarak girişimcinin sorumlulukları oldukça fazladır. Örnek olarak, girişimci her ay ödenmesi gereken paraları bulmakla yükümlüdür ve bu durum girişimcinin iş yeri için tüm birikimini harcamasına sebep dahi olabilir (Marangoz, 2018, s. 60). Ya da çalışan kişi sadece bir alanda uzmanlaşırken, girişimci satış, pazarlama,

muhasabe ve ürün geliştirme gibi şirketin tüm bölümleri ile ilgili bilgi sahibi olmak durumundadır (Advantages and Disadvantages of Entrepreneurship in Business, 2019).

2.4.2.3. Zarara Fazla Hoşgörü Gösterememek

Şirketler verdikleri bazı kararların neticesinde zarara uğrayabilirler. Büyük firmalar böyle bir durum karşısında zararlarını karşılayabilecek mali güce sahip oldukları için süreci atlatabilirler. Ancak küçük işletmelerde durum farklı seyredebilir. Küçük işletmelerde paranın kaynağı sadece girişimcinin kendisi olduğu için bu gibi durumlarda para sıkıntısı yaşanabilir ve sonucunda şirket kapanmak durumunda kalabilir (Güney, 2015, s. 78).

2.4.2.4. Sağlık Problemleri

Meşakkatli çalışma şartları girişimcilerin fiziksel olarak sıkıntılarla karşılaşmalarına sebebiyet verebilir. Bu sebeple, girişimcilerin birçoğunda bilhassa stresle alakalı hastalıklara rastlanmaktadır (Marangoz, 2018, s. 61).

2.5. Girişimcilikte Başarı ve Başarısızlık Sebepleri

Girişimcilikte başarı veya başarısızlığa sebep olan bir takım etmenler mevcuttur. Bu etmenler girişimcilerin işe başlamadan önce değerlendirmesi gereken ve değerlendirme sonunda yapacağı işte başarı ya da başarısızlık etmenlerinden hangisinin daha baskın olduğunun tespitini yapabilir. Bu sayede, girişimci içinde bulunduğu durumun ne şekilde düzetileceğini tespit etme şansını bulabilir (Demirdöğen, tarih yok).

2.5.1. Girişimcilikte Başarı Sebepleri

Girişimcilerin yaptıkları işlerin başarılı olabilmesi için belli başlı faktörler mevcuttur. Bu faktörler; iş olanağının bulunması, doğru zamanın tespiti, yönetim becerisi, yeterli öz sermaye ve kredi imkanları, riske karşı sigortalama ve küresel düşünmek başlıklarıyla aşağıda incelenecektir (Marangoz, 2018, s. 100-102).

2.5.1.1. İş Olanacağının Bulunması

Girişimci, gireceği pazarı faaliyete geçmeden önce araştırmakla yükümlüdür. Bu hususta girişimci, başarılı olabilmek adına pazar analizini iyi ve doğru şekilde yapmalı, müşterinin talep ve ihtiyaçlarını belirlemeli ve pazarda fark yaratmak adına daha önceden yapılmamış bir teknik kullanmalıdır. Tüm bunları doğru şekilde gerçekleştiren girişimci aynı zamanda hedef pazarını da tespit etmiş olacaktır (Tekin, Girişimcilik ve Sosyal Sermaye, 2019, s. 83).

2.5.1.2. Doğru Zamanın Tespiti

Doğru zamanın tespit edilmesi girişimcilikte ki en mühim başarı faktörlerindendir. Girişimci yatırım yapacağı iş için pazara kriz döneminde girebileceği gibi, ekonomik büyümenin artış gösterdiği dönemlerde de girebilir (Öztürk, 2016, s. 29). Bu sayede girişimci hem büyümeden pay alabilir, hem de tüketicinin satın alma gücünün artışından faydalanabilir.

2.5.1.3. Yönetim Becerisi

Girişimci, yönetim becerisini ve deneyimini bir araya getirdiğinde sıkıntılı bir durumun üstesinden kolaylıkla gelebilir ve karşılaşılan yeni olaylara önce kendisini daha sonra da işletmesini adapte edebilir (Marangoz, 2018, s. 101).

2.5.1.4. Yeterli Öz Sermaye ve Kredi İmkanları

Girişimci adayı, bir işe başlamadan önce ekonomik tüm şartları düşünmek durumundadır. Tüm şartları sağlayabilmek adına önce öz sermayesini ortaya koyan girişimci adayı, yeterli sermayenin sağlanamaması durumunda kredi ya da borçlanma yoluna gitmektedir. Ancak bunu yaparken dikkat edilmesi gereken en önemli unsur, öz sermaye ile borç miktarının dengeli olmasıdır (Tekin, Girişimcilik ve Sosyal Sermaye, 2019, s. 84).

2.5.1.5. Riske Karşı Sigortalama

Doğal afet, kriz ve çevresel belirsizlikler gibi riskler teşkil eden durumlar için sigorta, gelişmelere hazırlıklı olma ve değişiklikler karşısında uyum sağlanması durumudur. Doğacak tüm fırsat ve tehditler dikkate alınarak, işletmenin tüm kaynaklarının sigortalanmasıdır (Marangoz, 2018, s. 102).

2.5.1.6. Küresel Düşünmek

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ülkeler arasındaki sınırları ortadan kaldırmış ve bu durum ekonominin küreselleşmesine, dünyanın her köşesinden müşterilere ulaşılmasına ve küresel iş yapmanın çok daha zahmetsiz, süratli ve kazançlı hale gelmesine sebep olmuştur (Marangoz, 2018, s. 102).

2.5.2. Girişimcilikte Başarısızlık Sebepleri

Girişimcinin amacına ulaşamaması yaptığı girişimin son bulması anlamına gelmektedir. Ancak, girişimcinin başarısızlık ile sonuçlanan girişime eleştirel öğrenme yöntemi ile yaklaşması gelecekteki fırsatları kolaylıkla görmesine imkan sağlayacaktır (Ertaş, 2018, s. 120). Yapılan araştırmalara göre, küçük ölçekli işletmelerin başarısızlık oranlarının büyük ölçekli işletmelere göre daha fazla olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, işletmelerin başarısızlık yaşamalarına en çok etki eden sebepler arasında finansal problemler gösterilmiştir (Marangoz, 2018, s. 103).

Girişimcilerin başarısız olmalarına sebep olan diğer unsurlar ise; sermaye yetersizliği, kuruluş yerinin yanlış seçilmesi, rakipler, yetersiz planlama, yetersiz zaman, eğitim düzeyinin yetersiz olması, yönetim becerisine sahip olmamak, doğru ekip oluşturulamaması, girişimcinin işini sevmemesi ve kişisel unsurlar şeklinde aşağıda ayrıntılı şekilde incelenecektir.

2.5.2.1. Sermaye Yetersizliği

Girişimcinin işletmesini kurmadan önce yatırım sermayesine sahip olması gerekmektedir. Aksi takdirde, sermaye yetersizliği işletmenin düşük kapasite çalışmasına, atıl beklemesine ve işletilemeyerek başarısız olmasına sebep olmaktadır (Marangoz, 2018, s. 104).

2.5.2.2. Kuruluş Yerinin Yanlış Seçilmesi

Kuruluş yerinin tespit edilmesi girişimcilik için en önemli unsurlardan biridir. Bu doğrultuda, girişimci yer seçimi esnasında işletmenin amacına hizmet edecek, sosyal, fiziksel ve üretim için en uygun konumları gelişigüzel şekilde değil, ciddi bir araştırma sonucunda tespit etmelidir (Ertaş, 2018, s. 128). Kuruluş yeri tespitinde potansiyel müşteri, pazar, piyasaya, hammadde ve enerji kaynaklarına yakınlık, ulaşım şartları, bölge ve iklim şartları, iletişim olanakları gibi etkenler hesaba katılmalıdır (Marangoz, 2018, s. 102).

2.5.2.3. Rakipler

Girişimciler pazara girerken çoğu kez rakip analizi yapmayı ihmal ederler. Ancak pazara yeni girmekte olan bir girişimcinin kendi kaynakları ile beraber rakiplerinin de pazardaki durumunu hesaba katması ve kendisine doğru bir hedef pazar seçmesi gerekmektedir (Karademir, Karakulle, & Armağan, 2019, s. 120). Bununla beraber girişimcinin öncelikle içinde bulunduğu durumun güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koyması daha sonra ise rakiplerini ve dış çevredeki fırsat ve tehditleri değerlendirmesi gerekmektedir (Ertaş, 2018, s. 128).

2.5.2.4. Yetersiz Planlama

Bir girişim, iş planı yapılmadan gerçekleştirildiği takdirde büyük olasılıkla başarısızlıkla sonuçlanır (Girişimcilerin Başarısız Olmalarına Neden Olan 9 Durum, 2015). Oysa yapılan planlama girişimciye kurumla alakalı gelecekle ilgili tahminlerde bulunmasına yardımcı olacaktır. İş planı, orta ve uzun vade de karşılaşılacak problemlerin

değerlendirilmesi, gerçekleştirilecek işlerin nerede, ne zaman, niçin, nasıl ve kim aracılığıyla yapılacağı hakkında bilimsel tahminlerin gerçekleştirilmesine yardımcı olacaktır (Marangoz, 2018, s. 105). Bu sayede yapılan işle alakalı atılması gereken bütün adımlar belirlenerek kurum için bir yol haritası haline dönüşecektir. Tüm bunlar girişimin daha başarılı olmasına yardımcı olacaktır.

2.5.2.5. Yetersiz Zaman

Tüketicilerin zevk ve tercihleri kısa sürede mühim değişiklikler göstermektedir. Bu gibi durumlarda, girişimciler düşünmek için fazla zamana sahip değildir. Zamanın yaygın tutulması fırsatın kaçırılmasına sebebiyet verirken, fırsatı kaçırmamak adına verilen hızlı kararlar da başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir (Marangoz, 2018, s. 105). Bu sebeple, girişim için doğru zamanın kaçırılmaması ve aceleci davranarak risk almamak gereklidir.

2.5.2.6. Eğitim Düzeyinin Yetersiz Olması

Girişimcinin eğitim düzeyinin yetersiz oluşu kuruluş esnasında sistemli hazırlıkların yapılamamasına ve yapılan işin büyümesi ile beraber gelişmelerin denetlenmesinde sorunların yaşanmasına sebebiyet vermektedir. Ancak eğitim düzeyi yetersiz olmasına karşın girişimcilik alanında büyük başarılar göstermiş girişimciler de mevcuttur. Bu durum, girişimcinin bilgi sahibi ve eğitim seviyesi yüksek profesyoneller ile çalışmasıyla ilgilidir (Marangoz, 2018, s. 106).

2.5.2.7. Yönetim Becerisine Sahip Olmamak

Kurumsal ve sosyal süreçlerin en doğru şekilde yönetilebilmesi için girişimcinin yönetim becerisine sahip olması gerekmektedir. Bununla beraber, girişimcinin hedeflerine ulaşabilmesi için tüm çalışanların işbirliği ve koordinasyon içinde çalışması ve girişimci kişinin bu koordinasyonu sağlayacak yönetim becerisine sahip olması gerekmektedir. Hangi sektörde olursa olsun, sahip olunan yönetim becerisinin güç ile değil sorumluluk duygusu ile yürütülmesi gerektirmektedir (Yakupoğlu, 2018, s. 51).

2.5.2.8. Doğru Ekip Oluşturulamaması

Girişimci işe başlarken istenilen donanımına sahip olmayan ve tecrübesiz kişiler ile yola çıktığı takdirde girişimin başarısızlıkla sonuçlanması kaçınılmaz bir durumdur. Öte yandan, girişimcinin sermayesini ve yeteneklerini birleştireceği kişiler ile hedef ve beklentilerinin örtüşmemesi de girişimin başarısız olmasına sebebiyet verecektir (Ertaş, 2018, s. 123).

2.5.2.9. Girişimcinin İşini Sevmemesi

Tüm işlerde olduğu gibi girişimcilikte de ilk şart kişinin işini severek yapmasıdır. Bir girişimcinin yaptığı işi sevmesi başarılı olabilmesi için oldukça ehemmiyetli bir durumdur. Aksi takdirde, girişimcinin işte ki motivasyonu ve verimliliği düşmekte ve başarısızlığa sürüklenmektedir (Yakupoglu, 2018, s. 69).

2.5.2.10. Kişisel Unsurlar

Girişimcilikte ki dış etkenlerden kaynaklı başarısızlık sebeplerinin yanı sıra, girişimcinin direkt olarak kendi ile alakalı eksikliklerinden kaynaklanan başarısızlık sebepleri de mevcuttur. Bu sebeplerin başında, girişimcinin ticari bilgisinin yetersiz olması gelmektedir. Girişimcilerin bir kısmı ailelerinden aldıkları ticaret bilgisine sahipken, kimisi de ticaretle ilgili çeşitli eğitimler alarak donanım kazanırlar. Fakat kimi girişimciler her iki koşulu da sağlamadan yatırım yapmaktadır ve bu durum onların başarısız olmalarına sebebiyet verebilmektedir. Bir diğer kişisel başarısızlık sebebi ise girişimcilerin hazırlıksız işe başlamalarıdır. Girişimciler gerekli olan bilgi ve deneyim alt yapısına sahip olmadan, gerekli konsantrasyonu sağlamadan işe başlayabilirler. Ancak cesaret kavramı oldukça önemli olmasına karşın deneyime sahip olmadan, hazırlık yapmadan, gerekli alt yapı oluşturulmadan sadece cesaret ile bir girişime adım atmak içinde bulunulan durumu oldukça riskli bir hale dönüştürebilmektedir (Marangoz, 2018, s. 106-107). Tüm bu kişisel unsurlar girişimcilerin yaptıkları işte başarısız olmalarına sebebiyet veren unsurlar olarak bilinmektedir.

3. GİRİŞİMCİLİKTE KADIN FAKTÖRÜ

3.1. Kadın Girişimciliği ve Önemi

Cinsiyet kavramı, kişinin girişimci olma fikrini etkileyen önemli faktörler arasındadır. Girişimcilik ve cinsiyet rolleri ile ilgili yapılan çalışmalar çoğunlukla erkek girişimciler üzerine yapılmış olmasına karşın, son dönemlerde kadın girişimciliği kavramı mühim bir araştırma konusu haline gelmiştir (Kaygın & Güven , 2015, s. 24). Kadın girişimciliği kavramı literatüre ilk kez 1974'te girmiş ve 1980'li yıllar itibari ile kadınların iş hayatında daha çok yer alması ile işletme ve yönetim literatüründe ele alınmıştır (Mesci, Mesci, Karagöz, & Özgenç, 2018, s. 393). Literatürde kadın girişimciliği ile ilgili pek çok tanıma yer verilmiştir.

Kadın girişimci, ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir ya da bir kaç işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kurabilen, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçebilen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancı, yatırıma dönüştürme veya kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadın olarak tanımlanmıştır (Araz Takay, Kalemci Tüzün, Kıral, Çiftçi, & Batum, 2014). Başka bir tanıma göre girişimci kadın, kendi kurduğu işletmesi için vergi kaydı ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)'e bağlı Esnaf ve Sanatkarlar Odalarına ya da Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Ticaret Odaları (TOBB)'a üyeliği olan sosyal güvenlik kurumlarından birisinin çatısı altında, kendisi ya da başkaları için iş alanı oluşturan kişidir. Öte yandan, girişimciliğin getirdiği tüm riskli durumları göz önüne alarak kendisine ait bir işletme kuran, başkaları için iş olanağı sağlayan, mal ya da hizmet üreten ve satan girişimci kadın olarak da tanımlamak mümkündür (Mesci, Mesci, Karagöz, & Özgenç, 2018, s. 393).

Kadınlar yüzyıllar boyu ev, çocuk ve aile hayatı ile sınırlı bırakılmış ve bu durum onların üretimden uzak kalmalarına ve dolayısıyla ekonomik açıdan erkeğe bağımlı halde

yaşamalarına sebep olmuştur. Kadının ev işleri ve çocukları ile alakadar olması, dışarıda çalışan ve para kazanan erkeklerle kıyaslandığında toplumun gözünde pek bir değere sahip olamamış, evde üstlendiği görev ne kadar mühim olursa olsun, kadına ev içinde ve dışında mühim bir statü sağlamamıştır. Bununla beraber, toplumlarda yaşatılan cinsiyet ayrımcılığı ile kadınların girişimci olma oranları erkeklere oranla daha düşük olmuştur (Kaygın & Güven , 2015, s. 24-26). Oysa kadının girişimcilik alanında ki çalışmaları ulusal ve yerel ekonominin kalkınması açısından son derece mühimdir. Kadın girişimcilerin önündeki tüm bu engeller, girişimci eko-sistemindeki noksanları gözler önüne sermektedir (Tulan & Türko, 2018, s. 286).

Demokratik hakların artması ve cinsiyet eşitliği konusunun gündeme gelmesi ile beraber, kadın iş hayatında faal bir şekilde yer almaya başlamıştır. Bu durum, kadının yalnız kamu ve özel sektörde çalışan olarak değil, girişimci olarak da pek çok işte patron olmasına olanak sağlamıştır (Ünal, 2014). Toplumda girişimci olarak var olmak kadına diğer çalışma alanlarına nazaran daha fazla bağımsızlık, kendini gerçekleştirebilme olanağı ve geleceğe yönelik amaçlarına ulaşabilme fırsatı vermiştir. Bu durum, kadının toplam istihdam içerisinde kendi işine yönelik kısa veya uzun vadede planlar yapmasına, kaynakları en uygun şekilde kullanmasına, insan ilişkilerinde başarı sağlamasına, işinde edindiği tecrübeleri farklı kanallara yönlendirmesine imkan sağlamıştır (Şahin, 2006, s. 31). Kadının iş hayatına girmesi kadının toplumda ki yerini güçlendirip gelişmişlik seviyesine katkıda bulunurken, ülkede ki adaletsiz gelir dağılımının önüne geçilmesine de destek olmaktadır (Can & Karataş, 2007, s. 253). Öte yandan, kadın girişimciler kendileri ve istihdam olanağı sağladığı kişiler için iş imkanı sunmakta ve bu durum ülke ekonomisinin gelişmesinde de önem teşkil etmektedir (Öztürk, 2016, s. 37).

3.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Yaş, cinsiyet, eğitim ve medeni hal gibi demografik özellikler girişimci kimliğinin ve kültürünün oluşturulmasında belirleyici rol üstlenmektedir (Yetim, 2002, s. 83). Kadının girişimci kimliği, ekonomik olarak bağımsızlık kazanmasına ve toplum gözünde ki statüsünü

güçlendirmesine imkan sağlamaktadır. Kadınlar yürüttükleri girişimcilik faaliyeti ile maddi ve manevi kazançlar elde etmenin ötesinde, cesaretli ve hırslı tavrı ile toplumsal cinsiyet ayrımcılığına özgü genellemeleri de kadınlar yararına çevirme şansı kazanmıştır (Mungan, 2013, s. 26).

İlgi alanları doğrultusunda çalışmalar gerçekleştirmek ve özgürlük elde etmek kadın girişimcilerin en güçlü özellikleri arasında gösterilmektedir (Can & Karataş, 2007, s. 253). Ayrıca hümanist, problemleri rahatlıkla çözebilen ve uzlaşmacı, tahammülü yüksek, iyi bir dinleyici ve demokratik olmaları da en güçlü özellikleri arasında gösterilmektedir ki tüm bu nitelikler kadınların girişimcilikte başarılı konuma gelmelerine imkan sağlamaktadır (Aslan & Atabey, 2007). Bu ve benzeri birçok özelliğin ortaya çıkarılması için kadın girişimciler ile ilgili literatürde pek çok çalışma mevcuttur.

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve Türk Tuborg A.Ş.'nin destekleri ile ortaya konulan “Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi Çalışması” sonuçlarına göre, kadınlar girişimcilik hayatlarına genellikle 32 yaşından sonra başlamaktadır. Ancak kadın girişimciler kendi işlerini daha evvel kurmak istemelerine rağmen ekonomik şartlar, evlilik ve çocuk bakımı gibi sorumluluklar sebebi ile bu isteklerini ertelemek durumunda kalmışlardır (Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi - 2019 Araştırma Raporu, 2019). Araştırma kapsamında, kadın girişimciler en çok güç, cesaret, özgürlük, bağımsızlık gibi özellikler ile özdeşleştirilmiştir (Bilgutay, 2019). Ancak girişimci kadınlar bu özellikler ile özdeşleştirilmiş olmalarına karşın, bu sürecin güç taraflarının da olduğunu belirtmişlerdir.

Fakat genel itibari ile girişimci olmaya ait bütün paylaşımlarda güçlü pozitif hisler baskınlık göstermektedir. Öte yandan araştırma sonucu göstermiştir ki, kadın girişimciler kendileri ile gurur duyan ve en doğru kararı verdiklerini düşünen kişilerdir (Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi - 2019 Araştırma Raporu, 2019).

(Yetim)'in “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği” çalışması kapsamında; kadın girişimciler kendilerini iyi iletişim kuran, kendine güvenen, yaratıcı, yenilikçi ve risk alan kişiler şeklinde tarif etmişlerdir.

Prof. Dr. Yıldız Ecevit'in koordinatörlüğünde yürütülen “Kadın Girişimciler Araştırması”nın 2015 sonuçlarına göre, kadın girişimciler kendilerinde gördükleri güçlü karakteristik özellikleri; kararlı, bağımsız kişilik, azimli, hırslı, disiplinli ve çalışkan olmak şeklinde dile getirmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, kadın girişimcilerin kendi iş yerlerini kurmalarında %31 'i bağımsız kişilik, kararlı, hırslı ve azimli olmak, %25 'i kendine güvenli olmak, %24 'ü işini severek yapmak, çalışkan ve disiplinli olmak, %9'u aile desteği ve aileye karşı sorumlu olmak ve %7'si ise sosyal ilişkilerde başarılı olmak gibi karakteristik özellikleri dile getirmiştir (Kadın Girişimciler Araştırması, tarih yok). Proje kapsamında Ecevit girişimci kadınları; kendi kararlarını alabilen, bu kararları hayata geçirebilen, kendilerini geliştirebilen ve aynı zamanda kendi ailelerinin de refahını yükselten kadınlar olarak belirtmiştir (Cin, 2015).

Bununla beraber, kadınlar duygusal ve arkadaş canlısı kişilerdir. Bu özellikleri girişimci kadınlara ortaklarıyla, yatırımcılarla, çalışanlarıyla, tedarikçilerle ve müşterilerle iyi iletişim kurabilme ve çalıştıkları kişilere pozitif enerji vererek onları motive etme imkanı sağlamaktadır (Karadal & Erdem, 2017, s. 237).

Tüm bu özelliklerin yanında girişimcilik faaliyetini yürüten kadınların karakteristik özellikleri arasında; özgür ve özgüvenli, dinamik, yarışçı, hedef merkezli ve kendi işini denetlemek özellikleri de gösterilebilmektedir (Yetim, 2002). Kadınların sahip olduğu tüm bu karakteristik özellikler onu girişimcilik hayatında başarıya ulaştırmak için oldukça önem teşkil etmektedir.

3.3. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Tarihsel Gelişimi

Tarih boyunca kadınlar her dönem yaşadıkları toplumun koşullarına göre ekonomik çalışmalara ortak olmuşlardır (Arslan & Toksoy, 2017, s. 127). 1950’ler itibari ile yaşanan tarımda makineleşme, köyden kente göç ve sanayileşme ile birlikte gelişmekte olan pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de kadınların işgücüne dahil edilmesi negatif yönde etkilemiştir. 1955’te %72 seviyesinde olan kadınların işgücüne dahil edilme oranı, 1980’de %46, 1990’da ise %44’e düşüş göstermiştir (Çetin Karabat & Sönmez, 2012, s. 5).

1970 ve 1980’li yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ile kadınların girişimciliğe uygun oldukları keşfedilmeye başlanmıştır (Karadal & Erdem, 2017, s. 236). Türkiye’de kadın girişimciliği batılı ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de 1980’ler de liberal ekonominin ve girişimcilik kültürünün başladığı seneler olarak kabul görmektedir (Özyılmaz, 2016, s. 37). Bu tarihle birlikte kadın konusu ekonomik ve toplumsal gelişmeyle bağlantılı olarak incelenmeye başlanmış ve kadınların kalkınmada ki etkisi tartışılmıştır (Sallan Gül & Altındal, 2016, s. 1366).

Ülkemizde kadın çalışmalarının başlangıcı olarak Cumhuriyet’in ilanı ve Atatürk reformları kabul edilse de, esasında hareket 19. yüzyıl sonlarına değin ulaşan neredeyse yüz yıllık bir tarihi geçmişe sahiptir. Buna göre, kadın çalışmalarının ilk dönemi, Osmanlı’nın son dönemine yani II. Meşrutiyetin ilan edildiği döneme denk geldiği söylenebilmektedir (Soysal, 2010, s. 89). II. Meşrutiyet sonrası kadınlar işçi ve memur olarak çalışma hayatına katılmışlar ve bu durum onlara kendi iş yerlerini açmaları ve ticaret yapmaları hususunda fayda sağlamıştır. Kadın eliyle üretilen el işleri bu devirde ihraç edilmeye başlanmış ve bu dönem kurulmuş dernekler aracılığı ile kadınlara ticaret, fotoğrafçılık, pastane işletmeciliği, makinistlik ve dizgicilik gibi eğitimler verilerek kadınlar kimi zaman tek kimi zamanda grup olarak özel girişimler kurmuştur (Öztürk, 2016, s. 66).

1980’de meydana gelen askeri darbe ile kadın girişimciliği başka bir devre girmiş ve erkekler tarafından başlatılan girişimcilik hareketi bu dönemde kadınların idaresine geçmiştir. Türkiye’de kadınlar bu yılların akabinde sosyal ve ekonomik alanda daha faal bulunmuş olmalarına karşın, batılı ülkelerdeki gibi süratli bir artış söz konusu olamamıştır (Soysal, 2010, s. 89).

Kadın girişimciliğinde Türkiye’de son yirmi yıla bakıldığında kadınların ekonomik durumunun desteklenmesi konusuna ilgi artışı olmuş, 1990’larda kadınların işletmelerini kurmalarına destek verilmiş ve kadın girişimciliğini özendirmek amacıyla kredilere başvurulmuştur (Çetin Karabat & Sönmez, 2012, s. 5). 1990’lı yılların ikinci yarısı itibari ile iş dünyasında Türk kadınının da baskın rol alması iş dünyasının yaşadığı en majör

yeniliklerden biri olarak nitelendirilmiştir (Paksoy, Özbezek, & Paksoy, 2018, s. 128). Bu dönemde kadın girişimciliğinin desteklenmesinin sebepleri arasında; kadınların işgücüne dahil olmalarında görülen hızlı gerileme, kadınların işsizlik oranlarının yüksekliği ve bu olumsuzluklar karşısında girişimciliğin geliştirilip iyileştirilerek tüm olumsuzlukların giderileceği fikri gösterilebilmektedir. Öte yandan şehirlerde ki yoksul aileler arasında yoksulluğun giderek artması bazı siyasi önlemler gerektirmiş ve bu önlemler arasında kadın girişimciliğinin iyileştirilmesi tercih sebebi olmuştur (Çetin Karabat & Sönmez, 2012, s. 5).

Kadın girişimciliği Türkiye’de ilk kez 1992’de İstanbul’da gerçekleştirilen bir sempozyumda ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Yine aynı dönem kadın girişimciliği semineri gerçekleştirilmiş ve kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi, eğitim ve kredi imkanlarının sunulması gibi konulara önem verilmeye başlanmıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde ise kadın girişimciliği hakkında yapılan araştırmalar artık belli bir seviyeye gelmiş ve artan kadın girişimciliği örgütlü bir hal almaya başlamıştır (Paksoy, Özbezek, & Paksoy, 2018, s. 128).

Türkiye’de kadın girişimciliğini geliştirmek, desteklemek ve yaygınlaştırmak amacı ile kurulmuş pek çok kurum ve kuruluş mevcuttur. 1986 yılında Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), 1999 yılında Kadınlar Dayanışma Vakfı (KADAV) ve yine aynı yıl Adana’da 44 girişimci kadın tarafından İş Kadınları Demeği (İŞKAD) kurulmuştur. Bununla beraber, 2002 yılında 37 girişimci kadın tarafından kadının girişimcilik ile güçlenmesini amaçlayan sivil toplum kuruluşu KAGİDER, 2006 yılında Kadın Emeği ve İstihdamı Girişimi (KEİG) ve 2007 yılında TOBB bünyesinde kurulan TOBB Kadın Girişimciler Kurulu (TOBB KGK) kurulmuştur. Türkiye’de kadın girişimciliğinde yaşanan tüm gelişmeler kadınları çalışma hayatına kazandırmak ve uzun vade de istihdam yaratma amacı taşımaktadır.

Tablo 1: TÜİK 2014-2015 Türkiye’de Kadın İstihdam Oranı

Türkiye			
İstihdam Oranı (%)	(15-64) ve Kadın	2014	29,5
		2015	30,5
		2016	31,2
		2017	32,2
		2018	32,9
		2019	32,2

Kaynak: (TÜİK Merkezi Dağıtım Sistemi)

Tablo 1 TÜİK 2014-2019 yılları arası 15-64 yaş aralığı ‘‘Türkiye’de Kadın İstihdam Oranı’’ verilerine göre; 2014 yılında %29,5 olan kadın istihdam oranı, 2015 yılında %1’lik artış ile %30,5’e yükselmiş, 2016 yılında ise %0,7’lik artış ile %31,2’ye yükselmiştir. 2017 yılında tekrar %1’lik artış oranı ile %32,2’ye yükselen kadın istihdam oranı, 2018 yılında %0,7’lik artış oranı ile %32,9’a ulaşmıştır. Ancak 4 yıl boyunca artış gösteren kadın istihdam oranı 2019 yılında %0,72’lik bir düşüş oranı ile %32,2’e düşüş göstermiştir.

Tablo 2: TÜİK 2014-2019 Türkiye’de Kadının İş gücüne Katılma Oranı

Türkiye			
İşgücüne Katılma Oranı (%)	(15-64) ve Kadın	2014	33,6
		2015	35
		2016	36,2
		2017	37,6
		2018	38,3
		2019	38,7

Kaynak: (TÜİK Merkezi Dağıtım Sistemi)

Tablo 2 2014-2019 yılları arası 15-64 yaş aralığı ‘‘Türkiye’de Kadının İş Gücüne Katılma Oranı’’ araştırma sonuçlarına göre; 2014 yılında %33,6 olan katılım oranı 2015 yılında %1,4’lük artış oranı ile %35’e yükselmiş, 2016 yılında %1,2’lik artış ile %35,2’ye yükselmiştir. 2017 yılında %1,6 artış oranı ile %37,6’ya ulaşan katılım oranı 2018 yılında %0,7’lik yükseliş ile %38,3’e ulaşmıştır. 2019 yılında da artışa devam eden kadının iş gücüne katılım oranı %0,4’lük artış oranı ile %38,7’ye ulaşmıştır.

Yukarıda paylaşılan oranlar göstermektedir ki, Türkiye’de kadının iş hayatına katılım oranı her geçen yıl daha fazla artış göstermekte ve bu durumda ülkemizde kadının yerinin, öneminin ve statüsünün değiştiğine önemli bir gösterge olmaktadır.

3.4. Kadınların Girişimcilikte Avantaj ve Dezavantajları

3.4.1. Kadınların Girişimcilikte Avantajları

3.4.1.1. Maddi Destek

Ekonomide kadın istihdamı son derece önem teşkil etmektedir. Bu sebep ile ülkemizde kadınları girişimciliğe teşvik etmek ve kadın istihdamını arttırmak amacıyla bir takım destekler ve istisnalar sağlanmaktadır. Kimi devlet destekleri yalnızca kadınlara verilirken kimi desteklerde öncelikli olarak kadınlara verilmektedir (İlgaz, 2019).

KOSGEB hibe ve destekleri bunlardan bir tanesidir. KOSGEB kadın girişimcilere özgü destek ve kolaylıklar sağlarken, üretimden yatırıma, Ar-Ge çalışmalarından yurtdışı işlemlerine değin tüm alanlarda kadınlara destekler vermektedir. Tüm bu destekler verilirken desteğin hem miktarında, hem de destek sürelerinde kadınlara pozitif ayrımcılık yapılmaktadır. KOSGEB 2018 yılında 11 bin dolaylarında kadın girişimciye 220 milyon TL'ye yakın girişimcilik desteği vermiştir (KOSGEB'den Kadınlara Pozitif Ayrımcılık, 2019). Bununla beraber, kadın girişimcilere destek veren diğer kamu ve özel kuruluşlar; KAGİDER, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), KEDV, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı (SYDV), Bankalar, Mikro Kredi Destekleri, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Destekleri' dir (İlgaz, 2019).

3.4.1.2. Duygusal Zeka

Duygusal zeka, kişinin kendisini ve başkalarını fark edebilmesi, empati yeteneğinin güçlü olması, başkalarını dinleyebilmesi ve özgün olmak gibi anlamları ifade etmektedir. Kadınlar kendi işletmelerini kuracakları zaman duygusal zekalarını çok daha iyi kullanabilmekte, kendilerinde ki ve başkalarında ki duyguları çok daha iyi farkına varabilmekte ve ilişkilerini geliştirerek yaptıkları işten daha fazla tatmin ve başarı sağlayabilmektedirler (Duygusal Zeka Nedir?, 2020).

Yapılan araştırmalara göre, kadınların duygusal zekalarının erkeklere nazaran çok daha yüksek olduğu ortaya konmuştur. Bu sayede kadın girişimciler; değerlendirme, hedeflerini belirleme, disiplinli olma, kendilerinin ve başkalarının güçlü ve zayıf taraflarını farkına varabilme, yönetme, liderlik yapma gibi birçok hususta erkeklerden daha fazla avantaj sağlamaktadırlar (Cinel, Kandemir , & Karademir, 2018, s. 488). Tüm bunlarla birlikte, kadınlar cesur davrandıkları takdirde kafalarına koydukları pek çok hedefi cesaretleri ve öneşileri ile gerçekleştirebilir ve girişimcilikte başarıya ulaşabilirler (Şenozan, 2004).

3.4.1.3. Sabır

Kadınlar doğaları gereği erkeklere göre daha fazla sabır duygusuna sahip kişilerdir. Günümüz iş ortamında ise sabır başarıya giden bir anahtar olarak görülmekte ve agresif iş stratejileri pek bir işe yaramamaktadır (Michalowicz, 2011). Bir işin devamlılığını sağlamak, problemler karşısında vaz geçmemek işe başlamaktan çok daha önem arz etmektedir. Bu konuda kadınlar büyük bir avantaj içerisinde ve hedeflerine ulaşma konusunda sabırla beklemektedirler (Şenozan, 2004). Bununla birlikte, profesyonel iş hayatında başarıya giden yol; müşterilerle, çalışanlarla, ortaklarla sabırlı bir şekilde iletişim kurmaktan geçmekte ve kadın girişimciler bu durumu kendi lehlerine çevirebilmektedirler.

3.4.1.4. Çoklu Görev

Kadınlar yapıları gereği birden fazla işi aynı anda yapabilme özelliğine sahiptirler. Bu durum iş hayatında ki kadın girişimcilere erkeklere göre daha fazla avantaj sağlamaktadır (Şenozan, 2004). Girişimcilikte büyük ölçekli ve komplike projelerde, proje yönetimi, kriz yönetimi, farklı iş süreçlerinin ve farklı ekip üyelerinin yönetimi, bütçe ve zaman dengesinin sağlanması gerekmektedir. Tamda bu noktada, kadınlar aynı anda birden fazla iş yapabilme kabiliyetlerini kullanarak girişimcilikte başarıya ulaşabilirler (Altan, 2018).

3.4.1.5. İlişki Yönetimi

Kadınların yapıları itibari ile diğer insanlarla ilişki kurma yetenekleri oldukça yüksektir. İhtiyaçları halinde ilişki kurdukları kişilerden rahatça yardım isteyebilir, bu durumu gurur haline getirmezler. Bu da kadınların problemleri aşarken kolaylıkla destek bulmalarına yardımcı olabilmektedir (Altan, 2018).

3.4.1.6. Kararlılık

Kadınlar önderlik yaptıkları projelerde, ekiplerine vaz geçmeme ve güçlüklerle başa çıkabilme vasıflarını öğretmektedir.

3.4.2. Kadınların Girişimcilikte Dezavantajları

Kadın ve erkek arasında yüzyıllardır ayırım yapılmış, maddi gelir sağlama erkeğin, aile ve ev işleri ise kadının görevi olmuştur (Öztürk, 2016, s. 53). Toplumumuzun ataerkil yapısı da kadınların iş yaşamında bir takım olumsuzluklarla karşılaşmasına sebep olmuştur. Kadın girişimcilerin yaşadığı ortak sorunlar arasında; kadınlara yüklenen toplumsal roller, aile etkisi, yetersiz eğitim, bürokratik engeller, finans bulma güçlüğü ve cinsiyet ayrımcılığı gibi sebepler gösterilebilmektedir (Kaygın & Güven , 2015, s. 36-37).

3.4.2.1. Kadınlara Yüklenen Toplumsal Roller

Toplum içinde kadınların rolleri çoğunlukla kültürel değerler ile belirlenmektedir (Barış & Aşkın, 2016, s. 11). Türk kültüründe kadının aile ve ev içi görevlerinin daha fazla olduğunun düşünülmesi, eş, anne ve dolayısıyla çocuk bakımı, ev işleri gibi sorumlulukların tümünün kadına atfedilmesi kadınlar üzerinde baskı faktörü yaratmaktadır. Girişimci kadınların yaşadığı en büyük sıkıntılar bu tür toplumsal roller sebebi ile yüklenen baskılardan kaynaklanmaktadır (Kadın Girişimcilerin İş Hayatında Karşılaştıkları Zorluklar, 2016). Ailenin maddi yönden ihtiyaçlarının erkekler tarafından karşılanması beklenirken, kadınların ev işlerini yapması ve çocuklarını büyütmesi toplum tarafından beklenmektedir. Kadınların çalışma hayatına girebilmesi için ev ve özel hayatları ile ilgili sorumluluklarını aksatmadan yerine getirmesi toplum tarafından beklenmektedir (Güleç, 2011, s. 49). Bu sebep ile kadın ev ve iş hayatı arasında gidip gelmekte, yetememe duygusu yaşamakta ve iki tarafa aynı anda konsantre olmaya çalışarak oldukça zorlu bir süreç geçirmektedir. Öte yandan tüm bu zorlukları yaşayan girişimci kadınlar gerek aile gerekse toplumsal çevrelerinden yeterli desteği görememektedir.

3.4.2.2. Aile Etkisi

Kadınların ailelerinden gelebilecek baskı ve kısıtlamalar girişimlerini olumsuz şekilde etkilemektedir (Erdun, 2011, s. 35). Çalışma hayatında kadın girişimciler dış etkenler sebebi ile sürekli bir yarış ve mücadele içindedirler. Tüm bu mücadelede kadınlar evdeki

rollerini de ihmal etmemeye çalışmakta ve bu durum onlara ekstra bir yük getirerek yorulmalarına sebep olmaktadır (Barış & Aşkın, 2016, s. 12). Bilhassa evli ve çocuk sahibi kadın girişimciler hem ev ve çocukları ile ilgilenmek hem de iş sorumluluklarını yerine getirmek zorundadır. Bu durum kadınların iş hayatlarını daha da stresli hale getirmektedir. Fakat tüm bu olumsuzluklara rağmen pek çok kadın girişimci, aile hayatları ile iş hayatlarını bir arada devam ettirebilmekte ve başarılı neticeler alabilmektedir (Kadın Girişimcilerin İş Hayatında Karşılaştıkları Zorluklar, 2016).

3.4.2.3. Yetersiz Eğitim

Türkiye'nin içinde bulunduğu eğitim sistemi kadınların girişimcilik maharetlerini geliştirebilecek nitelikte değildir (Güleç, 2011, s. 47). Kadınlara verilen mesleki eğitimler genellikle geleneksel ve cinsiyete dayalı rolleri destekleyecek şekildedir. Oysa kadınların eğitim seviyelerinin yükseltilmesi, onların yaşam kalitelerini ve statülerini artırarak kişisel özgürlüklerine kavuşmalarına yardımcı olacak en etkili yollardan biridir (Onay Özkaya, 2009, s. 59). Yetersiz eğitim düzeyi sebebi ile kadın girişimciler bürokratik muamelelerini ve finansal problemlerini halletmekte güçlük çekmekte, bu da işlerin sürekliliğini olumsuz yönde etkilemektedir (Barış & Aşkın, 2016, s. 5).

3.4.2.4. Bürokratik Engeller

Yapılan araştırmalara göre, Türkiye'de bürokratik engeller kadın girişimcileri zorlayan en önemli etkenlerden biridir (Gökçil, 2019, s. 48). Küçük bir işletme kurma ve tescil ettirme sürecinde dahi bürokrasi çok zor ve ağır ilerlemektedir (Güleç, 2011, s. 47). İşletme kurma sürecinde bürokratik işlemlerde tecrübesizlik ve süreçle ilgili bilgi sahibi olmamak zor ve ağır ilerleyen süreci daha da uzatmakta ve güç hale getirmektedir (Özyılmaz, 2016, s. 61). Girişimci kadınların teşviklerden yararlanmaları ya da girişimcilik konusunda eğitim almaları bürokratik sebeplerden dolayı çok zaman almakta ve kurumsallaşmayı olumsuz yönde etkilemektedir (Başol, 2010, s. 71). İşletmelerini kurma aşamasında kadın girişimcilerin bürokratik herhangi bir problem ile karşılaşmamaları için hükümet ve ilgili kuruluşların girişimci kadınlara yardımcı olmaları, girişimciliğe teşvik etmek amacıyla süreci

kolaylaştırmaları, kadınlar için yasal ve idari düzenlemeler getirilmeleri gerekmektedir (Güleç, 2011, s. 47-48).

3.4.2.5. Finans Bulma Güçlüğü

Kadınlar kendi işlerini kurmak istedikleri takdirde öncelikli olarak finansman kaynağı temin etmeleri gerekmektedir (Başol, 2010, s. 66). Bunun yolu ise genellikle kredi almalarından geçmektedir. Ancak kadınların ev işleri sebebi ile profesyonel iş hayatına girmelerinin kısıtlanması, bilgi ve deneyim eksikliği yaşamalarına ve kendilerine yaratılan sosyo-ekonomik sebepler ile finans kaynaklarına ulaşmaları sınırlandırılmaktadır (Öztürk, 2016, s. 60). Bu sebep ile finans bulma sürecinde kadınların krediye erişimleri hem zor hem de kredi şartlarının yeteri kadar bilinmemesi kredi almalarını büyük oranda güçleştirmektedir. Fakat kadınların kredi almakta zorlanmalarının en büyük sebebi, güvence gösterecekleri mal varlıklarının neredeyse tümünün erkekler üzerine olması ve kendilerine ait mal varlıklarının olmamasıdır (Başol, 2010, s. 66). Tüm bu sebepler kadın girişimcilerin finans bulmalarını güçleştiren ve dolayısıyla girişimcilik faaliyetlerinin önünde engel teşkil eden unsurlardır.

3.4.2.6. Cinsiyet Ayrımcılığı

Kadın girişimcilerin iş hayatları boyunca karşılarına bir takım kalıplaşmış problemler çıkmakta ve bu problemlerin başında cinsiyet ayrımcılığı önemli bir yer tutmaktadır. Cinsiyet ayrımı toplumların gelenek, görenek, kültürel özellikleri ve toplumsal ön yargılarından kaynaklanmaktadır. Bu tarz bir ayrımcılık, verilen ücretlerde eşitsizliğe, kadınlara terfi fırsatının verilmemesine, verilen görev dağılımında ayrımcılığa ve çeşitli faaliyetlerde kadınların dışlanmasına sebebiyet vermektedir. Kadınların iş yaşamlarında maruz kaldıkları cinsiyet ayrımcılığı aleni bir biçimde dile getirilmese de, uygulanmakta ve bu durum onların iş hayatlarında çoğu kez cam tavan engeli ile karşı karşıya gelmelerine sebep olmaktadır (Öztürk, 2016, s. 58). Tüm bu sebepler kadınların girişimcilik faaliyetlerinin sınırlı kalmasına, potansiyellerini kullanamamasına sebep olmakta bu da ülke ekonomisi açısından büyük kayıp olarak gösterilebilmektedir (Özyılmaz, 2016, s. 59).

3.5. Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler

Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler kendi içerisinde itme ve çekme olmak üzere iki ayrı bölüme ayrılmaktadır (Arslan & Toksoy, 2017, s. 130). Günümüzde ülkenin ekonomik koşulları sebebi ile yaşanan işsizlik problemleri, istihdam uygulamaları, iş yerinde yaşanan memnuniyetsizlik, esnek çalışma saatleri, cinsiyet ayrımcılığı ile kadınların düşük ücretler ile çalışması ve terfi almalarında ki olumsuz durumlar kadınları girişimciliğe itmektedir (Soysal, 2010, s. 90).

Kadınlar bağımsızlık, kendini gerçekleştirme ve başarıma isteği, ekonomik özgürlük, aile bütçesine katkıda bulunmak, kendi işinin patronu olmak gibi faktörler ile girişimciliğe yönelmektedir. Tüm bu sebepler ise kadınları girişimci olmaya çeken faktörler arasında gösterilmektedir (Yetim, 2002, s. 87). Öte yandan sosyal statü kazanmak ve güç elde etmek gibi istekler de kadınları girişimciliğe çeken faktörler arasındadır (Gökçil, 2019, s. 39-40).

Amerika’da yapılan araştırmalara göre, kendine ait bir iş yeri olan kadın girişimcinin iş kurma sebepleri arasında bağımsızlık arzusu, denetleme isteği gibi çekme faktörlerinin etkin olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonuçları göstermektedir ki, kadın girişimciler girişimsel hedefleri doğrultusunda iş yerlerini açmakta, az sayıda kadın ise cinsiyetle alakalı gerçekleştirilen ayrımcılık sebebiyle kendi iş yerlerini açmaktadır. Bu doğrultuda, kadınların girişimci olmalarına sebep olarak hem iten hem de çeken etmenlerden bahsedilebilmektedir (Demircioğlu Köse, 2018, s. 156).

İtici ya da çekici sebep ne olursa olsun girişimcilik kadınları güçlendiren bir süreçtir. 1980’den sonra da pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de kendi işinin patronu olmak isteyen kadınları teşvik edici ve destekleyici kurum ve kuruluşlar ortaya çıkmış ve kadın girişimcilere bu yolda destekler verilmiştir (Tekin, 2019, s. 45).

3.5.1. Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler

Kadınların yaşadıkları işsizlik problemi, esnek çalışma saatleri, iş yerindeki memnuniyetsizlik ve cam tavan sendromu, ücretlendirmede ayrımcılık gibi olumsuz sebepler kadınları kendi iş yerlerini açma yoluna itmektedir.

3.5.1.1. İşsizlik Problemi

Erkek iş gücünün baskın olduğu sektör ve toplumlarda kadınlar iş bulma konusunda sınırlı fırsatlara sahiplerdir. Bu durum ile ortaya çıkan işsizlik problemi kadınlara kendi işlerini kurmaları konusunda itici bir etkiye sahip olmuştur. Yaşanan ekonomik krizler ve şirketlerin küçülmelere gitmeleri neticesinde ilk gözden çıkarılanların çoğu zaman kadınların olması ve kadınların sürekli olarak bu korku ile yaşaması onlarda işsiz kalmak yerine bir iş kurmalıyım fikrini tetiklemiştir (Gökçil, 2019, s. 37-38).

3.5.1.2. İş Yerindeki Memnuniyetsizlik ve Cam Tavan Sendromu

Kadınların iş yerlerinde ki çalışma koşullarından memnun olmayışı onları yeni bir iş bulmaya itmektedir. Bu memnuniyetsizlik bazı durumlarda ise kadınlara kendi işinin patronu olma fırsatını sunmaktadır. Kadınlar toplumsal ön yargılar sebebiyle iş yerlerinde belli bir kademeye kadar yükselebilmekte ancak yönetici statülerine çıkması engellenmektedir (Gökçil, 2019, s. 39). Cam tavan sendromu olarak açıklanan bu durum, kadınların yükselme evresinde olmalarına karşın görünmez bir sınır ile engellendiklerini göstermektedir (Özer Güner, 2018, s. 17-18).

3.5.1.3. Ücretlendirmede Ayrımcılık

Ücretlendirmede yapılan ayrımcılık yapılan işin içeriği ile değil işi yapan kişinin cinsiyeti ile belirlenmektedir. Birçok sektörde kadın çalışanların günlük kazancı erkek çalışanların kazancından daha düşük olmakta ve bu durum bazı sektörlerde daha yoğun şekilde uygulanmaktadır (Çakır, 2008, s. 34). Yapılan bu doğrudan ayrımcılık ve adaletsiz dağılım kadınları kendi iş yerlerini açmaya ve bu tür olumsuzluktan kurtulmaya itmektedir.

3.5.2. Kadınları Girişimci Olmaya Çeken Faktörler

Kadınları girişimci olmaya çeken faktörler girişimci olma kararını olumlu açıdan etkileyen faktörler olarak gösterilmektedir. Günümüzde kadınlar bağımsızlık, kendini gerçekleştirme ve başarıma arzusu, ekonomik özgürlük, aile bütçesine katkıda bulunmak, kendi işinin patronu olmak gibi faktörler ile girişimciliğe yönelmektedir. Tüm bu sebepler kadınları girişimci olmaya çeken faktörler arasında gösterilmektedir.

3.5.2.1. Bağımsızlık

Bağımsız olmak ve dolayısıyla ekonomik özgürlüklerini kazanmak kadınları girişimciliğe çeken faktörler arasında en mühim olanlardan biridir. Kadınların girişimci olarak var olabilmesi yalnız ekonomik manada bir bağımsızlığı değil, aynı zamanda yaptığı işi sürdürebilmek açısından da bağımsızlığı beraberinde getirecektir (Arslan & Toksoy, 2017, s. 132).

3.5.2.2. Kendini Gerçekleştirme Arzusu

Kendi işini açmak isteyen fakat maddi açıdan zorluk içinde olan kadınlar için en mühim şey gelir kaynağı elde etmek olurken, herhangi bir gelire ihtiyacı olmayan kadınlar için en mühim şey kendini gerçekleştirmek olmaktadır. Bu şekilde kadınlar maddi kazanç sağlamaktan önce kendilerini ispatlama ve gerçekleştirme arzusu ile hareket etmekte ve bu durum onları girişimciliğe çekmektedir (Özyılmaz, 2016, s. 44).

3.5.2.3. Esnek Çalışma Saatleri

Kadınlar üstlendiği annelik, eşlik ve ev hanımlığı gibi roller ile iş ve aile hayatını dengede tutmada problemler yaşamaktadır. Öyle ki kadınlar ailelerine karşı hissettikleri sorumluluk duygusu ile kariyerlerine ara vermek zorunda kalmıştır. Ancak girişimcilik ile kadınlar kariyerlerine farklı bir yerden devam etme fırsatı yakalamış ve üstlendiği görevlerini rahatlıkla yerine getirebilme imkanı bulmuştur. Bu sayede kadınlar girişimciliğin sunduğu bağımsızlık ve kendi işinin sahibi olma gibi özellikler ile aile içi sorumluluğunu ve annelik

vazifelerini esnek çalışma saatleri sayesinde yerine getirebilmekte, ailesi ile işi arasındaki dengeyi sağlayabilmektedir. (Gökçil, 2019, s. 38).

3.5.2.4. Aile Bütçesine Katkıda Bulunmak

Eşlerin çalışmadığı ya da gelirin düşük olduğu ailelerde kadınlar aile bütçesine katkıda bulunmak için çalışma yolunu tercih ederler. Kadınların burada ki temel amacı başarma ya da kendini gerçekleştirme arzusu değil, ailesinin geçimini sağlamak için destek vermektir (Arslan & Toksoy, 2017, s. 132).

3.5.2.5. Kendi İşinin Patronu Olmak

Kadınlar başka işletmelerde maaşlı olarak çalışmak yerine kendi işinin patronu olmak, daha fazla gelir elde etmek ve zengin olmak gibi hayaller kurabilirler. Bu tarz hayaller iş hayatında kadınlar için daha güdüleyici olabilmekte ve kadınları girişimciliğe çeken faktörler olarak gösterilebilmektedir (Özyılmaz, 2016, s. 45).

3.5.2.6. Güç Elde Etme İsteği

Güç elde etme isteği başka kişilerin davranışlarını etkilemek, onlardan sorumlu olmak ve denetleme arzusu şeklinde açıklanmaktadır. Esas hedef, başka insanları yönlendirmek, tesiri altına almak ve fırsatlar doğrultusunda hüküm elde etmektir. Tüm bu özelliklere sahip olmak ve güç elde etmek isteyen kadınlar girişimci olma yoluna yöneleceklerdir (Gökçil, 2019, s. 40).

4. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE E-TİCARET VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

4.1. E-Ticaret Kavramı

Ticaret kavramı bilindiği üzere mal ya da hizmetin alınıp satılması işlemiyken, bu işlemlerin elektronik ortamda ve İnternet üzerinden yapılması e-ticareti ortaya çıkarmıştır (Aliyeva, 2017, s. 32). E-ticaret kavramı, İnternet üzerinden pazarlanan bir ürününün tekrar İnternet üzerinden satılması veya satın alınması işlemidir. Esasında e-ticaret, elektronik iletişim kanalları aracılığı ile kişinin beğendiği ürün, hizmet ve servis ücretinin kişinin banka hesabı ile otomatik olarak ödemesi sonucu ürün, hizmet ve servis çeşitlerinin alınıp satılabilmesidir (Ülfer, 2014, s. 1).

Farklı bir tanıma göre e-ticaret, ticari etkinliklerin geleneksel dağıtım yollarından bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin ürünü olan elektronik dağıtım yollarına aktarılmasıdır. Bu şekilde müşteriler e-ticaret ile ürün ve hizmetleri satın almak için mağazaya gitmelerine gerek kalmadan İnternet kanalı ile sipariş verebilmektedir. Günümüzde İnternet'in yaygınlaşması sonucu firmaları İnternet üzerinden kendilerini ve ürünlerini tanıtmak amacıyla kendi Web sayfalarını açmakta ve reklam çalışmalarında olmaları ticari etkinliklerini İnternet üzerinden gerçekleştirmelerini sağlamıştır (Soydal, 2006, s. 548).

E-ticaretin tanımını pek çok kuruluş farklı şekillerde yapmıştır. Dünya Ticaret Örgütü (WTO)'ya göre e-ticaret; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının iletişim kanalları üzerinden gerçekleştirilmesidir. Birleşmiş Milletler Yönetim Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezi (CEFACT)'a göre; iş, yönetim ve tüketim çalışmalarının sürdürülmesi için düzenlenmiş ve düzenlenmemiş iş bilgilerinin üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer şirketler arasında elektronik araçlar ile gerçekleşmesidir. Fakat e-ticaret ile ilgili en yaygın ve kabul görmüş tanım İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından yapılmıştır. Buna göre, e-ticaret ses, görüntü ve sayısallaştırılmış yazılı metinlerin işlenerek iletilmesine dayalı kişileri ve kurumları alakadar eden bütün ticari prosedürlerdir (Doğaner, 2007, s. 6-7).

İnternet altyapılı teknolojilerin gelişmesi ile firmalar yeni pazarlara açılma ve çalışmalarını daha uygun ücretler karşılığında gerçekleştirme şansını yakalamıştır. Bu gelişmeler şirketlere daha atılgan girişim fikirlerini gerçekleştirme şansı vermektedir. E-ticaret ile firmaların ürünlerini nereye yollayıp yollamayacağı, müşterilerin firmaya nerede, nasıl ulaşabileceği ve dolayısıyla İnternet ile sınırların yok olduğunu söylemek muhtemeldir. E-ticaret ile dünyanın neresinde olursa olsun tüketicilere ürün ve hizmet tanıtılabilmekte, kargo gönderilen tüm yerlere firmaların ürünleri kolayca gönderilebilmektedir. E-ticaret yapmak için gerekli olan şey firmanın ürünlerini tanıtip satabileceği bir web sitesine sahip olmasıdır. (Marangoz, 2018, s. 264).

İnternet ile birlikte ortaya çıkan yeni tarz ekonomi anlayışı ile sekiz saatle sınırlı tutulan çalışma sistemi değişmiş ve günün 24 saatine de uygun olacak şekilde çalışan şirket yapıları ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yeni ekonomi anlayışı ile rekabetin niteliği de değişiklik göstermiştir. Eski tarz ekonomide firma ürünlerini üretirken, rakip firmalarda bu ürünün karşısında nasıl bir yol izleyecekleri hakkında stratejiler geliştirmektedir. Ancak yeni sistemde kimin ne zaman ne yapacağı önceden bilinemez hale gelmiş ve bu nedenle işletmeler oldukça hızlı, esnek davranmak ve teknolojiyi çok iyi şekilde kullanmak zorunda kalmıştır (Bakırşen & Tekinşen, 2006, s. 132).

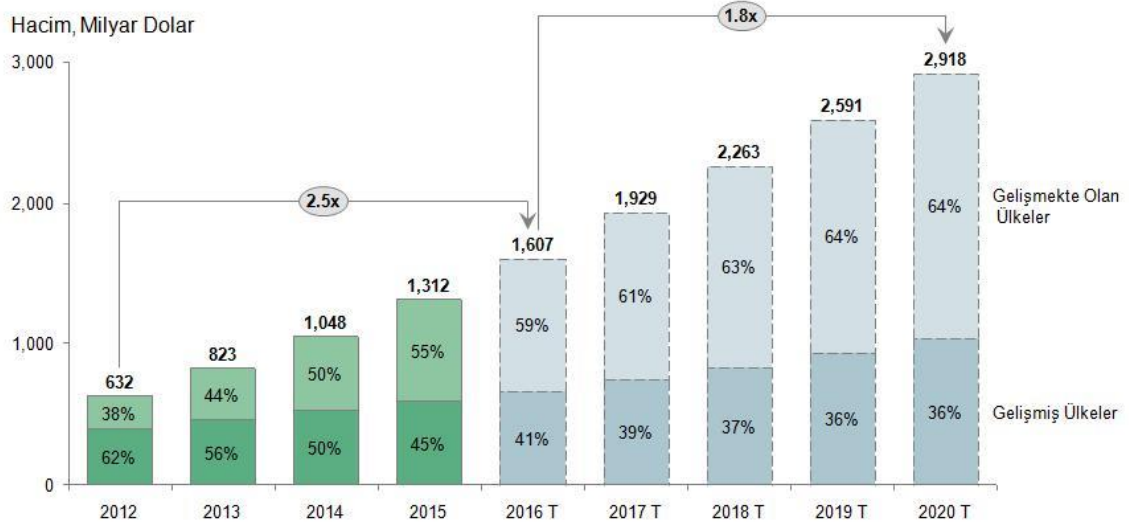
4.2. Dünyada E-Ticaretin Tarihsel Gelişimi

E-ticaret, bütün dünyada ticaretin serbestleştirilmesi ile beraber bilhassa son 10 yıl içinde yaşanan ve bilgi iletişimini kolay hale getiren teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Aliyeva, 2017, s. 32).

Dünyada e-ticaretin tarihsel gelişimi incelendiğinde ise ilk örnek 1960’larda IBM şirketinin American Airlines için geliştirdiği bilgisayarlı bilet rezervasyonu karşımıza çıkmaktadır (İlk Online Alışveriş Deneyimi: Michael Aldrich, 2019). 1965’te ise POS cihazları, ATM’ler ve kredi kartları ile e-ticaretin temelleri en ilkel hali ile atılmıştır. Daha sonra yaşanan ve şirketleri birbirine bağlayan, bilgi alışverişi ile elektronik şekilde iş sürdürmelerine yardımcı olan sistemler ortaya çıkmıştır. 1970 sonlarında ise Baxer

Healthcare ilaç firması hastanelere telefon tabanlı bir modem sistemi ile e-ticareti ilkel şekli ile başlatmıştır (Özyurt, 2016, s. 20).

Tarihte online alışverişi keşfeden kişi olarak bilinen İngiliz girişimci Michael Aldrich ise 1979'da evinde ki televizyonunu telefon hattı üzerinden gerçek zamanlı şekilde bilgisayara bağlamış ve tele-alışveriş olarak isim verdiği kavramı bulmuştur (İlk Online Alışveriş Deneyimi: Michael Aldrich, 2019). 1980'de ise TCP/IP transfer protokolü geliştirilmiş ve bilgisayarların açık ağlarda yani bilinen ismi ile İnternet üzerinde birbirleri ile iletişim halinde olması sağlanmıştır (Özyurt, 2016, s. 21). 1989 yılına gelindiğinde ise Tim Berners-Lee, HTML işaretleme dilini geliştirerek World Wide Web bilgi paylaşım sistemini kurmuştur (Tim Berners-Lee, 2020). Yaşanan bu büyük gelişme ile online alışveriş İnternet'e taşınmıştır. Öte yandan, 1992 yılında Charles Stack dünyanın ilk online kitapçısı books.com'u, Jeff Bezos ise 1994'te Amazon'u kurmuştur (İlk Online Alışveriş Deneyimi: Michael Aldrich, 2019). 1995 yılından sonra dünyada İnternet kullanımında yaşanan artış ile ortaya çıkan e-ticaret, bütün dünyada ticarete ki kısıtlama ve engellemelerin kaldırılması ile birlikte 2000'li yıllarda bilgi iletişimini zahmetsiz hale getiren teknolojik gelişmelerin devamı olarak ortaya çıkmıştır (Elektronik Ticaret, 2020).



Şekil 1: Dünya’da E-Ticaret Hacmi Değişimi (Kantarci, Özalp, Sezginsoy, Özaşkınlı, & Cavlak, 2017)

Şekil 1’e göre, dünyada e-ticaret hacmi 2012 ile 2020 yılları arasında artarak değişim göstermiştir. 2012 yılında toplam e-ticaret hacmi 632 milyar dolarken, 2020 yılında 2,918 milyar dolara yükselmiştir. Öte yandan 2012 yılında toplam e-ticaret hacminin %62’sini gelişmiş ülkeler oluştururken 2020’de neredeyse %64’ünü geliştirmekte olan ülkeler oluşturmaktadır.

2000 yılı itibari ile dünya nüfusu yılda yaklaşık %1,1 artarken, İnternet nüfusu %13,2 artış göstermiş ve dünya nüfusunun takriben yarısı İnternet kullanıcısı haline dönüşmüştür (Kantarci, Özalp, Sezginsoy, Özaşkınlı, & Cavlak, 2017, s. 13). 2016 yılı ile dünya nüfusu 7,4 milyara ulaşmış ve istatistikler dünya nüfusunun neredeyse %46’sının yani 3,4 milyar insanının İnternet kullanıcısı olduğunu göstermektedir.

4.3. Türkiye’de E-Ticaretin Tarihsel Gelişimi

Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)’ın çalışmaları kapsamında ülkemizde ilk kez 1991’de İnternet ile ilgili çalışmalar başlamış, 1993’te ise ilk İnternet bağlantısı gerçekleştirilmiştir. İnterneti ilk kez ODTÜ kullanmaya başlamış, ardından ise Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi,

İstanbul ve Ege Üniversiteleri kullanmaya devam etmiştir (Demirdöğmez, Gültekin, & Taş, 2018, s. 2222).

Türkiye’de e-ticaret kavramı ise ilk kez 1992 yılında Merkez Bankası ile bankalar arasında ki Elektronik Fon Transferi (EFT) ile başlamıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, hayatın her alanında bilgisayar kullanımını ihtiyaç haline dönüştürmüş ve insanlar durumla ilgili kendilerinde bir bilinç oluşturmuştur (Bucaklı, 2007, s. 45).

Ülkemizde e- ticaret uygulamaları çoğunlukla işletmeden müşterilere satış tarzı ile yapılmaktadır. Fakat dünyada var olan diğer uygulamalara bakıldığında işletmeden işletmeye satış tarzının e-ticaret hacminin mühim bir bölümünü oluşturduğu görülmektedir. Türkiye’de de şirketlerin çoğu tedarikçileri ve bayileri ile sürdürdüğü işlemleri İnternet üzerinden gerçekleştirmektedir. Buna sebep olarak kazançlarında ki artış müşterilerini kaybetmek istememek ve daha fazla müşteriye ulaşma arzusu ile şirketler kendi web sitelerini açmaktadır. Arçelik firması, siparişlerini bayilerinden İnternet yolu ile almaya başlayarak ülkemizdeki işletmeden işletmeye satış modelinin ilk öncüsü olmuştur. Öte yandan bankalar da İnternet aracılığı ile sundukları hizmetleri her geçen gün geliştirerek yapmaya ve bu konuda öncülük etmeye devam etmektedir (Özyurt, 2016, s. 23).

Ülkemizde e-ticaret alanında yaşanan diğer gelişmelere bakılacak olursa, 1997’de Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) tarafından e-ticaret ağının oluşturulması için bir toplantı düzenlenmiş ve böylece e-ticaretin önü açılmıştır. 1998’de ise Dış Ticaret Müsteşarlığı başkanlığında Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) oluşturulmuş ve teknik, finans, hukuk gibi gruplar burada çalışmalar gerçekleştirmiştir (Demirdöğmez, Gültekin, & Taş, 2018, s. 2222).

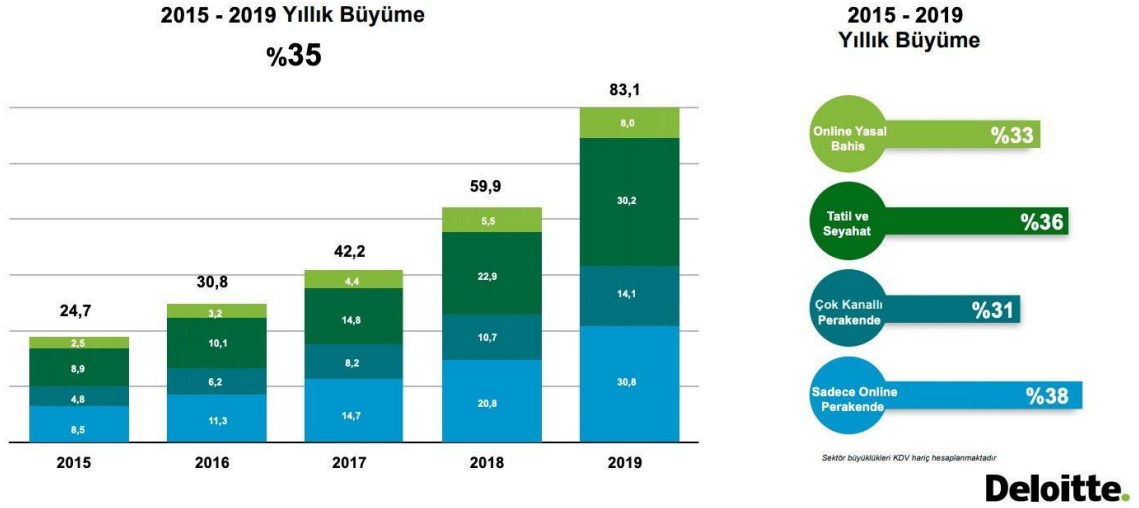
E-ticaretin yapılabilmesi için bürokratik, hukuki ve eğitim altyapılarının hazırlanması konusunda devlete önemli görevler düşmektedir. Bu görevler, özel sektörün ulusal ve uluslararası e-ticaret işlemlerinde maruz kaldığı problemleri halletmek, pürüzleri ortadan kaldırmak ve ihtiyaç duyulduğu takdirde gereken desteğin sağlanmasıdır. Bu amaçla ülkemizde e-ticareti geliştirmek için bazı çalışmalar yapılmıştır (Doğaner, 2007, s. 67). Bu

alışmalara rnek vermek gerekirse, Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı (TUENA), 1996 ve 1999 yıllarında Türkiye Bilimler Akademisi Başkanlığı (TÜBA), TÜBİTAK ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)'dır (zyurt, 2016, s. 23).

İnternette daha etkin bir şekilde faydalanmak amacıyla E-Türkiye isimli çalışma, 2001'de Başbakanlıkça gerçekleştirilen bir toplantı ile başlamış ve Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) bünyesinde oluşturulan Elektronik Ticaret Genel Koordinatörlüğü, E-Ticaret alışma grubu olarak görevini sürdürmeye devam etmiştir. Bununla beraber, günümüzde e-ticaretin gelişmesini olumlu yönde etkileyen pek çok etken bulunmaktadır. Bu etkenler; nüfus hacmi, İnternet kullanım oranı, sürekli gelişen ve artış gösteren farklı ödeme sistemleri, gelişen lojistik sistemleri vb. şeklinde sıralanabilmektedir. Öte yandan, ülkemizde ki genç nüfusun fazlalığı, yeni teknolojilere daha kolay ve çabuk uyum sağlanması olanak sağlamakta ve bu durum e-ticaretin hızla gelişmesine imkan tanımaktadır (Demirdöğmez, Gültekin, & Taş, 2018, s. 2218-2222).

Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD)'nin Türkiye E-Ticaret Pazar Büyüklüğü 2018 raporuna göre, e-ticaret sektörü % 42 büyüme ile 59,9 milyar liralık hacme ulaşmış ve 2014-2018 yılları arasında sektörün ortalama yıllık büyüme hızı %33 olmuştur (E-Ticaret hacmi yüzde 42 büyüyerek 2018 yılında 59,9 milyar TL'ye ulaştı, 2018).

Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)



Şekil 2: 2015-2019 Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (Muradoğlu, 2020)

Şekil 2’ye göre, 2019 yılında e-ticaret sektörü Türk Lirası bazında %39 büyüme ile 83,1 milyar liralık hacme ulaşmıştır. Sektör dolar bazında yüzde %18 büyürken, 2015-2019 yılları arasında sektörün ortalama yıllık büyüme hızı %35 olmuştur (Öğütücü, 2020).

Öte yandan, Bankalararası Kart Merkezi (BKM)’nin 2020 Nisan ayı verilerine göre, içinde bulunulan Covid-19 Salgını sebebiyle Türkiye’de e-ticarete büyük bir yükselme yaşanmış, 2020 Mart ve Nisan aylarında 5 milyon kart ilk defa İnternet üzerinden alışveriş amacıyla kullanılmıştır. Bununla beraber, nisan ayında 18 milyon ayrı kartta İnternet üzerinden gerçekleştirilen alışverişlerde kullanılırken, 2 milyon kartında ilk defa İnternet alışverişlerde kullanıldığı belirtilmiştir. Bu durum göstermektedir ki, içinde bulunulan salgın hastalık sebebi ile 2020 yılında e-ticarete ciddi bir yükselme meydana gelmiştir (BKM Nisan Ayı Verilerini Açıkladı, 2020).

4.4. Türkiye’de E-Ticaretin Kadın Girişimciliğindeki Rolü

İnternet kullanımının yüksek olduğu günümüz Türkiye’sinde e-ticaret ve kadın girişimciliği konuları oldukça önemli bir yere sahiptir. İnsanların büyük bir kısmının ihtiyaçlarını İnternet üzerinden hızlı ve pratik bir şekilde karşıladığı düşünüldüğünde, böylesine potansiyeli olan ve her geçen gün büyüyen bir pazar ve sektörle pek çok kişiye iş imkanı sağlanmaktadır. Bunların arasında kadın girişimciler oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Karamık, 2019). Ancak Türk toplumunda geleneksel tutumlar ve önyargılar nedeni ile kadınlar için en uygun iş olarak çocuklarına bakmak ve evinin işini yapma fikri baskın gelmektedir. Bu durum ise Türkiye’de çalışma hayatı konusunda kadınlara dezavantajlı bir durum yaratmaktadır (Bedük, 2005, s. 106-107).

Yüksek bütçeler nedeni ile kendi işini kurmaktan çekinen kadınlar e-ticaret sayesinde çok daha düşük bütçeler ile kendi işini kurma fırsatı yakalamıştır. Yeni bir iş fikrine sahip ve bu fikri gerçekleştirmek isteyen kadın girişimciler e-ticaret ile iş hayatlarını kendileri yönetebilme ve kendi işinin patronu olabilme şansına ulaşmıştır (E-ticaret Sitesi Kurmak İsteyen Kadınlara Tavsiyeler). Bununla beraber, kadın girişimciler e-ticaret ile maddi bağımsızlıklarını sağlayarak, evlerinden Whatsapp, Instagram, Facebook ya da online pazar yerleri üzerinden çalışabilmektedir. Bilhassa son 10 yıl içerisinde katlanarak büyümeye devam eden e-ticaret ile kadın girişimciler ürünlerini uluslararası pazarlarda tanıtmaya ve satmaya şansına da ulaşmıştır (Acar, 2019).

E-ticaret, girişimcilere daha esnek bir ticaret ortamı yaratmakta ve kadın girişimciler bu esneklik ile iş dışında da sorumlu oldukları çocuk bakımı, ev işleri gibi birçok görev için ciddi kolaylıklar yaşamaktadır. Öte yandan, girişimci olmak isteyen fakat ekonomik, ailevi ve benzeri nedenlerden ötürü esnek bir çalışma ortamına ihtiyaç duyan kadınlar için e-ticaret oldukça önem teşkil etmekle birlikte, her şeyin hızlı yaşandığı günümüzde kadınlara müthiş bir hız kazandırmıştır (Kendi E-ticaret Sitesini Kuran Kadın Girişimciler, 2015).

Ülkemizde kadınlar kendilerine yüklenen anne, eş, ev hanımı gibi toplumsal roller sebebi ile kariyerlerine ara vermek zorunda kalmıştır. E-ticaret bu noktada kadınların

kariyerleri için büyük avantajlar sağlamıştır. Bu sayede kadınlar işlerini belli bir ortama bağlı kalmadan, kendileri için en uygun zaman ve mekanda yürütme fırsatı yakalamıştır. Öte yandan kendi işini kurmak istemesine karşın yeterli sermayeye sahip olmayan kadınlar e-ticaret sayesinde daha düşük bütçeler ile kendi işlerini kurabilmekte ve çok geniş insan kitlelerine ulaşabilmektedir.



5. TÜRKİYE’DE E-TİCARET İLE FAALİYET GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın önemi ve amacı, yöntemi, örnekleme, sınırları, soruları ve bulgularına dair bilgiler sunulmuştur.

5.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Kadınlar kendilerine yüklenen eş, anne, ev hanımı vb. toplumsal roller sebebiyle çalışma hayatından ya geri kalmış ya da tamamen sonlandırmak zorunda kalmıştır. Kendilerine biçilen statülerden sıyrılmak, kendi işinin patronu olmak, güç elde etmek, kendini gerçekleştirmek, kazanç sağlayarak ekonomik anlamda bağımsız olmak, aile bütçesine katkıda bulunmak, özgür bir sosyal yaşam sürme istekleri ile kadınlar girişimciliğe yönelmiştir.

Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte kadınlar kafalarındaki girişim fikirlerini hayata geçirmek için atılımlar yapmaya başlamış ve e-ticaret ile bu fikirleri hayata geçirmeleri oldukça kolay hale gelmiştir. Bu sayede yenilikçi, işe yarar fikirlere sahip olan kadınlar hem kendi iş yerlerini kurma hem de ekonomiye önemli katkı sağlayarak kadın istihdamında ki artışa destek olabilmıştır.

Çalışma kapsamında, Türkiye’de kadınlara yüklenen anne, eş, ev hanımı vb. toplumsal rollerin e-ticaret ile değişerek kadınların kendi işinin patronu olduğu ve statü değiştirdiği, ekonomik bağımsızlığını kazandığı ve dolayısıyla e-ticaretin kadın girişimciler üzerinde olumlu etkisinin var olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında Türkiye’de e-ticaret yapan firma kurucusu kadın girişimcilerle girişimcilik ve e-ticaret üzerine hazırlanmış 11 soruluk derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucu elde edilen cevaplar teze aktarılmıştır.

Tablo 3: Görüşülen Kişi ve Firmada ki Görevi

Firma Adı	Firmada ki Görevi	Görüşülen Kişi
Fesleğence	Kurucu	Ceyda Dağcı
Essin Design	Kurucu	Esin Öney Nayir
Alaaddin Efendi	Kurucu	Melike Günaydın
Yuyu	Kurucu ve Yönetici	Pelin Rua Başsa
Homemade By Pınar	Kurucu	Pınar Güney
Jil Doğal Ürünler	Kurucu	Semra Yeşil

5.3. Araştırmanın Örneklemi

Dünya’da ve Türkiye’de e-ticaret yapan kadın girişimciler bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Yapılan çalışmada Türkiye’de yer alan, 2017 yılı ve sonrasında kurulmuş, fiziksel mağazası olmayan, ürünlerinin satışını e-ticaret yolu ile gerçekleştiren, sosyal medya hesaplarından Instagram hesabını kullanan 6 kadın girişimci ile görüşülmüştür.

Araştırma kapsamında, Fesleğence firma kurucusu Ceyda Dağcı, Essin Design firma kurucusu Esin Öney Nayir, Alaaddin Efendi firma kurucusu Melike Günaydın, Yuyu firma kurucu ve yöneticisi Pelin Rua Başsa, Homemade By Pınar firma kurucusu Pınar Güney ve Jil Doğal Ürünler firma kurucusu Semra Yeşil ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir.

5.4. Araştırmanın Sınırları

Çalışma kapsamında Fesleğence firma kurucusu Ceyda Dağcı, Essin Design firma kurucusu Esin Öney Nayir, Alaaddin Efendi firma kurucusu Melike Günaydın, Yuyu firma kurucu ve yöneticisi Pelin Rua Başsa, Homemade By Pınar firma kurucusu Pınar Güney ve Jil Doğal Ürünler firma kurucusu Semra Yeşil ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakat kapsamında kadın girişimcilere 11 soru sorulmuştur. Araştırma 6 girişimci kadın ve sorulara verdikleri cevaplar ile sınırlıdır.

5.5. Araştırmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıda ki sorular belirlenmiştir.

Türkiye’de e-ticaret kadın girişimciliğini arttırmış mıdır?

Türkiye’de e-ticaret kadının toplum gözünde ki sosyal statüsünü değiştirmiş midir?

5.6. Araştırmanın Bulguları

Çalışma kapsamında 05.06.2020 ile 12.06.2020 tarihleri arasında belirlenen 20 kadın girişimci ile telefon, mail ve Instagram yolu ile iletişime geçilmiştir. Ancak 7 firma yetkilisi yoğunlukları sebebi ile mülakat sorularını yanıtladıramamıştır. Diğer 7 firma ise kendilerine ulaştırılan mail, telefon aramalarına dönüş yapmamıştır. Bu sebep ile toplam 6 girişimci kadın ile 11 soruluk derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Ancak COVID-19 Salgını sebebi ile mülakatlar yüz yüze gerçekleştirilememiş ve kadın girişimcilerden 4’ü kişisel mail adresleri ile sorulara yazılı dönüş sağlamış, 1 kadın girişimci Instagram yolu ile diğer 1 girişimci ise mail üzerinden sesli şekilde soruları cevaplandırmıştır.

Örneklemdaki kadın girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonuçlarına göre, kadın girişimci kavramı Ceyda Dağcı’ya göre, “Kendi ayaklarının üzerinde durmak isteyen, iyisiyle kötüsüyle tüm sorumluluğu üzerine almak isteyen, değerli zamanını, tecrübe ve birikimini zekasıyla, çalışma azmiyle birleştirmek isteyen kişidir.” Esin Öney Nayır “İstek, hayal ve yapmak istediklerini cesur bir şekilde uygulamaya geçmektir.” Melike Günaydın “Kadın girişimci olmak baştanbaşa bir cesaret azim ve güçtür.” Pelin Rua Başsa “Kadın girişimci olmak engelli koşuda olmak gibi bir şeydir.” Pınar Güney “Girişimcilik göstereceğiniz işinizde önce yeterince istemeyi, kendimize güvenmeyi ve her ne yapacaksak onu iyi icra edebilmeyi hedef almaktır” ve Semra Yeşil’e göre, “Erkek egemen iş dünyasını rahatsız eden kişiler” olarak tanımlamıştır.

Kadın girişimciliğinin avantaj ve dezavantajları incelendiğinde, kadın girişimcilerden Ceyda Dağcı’ya göre, işin kurulma sürecinde devlet tarafından verilen desteklerin erkeklere

oranla daha fazla olması önemli bir avantaj olarak görülmüştür. Öte yandan kadın girişimcilerin girişim fikirlerini ortaya koydukları ve bununla ilgili planlamalar yapmaya başladıkları anda yakın çevreleri tarafından dikkate alınmamaları ve risk almaya değer görülmemeleri dezavantajlı bir durum olarak görülmüştür. Esin Öney Nayir için kadın girişimcilerin övgü dolu ve motivasyon artırıcı sözlerle karşılaşmaları avantajlı bir durum yaratırken, kadınların verdikleri mücadelede yakın çevreleri tarafından olumsuz davranışlara maruz kalmaları dezavantajlı bir durum teşkil etmiştir. Melike Günaydın'a göre, Türk örf ve adetlerinde kadın önemli bir yer tutmakla birlikte; anne, en iyisini bilen, ince düşünen, etkin karakter, sözünü dinleten, saygı duyulan, öncelik sağlanan kişidir. Tüm bunlar ise kadına girişimcilik faaliyetinde avantaj sağlamaktadır. Öte yandan, aileye vakit ayırma ve çocuklar ile ilgilenme gibi konularda kadının zorlandığını ve bu durumun kadın girişimcilere dezavantajlı bir durum yarattığını düşündüğünü belirtmiştir. Pelin Rua Başsa için kadın girişimciliğinin avantajları mevcut değilken, dezavantajları arasında, herkesle aynı yerden başlamasına karşın kadının yoluna çocuklarının ihtiyaçları, ilgilenmesi gereken ev, okul vb. bir takım engellerin çıkması kadın girişimcilere dezavantajlı bir durum yaratmaktadır. Pınar Güney'e göre, kadınların yaptıkları işte geri dönüşler almaya başlaması kendilerine olan güvenlerinin yenilenmesine, daha özgürleşmelerine, kendilerini güçlü hissetmelerine olanak sağlamak ve tüm bunların kadın girişimcilere önemli birer avantaj sağladığını belirtmiştir. Öte yandan başlangıç evrelerinde kadınların işlerini çevirinceye kadar finansal anlamda sıkıntılı zaman geçirmeleri kadın girişimcilere dezavantajlı bir durum yaratmaktadır. Semra Yeşil'de tıpkı Ceyda Dağcı gibi devlet tarafından kadınlara verilen desteklerin avantajlı bir durum yarattığını ancak normal hayatta yaşanan kadın ve erkek ilişkilerinde ki tüm ayrımın iş dünyasında da görüldüğünü ve iş dünyasında kadına iş yapan biri olarak değil sadece kadın olarak bakılmasının kadın girişimcilere dezavantajlı bir durum yarattığını belirtmiştir.

Kadın girişimcilerden Ceyda Dağcı, Melike Günaydın, Pelin Rua Başsa ve Semra Yeşil firmalarını 2017 yılında kurmuş, Esin Öney Nayir 2018, Pınar Güney ise 2019 yılında kurmuştur.

Kadınları girişimciliğe yönelten faktörlere incelendiğinde, Ceyda Dağcı kendi kararlarını kendi veren bağımsız bir kadın olmak, çok daha anne ve çocuklarına rol model olmak, Esin Öney Nayir tasarımcı olma hayali ile, Melike Günaydın ailesinden kalan zeytin ve narenciye bahçelerini yine ailesinden öğrendiği çiftçilik mesleğinin inceliklerini bilmesi sebebi ile, Pelin Rua Başsa girişimci bir aileden geliyor olması sebebi ile, Pınar Güney ise plansız ve ani bir şekilde girişimciliğe yönelmiş, Semra Yeşil ise kimyasalların bir kısmına karşı alerjisi olan bir kimyager olarak hayatında uyguladığı bazı içerikleri girişimcilik olarak dönüştürebileceği fikri ile girişimciliğe yönelmiştir.

Gerçekleştirilen derinlemesine mülakat sonucuna göre girişimcilik için gereken özellikler incelendiğinde, Ceyda Dağcı girişimci kişinin düzenli, planlı, araştırmacı, stres ile kolay baş edebilen, sonuç odaklı, büyük resme bakan ve ince detayları görebilen özelliklere sahip olması gerektiğini düşünmekte ve bu özelliklere sahip olabilmek için kendisini sürekli olarak motive ettiğini belirtmiştir. Esin Öney Nayir kararlı, kendine güvenen ve inanan kişi olarak girişimcilik özelliklerinden bahsetmiş ve kendi hayatında alaycı sözlere, bakışlara, tüm olumsuz düşüncelere kulaklarını kapatarak, kendisine inanarak yoluna devam ettiğini belirtmiştir. Melike Günaydın farklı olmak ve olmayanı sunan kişi olarak girişimcilik özelliklerinden bahsetmiş ve kendisinde de farklı neler yapabileceği düşüncesinin hep var olduğunu belirtmiştir. Pelin Rua Başsa cesaretli ve motivasyonu yüksek olarak girişimcilik özelliklerini dile getirirken, Pınar Güney ise dışa dönük, kendine inanan ve dürüst olarak girişimcilik özelliklerini sıralamış ve yaptığı işe başlarken kendisine inanarak, yaptığı işe karşı tarafın gözüyle bakarak harekete geçtiğini belirtmiştir. Son olarak Semra Yeşil hayal dünyası geniş, yaratıcı, iyi bir gözlemci, yaptığı işe inanan ve duygusal şeklinde girişimcilik özelliklerini sıralamış ve kendisini hayal dünyası geniş ve yaratıcılığı yüksek bir kişi olarak görmesi sebebi ile gerçek bir girişimci gibi hissettiğini belirtmiştir.

Araştırma bulguları ile medeni durum ve aile hayatının kadının girişimcilik faaliyetlerini ne yönde etkilediği konusunda, Ceyda Dağcı çocuklara rol model olmak ve onlarda farkındalık yaratmanın en büyük avantaj olduğunu, ancak aileye yetememe hissi, yorgunluk ve koşturmacanın ise büyük bir dezavantaj yarattığını belirtmiştir. Tıpkı Pınar

Güney’de medeni durumun hem avantaj hem de dezavantaj yarattığını ve evli bir kişinin bekar bir kişiye göre daha dezavantajlı olduğunu, ancak iki taraflı çalışmanın bir aileyi ekonomik yönden besleyerek özgürlük getirdiğini düşünmektedir. Esin Öney Nayir’de durumu dezavantajlı bulmakta ve Türk kadınlarının yükünün oldukça ağır olduğunu, özellikle evli ve çalışan bir kadının yükünün daha da ağırlaştığını düşünmektedir. Bununla beraber, Pelin Rua Başsa medeni durumun girişimcilikte kadına olumu ya da olumsuz ekstra bir etki yaratmadığını belirtirken, Melike Günaydın ve Semya Yeşil ise medeni durum ve aile hayatının kadın girişimcileri olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Kadının annelik ve ev kadını rollerinden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması Ceyda Dağcı’ya göre kadının toplum gözünde takdir edilmesine, sebep olmuştur. Esin Öney Nayir’e göre, kadınların artık söz hakkına sahip ve toplum gözünde oldukça güçlü konuma gelmelerine, Melike Günaydın’a göre kadınların kendi paralarını kazanmaları medeni durumları ne olursa olsun onlara biçilen anne modeli, ev hanımı rolü, aile kızı tabirlerinin geri planda kalmasına olanak sağlamıştır. Pınar Güney ise çalışan ve üreten bir kadının toplumda her zaman değer gördüğünü ve saygı uyandırdığını belirtmiştir. Öte yandan Pelin Rua Başsa ve Semra Yeşil ise annelik, ev kadını gibi rollerin sıyrılması gereken roller olmadığını, bilakis aynı anda hem anne hem ev kadını hem de girişimci olunabileceğine dikkat çekmişlerdir.

E-ticaretin kadın girişimcilere sağladığı olanaklar incelendiğinde, Ceyda Dağcı e-ticaret sayesinde mağaza açma için olanağı olmayan kadınların sadece e-ticaret ile büyük paralar kazanabildiğini, kadın girişimci sayısının her geçen gün arttığını ve bunu yaparken kadınların hem anne hem de ev hanımı rollerini devam ettirebileceğini düşündüğünü belirtmiştir. Esin Öney Nayir e-ticaretin oldukça önemli bir rol taşıdığını, özellikle girişimci kadınlara birçok kolaylık sağladığını ve e-ticaret kanalı ile kadınların kolaylıkla satış yapabildiklerini belirtmiştir. Melike Günaydın içinde bulunulan çağ itibarıyla insanların vakitlerinin kısıtlı ve kıymetli oluşu sebebi ile e-ticarete gün geçtikçe daha çok yöneldiklerini, girişimci kadınlarında daha çok kitleye ulaşmak adına e-ticareti tercih ettiklerini belirtmiştir. Pelin Rua Başsa kadın girişimcilerin evlerinden çalışabilmeleri için e-

ticaretin müthiş bir avantaj olduğunu, e-ticaret ile mekanın bağımsız hale geldiğini ve kadınların her yerden, her şekilde çalışabileceklerini dile getirmiştir. Pınar Güney e- ticaretin bilinirliği arttırdığını, kadın girişimcilerin kendilerini daha hızlı ve daha çok kişiye lanse etmelerine olanak sağladığını ve bu sayede üretimlerinin daha fazla kişiye ulaşmasına, ekonomik yönden kazanç sağlayabilmelerine olanak sağladığını düşünmektedir. Semra Yeşil ise e-ticaretin girişimci kadınlara büyük olanaklar sunduğunu, dükkan kirası, çalışan personele ödenen para vb. masrafların e-ticaret sayesinde ödenmesine gerek kalmadığını belirtmiştir.

E-ticaret ile “ev hanımı” statüsünde ki kadınların evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabildiklerine ve işlerinin patronu olabildiklerine katılan Ceyda Dağcı’ya göre, e-ticaret girişimci kadınların sayısının artmasında bir hayli etkili olmuştur. Esin Öney Nayir’e göre, ikinci bir işi olan ya da ev hanımları e-ticaret sayesinde çok daha rahat şekilde ürünlerinin satışını gerçekleştirebilmekte, mağaza kirası, eleman ve birçok gidere maruz kalmadan başarılı işlere imza atabilmiştir. Melike Günaydın’a göre, e-ticaret kadının statüsünde ki değişime sebep olmuş hatta başlı başına öncülük dahi etmiştir. Bununla beraber, Melike Günaydın e-ticaret ile girişimcilik faaliyeti gerçekleştiren kadınların bir önce ki nesillere göre daha şanslı olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Pelin Rua Başsa, e-ticaretin kadınların çalışma hayatına çok büyük katkı sunduğunu, Semra Yeşil ise diğer tüm girişimciler gibi e-ticaret ile kendi işinin patronu olan kadının statüsünün değişime uğradığını belirtmiştir. Ayrıca ev hanımlarının bazı durumlarda evlerinin bir köşesini atölyeye çevirerek keyif aldıkları iş ile üretim yapabildiğini, e-ticaret sayesinde para kazanabildiğini ve dolayısıyla kendilerine olan güvenlerinin artarak daha mutlu kadınların ortaya çıktığını düşündüğünü dile getirmiştir.

Ceyda Dağcı’nın e-ticarete başlarken amacı, bulunduğu şehrin dışında ki kişilere web sayfası aracılığı ile daha kolay bilgi verebilmek ve satış yapabilmekken, Esin Öney Nayir’in amacı markasını ve tasarımlarını tüm dünyaya tanıtmak olmuştur. Melike Günaydın e-ticaret aracılığı ile kendisinin ve markasının insanlar tarafından keşfedilmesini sağlamak amacı ile e-ticarete başladığını belirtirken, Pelin Rua Başsa Hepsiburada’nın Kadın Girişimci Programı

ile e-ticarete giriş yaptığını ve hedeflerine ulaştıkça yeni hedeflerinin oluştuğunu ancak şuan ilk çıktığı hedefin çok ilerisinde olduğunu dile getirmiştir. Pınar Güney e-ticareti kullanmalarıyla birlikte amaçlarına ulaştıklarını, satışlarında artış sağladıklarını, daha fazla kişiye ulaşma şansı yakalayarak ekonomilerine katkı sağladıklarını dile getirmiştir. Semra Yeşil ise e-ticaret ile bir hayalini gerçekleştirdiğini hatta çevresinde yaşayan herkesin hayalini gerçekleştirerek başarıya ulaştığını düşündüğünü belirtmiştir.

Kadın girişimcilerden Ceyda Dağcı, Melike Günaydın ve Pınar Güney girişimcilik ya da e-ticaret ile ilgili daha önce herhangi bir eğitim almamışken, Esin Öney Nayır ve Selma Yeşil girişimcilik alanında eğitim almış, Pelin Rua Başsa ise hem girişimcilik hem de e-ticaret alanında eğitimler almıştır.

E-ticarete kadının etkisini arttırmak için Esin Öney Nayır'e göre sosyal bir çevre, referans ve iyi bir web sitesi için maddiyat ön plandadır ve bu sebep ile kadınlara maddi desteklerin yapılması gerektiğini düşünmektedir. Melike Günaydın için kadınların kendilerini daha iyi tanıtabilecekleri sosyal projelere, etkinliklere ve festivallere katılmalarının gerekli olduğunu düşünmektedir. Konu ile ilgili Pelin Rua Başsa, İsmek gibi Halk Eğitim Merkezlerinde de e-ticaret ile ilgili kadınlara eğitimler verilerek e-ticarete kadının etkisinin artırılabilirliğini, Ceyda Dağcı, Pınar Güney ve Semra Yeşil de eğitimi ele alarak kadın girişimcilere e-ticaret hakkında eğitimlerin verilmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

Tüm katılımcılar e-ticarete sosyal medyanın son derece önemli olduğunu, Instagram hesapları üzerinden ürünlerinin tanıtımlarını yaptıklarını ve bu durumun satışlarını olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Konu ile ilgili Ceyda Dağcı sosyal medyanın günümüzün en büyük tanıtım olanaklarından biri olduğu ve ücretsiz olması sebebi ile tercih edildiğini belirtirken, Pelin Rua Başsa günümüzde sosyal medya ve e-ticareti birbirinden ayırmanın mümkün olmadığını ve Instagram'ın firmalar için artık kartvizit gibi olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Semra Yeşil ise Instagram olmasaydı kendi şirketinin hatta kendisinin dahi olmayacağını altını çizirken, Pınar Güney sponsor reklamları sebebi ile Instagram

hesaplarını daha yoğun kullandıklarını dile getirmiştir. Firmasına ait bir sosyal medya hesabı kurarak ilerlemeyi öngören Melike Günaydın ise sosyal medya desteği ile e-ticaretin en iyi satış şekli olduğunu düşündüğünü belirtmiştir.

Son olarak, katılımcılar girişimciliğe ve e-ticarete başlayacak olan girişimci adayı kadınlar için önerilerde bulunmuşlardır. Ceyda Dağcı kadınların profesyonel iş yaşamında tecrübe edinmelerini, işleri ile ilgili her detayı görmelerini, ellerinden gelenin en iyisini yapmaya odaklanmalarını, değişime açık olmalarını, ekiplerini iyi seçmelerini, gelişime açık ve çalışkan olmalarını, atılganlık ile girişimciliği karıştırmamalarını ve pes etmemeleri gerektiğinin üzerinde durmuştur. Esin Öney Nayir ise öncelikle kadınların çevrelerinde ki girişimci kadınların hikayelerini dinleyerek yola çıkmaları gerektiğini, inançlı ve kararlı olmalarını, risk almadan başarının olamayacağını, farklı olan, satabileceklerine inandıkları fikirlerle yol almaları gerektiğini ve hayal etmelerini tavsiye etmiştir. Pelin Rua Başsa her şeyi mümkün olabildiğince kağıt üzerinde planlamaları gerektiğini, fizibilitenin bu iş için olmazsa olmaz olduğunu ve soru sormaktan çekinmemeleri gerektiğinin üzerinde durmuştur. Pınar Güney, kadınların profesyonel destek alamasalar dahi yönlendirici kişilerden destek almaları gerektiğini, Semra Yeşil ise cesaretli olmalarını, kimsenin yapmadığı bir şeyi yapmakla vakit kaybetmeden çevrelerinde ki ihtiyaçlar doğrultusunda harekete geçmelerini kadınlara tavsiye etmişlerdir.

6. SONUÇ

İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve dünyanın hızlı bir değişim içerisine girmesi ile birlikte girişimcilik tüm dünyada oldukça önem kazanmıştır. Yaşanan bu değişim ile birlikte ekonomik, kültürel ve sosyal hayat içerisinde insanlar varlığını koruyarak değişime uyum sağlamıştır. Özellikle İnternetin hayatımıza girmesi ile birlikte kadınlar da bu değişimin içerisinde kendilerini gösterebilme şansı bulmuştur.

Ülkemizde 1980 ve sonrası kadın girişimciliği başka bir devre girmiş ve erkekler tarafından başlatılan girişimcilik hareketi bu dönemde kadınların idaresine geçmiştir. Türkiye’de kadınlar bu yılların ardından sosyal ve ekonomik alanda daha faal şekilde yer almıştır.

İnternet kullanımının yüksek olduğu günümüz Türkiye’sinde e-ticaret ve kadın girişimciliği konuları oldukça önemli yere gelmiş ve insanların büyük bir kısmının ihtiyaçlarını İnternet üzerinden hızlı ve pratik bir şekilde karşıladığı düşünüldüğünde, böylesine potansiyeli olan ve her geçen gün büyüyen bir pazar ve sektörle pek çok kişiye iş imkanı sağlanmıştır. Bunların arasında kadın girişimciler önemli bir yer tutmuş ve e-ticaretin sağladığı satış ve ulaşım ağı avantajı ile kendi işinin patronu olma fırsatı yakalamıştır. Kadınların kendi işini kurması ise ülke ekonomisinin gelişmesine büyük bir katkı sağlanmıştır.

Kadınlar kendilerine yüklenen; eş, anne, ev hanımı vb. toplumsal roller sebebiyle çalışma hayatından geri kalmış ya da tamamen sonlandırmak zorunda kalmıştır. Kendilerine biçilen toplumsal statülerden sıyrılmak, kendi işinin patronu olmak, güç elde etmek, kendini gerçekleştirmek, kazanç sağlayarak ekonomik anlamda bağımsız olmak, aile bütçesine katkıda bulunmak, özgür bir sosyal yaşam sürme istekleri ile kadınlar girişimciliğe yönelmiştir. Yüksek maliyetler ve bürokratik sebepler ile iş kurma fikrinden uzak duran kadınlar e-ticaret ile düşük bütçeler ile kendi işini kurma fırsatı yakalamıştır.

Çalışma kapsamında Türkiye’de yer alan, 2017 yılı ve sonrasında kurulmuş, fiziksel mağazası olmayan, ürünlerinin satışını e-ticaret yolu ile gerçekleştiren ve satışlarını desteklemek amacıyla Instagram sosyal medya hesabını kullanan 6 kadın girişimci ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonucuna göre, katılımcılardan 5’i kadın girişimciliğinin hem avantaj hem de dezavantajlı olduğunu düşünürken, yalnızca 1 katılımcı, kadın girişimciliğinin sadece dezavantajlı bir durum olduğunu düşünmektedir. Araştırma sonucuna göre, kadın girişimciliğinin avantajları arasında işin kurulma sürecinde devlet tarafından verilen desteklerin erkeklere oranla daha fazla olması, kadın girişimcilerin övgü dolu ve motivasyon artırıcı sözlerle karşılaşmaları ve kendilerine olan güvenlerinin artması, daha çok özgürleşmesi ve kendilerini güçlü hissetmeleri şeklinde belirlenmiştir. Öte yandan kadın girişimcilerin girişim fikirlerini ortaya koydukları ve bununla ilgili planlamalar yapmaya başladıkları anda yakın çevreleri tarafından dikkate alınmamaları, risk almaya değer görülmemeleri, herkesle aynı yerden başlamalarına karşın kadının yoluna ailesi, çocuklarının ihtiyaçları, ilgilenmeleri gereken ev, okul gibi engellerin çıkması kadın girişimciliğinin dezavantajları olarak ortaya çıkmıştır. Öte yandan normal hayatta yaşanan kadın ve erkek ilişkilerinde ki tüm ayrımın iş dünyasında da görülmesi ve iş dünyasında kadına iş yapan biri olarak değil, sadece kadın olarak bakılması kadın girişimciliğinin diğer dezavantajları olarak saptanmıştır.

Araştırma bulgularına göre, katılımcılardan 2’si için medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini hem olumlu hem de olumsuz şekilde etkilerken, diğer 2 katılımcı için sadece olumlu şekilde etkilemektedir. 1 katılımcı için medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetini olumsuz şekilde etkilerken, diğer 1 katılımcı için medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetini olumlu ya da olumsuz herhangi bir şekilde etkilememektedir. Araştırma sonucuna göre, medeni durum ve aile hayatının kadının girişimcilik faaliyeti üzerinde ki avantajları çocuklara rol model olmak ve onlarda farkındalık yaratmak, iki taraflı çalışmanın aileye ekonomik yönden özgürlük getirmesi şeklindedir. Bununla birlikte dezavantajları arasında ailesine yetememe hissi, yorgunluk ve

koşturmaca, Türk kadınlarının yükünün bu konuda oldukça ağır olması, özellikle evli ve çalışan bir kadının yükünün daha fazla olması kadının girişimcilik faaliyeti üzerinde ki dezavantajları olarak ortaya çıkmıştır.

Kadının annelik ve ev kadını rollerinden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması kadının toplum gözünde takdir edilmesine, değer görmesine, saygı duyulmasına, söz hakkına sahip ve güçlü konuma gelmesine olanak sağlamıştır. Bununla beraber, kadınların medeni durumları ne olursa olsun onlara biçilen anne, eş, ev kadını gibi rollerin geri planda kalmasına olanak sağladığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırma sonucuna göre, e-ticaret kadın girişimcilere birçok kolaylık sağlamış ve e-ticaret kanalı ile kadınlar kolaylıkla satış yapabilmeye, geniş kitlelere ulaşabilme, kendilerini daha hızlı ve daha çok kişiye lanse etme olanağı bulmuştur. Bu sayede kadın girişimciler, üretimlerini daha fazla kişiye ulaştırma ve ekonomik yönden kazanç sağlama fırsatı yakalamıştır. Bununla beraber, e-ticaret ile mekan bağımsız hale gelmiş ve kadınlar her yerden, her şekilde, evlerinden dahi çalışabilme olanağı bulmuştur. Bu sayede kadınlar işini yaparken hem anne hem de ev hanımı gibi toplum tarafından kendilerine yüklenen sosyal rollerini devam ettirebilme fırsatını yakalamıştır. Öte yandan, mağaza açmak için maddi imkanı olmayan kadınların e-ticaret sayesinde dükkan kirası, çalışan parası vb. masrafları ödemesine gerek kalmamıştır. Sonuç olarak, e-ticaret kadın girişimcilerin bilinirliğini arttırmıştır.

6 kadın girişimci ile yapılan araştırma bulgularına göre, kadınların e-ticarete başlama amaçları arasında; web sayfası aracılığı ile markalarının insanlar tarafından keşfedilmesini sağlamak, bilgi verebilmek, daha kolay satış yapabilmek ve dolayısıyla markalarını dünyaya tanıtmak öncelikli amaçlar arasındadır. Bununla beraber, katılımcıların e-ticaret ile satışlarında artış sağladıkları, daha fazla kişiye ulaşma şansı yakalayarak ekonomilerine katkı sağladıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Kadın girişimcilerden 3'ü girişimcilik ya da e-ticaret ile ilgili daha önce herhangi bir eğitim almamışken, 2 kadın girişimci girişimcilik alanında eğitim almış ve diğer 1 katılımcının ise hem girişimcilik hem de e-ticaret alanında eğitimler aldığı sonucuna varılmıştır.

Katılımcılara göre, e-ticarete kadının etkisini arttırmak için öncelikli olarak kadınlara e-ticaretle ilgili eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Bununla beraber, kadınlara maddi desteklerin verilmesi, sosyal projelere ve etkinliklere katılarak kendilerini daha iyi tanıtabilmelerine fırsat sunulması ve tüm bunların kadının e-ticarete ki etkisini arttırmaya yardımcı olacağı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Tüm katılımcılar e-ticarete sosyal medyanın son derece önemli olduğuna vurgu yapmıştır. Katılımcıların Instagram hesapları üzerinden ürünlerinin tanıtımlarını yapmakta oldukları ve bu durumun satışlarını olumlu yönde etkilediği sonuçlarına varılmıştır. Öte yandan, sosyal medya desteği ile e-ticaretin en iyi satış şekli olduğu, sosyal medya ve e-ticareti birbirinden ayırmanın mümkün olmayacağı, sosyal medyanın günümüzün en büyük tanıtım araçlarından biri olduğu, ücretsiz olması sebebi ile oldukça fazla tercih edildiği, Instagram'ın firmalar için artık kartvizit görevi üstlendiği ve sponsor reklamları için Instagram hesaplarının fazlasıyla etkili olduğu diğer sonuçlar arasına girmiştir.

Yapılan derinlemesine mülakat neticesinde, katılımcılar girişimciliğe ve e-ticarete başlayacak olan kadın girişimci adayları için önerilerde bulunmuşlardır. Buna göre, inançlı ve kararlı olmak, cesaretli olmak, gelişime açık ve çalışkan olmak, risk almak, pes etmemek, hayal etmek, tecrübe edinmek, değişime açık olmak, her detayı görmek, en iyisini yapmaya odaklanmak, ekiplerini iyi seçmek. Bununla beraber, ihtiyaçlar doğrultusunda harekete geçmek, atılganlık ile girişimciliği karıştırmamak, farklı ve satabileceklerine inandıkları fikirlerle yola çıkmak, profesyonel destek almak ve fizibilite çalışması yapmak gibi pek çok öneri fikirleri ortaya çıkmıştır.

Çalışma kapsamında ortaya konulan araştırma soruları incelendiğinde ise şu sonuçlar ortaya çıkmıştır:

Türkiye’de e-ticaret kadın girişimciliğini arttırmıştır. Türkiye’de yüksek meblağlar ve bürokratik işlemler sebebiyle kendi işini kurma fikrinden uzak duran kadınlar e-ticaret ile daha düşük meblağlar ile kendi işini kurma fırsatı yakalamıştır. Yeni bir iş fikrine sahip ve bu fikri gerçekleştirmek isteyen kadın girişimciler e-ticaret ile kendi işinin patronu olabilme imkanı bulmuştur. Bilhassa son 10 yıl içinde giderek büyümeye devam eden e-ticaret ile kadın girişimciler ürünlerini uluslararası pazarlarda tanıtma ve satma imkanına ulaşmıştır. Daha esnek bir ticaret ortamı yaratan e-ticaret ile kadın girişimciler iş dışında da sorumlu oldukları çocuk bakımı, ev işleri vb. konularda kolaylıklar yaşamıştır. Öte yandan girişimci olmak isteyen fakat ekonomik, ailevi ve benzeri nedenlerden ötürü esnek bir çalışma ortamına ihtiyaç duyan kadınlara e-ticaret oldukça fayda sağlamıştır. E-ticaret kanalı ile kadınlar kolaylıkla satış yapabilme, geniş kitlelere ulaşabilme, kendilerini daha hızlı ve daha çok kişiye lanse etme olanağı bulmuştur. Bu sayede kadın girişimciler, üretimlerini daha fazla kişiye ulaştırma ve ekonomik yönden kazanç sağlama fırsatı yakalamıştır. Bununla beraber, e-ticaret ile mekan bağımsız hale gelmiş ve kadınlar her yerden, her şekilde, evlerinden dahi çalışabilme olanağı bulmuştur. Bu sayede kadınlar işini yaparken hem anne hem de ev hanımı gibi toplum tarafından kendilerine yüklenen sosyal rollerini devam ettirebilme fırsatı yakalamıştır. Mağaza açmak için maddi imkanı olmayan kadınların e-ticaret sayesinde dükkan kirası, çalışan parası vb. masrafları ödemesine gerek kalmamıştır. Sonuç olarak e- ticaret kadın girişimciliğini arttırmıştır.

Türkiye’de e-ticaret kadının toplum gözünde ki sosyal statüsünü değiştirmiştir. Ülkemizde kadınlar toplum tarafından kendilerine yüklenen anne, eş, ev hanımı gibi toplumsal roller sebebi ile kariyer hayatlarına ara vermek ya da tamamen vaz geçmek zorunda bırakılmıştır. Ancak e-ticaret bu noktada kadınlara kariyerleri için büyük avantajlar sağlamıştır. Kadınlar işlerini belli bir ortama bağlı kalmadan, kendileri için en uygun zaman ve mekanda yürütme fırsatı bulmuştur. Öte yandan kendi işini kurmak istemesine karşın yeterli sermayeye sahip olamayan kadınlar e-ticaret sayesinde daha düşük bütçeler ile kendi işini kurabilmiş ve çok geniş insan kitlelerine ulaşabilmiştir. Kadının tüm bu rollerden sıyrılması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması kadının toplum gözünde takdir edilmesine, değer görmesine, saygı duyulmasına, söz hakkına sahip ve güçlü konuma

gelmesine olanak sağlamıştır. Bununla beraber, kadınların medeni durumları ne olursa olsun kendilerine biçilen anne, eş, ev kadını gibi roller e-ticaret ile beraber geri planda kalmıştır sonuçları elde edilmiştir.



7. KAYNAKÇA

- Acar, N. (2019, Temmuz 3). *E-Ticaret Ve Kadın Girişimciler*. Haziran 18, 2020 tarihinde İstanbul İşletme Enstitüsü: <https://www.iienstitu.com/blog/e-ticaret-ve-kadin-girisimciler> adresinden alındı
- Açıkgöz, Ö., & Özkan, B. (2009, Nisan). 1929 Dünya Ekonomik Buhranı ve Türkiye Ekonomisine Etkileri. *Mevzuat Dergisi*(136). Nisan 16, 2020 tarihinde <https://www.mevzuatdergisi.com/2009/04a/01.htm> adresinden alındı
- Advantages and Disadvantages of Entrepreneurship in Business*. (2019, Ocak 30). Mayıs 28, 2020 tarihinde Vapulus Web Sitesi: <https://www.vapulus.com/en/advantages-and-disadvantages-of-entrepreneurship-in-business/> adresinden alındı
- Akpınar, A. (2012, Eylül 17). *1929 Dünya Ekonomik Krizi ve Türkiye'ye Etkileri*. Mayıs 17, 2020 tarihinde Para&Borsa: <https://www.paraborsa.net/i/1929-dunya-ekonomik-krizi-ve-turkiyeye-etkileri/> adresinden alındı
- Aliyeva, B. (2017). Elektronik Ticaret: Dünyadaki Gelişmeler ve Azerbaycan Açısından Bir Değerlendirme. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, II(4), 30-43. Temmuz 7, 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/274761> adresinden alındı
- Allis, R. (2018, Ekim 17). *The History of Entrepreneurship From Ancient Trade To The Industrial Age*. Nisan 1, 2020 tarihinde Startup Guide Web sitesi: <https://startupguide.com/history-of-entrepreneurship-from-ancient-trade-to-the-industrial-age> adresinden alındı
- Altan, S. (2018, Eylül 4). *Kadınların İş Dünyasında Başarılı Olmak İçin Kullanabilecekleri 7 Kişisel Özellik*. Haziran 15, 2020 tarihinde Pazarlamasyon Web Sitesi: <https://pazarlamasyon.com/kadinlari-is-dunyasinda-basarili-olmak-icin-kullanabilecekleri-7-kisisel-ozellik/> adresinden alındı
- Araz Takay, B., Kalemci Tüzün, İ., Kırıl, S., Çiftçi, S., & Batum, U. (2014, Ekim). *Ankara'da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası*. Haziran 3, 2020 tarihinde <https://www.kagider.org/docs/default-source/Raporlar-ve-Sunumlar/ankarada-kadin-girisimcilik.pdf?sfvrsn=12> adresinden alındı
- Arslan, İ., & Toksoy, M. (2017). Türkiye'de Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi* (1), 123-148. Haziran 8, 2020 tarihinde <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/1719/M00898.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı

- Aslan, Ş., & Atabey, A. (2007). Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi. *Khazar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1-17. Haziran 6, 2020 tarihinde <https://www.jhss-khazar.org/2009-12-1/KURESEL%20REKABETTE%20KADIN%20GIRISIMCILERIN%20ROLU%20VE%20TURK%20KADIN%20GIRISIMCI%20TIPOLOJISI.pdf> adresinden alındı
- Aşkın, A., Nehir, S., & Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. Mart 14, 2020 tarihinde <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423881627.pdf> adresinden alındı
- Ayar, U. (2019). *Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisi ve bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ebru Doğan), İstanbul Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul. Ocak 12, 2020 tarihinde <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/ET000369.pdf> adresinden alındı
- Aydın, İ. (2019, Ağustos 29). *Girişimcilik Nerede Ve Ne Zaman Başladı? İlk Girişimciler Kimlerdi?* Nisan 1, 2020 tarihinde Ders: Tarih Web sitesi: <https://derstarih.com/girisimcilik-tarihi/> adresinden alındı
- Aytaç, Ö., & İlhan, S. (2007, Ocak). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2020 tarihinde Girişimci ve Girişimci Kültür:Sosyolojik Bir Perspektif: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/440/422> adresinden alındı
- Bakırşen, H., & Tekinşen, A. (2006). E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(16), 125-138. Haziran 17, 2020 tarihinde <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/516/498> adresinden alındı
- Barış, S., & Aşkın, E. Ö. (2016, Ekim). Tokat Yerel İşgücü Piyasasında Kadın Girişimciler: İstihdama Katılım Özellikleri ve Sorunları. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 20. Haziran 12, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/813b/770e/0f61/imp-294655-0.pdf?> adresinden alındı
- Başol, O. (2010). *Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: İknur Kılıkış), Uludağ Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Bursa. Mayıs 27, 2020 tarihinde <http://acikerisim.kirklareli.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.11857/422/Oguz%20Basol%20-%20Yuksek%20Lisans%20Tezi.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı

- Bedük, A. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, III(12), 106-117. Temmuz 9, 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/69847> adresinden alındı
- Bend, D. (2015, Mart 24). *Başarılı Girişimci Liderlerinin 12 Önemli Özelliği*. Temmuz 11, 2020 tarihinde Girişimle.com Web Sitesi: <https://girisimle.com/basarili-girisimci-liderlerinin-12-onemli-ozelligi/> adresinden alındı
- Bilgen, A. (2018). Dünya’da ve Türkiye’de Girişimciliğin Tarihi Gelişimi. Ş. Şenturan, & (Ed.) içinde, *Girişimcilik " Örnek Olaylarla"* (s. 27-46). İstanbul: Beta Yayınları. Mart 24, 2020 tarihinde alındı
- Bilgutay, M. (2019, Ekim 11). *Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi Açıklandı*. Haziran 5, 2020 tarihinde Fintech Time Web Sitesi: <http://fintechtime.com/tr/2019/10/turkiye-kadin-girisimcilik-endeksi-aciklandi/> adresinden alındı
- BKM Nisan Ayı Verilerini Açıkladı*. (2020, Mayıs 13). Temmuz 11, 2020 tarihinde Marjinal Web Sitesi: http://interneticaret.blogspot.com/?gclid=EAIaIQobChMIIsqGW9ZrG6gIVhJSyCh3uogSgEAAYAiAAEgIqGvD_BwE adresinden alındı
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, I(2), 99-101. Mart 30, 2020 tarihinde http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/982/Oznur_Bozkurt_Makale.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden alındı
- Bucaklı, A. T. (2007). *Elektronik Ticaret*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışman: Yrd. Doç. Dr. Hayati Eriş), Kadir Has Üniversitesi, İşletme Bölümü, İstanbul. Haziran 17, 2020 tarihinde http://sites.khas.edu.tr/tez/AliTamerBucakli_izinli.pdf adresinden alındı
- Can, Y., & Karataş, A. (2007, Mayıs). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcileri Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi*(Özel Sayı), 251-261. Haziran 3, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/5000134547/5000123357.pdf?> adresinden alındı
- Candan, H. (2011, Ocak). Osmanlı’dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, I(2), 164. Mart 17, 2020 tarihinde <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/tr/download/article-file/107633> adresinden alındı
- Cici, E. (2013). *Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mahmut Tekin), Selçuk Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Konya. Nisan 19, 2020 tarihinde

<http://acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1658/331817.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı

- Cin, E. (2015, Temmuz 6). *Kadın Girişimciliği Araştırması 2015 Sonuçları Açıklandı!* Haziran 7, 2020 tarihinde Girişim Haber Web Sitesi: <https://www.girisimhaber.com/post/2015/07/06/Kadin-Girisimciligi-Arastirmasi-2015.aspx> adresinden alındı
- Cinel, M. O., Kandemir, H., & Karademir, D. (2018). Sosyal Zekanın Kadın Girişimciliği Üzerine Etkisi: Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. R. A. Wolff, S. Yılmaz, Y. Mamur Işıkçı, H. Bülbül, E. Mamur Yılmaz, & (Ed.) içinde, *Kadın Çalışmalarında Güncel Konular* (s. 482-489). Giresun: Eğitim Yayınevi. Haziran 14, 2020 tarihinde <https://books.google.com.tr/books?id=iECjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false> adresinden alındı
- Coşkun, A. (2003, Kasım). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Türkiye Ekonomisi. *Atatürkçü Düşünce Dergisi*(4), 72-77. Mart 19, 2020 tarihinde https://www.academia.edu/2992760/Cumhuriyetin_Ilk_Yillarda_Turkiye_Ekonomisi adresinden alındı
- Çakır, Ö. (2008, Temmuz-Aralık). Türkiye’de Kadının Çalışma Yaşamından Dışlanması Türkiye’de Kadının Çalışma Yaşamından Dışlanması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(31), 25-47. Haziran 16, 2020 tarihinde <http://iibf.erciyes.edu.tr/dergi/sayi31/003%20ozlem%20cakir.pdf> adresinden alındı
- Çeltek, A. (2018, Haziran 18). *Yöneticinin Planlama Becerisi*. Temmuz 11, 2020 tarihinde Linked In Web Sitesi: <https://tr.linkedin.com/pulse/y%C3%B6neticinin-planlama-becerisi-ali-alper-%C3%A7eltek> adresinden alındı
- Çetin Karabat, B., & Sönmez, Ö. A. (2012). The Role of Women Entrepreneurship For The Regional. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 12. Haziran 8, 2020 tarihinde https://arastirmax.com/en/system/files/dergiler/190708/makaleler/1/2/arastirmx_190708_1_pp__2.pdf adresinden alındı
- Demircioğlu Köse, A. (2018). Girişimcilik Türleri. Ş. Şenturan, & (Ed.) içinde, *Girişimcilik "Örnek Olaylarla"* (s. 147-191). İstanbul: Beta Yayıncılık. Haziran 20, 2020 tarihinde alındı
- Demirdöğen, O. (tarih yok). *Girişimcilikte Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri*. Mayıs 29, 2020 tarihinde Slide Player Web Sitesi: <https://slideplayer.biz.tr/slide/3635051/> adresinden alındı

- Demirdöğmez, M., Gültekin, N., & Taş, H. (2018, Temmuz). Türkiye’de E-Ticaret Sektörünün Yıllara Göre Gelişimi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(15), 2216-2236. doi:10.26466/opus.453147
- Doğaner, M. (2007). *Elektronik Ticaret Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişimi ve İşletmeden Tüketicilere Elektronik Ticaret Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Prof. Dr. Çağatay Ünüsan), Selçuk Üniversitesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya. Haziran 17, 2020 tarihinde <http://acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/9404/211530.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı
- Durmuş, S., & Aydemir, N. K. (2016, Mart 11). Atatürk Dönemi Türkiye Ekonomisi (1923 – 1938). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, VII(12), 167. Mart 17, 2020 tarihinde <https://www.kafkas.edu.tr/dosyalar/iibfdergi/file/12/08.pdf> adresinden alındı
- Durukan, T. (2006). Düünden Bugüne Girişimcilik ve 21.Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, I(2). Mayıs 3, 2020 tarihinde http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/978/Tulin_Durukan_Makale.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden alındı
- Duygusal Zeka Nedir?* (2020, Haziran 14). Bcc Turkey Web Sitesi: https://bccturkey.com/duygusal-zeka-nedir/?gclid=EAIaIQobChMIkcDHR6KC6gIVt4BQBh1a4wsEEAAYASAAEgK70_D_BwE adresinden alındı
- Duygusal Zeka Nedir?* (2020, Mayıs 20). Haziran 14, 2020 tarihinde Bcc Turkey Web Sitesi: <https://bccturkey.com/duygusal-zeka-ve-kocluk/> adresinden alındı
- Duygusal Zeka ve Koçluk*. (2020, Mayıs 20). Haziran 14, 2020 tarihinde Bcc Turkey Web Sitesi: <https://bccturkey.com/duygusal-zeka-ve-kocluk/> adresinden alındı
- Ekonomik Kalkınma Savaşının Temelini Atan Kongre:İzmir İktisat Kongresi. (2017). *Ekonomik Forum Dergisi*(270), 112. Mart 20, 2020 tarihinde Apikam Web Sitesi: https://haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2017/270/106_112.pdf adresinden alındı
- Elektronik Ticaret*. (2020, Mayıs 1). Haziran 17, 2020 tarihinde Vikipedi Özgür Ansiklopedi Web Sitesi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Elektronik_ticaret adresinden alındı
- Elektronik Ticaret Hakkında Genel Bilgiler*. (tarih yok). Haziran 17, 2020 tarihinde Elektronik Ticaret Rehberi Web Sitesi: http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php adresinden alındı

- Eminoğlu, Y. (2019, Ağustos 19). *Girişimci Olmanın Avantajları Nelerdir?* Mayıs 29, 2020 tarihinde Proje Soft Web Sitesi: <https://www.projesoft.com.tr/girisimci-olmanin-avantajlari-nelerdir/> adresinden alındı
- Er, P. (2013). *Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşünceadaki Yeri: Joseph A. Ocak* 12, 2020 tarihinde Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/viewFile/44/28> adresinden alındı
- Erdun, Ş. (2011). *Kadın Girişimcilerin Risk Alma Eğilimi ve Kendine Güven Özellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Halil Yıldırım), Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Zonguldak. Mart 24, 2020 tarihinde http://acikerisim.kirklareli.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.11857/450/%C5%9Ferife_kuzgun_y%C3%BCkseklisanstaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden alındı
- Eren, D. (2012, Ocak 1). *Girişimcinin Psikolojisi*. Mayıs 27, 2020 tarihinde Sabah Gazetesi Web Sitesi: <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2012/01/31/girisimcinin-psikolojisi> adresinden alındı
- Ertaş, G. (2018). Girişimciliğin Başarısızlık Nedenleri. Ş. Şenturan, & (Ed.) içinde, *Girişimcilik "Örnek Olaylarla"* (s. 105-146). İstanbul: Beta Yayınları. Mayıs 30, 2020 tarihinde alındı
- E-Ticaret hacmi yüzde 42 büyüyerek 2018 yılında 59,9 milyar TL'ye ulaştı.* (2018). Temmuz 7, 2020 tarihinde TÜBİSAD Web Sitesi: <http://www.tubisad.org.tr/tr/guncel/detay/E-Ticaret-hacmi-yuzde-42-buyuyerek-2018-yilinda-59-9-milyar-TLye-ulasi/58/1980/0#:~:text=Anasayfa%20%3E%20G%C3%BCncel%20%3E%20G%C3%BCndem-,E%2DTicaret%20hacmi%20y%C3%BCzde%2042%20b%C3%BCy%C3%BCyer%202018%20y%C4> adresinden alındı
- E-ticaret Sitesi Kurmak İsteyen Kadınlara Tavsiyeler.* (tarih yok). Haziran 18, 2020 tarihinde Teknolojik Anneler Web Sitesi: <https://teknolojikanneler.com/e-ticaret-sitesi-kurmak/> adresinden alındı
- Ezer, F. (2010). 1929 Dünya Ekonomik Krizi'nin Türkiye'ye Etkileri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 427-442. Mayıs 12, 2020 tarihinde <http://web.firat.edu.tr/sosyalbil/dergi/arsiv/cilt20/sayi1/427-442.pdf> adresinden alındı
- Fettahoğlu, S. (2014). Kadın ve Erkek Girişimciye Ait İşletmelerin Finansal Performans ve Büyümesinin Karşılaştırılması: Kocaeli İli'nde Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, VI(1), 1-10. Mayıs 27, 2020 tarihinde alındı

- Fidan, A. (2003, Şubat). Tarım, Sanayi ve Bilgi Toplumunda Üretim ve Tüketim İlişkilerinin İşletme ve Yönetimleri Üzerindeki Etkileri. *Mevzuat Dergisi*(62). Mayıs 3, 2020 tarihinde <https://www.mevzuatdergisi.com/2003/02a/03.htm> adresinden alındı
- Fizyokrasi. (2014, Kasım 13). Nisan 12, 2020 tarihinde Genç Maliye Web Sitesi: <http://www.gencmaliye.com/category/iktisat/iktisadi-doktrinler/fizyokrasi/> adresinden alındı
- Fortune Danışmanlık. (tarih yok). Ocak 12, 2020 tarihinde Girişimci Kimdir: <http://www.fortune.com.tr/girisimciliktemel.asp> adresinden alındı
- Genç Acar, D. (2017, Şubat 1). 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı Ve İzmir’de Gündelik Yaşam. *Belgi Dergisi*(13), 408-428. <http://static.dergipark.org.tr/article-download/bc6f/13c3/2fe7/imp-JA28ZE38EU-0.pdf?> adresinden alındı
- Girgin, E. (2020, Mart 27). *Girişimcinin Özellikleri Nasıl Olmalıdır?* Temmuz 9, 2020 tarihinde İstanbul İşletme Enstitüsü: <https://www.iienstitu.com/blog/girisimcinin-ozellikleri-nasil-olmalidir> adresinden alındı
- Girişimcilerin Başarısız Olmalarına Neden Olan 9 Durum.* (2015, Aralık 25). Mayıs 31, 2020 tarihinde Idea Soft Web Sitesi: <https://www.eticaret.com/blog/girisimcilerin-basarisiz-olma-nedenleri/> adresinden alındı
- Girişimcilik Nedir? Girişimci Kime Denir?* (2019, 07 10). Ocak 12, 2020 tarihinde Girişimci Kafası: <https://girisimcikafasi.com/girisimcilik-nedir-girisimci-kime-denir/> adresinden alındı
- Girişimcilik Teknikleri Ders Notu.* (tarih yok). Ocak 12, 2020 tarihinde <http://www.siirt.edu.tr/dosya/personel/girisimcilik-teknikleri-ders-notu-siirt-201842795924378.pdf> adresinden alındı
- Gökçil, T. (2019). *Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği İş Yaşam Dengesinde Engel ve Fırsat Analizi: Konya İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, (Tez Danışmanı: Doç. Dr. Bilge Afşar), KTO Karatay Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Konya. Haziran 12, 2020 tarihinde <http://acikerisim.karatay.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.12498/787/TU%C4%9E%C3%87E%20G%C3%96K%C3%87%C4%B0L.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı
- Göküş, M., Özdemiray, S. M., & Göksel, Z. S. (2013). Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(29), 87-97. Haziran 2, 2020 tarihinde <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/45/29> adresinden alındı

- Güleç, S. (2011). *Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Prof. Dr. H. Bahadır Akın), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İşletme Bilim Dalı, Karaman. Haziran 10, 2020 tarihinde <https://dosya.kmu.edu.tr/sbe/userfiles/file/tezler/isletme/Sabiteg%C3%BCle%C3%A7.pdf> adresinden alındı
- Gümüsoğlu, Ş., & Karaöz, B. (2014, Haziran). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, III(1). Mart 15, 2020 tarihinde alındı
- Güney, S. (2015). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular* (4. b.). Ankara: Siyasal Kitabevi. Mayıs 9, 2020 tarihinde alındı
- Güney, S., & Nurmakhmatuly, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 62-86. Mayıs 27, 2020 tarihinde <http://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423872389.pdf> adresinden alındı
- Hakkımızda: Kristal Zeytinyağları*. (tarih yok). Mayıs 20, 2020 tarihinde Kristal Yağları Web Sitesi: <https://www.kristalyaglari.com/hakkimizda> adresinden alındı
- History of Entrepreneurship*. (tarih yok). Nisan 1, 2020 tarihinde BeBusinessed Web Sitesi: <https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/> adresinden alındı
- İlgaz, H. (2019, Eylül 17). *İş Yerini Kadının Üzerine Açmanın Avantajları Nelerdir*. Haziran 14, 2020 tarihinde Onlinekrediler.net Web Sitesi: <https://onlinekrediler.net/is-yerini-kadinin-uzerine-acmanin-avantajlari-nelerdir/> adresinden alındı
- İlk Online Alışveriş Deneyimi: Michael Aldrich*. (2019, Nisan 5). Haziran 17, 2020 tarihinde Digital Age Web Sitesi: <https://digitalage.com.tr/ilk-online-alisveris-deneyimi-michael-aldrich/> adresinden alındı
- İşcan, Ö., & Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 443 - 462. Mayıs 27, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/1020007669/1020006833.pdf> adresinden alındı
- İzmir İktisat Kongresi*. (tarih yok). Mart 19, 2020 tarihinde T.C İzmir Valiliği: <http://www.izmir.gov.tr/izmir-iktisat-kongresi> adresinden alındı
- İzmir İktisat Kongresi neden önemli? İş Bankası'nın kurulma amacı neydi?* (2019, Aralık 23). Mart 19, 2020 tarihinde Intell Strategy News: <https://www.intell4.com/izmir->

iktisat-kongresi-neden-onemli-is-bankasinin-kurulma-amaci-neydi-haber-183765
adresinden alındı

Kadın Girişimciler Araştırması. (tarih yok). Haziran 6, 2020 tarihinde Garanti BBVA Web Sitesi:
https://assetsgarantibbva.com/assets/pdf/tr/diger/us201_garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf adresinden alındı

Kadın Girişimcilerin İş Hayatında Karşılaştıkları Zorluklar. (2016, Nisan 19). Haziran 11, 2020 tarihinde IdeaSoft Web Sitesi: <https://www.eticaret.com/blog/kadin-girisimcilerin-karsilastiklari-zorluklar/> adresinden alındı

Kantarci, Ö., Özalp, M., Sezginsoy, C., Özaşkın, O., & Cavlak, C. (2017). *Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-ticaret.* TÜSİAD, İstanbul. Haziran 17, 2020 tarihinde http://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/2017/04/TUSIAD_E-Ticaret_Raporu_2017.pdf adresinden alındı

Karadal, H., & Erdem, A. T. (2017). Kadın Girişimciliği: Kişilik Özellikleri Üzerine Bir Çalışma. E. G. Kaygısız, & R. A. Wolff içinde, *Yönetim ve Organizasyon Makaleleri: Kadın Akademisyenlere Armağan* (s. 231-248). Giresun: Eğitim Yayınevi. Haziran 6, 2020 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/322636298_Kadin_Girisimciligi_Kisilik_Ozellikleri_Uzerine_Bir_Calisma adresinden alındı

Karademir, Ö., Karakulle, İ., & Armağan, M. (2019, Haziran). Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri: Yiyecek ve İçecek Sektöründe Bir Örnek Olay Çalışması. *Researcher: Social Science Studies*, 7(2), 115-131. Temmuz 10, 2020 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/334114868_Girisimcilerin_Basarisizlik_Nedenleri_Yiyecek_ve_Icecek_Sektorunde_Bir_Ornek_Olay_Calismasi adresinden alındı

Karamık, Z. (2019, Ağustos 29). *Girişimci Kadınların Ticaret Hayatı.* Haziran 18, 2020 tarihinde İstanbul İşletme Enstitüsü Web Sitesi: <https://www.iienstitu.com/blog/girisimci-kadınların-ticaret-hayati> adresinden alındı

Karataş, E. (2017, Mart 9). Yaratıcılık ve Yenilik. Çanakkale. Temmuz 11, 2020 tarihinde <https://www.slideshare.net/kesmeray/giriimcilik-ii-2konu-yaratclik-ve-yenilik> adresinden alındı

Kaya, A. (2012). *Mali Sürdürülebilirlik Teori ve Türkiye Uygulaması.* Doktora Tezi (Tez Danışmanı: Prof. Dr. Abuzer Pınar), Ankara Üniversitesi, Maliye Anabilim Dalı, Ankara. Mayıs 25, 2020 tarihinde <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12575/34294/AY%25C5%259EE%2520KAYA%2520TEZ%2520ENST%25C4%25B0T%25C3%259C>

%2520TESL%25C4%25B0M%252016%2520Temmuz.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden alındı

- Kaya, D. G., & Durgun, A. (2009, Mayıs). 1923–1938 Dönemi Atatürk'ün Maliye Politikaları:Bütçe ve Vergi Uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi* (19), 235. Mart 17, 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/117988> adresinden alındı
- Kaya, Ş. (2019). *Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bilgi Teknolojileri Yeterliliklerine Göre Değerlendirilmesi: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Güntekin Şimşek), Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Aydın. Mayıs 27, 2020 tarihinde <http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/3716/1/10262009.pdf> adresinden alındı
- Kaygın, E., & Güven , B. (2015). *Güçlü Kadınlar: Türkiye’de Kadının Girişimciliği*. İstanbul: Veritas Yayıncılık. Mayıs 26, 2020 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/327019698_GUCLU_KADINLAR_TURKIYE'DE_KADININ_GIRISIMCILIGI adresinden alındı
- Kemankaş, İ. (2020, Ocak 25). *Not Defteri: '24 Ocak Kararları' nedir, ne değildir?* Temmuz 12, 2020 tarihinde EnBursa Web Sitesi: <http://www.enbursa.com/yazarlar/ismail-kemankas-10/not-defteri-24-ocak-kararlari-nedir-ne-degildir-9231.html> adresinden alındı
- Kendi E-ticaret Sitesini Kuran Kadın Girişimciler. (2015, Şubat 26). Haziran 18, 2020 tarihinde My Fikirler Web Sitesi: <https://www.myfikirler.org/kendi-e-ticaret-sitesini-kuran-kadin-girisimciler.html> adresinden alındı
- Koç, İ. C. (2000). İzmir İktisat Kongresi'nin Türk Ekonomisinin Oluşumuna Etkileri. *Atatürk Dergisi*, III(1), 153-154. Mart 20, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/1025001009/1025001008.pdf?> adresinden alındı
- KOSGEB. (2020, Nisan 22). Mayıs 25, 2020 tarihinde Vikipedi Web Sitesi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/KOSGEB> adresinden alındı
- KOSGEB’den Kadınlara Pozitif Ayrımcılık. (2019, Ocak 4). Haziran 14, 2020 tarihinde KOSGEB Web Sitesi: <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/6878/kosgebden-kadinlara-pozitif-ayrimcilik> adresinden alındı
- Kümbül Güler, B. (2008). *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*. Doktora Tezi (Tez Danışmanı: Mustafa Yaşar Tınar), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler

- Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstrisi İlişkileri Anabilim Dalı, İzmir. Ocak 12, 2020 tarihinde <https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/12264/231350.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı
- Marangoz, M. (2018). *Girişimcilik* (5. b.). İstanbul, Türkiye: Beta Yayıncılık. 2020 tarihinde alındı
- Merkantilizm Nedir?* (tarih yok). Nisan 12, 2020 tarihinde Tarihibilgi.org Sosyal Bilimler Sitesi: <https://tarihibilgi.org/merkantilizm-nedir/> adresinden alındı
- Mesci, Z., Mesci, M., Karagöz, A., & Özgenç, C. (2018, Haziran). Kadın Girişimcilerin Bölgesel Kalkınmada Rolü: Akçakoca İlçesi Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(39), 387-412. Haziran 2, 2020 tarihinde <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c21s39/c21s39m16.pdf> adresinden alındı
- Michalowicz, M. (2011, Nisan 7). *Kadın Girişimcilerin Erkeklere Göre Sahip Olduğu 6 Avantaj*. Haziran 14, 2020 tarihinde American Express Web Sitesi: <https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/the-6-advantages-women-entrepreneurs-have-over-men-1/> adresinden alındı
- Mungan, S. (2013). *Kadın Girişimcilik Değerleri İle Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Prof.Dr. İnci Erdem Artan), Marmara Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, İstanbul. Haziran 5, 2020 tarihinde <https://katalog.marmara.edu.tr/eyayin/tez/eTez023913.pdf> adresinden alındı
- Muradoğlu, C. (2020, Nisan 29). *Türkiye'de e-ticaret yüzde 39 büyüyerek 83,1 milyar lira oldu*. Temmuz 8, 2020 tarihinde Webrazzi Web Sitesi: <https://webrazzi.com/2020/04/29/turkiye-de-e-ticaret-yuzde-39-buyuyerek-83-1-milyar-lira-oldu/> adresinden alındı
- Onay Özkaya, M. (2009, Ağustos 1). Kadın Girişimcilere Yönelik "Strateji Geliştirmede" Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün Mü? *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(11), 56-72. Haziran 10, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/5000170375/5000153799.pdf?> adresinden alındı
- Oran, Ö. (2020). *Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesinde Girişimcilik ve Kuluçka Merkezlerinin Rolü: Küçükçekmece Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi (KÜGİM) Örneği*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Prof. Dr. Halim Kazan), İstanbul Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul. Mayıs 25, 2020 tarihinde <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/ET001769.pdf> adresinden alındı

- Öğütücü, H. (2020, Nisan 29). *Türkiye’de 2019 yılında eticaret hacmi yüzde 39 büyüyerek 83.1 milyar TL’ye ulaştı*. Temmuz 7, 2020 tarihinde E-Girişim Web Sitesi: <https://egirisim.com/2020/04/29/turkiyede-2019-yilinda-eticaret-hacmi-yuzde-39-buyuyerek-83-1-milyar-tlye-ulasti/> adresinden alındı
- Öz, S., Dindarik, N., & Duman, F. (2019, Eylül). *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(9). Mart 12, 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/795716> adresinden alındı
- Özdevecioğlu, M., & Karaca, M. (2015). *Girişimcilik Girişimci Kişilik Kavram Ve Uygulama*. Konya, Karatay: Eğitim Yayınevi. Nisan 5, 2020 tarihinde alındı
- Özer Güner, E. S. (2018). *Kadın Çalışanlarda Cam Tavan Sendromu ve Kariyer Planlaması İstanbul İli Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Deniz Şişman), İstanbul Gelişim Üniversitesi, İşletme Bilim Dalı, İstanbul. Haziran 15, 2020 tarihinde <http://acikerisim.gelisim.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11363/1185/530427.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı
- Özey, R. (1993). Devlet Planlama Teşkilatı (D.P.T.) Çalışmalarına Coğrafi Açidan Bir Yaklaşım. *Türk Coğrafya Dergisi*, 117-121. Mayıs 21, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/1074000480/1074000471.pdf?> adresinden alındı
- Özkul, İ. G. (2018). Girişimcilik Kültürünü Etkileyen Faktörler: Din Faktörü. Ş. Şenturan, & (Ed.) içinde, *Girişimcilik "Örnek Olaylarla"* (s. 83-105). İstanbul: Beta Yayıncılık. Mayıs 28, 2020 tarihinde alındı
- Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Öneriler*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Doç. Dr. İ. Kahraman Arslan), İstanbul Ticaret Üniversitesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, İstanbul. Mayıs 29, 2020 tarihinde <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/2241/69021.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı
- Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Hasan Yavuzer), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyoloji Anabilim Dalı, Nevşehir. Haziran 7, 2020 tarihinde http://acikerisim.nevsehir.edu.tr/bitstream/handle/20.500.11787/209/ahmet_merih_ozyilmaz_tez.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden alındı
- Özyurt, H. K. (2016). *Kadınların E-ticaret Sistemlerini Kullanma Eğilimleri ve Gaziantep İlinde Bir Uygulama*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı. Gaziantep: 109. Haziran 17, 2020 tarihinde

<http://openaccess.hku.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.11782/1203/Kad%C4%b1nlar%C4%b1n%20E-Ticaret%20Sistemlerini%20Kullanma%20E%C4%9filimleri%20Ve%20Gaziantep%20%C4%b0linde%20Bir%20Uygulama.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı

- Paksoy, H., Özbezek, B., & Paksoy, S. (2018). Bağımsız Türk Devletlerinde (Türkiye, Azerbaycan, KazakistaKırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve KKTC) Kadın Girişimciliğinin Gelişimi. N. Çoban Çelikdemir, A. Onağ, & Ö. (. Akpınar içinde, *Yerelden Globale Stratejik Araştırmalar I* (s. 132-236). Haziran 8, 2020 tarihinde <https://books.google.com.tr/books?id=urpXDwAAQBAJ&pg=PA128&lpg=PA128&dq=t%C3%BCrkiye%27de+kad%C4%B1n+giri%C5%9Fimcili%C4%9Fi+hangi+y%C4%B1llarda+ba%C5%9Flam%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r&source=bl&ots=hh5aVPsC9h&sig=ACfU3U1IV7TeJVUdv6ZNVAtzuDkv0PGrSg&hl=tr&sa=X&ved> adresinden alındı
- Sakarya, A. (2015, Kasım 12). *Girişimciliğin Yaşı Olur Mu?* Mayıs 26, 2020 tarihinde Start Up Web Sitesi: <https://startup.capital.com.tr/arastirmalar/girisimciligin-yasi-olur-mu.html> adresinden alındı
- Sallan Gül, S., & Altındal, Y. (2016). Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün Mü? *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(4), 1361-1377. Haziran 7, 2020 tarihinde <http://iibfdergi.sdu.edu.tr/assets/uploads/sites/352/files/yil-2016-cilt-21-sayi-4-yazi13-27102016.pdf> adresinden alındı
- Soydal, H. (2006). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-ticaret. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(15), 539-552. Haziran 17, 2020 tarihinde <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/593/573> adresinden alındı
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak, Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95. Haziran 3, 2020 tarihinde <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423880329.pdf> adresinden alındı
- Şahin, E. (2006). *Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi (Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mahmut Tekin), Selçuk Üniversitesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya. Haziran 1, 2020 tarihinde <http://acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7938/189282.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden alındı

- Şenozan, S. (2004, Ekim 9). *Girişimcilikte Kadın Olmanın Avantajları*. Haziran 14, 2020 tarihinde Haber7 Web Sitesi: <https://www.haber7.com/kadin/haber/17093-girisimcilikte-kadin-olmanin-avantajlari> adresinden alındı
- Şentürk, N. (2018). Girişimciliğin Tanımı ve Özellikleri. Ş. (. Şenturan içinde, *Girişimcilik "Örnek Olaylarla"* (1. b., s. 1-26). İstanbul, İstanbul/Başakşehir, Türkiye: Beta. Mart 12, 2020 tarihinde alındı
- Şeşen, H., & Basım, H. (2012, Kasım 1). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 12, 21-28. Mayıs 26, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/2439/b684/b94a/imp-JA52DU67MY-0.pdf?> adresinden alındı
- Tekin, E. (2019). *Girişimcilik ve Sosyal Sermaye* (2. b.). Konya: Eğitim Yayınevi. Nisan 10, 2020 tarihinde <https://books.google.com.tr/books?id=g3KjDwAAQBAJ&pg=PA27&lpg=PA27&dq=K%C3%BC%C3%A7%C3%BCk+El+Sanatlar%C4%B1na+Dayanan+Kent+Ekonomisi+nedir&source=bl&ots=kaHTJbq2CC&sig=ACfU3U3mnNqNraAqoYJv o1D98eRg3b-jDw&hl=tr&sa=X&ved=2ahUKEwjP2-K1xN7oAhVQTcAKHQebATAQ6AE> adresinden alındı
- Tekin, E. (2019). *Girişimcilik ve Sosyal Sermaye* (2. b.). Eğitim Yayınevi. Mayıs 29, 2020 tarihinde alındı
- Tim Berners-Lee. (2020, Mayıs 2). Haziran 17, 2020 tarihinde Vikipedi Özgür Ansiklopedi Web Sitesi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Tim_Berners-Lee adresinden alındı
- Tulan, D., & Türko, E. S. (2018). Kadın Girişimciliği: Erzurum İlinde Bir Uygulama. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, III(1), 285 - 306. Haziran 1, 2020 tarihinde <http://static.dergipark.org.tr/article-download/2161/451b/8323/5abe3c9ac06d6.pdf?> adresinden alındı
- TÜİK Merkezi Dağıtım Sistemi. (tarih yok). Temmuz 11, 2020 tarihinde TÜİK Web Sitesi: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr> adresinden alındı
- Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi - 2019 Araştırma Raporu. (2019). Haziran 7, 2020 tarihinde KAGİDER Web Sitesi: https://www.kagider.org/docs/default-source/kagider-raporlar/kagider-t%C3%BCrk-tuborg-kad%C4%B1n_girisimcilik_endeksi_2019.pdf adresinden alındı
- Tüsiad. (2002, 12). *Türkiye'de Girişimcilik*. Ocak 12, 2020 tarihinde Tüsiad: <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1880-turkiyede-girisimcilik> adresinden alındı



8. EKLER

EK 1: RÖPORTAJ SORULARI

1. Size göre kadın girişimci tanımı nedir? Kadın girişimciliğinin avantajları ve dezavantajları nelerdir?
2. Kendi işinizi ne zaman kurdunuz? Sizi girişimciliğe yöneltten faktörler nelerdir? İş kurma sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?
3. Girişimcilik için gereken özellikler nelerdir? Siz bu özelliklerin hangilerine sahipsiniz?
4. Medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini sizce ne yönde etkiliyor? Aile faktörünün girişimci kadınlar için avantajları ve dezavantajları nelerdir?
5. Geçmişten günümüze kadına biçilen “annelik ve ev kadını” rolleri kadın için baskın rol olarak kabul görmektedir. Sizce kadının bu rollerden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması toplum gözünde kadının statüsünde değişime sebep olmuş mudur?
6. Girişimcilikte e-ticaretin rolü ve etkileri sizce nelerdir? E-ticaret kadın girişimcilere ne tür olanaklar sağlamıştır?
7. Günümüzde e-ticaret ile “ev hanımı” statüsünde ki kadınlar evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmekte ve işinin patronu olabilmektedir. Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce e-ticaret kadının statüsündeki değişime sebep olmuş mudur?
8. E-ticarete başlamadan önce ve sonra ki süreçte neler yaşadınız? E-ticarete başlarken hedefleriniz nelerdi ve hedeflerinize ulaşabildiniz mi?
9. Girişimcilik ya da e-ticaretle ilgili daha önce bir eğitim aldınız mı? Sizce e-ticarete kadının etkisini arttırmak için neler yapılmalıdır?

10. Firmanız ait herhangi bir sosyal medya hesabı var mıdır? Sosyal medyanın e-ticaret üzerinde ki etkileri nelerdir?
11. Girişimciliğe ve e-ticarete başlayacak girişimci kadınlar sizce ne tür bir yol izlemelidir? Kendilerine önerileriniz nelerdir?



EK 2: RÖPORTAJLAR

CEYDA DAĞCI RÖPORTAJ / FESLEĞENCE FİRMA KURUCUSU

1. Size göre kadın girişimci tanımı nedir? Kadın girişimciliğin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

CEYDA DAĞCI

Girişimci, benim anlayışıma göre, kendi ayaklarının üzerinde durmak isteyen, iyisiyle kötüsüyle tüm sorumluluğu üzerine almak isteyen, değerli zamanını, tecrübe ve birikimini zekasıyla, çalışma azmiyle birleştirmek isteyen kişidir. Kadın girişimci ise tüm bu özelliklerin yanı sıra fark yaratmak isteyen kişidir. Kadın girişimciler girişim fikri ortaya çıktığında, bununla ilgili planlamalar yapmaya başladığında maalesef yakın çevresi tarafından çok da dikkate alınmazlar, risk almaya değer görülmezler. Ancak, işin kurulma sürecinde devletin kadınlara verdiği destek erkeklere oranla daha yüksektir.

2. Kendi işinizi ne zaman kurdunuz? Sizi girişimciliğe yönelten faktörler nelerdir? İş kurma sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?

CEYDA DAĞCI

Kendi işimi 2017 Haziran ayında kurdum. Hali hazırda 10 yıllık özel sektörde çalışma sürecimin ardından, çocuklarımın da doğumu ile birlikte edindiğim tecrübe, ailemin desteği ve büyük özveri ile ayırdığım birikimime de güvenerek kendi işimi kurmaya karar verdim. Kendi kararlarını kendi veren, bağımsız bir kadın olmak, çok daha anne olabilmek, çocuklarıma rol model olabilmek beni girişimciliğe yönelten en büyük faktörlerdendir. İş kurma sürecinde uykusuz kaldığım gecelerde hep ertesi günün planlamalarını yapar, işlerin yolunda gidip gitmeyeceğine dair stres yaşırdım.

3. Girişimcilik için gereken özellikler nelerdir? Siz bu özelliklerin hangilerine sahipsiniz?

CEYDA DAĞCI

Girişimci olmak isteyen kişi kesinlikle düzenli, planlı, araştırmacı, stres ile kolay bahsedebilen, sonuç odaklı olmalıdır. Sadece büyük resme bakmamalı, ince detayları da görmelidir. İşinin başında durmalıdır. Değişime ayak uydurmalı, seçtiği ekibi ile çalışma hayatına ek değerler katabilmelidir. Ve tabi ki pes etmemeli, çalışmayı sevmelidir. Bu özelliklere sahip olmak için kendimi sürekli motive etmekteyim, günün sonunda tüm bu değerlere sahip olarak iş hayatımı sürdürebilmek önem verdiğim temennilerimdendir.

4. Medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini sizce ne yönde etkiliyor? Aile faktörünün girişimci kadınlar için avantajları ve dezavantajları nelerdir?

CEYDA DAĞCI

Aile, eş, dostu kadın girişimcilikte olmazsa olmazlardan. Destekleri olduğu halde hem anne, hem eş, hem evlat, hem iş kadını olmaya çalışmak omuzlarımızda hissettiğimiz en büyük yüklerden, çocuklar konusunda bazen de vicdan azaplarından biri. Ama kadınlar zaten mucizevi yaratıklar. ocuklarımıza rol model olmak onlarda bu farkındalığı yaratmak en büyük avantaj, kendi ayaklarının üzerinde durmak ve akabinde kendi içindeki tatmin duygusunun ardından insanların takdiri de girişimciliğin avantajları olarak sayabilirim. En büyük dezavantaj ise ki hiç yetememe hissi, hep koştırmaca ve yorgunluk.

5. Geçmişten günümüze kadına biçilen ‘‘annelik ve ev kadını’’ rolleri kadın için baskın rol olarak kabul görmektedir. Sizce kadının bu rollerden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması toplum gözünde kadının statüsünde değişime sebep olmuş mudur?

CEYDA DAĞCI

Kadına en güzel hediye anneliktir. Ancak günümüzde içindeki potansiyelin farkında olan ve bunu heba etmek istemeyen kadınlara sadece anne sadece ev kadını olmak yetmemektedir. İlk etapta bu durum yadırgansa da, yaptığı işte başarılı olan kadını en çok takdir edenler yine yolun başında ona karşı koyanlar oluyor.

6. Girişimcilikte e-ticaretin rolü ve etkileri sizce nelerdir? E-ticaret kadın girişimcilere ne tür olanaklar sağlamıştır?

CEYDA DAĞCI

E-ticaret günümüz teknoloji çağında olmazsa olmazlardan. Düşünün bir kere Türkiye’nin her yerinde şubeniz var. Mağaza açma için olanağı olmayan kadınlar sadece e-ticaret ile bile büyük paralar kazanabilmektedir, her geçen gün sayıları da artmaktadır, hem de anne ve ev hanımı rolüne devam ederken.

7. Günümüzde e-ticaret ile ‘‘ev hanımı’’ statüsünde ki kadınlar, evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmekte ve işinin patronu olabilmektedir. Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce e-ticaret kadının statüsünde ki değişime sebep olmuş mudur?

CEYDA DAĞCI

Bir nceki sorunuzda belirttiğim gibi e-ticaret ve sosyal medyanın girişimci kadınların sayısının artmasında bir hayli etkili olduğunu düşünüyorum.

8. E-ticarete başlamadan önce ve sonra ki süreçte neler yaşadınız? E-ticarete başlarken hedefleriniz nelerdi ve hedeflerinize ulaşabildiniz mi?

CEYDA DAĞCI

E-ticarete başlarken amacım bulunduğum şehir dışında diğer takipçilere web sayfamız aracılığı ile daha kolay bilgi verebilmektir. Pandemi dönemi ile de birlikte satışlarımızda oldukça arttı.

9. Girişimcilik ya da e-ticaretle ilgili daha önce bir eğitim aldınız mı? Sizce e-ticarete kadının etkisini arttırmak için neler yapılmalıdır?

CEYDA DAĞCI

Hayır almadım, ancak konusunda uzman kişilerden yardım alıyorum.

10. Firmanız ait herhangi bir sosyal medya hesabı var mıdır? Sizce sosyal medyanın e-ticaret üzerinde ki etkileri nelerdir?

CEYDA DAĞCI

Evet, sosyal bir hesabım var. Sosyal medya günümüzde en büyük tanıtım olanaklarından biridir, ücretsiz olması sebebi ile de tercih edilmektedir. Tanıtım yapılır web sayfasına müşterilerin yönlendirilmesi satışlarımız açısından olumlu etki yaratmaktadır.

11. Girişimciliğe ve e-ticarete başlayacak girişimci kadınlar sizce ne tür bir yol izlemelidir? Kendilerine önerileriniz nelerdir?

CEYDA DAĞCI

Kendi işinizi yapmak istiyorsanız girişiminize başlamadan önce profesyonel iş yaşamında tecrübe edinin. Bu sizin iş dünyasını tanımanızı ve ileride karşılaşılabileceğiniz zorluklar konusunda tecrübeli olmanızı sağlar. Duvarlara çarpa çarpa yıkmayı öğrenirsiniz. İşinizle ilgili her detayı görün; işinize bakıyor ama görmüyor olabilirsiniz. Sadece büyük resme değil

aynı zamanda en ince detaylara kadar her şeye dikkatle bakın. Sadece işinize bakmayı değil gerçekten görmeyi öğrenin. İşinizin başında durun, elinizden gelenin en iyisini yapmaya odaklanın; küçük firmalar kurulduklarında yaptıkları en büyük hatalarından biri birkaç hizmeti aynı anda vermeye çalışmasıdır. Bu da odaklanma konusu için oldukça ters bir durum. Müşterilerin sizden tek beklentisi yaptığınız işi en iyi şekilde yapmanızdır, müşterilerinize en iyi hizmeti vermeye çalışmak, başarıya giden yolu berraklaştıran oldukça basit bir formüldür. Değişime açık olun; girişimcilikte her zaman risk vardır. Motivasyonunuzu kaybetmeyin, değişime ayak uydurabilecek esnek bir fikir ve ekiple çalışın. Ekibinizi iyi seçin; çalışacağınız ekip arkadaşınızın eksik yönlerinizi kapayacağından emin olun, böylelikle işinize farklı değerler katın. Sürekli gelişime açık olun; yaptığınız iş başarılı olsa da sürekli bir gelişim içerisinde olmaya özen gösterin. Bu başarınızın sürdürülebilirliğini sağlayacaktır. Pes etmeyin; özellikle girişiminizin ilk yılında her şey çok yeni olduğu için küçük başarısızlıklara uğrayabilirsiniz. Sabırlı olun; girişim fikrinize zaman verin. Atılganlıkla girişimciliği karıştırmayın; bir işe başlamadan önce enine boyuna düşün, gerekli değerlendirmeleri yapın. Çalışkan olun; eğer çalışmayı, sürekli bir şeyler öğrenmeyi ve gelişim içerisinde olmayı sevmiyorsanız, tembel ve rahat bir yapınız var ise girişimcilik size göre değil. Ben naçizane bilgilerimi, faydalı olduğunu düşündüğüm bilgilerimi sizinle paylaşmaya çalıştım. Çünkü bilginin, güzelliklerin paylaştıkça çoğalacağına inanıyorum. Umarım sizin için de verdiğim bilgiler bir nebze olsun yolunuza ışık olur.

ESİN ÖNEY NAYİR RÖPORTAJ / ESSIN DESIGN FİRMA KURUCUSU

1. Size göre kadın girişimci tanımı nedir? Kadın girişimciliğin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

ESİN ÖNEY NAYİR

İstek, hayal ve yapmak istediklerini cesur bir şekilde uygulamaya geçmektir. Yapmış olduğum çalışmalarda, bayan olmanın artılarını yaşadığım gibi eksileri de çok oldu. Ben halen devlet dairesinde görev almaktayım, bu mesleğimin yanında tasarımlarımın gün ışığına çıkması için verdiğim mücadelede, yakın çevrem, arkadaşlarımın gülümseyerek olumsuz davranışlarına elbette ki maruz kaldım, tasarladığım ve patentini aldığım inovatif çalışmalarımın “başkaları tarafından daha önce mutlaka düşünülmüştür”, “zaten bir işin var ne gerek var kendini yoruyorsun, onun yerine gezip eğlenmene, dinlenmene bak” şeklinde birçok motivasyonumu düşürücü sözlere maruz kaldığım gibi, yine bir kısım dostlarım “ sen başarabilirsin, muhteşem bir çalışma, hemen üretime geçmelisin, Adliyede Yazı İşleri Müdürü iken böyle bir faaliyetin hobi dışına çıkarak ödüllerle sonuçlanması her bayanın yapabileceği bir şey değil vs.” gibi övgü dolu sözlerle motivasyonumu arttırıcı sözlerle karşı karşıya kalıyorum.

2. Kendi işinizi ne zaman kurdunuz? Sizi girişimciliğe yönelten faktörler nelerdir? İş kurma sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?

ESİN ÖNEY NAYİR

Yukarıda da bahsettiğim gibi zaten bir mesleğim vardı, öncelikle hobi ve tasarımcı olma hayali ile yola başladım. Hafta sonları aldığım eğitimlerde gösterdiğim başarılar eğitmenlerim tarafından takdir görünce yarışmalara katıldım. Uluslararası düzenlenen yarışmalarda aldığım ödüller sonucunda ve fuarlarda tasarımlarıma karşı yoğun ilgi ve istek olması üzerine 2018 yılında şirketimi kurdum. Devlet memuru olmam nedeniyle Annemin adına şahıs şirketi olarak kuruluşu yaptım, maaşımdan arttırdığım paralarla 20-30 adet derken adetleri yavaş yavaş arttırdım. Markayı tanıtmak, ayakta kalmak tabi ki zor ancak dikkatli ve

çevremdeki ticaret ile uğraşan dostlarımla nasihat ve yönlendirmeleri doğrultusunda 3 yıldır faaliyete devam etmekteyim.

3. Girişimcilik için gereken özellikler nelerdir? Siz bu özelliklerin hangilerine sahipsiniz?

ESİN ÖNEY NAYİR

Öncelikle kararlı olmak gerekiyor. Eğer yaptığınız işe inanıyorsanız bir şeyleri başarmanın verdiği heyecanı yüreğinizde hissediyorsanız bir adım atmış oluyorsunuz. Yaptığınız ya da atacağınız her adımda kendinize güvenmeniz gerekiyor. Etraftan söylenen olumsuz sözlerle kulaklarınızı tıkamamız, kendinize inanarak sağlam adımlarla yol almanız gerekiyor. Ben tasarladığım çalışmama çok inandım, insanların beğenisini ve farklı olduğu düşüncesini benimle paylaştıkları zaman beni daha da girişimci olma yolunda tetikledi. Rüyalarımda tasarladığım ürünlere yeni fonksiyonlar ekleyerek beynimi sürekli meşgul ediyordu. Alaycı sözlerle, bakışlara, tüm olumsuz düşüncelere kulaklarımı kapattım. Ve ben mutluyum, ben inanıyorum, ben yapabilirim dedim.

4. Medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini sizce ne yönde etkiliyor? Aile faktörünün girişimci kadınlar için avantajları ve dezavantajları nelerdir?

ESİN ÖNEY NAYİR

Biz Türk kadınlarının yükü oldukça ağır maalesef, özellikle evli ve çalışan bir kadınsanız bu yük daha da artıyor. Evde eşinize ve çocuklarına ayrı bir ilgi, beklentilerine vereceğiniz davranışlar sizi oldukça yoruyor. Daha ileri giderek kazanca çevirmek istediğiniz zaman bunun birçok erkek tarafından hobi olarak kalması isteniyor. Ancak şartlar sizi farklı başarılarla sürüklediği zaman aile içinde anlaşmazlıklara da sebebiyet verebiliyor. Örneğin, başarınızdan dolayı burslu yurtdışı eğitimlerine katılmanız bile olanaksız kalıyor.

5. Geçmişten günümüze kadına biçilen “annelik ve ev kadını” rolleri kadın için baskın rol olarak kabul görmektedir. Sizce kadının bu rollerden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması toplum gözünde kadının statüsünde değişime sebep olmuş mudur?

ESİN ÖNEY NAYİR

Günümüzde kadın artık söz hakkına sahip, bu durum da biz kadınları oldukça güçlü kılıyor. Ben çalıştığım halde hayallerimi gerçekleştirmekte oldukça güçlük çektim. Çocuklarımın eğitimlerine maddi destek sağlamam nedeni ile hayallerimi hep ötelemek zorunda bıraktım. Öncelikle annelik, öncelikle çocuklarım ve onların eğitimleri geldi, ta ki çocuklarım üniversite çağına geldikten sonra aylık kazancımdan arttırdığım paraları kullanarak üretime başladım. Çalışan bir kadın olduğunuz için eşinizden para isteme konusunda biraz gurur yapıyorum. Kendi kazancımla bu kadar güzel işler başarmam beni çok daha mutlu ediyor.

6. Girişimcilikte e-ticaretin rolü ve etkileri sizce nelerdir? E-ticaret kadın girişimcilere ne tür olanaklar sağlamıştır?

ESİN ÖNEY NAYİR

Günümüzde e-ticaret oldukça önemli bir rol taşımakta, özellikle girişimci kadınlara birçok kolaylıklar tanımakta, ben Hepsiburada ve Trendyol gibi ülkemizde büyük başarılı satışlara imza atmış e ticaret kanalı ile satış yapmaktayım. Markam çok yeni tasarımlarımı bu kanallarla tanıtmak bana oldukça önemli destek sağlamaktadır. Örneğin, Hepsiburada Girişimci Kadınlara verdiği destek sayesinde ürünlerimin görsellerinin fotoğraf çekimi, tanıtım vs. katkılarından dolayı çok mutluyum, çünkü tüm girişimci kadınların bu tür destekleri önemli ölçüde ihtiyacı var.

7. Günümüzde e-ticaret ile “ev hanımı” statüsünde ki kadınlar, evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmekte ve işinin patronu olabilmektedir. Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce e-ticaret kadının statüsünde ki değişime sebep olmuş mudur?

ESİN ÖNEY NAYİR

Elbette ki örneğin benim gibi ikinci bir işi olan ya da ev hanımları bu sayede çok daha rahat bir şekilde ürünlerinin satışını gerçekleştirebiliyor, mağaza kirası, eleman ve birçok giderlere maruz kalmadan başarılı işler gerçekleştirebiliyor.

8. E-ticarete başlamadan önce ve sonra ki süreçte neler yaşadınız? E-ticarete başlarken hedefleriniz nelerdi ve hedeflerinize ulaşabildiniz mi?

ESİN ÖNEY NAYİR

Yukarıda bahsettiğim gibi yarışmalardan ödüller almam neticesinde bir yerden bir şekilde başlamam gerekiyordu. Çalışıyorum ama ürünlerimi de bir şekilde satışa sunmam markamı tanıtmam gerekiyordu. Tasarımlarıma olan özel ilgi ve istek beni ticarete doğru yöneltti. Bir şirket kurmam gerekiyordu devlet memuru olmam nedeniyle bu maalesef mümkün değildi emekli olan annemin adına şahıs şirketi kurdum, ticaret siciline kayıtlıydık, vergi numarasını aldık ve bu sayede şirketim fiilen başlamış oldu. Amacım markamı tasarımlarımı tüm dünyaya tanıtmaktı, biraz hızlı bir süreç yaşamadım. Ülkenin ekonomik durumu, reklam yönünden desteğimin olmaması beni oldukça olumsuz etkilemekte, ancak e ticaret kanalı ile yaptığım satışlar sonucunda tasarımlarımın ve ürün kalitemin beğenilmesi ve övgü dolu sözleri duymak, ihtiyaçlarına yanıt vermek beni oldukça mutlu etmekte, maddi olarak henüz kar elde edemedim ancak manevi yönden bir şeyleri başarmanın şevkini yoğun şekilde yaşıyorum.

9. Girişimcilik ya da e-ticaretle ilgili daha önce bir eēitim aldınız mı? Sizce e-ticarette kadının etkisini arttırmak için neler yapılmalıdır?

ESİN ÖNEY NAYİR

Girişimcilik eēitimi aldım, marka uzmanlıēı bölümünde eēitime devam ediyorum. Girişimcilikte kadının ön plana çıkması için öncelikle sosyal bir çevre, referans, iyi bir web sitesi, maddi imkanlar ön planda kaldıēı için bu tür desteklerin kesilmemesi gerekiyor.

10. Firmanız ait herhangi bir sosyal medya hesabı var mıdır? Sizce sosyal medyanın e-ticaret üzerinde ki etkileri nelerdir?

ESİN ÖNEY NAYİR

Elbette, tasarımlarımın ve markamın Türk Patent kurumundan tescillerini aldıktan hemen sonra ilk işim web sitemi yaptırmak oldu. şu an web sitem benim kurumsal kimliğimi oluşturmaktadır. Benim markamı tanıttıēı gibi, girişimcilik aşamasında geçirdiēim tüm süreçleri de anlatmaktadır. Her markanın bir hikayesi mutlaka olmalıdır. İşte benim markamın hikayesi de www.essin.com.tr üzerinden gözlemleyebilirler.

11. Giriřimciliēe ve e-ticarete başlayacak girişimci kadınlar sizce ne tür bir yol izlemelidir? Kendilerine önerileriniz nelerdir?

ESİN ÖNEY NAYİR

Öncelikle çevresindeki girişimci kadınların hikayelerini dinlesinler, görecekler ki ařaēı yukarı bir çok kadın bu evrelerden geçmiştir. İnançlı ve kararlı olmak iyi bir girişimci olmanın temel prensibi, risk almadan maalesef hiçbir başarı elde edilmiyor. Ben 28 yıldır adliyede görev alıyorum 20 milyar kredi çekerek bu işe başladım. Kendi kendime şunu söyledim, bu kadar yıl çalışmışım bu parayı da kendim için hayallerim için gerçekleştirsem çok mu? Varsın batacaksam da bu para batsın ama ben yaptım, ben başardım diyebileceēim bir markam var. Benim tavsiyem farklı olan ve satılabileceēinize inandığınız fikirlerle yol alın. Hayal ettikten sonra aşılmayacak engel yoktur unutmayın.

MELİKE GÜNAYDIN RÖPORTAJ / ALAADDİN EFENDİ FİRMA KURUCUSU

1. Size göre kadın girişimci tanımı nedir? Kadın girişimciliğin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

MELİKE GÜNAYDIN

Kadın girişimci olmak bence baştanbaşa bir cesaret azim ve güç gerektirir. Kendine güvenmekle başlar her şey zaten, inanan insan güç alır güç aldıkça azimlenir, azimlendikçe çalışır çalıştıkça da başarır ve tabi ki kazanır. Kadın girişimci olmanın birçok avantajı vardır aslında; bunlar en başta Türk örf ve adetlerimize göre kadın önemli bir yer tutar; kadın, annedir kadının etkin karakter olması sözünü dinletmesidir saygı duyulur öncelik sağlanır çünkü kadındır Anne, iyisini bilendir ince düşünen güzel düşünen kadındır, Güzel bir sözdür bizlerde “kasın eli değmiş” sözü. Anadolu kadını diye bir tabir vardır, bu; güçlü kadın, sözü dinlenen kadın, çalışkan kadın ve örnek bir modeldir Anadolu kadını. Avantajları olduğu kadar dezavantajları da olabilir ne olsa insanız yoruluyoruz gücümüz bitebiliyor aileye vakit ayırma çocukla ilgilenme gibi durumlarda zorlanılabiliyor, fakat planlı programlı çalışıldığı zaman her şey kolaylaşabilir ve düzene girer. Bende kendi işimi kurduğumda kızım 6 yaşındaydı. Zorlandığım zamanlar oldu tabi ki çünkü benim yaptığım iş tamamı ile kendimin ilgilenmesi bizzat başında durmam gereken bir işti.

2. Kendi işinizi ne zaman kurdunuz? Sizi girişimciliğe yönelten faktörler nelerdir? İş kurma sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?

MELİKE GÜNAYDIN

Kendi işimi kuralı 3 yıl oldu, böyle olmasına rağmen hedeflediğim yerlere yavaş yavaş gelmenin mutluluğu içindeyim, çünkü azmettim çok araştırdım, ufkumu geniş tuttum ve çok gözlem yaptım. İşte ALAADDİN EFENDİ doğal ürünler böyle ortaya çıktı. Kendi bildiğim işi yapmak çiftçi bir ailenin ve doğayla bağ bahçeyle iç içe olmamın etkisini böyle gördüm. Kendi imkanlarımızı kullanarak elimizde olanı değerlendirmenin en güzel şey olduğunu hep savunmuşumdur. Büyük büyük dedelerimden kalma zeytin bahçelerimizin narenciye

bahçelerimizin ve ailemden öğrendiğim çiftçilik mesleğinin inceliklerini bilmek beni böyle bir girişimcilik hikayesine adım atmamı sağladı. Ailem zeytin bahçelerimizden ürettikleri yağı toplu olarak tüccara satarlar, narenciyelerimizi aynı şekilde tüccara satıp böyle devam eden bir döngünün içerisindeydi. Ben ise neden her şeyi biz üretiyoruz emeği bizden ama marka yapıp satmak üstüne üstlük çok daha fazla para kazanmak onlarda olsun dedim ve İlk işim bir mali müşavire gidip şirket kurmak oldu, hiçbir zaman küçük düşünmedim düşündüğümü de hemen hayata geçirme kafa karışıklığını, insanların lafına sözüne bakmayı belki de vazgeçmeyi ve hatta hevesimin kırılmasına engel olmuştur. ALAADDİN EFENDİ ismi beni büyüten dedemin ismidir ve bana miras bıraktığı bahçelerin bir nevi minnet borcu bir teşekkür mahiyetinde ismini yaşatmak adına kurduğum girişimcilik öykümün başlangıcıdır ve ilelebet devam edecektir. Bende torunlarıma miras bırakabileceğim bir marka yaratmaya çalışmaktayım.

3. Girişimcilik için gereken özellikler nelerdir? Siz bu özelliklerin hangilerine sahipsiniz?

MELİKE GÜNAYDIN

Ticarette uğraşmak, bir şeyler üretmek, farklı olmak, olmayanı sunmak hep hayalim ve hedefimdi. Zaman geçtikçe tabi ki çağımız değişmeye başladığından insanların ihtiyaçları da değişmiş, teknoloji ilerlemiş ve hayat ne kadar kolaylaştıysa, farklı ihtiyaçlarda doğmuş olmaktaydı. Bu doğrultuda farklı neler yapabilirim düşüncesi bende hep var olmuştur. Neler neler düşünüp, neler neler yapmadım ki; restoranımızın içinde manav açma fikri, restoran damına kamyonlarca toprak döktürüp doğal yeşillik ve sebze ekme, bu ekilen ürünlerden müşterilerimize diledikleri sebzeyi toplama imkanı sunmak gibi birçok eylemlerim bulunmuştur ve bunları yaptığım zaman daha henüz lise öğrencisiydim. Bana göre girişimcilik tamda budur. O zamanlar adı girişimci olmasa da değişik fikirmiş, farklılık yarattın denilse de girişimcilik bende tamda o zamanlarda başlamıştı. Sanırım girişimci olmak yapı, fikir, karakter ve farklılık meselesidir.

4. Medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini sizce ne yönde etkiliyor? Aile faktörünün girişimci kadınlar için avantajları ve dezavantajları nelerdir?

MELİKE GÜNAYDIN

Ailemin işi gereği çiftçiliğin haricinde restoran işletmeciliğinin içerisinde büyüdüm aslında ve insan ilişkilerim yapım gereği; çok içten samimi ve insan idare etmeyi ailemle çalışarak öğrendim. İşte tamda budur ki halkla ilişkiler bölümünü seçmemdeki en büyük etken; ailemle çalıştığım için kendimdeki yeteneğimi keşfetmem, bunun üzerine eğitim almam ve en önemlisi okuduğum bölümün mesleğini yapmam. Ailemle birlikte çalışmak onlardan çok şey öğrenmeme, kendimi keşfetmeme sebep olmuştur.

5. Geçmişten günümüze kadına biçilen “annelik ve ev kadını” rolleri kadın için baskın rol olarak kabul görmektedir. Sizce kadının bu rollerden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması toplum gözünde kadının statüsünde değişime sebep olmuş mudur?

MELİKE GÜNAYDIN

Aslında ülkemizde birçok kadınıımız bilmeden de olsa girişimci birer anne, para kazanan bir ev hanımı olmuşlardır. İşte tamda budur girişimci kadınların kendi paralarını kazanmaları ailelerinin yanında medeni durumları ne olursa olsun onlara biçilen anne modeli ev hanımı rolü aile kızı tabirinin geri planda kalması... Bende evli çocuklu bir girişimci anne olarak kendi paramı kazanmanın nasıl özel ve güçlü bir duygu olduğunu anlatamam.

6. Girişimcilikte e-ticaretin rolü ve etkileri sizce nelerdir? E-ticaret kadın girişimcilere ne tür olanaklar sağlamıştır?

MELİKE GÜNAYDIN

Şuan bulunduğumuz çağ itibariyle insanlar e-ticarete gün geçtikçe daha çok yönelmektedir, Neden? Çünkü vakit yok, çünkü zaman az, vakit kıymetli. Bende öncelikli olarak dükkan

açmak yerine önümü görmek, gidişatımı değerlendirmek, neler yapabileceğimi görmek adına ve tabi ki daha çok kitleye ulaşmak için e- ticaret ile başlamayı tercih ettim.

7. Günümüzde e-ticaret ile “ev hanımı” statüsünde ki kadınlar, evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmekte ve işinin patronu olabilmektedir. Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce e-ticaret kadının statüsünde ki değişime sebep olmuş mudur?

MELİKE GÜNAYDIN

E-ticaret ile girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştiren kadınlarımız bir önce ki nesillere göre daha şanslı oldukları kanısındayım çünkü çağımızın teknoloji çağı olması şuan girişimci kadınlarımıza e-ticaret ile büyük kolaylık sağlamakta ufuklarını genişletmektedir. Aslında şuan ev hanımı statüsündeki girişimci kadınlarımızın yaptığı pek çok işi geçmiş dönemlerde birçok kadını yapmıştır ve hala teknolojiyi kullanmadan da devam ettirmektedirler, fakat şuan ki e-ticaret ile başlayan girişimcilerimiz onlara nazaran daha şanslı çünkü hedef kitlelerine daha kolay ve hızlı ulaşabilmektedirler. E-ticaret kadının statüsün ki değişime sebep olmuştur tabi ki başlı başına öncülük bile etmiştir diyebilirim, herkesin kolayca ulaşabileceği bir platform ve kadının acaba olur mu yapabilir miyim gibi tereddütlerini ortadan kaldırmıştır. Bir örnek vermek gerekirse; çok da insan ilişkileri iyi olmayan insanlarla konuşmaktan çekinen fakat çok güzel işler başaran bir girişimci kadını e-ticaret ile yüz yüze gelmeden direk iletişim içerisinde olup fakat kendini de rahat ifade edebileceği başka bir platform yoktur diye düşünüyorum.

8. E-ticarete başlamadan önce ve sonra ki süreçte neler yaşadınız? E-ticarete başlarken hedefleriniz nelerdi ve hedeflerinize ulaşabildiniz mi?

MELİKE GÜNAYDIN

E-ticarete ve bu işe başlarken zorlukları olmadı mı, oldu tabi ki; insanların beni nasıl keşfedeceklerini düşünmek üzerine çalışmak, yeni sistemler ve reklamcılık konusunda araştırmalar yapmak gibi konular ve bu zamana gelmiş bulunmaktayım. Olmak istediğim

verde miyim evet ama henüz zirveye çıkmadım hedeflerime yavaş yavaş ulaşmak her günü değerlendirmek boş vakit harcamamak beni daha da yükselteceğini biliyorum.

9. Girişimcilik ya da e-ticaretle ilgili daha önce bir eğitim aldınız mı? Sizce e-ticarette kadının etkisini arttırmak için neler yapılmalıdır?

MELİKE GÜNAYDIN

Hayır herhangi bir eğitim almadım. Kadınlarımız sosyal projelere, etkinliklere, festivallere katılırlar ise kendilerini daha iyi tanıtabilirler. Bence müşteri ile göz göze gelerek konuşmak kendi ürünlerinizi onlara bizzat kendi elinizle sunmak en iyi, etkili ve kalıcı reklam olur bu da kadının etkisini arttırmaya yardımcı olacaktır.

10. Firmanız ait herhangi bir sosyal medya hesabı var mıdır? Sizce sosyal medyanın e-ticaret üzerinde ki etkileri nelerdir?

MELİKE GÜNAYDIN

Firmama ait bir sosyal medya hesabı kurarak ilerlemeyi öngördüm. Bu konuda bir eğitimim olmamasına rağmen araştırarak, sorarak, danışarak e-ticaretin en iyi satış şekli olduğuna karar verdim.

11. Girişimciliğe ve e-ticarete başlayacak girişimci kadınlar sizce ne tür bir yol izlemelidir? Kendilerine önerileriniz nelerdir?

MELİKE GÜNAYDIN

Bu yolda kadınlarımıza tavsiye edebileceğim en önemli şeylerden biri e- ticaret bizler için bulunmaz bir platformdur en iyi şekilde doğru kullanmayla çok güzel yerlere gelinebileceğinin kanıtı olarak kendimi gösterebilirim. Kadınlarımızın her şeyden önce kendilerine güvenmeleri, bildikleri işi yapmaları, yaptıkları işte de en iyi olmak için farklı olmayan tarzda satış yapmalarını tavsiye ederim. Başarı tesadüf değildir, azim ve çalışmak gerektirir.

PELİN RUA BAŞSA RÖPORTAJ / YUYU FİRMA KURUCU VE YÖNETİCİSİ

1. Size göre kadın girişimci tanımı nedir? Kadın girişimciliğin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

PELİN RUA BAŞSA

Kadın girişimci olmak engelli koşuda olmak gibi bir şey. Herkesle aynı yerden start alıyorsun ama yoluna çocuklarının ihtiyaçları, ilgilenmen gereken ev, okul vb. bir sürü engel çıkıyor. Ve sen hiçbir engel yokmuş gibi koşmaya devam ediyorsun.

2. Kendi işinizi ne zaman kurdunuz? Sizi girişimciliğe yönelten faktörler nelerdir? İş kurma sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?

PELİN RUA BAŞSA

Aslında girişimci bir aileden geliyorum. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinden mezun olduktan sonra kurumsal hayatta reklam ve pazarlama alanlarında çalıştım. Pazarlama öyle bir alan ki vizyonunuz sürekli geliyor ve arz talep takibinde oluyorsunuz. Yuyu'yu 2017 yılında kurdum. Yuyu öncesinde Taksim'de restoran ve kafelerim vardı. Darbe girişimi ve gezi olaylarından çok kötü etkilenip devretmek zorunda kaldım. 2 çocuğumda da tam bu dönemlerde doğdu. Oldukça zorlu günler geçirdim bu süreçte. Ama yılmadan YUYU ile yoluma devam ettim.

3. Girişimcilik için gereken özellikler nelerdir? Siz bu özelliklerin hangilerine sahipsiniz?

PELİN RUA BAŞSA

Bir hayaliniz varsa ve adım atmaya cesaretiniz varsa girişimcisinizdir zaten. Çok büyütülecek bir konu değil aslında. Self motivasyonunuzun yüksek olması gereken bir alan sadece. Bir de gerçekten tutarlı fizibilite yaparak yola çıkmalı.

4. Medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini sizce ne yönde etkiliyor? Aile faktörünün girişimci kadınlar için avantajları ve dezavantajları nelerdir?

PELİN RUA BAŞSA

Çalışmayı çok sevdim ben hep. Medeni durumum iş hayatımda çok farklılık yaratmadı. Sadece çocuklar devreye girince ister istemez çok şey değişiyor hayatta.

5. Geçmişten günümüze kadına biçilen “annelik ve ev kadını” rolleri kadın için baskın rol olarak kabul görmektedir. Sizce kadının bu rollerden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması toplum gözünde kadının statüsünde değişime sebep olmuş mudur?

PELİN RUA BAŞSA

Anneliğin kadının doğasında olan müthiş bir güç olduğuna inanıyorum. Çocuklarım sayesinde uykusuz kaldım ve Uykusuzluk sorununa çare olan Battaniye YUYU’yu kurdum. Burada bana verilen bir rol yoktu. Doğal bir akış vardı. Bir şeyden sıyrılmaya da gerek yok bence. Kadın erkek diye ayırmayı ev yaşamında ve iş yaşamında anlamsız buluyorum.

6. Girişimcilikte e-ticaretin rolü ve etkileri sizce nelerdir? E-ticaret kadın girişimcilere ne tür olanaklar sağlamıştır?

PELİN RUA BAŞSA

Kadın girişimcilerin evden çalışabilmeleri için e-ticaret müthiş bir avantaj bence. Mekan bağımsız her yerden her şekilde çalışabiliyorsun.

7. Günümüzde e-ticaret ile “ev hanımı” statüsünde ki kadınlar, evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmekte ve işinin patronu olabilmektedir. Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce e-ticaret kadının statüsünde ki değişime sebep olmuş mudur?

PELİN RUA BAŞSA

Elbette e-ticaret kadınların çalışma hayatına çok büyük katkısı olmuştur.

8. E-ticarete başlamadan önce ve sonra ki süreçte neler yaşadınız? E-ticarete başlarken hedefleriniz nelerdi ve hedeflerinize ulaşabildiniz mi?

PELİN RUA BAŞSA

Hepsiburada’nın Kadın Girişimci Programı ile e-ticarete giriş yaptım. Ardından benimyuyum.com’u kurdum. İlk sitemi açtığımda şakır şakır satacağımı düşünmüştüm. Dijital ortamda biraz debelenmem gerekti. Hedeflerime ulaştıkça yeni hedeflerim oluşuyor. İlk çıktığım hedefin çok ilerisindeyim. Ama bitmiyor ki.

9. Girişimcilik ya da e-ticaretle ilgili daha önce bir eğitim aldınız mı? Sizce e-ticarete kadının etkisini arttırmak için neler yapılmalıdır?

PELİN RUA BAŞSA

KAGİDER ve KOSGEB’in eğitimlerine katıldım. Özellikle KAGİDER ’in Kadın Girişim Programlarını çok başarılı buluyorum. E-ticaret eğitimleri dijital ortamda olanlardan çok faydalandım. İSMEK gibi Halk Eğitim Merkezlerinde e-ticaret eğitimleri verilebilir.

10. Firmanız ait herhangi bir sosyal medya hesabı var mıdır? Sizce sosyal medyanın e-ticaret üzerinde ki etkileri nelerdir?

PELİN RUA BAŞSA

Sosyal medya ve e ticareti birbirinden ayırmak mümkün değil bence. Instagram artık kartvizit gibi bir şey.

11. Girişimciliğe ve e-ticarete başlayacak girişimci kadınlar sizce ne tür bir yol izlemelidir? Kendilerine önerileriniz nelerdir?

PELİN RUA BAŞSA

Her şeyi mümkün olabildiğince kağıt üzerinde planlasınlar. Fizibilite bu işin olmazsa olmazı. Soru sormaktan çekinmesinler. Öğrenmenin sonu yok. İnanın öğrendikçe kendimi daha cahil hissediyorum. Çünkü işin başka bir etabı başlamış oluyor. Hayallerine sahip çıksınlar ve yılmasınlar.

PINAR GÜNEY RÖPORTAJ / HOMEMADE BY PINAR FİRMA KURUCUSU

1. Size göre kadın girişimci tanımı nedir? Kadın girişimciliğin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

PINAR GÜNEY

Kadın girişimcinin tanımı; her meslek grubuna göre değişiklik gösterse de, tek bir tanımı olmalı bence. Ben girişimciliği kadın, erkek diye ayırmıyorum açıkçası. Girişimcilik göstereceğiniz işinizde önce yeterince istemeyi, kendimize güvenmeyi ve her ne yapacaksak onu iyi icra edebilmeyi hedef almaktır. Bu da yapacağımız işin koşulları, doğru adımlar atabilme, nerede yapacağımız, nasıl başlamamız gerekir gibi doğru yer, doğru zaman, doğru kişiler üçlemesiyle de orantılı tabi, gerisi birazcık şansa kalmış bir şey. Elbette ki başlangıçta zorluklarla karşılaşılıyor, bunun temel sıkıntısı finans, başlangıç evreleri işimizi çevirinceye kadar sıkıntılı geçebiliyor, dezavantajı bu olabilir örneğin. Avantajı işimizde geri dönüşler olmaya başladıkça, kendimize olan güvenimiz yenileniyor, daha özgürleşiyoruz, kendimizi güçlü hissetmeye başlıyoruz, bu da rahatlık getiriyor insana. Fakat şöyle bir durum da var, neyi hedefliyorsunuz? Eğer küçük başlayayım ve küçük kalayım dersiniz, hedefinizi sabitlerseniz fazla hayal kırıklığı yaşamazsınız, ama küçük başlayayım yavaş yavaş büyüyeyim diye düşünüp ticari açıdan istediklerinizi yaşayamazsanız, fazla risk alıp, üst üste hatalar yapıp, kendinize sonsuz güvenirseniz yine hayal kırıklığı yaşarsınız, yine, küçük başlayayım yavaş yavaş büyüyeyim, arada sıkıntılarımla olsa da yılmayacağım, yaptığım işe güveniyorum, önce kendime inanıyorum, bu arada insanları iyi analiz ediyorum, detayları kaçırmamaya çalışıyorum, her şeyden önemlisi sorumluluklarımı biliyorum mantığıyla hareket edilirse, bence başarı gelir. Önünde sonun da hatta.

2. Kendi işinizi ne zaman kurdunuz? Sizi girişimciliğe yönelten faktörler nelerdir? İş kurma sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?

PINAR GÜNEY

Kendi işimi 2019'un Şubat ayında kurdum, yani 2 yıl bile olmamış. Bodrum'a 7.5 yıl önce taşındık, aklımda hep bir şeyler yapma fikri vardı ama uzun zamandır evde kendi kendime yaptığım sirkelerimi bir gün ticarete vurmak yoktu açıkçası:) Bu uğraşı hep zevkle yapıyordum, düşünsenize, bir şeyler üretmek hep güzeldir zaten. Üretim kısmında olabilmek, hep keyiflidir. Sürekli tüketim insana zarar verir, ruhen, bedenen ve maddi olarak doyumsuzlaştırır, dolayısıyla hem çevrenize doğru örnek olamazsınız hem de mutsuz insanlar kervanına katılmaya başlarsınız. İş kurma sürecinde kendi adıma konuşmam gerekirse, çok planlı bir süreç olmadı, aniden gelişen bir ticarete atılma durumum oldu, her şey rüya gibi başladı, hani derler ya kısmet olunca her şey olumlu açıdan arka arkaya güzel işler, işte öyle oldu, atölyemi tuttum hem de yakınımnda, eşim baş destekçim oldu, bağlı olduğunuz ilçelerde Ticaret odaları bayan girişimci destek kredileri veriyor fakat projenizi önce değerlendiriyorlar ve bunun size geri dönüşümü biraz zaman alıyor, ben bunu beklemeden kendi öz sermayemle başladım ve borçsuzdum atölyemi ilk açarken, bu çok önemli bir durum, her ne kadar işinize güvenseniz de tanınıncaya kadar belirli bir sürenin geçmesi gerekiyor, vergiler, SGK, BAĞKUR elektrik, su, kira baştan işlemeye başlıyor ki ben Bodrum merkezde ya da işlek semtlerde bile değildim. Yakaköy'ün en tepesinde bir köy evini yaptırıp içine girdim. İlk başta küçük de olsa öz sermayem olmamış olsa idi çok sıkıntı yaşıyor olabilirdim.

3. Girişimcilik için gereken özellikler nelerdir? Siz bu özelliklerin hangilerine sahipsiniz?

PINAR GÜNEY

Girişimcilik için elbette dışa dönük özelliklerinizin olması iyi olabilir, çünkü bir işe başlıyorsunuz, o işi besleyip, büyütüp, sunabilmeniz ve pazarlayabilmeniz için aktif

olabilmeniz, her şeyden önce inanarak girdiğiniz bu yolda ürününüzü dürüst, hilesiz sunabilirsiniz şayet, geri dönüşler çok olumlu olur. Bana gelirse, şuan 48 yaşımdayım, uzun yıllar tekstil sektöründe pazarlamaya yönelik aktif çalışmışlığım oldu, son 12 yıldır çocuğumla ilgilendim ve Bodrum'a yerleştik bu arada. Yani işime uzun yıllar ara verdim, dönüşüm, kendi işimi kurup ticarete atılmak gibi cesur bir hareket oldu. Üstelik bu yaşta üstelik zor ekonomik koşullarda. Girişimci olarak bunların ne kadarına sahibim bilemiyorum ama kısa süre içerisinde doğru adımlar attığımı düşünüyorum. Bir de şu var, yaptığım işe çok değer verdim, sosyal medyadan yararlandım, önce kendim inandım, yanlış gördüğüm durumları hemen kaldırdım, eğer bu işi yapıyorsam dedim, önce karşı tarafın gözüyle bakmalıyım dedim, her bir ayrıntıya. Sosyal medya önemli bir mecra bu dönemde, bundan faydalanmalıyız ama sıkmadan, kararında, tüketiciyi aydınlatacak, bilgilendirebilecek paylaşımlarla, ilgi çekerek, utanmadan, sıkılmadan çıkıp kendimi ifade etmeye başladım, ilk başlardaki paylaşımlarım bile gelişti, doğallığımı korumaya çalıştım, suni olan bir şey hemen fark ediliyor, bunu karşınızdaki emin olun hissediyor, her bir mesaja cevap verdim hiç sıkılmadan, her bir misafirimi aynı değerde ağırladım, çünkü bir müşteri 10 müşteridir der büyüklerimiz, sizi beğenirlerse emin olun bahsediyorlar, o onun arkadaşı, bu bunun tanıdığı derken yavaş yavaş duyulmaya başlandık. Sirke atölyemiz olarak büyümek hedefimizde yok, bu durumumuzu muhafaza ederek kalitemizden ödün vermemek hedefimiz. Doğallığımızı bozmamak, fazla iş yapmaya başladık diye markamızı bozmamak hedefimiz. İnsan anlayabilmek, empati kurabilmek, olgunluk, iddiasız mütevazî kalabilmek, her şeyden önemlisi önce eğitilmiş olmak, bütün kapıları açabiliyor biliyor musunuz? Eğitim derken kaç üniversite bitirdiğiniz değil! kendinizi hayata karşı doğru beslemeniz! .Ve bu ilk ailede başlıyor, gelişiyor ve büyüyor. İşte o zaman hayata atıldığınızda, arada düşüp kalksanız da, hatalarda yapsanız, içinde bulunduğunuz ortamda başarılı olabiliyorsunuz. Ben yavaş yavaş büyüdüğümü düşünüyorum. Keşke' nin bir Türkçe anlamı yok ama "keşke" bu büyümüşlüğümlerim ile geçmişteki işlerimde bulunsaydım belki daha başarılı olurum kim bilir?

4. Medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini sizce ne yönde etkiliyor? Aile faktörünün girişimci kadınlar için avantajları ve dezavantajları nelerdir?

PINAR GÜNEY

Girişimci olabilmek için, evli, bekar gibi kavramların olması kulağa pek hoş gelmese de aile yaşamını etkilemesi normal, evli bir kişinin bekar kişiye göre biraz daha dezavantajlı olması, üstelik bayansa! Şunu söylemeye çalışıyorum, bir bayanın elbette ki önceliği evi, çocuklarıdır, bunları aksatmadan başarılı bir girişimci olabilmesi pek tabii mümkün, örneğin ben! Evliyim, çocuğumun, eşimin evimin sorumluluklarını taşıyorum. Ama işim çok yakın! Bodrum gibi küçük bir ilçede yaşıyorum, her yere kolay ulaşımım var, hemen eve koşabiliyorum, hemen her şeye müdahale edebiliyorum, işimde de aynı sorumlulukları gösteriyorum, yorulmuyor muyum? Evet yoruluyorum. Ama bu şartlarda büyük kentlerde aynı durumu yaşamış olsaydım biraz daha zorlanabilirdim. Bekar bir kişinin alabileceği sorumluluk saatleri ve özverisi daha fazla olduğunu düşünüyorum. Yine de istenilen ve mücadele edilen her şeyin olması mümkün. İki taraflı özveriyle olabilen şeyler karşı tarafa başarı getirir. Avantajı da şu olmalı! İki taraflı çalışmak bir aileyi ekonomik yönden beslediği gibi yine güvenini ve özgürlüğünü getirir diye düşünüyorum.

5. Geçmişten günümüze kadına biçilen “annelik ve ev kadını” rolleri kadın için baskın rol olarak kabul görmektedir. Sizce kadının bu rollerden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması toplum gözünde kadının statüsünde değişime sebep olmuş mudur?

PINAR GÜNEY

Çalışan, üreten bir kadın toplumda her zaman değer görür, saygı uyandırır. Hiçbir şey aynı kalmıyor, Türkiye'nin geçmişi geçmişte kaldı, çark ne kadar ağır ilerlese de şuan ve gelecek nesiller daha farklı olacak!

6. Girişimcilikte e-ticaretin rolü ve etkileri sizce nelerdir? E-ticaret kadın girişimcilere ne tür olanaklar sağlamıştır?

PINAR GÜNEY

E- ticaret artık yaşamımızın bir parçası. Bilinirliğinizin artması, kendinizi daha hızlı lanse edebilmeniz, daha çok kişiye ulaşabilmeniz açısından büyük bir nimet olduğunu düşünüyorum. Girişimci kadınların da üretimlerinin daha fazla kişiye ulaşması ve ekonomik yönden kazançlarının olabilmesi adına e-ticareti çok önemsiyorum.

7. Günümüzde e-ticaret ile “ev hanımı” statüsünde ki kadınlar, evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmekte ve işinin patronu olabilmektedir. Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce e-ticaret kadının statüsünde ki değişime sebep olmuş mudur?

PINAR GÜNEY

Elbette olmuştur, belirli bir birikimi olmayıp ama üretimlerini satabilmek adına evden iş yapan bayan girişimlere e-ticaret büyük oranda fayda sağlamıştır. Buda bayanın toplum önünde daha fazla saygınlığını arttırmış, ekonomik anlamda katkı sağlamasına imkan vermiştir.

8. E-ticarete başlamadan önce ve sonra ki süreçte neler yaşadınız? E-ticarete başlarken hedefleriniz nelerdi ve hedeflerinize ulaşabildiniz mi?

PINAR GÜNEY

E-ticareti kullanmamızla birlikte satışlarımızda artış sağladık. Atölyemize gün içerisindeki ziyaretçilerimizin sayısı belirli oranda olurken e-ticaret alışveriş genel olduğu için fazla kişiye ulaşma şansı yakalıyoruz bu da ekonomimize katkı sağlıyor.

9. Girişimcilik ya da e-ticaretle ilgili daha önce bir eēitim aldınız mı? Sizce e-ticarete kadının etkisini arttırmak için neler yapılmalıdır?

PINAR GÜNEY

Daha önce böyle bir eēitim almadık, kurulum yapıldıktan sonra kendisi yönlendiriyor, bize sadece müşterimize ulařtıracaēımız ürünlerin doēru pazarlayabilmesi düşüyor.

10. Firmanız ait herhangi bir sosyal medya hesabı var mıdır? Sizce sosyal medyanın e-ticaret üzerinde ki etkileri nelerdir?

PINAR GÜNEY

Web sayfamız mevcut ve Instagram hesabımızı daha yoēun kullanıyoruz ve sponsor reklamları.

11. Giriřimciliēe ve e-ticarete başlayacak girişimci kadınlar sizce ne tür bir yol izlemelidir? Kendilerine nerileriniz nelerdir?

PINAR GÜNEY

Profesyonel destek alamasalar bile yönlendirici kişilerden destek alabilirler.

SEMRA YEŞİL RÖPORTAJ / JİL DOĞAL ÜRÜNLER FİRMA KURUCUSU

1. Size göre kadın girişimci tanımı nedir? Kadın girişimciliğin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

SEMRA YEŞİL

Bence erkek egemen iş dünyasını rahatsız eden kişilere kadın girişimci denir. Benim tanımlamam böyle. Kadın girişimci olarak destekler konusunda avantajları var çok az avantajı olduğunu düşünüyorum ama onun dışında ben hep dezavantajlarını gördüm. Bu biraz önce dediğim gibi erkekleri rahatsız eden o erkek egemen iş piyasasında orada bir kadın olarak çok zorlandım. Ciddi anlamda dezavantajlarını yaşadım genç bir kadın olarak. Çünkü size iş yapan biri olarak bakmak değil de yaklaşımları aslında bir kadın olarak oluyor. E orada da var olabilmek için bu dengeyi tutturmanız gerekiyor. Bu dengeyi tutturmak için de baya zorlanıyorsunuz, çünkü maalesef normal hayatımızda yaşadığımız kadın ve erkek ilişkilerinde ki bütün ayrımcılığı aynı zamanda iş dünyasında da görüyoruz. Örneğin bakıyorlar yaptığın işe kendi işimden bahsediyorum, aa sen mi yaptın bir kadının böyle bir iş yapıp böyle girişimcilik fikri ile ilerliyor olmasına inanamıyorlar. Yani bir bakıyorum acaba kadın olduğum için mi bunu sen mi yapıyorsun diyorlar diye ve böyle çok irdeledim, muhtemelen bir kadının böyle ayakları üzerinde durması böyle bir iş, değişik bir iş fikri ile tutunuyor olmasından ciddi anlamda rahatsız oluyorlar. Bir kadın olarak tek başına bir iş sahibi olarak yalnızlık hissediyorum sanırım böyle söyleyebilirim. Çünkü yalnız bir kadını gördükleri zaman nereden yaklaşıp yaklaşıp çok kestiremiyorsunuz, kestiremediğiniz içinde yalnız olmak çok güçlü olsanız da bir süre sonra sizi yoruyor. Dezavantajları için söyleyeceklerim de bunlar sanırım.

2. Kendi işinizi ne zaman kurdunuz? Sizi girişimciliğe yönelten faktörler nelerdir? İş kurma sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?

SEMRA YEŞİL

Yaklaşık 3 yıl oldu ama onun öncesinde 2 yıllık bir hazırlık sürecim var çok emin değilim ama şöyle. İstanbul'da yaşıyordum ve kurumsal bir İtalyan firmasında çalışıyordum. Kimyagerim ama aynı zamanda kimyasalların bir kısmına karşı alerjisi olan bir kimyagerim. Zaten hayatımda uyguladığım bazı şeyleri girişimcilik olarak dönüştürebilirim diye düşündüm. Aslında İstanbul'da yaşıyor olsaydım bunu yapamayacaktım büyük ihtimal, ama İstanbul'da yaşamaktan vaz geçince memleketim Tunceli'ye dönmek isteği ile burada zaten bir kimyagerin yapabileceği çok fazla bir iş alanı olmadığı için bu kendim için yaptığım ürünleri; sabun, krem vs. ürünleri başkaları içinde yapmaya karar verdim. Yani bu hem mesleğime dair bir şeydi hem de burada bitkilerle çiçeklerle uğraşarak burada onlara erişimim daha kolay olduğu için hem de İstanbul'da yaşamak istemiyordum Tunceli'de yaşamak için yani yaşamımı idame ettirebilmem için böyle bir girişimcilik fikri doğdu. Dediğim gibi yaklaşık 3 yıllık bir firmayım ekim ayında 3 yılım dolacak, ama onun öncesinde 2 yıllık bir hazırlık sürecim var mesleki olarak kimyager olmama rağmen bitkilerin dünyasını öğrenmek için birçok çiftliğe gittim, bitki uzmanlarıyla görüştim, eğitimlere katıldım, kitaplar okudum. Bu süreç yaklaşık 2 sene öncesi ile toplam 5 yıldır bu işle haşır neşirim. İş kurma sürecinde de dediğim gibi bir kadın olarak, iş bilmeyen, hiç ticaretle uğraşmamış beyaz yakalı biri olarak, ticaretle alakam hiç olmadan, daha çok üretmek aşamasıyla ilgilenen ki bence kimyacıların zaten mesleki olarak da yaptığı şey budur üretmek. Ticaretle çok zorlandım. Bir iş kurduktan sonra ticaret yapma kuralları, ticaretle tutunma, muhasebe, vergi yani bunlar aslında benim hiç sevmediğim konulardı. Biraz bu kısımlarında zorladım. Fiyat belirleme, yani en çok zorlandığım bu, ticaret, şirket olma, şirketin gerekliliklerini yerine getirme zorlukları beni çok zorladı, çünkü hiç bilmediğim aslında sevmediğim bir kısımdı, ama işimin de bir parçası olduğu için bunlara alıştım aslında bunlara alışmak zorundaydım, bunları öğrenmek zorundaydım. İstemediğiniz bir şeyi de öğrenmeye çalıştığınızda da biraz

zorlanıyorsunuz. Yani yine de çok öğrendiğimi söyleyemem ama az çok artık o kısımlarını dediğim gibi şirket olma, bürokratik işleri sanırım biraz daha iyi çözmeye başladım.

3. Girişimcilik için gereken özellikler nelerdir? Siz bu özelliklerin hangilerine sahipsiniz?

SEMRA YEŞİL

Bence girişimciyle şirket sahibi gibi bir ayrım olması lazım. Girişimci dediğiniz kişinin bence hayal dünyasının çok geniş olması lazım, yaratıcı olması lazım, hayal kuruyor olması lazım bence biraz da duygusal olması lazım, iyi bir gözlemci olması lazım, yani insan ilişkilerinin iyi olması lazım, yaptığı işe inanıyor olması lazım. Bu tip özelliklerin olması lazım. Ben aslında kendimi gerçek bir girişimci olarak tanımlıyorum yani ticaretle uğraşan bir iş kadını gibi değil de ama gerçekten girişimci bir kadın olarak görüyorum. Çünkü benim hayal dünyam çok geniş, yaratıcılığım bence çok fazla. Bu anlamda girişimciliğin, girişimcinin özelliklerini taşıyorum. İyi bir gözlemciyim. Bunu şöyle yapıyorum, mesela bir girişimci şunu bilmeli fikir olarak çok uzak noktalara gitmemeli yani başında kendi hayatından yola çıkarak bir girişimcilik fikri oluşturmalarıdır bence, çünkü diğer türlü çok zor oluyor, ulaşılamayacak hedefler konuluyor ondan sonra da hüsrana uğrayabiliyorsunuz. O yüzden en basitinden yakın çevrenizi iyi gözlemleyerek, ihtiyaçlarınızı gözlemleyerek, çevrenizdekilerin ihtiyaçlarını gözlemliyor olmanız lazım. Bende bu anlamda iyi bir gözlemciyim ihtiyaçlarımın çok farkındayım ve bundan yola çıkarak yaptığım için yani başarılı mıyım bilmiyorum ama tutunabildim diyebilirim. Yani ben o anlamda kendimi gerçekten iyi bir girişimci olarak tanımlıyorum.

4. Medeni durum ve aile hayatı kadının girişimcilik faaliyetlerini sizce ne yönde etkiliyor? Aile faktörünün girişimci kadınlar için avantajları ve dezavantajları nelerdir?

SEMRA YEŞİL

Medeni durumun bence olumsuz bir etkisi yok. Kadın girişimci için eğer bir birlerine eşler destek oluyorsa bu anlamda bence dezavantajı değil, aksine avantajı oluyordur. Çünkü dediğim gibi bir kadın olarak yalnız bir iş yapıyor olmak çok zor, aileden birilerinin bu işin içinde olması ya da bir eşin bu işin içinde olması o anlamda yaptığınız işi daha kolay bir şekilde yapmanızı ve daha kolay ilerlemenizi sağlıyor diye düşünüyorum. Yani eğer eşit ilişki de eşinizde bu anlamda size destek ya da aileniz işte anne olur kardeş olur bu anlamda sizi destekliyorsa daha güçlü hissediyorsunuz. Ne kadar cesaretli, ne kadar güçlü olursanız olun piyasaya girdiğiniz zaman iş dünyasına girdiğiniz zaman kadın olarak bir noktada tıkanıyorsunuz. Çünkü ben çok karşılaştım yani bana bakıyorlar sen mi yapıyorsun yani demin dediğim gibi yanında biri olsaydı keşke falan. Yani her şeyi hak görüyorlar insanlar seni tehdit ediyorlar çünkü yalnız görüyorlar onlara çok papuç bırakmak anlamında söylemiyorum ama yalnız gördükleri için buna daha cesaretli yapıyorlar. Bu anlamda bence aileyi ikna etmek lazım, ben mesela ailemi ikna etmekte çok zorlandım çünkü benim ailem tam bir memur zihniyetinde bir aile olduğu için böyle şeylerin gereksiz olduğunu düşünür, benim ekstra yorulacağımı, yaptığım işten keyif almak yerine daha çok yorulacağımı, buna gerek olmadığını, sabit bir maaşla bir yerde çalışmamın daha mantıklı olacağını, daha mutlu olacaklarını söylediler. Desteklediler ama her zaman bu işi bırakmam için baya uğraştılar, uğraşıyorlar da hala. Çünkü dediğim gibi memur zihniyetinde oldukları için bazen de hak veriyorum çünkü çok ciddi yoruluyorum ama işte hayallerim var bu hayalleri düşününce pişman değilim. Hem aile faktörünün avantajları benim çok işime yaradı, mesela bu dönemde pandemi döneminde benim kardeşim öğretmedi mesela ben lavanta ekiyorum onlar benim lavantalarımı ilgilendi güvenip bırakabileceğin birileri oluyor yani onun dışında dezavantajları dediğim gibi ilk başlarda gerek duymayıp gereksiz bulabilirler çünkü bu anlamda hiç olumlu örnekler yok, umutlu örnekler yok. Çoğu zaman desteklemiyorlar ama

bunu yapabilmeniz için cesaretli olmanız lazım. Dezavantajları öyle sayabiliriz ama bence aile faktörünün avantajlarının daha fazla olduğunu düşünüyorum. Belki anne baba olduğunuz zaman ama artık o da eskisi gibi değil şimdi annelerde çocuklarını alıp çalıştığı yerlere gidebiliyor bence o da çok dezavantaj değil.

5. Geçmişten günümüze kadına biçilen “annelik ve ev kadını” rolleri kadın için baskın rol olarak kabul görmektedir. Sizce kadının bu rollerden sıyrılarak kendi işini kurması, kendi parasını kazanması ve ayakları üzerinde durması toplum gözünde kadının statüsünde değişime sebep olmuş mudur?

SEMRA YEŞİL

Yani evet bu rollerden sıyrılması da gerekmiyor baskın anne rolü olabilir bir anne hırslı bir iş kadını bir girişimci olabilir bir kadın. Evli olmadığım için tam bilemeyeceğim ama bu sıyrılması gereken bir rol değil, olması gereken bir rol aslında. Hem anne hem girişimci ise ikisini de yapması lazım eğer yapamıyorsa birisinden vazgeçmesi lazım yani bir kadının anne oluşunun para kazanmasına, ayakları üstünde durmasına engel olmaması lazım yani bu bizim tabulaştırdığımız bir şey diye düşünüyorum. Bence artık toplum kadının para kazanmasına alıştı, alıştıkları için de tüm kadın erkek ilişkilerinde eşit davranılmaya başlandı. Üretimin her alanında olan kadınlar artık işin her adımında olmaya başladı, yani bence girişimcilik, iş hayatı kadın zaten bunların her adımında rol alıyordu, bunun sergilenme aşamasında yoktu, sergilenme aşamasında erkekler ön plana çıkıyordu bu da kadının bunu önemsemiyor olması olabilir ya da görünüş kısmı değil üretim kısmını çok seviyor ve o kısım ile ilgilenmek isteğiyle ilgili olabilir. Ama şey kısmını bilmiyor görünür olma. Aslında bu kısımda önemli, görünür olma, pazarlama yani üretim kısmında her şeyi yapan kadınlar ama görünür olma kısmında bir erkek oluyor, bir eş oluyor belki bir baba oluyor, başka bir erkek oluyor yani dediğim gibi görünür olmaması kadınların çok umursadığı şeyler değil, daha yeni yeni umursamaya başladı. Yani kadın emeğine saygı duymalı, emeğinin başında durmalı, emeğine sahip çıkmalı. Bunu böyle söyleyebilirim yani kadınlar şu aşamada girişimcilik kısmında

kendi emeklerine sahip çıkıyorlar, emeğine sahip çıkan kadınlarda bu erkek egemen olan bu piyasada hızla ilerliyorlar. Kadınlar emeğine sahip çıkmaya başladı.

6. Girişimcilikte e-ticaretin rolü ve etkileri sizce nelerdir? E-ticaret kadın girişimcilere ne tür olanaklar sağlamıştır?

SEMRA YEŞİL

E-ticaretin girişimcilikte çok önemli bir etkisi var. Ticareti bizim gibi kırsalda yapan pazardaki kadınlar için çok çok önemli olduğunu düşünüyorum. Yani kimseye gebe kalmadan ben sabun yapıp burada ki marketlerle anlaşıp onlara verebiliyorum, yani onun dışında bende ürünlerini satmak istiyorum diyenlere vermiyorum. Bir Pazar arayışına girmek zorunda kalmıyorum çünkü yorucu pes ettiren kısmı bu zaten. Birde yani herkes ticareti bilmek zorunda değil, her girişimci bilmek zorunda değil, gerçek girişimcilerin, başarılı girişimcilerin ticaretten anladığını düşünmüyorum. Birazcık o onla birlikte yürüyen bir şey pazar arıyor olmamız yani bir telefonla bir Instagramla, internetle yapıyor olması bunun için bir yerlere gidip insanlarla görüşmeden yapıyor olmamız kırsaldaki insanların bir yere gitmeden her şeyi çözebilmesi girişimciliği bir adım daha öteye taşıyor. Diğer türlü pes etme olasılığınız çok yüksek. Akmıyor ama damlıyor mesela kendini döndürüyorsun. Ben satış yeri açtığımda kiralar masraflar çok yüksekti ben ticaretimin % 80'nini e- ticaret üzerinde yapıyorum, böyle bir dükkân tutmamın, çalışan personele para ödemenin bir anlamı olmuyor. Bir yerde ben ne yapıyorum diyorsunuz dükkân kirası ödemek için çalışıyorum diyorsunuz, yani elinizde bir şey kalmıyor bir süre sonra, yaptığınız işten de zevk almıyorsunuz, elinizde parada kalmıyor. Yapmak istediğiniz hayalleriniz için elinizde para olması lazım. Ben satış ofisine hiç gerek yok dedim zaten satışımın %80'ni netten yapıyorum, giderlerimin en büyük kalemini elimden çıkarmış oldum, zaten küçük bir şehirde çalışıyorum herkes atölyeme gelip beni rahatça bulabiliyor, satış yapabiliyorum, il dışına satış yapabiliyorum. Bu nedenle E-ticaretin bana çok katkısı olduğunu düşünüyorum.

7. Günümüzde e-ticaret ile “ev hanımı” statüsünde ki kadınlar, evlerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmekte ve işinin patronu olabilmektedir. Siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce e-ticaret kadının statüsünde ki değişime sebep olmuş mudur?

SEMRA YEŞİL

Yani demin dediğim kendi işinizin patronu olma, bir telefonla kendi sitenize ürün yükleyebilme, ürünlerinizi çıkarıp stoklarınızı güncelleyebiliyorsunuz yani bu anlamda kadının statüsünün değişimine sebep olmuş mudur bence kesinlikle olmuştur. Yani bir işte el bezi, bir patik, bir kazak bile yapıp E-ticaret üzerinden koyabiliyorsunuz. E- ticarete eskisi gibi yazılım yüklemekle falan uğraşmıyorsunuz, artık e-ticaret siteleri var, sadece üye oluyorsunuz ve ürünlerinizi yüklüyorsunuz, teknik bilgi bilmenize gerek kalmadan para kazanıyorsunuz. Bunlarla bir şirket açmadan, büyük şirketleriniz olmadan para kazanıyorsunuz. Aslında pazarda satmanın sanal hali diye düşünüyorum. Kadının statüsü derken birazcık bu kelimeler bende farklı şeyler aslında. Yani dediğim gibi yani iş yeri tutmasına gerek kalmıyor, evinin bir köşesini atölyeye çeviriyor burada keyif aldığı işle üretim yapıp para kazanabiliyor ve para kazandığı için kendine öz güveni artıyor daha doğrusu mutlu oluyor yani üretmeyen insan mutsuz insandır. Herkesin ilgi alanı farklıdır kimi el bezi yapmaktan, kimi çiçekle krem yapmaktan, kimi seramikle bir şey yapmaktan, kimi taş oymaktan. Yani herkesin bir ilgi alanı vardır, sevdiğin bir işten parayı kazanıyor olman insana özgüven getirip mutlu eder. Eskiden dansçılara çok özenirdim, çünkü yaptıkları işten keyif alarak yapıyorlardı, ben eski işimde beyaz yakalı olduğum zaman işimden keyif almamaya başlamıştım. 9-5 çalışmak beni mutsuz ediyordu daha sonra işimi keyif alacak bir duruma çevirdim bu kolaylıkta E-ticaretin çok büyük bir etkisi var. Benim alanımda da diğer kadınların alanında da daha fazla paralar harcamadan kendi emeklerinin karşılığını almış olduklarını tahmin ediyorum. Böylelikle daha mutlu insanlar olduklarını düşünüyorum. Özellikle kadınların daha görünür oldukları için daha öz güvenli oldukları için yani burada kadınların ettikleri domatesleri erkekler satıyor yani bunları üretenlerin daha çok kadınlar olduğunu düşünüyorum. Ne yapıyor o kadınlar ettiği çileği pazar tezgahında kendi satıp

ürettiği çileğe kendi sahip çıkıyor o zaman mutlu oluyor görünür olmak belki derdi bile olmayabilir.

8. E-ticarete başlamadan önce ve sonra ki süreçte neler yaşadınız? E-ticarete başlarken hedefleriniz nelerdi ve hedeflerinize ulaşabildiniz mi?

SEMRA YEŞİL

Ben direk e-ticaretle başladım, çünkü İstanbul'da yaşadığım için ben hep sen, ben, bizim oğlan diyerek başladım. Kardeşim, arkadaşları, benim arkadaşlarım ve kendi çevreme satarak başladım. Böyle bir çevre yani o yönden çok şanslıyım. Kardeşimi tanıyan arkadaşları, kendi arkadaşlarım, bizi tanıyan insanlar böyle gelişen bir süreç oldu benimkisi. Öncesinde de sonrasında da hep benzer şeyler yaşadım yani reklamım daha çok benim beğenerek birbirine tavsiye şeklinde beni tanıyan ya da hayatında benimle temas etmiş kişiler tüm ürünlerini benden almaya başladılar, etraflarına yaymaya başladılar sosyal çevremın başarısı diyebilirim Arkadaşlarımın, kardeşlerimin, arkadaşlarımın arkadaşlarının başardığı bir şey diyebilirim. Benim sürecimde birde şöyle bir durum vardı, ben bir hayalimi gerçekleştirdim herkesin aslında benim çevremde yaşayan herkesin hayalini gerçekleştirdim bu yüzden de etrafımda ki herkes bana destek olmak istedi ve bende onlara karşı bu anlamda çok sorumluluk hissettim. Eğer başaramasaydım onlara karşı çok mahcup olacaktım. Üç senedir bunu sürdürebiliyor olmak hele de bu ekonomik şartlarda sürdürebiliyor olmak onlara bir umut hem de kendilerine dair ne yapabilirler, üretim alanının neresinde olabilirler üzerine dair düşünmeye başladılar bu konuda onlara umut olduğumu düşünüyorum. Dediğim gibi ben onlara karşı sorumluluk hissettim, onlarda bana karşı sorumluluk hissetti karşılıklı sorumluluk hissettik, birlikte bu hayali gerçekleştirdik. Bu hayale inandılar, bana inandırlar, benim ürünlerime inandılar, beni böyle desteklediler. Benim sürecim böyle ilerledi, böyle ilerliyor, hedeflerimin hepsine ulaşamadım sabit bir müşteri kitlem var dediğim gibi çevrem. Ticareti bilmediğimden reklam kısmını iyi kullanamıyorum biraz eksik kalıyorum, reklam kısmını bilmediğim için insanlar benim üç yılda geldiğim yere bir yılda gelebiliyor, böyle

Üretici kadınlarda var onları da takdir ediyorum. Ben yavaş yavaş yapıyorum, para kazanma derdim olmadığı için çok acele etmedim hayallerimi yavaş yavaş gerçekleştiriyorum.

9. Girişimcilik ya da e-ticaretle ilgili daha önce bir eēitim aldınız mı? Sizce e-ticarette kadının etkisini arttırmak için neler yapılmalıdır?

SEMRA YEşİL

Girişimcilikle ilgili KOSGEB desteēi ile bir eēitim almıştım. Evet e-ticaretle ilgili bir eēitim almadım, hazır siteler var onlara ürün yüklüyorsunuz. Bence e- ticaretten çok Instagrama bunun reklam olarak görünürlük olması adına bir eēitim düzenlenmeli, çünkü insanlar artık sizin e- ticaret sitenize bakınca yani benim sitem biraz daha özgün bunu bilerek yapıyorum, profesyonel fotoēraf koymuyorum ben daha samimi olsun diye fotoēraf koyuyorum bu benim tarzım. İnsanların bizi duymadan web sitemize ulaşması çok zor o yüzden Instagram üzerinden ya da sosyal medya üzerinden duyurabiliriz. Bence kadın girişimcilere sosyal medya üzerinden e-ticaret dersleri verilmeli. Mesela ben bu konuda çok eksik kaldım tamamlamaya çalışıyorum ama o takipçiler falan Instagram sayfama gelenler etkileniyor mesela, sayfama gelen insanlar etkileniyor, ben kendime güveniyorum, yazdıēım yazılara içeriklere güveniyorum ama işte insanları oraya çekmekte zorlanılıyor, insanları oraya çekmek hakkında eēitimler düzenlenmeli.

10. Firmanız ait herhangi bir sosyal medya hesabı var mıdır? Sizce sosyal medyanın e-ticaret üzerinde ki etkileri nelerdir?

SEMRA YEşİL

Evet Instagram hesabım var. Benim Instagram satışlarım çok iyi hatta Instagram olmasa kendi şirketim olmayacaktı, ben de olmayacaktım. Bunu şöyle yapmıyorum, her gün bir şey paylaşmıyorum ama paylařmadıēımda insanlar bir şey görmek istiyor, üretimde ne yaptıēını merak ediyorlar, görmek istiyorlar. Yani Instagramda satış yapmak için bir şey koymak istemiyorum, insanlar uzun yazılı şeyler istemiyorlar daha görsel şeyler istiyorlar yani Instagram benim e-ticaretimin baş tacı oradan çok ekmek yedim.

11. Girişimciliğe ve e-ticarete başlayacak girişimci kadınlar sizce ne tür bir yol izlemelidir? Kendilerine önerileriniz nelerdir?

SEMRA YEşİL

Bence cesaretli olmalı kadınlar, hiç kimsenin yapmadığı bir şeyi yapmakla uğraşmasınlar çevrelerinden gözlemleyerek ihtiyaç olan, boşluğu olan şeylerin üstüne gitmeliler. Ben lavanta kesesi yapıyorum, bana kese yapacak birileri lazım mesela bunu illa ki fabrikasyon yapan yerler vardır ama ben bu işi kendim yapıyorum bazı insanlara binlerce lazım bu konuda mesela çok büyük bir ihtiyaç var yani herkes sabun üretiyor ama sabuncularında ihtiyacı olan bir sürü ara malzeme var mesela, kadınlar bunlara yönelmeli. Eğer sirke yapan bir kadın varsa ben ondan alırım çünkü ben çok fazla sirke alan bir insanım ve kendim yapıyorum bu beni çok yoruyor başkası yapsa güvenilir olsa kesin alırım. Yani kadınların böyle şeylere yönelmesi gerekli küçük küçük başlamak gerekiyor. Neyle yaptım; kekikle, papatyayla, sabun yapmaya başladım baktım sonra bir teyze geldi krem istedi, sonra krem yapmaya başladım, sıvı sabun yapmaya başladım, maske yapmaya başladım. Dediğim gibi ufak ufak başlamak lazım, boşlukları bulmak lazım, çok para harcamadan başlamak lazım.