

**AZERBAYCAN'DA KIRSAL ALANDA KADIN
GİRİŞİMCİLİĞİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER**

Gültekin MİRZALİ



T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**AZERBAYCAN'DA KIRSAL ALANDA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE ETKİ
EDEN FAKTÖRLER**

Gültekin MİRZALİ

0000-0002-3087-0547

Doç. Dr. Tolga TİPİ
(Danışman)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

BURSA – 2022
Her Hakkı Saklıdır

TEZ ONAYI

Gültekin MİRZALİ tarafından hazırlanan “AZERBAYCAN'DA KIRSAL ALANDA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Tolga TİPİ

- Başkan** : Doç. Dr. İ. Bülent GÜRBÜZ
0000-0001-5340-3725
Bursa Uludağ Üniversitesi,
Ziraat Fakültesi,
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı İmza
- Üye** : Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Neslihan DÜNDAR
0000-0003-2084-7776
Bursa Teknik Üniversitesi,
Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi,
Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı İmza
- Üye** : Doç. Dr. Tolga TİPİ
000-000-000-000
Bursa Uludağ Üniversitesi,
Ziraat Fakültesi,
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı İmza

Yukarıdaki sonucu onaylarım

Prof. Dr. Hüseyin Aksel EREN
Enstitü Müdürü

.././.....

B.U.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- ve bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

21/03/2022

Gültekin MİRZALİ

TEZ YAYINLANMA FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezin/raporun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma izni Bursa Uludağ Üniversitesi'ne aittir. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet hakları ile tezin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları tarafımıza ait olacaktır. Tezde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığını ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederiz.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan “**Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge**” kapsamında, yönerge tarafından belirtilen kısıtlamalar olmadığı takdirde tezin YÖK Ulusal Tez Merkezi / B.U.Ü. Kütüphanesi Açık Erişim Sistemi ve üye olunan diğer veri tabanlarının (Proquest veri tabanı gibi) erişimine açılması uygundur.

Danışman Adı-Soyadı
Tarih

Öğrencinin Adı-Soyadı
Tarih

İmza

Bu bölüme kişinin kendi el yazısı ile okudum
anladım yazmalı ve imzalanmalıdır.

İmza

Bu bölüme kişinin kendi el yazısı ile okudum
anladım yazmalı ve imzalanmalıdır.

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

AZERBAIJAN'DA KIRSAL ALANDA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Gültekin MİRZALİ

Bursa Uludağ Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Tolga TİPİ

Bu çalışmanın amacı, Azerbaycan'da kırsal alanda kadınları girişimci olmaya yönlendiren faktörleri ve kırsal alanda kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları belirlemektir. Bu amaçla, kırsal alanda girişimcilik yapan 157 kadınla anket yapılmıştır. Anketlerden elde edilen birincil veriler, frekans, % analizi ve Ki-kare bağımsızlık testleri kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, kırsal alanda kadınlar girişimci olma nedenlerini; %98,1 oranında ekonomik bağımsızlık kazanmak için, %98'i yüksek kazanç elde etmek için, %91,1 oranında kendi işinin patronu olmak için, %77 oranında aile ihtiyaçlarının karşılanması olarak belirtmişlerdir. Finansal destek verildiği için girişimci olan kadınların oranı ise %24,5'tir. Kırsal alanda kadın girişimciler %85,4 oranında işletmelerini kurarken kadın olmalarından dolayı, %58,6'sı ise ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ankete katılanların tamamı uygun kredi imkanlarının olmaması nedeniyle sorun yaşadıklarını ifade ederken, %85,4'ü ise deneyimsizlikten dolayı sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Kırsal alanda kadın girişimciliğinin desteklenmesi amacıyla kadınların mesleki eğitimlerine ağırlık verilmeli, ücretsiz danışmanlık hizmeti ve özel krediler verilerek finansman ihtiyaçları karşılanmalıdır.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, kadın girişimciliği, kırsal alan, Azerbaycan

ABSTRACT

MSc Thesis

FACTORS AFFECTING WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN RURAL AREAS IN AZERBAIJAN

Gultekin MİRZALİ

Bursa Uludağ University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Agricultural Economics

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Tolga TIPI

The aim of this study is to determine the factors that lead women to become entrepreneurs in rural areas in Azerbaijan and the problems faced by women entrepreneurs in rural areas. For this purpose, a survey was conducted with 157 women who were entrepreneurs in rural areas of Azerbaijan. The primary data obtained from the questionnaires were analyzed using frequency, % analysis and Chi-square independence tests. According to the results obtained, the reasons for women to be entrepreneurs in rural areas; 98.1% stated that they became entrepreneurs to gain economic independence, 98% to earn high income, 91.1% to be their own boss, and 77% to meet their family needs. The rate of women who become entrepreneurs due to financial support is 24.5%. In rural areas, 85.4% of women entrepreneurs stated that they had problems while establishing their businesses because they were women, while 58.6% stated that they had problems due to family reasons. While all of the respondents stated that they had problems due to the lack of suitable loan facilities, 85.4% of them stated that they had problems due to inexperience. In order to support women's entrepreneurship in rural areas, women's vocational training should be emphasized and free consultancy services should be provided, and their financing needs should be met by giving special loans to women.

Keywords: Entrepreneurship, women's entrepreneurship, rural area, Azerbaijan

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
ŞEKİLLER DİZİNİ	iv
ÇİZELGELER DİZİNİ	v
1. GİRİŞ	1
2. KURAMSAL TEMELLER VE KAYNAK ARAŞTIRMASI	3
2.1. Kaynak Araştırması	3
2.2. Girişimcilik Kavramı ve Önemi	10
2.2.1. Kırsal alanda girişimcilik	14
2.2.1.1. Kırsal alan tanımı	15
2.2.1.2. Kırsal girişimciliğin tanımı ve önemi	17
2.2.1.3. Kırsal girişimciliğin faaliyet alanları	20
2.2.1.4. Kırsal girişimciliğe ilişkin problemler	21
2.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	22
2.3.1. Kültür ve eğitim	25
2.3.2. Aile ve sosyal ortam	26
2.3.3. Finansal faktörler	26
2.3.4. Psikolojik faktörler	26
2.3.5. Yasal, politik ve idari faktörler	27
2.4. Kadın Girişimciliği	27
2.4.1. Kadın Girişimciliğinin Tanımı ve Tarihiçesi	27
2.4.2. Kadın girişimcilerin özellikleri	29
2.4.3. Kadın girişimci türleri	30
2.4.4. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklar	31
2.4.5. Kadınları girişimcilikte motive eden faktörler	33
2.4.5.1. Toplumda konum bulma	35
2.4.5.2. Zengin olma arzusu	36
2.4.5.3. Lider olma arzusu	36
2.4.5.4. Güç kazanma arzusu	36
2.4.6. Kadın girişimcilerin karşılaştığı zorluklar	37
2.5. Dünya'da ve Azerbaycan'da Kadın Girişimciliği	37
2.5.1. Dünya'da kadın girişimciliği	37
2.5.2. Azerbaycan'da kadın girişimciliği	38
2.5.3. Kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunlara çözümler	42
3. MATERYAL VE YÖNTEM	46
3.1. Materyal	46
3.2. Araştırmanın Yöntemi	46
3.3. Araştırmanın Hipotezleri	47
4. ARAŞTIRMA BULGULARI	49
4.1. Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Özellikleri	49
4.2. Katılımcıların Girişimcilik Özellikleri	52
4.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Sorunlar	59
4.4. Araştırma Sorularına İlişkin Testler	65
5. SONUÇ	69
KAYNAKLAR	71

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Makro ve Mikro Sorunlar.....	37
---	----

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 2.1. Bazı Ükelere göre kırsal alan tanımları	17
Çizelge 2. 2. Girişimciliği şekillendiren etmenler	24
Çizelge 2. 3. Kadın girişimci türleri.....	30
Çizelge 2. 4. Kadın ve erkek girişimcilerin farklı özellikleri.....	31
Çizelge 2. 5. Kadın ve erkeklerin girişimci olma nedenleri.....	32
Çizelge 2. 6. 2021 yılı Azerbaycan’da Ekonomik olarak aktif nüfusun cinsiyete ve yaş gruplarına göre dağılımı.....	39
Çizelge 2. 7. Ekonomik olarak aktif nüfusun cinsiyete göre yüzde (%) olarak dağılımı	40
Çizelge 3. 1. Güvenilirlik testi tutarlılık değerleri	47
Çizelge 4. 1. Güvenilirlik analizi sonuçları.....	49
Çizelge 4. 2. Katılımcıların yaşa göre dağılımları	49
Çizelge 4. 3. Katılımcıların Eğitim durumu.....	50
Çizelge 4. 4. Medeni durum verileri tablosu.....	50
Çizelge 4.5. Katılımcıların çocuk sayıları.....	50
Çizelge 4.6. İşletmelerin kuruluş yılı tablosu.....	51
Çizelge 4.7. İşletmelerin hukuki yapıları	51
Çizelge 4.8. İşletmelerin faaliyet gösterdiği sektörler	52
Çizelge 4.9. Aylık ortalama gelir (AZN)	52
Çizelge 4.10. İş kurmadan önceki uğraşları	52
Çizelge 4.11. Ailedeki girişimcilik durumu	53
Çizelge 4.12. Katılımcıların annelerinin çalışma durumu	53
Çizelge 4.13. Katılımcıların mesleki deneyimi.....	53
Çizelge 4.14. Mesleki bilgi ve beceri kazanma durumu	54
Çizelge 4.15. Katılımcıların girişimcilik özellikleri	55
Çizelge 4.16. Kendi işini kurmak için yakınlarını ikna etme durumu	56
Çizelge 4.17. İşletme kurulurken destek verenler	56
Çizelge 4. 18. Kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri	58
Çizelge 4.19. İşletmeyi kurarken sermaye temin kaynağı	59
Çizelge 4.20. İş sürecinde sorunlarla karşılaşma durumu.....	60
Çizelge 4.21. Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlar	61
Çizelge 4.22. İşletmenin faaliyeti sürecinde deneyimsizliğin etkisi	62
Çizelge 4.23. Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar	63
Çizelge 4.24. Eğitim durumu ile sorunlara çözüm odaklı yaklaşım arasındaki ilişki.....	65
Çizelge 4.25. Yaş ile risk üstlenme yeteneği arasındaki ilişki.....	66
Çizelge 4.26. Eğitim durumu ile işletme kuruluşunda bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşama arasındaki ilişki	67
Çizelge 4.27. Çocuk sayısı ile işletmenin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorunlar arasındaki ilişki	68

1. GİRİŞ

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, yoksulluk ve işsizliğin azaltılması için etkili bir araçtır ve ülkelerin en önemli ekonomik politika öncelikleri arasındadır. Bu nedenle, yeni işletmelerin kurulmasında, işsizlik ve yoksulluğun azaltılmasında en önemli unsurlardan biri girişimcilik son derece önemlidir. Kadın girişimciliği, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve sosyal kalkınma açısından büyük bir öneme sahiptir. Kadın girişimciliği, kadınların ekonomik ve sosyal olarak güçlendirilmesini teşvik eder ve toplumdaki cinsiyet eşitsizliklerinin azaltılmasını destekler. Potansiyel ve mevcut kadın girişimcilerin ülkedeki genel kalkınma süreçlerinin dışında bırakılmamasını sağlamak önemlidir. Kadınların sahip olduğu işletmelerin sayısı son yıllarda artmasına rağmen, kadınların girişimci rolündeki ekonomik potansiyeli henüz tam olarak fark edilememiştir. Hala kadınların üretim faktörlerine, krediye ve pazar fırsatlarına erişimini sınırlayan sosyo-ekonomik engeller ve cinsiyete özgü kısıtlamalar vardır.

Kırsal alanda ekonomik kalkınmayı sağlamak, kırsal alanda yaşayanların yeterince ekonomik hayatta yer alması ile mümkündür. Azerbaycan gibi gelişmekte olan ülkelerde kırsal kalkınma açısından önemli sorunlardan biri de kadın girişimcilerin ekonomik hayata yeterince katılamamasıdır.

Kırsal alan, mekânsal ve sosyolojik karşılığı olan bir kavram olarak kabul görmektedir. Kırsal alanda girişimcilik, mekânsal konum olarak kırsal alanda kar elde etmek amacıyla yapılan faaliyet türlerini ifade eder. Bu nedenle kırsal alanda girişimcilik, konum olarak yerellikle sınırlı bir ilişkiye sahiptir.

Kırsal girişimcilik ile kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik kavramları literatürde birbirinden farklı anlamlarda kullanılmıştır. Girişimcilerin çeşitli teşvikler ve avantajlar için kırsal alanda faaliyet göstermeleri kırsal girişimcilik olarak değerlendirilmemektedir. Maliyetleri düşürmek, devlet teşviklerinden yararlanmak gibi amaçlarla girişimcilerin kırsal alanlara yönelmesi kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik kapsamında değerlendirilmektedir (Korsgaard ve ark., 2015). Kırsal girişimcilikte

devlet teşviklerinden ve kârdan ziyade ilgili bölgenin girişimci için taşıdığı önem, kişisel, sosyal ve kültürel özellikler ön plandadır. Kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik ve kırsal girişimcilik kavramlarının bu farklılığına karşın, her iki girişimcilikte kırsal alandaki yoksulluğun ve yoksunluğun azaltılması ve ekonomik dönüşümün sağlanmasında önemlidir. Ayrıca her iki girişimcilik türünde de ulusal veya küresel pazarlara kıyasla daha pahalı olsa dahi yerel kaynakların kullanımına odaklanılır. Yerel kaynakların üretim için tahsis edilmesi hem ekonomik hem de sosyal olarak değer yaratmakta ve kırsal kalkınmayı desteklemektedir.

Kadınlar, girişimcilik faaliyetleriyle bir yandan maddi ve manevi faydalar elde ederken, diğer yandan bağımsızlık, mali imkânlar, kamu hizmeti, iş güvencesi, aile istihdamı ve azimle cinsiyet ayrımcılığına ilişkin yargıları kadın lehine çevirme imkânı bulmaktadır. Sağlıklı ve güçlü bir toplum için ekonomik bağımsızlık ile birlikte bölgesel farklılıkların giderilmesi, kadınların özgüvenlerinin artırılması, rol ve statülerinin güçlendirilmesi gerekmektedir. Kadın girişimciliği dünyada ve Azerbaycan'da önemli istihdam konularından birisidir. Kadın girişimcilerin sayılarının artışı ve aynı zamanda kadın girişimcilerin gücü ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Ancak kırsal alanda kadın girişimciler hem işletmenin kuruluş aşamasında hem de işletmenin faaliyete geçmesi sırasında bir takım sorunlarla karşılaşmaktadır. Kırsal alanda kadın girişimci sayısını artırmak ve kadın girişimcilerin daha da güçlü olmasını sağlamak için kadın girişimcilerin karşısına çıkan problemlerin tespiti ve bu problemlere çözüm bulunması önem arz etmektedir. Aynı zamanda, girişimciliğin kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerindeki etkisinin belli olması, kadın girişimciliği için doğru politika ve stratejilerin kullanılmasında etkili olacaktır.

Azerbaycan'da kırsal alanda kadın girişimciliği ile ilgili akademik araştırma ve çalışmaları incelerken, bu konunun gerek bölgesel gerekse bölge bazında incelendiği görülmektedir. Bu çalışma, Azerbaycan'da işletme kurarken ve faaliyette bulunan işletme sahibi kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları belirlemeyi ve tespit edilen sorunlara çözüm getirmeyi amaçlamaktadır.

2. KURAMSAL TEMELLER VE KAYNAK ARAŞTIRMASI

Bu çalışmanın amaç ve kapsamına bağlı olarak literatürde bulunan kadın girişimciliği ve kırsal alanda kadın konuları üzerine yapılmış çeşitli araştırmalar incelenmiş ve aşağıda kısaca özetlenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünün kalan kısımlarında ise genel olarak girişimcilik, kadın girişimciliği, girişimciliğe etki eden faktörler, kadın girişimciliğini engelleyen faktörler gibi kuramsal bilgiler sunulmuştur.

2.1. Kaynak Araştırması

Özgen ve Ufuk (2000), “Kırsalda Kadının Eğitimi” adlı çalışmalarında, kadınların yüzyıllardır üretimin her aşamasında önemli bir rol oynamasına rağmen kalkınma fırsatlarından eşit pay alamadıklarını belirtmektedirler. Bu durumun temel nedeni eğitim olanaklarından yeterince yararlanamamaları olduğunu ifade etmişlerdir. Kadınların örgün eğitime katılımının önündeki engellerin aşılması gerektiğini vurgulamışlardır. Günümüz ortamında kırsal kesimde yaşayan kadınlara öncelikle okuryazarlık, beceri geliştirme ve piyasaya ürün üreterek gelir elde etmeye dayalı projeler üretmenin yaşam standartlarının iyileştirilmesi açısından çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Gönüllü ve İçli (2001) tarafından yürütülen “Çalışma Hayatında Kadın: Aile ve İş İlişkileri” adlı araştırma, Denizli’de faaliyet gösteren üç tekstil fabrikasında çalışan kadınların aile ve iş ilişkilerini incelemiştir. Aynı zamanda çalışan kadınların demografik özellikleri, çalışma durumları, aile ilişkileri, çocuğa bakışları, boş zamanlarını nasıl geçirdikleri, geleceğe yönelik beklentileri gibi konularda ortak noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma, üç fabrikada çalışan kadınlar tarafından belirlenen bir nüfus örnekleminde kadınlar üzerinde yapılmıştır. Veriler toplanırken anket tekniği kullanılmıştır. Sonuç olarak hem ev hanımlarının hem de kadının çalışma hayatındaki statüsü ve bu statüye bağlı sorunların ülkenin içinden geçtiği kalkınma süreci ile ilgili olduğu vurgulanmıştır.

Erdem (2001) “Girişimcilerin Risk Alma Eğilimleri ile Girişimcilerde Belirsizliğe Tolerans Arasındaki İlişkiye Kültürel Bir Yaklaşım” başlıklı bir araştırmaya göre,

belirsizlik karşısında karar vermenin ve uygulamanın ve sonuçlarından dolayı risk almanın bu kararlar girişimciliğin temel işlevleri olduğunu belirtmişlerdir. Yüksek belirsizlikten kaçınmanın sosyal özelliğinin, girişimcilerin risk alma eğilimlerini ve belirsizliğe tolerans düzeyini nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Küçük girişimciler üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, girişimcilerin belirsizliğe toleransı ve risk alma eğilimlerinin düşük olduğunu ve bu sonucun toplumun doğası gereği belirsizlikten kaçınma ile uyumlu olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle, çeşitli araştırma soruları ve geniş örneklemlerle karşılaştırmalı çalışmalar kullanılarak girişimcilik olgusuna nispeten yeni bir kültürel yaklaşım geliştirilmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

Güney (2006) yaptığı çalışmada kadınların hem girişimcilik hem de yöneticilik bakımından erkeklerden çok geri kaldığını belirtmiştir. Türkiye’de bu sorunun çözülmesi için önce eğitim sonra ise bilinçlenme sürecinin gerektiğini ifade etmişlerdir. İş dünyasında kadınlara karşı olan önyargıların da kaldırılması yönünde bir bilinç düzeyinin de süratli bir şekilde geliştirilmesi gerektiğini, kadınların kendi potansiyellerini değerlendirmeleri amacıyla ihtiyaç duyulan eğitim, sermaye ve bilgi olanaklarını elde etmesi anlamında hem devlet hem de finans ve banka kurumları daha fazla çaba sarfetmelerinin önemini belirtmişlerdir.

Çulcu (2009), “Türkiye’de girişimci kadınlar: birikim, değişim ve kadınlık halleri” isimli çalışmasında kadınların girişimciliğe yönelme nedenleri, girişimci kadınların özellikleri ve yaşadıkları zorluklar hakkında bilgiler elde etmek amacıyla saha araştırması yapmıştır. Çalışmada, sonuç olarak girişimci olma nedenleri açısından bakıldığında, kadınların iş hayatında başarılı ve yetenekli olmalarına rağmen ilerlemelerine imkân verilmemesi ve terfi etmelerinin zorluğu nedeniyle yaşadıkları olumsuzlukların, başarıya ve özgür olma isteklerini öne çıkardığı ve girişimciliğe yönelttiği ifade edilmiştir.

Sarkulova (2009), “Kadın girişimciliği: Kadın girişimciliğine etki eden faktörleri araştırma” isimli çalışmasında Kırgızistan’da kadın girişimciliğini etkileyen faktörleri incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre, Kırgızistan’da kadın girişimcileri kendilerine ait bir iş kurmada motive eden ana faktörler olarak iş tatminsizliği, cam tavan (bir

kariyerde ilerlemeye set çeken görünmez engel), işsizlik ve ekonomik değişimlerin olumsuz etkileriyle oluşan finansal nedenlerin itici faktörler olduğu belirtilmiştir.

Soysal (2010) yaptığı çalışmada girişimcilik faaliyeti yürüten kadının bir yandan maddi ve manevi gelirler kazanırken, öbür yandan bağımsızlık, mali fırsatlar, iş güvenliği, toplumsal hizmet, aile istihdamı ve meydan okuma gibi özelliklerle de cinsiyetçi ayrımcılığa yönelik önyargıları kadınların lehine çevirme fırsatını kazanmış olduğunu öne sermiştir. Son dönemlerde kadınlar iş hayatında erkeklere göre, daha başarılı olduklarını savunmuştur. Bu anlamda kadınların ekonomik hayatta; elde olan kaynakları en uygun şekilde kullanma, iyi bir şekilde ilişki kurma ve bu ilişkiyi sürdürme, işlerde elde ettikleri tecrübe ve deneyimleri verimli kanalları kullanarak aktarma gibi etkilere sahip oldukları ifade edilmiştir. Ayrıca, kadınların iktisadi anlamda güçlü olmaları ortaya çıkabilecek yolsuzluk, yanlış yönetim, rüşvet gibi negatif durumların da azalmasına etki edeceğini, bu anlamda kadın girişimciliği hem iktisadi hem de toplumsal hayatta önemli ölçüde fırsat ve yararlar yaratacağını vurgulamıştır.

Gülçubuk ve ark. (2011), “Türkiye’de Kırsal Alanda Kadının Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Kadınların Bu Konuda Güçlendirilmesine Yönelik Politika Önerilerinin Geliştirilmesi” isimli çalışmalarında kırsal alanda yaşayan kadınların girişimcilik faaliyetlerine bakış açılarının ve kredi kaynaklarına erişimlerinin ortaya konulması, bu konulara etkide bulunan faktörlerin belirlenmesi ve kırsal alandaki kadınların girişimcilik yeteneklerinin artırılması ve ekonomide daha aktif yer alabilmeleri için politikaların geliştirilmesi amaçlanmıştır. 12 ilde 615 kadın ile yapılan anketlerden elde edilen sonuçlara göre kırsal alandaki kadın girişimcilerin temel sorunları; eğitim düzeyinin düşüklüğü, kredi kaynaklarına erişememe, pazar ve pazarlama konusunda yetersiz bilgi düzeyi, çevre ve toplum baskısı, dışa açılmama, yetersiz sermaye ve mülkiyetsizlik olarak belirlenmiştir.

Güleç (2011), “Kadın girişimciliği-Karaman örneği” isimli çalışmasını Karaman ilinde 105 kadın girişimcinin katılımı ile yapmıştır. Kadınların iş yaşamına katılımında ve girişimci olmaları konusunda eğitimin etkisini, girişimci olma özellikleri, girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştığı sorunlar ve başarısını etkileyen unsurlar belirlenmeye

çalışılmış ve kadın girişimcilerin sorunlarına çözüm önerileri ortaya koymutur. Sonuç olarak, kadınları girişimciliğe yönelten faktörlerin başında ekonomik bağımsızlık, para kazanma isteği ve ideallerini gerçekleştirme isteğinin ön plana çıktığını belirtmiştir.

İplik (2012), “Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği” isimli doktora tez çalışmasında Osmaniye iline bağlı 12 köyde yaşayan toplam 240 kadınla yüz yüze anket yapmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, Osmaniye ilinde girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların iş kurarken en çok iş kadını olgusuna çevrenin olumsuz bakışı ve sermaye temini konularında sorun yaşadıkları belirlenmiştir. Ayrıca, kadınların başka bir gelire sahip olup olmamalarının girişimci olmaları üzerinde etkili olan en önemli değişken olduğu, kadının çalışması durumunda aile birliğinin zayıflayacağını, kocasıyla ve çocuklarıyla daha az ilgileneceğini ailenin sosyal ilişkilerinin zayıflayacağını ve kadının gereğinden fazla yorulacağı ve yıpranacağını düşünenlerin daha az girişimci olma eğiliminde oldukları sonuçlarına ulaşmışlardır.

Ülker (2013), “Kırsal Alanda Kadın Girişimciliğine Etki Eden Faktörler Ve Tekirdağ İlinde Mevcut Durumun Belirlenmesi” isimli çalışmasında 305 anket yaparak verileri analiz etmiştir. Kırsal kadın girişimciliğini etkileyen çevresel faktörler incelendiğinde kırsal kadının sermayesinin olmadığı (% 93,4), ev ve çocuklar ile ilgilendiği (% 90,8), destek, teşvik vb. olmaması (% 89,8), kadınların örgütlenmemiş olması (% 88,5) gibi etmenlerin ilk sıralarda yer aldığı belirlenmiştir. Buna karşın, kadın girişimciliğini engelleyen faktörlerden, geleneksel inanç ve baskının (% 41,0) en az etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Soysal (2013), “Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye İçin Durum Değerlendirmesi” isimli çalışmasında Türkiye’de kırsal alanda kadın girişimciliğinin mevcut durumu ve sorunlarını incelemiş, kırsal alanda kadın girişimciliğinin geliştirilmesi için önerilerde bulunmuştur.

Boyacıoğlu (2014) tarafından yapılan çalışmada elde edilen bulgulara göre Edirne’de kırsal turizmin gelişmesinde kadın girişimciliğinin katkısı vardır. Özellikle kırsal turizm içinde yer alan yöresel ürünlerin üretiminde kadınların katkılarının önemli olduğunu

belirtmiştir. Kadın girişimciliğinin güçlenmesiyle geleneksel olan aile yapısı, kadınların iktisadi düzeyleri, kadınların psikolojik açıdan durumu ve toplumun kadınlara bakış açısını pozitif yönde etkilediğini ifade etmiştir. Bu sonuçlara rağmen, kadın girişimciliğinin daha başarılı olabilmesi için problemlere yönelik çözümler bulunması gerektiğini, özellikle de mali destek, örgütsel çalışmalar, eğitim projeleri, bilinçlendirme ve farkındalık çalışmaları öncelikli olması gerektiğini savunmuştur.

Foisal ve ark. (2015), “Bangladeş'te Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ) Kadın Girişimciliğinin Gelişimini Etkileyen Faktörler- Bir Değerlendirme Çalışması” isimli çalışmalarında kolayda örnekleme yöntemi ile yapılan anketlerden elde edilen veriler faktör analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada, faktör yüklerine dayalı olarak KOBİ'lerde kadın girişimciliğinin gelişimini etkileyen altı faktör belirlenmiştir. Bu faktörler, devlet ve idari faktör, finansal destek faktörü, stratejik yönetim faktörü, siyasi ve yasal faktör, altyapı faktörü ve girişimcilik eğitimi faktörü olarak sıralanmıştır.

Gidarakou (2015), “Yunanistan Kırsalında Kadın Girişimciliği” isimli çalışmasında Yunanistan'da kadın girişimlerinin küçük özel işletmeler ve kadın kooperatifleri ile sınırlı olduğunu belirtmiştir. Bu iki kadın girişim modelinin zorlukları ve pozitif yönlerini ele almış, politikacıların hem kadın girişimciliğini hem de mevcut kadın girişimlerin etkinliğini artıracak politikalara odaklanması gerektiğini vurgulamıştır.

Taghibeygi ve ark. (2015), “Batı İslamabad çiftçileri açısından kırsal girişimciliğin gelişimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi” isimli çalışmalarında kırsal girişimciliğin fonksiyonel bileşenlerini ve değişkenlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. 327 anketten elde edilen sonuçlara göre çoğu çiftçinin gözünde girişimcilik geliştirme değişkenleri olarak, yeni bir işi kabul etme riskinin düşük olması, kişisel başarılı girişimcilik deneyimine sahip olma, atölyeler ve dersler ve sigorta gibi çeşitli hizmetler belirlenmiştir.

Arıkan (2016), “Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği” isimli çalışmasında Bursa ilinde firma sahibi olan 90 kadınla online olarak yaptığı anketlerden elde ettiği verileri analiz etmiştir. Çalışma sonucunda kurumsal

engeller, gerekli finansmana ulaşamamak, sermaye eksikliği başarıyı azaltan değişkenler olarak belirlenmiş; kurumsal destek ve girişimci özellikleri ise başarıyı arttıran anlamlı ve etkili değişkenlerdir.

Muhumad (2016), “Somali’nin Etiyopya Bölgesindeki Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Zorluklar Ve Motivasyon Kaynakları” isimli araştırmasında 180 kadın girişimcinin zorluklarını ve motivasyonlarını ele almaktadır. Bu çalışmada kültürel zorluklar kadın girişimciliğinin önünde bir engel olarak bulunmamakla birlikte sosyal ağlar ve hükümet düzenlemeleri birer engel olarak öne çıkmıştır. Ayrıca kadın girişimcilerin bir gelir yaratma ve bağımsız olma istekleri ile motive oldukları ifade edilmiştir.

Karaturhan ve ark. (2017) “İzmir İlinde Kırsal Kadın Girişimciliği ve Bunu Etkileyen Faktörler” isimli çalışmalarında, girişimci olmayan kadınların daha aktif şekilde girişimcilik faaliyetleri içinde yer almaları yönünde geliştirilen önerilerde bulunmuşlardır. Bunlar:

- Eğitim sorununun çözümüne yönelik olarak, kırsal alanda yaşayan genç kızlar eğitimlerine devam etmeleri yönünde teşvik edilmeli, aileler ikna edilmelidirler.
- Kırsal alanlarda kadınların ürettikleri ürünleri satış yaptıkları yere kendileri bizzat götürerek satış yapmaktadır. Bu sebepten de sınırlı sayıda pazarda ürün satmaktadırlar. Bu anlamda kendi işini yapan kadınlara ürünlerin pazarlaması ve satışını içeren geniş ve kapsamlı eğitim programları uygulanmalıdır.
- Kırsal alanlarda kendine yeten, üretebilen ve sosyal güvenlik kapsamında olan iş imkânları sağlanmalıdır.
- Kırsal alanlarda yaşayan kadınların temel sayılan hizmetlere erişimi kolaylaştırılmalıdır.
- Kadınların hem yerel hem de ulusal düzeyde etkili bir iletişim ağı kurularak güncel bilgi ve enformasyon paylaşımını desteklemek girişimcilik faaliyetlerinde kadınların daha üretken ve yenilikçi olmalarına neden olacaktır.

Gupta ve Mirchandani (2018), başarılı kadın girişimcilerin başkalarına ilham kaynağı olduğunu belirtmektedir. Kadınların, büyük sanayiciler olabileceklerini ve küresel ekonomiye katılabileceklerini belirtmişlerdir. Kadınların birçok zorlu alanda

girişimcilik yapmasına rağmen, Bangladeş'teki mevcut kadın girişimcilik faaliyetleri yetersiz olduğunu vurgulamışlardır.

Güdüz (2018), “Kalkınmada girişimciliğin önemi ve kadın girişimciliği” isimli çalışmasında, ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınmasında kilit rol oynayan girişimcilik ve kadın girişimciliği üzerinde durmuştur. Girişimcilerin sayısının artmasının ekonomide üretimi, istihdamı ve milli geliri artırıcı etkide bulunduğunu ifade etmiştir. Çalışmanın sonucunda, kadın girişimciliğinin artmasının ülke ekonomilerine daha fazla katkı sağladığı ve ülke refahına da olumlu etkide bulunduğunu ifade etmiştir.

Yüceer (2018), “Kırsal Kadının Semt Pazarlarındaki Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Samsun İli Örneği” isimli çalışmasında kırsal alanda yaşayan kadınları semt pazarlarında girişimci olmaya yönlendiren faktörleri tespit etmeyi, kırsal kadınların girişimcilik ve pazarcılık faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunları belirlemeyi amaçlamıştır. Pazarlardaki 75 kadın satıcı ile birebir görüşülerek yapılan anketlerden elde edilen sonuçlara göre, kadın pazarcıların girişimciliklerinin önündeki en büyük üç engel sırayla; sermayelerinin az ya da yetersiz olması, eğitim seviyelerinin düşük olmasından kaynaklanan mesleki yetersizlikler ve deneyimlerinin az olması ya da hiç olmaması olarak ifade edilmiştir.

Erol ve Çiçek (2020), “Kadın girişimcilerin iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları sorunlar ve demografik faktörlerle ilişkisi: Orta Anadolu örneği” isimli çalışmalarında, kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunların demografik faktörlerle ilişkisi incelenmiştir. Sivas ilinde 124 kadın girişimciden elde edilen verilere göre kadınlar, girişimciliği ekonomik özgürlük elde etmek için seçtikleri vurgulanmıştır. Ayrıca girişimci kadınların iş kurma sürecinde devlet desteğine daha çok ihtiyaçları olduğu belirtilmiştir.

Gürbüz ve Özkan (2020), “Kırsal Kadın Girişimcilerin Entegre Çevresel Etki ve Risk Değerlendirmesi” isimli çalışmalarını Türkiye genelinde kırsal alanda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin çevre kirliliği ve iklim değişikliğinden ne kadar etkilendiğini ve önümüzdeki 5 yıl içinde ne kadar etkileneceklerini ortaya koymak amacıyla yapmışlardır. 400 kırsal kadın girişimciden elde edilen verilere göre kırsal kadın

girişimciler, önümüzdeki 5 yıl içinde çevre sorunlarının müşteri talebini, kullandıkları hammaddelerin kalitesini ve sundukları ürünlerin kalitesini olumsuz etkileyeceğini; dolayısıyla müşteri talebinin azalacağını belirtmişlerdir.

Bozdemir ve ark. (2021), “Kırsal Alandaki Kadınların Girişimci Niteliklerinin Ve Girişimcilik Becerilerinin Belirlenmesi: Konya İli Araştırması” isimli çalışmalarında kırsalda yaşayan 106 kadınla görüşülmüştür. Kadınların girişimci nitelikleri ve girişimcilik becerileri arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada; girişimcilik becerilerinin bireysel nitelikleri açıklamadaki başarısı %50,9 olarak tespit edilmiştir. Bireysel nitelikleri temsil eden faktörler arasında girişimcilik faaliyetlerinin gerçekteşirmelerini engelleyen en önemli faktör “sosyal kontrol odağı” olarak belirlenmiştir.

2.2. Girişimcilik Kavramı ve Önemi

Girişimciliğin özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte dünyada daha büyük bir önem kazandığı söylenebilir. Çünkü günümüz bilgi toplumunda insan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı her geçen gün artmaktadır. Bu noktada girişimciliğin öneminin; yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Soysal, 2010).

Girişimci teriminin modern ve popüler kullanımı, iktisatçı Joseph Schumpeter’in “Ekonomik kalkınma teorisi”adlı çalışmasına kadar uzanmaktadır. Schumpeter; girişimciyi diğerlerinden ayıran en önemli özelliğin yenilikçilik (inovasyon) kavramı olduğunu vurgulamış ve girişimciyi, toplumda değişimi yaratacak kişi ve kurumlar olarak tanımlamıştır.

Girişimcilik kavramı, ekonomik kalkınmanın en önemli faktörlerinden biridir ve ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınması, girişimci faaliyet seviyesiyle yakından ilişkilidir. Girişimcilik, ülkenin dünya ekonomisindeki konumunu belirleyen bir faaliyet yaratmak,

yeni işler yapmak, ekonominin rekabet gücünü artırmak için ekonomik büyümeyi teşvik etmektir.

Girişimci genel olarak; emek, sermaye ve diğer üretim faktörlerini planlı, bilinçli ve sistemli biçimde bir araya getirerek mal veya hizmet üretimine yönelen ve elde edeceği kar için riski göze alan olarak tanımlanmaktadır. Girişimci, ürün ve hizmet oluşturma, pazarlama sistemi sağlama, sistematik ve bilinçli üretim faktörlerini birleştirme ve bunu yapma riskini almada önemli bir konuma sahip olan kişidir. Ekonomik büyüme, nicel değişiklikler ve gelişmelerin yanı sıra nitel değişiklikler ve gelişmeleri de içerir. Girişimcilik, sürekli değişen ve dinamik bir etkinlik olan risk alma, yaratıcılık ve inovasyon yoluyla ekonomik faaliyetin geliştirilmesi ve ortaya çıkması süreci olarak algılanmaktadır. Değişen ve sürekli gelişen bu yapı, girişimcilerin küçük bir işletme kurarak başarılı olmalarını zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla, girişimciliğin gelişmesi hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde ekonominin vazgeçilmez bir unsurudur. Küresel gelişmeler sonucunda meydana gelen bu değişimler, günümüz ekonomisinin değişen yapısında yeni girişimcilik ve sürdürülebilir araştırma alanında açık bir alan gibi görünmektedir.

Girişimcilik, yeni veya mevcut bir organizasyon aracılığıyla yaratıcılık ve yeniliği uygulayarak değer yaratmak, fırsat yaratmak ve bu fırsatı geliştirmekle ilgilidir. Girişimcilik, başka bir tanımla, bir işletmenin faaliyetinin sonunda bireysel bağımsızlık, memnuniyet, para, servet, gelir gibi ekonomik bir ödüldür. Prestij, güvenilirlik ve güç gibi sosyolojik faydalara yol açan risk, tuzak ve stresle dolu bir değer yaratma sürecidir. Tüm bu tanımların ortak paydası, girişimciliğin bir sosyal ve ekonomik faaliyet süreci, riskleri veya başarısızlıkları öngörmek ve vücuda karar vermek için vücuda başvurarak kaynakların verimli kullanımını açısından yeni değer yaratma süreci olduğu sonucuna vardığımız girişimciliktir. Bu bağlamda, ekonominin temeli olan ekonomik büyümeyi teşvik etmek, yeni işler yaratmak ve ekonominin gücünü artırmak için ülkelerin dünya ekonomisindeki yerini belirleyen önemli bir faaliyet yaratmak önemlidir. Ekonomik faaliyetin temelini oluşturan yeni bir değer yaratma süreci olarak, girişimciliğin çeşitli yönlerinin tanımları, yönetim ve kişisel özellikleri işletme yönetimi ilkelerine dahil ederek uygulanmıştır.

Girişimciliğin özellikleri üzerine çok fazla araştırma vardır. Birçok çalışma, girişimcilik özellikleri olarak piyasadaki fırsatları görme, iş fikrine dönüştürme, kaynakları bir araya getirme, risk alma, finansman ve üretim süreçlerini yönetme, teknolojiye ve pazarlamada risk alma özellikleri üzerine odaklanmaktadır.

Gartner (1990), girişimciler ve alandaki diğer uzmanlar tarafından sağlanan girişimci ve girişimcilik tanımlarında ortaya çıkan 90 niteliği tanımlamıştır. Aşağıdakiler bu özelliklerden birkaçıdır:

- İnovasyon - Bir kişinin girişimci olarak görülmesi için yenilikçi olması gerekir mi? Bir faaliyet yenilikçi değilse girişimci olarak kabul edilebilir mi?
- Faaliyetler - Bir kişinin girişimci olarak görülmesi için ne gibi faaliyetlerde bulunması gerekir?
- Yeni bir işin yaratılması - Bir kişinin girişimci olarak kabul edilmesi için yeni bir iş kurması gerekiyor mu, yoksa bir iş satın alan, bir franchise satın alan veya mevcut bir aile işini devralan biri girişimci olarak kabul edilebilir mi?
- Yerleşik bir kuruluşta yenilikçi bir girişim başlatır - Mevcut bir kuruluşta, sahibi olmadıkları bir kişi, kuruluşları için yenilikçi bir girişim başlatmaları halinde girişimci olarak kabul edilebilir mi?
- Kâr amacı gütmeyen bir işin yaratılması - Bir girişim, kar amacı gütmeyen bir kuruluşta girişimci olarak kabul edilebilir mi, yoksa yalnızca kar amaçlı işletmeler girişimci olarak kabul edilebilir mi?

Girişimcilik; ekonomik kalkınma, ilerleme ve kişisel refahın kaynağında çok önemli bir yere sahiptir. Girişimcilik, yeni fikirlerin yaratılmasını, yaygınlaştırılmasını ve uygulanmasını hızlandırır, yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknoloji kullanarak çeşitli sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır.

Girişimcilik, toplumların refahı ve gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşma yeteneklerinde kilit bir faktördür. Bir topluma yapılacak yatırımın bolluğu hem ekonomik faaliyetlerin gelişmesine hem de işsizliğin azalmasına katkıda bulunmaktadır. Halihazırda yapılan

çalışmalara bakıldığında, yüksek girişimci faaliyet gösteren ülkelerin ekonomik büyümesinin ortalamanın üzerinde olduğu belirlenmiştir.

Gelişmekte olan ülkelerde, girişimci ruhu olan insanların sayısı azdır ve ihmal edilmiştir. Girişimciliğin nemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirlemesi, ona yatırım yapması ve sonuç olarak sosyal refah haline gelmesidir. Yatırım, istihdam ve gelir düzeyi, bireylerin ve toplumun genel refahı artmaktadır. Bu girişimciliğin bir sonucu olarak, iş ve toplum yapısındaki değişiklikler başlamış ve gelişmektedir. Bu değişiklik büyümeyi ve üretimi arttırıyor. Yenilik, bu değişim ve gelişme için gerekli bir faktördür. Yenilik - pazar için yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesini, yeni işletmelere yatırım yapılmasını sağlar.

Girişimcilik yeni fikirlerin yaratılmasını, yayılmasını ve uygulanmasını hızlandırır, bu da yeni endüstrilerin ortaya çıkmasına neden olur. Yeni teknolojiler kullanan sektörlerde verimlilik artıyor ve hızla büyüyen endüstriler ortaya çıkıyor ve ekonomik büyümenin hızlanmasıyla sonuçlanıyor. Bu nedenle girişimcilik, ekonomik faaliyet, istihdam yaratma ve üretim faaliyetlerinin organizasyonunda anahtar bir faktördür.

Bu yenilikler faaliyetlerin, istihdamın ve üretim faaliyetlerinin organizasyonunda önemli bir faktördür. Öte yandan, tüm bu yenilikler mevcut üretim faktörlerinden faydalanmakta ve üretim kaynaklarını yeni bir şekilde birleştirerek, ekonomik kaynakların nispeten verimsiz ve daha az verimli olan daha yüksek alanlara aktarılmasını sağlamaktadır. Tüm bu açılardan girişimcilik, ekonomik kalkınma ve sosyal fayda için kilit bir alandır.

2.2.1. Kırsal alanda girişimcilik

Girişimcilik genellikle bir fikir yaratmayı, bu fikri bir ürün veya hizmete dönüştürmeyi ve ardından bu ürünü veya hizmeti piyasaya sürmeyi içeren bir süreci ifade eder. Günümüzün rekabetçi koşullarında, girişimcinin kaynak temelli bir yaklaşım yerine fırsata dayalı bir yaklaşımla hareket etmesi, bu bağlamda yenilikçi olması önemlidir. Öte yandan girişimci, başarılı olma ve rekabet etme, sorumluluk alma, bağımsız kararlar verme ve harekete geçme, yeni bilgilere, yeni insanlara ve yeni uygulamalara açık, belirsizliği ve karmaşıklığı tolere etme, yaratıcı düşünceye sahip ve esnek bir şekilde sorunları çözme, kararlar alma, fırsatları görme, alternatifler yaratma özelliklerine sahip, iş, organizasyon ve riski yönetme kapasitesi olan, zorluklara direnen, vizyon yaratan ve etki yaratan bir kişidir (Johnson, 2001).

Girişimcilik becerileri ve girişimci davranış bir girişimci için yeterli değildir. Ayrıca girişimci davranışı destekleyen uygun bir kültüre ve uygun organizasyon yapısına sahip olmak gerekir (Zhao, 2005). Girişimcilerin içinde buldukları veya karşılaştıkları yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası çevrenin tarihsel arka planı, kültürel özellikleri, fırsatları ve tehditleri girişimcilik faaliyetinin varlığını, ve gelişimini etkiler. Bu bağlamda kırsal girişimcilik, bulunduğu coğrafyadan, sosyal hayatından, tarihi geçmişinden, geçim kaynaklarından ve mesleklerinden etkilenmektedir.

Kentsel alanlarda girişimcilik ile kırsal girişimcilik girişimcilik arasında fark olup olmadığı konusunda çok az fikir birliği vardır. Kırsal girişimcilik hakkındaki literatür incelemesinde Wortman (1989), kırsal girişimcilik tanımlarının kentsel alanlardaki girişimcilik tanımları ve genel girişimcilik tanımları kullanılarak oluşturulduğunu ifade etmiştir. Bu tanımlar, risk alma, başarılı inisiyatif, yenilikçilik, “yönetim yeteneği ve organizasyon yeteneği” gibi faktörlere odaklanan tanımlardır. Benzer şekilde, bazı çalışmalarda, kırsal girişimcilerin kişisel özelliklerinin kırsal olmayan alanlarda veya şehirlerde girişimci ve yöneticilerin özelliklerinden çok farklı olmadığı sonucuna varılmıştır. Sadece birkaç çalışma kırsal girişimciliğin kentsel girişimcilikten mi yoksa kırsal girişimcilerden kentsel girişimciden farklı olup olmadığına odaklanmıştır (William ve Fortunate, 2014). Kırsal alanların girişimsel faaliyetler açısından bazı

zorlukları olduğu açıktır. Kırsal alanlarda yaşayan insanların noksan veya yetersizliklerinin çoğu, şehirlerde yaşayan insanların fırsatlarından, eksikliklerinden veya yetersizliklerinden genellikle farklıdır. Gelir, eğitim, yaşam tarzı ve kontrol süreçleri vb. açılardan kırsal alanlar ve kentsel alanlar birbirinden farklıdır. Bu nedenle, kırsal alanlarda önemli sayıda insan daha iyi fırsatlar elde etmek için şehirlere göç ederken, ulusal ve uluslararası kurumlar kırsal alanlarda mevcut girişimcilik potansiyellerini artırmaya veya bu alanlarda yeni girişimciliği teşvik etmeye ve bunun için teşvik sağlamaya çalışmaktadır. Diğer bir deyişle, kırsal ve kentsel alanlar girişimcilik özellikleri ve girişimcilik süreci açısından benzer özellikler gösterse de, sahip olunan kaynaklar, bu kaynaklara erişim yolları, üretim gelenekleri, yaşama bakış açıları, karşılaşılan sorunlar, sahip olunan fırsatlar, işbirliği kültürleri, vb. birçok yönden farklılık gösterirler. Kırsal girişimcilik süreci ile kentsel girişimcilik süreci arasındaki en önemli iki fark, kırsal toplulukların çalışmalarına başlamalarını ve çalışmalarını sürdürmelerini sağlayacak finansal seçenekler, kentsel alandakilere kıyasla sınırlıdır ve gerçekte kaynakları yoktur veya işe başlamak ve devam etmek için yeterli değildir. Buna ek olarak, sınırlı talep nedeniyle, kırsal işletmeler kırsal alanların dışında bir iş ve pazar alanı bulmak zorundadır. Kırsal toplumlar iş ağlarından uzaktır. Sınırlı nüfus büyüklüğü sınırlı talep ve yoğunluğa neden olarak kırsal işletmelerin ölçek ekonomisine ulaşmasını zorlaştırmaktadır. Kentsel alanlarda daha büyük nüfus yoğunluğunun kırsal alanlara göre daha yüksek olması, muhtemelen kırsal alanlara göre daha fazla verimlilik ve kazanç olması, daha yüksek yaşam maliyetini daha fazla finanse etmesi muhtemeldir (William ve Fortunate, 2014).

2.2.1.1. Kırsal alan tanımı

Genel olarak, bir kırsal alan veya kırsal bölge, kasaba ve şehirlerin dışında bulunan bir coğrafi alandır. ABD Sağlık ve İnsan Hizmetleri Bakanlığı Sağlık Kaynakları ve Hizmetleri İdaresi, kırsal kelimesini kuşatıcı olarak tanımlar "tüm nüfus, konut ve bölge, kentsel bir alana dahil değildir. Kentsel olmayan her şey kırsal kabul edilir."

Tipik kırsal alanlar düşük nüfus yoğunluğuna ve küçük yerleşimlere sahiptir. Tarım alanları genellikle kırsaldır. Farklı ülkeler, istatistiksel ve idari amaçlar için farklı kırsal

tanımlara sahiptir.

Kırsal kesimdeki nüfusun azalması, ekonomik farklılıklar ve değişimler gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunudur. Yüzyılı aşkın bir süredir, sanayileşme ve kentleşmenin güçlü eğilimleri kırsal toplumun ekonomik ve politik konumunu sürekli olarak değiştirmiştir. Son 40 yılda bu eğilimler yoğunlaşmış ve tarımsal gelir reel olarak düşüş göstermiştir. Bunu takiben, kırsal alanlarda hizmet sunumu da azalmıştır; işletme sayısı, okullar, iş alanları, idari hizmetler ve ulaşım tesisleri ile temel hareketlilik azalmıştır. Ayrıca, kırsal nüfus yaşlanmış ve nüfus azalmıştır. Dünyanın dört bir yanındaki yerel, bölgesel ve merkezi hükümetler bu sorunları çözmek için çeşitli müdahaleler yapmaktadır. Doğanın korunması giderek daha önemli bir unsur olmuştur (OECD, 1994).

Literatür incelendiğinde, kırsal alan kavramının farklı yazarlar tarafından farklı tanımları ve ülkeler bazında yapılan tanımlamalar bulunmaktadır. Yazarlar, uzun yıllardır tartışmalara konu olan “kırsal alan” tanımının üç temel değişkenine odaklanmışlardır. Bunlar; kırsal nüfus yoğunluğu, arazi kullanımı ve geleneksel sosyal yapılarıdır (OECD, 1994).

Uluslararası kırsal koşulların karşılaştırılma imkânları sağlamak amacıyla ayırım yapmaya giden OECD kırsal alanları nüfus yoğunluğuna ve kırsal alanda yaşayan nüfusun oranına göre tanımlamaktadır. OECD'ye göre kırsal alanlar, nüfus yoğunluğunun km² başına 150 kişinin altında olduğu mekânlardır. Nüfusun %50'den fazlasının kırsal mekânlarda yaşadığı bölgeler kırsallığı baskın bölgeler sayılmaktadır. Adı geçen sınıflamaya göre nüfusun %15'inden az kesimi kırsal mekânlarda yaşadığı bölgeler ise kentselliği baskın bölgeler olarak sınıflandırılmaktadır (OECD, 2012).

Birleşmiş Milletler (BM), dünyada ülkelerin kırsallığı tanımlamak üzere kullandıkları yöntemleri gruplamıştır (BM, 2018). Ülkelerin yaklaşık %45'i kırsallığı tanımlamak için tek ölçüt kullanırken, sırasıyla iki ve üç ölçüt kullanan ülke oranları %28 ve %12'dir. Tek ölçüt kullanan ülkelerin ise %56,7'si sadece yönetsel çerçeveyi kırsallığı tanımlamak için kullanmaktadır. Tek ölçüt kullanan ülkelerin %56,7'si, sadece yönetsel ölçütü kullanırken, sadece nüfus büyüklüğü ve yoğunluğu ölçütünü kullanan ülke oranı

%35,6'dır (BM, 2018).

Çizelge 2.1.'de farklı ülkelerde nüfus yoğunluğuna bağlı olarak yapılan kırsal alan tanımları yer almaktadır.

Çizelge 2.1. Bazı Ülkelere göre kırsal alan tanımları

Ülkeler	Kırsal Alan Tanımı
Avustralya	5000'den az nüfus.
Danimarka, Norveç, Hindistan, İtalya, İspanya, İsviçre,	10000'den az nüfus.
Türkiye	20000'den az nüfus.
İskoçya	km ² başına 100 kişiden daha az olan yer otorite bölgeler.
İrlanda	Toplam kırsal alan ayırımını en fazla 100 yerleşim yeri ve 1500 kişiden az olan yerler.
Avusturya, Kanada, Yeni Zelanda	1000 kişiden daha az olan yerler.
Yunanistan	2000 yerleşimciden daha az olan yerler.

Kaynak: Doğan ve Özaslan, 2017.

Nüfus yoğunluğunun düşük; kendine özgü doğal, coğrafik niteliklere ve kaynaklara sahip; teknolojik gelişmenin yaşama ve üretime yansıma oranı görece olarak gecikmeli; geleneksel yaşam biçiminin hakim; sosyal olanakların yeterince gelişmemiş; temel gıda maddeleri gereksinimleri açısından büyük oranda kendine yeterli; ekonomik faaliyetler içinde tarımsal ürünler üretim ve ticaretinin yaygın olan alanlar kırsal alan olarak tanımlanabilir.

2.2.1.2. Kırsal girişimciliğin tanımı ve önemi

Bugüne kadar yapılan araştırmalar kırsal girişimciliği, girişimcilik süreci, ekonomideki görevi ve girişimcilerin özellikleri gibi çeşitli isimler altında incelemiştir (Pato ve Teixeira, 2013). Fakat kırsal girişimciliğin Azerbaycan'da literatüre girmesi sadece "kırsal kalkınma" olarak adlandırılan bir kavram olarak kalmıştır. Kırsal girişimciliği tanımlayan araştırmalar ve bu konudaki çalışmalar henüz yüksek bir düzeye ulaşmamıştır.

Girişimciliğin farklı disiplinler tarafından tanımlanması, kırsal girişimcilik kavramı için tek bir tanım geliştirmeyi zorlaştırmaktadır. Kırsal girişimcilik kavramının ortaya çıkışındaki kaynak tamamen işletmenin yapıldığı alanla ilgilidir. Kırsal alanlarda yaşayan ailelerin veya insanların yaşamakta oldukları bölgeden ayrılmak veya yaşamak istemediklerinde, bölgelerinde çeşitli gelir kaynakları aramaktadır ve bu da bölgelerinde girişim kurmaya teşvik etmektedir. Kırsal alanlardaki girişimler öncelikle bu coğrafyadaki insanlara istihdam sağlar, gelir ve verimliliği artırır, üretim ve hizmet faaliyetleri ile bölge halkının yaşam kalitesini artırır, kırsal toplumların gelişmesini ve istikrarını sağlar, böylece kırsal alanda itici güç haline gelir. Genel girişimcilik tanımları kapsamında, (yeni) bir ürünün üretimi, (yeni) bir pazarın kurulması, (yeni) bir kuruluşun kurulması gibi kırsal ve kırsal alanların özellikleri için girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi (yeni) bir teknolojik fayda sağlayan kırsal girişimcilik (Wortman, 1989) olgusunu ortaya koymaktadır. Kırsal girişimciler kavramı, kırsal alanlarda girişimciliğin özelliklerine göre şekillenmektedir. Kırsal girişimci, bağımsız şekilde kararlar alabilen ve harekete geçerek risk alan, kendi kendini motive edebilen, kendine güvenen, iyimser ruhlu, çalışkan ve aynı zamanda yenilikçi, kırsal alanlarda girişimcilik faaliyetleri yoluyla yeni istihdam alanları yaratan kişidir (Stathopoulos ve ark., 2004).

Literatüre bakıldığında “Kırsal girişimcilik” ve “Kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik” terimleri farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Korsgaard ve ark. (2015), girişimcilerin kırsal alanlardaki çeşitli teşvik ve avantajlara yönelik faaliyetlerini kırsal girişimcilik olarak görmemektedir. “Kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik” kapsamında girişimciler maliyetleri düşürerek devlet teşviklerinden yararlanmak gibi amaçlar doğrultusunda kırsal alanlara yönelmektedir. Kırsal girişimcilik alanında parasal teşvik ve getiriden ziyade bölgenin kültürel, sosyal, girişimci ve kişisel özellikler için önemi ön plana çıkmaktadır. Bu özellikler nedeniyle, kırsal girişimcilik faaliyeti bulunduğu yerle ilgilidir ve yerinden çıkarılamaz ve başka bir yere taşınmaz. Kırsal girişimcilik temel olarak güçlü aile bağlarına ve topluma dayanmaktadır. Aynı zamanda kırsal toplumun üzerinde de daha fazla etkiye sahiptir (Elena ve ark., 2015). Bu bağlamda, hem kırsal girişimcilik hem de kırsal alanda gerçekleşen girişimcilik, o bölgedeki insanlar ve kaynaklar tarafından kırsal kesimdeki yoksulluğu ve yoksunluğu azaltmak ve ekonomik

dönüşümü sağlamak için yaratılan itici bir güçtür. Buna ek olarak, odak noktası ulusal veya küresel pazarlardan daha pahalı olsa bile her iki girişimcilik türünde de yerel kaynakları kullanmaktır. Yerel kaynakları üretim yapmak için tahsis etmek hem ekonomik aynı zamanda sosyal açıdan değer yaratır ve bölge için denge sağlar (Korsgaard ve ark., 2015). Ancak, kırsal alanlardaki girişimcilikte, başka yerlerden gelen girişimciler kırsal alanlara gelir ve özellikle devletin ve çeşitli kurumların mali desteği nedeniyle girişimcilik faaliyetleri üstlenirler. Böyle bir durumda, kırsal alanlarda yaşayan insan girişimci olmaktan ziyade, teşvikler nedeniyle diğer coğrafyalardan gelen girişimciler tarafından kurulan işyerlerinde işçi olarak çalışmaktadırlar. Kırsal girişimcilikteki girişimcilik gücünün bir veya daha fazla özel mülk sahibinin elinde yoğunlaşması da mümkündür. Kırsal alanlarda girişimcilik geliri, eğitim düzeyini artırarak ve sermayeyi tabana yayarak daha da iyi bir yaşam tarzına yol açsa da, kırsal girişimcilik o bölgede yaşayan birçok insanın girişimci olmasına ve sürekliliklerini sürdürmesine olanak sağlayacaktır. Kırsal girişimcilikte, daha az girişimcinin elinde daha yüksek miktarda sermaye toplanmakta ve kırsal alanlarda kamu gelirini sadece birkaç büyük veya orta ölçekli şirkette işçi ücretleri düzeyinde arttırmaktadır. Kırsal girişimcilikte sermaye, o kırsal bölgede yaşayan çok sayıda girişimcinin elindedir ve nüfusun geri kalanı birçok KOBİ işletmesinde istihdam edilme fırsatına sahiptir. Kırsal girişimcilik beşten az kişiden mikro yönetime, elli kişiden fazla büyük işletmelere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Markley, 2006).

Son dönemlerde Avrupa Birliği'nin kırsal politikasında kayda değer değişiklikler olmuştur. Bu değişiklikler tarım politikalarındaki reformlar, Avrupa Birliği fonlarının yapısındaki değişiklikler, kırsal kalkınma politikasının güçlendirilmesi, uluslararası ticaret ilişkilerin serbestleştirilmesi, teknolojik değişiklikler ve yerelleştirme ile ilgilidir. Bu gelişmeler, Avrupa Birliği'nin ekonomik verimliliği sağlamak için kırsal alanların entegrasyonu ile bütüncül bir gelişme sağlamayı amaçladığı söylenebilir. Avrupa Birliği ayrıca KOBİ'ler kapsamında olan işletmelere önemli fonlar sağlamakla kırsal girişimciliğin gelişmesine dolaylı şekilde katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda, ABD'de girişimcilik ve küçük işletmeleri desteklemek amacıyla birçok stratejiler ve programlar hazırlanmıştır. Kırsal alanlarda bu strateji ve programlar kırsal girişimciliğe odaklanmaktadır. Özellikle de yönetim ve iktisat alanındaki destekleri de kapsayan bu

abalar; kırsal toplum araştırma ve teknoloji transferi alanlarında kısmen veya tamamen devlete ait kuruluşların kurulması, küçük işletmeleri geliştirme amaçlı olan merkezlerin aılması, küçük boyutta kırsal girişimciliği destekleyen finansal kuruluşların ve endüstriyel hizmet merkezlerinin oluşturulması ve kırsal alanlar için eğitim programlarını kapsamaktadır (Wortman, 1989).

2.2.1.3. Kırsal girişimciliğin faaliyet alanları

Kırsal girişimcilik söz konusu olduğunda, ilk düşünülen faaliyet alanı çoğunlukla kırsal alanlarda yapılan tarımsal faaliyetler akla gelmektedir. Bununla birlikte, kırsal alanın tarihi arka planı ve kültürel sermayesi, işletmenin konularını daha da geniş bir aralıkta sınıflandırmaktadır. Kırsal alanda girişimciliğin varlığı ve gelişmesindeki en önemli faktörlerden biri, yerel bilgilerle zenginleştirilmiş kültürel sermayedir. Kültürel sermayenin var olması, kırsal girişimlerin hızlandırılmasında aktif bir rol oynar (eki ve kten, 2009). Bir kuşaktan diğerine aktarılan genel olarak kültürel bilgi ve becerilerin toplamı kültürel sermayedir. Birey kültür sermayesi ile içinde bulunduğu sosyal düzenin gelir, meslek, yaşam tarzı ve aynı zamanda tktim alişkanlıklarını kazanarak onu diğer kuşaklara aktarabilir (Abdioğlu ve Yavuz, 2013). Tarihsel süreçte yerel bilgi birikimi ile oluşan kültürel sermaye, üretim ve üretim becerilerinin nesiller arasında yayılmasını sağlar ve kırsal girişimciliğin kırsal ve hatta kentsel alanlarda yayılmasını ve kırsal girişimciliğin yayılmasını sağlar (İrmiş ve Eroğlu, 2015). Bu anlamda kültür, yerel kalkınma stratejilerinde mühim bir bileşen olarak ortaya çıkmaktadır (Denis-Jacob, 2012). Yerel bilgi birikimi ile yaratılan kültürel sermaye ve kültürel tercihler, kırsal girişimciliğin veya kırsal alandaki işletmelerin sektörlerinin üretim ve pazarlama konularını belirleyen en önemli faktörlerdir.

Kırsal girişimcilik söz konusu olduğunda, tarımla ilgili en önemli konular kırsal girişimcilik kapsamında yer alırken, aynı zamanda turistler, nalbant, marangozluk, iplikçilik vb. girişimciliği de bu kapsamda yer alır. Çünkü kırsal girişimciliğin faaliyet alanı, o bölgenin fiziksel kaynakları, yerel bilgi ve kültürel sermayesi ile şekillenmektedir. Turizm hizmetleri, spor ve dinlenme tesisleri, toptan ve perakende satış, bu kaynakların girişimci kombinasyonlarına mühendislik ve el sanatları gibi

endüstriyel uygulamalar; et, süt, odun vb. katma değer yaratan ürünler birçok örnek verilebilir (Saxena, 2012). Bu bağlamda, kırsal girişimcilik aşağıda belirtilen birçok sektör kapsamında oluşmaktadır (Kushalakshi, 2014):

1. Tarımsal İşletmeler: Turşu, şeker üretimi, yağlı tohumlardan elde edilen yağ, süt ve süt ürünleri, meyve suyu, baharat üretimi, vb.
2. Orman Ürünleri Endüstrisi: Ahşap ürünler, bal yapımı, bambu ürünleri vb.
3. Madencilik Sanayi: Taş kırma, çimento, duvar kaplama malzemesi üretimi vb.
4. Tekstil Endüstrisi: Dokuma, boyama, iplik üretimi ve ağartma gibi faaliyetler
5. El Sanatları: yerel el sanatları gibi ahşap, gümüş, sedef, demir işleme, kakma, çelik işleme, geleneksel dekoratif ürünler, oyuncaklar, vb.
6. Mühendislik ve Diğer Hizmetler: Tarım aletleri, edavat, traktör ve pompa setleri, onarım işleri vb.

2.2.1.4. Kırsal girişimciliğe ilişkin problemler

Kırsal girişimcilik sorunları bazı yönlerden kentsel girişimcilikte karşılaşılan sorunlara benzemektedir. Ancak, kırsal alanların coğrafya açısından diğer alanlardan yalıtılması ve nispeten kapalı bir sisteme sahip kültürel bir yaklaşımın varlığı, kırsal işletmelerin sorunlarını şehirlerdeki girişimcilerin sorunlarından ayırmaktadır. Buna ek olarak, kırsal işletmelerin büyüklüğü ağırlıklı olarak küçük ve orta derecede küçüktür ve kırsal girişimcilere KOBİ'lerin yaşadığı tüm sorunları yaşamaya yol açmaktadır. Bu bağlamda, kırsal işletmelerin sorunlarının kaynağı genellikle sınırlı yerel talep, diğer pazar alanlarına ulaşmada zorluk, ağ oluşturma fırsatlarının eksikliği, modern bilgi teknolojilerini kullanma ve sınırlı sermaye kullanma konusunda bilgi ve beceri eksikliği olarak görülmektedir (Fuller-Love ve ark., 2006). Yapılan çalışmalarda kırsal girişimciliğe ilişkin sorunlar şu şekilde sınıflandırılmıştır (Saxena, 2012):

1. Finansal sorunlar: Kırsal girişimcilerin çoğu yeterli teminat sağlayamadıkları için kredi ve fon bulmakta zorlanmaktadır. Buna ek olarak, yüksek faiz oranları nedeniyle bankalardan borç almak, kırsal tüketicilerin düşük alım gücü, yetersiz satış hacmi, işe başlamak için finansman eksikliği, mal ve hizmetlerin fiyatlandırılması nedeniyle “azalan kar oranları”, vb. sebepler de finansal sorunlara neden olur. Finansal kaynakların ve dış desteğin eksikliği, kırsal girişimciler için risk alma kapasitesini

azaltır ve böylece sürdürülebilir rekabet güçlerini azaltır.

2. Pazarlama sorunları: Kırsal işletmeler ürünlerini doğrudan piyasadaki son tüketiciye satabilir veya aracı kurumla ürünlerini pazara yönlendirebilirler. Ayrıca şehirlerdeki büyük ölçekli şirketler ve girişimciler için tamamlayıcı olarak da faaliyet gösterebilirler. Ancak, kırsal alanlar yüksek girdi maliyetleri nedeniyle yüksek ürün maliyetlerine maruz kalmaktadır. Ürünlerin yüksek maliyeti ve ürünlerinde standardizasyona ulaşamamaları, kırsal işletmelerin şehirlerdeki ve büyük ölçekli şirketlerdeki KOBİ'lerle rekabet etmesini zorlaştırmaktadır. Sınırlı KOBİ özellikleri ve finansal kaynaklar nedeniyle, çoğu kırsal işletme ürününün herhangi bir markası yoktur, markalı olanlar markalarına ve satış promosyonlarına harcama yapmayı göze alamazlar. Kırsal girişimcilerin ceplerine büyük miktarda kar getiren aracılara bağımlılığı, depolama tesislerinin ve ulaşım araçlarının eksikliği diğer pazarlama problemleridir.

3. Yönetim sorunları: Bilgi teknolojileri ile ilgili sorunlardan kaynaklanan düşük kaliteli hammadde, teknik bilgi eksikliği, yasal işlemlerle ilgili bilgi eksikliği ve belirli yasal formalitelere uymada güçlükler, hammadde tedariki ve depolama, yönetim sorunları olarak ifade edilir kırsal girişimciler. . Kırsal girişimciliğin geliştirilmesinde en önemli yönetim sorunlarından bir diğeri, standart araç ve gereç eksikliği ve düşük hammadde kalitesi nedeniyle ürünlerin düşük kalitesidir.

4. İnsan kaynakları sorunları: Kırsal kesimde çalışan işçilerin ucuz işgücü, düşük eğitim ve beceri seviyesi olmasına rağmen, yüksek personel devir oranları ve hem çalışanların hem de girişimcilerin nispeten sınırlı fikirleri insan kaynakları sorunlarının temelini oluşturmaktadır. İnsan kaynakları ile ilgili bir diğer sorun da girişimcilik fırsatları hakkında farkındalık ve bilgi eksikliği. Aile, toplum ve diğer destek grupları, insanların girişimciliği kariyer olarak seçmeleri için pek cesaret verici değildir. Bu bağlamda, kırsal alanlarda girişimcilik kültürü zayıf kalabilir.

2.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilik bireyin kişisel becerileri ve eğitimi ile ilgili olsa da, bu becerilere ek olarak, örgüt kültürü ve çevresel faktörlerin de girişimcinin davranışı ve kararları üzerinde önemli bir etkisi vardır. Girişimciliği şekillendiren faktörler üç grupta incelenir:

1. Geçmişten gelen faktörler: Bunlar genetik faktörler, aile, eğitim ve deneyim gibi kişisel özelliklerdir.

2. Örgütsel yapı ile ilgili faktörler: Bu özellikler coğrafi yapı, bilgi, beceri ve kişinin kazandığı deneyimler, meslektaşlarla ilişkiler ve motivasyon gibi örgütsel yapı ile ilgili faktörlerdir.

3. Çevresel faktörler: Ekonomik koşullar, sermaye arzı, girişimcilik modelleri, danışmanlık hizmetleri, müşteri kazanımı ve hizmet sunumu gibi iş ortamıyla ilgili faktörlerdir.

Bozkurt ve Erdurur'a (2013) göre girişimciliği etkileyen faktörler finansal kaynaklar, eğitim, rol modelleri, iş deneyimi, inanç, aile, kültür ve kişilik özellikleridir. Çarıkçı ve Koyuncu'ya (2010) göre, girişimciliği etkileyen faktörler olarak toplum kültürü ve örgütsel kültürden etkilenen alt kültürler aileleri, arkadaşları, öğretmenleri ve meslektaşlarının desteği olarak listelenmiştir. Girişimciliğin doğuşu ve gelişimindeki faktörler aşağıdaki gibidir (Kaygın, 2011):

- Bireylerin değerleri, tutumları, ihtiyaçları gibi psikolojik özellikler,
- Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, aile geliri,
- Başarılı olma ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, yenilikçilik, kendine güven gibi kişilik özellikleri.

Girişimciliği etkileyen faktörlerin verildiği Çizelge 2.2.'de, örgütsel ve çevresel yapı özellikleri ile genetik faktörler, aile, eğitim ve deneyim gibi genel faktörler girişimciliği olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilir. Hisrich ve Peters (1995) girişimciliği etkileyen faktörleri aile, eğitim, kişisel değerler, yaş, iş deneyimi ve rol modelleri olarak listelemişlerdir.

OECD'nin girişimcilik üzerine yaptığı çalışmada, girişimciliği etkileyen faktörler aşağıda sıralanmıştır (OECD, 2004):

- Kültür: Ulusal ve sosyal kültür, örgüt kültürü, kültürel öğeler
- Altyapı: Sağlık, iletişim, eğitim ve diğer altyapı sistemleri
- Sosyal Faktörler: Göç, bireyci toplum yapısı, homojen toplum yapısı gibi faktörler

- Ekonomik Faktörler: Büyüme, destek, işsizlik, ticari kurumlar
- Yasalar ve Düzenleyici Faktörler: Yasalar, vergi düzenlemeleri ve diğer yasal düzenlemeler
- Bilgi faktörü: Bilgi seviyesi, erişilebilirlik, teknoloji, sosyal ağlar
- Finansal Faktör: Bankalar ve diğer finansal kurumlar, finansal yasal değişiklikler, vergiler, hibeler ve destekler
- Teknolojik faktörler: Teknolojideki değişiklikler, Ar-Ge çalışmaları, üniversitelerin ve kamu kurumlarının katkıları
- Eğitim ve İnsan Kaynakları: Girişimcilik, danışmanlık ve eğitim kurumları konusunda eğitim veren üniversiteler, okuryazarlık oranı, eğitim kurumları ve bölümleri
- Piyasa Yapıları: Tekel yapıları, oligopolistik davranış özellikleri, işgücü piyasası esneklik oranı, teşvik ve sübvansiyon oranları
- Bireysel faktörler: Beceri, yetenek, hırs, deneyim, iç veya dış kontrol odağı, risk alma davranışı.

Çizelge 2. 2. Girişimciliği şekillendiren etmenler

<p>Geçmişten Gelen Etmenler:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Genetik Faktörler 2. Aile 3. Eğitim 4. Deneyim
<p>Örgüt Yapısı:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Coğrafi Konum 2. Kazanılan Bilgi, Deneyim ve Beceriler 3. İş Arkadaşları ile İlişkiler 4. Motivasyon
<p>Çevresel Faktörler:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomik Koşullar 2. Risk Sermayesinin Sağlanabilirliği 3. Girişimcilik Örnekleri 4. Danışmanlık Hizmetlerinden Yararlanabilme 5. Tüketicilerin Kazanabilirliği, İnsan Gücü ve Hizmet Desteğinin Sağlanması

Kaynak: Birley, 1993.

Başka bir yaklaşıma göre ise, girişimcilik kültürünü etkileyen beş ana faktör vardır. Bu faktörler; eğitim ve kültür, sosyal çevre ve aile, finansal, yasal, politik ve idari faktörler ve psikolojik çevredir.

2.3.1. Kültür ve eğitim

“Risk almak, yenilik yaratmak” gibi eylemler girişimciliğin temel unsurlarıdır. Bu hareketler gelişmiş ülkelerin kültürlerinde çok doğal olarak memnuniyetle karşılanıp desteklenirken, gelişmekte olan ülkelere yaygın ya da popüler değildir. Girişimciliğin gelişmesine katkıda bulunan ve kuruluşunu sağlayan kültüre “girişimci kültürü” denir.

Ailelerdeki ve eğitim kurumlarındaki eğitim süreçleri, girişimciliğin gelişiminde veya sona ermesinde, bireylerin yaratıcılığında etkili olabilir. Gelişmiş ülkelerde, ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde yenilikler yaratabilecek girişimciden daha fazla fırsat görenlere fırsat yaratabilecek eğitim sistemleri sağlanması planlanmaktadır.

Ülkelerin eğitim sistemleri, bireysel girişimcilik yeteneğinin önlenmesini etkilediği gibi, bireylerin yaratıcılıklarının gelişmesine, bağımsız hareket edebilme yeteneklerine, benzersiz kararlar verebilme yeteneklerine ve iç kontrollerine de katkıda bulunabilirler. Girişimcilik ve inovasyon derslerine odaklanan okulların girişimciliği geliştirmeye daha eğilimli oldukları ve ekonomik faaliyetlerin yüksek olduğu sektörlerde aktif oldukları görülmektedir. Girişimcilik eğitimi, insanları iş değerlendirmesi, finansal kaynaklar ve pazar araştırmasından iş planı geliştirmeye, yasal süreç takibi ve iş yaratma prosedürlerine kadar birçok alanda girişimciliğe giden yolda yönlendirir. Bu nedenle, ilköğretimden üniversiteye kadar eğitimin her aşamasında girişimcilik dersleri verilmeli ve bireyler kendi işlerini kurmaya ve bir girişimcilik kültürü yaymaya teşvik edilmelidir.

2.3.2. Aile ve sosyal ortam

Bir insanın aile yapısı girişimci bir kişilik yaratmada çok etkilidir. Aile tutum ve davranışları, çocuğun girişimci güdülerinin gelişimini etkiler ve çocuğun özgürce düşünme ve karar verme yeteneğini oluşturur.

Aslında, başarılı girişimcilerin özellikleri, bağımsız ve kendine güvenen özelliklerin aile ile etkileşimin bir sonucu olduğunu göstermektedir. Çocuğun ailedeki eğitimi, görgü kuralları, ekonomik ve sosyal durumu ve değerleri hayatını yönlendirecek ve şekillendirecektir. Çocuğu ailede girişimciliğe teşvik etmek, girişimci kişilik oluşumu üzerinde olumlu bir etkiye sahip olacaktır.

Ailede girişimci bireylerin varlığı kaçınılmaz olarak çocuğun girişimciliğe duyarlılığında bir artışa yol açar. Ailesinden girişimcilik öğrenmeye başlayan bir çocuk, okul çağında küçük işletmelerle para kazanmaya başlar ve erken yaşta girişimcilik deneyimi yaşar. Deneyimi, gelecekte başarılı bir girişimci olmasına yardımcı olacaktır. Ülkemizde yapılan araştırmalar başarılı girişimcilerin girişimci ailelerden geldiğini göstermiştir. Bu nedenlerden dolayı, ailenin etkisi girişimciliğin gelişmesinde ve girişimcilerin eğitiminde önemlidir.

2.3.3. Finansal faktörler

Bir ülkenin ekonomisi ve finansal politikası, girişimciliği etkileyen faktörler arasındadır. Girişimcilik için uygun bir finansal ortam oluşturmak, düzenli para ve maliye politikasına bağlıdır. Hükümetlerin maliye politikası yoluyla girişimcilik üzerinde ciddi bir etkisi vardır. Ekonomide ve hatta beklentilerde ortaya çıkabilecek olumsuz etkiler girişimciliği doğrudan etkiler.

2.3.4. Psikolojik faktörler

Girişimcilerin psikolojik özellikleri, girişimciliği doğrudan etkileyen faktörler arasındadır. Girişimcinin temel psikolojik özellikleri;

- Kararlardan bizzat sorumludur,

- Riskli kararlar seçmek,
- Kararlardan somut teklifler almak,
- Daha fazla beyin gücü gerektiren alanlarda çalışın,
- Parayla çalışma arzusu,
- Görme ve düşünme eğilimi,
- İşte dostluk ve akrabalık ilişkilerinde profesyonellik.

Girişimcinin bu psikolojik özellikleri; iletişim becerileri, risk alma, istikrar, doğal yetenekler üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir.

2.3.5. Yasal, politik ve idari faktörler

Bir ülkedeki yasal, siyasi ve idari ortam ve koşullar girişimciliğin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Ülkede girişimcilğe karşı şeffaflık veya şüphe varsa, bu yasa idari kararlara ve siyasi arenaya yansıtılacaktır. Bu nedenle, bu durum yeni şirket sayısını azaltacaktır. Yasal düzenlemeler, ekonomi politikası ve bürokratik mekanizmaların girişimciliği teşvik ettiği ortamlarda girişimcilik kökleşip daha kolay genişleyebilir.

2.4. Kadın Girişimciliği

Bu bölümde kadınları girişimcilikte motive eden faktörler ve kadın girişimcilerin karşılaştığı zorluklardan bahsedilmiştir.

2.4.1. Kadın Girişimciliğinin Tanımı ve Tarihçesi

Kadın girişimci kavramı çok genel bir kavramdır ve farklı sektörlerde, farklı organizasyonlarda ve farklı statülerde çalışan kadınları bir araya getirmek mümkündür. Piyasa ekonomisinde, kendi işinin sahibi olan, tek başına veya bir kişi ile çalışan, mal ve hizmet üreten ve satan, kredi kaynaklarını araştırarak, acil iş sorunlarını aşan, yeni koşullara uyum sağlayan ve bu alanda deneyime sahip bir kadın “girişimci” statüsü kazanmıştır.

Kadın girişimciliği; kurduğu iş de çoğunluk hisseye sahip olan, karar almada, risk üstlenmede ve günlük yönetimde aktif rol oynayan kadındır. Girişimci kadın; kendi adına çalışan veya bir sosyal güvence ile çalışan, istihdam sağlayan, üreten, risk alabilen, karar alabilen kadınlardır (Gülçubuk ve ark. 2011).

Girişimci kadının özellikleri aşağıdaki gibi de verilebilir (İraz, 2005):

- Kendi adına bir veya birkaç iş yeri kurmak,
- Bu iş yerinde yalnız çalışmak veya işveren, işe başlayan diğer kişilerle işbirliği yapmak,
- Herhangi bir mal veya hizmetin üretimi, taşınması, pazarlama ve satılması ile ilgili faaliyetin hayata geçirilmesi,
- İşle ilgili kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla ilişkiler kurmak,
- İş sürecinin düzenlenmesi, malların ve hizmetlerin üretiminin planlanması, iş yerinin kullanımı, işin bağlanması veya gelişmesi,
- Yatırım ve kullanım alanlarında söz sahibi olan kişi.

Girişimci kadın olmak, kadına iş hayatında diğer çalışma biçimlerine oranla daha çok özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık imkanı verdiği gibi, yine kadının işine yönlü kısa ve uzun vadeli planlar yapmak, kaynakları optimal kullanmak, beşeri ilişkiler kurmak ve sürdürmek, işinde elde ettiği tecrübeleri verimli kanallara transfer etmek gibi beceriler kazanmasına ortam yaratır.

1947 yılında Birleşmiş Milletler içinde “Kadın Statüsü Komisyonu” kurularak tüm üye ülkelerde kadının iş yaşamında statüsü ve sorunları tespit edilmiştir. Birleşmiş Milletler 1975 yılını “Uluslararası Kadınlar yılı” olarak kabul ederek, bu yıldan itibaren kadın ve erkekler arasındaki eşitsizliğin azaltılması, kadınların kalkınma girişimleri ve kadınların dünya barışının güçlenmesine katkıda bulunması için birtakım önlemleri hayata geçirmek amacı taşıyordu.

2000 yıllarına doğru ilerlerken gelişmiş ülkelerde kadınlar geleneksel rollerinden kaynaklanan birçok sorunu çözmüş ve toplum içinde lider, yönetici, girişimci gibi daha üst düzey rollerin arayışı içerisine girmişlerdir. Çalışma hayatının tüm zorluklarına ve risklerine rağmen, bugünkü kadın artık kendi işini kurmaya çalışmaktadır. Her gün daha fazla kadın, girişimci olarak iş hayatına katılmaktadır. Kadın girişimciler birçok alanda faaliyet göstermektedirler. Eskiden beri başarılı oldukları hizmet sektörü ile birlikte erkeklerin hakim olduğu iş alanlarında da faaliyetleri gün geçtikçe artmaktadır. Sosyal bilimler alanında eğitimi seçen kadınlar daha çok danışmanlık, eğitim, halkla ilişkiler ve satış gibi

çeşitli meslek gruplarında ve iş alanlarında girişimcilik faaliyeti göstermektedirler.

Siyasi, ekonomik ve sosyal nedenlerle küçük girişimciliğin yaygınlaşması, geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yeterliliklerinin sağlanması yönündeki eğilimler ve bunları destekleyici uygulamalar giderek yoğunluk kazanmıştır.

Cinsiyet temelli ideoloji gerçekten erkeklerle kadınlar arasındaki farka yol açmaktadır. Kültür ideolojilerinin değişmesi ve özellikle de doğuma kontrole ilişkin bazı başvuruların uygulaması kadınlara iş hayatında ve sosyal hayatta daha fazla olanaklar yaratmaya başlamıştır. Tabii ki ekonomik gereklilik ve hayat müşterektir fikri de bunları desteklemektedir (Lambing ve Kuehl, 2000).

2.4.2. Kadın girişimcilerin özellikleri

Kadınların hayat dönemlerinde, evli, bekar, çocuksuz dönem, anne olmak gibi farklı durumları yaşamaktadır. Birçok kadının girişimcilik planları bu dönemlerle sıkı bir ilişki içindedir. Bu durumla karşılaşan kadınların aile sorumluluklarına öncelik vermesi kadınlara girişimcilik alanında güvenin olmamasına yol açmıştır. Fakat çoğu insanlar kadınlara uygulanan aile kaygılarının sorumluluğunun diğer görevlerden daha fazla olduğundan haberdar değildir ve aslında bu mecburiyetleri kadının kabul etmesine neden onun bilinçaltına işlenen toplumsal fikirlerdir.

Çalışmada başarı elde etmek erkekler ve kadınlar için çok farklı kavram değildir. Ancak Çalışan erkek sadece işi ile ilgilenir, çalışan kadın aynı zamanda çocuklarına ve ev işlerine bakmak zorundadır. İş yaşamında başarı elde etmek için kadınlar iş dengesini ve özel hayatı daha fazla dengelemeye çalışmaktadırlar. Bu dengenin kurulmasına güvenen, kararlarının arkasında duran ve kişisel gelişimine önem veren kadınlar başarı hedeflerine kolaylıkla ulaşabilirler. Kadınların iş yaşamında, özellikle de yönetim görevlerinde oranı daha fazla artmalı, çünkü onlar erkeklere oranla güçlü sezgi ve daha yüksek sorumluluğa sahiptirler.

2.4.3. Kadın girişimci türleri

Kadın girişimciler duygusal, düşünce ve sosyal davranışlarına göre erkek işadamlarından daha farklı sınıflandırılır. Kadınların girişimcilik tarzları genellikle dört kategoride de birbirinden çok farklıdır. Çizelge 2.3.'de kadın girişimci türleri ele alınmıştır.

Çizelge 2. 3. Kadın girişimci türleri

	Geleneksel Cinsiyet Rolüne Sadık Olanlar		
		Çok	Az
Girişimci İdealleri Tercih Edenler	Çok	Geleneksel	Yenilikçi
	Az	Ev Hanımı	Temel

Kaynak: Catherina, 2017.

1. Geleneksel Kadın Girişimci Tipi: Geleneksel kadın girişimci türü, aynı zamanda klasik kadın girişimciler olarak da bilinen, cinsiyet rolleri ve üst düzey girişimcilik idealleri olan kadın girişimcileri ifade eder. Motivasyon kaynağı para kazanma ihtiyacıdır ve ayrıca ailenin geleneksel rolünü de hesaba katarlar. Genel olarak, bu tür evli kadınlar iş ve aile yaşamı arasında bir denge kurmaya çalışırlar. Çalışmalarından tam sorumluluk sahibidirler ve bir partnerleri olsa bile sınırlı destek alırlar. Çoğunun butik oteli, sekreterliği, güzellik merkezi, restoranı, pastanesi ve kuaför salonu vardır.

2. Ev Kadını Girişimci tipi: Bu tipler, ailede kadınlığın rolüne ciddi şekilde bağlıdır. Girişimcilik ideali, geleneksel kadın girişimci tipinden biraz daha düşüktür, bu nedenle aileleri işlerinde ön plana çıkar. Ev hanımı olmak önemli olduğu için ailelerinin uygun gördüğü alanlarda faaliyet gösteriyorlar. Bu tür girişimcilikte çocuk sayısı arttıkça kadın girişimci sayısı azalırken, çocuk sayısı arttıkça erkek girişimci sayısı da artmaktadır. Bu tip girişimci, ideallerinden ziyade geleneksel cinsiyet rolünü aldığı için girişimciliği bir yan iş olarak gören girişimci türüdür.

3. Yenilikçi Kadın Girişimciler: Girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin üzerinde tutan ve iş büyümesini öncelik olarak gören kadın girişimcilerdir. Genel olarak, yüksek eğitime sahiptirler, ekonomik özgürlüğe eğilimlidirler ve

teknolojiyi çok iyi kullanırlar. Esas olarak pazar araştırması, reklamcılık, halkla ilişkiler ve medyada aktiftirler.

2. Feminist Kadın Girişimci Tipi : Feminist kadın girişimci tipinde kadın olmak, girişimciliği teşvik eden özel bir motivasyon kaynağıdır. Bu gruptaki kadın girişimciler, her alanda erkeklerle eşit olduklarına inanmaktadır. Aynı zamanda, hem girişimciliğe hem de geleneksel aile rollerine bağlılık düşüktür. Genellikle basın, yayıncılık, perakende satış, eğitim ve kadın hareketiyle ilgili küçük ölçekli sektörlerde faaliyet gösteriyorlar.

2.4.4. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklar

Bir erkeğin “eve ekmek getiren” ve kadının “çocuklarının annesi, evinin kadını” olduğu düşüncesi değişen toplumda egemenliğini kaybetmiştir. Bir erkeğin işi ekonomik bir faaliyet olarak düşünüldüğünde kadının yapması hemen her kadının sahip olduğu bir özellik olan ev hanımının yüzünü anımsatmakta ve sorumluluklarını ikiye katlarken erkek rakipleriyle rekabet etmeye zorlanmaktadır. Çizelge 2.4 bazı farklılıkları göstermektedir:

Çizelge 2. 4. Kadın ve erkek girişimcilerin farklı özellikleri

Özellikler	Kadın Girişimciler	Erkek Girişimciler
Motivasyon	Başarı, Kişisel Özgürlük, İş Tatmini	Başarı, Özgürlük
Görevden alınma nedeni	Mevcut işten sıkılma, Kazanma fırsatı, Başka bir işte başarabileceğini düşünme	İş yerinde, “yukarıdan”bakıyorlar kişisel yaşamdaki değişim, girişimcilik hakkında bilgi
Finansal destek	Kişisel çabalar ve tasarruflar, Bank desteği, Yatırımcılar, Aile veya arkadaş desteği	Özel mülkiyet, kişisel çabalar ve toplanan para
Kişisel yetenekler	İdealist, Düşünceli ve ikna etme yeteneğine sahip, Aşırı özgüven, kendi patronu olabilmek	Esneklik ve dayanıklılık, Başarıya odaklanma, Yaratıcı ve gerçekçi Orta düzeyde özgüven, sosyal çevre ile güçlü iletişim
Temeli	Girişimcilik yaşı 25-35, Babanın kendi işine sahiptir, Uzmanlık: Ekonomi veya Mühendislik	Girişimcilik yaşı 35-40, Babanın kendi işine sahiptir, Uzmanlık: Sanat veya öğretmenlik
Destekçileri	Arkadaşlar, Profesyonel Danışmanlar, İş yerleri, Eşler	Arkadaşlar, Eşler, Aile, Profesyonel Kadın Grupları,
Kurulan işletme türü	Üretim veya inşaat	Hizmet Sektörü

Kaynak: Hisrich ve Peters, 2017.

Kadın girişimcileri erkeklerden ayıran özellikler düşünüldüğünde tarafların toplumdaki rolleri, gelenekleri ve ihtiyaçları ya da insan yaşamının farklı aşamalarının değişen ihtiyaçları gibi faktörler ön plana çıkmaktadır. Bir diğer önemli fark ise, erkek girişimcilerin ekonomik beklentileri ön planda iken, kadın girişimcilerin kişisel beklentilerinin ön planda olması ve bu nedenle kadın girişimcilerin erkeklerden daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duyduğu tespit edilmiştir. Toplumda kadına yönelik tutumlar da kadınları utangaç hale getirmiştir.

Erkeklerin ve kadınların çalışmaya başlamasının nedenleri de farklıdır. Çizelge 2.5 kadın ve erkeklerin girişimci olmalarının nedenleri en önemli olandan önemsiz doğru listelenmektedir.

Çizelge 2. 5. Kadın ve erkeklerin girişimci olma nedenleri

Kadınların girişimci olma nedenleri	Erkeklerin girişimci olma nedenleri
Çalışma saatlerinin kendi kendine belirlenmesi	Servet yaratma arzusu
Aileyle daha fazla zaman geçirme	Kariyerinde başarılı olmak için
Aileye bakma yükümlülüğü	Aileye bakma yükümlülüğü
Kariyerinde başarılı olmak için	Aileyle daha fazla zaman geçirme
Servet yaratma arzusu	Çalışma saatlerinin kendi kendine belirlenmesi

Kaynak: Hisrich ve Peters, 2017.

Erkek girişimciler, mevcut işlerde sorunlardan, işten çıkarılma riskinden veya mevcut işlerini sevmedikleri için yeni girişimlerde bulunurlar. Kadın girişimciler ise yaptıkları işten soğuma, işlerinde engellenmiş olma hissi ve belirli bir alana artan ilgi nedeniyle iş değişikliği şeklinde girişimciliğe talip olurlar.

Kadın girişimciler için mali kaynaklara erişim açısından durum biraz farklıdır. Kadın girişimciler için finansman sınırlıdır. Kadınlar sınırlı teminatları nedeniyle finansal kurumlardan kredi almakta güçlük çekmekte ve bu nedenle çabalarını kişisel deneyimler veya borç yoluyla finanse etmektedir. Bir işletmeyi kurmak ve işletmek için ihtiyaç duyulan unsurlardan biri olan kredi imkanları, teknolojik gelişmeler hakkında yeterli bilgi ve yüksek katma değerli ürünleri satabilme gibi sosyal kısıtlamalar ve statüler nedeniyle kadınlar erkeklerden daha fazla zorlanmaktadır.

Erkek girişimcilerin bireysel özelliklerine bakıldığında idealist, kararlı, özgüvenli ve kendi patronu olmak istedikleri görülmektedir. Kadın girişimciler erkeklerden daha az özgüvenlidirler, çevik ve hoşgörülüdürler ve sosyal ve ekonomik çevre ile başa çıkabilirler. Bilmedikleri soruları sorma ve başkalarından tavsiye alma eğilimindedirler.

Kadın girişimciler erkeklerden daha esnek ve sabırlıdır. Daha stresli ve endişeli olabilirler. Çünkü, kendilerini bir erkek egemenliği alanında kabul ettirmeye çalışmaları, ancak bu şekilde hayatta kalabileceklerini düşünmeleri ve işlerinde daha rekabetçi olmaları gerektiğine inanmalarındır.

2.4.5. Kadınları girişimcilikte motive eden faktörler

Kadınlar arasında küçük işletmeler kurma eğilimi çeşitli faktörlere bağlıdır. Birincisi, kadınlar evlerine ek gelir sağlamak için kendi niteliklerini kullanarak küçük işletmeler kurarlar. İkincisi, hanehalkı gelirindeki düşüşe paralel olarak, kadınlara ücretli istihdam sağlanmaktadır. Bununla birlikte, uygun eğitim ve becerilere sahip olmayan kadınlar iş bulamamaktadır ve bu nedenle istihdam, ücretli bir işte çalışmak isteyen ve bunu yapamayan kadınlar için bir seçenektir. Olumsuz etkenler kadınları girişimciliğe yönelmeyi engellerken, olumlu etkenler kadınları girişimciliğe çekmektedir. Ekonomik gereklilik, yetersiz aile geliri veya ek gelir ihtiyacı, aile yapısı ve bir aile üyesinin ölümü veya boşanması gibi aile olaylar kadınları etkiler. Dünyada kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörlerden biri gelirdir.

Kadın girişimciliğini etkileyen bir dizi faktör vardır. Bunlar koşullarla ilgili olabilir, ancak bazen bireysel nedenlerden kaynaklanabilir. Bu faktörler genellikle itici ve çekici faktörlerdir. Çevresel koşullar, bir girişimcinin iş fikirlerinin itici gücüdür. Kadınların istihdam edilme nedenleri düşünüldüğünde, itici ve çekici faktörler önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle kadınları işe başlamaya motive eden faktörler; işsizlik sorunları, yetersiz çalışma koşulları ve ücretlerde cinsiyet ayrımcılığı ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanabilir. Bağımsızlık arzusu, kendini gerçekleştirme arzusu, iş yöneticisi ile ailesi arasında denge kurma arzusu ve iş sorumlulukları, kadınları çalışmaya başlamaya iten etkenler arasındadır (<http://www.seipa.edu>).

Motive edici faktörler: düşük gelir, işyerinden memnuniyetsizlik, istihdam fırsatlarının eksikliği, geliştirme fırsatlarının eksikliği, ağır çalışma saatleri, zorlu çalışma ortamının neden olduğu ihtiyaçlar ve sorunlar. Özel ya da kamusal alanda, bu hayal kırıklığı, kadınların kendi işlerini kurmalarının arkasındaki itici güçlerden biridir. Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM) bunu ihtiyaç temelli bir girişimcilik olarak tanımlamaktadır.

Cazibe faktörü: özgürlük, kendine güven, güç, gelir, sosyal statü, girişimci ruh ve arzu. Bazı araştırmalar, kadın girişimciliğinin ana nedeni olarak en iyi yaşam tarzı dengesini sürdürme arzusuna işaret ediyor. Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM), bunu fırsat temelli girişimcilik olarak adlandırmaktadır.

Araştırmalar, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde, çekme ve itme faktörlerinin sosyo-ekonomik işler üzerindeki etkisinin değiştiğini göstermektedir. Hatta aynı ülkedeki bireyler arasında bile değişebilir. Çekme ve itme faktörlerine ilişkin deneysel kanıtlar, gelişmiş ülkelerdeki kadın girişimcilerin başarılı olma ihtiyacıyla motive olduklarını, ancak gelişmekte olan ülkelerdeki itme ve çekme faktörlerinin bir kombinasyonu tarafından motive olduklarını göstermektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde herhangi bir iş başarısının gerçekleştirilmesi ve yaratılması, girişimcinin sosyal statüsüne ve ilişkilerine dayanmaktadır. Erkeklerin daha çok söz sahibi olduğu toplumlarda, kadın girişimcilerin pozisyonlarına ulaşmaları çok zordur. Kadınların doğal özellikleri ve eylemleri kültürel kısıtlamalara tabidir: Etkili bir ağ kurmaları ve sürdürmeleri onlar için giderek zorlaşmaktadır. Kadınlar, sosyal statüleri ve sorumlulukları nedeniyle ağlarını ve bağlantılarını erkeklere göre güçlendirememiş ve bu konuda işlerini bırakmak zorunda kalmışlardır.

Kadınlar gerekli servete sahip olmadıklarında, maddi destek alma konusunda erkekler kadar başarılı olamıyorlar. Erken sosyalleşmenin, çocukluk deneyimlerinin ve yaşam tarzı kalıplarının kadınları kendi işlerini kurmaya motive etmede çok önemli bir rol oynadığı gösterilmiştir. Bu nedenle ailenin genel desteği ve özellikle kocanın desteği, kadın girişimcilerin başarısında büyük etkiye sahiptir.

Kadınların inisiyatif alma kararını etkileyebilecek bir başka faktör de devlet desteğidir. Kadınlara kendi işlerini kurmaları için hibe veya ayrıcalık ve kredi sağlayan hükümetler, belirli politikaları benimsemiş ve deyim yerindeyse, vatandaşlarına vermek yerine balık tutmalarına yardımcı olmuştur. Böylelikle daha fazla iş imkanı sağlanacak ve istihdam artacaktır. Ek olarak, bu politika yurtdışındaki işgücüne bağımlılığı ve kamu sektöründeki baskıyı azaltır.

Kadınların girişimcilik çıkarlarındaki bir başka faktör de nerede yaşadıklarıdır. Yüksek yaşam standartlarına sahip alanlar daha fazla iş fırsatına sahiptir; bu nedenle çoğu kadın girişimci, kırsal veya küçük kasabalardan ziyade kentsel alanlarda yaşamaktadır. Ek olarak, çoğu büyük finans kurumu kırsal alanlardan ziyade kentsel alanlarda bulunmaktadır.

Kadın bir girişimciyi etkileyebilecek faktörlerden biri akademik derecesidir. Kendi işini kurmak isteyen kadınlar akademik hayatlarından öğrendikleri teoriyi uygulamaya çalışırlar. Batı üniversitelerinden mezun olanların Arap veya Asya üniversitelerinden mezun olanlara göre yeni ve agresif fikirlere daha açık oldukları ve işlerini geliştirme olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

2.4.5.1. Toplumda konum bulma

Araştırmalar, kadınlar için iş kurma amacının kadının gelir düzeyine göre değiştiğini göstermiştir. Maddi sıkıntı yaşayan kadınlar için en önemli faktör gelir kaynağı elde etmek iken, maddi olarak gelire ihtiyaç duymayan kadınlar için en büyük faktör “kendini gerçekleştirme”dir. Kadın girişimcileri etkileyen ve çeken faktörlerden biri de kendilerini gerçekleştirme arzusudur. Ayrıca kadınların maddi kazançtan önce kendilerini kanıtlama arzusu, kendini gerçekleştirme iş kurmada çekici bir faktördür.

Sosyal statü, bir kişinin toplumdaki diğer bireylere kıyasla toplumdaki yerinin değerlendirilmesi olarak tanımlanır. Bu statü, nesnel olarak kendisine uygun olduğunu düşündüğü toplumdaki çevresindeki konumuna verilen bir isimdir. Kadınlar, ev hanımı ve

anne rollerine ek olarak, toplumda bireyler olarak kabul edilmeye isteklidirler. Bunu yapmanın bir yolu iş yapmaktır. Yine kadınlar toplumda başarılı olarak hatırlanmak ve belli bir konuma ulaşmış olarak görülmek istiyor. Bu nedenle sosyal statü kazanma arzusu, kadınları çekici bir faktör olarak iş kurmaya da yönlendirmektedir.

2.4.5.2. Zengin olma arzusu

Başka şirketlerde maaş için çalışmak yerine, daha fazla gelir ve servet sağlayan bir iş kurmak kadınları daha güçlü hale getirebilir. Genel olarak, kadınların kurdukları işin ekonomik yönlerine odaklanma olasılıkları erkeklerden daha düşüktür, ancak çoğu çekici bir faktör olarak zengin olma arzusuna da sahiptir.

2.4.5.3. Lider olma arzusu

Sosyal rollerinden dolayı ev ve iş hayatı arasında denge kurmak zorunda kalan kadınlar, annelik ve arkadaşlık rolünün devamı sayılan öğretmenlik, hemşirelik, sekreterlik gibi mesleklere yönelmek zorunda kalmaktadır. Gelişmiş ülkelerde, bu tür üst düzey liderlik pozisyonlarında aynı eğitim, bilgi, deneyim ve becerilere sahip erkeklerle rekabet edemez hale geldiler. Kadınlar, cinsel rollerin bazı özelliklerini yönetime kaydırmışlardır. Kadınları erkeklerden ayıran liderlik özellikleridir. Liderlik, birçok kadını girişimci olmaya motive eden bir faktördür.

2.4.5.4. Güç kazanma arzusu

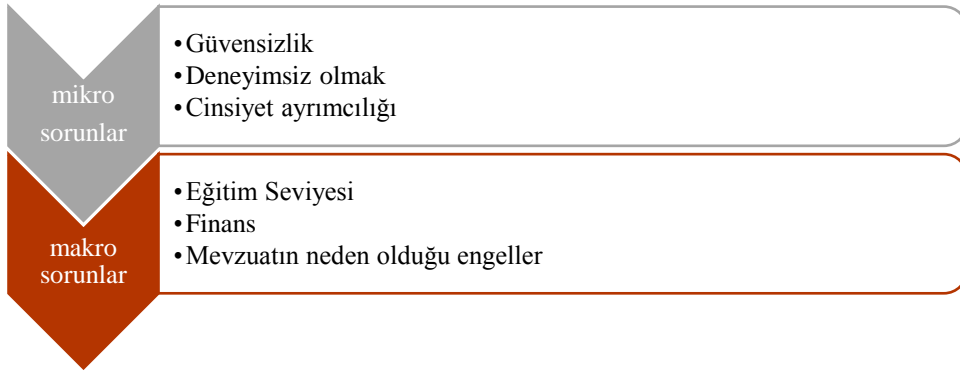
Güç ihtiyacı, kişinin etkisi, kontrolü ve başkalarının davranışlarından sorumlu tutulma arzusu olarak tanımlanır. Buradaki amaç diğer insanları etkilemek, yönetmek ve onlara hükmetmektir.

Güç tanımından da anlaşılacağı gibi, bir girişimci diğer insanları etkileyebilir, yönetebilir ve diğer insanlar üzerinde egemenlik kurabilir. Bu imkanlara sahip olmak, yani güç kazanmak isteyen bir kadın için girişimcilik değerlendirilmesi gereken bir fırsat olarak görülmektedir. Bu faktörler, kadınları girişimciliğe çeken faktörlerden bazıları olarak kabul edilmektedir. Genel bir değerlendirme yapıldığında ön plana çıkan işsizlik ve çekme faktörünün kendini gerçekleştirme arzusu olduğu söylenebilir.

2.4.6. Kadın girişimcilerin karşılaştığı zorluklar

Erkek ve kadın olmak üzere tüm girişimciler, girişimcilikte birçok zorlukla karşı karşıyadır. Kadınları ekonomik hayata dahil etmek, aile ilişkilerini demokratikleştirmek, refahı artırmak, daha yaratıcı ve kendine güvenen bireyler yetiştirmek açısından önemlidir. Böylelikle karar veren, yöneten ve risk alan kadınların statüsü artacaktır. Kadın girişimciler, yönetim tarzı, şirket yapısı, hizmet anlayışı ve teknoloji kullanımı gibi farklı deneyimler ve bakış açıları arasında ayırım yapabilir ve bir inovasyon kaynağı olabilir. Ancak kadınlar girişimcilikte bazı engel ve sorunlarla karşılaşmaktadır.

Aşağıdaki Şekil 2.1 kadınların mikro ve makro sorunlarını vurgulamaktadır.



Şekil 2.1. Kadın girişimcilerin karşılaştığı makro ve mikro sorunlar

Kaynak: Catherina, 2017.

Kadınların çalışma hayatındaki genel rolü artmış olsa da, dünyanın geri kalanında olduğu gibi Azerbaycan'da da kadınların iş bulmasını engelleyen sorunlar vardır.

2.5. Dünya'da ve Azerbaycan'da Kadın Girişimciliği

2.5.1. Dünya'da kadın girişimciliği

Babson Koleji ve Smith Koleji'nden araştırmacılar tarafından ortaklaşa hazırlanan The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018-2019 Women's Report, dünya çapındaki kadınların girişimlerinin sayısının hala erkeklerin gerisinde olduğunu belirtmektedir.

Toplam Girişimcilik Etkinliği (TEA), yeni girişimcilerin 18-64 yaş arası yetişkin çalışma çağındaki nüfusa oranını ifade eder. GEM Raporundaki kadınlar için küresel TEA oranı %10,2 olup, erkeklerin TEA oranının yaklaşık $\frac{3}{4}$ 'üne karşılık geldiği belirtilmektedir. Küresel olarak, daha genç kadınlar (25-44 yaş) en yüksek girişimci katılım oranlarına sahiptir.

Ülkedeki ortalama gelir ne kadar düşükse, daha fazla kadın girişimci olma düşüncesine sahip olmaktadır. Örneğin, düşük gelirli ülkelerde, kadınların %37,8'i üç yıl içinde girişimci olmayı düşünürken, yüksek gelirli ülkelerde kadınların sadece %12,6'sı girişimci olmayı planlamaktadır.

Dünyada kadın girişimçiler bir çok sorunlarla karşılaşmaktadır.

1. Sosyal beklentilere meydan okumak
2. Finansmana erişim
3. Ciddiye alınma mücadelesi
4. Başarılarınıza sahip çıkmak
5. Bir destek ağı oluşturmak
6. İş ve aile hayatını dengelemek
7. Başarısızlık korkusuyla baş etme

2.5.2. Azerbaycan'da kadın girişimciliği

Ülkemiz Azerbaycan geçiş ekonomisine sahip ülkelerden biridir. SSCB'nin çöküşünden sonra bağımsızlığını kazanan ve piyasa ekonomisine geçişte önemli sosyo-ekonomik temizliği başaran Azerbaycan Cumhuriyeti, toprak bütünlüğünü korumada ciddi zorluklarla ve aynı zamanda sınırlarının dokunulmazlığıyla karşı karşıya kalmıştır. Geçiş döneminde teknolojik ve ekonomik gelişmeler sayesinde birçok yeni ekonomik potansiyel ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, ekonomik kalkınmadan tüm kadın ve erkekler eşit şekilde yararlanamamıştır (<http://gender-az.org>).

Ekonomik ve sosyal ilerlemenin, ekonomik kalkınmanın etkililiğini sağlamak ve büyümeden yararlanmak için, toplumun hem kadın hem de erkek üyeleri kendi kişisel potansiyellerini anlamalı ve bunlardan yararlanabilmelidir. Kadınların toplumun

ekonomik, sosyal, kültürel ve politik yaşamına aktif katılımı sağlanmadan bu başarılmaz. Azerbaycan'da nüfusun hemen hemen çoğunluğu (% 51,2) kadındır. Aşağıdaki Çizelge 2.6 ekonomik olarak aktif nüfusun cinsiyete ve yaş gruplarına göre dağılımını göstermektedir. Bu veriler incelendiğinde, aktif nüfusun %48,6'sı kadındır.

Çizelge 2. 6. 2021 yılı Azerbaycan'da Ekonomik olarak aktif nüfusun cinsiyete ve yaş gruplarına göre dağılımı

Yaş grupları	Oran (%)		Cinsiyete göre Oran (%)	
	Kadınlar	Erkekler	Kadınlar	Erkekler
15-19	1.9	2.2	44.7	55.3
20-24	9.7	10.3	47.1	52.9
25-29	14.7	14.9	48.2	51.8
30-34	14.7	14.2	49.4	50.6
35-39	11.8	12.5	47.1	52.9
40-44	11.7	11.5	49.0	51.0
45-49	12.5	11.6	50.5	49.5
50-54	12.9	11.4	51.8	48.2
55-59	6.8	7.7	45.5	54.5
60-64	2.7	2.7	48.4	51.6
65+	0.6	1.0	37.6	62.4
Toplam (%)	100	100	48.6	51.4
Bin kişi	2,464.8	2,609.0		

Kaynak: <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship>

Son yıllarda kadın örgütlerinin sayısında net bir artış vardır. Girişimciliğin ve küçük işletmelerin gelişmesinin yeni iş yaratmada, işsizliğin azaltılmasında ve istihdamın artırılmasında etkili bir araç olduğu düşünüldüğünde, mevcut ve potansiyel kadın girişimcilerin kalkınma sürecinin dışında kalmamasını sağlamak gerekmektedir. Çünkü kadın girişimciliğinin gelişmesi, yoksulluğun azaltılmasına, kadınların sosyal ve ekonomik saygısının artmasına ve genellikle toplumdaki cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kaldırılmasına yardımcı olur. Kadın girişimcilerin ihtiyaçlarının, sorunlarının ve özelliklerinin analizi, genel olarak KOBİ'ler olmak üzere kadın girişimciliğinin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Devlet tarafından kadınların istihdam olanaklarını artırmak, kadınlara bir iş kurmak ve büyütme için uygun kaynak, beceri ve desteği sağlamak için hem yerel hem de

uluslararası birçok önlem alınmıştır. Yine de Azerbaycan'da, başta kredi kaynakları ve çeşitli piyasa fırsatları olmak üzere kadınların etkin kaynaklarının kullanımını daraltan sosyo-ekonomik engeller hâlâ mevcuttur. Ayrıca toplumda büyük bir avantaja sahip olan mevcut klişeler de genel olarak kadınları herhangi bir iş yapmaktan alıkoymaktadır. Ülkede kadın girişimciliğinin büyümesini sağlamak için doğru program ve stratejilerin belirlenmesi, kadın girişimciliğiyle ilgili konuların analiz edilmesini ve belirlenmesini gerektirmektedir. Şu sorular ön plana çıkmaktadır: Kadın girişimcilerin sorunları nelerdir? Kadınlar iş ve finansal kalkınma hizmetlerine eşit erişime sahip olabilir mi? Kadın girişimciler hangi yönetim türünde daha tipiktir? Kadın girişimciler eşleri veya diğer aile üyeleri tarafından destekleniyor mu? (<https://www.economy.gov.az>).

SSCB'nin dağılmasının ardından Azerbaycan Cumhuriyeti bağımsızlığını yeniden kazandı ve aynı zamanda piyasa ekonomisine geçiş sürecinde önemli sosyo-ekonomik iyileştirmeler yapmaya başladı. O yıllarda erkeklerle birlikte kadınlar çalışmaya başladı. Bu kıtlık, işsizlik ve savaş yıllarında kadınlar da erkekler gibi ailenin yükünü omuzlarında taşıdılar. Kadınlar daha sonra tarım ve hayvancılık gibi daha zor alanlarda çalıştılar, ancak şimdi teknolojinin gelişmesi ve endüstriyel bir ekonomiden yeniliğe geçiş nedeniyle daha rahat pozisyonlarda çalışıyorlar. Öğretmenler, doktorlar, sekreterler gibi mesleklerde daha aktif çalışmaktadırlar (<http://aqsia.coder.az>).

Çizelge 2. 7. Ekonomik olarak aktif nüfusun cinsiyete göre yüzde (%) olarak dağılımı

	Toplam		Kentsel yerler		Kırsal yerler	
	Kadınlar	Erkekler	Kadınlar	Erkekler	Kadınlar	Erkekler
Nüfusun ekonomik faaliyet düzeyi *	62.9	69.7	58.9	66.3	67.6	73.6
İstihdam seviyesi *	59.2	66.9	54.8	63	64.3	71.3
İşsizlik oranı	5.9	4.1	6.9	5.0	4.8	3.1

* 15 yaş ve üstü nüfusun oranı

Çizelge 2.7 incelendiğinde, ekonomik olarak aktif kadınların istihdamdaki payı, kentsel alanlarda %54,8, kırsal alanlarda ise %64,3'tür. Bu değerlere göre kadın istihdamı genel olarak erkeklerden daha düşüktür.

Azerbaycan'da girişimcilik alanında büyük değişiklikler planlanmakta, olumlu adımlar atılmakta, bu alana daha fazla insan dahil edilmekte ve insanların iş potansiyelinin gerçekleştirilmesi için uygun fırsatlar yaratılmaktadır. Ekonomik ve sosyal ilerlemenin etkinliğini sağlamak ve ekonomik gelişme ve ilerlemeden yararlanmak için her iki cinsiyetten bireyler kişisel kaynaklarını kullanmalıdır (<https://www.stat.gov.az>).

Girişimciliğin geliştirilmesi, başarılı ekonomi politikasının kilit alanlarından biridir ve kadın girişimcilerin rolü, girişimciliğin gelişmesinde önemlidir. Ekonomik reform paketi çerçevesinde alınan tedbirler, işletmelerin denetimlerinin askıya alınmasının, lisanslama sisteminin iyileştirilmesinin ve önlemlerin özel sektörün gelişmesinde özel bir rolü olduğunu göstermektedir. Azerbaycan'da kadın girişimcileri desteklemek için çeşitli dernek, dernek ve kuruluşlar kurulmaktadır. Bunlardan biri, Ekonomi Bakanlığı, Aile, Kadın ve Çocuk Devlet Komitesi ve Ulusal Girişimciler Konfederasyonu (İşverenler) desteğiyle 2017 yılında kadın girişimcilerin inisiyatifiyle kurulan Azerbaycan Kadın Girişimciler Derneği'dir (<http://aqsia.coder.az>).

Azerbaycan'da kadın girişimciliğine dair resmi bir istatistik bulunmamaktadır. Bazı kaynaklara göre, küçük ve orta ölçekli girişimcilerin % 7-8'i kadındır. Ancak diğer kaynaklara göre, bu rakamlar abartılıdır, küçük ve orta ölçekli işletmeler, kocası veya başka bir akrabası tarafından yönetildiği halde, nedense sadece kadın adına kayıtlıdır. Azerbaycan'da kadın girişimcilerin karşılaştığı başlıca zorluklar şu şekilde tanımlanabilir:

- Piyasa ekonomisi ve girişimcilik konusunda bilgi ve deneyim eksikliği;
- Ermeni askeri saldırısının sonuçları;
- Aktif olmayan iş arayanlar ve istihdam yöntemleri;
- Bir kadının ailesine ve kocasına geleneksel bağımlılığı;
- Mesleki eğitim gören ve yeniden eğitim alan az sayıda kadın.

Kadınların genel olarak ülkenin ekonomik hayatına ve özellikle küçük işletmelerde katılımını sınırlayan faktörlerden biri, ülkenin ekonomik reformlarından ve özelleştirme süreçlerinden dışlanmış olmalarıdır.

Kadınların %69,2'si özel sektörde, %30,8'i kamu sektöründe çalışmaktadır. Özel sektörde çalışanların sadece %3'ü kendi işini yapmaktadır. İş hayatında kadınlar çoğunlukla mikro ve küçük işletmelerde faaliyet göstermekte ve çok az kadın orta ve büyük işletmelerde çalışmaktadır.

Kadınları özel sektörde çalışmaktan alıkoyan engeller şunlardır:

- düşük kadın sahipliği;
- başlangıç sermayesi eksikliği;
- işletmenin tescili hakkında yeterli bilgi eksikliği;
- finansal piyasa bulmada zorluklar;
- gerekli bilgi ve beceri eksikliği.

Bu nedenlere ek olarak, sosyo-ekonomik engeller kadınların üretken kaynaklara (kredi ve finansman), ilgili pazarlara, iş fırsatlarına ve yüksek teknolojiye erişimini zorlaştırmaktadır. Kadının ailedeki geleneksel rolü, çocuk yetiştirme ve bakım sorumluluğu ve düşük öz saygı gibi toplumdaki mevcut klişeler de kadınların iş yapma becerilerini azaltır.

Bu nedenle, kadın girişimciliğinin başarılı bir şekilde gelişmesinin önündeki aşağıdaki ana engellere dikkat edilmelidir:

- Zayıf mesleki eğitim;
- Mali kaynak elde etmede zorluklar, teknik ve yönetim eğitimi eksikliği;
- Gerekli yasal korumanın olmaması;
- Manevi çevre, geleneksel tutumlar ve sosyal kalıplar.

2.5.3. Kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunlara çözümler

Kadın girişimciler iş yaratma ve yürütme aşamasında iş deneyimi ve eğitim eksikliğinden, kamu rollerinden sorumluluklarından, ayrımcılıktan, iletişim ve koordinasyon eksikliğinden, mali zorluklardan, bürokratik engellerden ve organizasyon eksikliğinden muzdariptir.

Araştırmalar, becerilerine ve deneyimlerine güvenen bireylerin yeni bir iş kurma ve

sürdürmede başarılı olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Motivasyon, yaratıcılık ve azim bir girişimcinin temel özellikleridir ve geliştirilmesi gerekir ve zamanla bu özelliklere verimlilik, yetki ve güvenilirlik gibi daha etkili yönetim becerileri eklenmesi gerekir. Erken yaşta girişimcilik deneyimi kazanmak, yönetim becerilerinin ve sürdürülebilir kalkınma zorluklarının azaltılmasına yardımcı olacaktır. Kadınları girişimciliğe yönlendirecek bilgi ve becerilerin oluşmasında genel ve mesleki eğitim büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle kadınlar bu alandaki eksikliklerin giderilmesi için eğitim kurslarına ve eğitime yönlendirilmelidir.

Kadın girişimcilere verilecek bu kursların çabalarını inşa etmede ve geliştirmede en etkili faktörleri dikkate alması özellikle önemlidir. Finansal imkanların sağlanması, deneyim ve bilgi edinme, yönetim yöntemleri, teknolojik yeniliklerin takibi ve uygulanması, piyasa takibi, iç ve dış pazarların oluşturulması, pazarla iyi ilişkiler kurma yöntemleri derslerin ana konuları olarak gereklidir. Aslında bu eğitimler okul müfredatına dahil edilmeli ve çocuklara erken yaşlardan itibaren aşılmalıdır.

Ancak kadın girişimcilerin sorunlarının bölgesel düzeyde çözülmesi mümkün değildir. Özellikle yeni işlerde çalışan kadınlar, finansal fırsatlar konusunda rehberliğe ihtiyaç duyuyor. Yerel bir merkez veya dernek bu ihtiyacı karşılayabileceği gibi kadın girişimcilerin bilgi ve fikir alışverişinde bulunmasını da sağlayabilir. Kadınların çalışma hayatına girişleri, annelik ve ev hanımı rollerinden kaynaklanan sorumluluklarını azaltmamış, çifte yük olmuştur. Kadınlar bu yükleri hafifletmek için ev işleri ve çocuk bakımı konusunda yardım almayı veya çocuk büyüdüğünde bir iş kurmayı tercih ediyor. Çocuklu kadınlara ve ev işlerine yardımcı olacak mekanizmaların geliştirilmesine ihtiyaç vardır.

Girişimci, devlete yük olmadan kaynak yaratır, iş sağlar ve devlete vergi öder. Kadın ve erkeklerin eşit şartlarda yaşadığı, daha özgür, yaratıcı ve özgüven sahibi bireylerin bulunduğu bir sosyal düzen yaratmak için kadınları girişimciliğe yönlendirmek özellikle önemlidir. Girişimcilik gündemdeyken, ayrımcılık yapmak, duyarlı olmak ve kadınlara karşı pozitif ayrımcılığı teşvik etmek önemlidir. Toplumdaki kadına eleştirel bakış, destekleyici ve karar verici bir yapıya bırakılmalıdır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin neden

olduğu sorunların aşılması için toplumda, girişimcinin faaliyet gösterdiği sektörde ve piyasada kadın erkek ayrımcılığının giderilmesi ve meslek okulları ve kuruluşlarında kadın girişimcilerin desteklenmesi gerekmektedir.

Kadın, girişimci yapısı ve annelik duyguları nedeniyle, çalışanlarıyla zaman zaman yönetici olarak değil, refakatçi, arkadaş ve hatta anne-çocuk ilişkisine girer. Bu ilişkinin boyutunu ayarlayamayan kadın girişimciler, çalışanları üzerinde etki sahibi olmakta güçlük çekiyorlar. Bu problemle birlikte kadınlar, girişimci çalışanlara karar verirken profesyonel olarak karar vermeden bazı durumlarda duygusal davranabilirler. Bu sorunlardan kaçınmak için kadın girişimcilerin çalışanları ile ilişkilerini her zaman düzenlemeleri gerekmektedir.

Her girişimcinin temel sorunlarından biri finansıdır. Kadın girişimcilerin mali durumundan bahsediyorsak, bu çifte bir sorundur. Ülkemizde kadınlara kredi verme konusunda sınırlı imkanlar bulunmaktadır. Bu sınırlı fırsatları kadın girişimcilerin lehine çevirmek için:

- Kadın girişimcilerin kredi alma koşulları hafifletilmeli, düşük faiz oranları uygulanmalı, kredi tutarları artırılmalı, kredi alma için teminat koşulları gevşetilmeli, zaman alan kredi prosedürleri ve bürokratik engeller ortadan kaldırılmalıdır.
- Bireysel kredilere ek olarak grup kredileri uygulanmalıdır. Böylelikle ortak iş kurmak isteyen kadın girişimciler gerekli sermayeyi elde edebileceklerdir.
- Bankalar, kendi işini kurmak veya geliştirmek isteyen kadın girişimcilere gerekli kredi bilgilerini sağlamalı ve bu yolla finansal kaynak bulmakta güçlük çeken kadınlara yardımcı olmalıdır.
- Krediler sadece kadınlar için tanımlanmış geleneksel mesleklere değil, tüm işler ve mesleklere verilmelidir.
- Bankalar, kredi alan, işlerini kuran, geliştiren ve başarılı olan kadınları kamuoyuna tanıtmalı ve bu alandaki kadın girişimciler için motive edici bir etki yaratmalıdır.
- Çözümlerden biri gayrimenkul ipoteği yerine proje bazlı kredi sağlamaktır. Gelir vergisini her yıl belirlenen sınırlara uygulamak fiili bir çözüm olabilir.

Hükümet ve diğer kuruluşların, iş kurma ve kayıt aşamasında kadın girişimcilerin bürokrasi gibi sorunlardan kaçınmalarına yardımcı olması gerekiyor. Kadınları sorunları hakkında bilgilendirmek ve kamuoyu oluşturmak için ilgili kuruluşlarla tanışma çalışmaları yapılmalıdır. Piyasa ekonomisi ilkelerine uygun olarak, her girişim kadını işveren olarak çalışmaya yönlendirmeli ve mevcut işlerini desteklemelidir. Kadın girişimcilerin iş deneyimlerini paylaşmaları, bilgilerini başkalarıyla paylaşmaları ve birbirlerine potansiyel yetkinliklerini ve becerilerini bulmalarına yardımcı olmak için çok iyi bir iletişim ağı kurmaları gerekmektedir.

Rabitabank, Azerbaycan'da kadınları destekleyen bankalardan biridir. Rabitabank'ın “Güç hanımlarda” projesi, kadın girişimcilere düşük faizli kredi sağlanmasıyla ilgilidir. “Aslında zayıf kadın yok, sadece gücünün farkında olmayan bir kadın vardır”; “Aslında risk almayan kadın yok, sadece nereden başlayacağını bilmeyen bir kadın vardır”; “Aslında yaratıcı olmayan kadın yok, potansiyelini kullanmayan kadın vardır” sloganları ile kadınlara yönelik proje yürütmektedir (<https://www.rabitabank.com>).

Ayrıca Azerbaycan'da girişimciliği desteklemek için ASAN hizmeti altında ABAD kuruldu. Yurttaşların Azerbaycan'ın sosyo-ekonomik kalkınmasına aktif katılımını, KOBİ'lerin gelişmesini, istihdamın artırılmasını ve rekabetçi hanehalklarının yaratılmasını desteklemek amacıyla sosyal projeler uygulamak üzere “ABAD” merkezleri kurulmaktadır (<http://abad.gov.az>).

Bu merkezlerde çoğunlukla kadınlar el sanatlarını sergileyerek tanınmakta, birçok etkinlik, fuar ve seminerde konuşma yapmalarına izin verilmektedir (<http://abad.gov.az>).

Ayrıca kadın el sanatlarının daha rahat sergilenmesi için “Simpleroom” ve “Garage” gibi sergi salonları oluşturulmuştur. Kadınları desteklemek, onları finanse etmek ve toplumda gelişmelerine yardımcı olmak için bu tür pek çok dernek, fuar ve sergi salonu kurulmuştur.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Bu çalışmada Azerbaycan'da kırsal alanda kadın girişimciliğine etki eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, çalışmanın ana materyalini Azerbaycan'da kırsal alanda girişimcilik yapan kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmanın birincil verilerini, kırsal alanda girişimcilik yapan kadınlarla yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında sahadan elde edilen verilerin yanı sıra Azerbaycan'a ait istatistiki verilerden, konu ile ilgili gerçekleştirilmiş bilimsel çalışmalar, projeler ve dokümanlardan ikincil veri olarak yararlanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma evrenini Azerbaycan'da kırsal alandaki kadın girişimciler oluşturmaktadır. Çalışmanın amacına uygun olarak, kırsal alanda girişimcilik yapan kadınlarla anket yolu ile veri toplamak amacıyla anket formu oluşturulmuştur. Anket formunun oluşturulmasında literatürde bu konuyla ilgili yapılan araştırmalardaki anketler esas alınarak, bu anketlerdeki eksik kalan yönleri de tamamlayacak ve çalışmanın amacına ulaşmasını sağlayacak şekilde bir anket formu hazırlanmıştır.

Covid-19 pandemi sürecinin araştırmanın yapıldığı dönemde yoğun olarak devam etmesi nedeniyle anket çalışmaları yüz yüze ve online olarak yapılmak zorunda kalmıştır. Pandeminin getirdiği kısıtlamalar istenen sayıda anket yapılmasını izin vermemiştir. Kadın girişimcilerin ankete katılmayı reddetmeleri veya online olarak geri dönüş yapmamaları veri toplama yönünden karşılaşılan önemli bir güçlük olmuştur.

Bu nedenle, Azerbaycan'da 2021 yılında gerçekleştirilen anket çalışmasında kolayda örnekleme yöntemine göre ankete katılmayı kabul eden ve geri dönüş sağlayan toplam 157 kadın girişimciden elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

Araştırmada anket yöntemiyle elde edilen veriler SPSS istatistik paket programı kullanılarak tablolar oluşturulmuş ve bu veriler frekans ve yüzde şeklinde sunulmuştur. Verilerin değerlendirilmesinde ayrıca güvenilirlik analizi ve ki-kare testi kullanılmıştır. Anketler 2021 yılında, Azerbaycan’da gerek yüzyüze gerekse on-line olarak yapılmıştır. Araştırma verilerinin dağılımlarının güvenli olup olmadığını belirlemek için Cronbach’s Alpha analizi ile mümkün olmaktadır. Bu analiz ile katılımcıların verdikleri yanıtların tutarlılığı ölçülebilmektedir. Analiz sonucunda elde edilen veriler 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır. 0’a yakın değerler verilerin güvenilir olmadığını 1’e yakın değerler verilerin güvenilir olduğunu göstermektedir (Çizelge 3.1).

Çizelge 3. 1. Güvenilirlik testi tutarlılık değerleri

Cronbach's alpha	İç tutarlılık
$a \geq 0.9$	Mükemmel
$0.9 > a \geq 0.8$	İyi
$0.8 > a \geq 0.7$	Kabul edilebilir
$0.7 > a \geq 0.6$	Şüpheli
$0.6 > a \geq 0.5$	Düşük
$0.5 > a$	Kabul edilemez

Ki Kare istatistiği genellikle kategorik değişkenler arasındaki ilişkileri test etmek için kullanılır. Ki-Kare istatistiği en yaygın olarak bir çapraz tablo (iki değişkenli tablo olarak da bilinir) ile Bağımsızlık Testlerini değerlendirmek için kullanılır. Çapraz tablo, iki kategorik değişkenin dağılımlarını, tablonun hücrelerinde görünen değişkenlerin kategorilerinin kesişimleri ile eşzamanlı olarak sunar. Bağımsızlık Testi, hücrelerdeki gözlemlenen yanıt modelini, değişkenler birbirinden gerçekten bağımsız olsaydı beklenen modelle karşılaştırarak iki değişken arasında bir ilişki olup olmadığını değerlendirir. Ki-Kare istatistiğinin hesaplanması ve Ki-Kare dağılımındaki kritik bir değerle karşılaştırılması, araştırmacının gözlemlenen hücre sayımlarının beklenen hücre sayımlarından önemli ölçüde farklı olup olmadığını değerlendirmesine olanak tanır.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmanın amacından hareketle kırsal alanda kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin aşağıdaki hipotezler geliştirilmiş ve anketlerden elde edilen veriler ile test edilmiştir.

H1: Eğitimin, kırsal alanda kadın girişimcilerin sorunlara çözüm odaklı yaklaşımı üzerinde önemli bir etkisi vardır.

H2: Yaş, kırsal alanda kadın girişimcilerin risk üstlenebilme yeteneği üzerinde etkilidir.

H3: Kırsal alanda kadın girişimcilerin eğitim durumu ile işletmelerini kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşaması üzerinde etkisi vardır.

H4: Kırsal alanda kadın girişimcilerin çocuk sayısı ile işletmelerinin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Kırsal alanda girişimde bulunan 157 kadınla yapılan anketlerden elde edilen verilerin değerlendirilmesinde öncelikle, kadın girişimcilerin demografik özelliklerine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Sonuçları analiz etmeden önce, anket sonuçlarının geçerliliğini doğrulamak için bir güvenilirlik analizi kullanılmıştır. Bunun için Cronbach's alfa güvenilirlik testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.1'e göre, anketlerden elde edilen verilerin alfa değerinin 0,723 olduğu hesaplanmıştır. Bu değer, 0,7'den büyük olduğu için anket sonuçlarının kabul edilebilir seviyede güvenilir olduğu söylenebilir.

Çizelge 4. 1. Güvenilirlik analizi sonuçları

Güvenilirlik analizi	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,723	45

4.1. Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Çizelge 4.2'de ankete katılan kadınların yaş gruplarına göre dağılımı gösterilmektedir. Çizelge 4.2'ye göre katılımcıların çoğunluğunun, yani yüzde 83,4'ünün (131 kişi) genç olduğunu göstermektedir. Bunlar 20-29 yaş arası 82 kadın ve 30-39 yaş arası 49 kadın girişimcilerdir. Katılımcıların %12,7'si orta yaşlı ve %3,8'i 50 yaş üstü kadındır.

Çizelge 4. 2. Katılımcıların yaşa göre dağılımları

Yaş	Frekans	Oran (%)
20-29	82	52,2
30-39	49	31,2
40-49	20	12,7
50 ve üzeri	6	3,8
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.3 katılımcıların eğitim durumlarını göstermektedir. Kadın girişimcilerin çoğunluğu, yani %66,4'ü (105 kişi) üniversite mezunudur. %60,5'i 2 ve 4 yıllık eğitim almış, %6,4'ü yüksek lisans ve doktora eğitimi almıştır. Ortaokul düzeyinde öğrenim

görmüş katılımcıların sayısı 52'dir (%33,1). Ankete katılanların büyük bir çoğunluğunun yüksek öğrenime sahip oldukları belirlenmiştir.

Çizelge 4. 3. Katılımcıların Eğitim durumu

Öğrenim durumu	Frekans	Oran (%)
Orta öğretim (lise ve meslek lisesi)	52	33,1
Üniversite(2 ve 4 yıllık)	95	60,5
Yüksek Lisans ve Doktora	10	6,4
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.4. katılımcıların medeni durumunu göstermektedir. Tablodan da görülebileceği gibi, 99 katılımcı (%63,1) bekar, 26 katılımcı (%16,6) boşanmış ve evli, 6 katılımcı (%3,8) duldur.

Çizelge 4. 4. Medeni durum verileri tablosu

Medeni durum	Frekans	Oran (%)
Bekar	99	63,1
Boşanmış	26	16,6
Dul	6	3,8
Evli	26	16,6
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.5, katılımcıların çocuklarının sayısını göstermektedir. Çizelgeden de görülebileceği gibi, ankete katılan kadınların çoğunun bekar ve genç olması nedeniyle %68,2'sinin çocuğu yoktur. Katılımcıların %14'ünün 1, %8,9'unun 2 ve 3 veya daha fazla çocuğu olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.5. Katılımcıların çocuk sayıları

Çocuk Sayısı	Frekans	Oran (%)
1	22	14,0
2	14	8,9
3 ve daha çok	14	8,9
Çocuğum yok	107	68,2
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.6, girişimcilerin işletmelerini kurdukları yılı göstermektedir. İşletmelerin çoğu 2014-2020 (%66,9) yılında kurulmuştur. Daha sonra ise 2011 ve öncesinde işletmesini kuranlar %7,6, 2012'de kuranlar %14, 2013'te kuranlar %11,5 oranına sahiptir.

Çizelge 4.6. İşletmelerin kuruluş yılı tablosu

İşletmenin Kuruluş Yılı	Frekans	Oran (%)
2011 ve öncesi	12	7,6
2012	22	14,0
2013	18	11,5
2014-2020	105	66,9
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.7, ankete katılan kadınların sahip oldukları işletmenin hukuki yapısını göstermektedir. Çizelge, katılımcıların çoğunluğunun şahıs işletmesine sahip olduğunu (%70,1) göstermektedir. Onu %22,9 ile limited şirket ve %7 ile anonim şirket izlemektedir.

Çizelge 4.7. İşletmelerin hukuki yapıları

İşletmenin Hukuki Yapısı	Frekans	Oran (%)
Anonim Şirket	11	7,0
Limited şirket	36	22,9
Şahıs işletmesi	110	70,1
Toplam	157	100,0

Kadınların sahip oldukları işletmelerin faaliyet gösterdiği sektör incelendiğinde, ankete katılanların çoğunluğunun (%87,9) hizmet sektöründe olduğunu göstermektedir. Bunun ardından, konaklama ve yiyecek hizmetleri %8,3, toptan ve perakende ticaret sektörü %3,8 oranında dağılım göstermektedir (Çizelge 4.8.).

Çizelge 4.9, katılımcı kadınların ortalama aylık gelir durumunu göstermektedir. Ankete katılan kadınların çoğunun gelirinin 3.001 ile 4.500 AZN (%73.2) arasında değiştiğini göstermektedir. Katılımcıların %24,2'sinin ortalama aylık geliri 4.501 AZN ve daha fazladır ve %2,5'inin ortalama aylık geliri ise 1.501-3.000 AZN'dir.

Çizelge 4.8. İşletmelerin faaliyet gösterdiği sektörler

İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör	Frekans	Oran (%)
Hizmet	138	87,9
Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti	13	8,3
Toptan ve perakende ticaret	6	3,8
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.9. Aylık ortalama gelir (AZN)

Aylık ortalama kazanç	Frekans	Oran (%)
1.501 - 3.000-AZN	4	2,5
3.001 - 4.500-AZN	115	73,2
4.501-AZN ve üzeri	38	24,2
Toplam	157	100,0

4.2. Katılımcıların Girişimcilik Özellikleri

Ankete katılan kadınların girişimcilik özellikleri ve iş hayatına başlama nedenlerine ait veriler aşağıdaki çizelgelerde özetlenmiştir.

Çizelge 4.10, ankete katılan kadın girişimcilerin bir iş kurmadan önce ne ile uğraştıklarını göstermektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%47,8) iş kurmadan önce standart ücretli bir işte çalıştığı görülmüştür. Katılımcıların %40,8'i ise iş aradıklarını, %10,8'i şu anda yaptığı işi evde yaptığını ifade etmişlerdir.

Çizelge 4.10. İş kurmadan önceki uğraşları

İş kurmadan önceki uğraş	Frekans	Oran (%)
Aynı işi evde yapıyordum	17	10,8
Bir işte çalışıyordum (kamu-özel)	75	47,8
Ev işleriyle meşguldüm	1	0,6
İş arıyordum	64	40,8
Toplam	157	100,0

Ankete katılan kadınlara, ailelerinde bir girişimci olup olmadığı sorulmuştur. Buna göre, katılımcıların %51'i ailelerinde girişimci olmadığını belirtmişlerdir (Çizelge 4.11).

Çizelge 4.11. Ailedeki girişimcilik durumu

Ailenizde; anne, baba ve/veya eşinizden girişimci olan var mı?	Frekans	Oran (%)
Evet	77	49,0
Hayır	80	51,0
Toplam	157	100,0

Ankete katılan kadın girişimcilere annelerinin çalışıp çalışmadığı sorulmuştur. Katılımcıların %75,2'si annelerinin bir yıldan fazla süredir çalıştığı, %24,8'i ise annelerinin hayatları boyunca hiç çalışmadığı belirlenmiştir (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.12. Katılımcıların annelerinin çalışma durumu

Anneniz çalıştı mı/çalışıyor mu?	Frekans	Oran (%)
Bir yıldan uzun süreli çalıştı/çalışıyor	118	75,2
Hayatı boyunca hiç çalışmadı	39	24,8
Toplam	157	100,0

Kadın girişimcilere kurdukları işte herhangi bir mesleki deneyimleri olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların %53,5'i 0-2 yıl, %44,6'sı 3 yıl şeklinde cevaplamış, yüzde 1,9'u ise deneyiminin olmadığını belirtmiştir (Çizelge 4.13.).

Çizelge 4.13. Katılımcıların mesleki deneyimi

Kurduğunuz işle ilgili mesleki deneyiminiz var mı?	Frekans	Oran (%)
0 - 2 yıl	84	53,5
3 - 5 yıl	70	44,6
Deneyimim yok	3	1,9
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.14'te kadın girişimcilerden mesleki bilgi ve becerileri nasıl kazandıklarına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar yer almaktadır. Katılımcıların %43,9'u iş hayatından, % 37,6'sı meslek edindirme programlarından (kurs, eğitim vb.), %18,5'i örgün ve yaygın eğitim yoluyla mesleki bilgi ve beceri kazandıklarını belirtmiştir.

Çizelge 4.14. Mesleki bilgi ve beceri kazanma durumu

Mesleki bilgi ve becerilerinizi nasıl kazandınız?	Frekans	Oran (%)
İş hayatından	69	43,9
Meslek edindirme programları ile (kurs, eğitim vb)	59	37,6
Örgün ve yaygın eğitim yoluyla	29	18,5
Toplam	157	100,0

Ankete katılan kadınlara hangi girişimcilik özelliklerine sahip oldukları sorusu sorulmuş ve verdikleri cevaplar Çizelge 4.15’de özetlenmiştir.

Katılımcılar “Risk üstlenebilme yeteneğim vardır” özelliğine “katılıyorum” (%68,8) ve “kesinlikle katılıyorum” (%22,9) cevabını vermiştir, %8,3’ü ise kararsız kalmıştır.

Katılımcılar “Kendime güvenim ve cesaretim vardır” özelliğine %58,6’sı “katılıyorum” ve %25,4’ü “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir, %6,4’ü katılmadığını, %9,6’sı kararsız kaldığını belirtmiştir.

“Sabırlı ve hoşgörülü bir insanım”özelliğine katılımcılar “katılıyorum” (%54,8) ve “kesinlikle katılıyorum” (%24,2) cevabını vermiştir, %8,3’ü katılmadığını, %12,7’si kararsız kaldığını belirtmiştir.

“İnsanlarla kolay ve iyi iletişim kurarım”özelliğine katılımcıların çoğu “katılıyorum”(%)65) ve “kesinlikle katılıyorum”(%)24,8) şeklinde cevaplamıştır, %10,2’si kararsız kaldığını belirtmiştir.

“Yönetim becerisine sahibim” özelliğine katılımcıların %63,1’i “katılıyorum” ve %27,4’ü “kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir, %1,9’u katılmadığını, %7,6’sı kararsız kaldığını beyan etmiştir.

Katılımcılar “Aldığım eğitim ve deneyimlerime güvenirim” özelliğine “katılıyorum”(%)54,8) ve “kesinlikle katılıyorum”(%)27,4) şeklinde cevap vermiştir, katılımcıların %17,8’si kararsız kaldığını belirtmiştir.

Çizelge 4.15. Katılımcıların girişimcilik özellikleri

Girişimcilik özelliklerinden hangilerine sahipsiniz ?		Frekans	Oran (%)
Risk üstlenebilme yeteneğim vardır	Kararsızım	13	8,3
	Katılıyorum	108	68,8
	Kesinlikle Katılıyorum	36	22,9
	Toplam	157	100,0
Kendime güvenim ve cesaretim vardır	Kararsızım	15	9,6
	Katılıyorum	92	58,6
	Katılmıyorum	10	6,4
	Kesinlikle katılıyorum	40	25,4
	Toplam	157	100,0
Sabırlı ve hoşgörülü bir insanım	Kararsızım	20	12,7
	Katılıyorum	86	54,8
	Katılmıyorum	13	8,3
	Kesinlikle katılıyorum	38	24,2
	Toplam	157	100,0
İnsanlarla kolay ve iyi iletişim kurarım	Kararsızım	16	10,2
	Katılıyorum	102	65,0
	Kesinlikle katılıyorum	39	24,8
	Toplam	157	100,0
Yönetim becerisine sahibim	Kararsızım	12	7,6
	Katılıyorum	99	63,1
	Katılmıyorum	3	1,9
	Kesinlikle Katılıyorum	43	27,4
	Toplam	157	100,0
Aldığım eğitim ve deneyimlerime güvenirim	Kararsızım	28	17,8
	Katılıyorum	86	54,8
	Kesinlikle Katılıyorum	43	27,4
	Toplam	157	100,0
Hırslı ve kararlı bir yapım vardır	Kararsızım	22	14,0
	Katılıyorum	84	53,5
	Katılmıyorum	14	8,9
	Kesinlikle Katılıyorum	37	23,6
	Toplam	157	100,0
Sorunlara çözüm odaklı yaklaşırım	Kararsızım	23	14,6
	Katılıyorum	80	51,0
	Katılmıyorum	6	3,8
	Kesinlikle katılıyorum	48	30,5
	Toplam	157	100,0
Özverili ve çalışkan bir yapım vardır	Katılıyorum	101	64,3
	Kesinlikle Katılıyorum	56	35,7
	Toplam	157	100,0

“Hırslı ve kararlı bir yapım vardır”özelliğine katılımcılar “katılıyorum”(%53,5) ve “kesinlikle katılıyorum”(%23,6) cevabını, %8,9'u “katılmıyorum”cevabını vermiştir.

“Sorunlara çözüm odaklı yaklaşırım”özelliğine katılımcılar “katılıyorum” (%51) ve “kesinlikle katılıyorum” (%30,5), %3,8'si “katılmıyorum”, %14,6'sı “kararsızım”şeklinde cevablamıştır.

Katılımcılar “Özverili ve çalışkan bir yapım vardır” özelliğine “katılıyorum” (%64,3) ve “kesinlikle katılıyorum” (%3,7) şeklinde cevap vermiştir.

Çizelge 4.16'da kadın girişimcilere aile üyelerini bir iş kurup çalışmak için ikna etmek zorunda kalıp kalmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların %80,9'u evet, %19,1'i hayır cevabı vermiştir.

Çizelge 4.16. Kendi işini kurmak için yakınlarını ikna etme durumu

Kendi işinizi kurup çalışmak için eşinizi ve/veya ailenizi ikna etmek zorunda kaldınız mı?	Frekans	Oran (%)
Evet	127	80,9
Hayır	30	19,1
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.17, katılımcıların işletmelerini kurarken kimden destek gördüklerini göstermektedir. Katılımcıların %4,7'si anne ve babadan, %33,8'i yakın çevreleri ve arkadaşlarından ve %11'i sivil toplum kuruluşları veya kadın örgütlerinden destek aldıklarını söylemiştir.

Çizelge 4.17. İşletme kurulurken destek verenler

İşletmenizi kurarken kimlerden destek gördünüz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	Frekans	Oran (%)
Anne ve babadan	96	54,7
Sivil toplum kuruluşları veya kadın örgütlerinden	18	11,5
Yakın çevre ve arkadaşarımdan	53	33,8
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.18, kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerini göstermektedir. Katılımcılar “Ailemin ihtiyaçlarını karşılamak için” ifadesine “katılıyorum”(47,1) ve “kesinlikle katılıyorum”(29,9), %10,2'si “katılmıyorum”cevabını vermiştir, %12,7'si ise kararsız kalmıştır.

Katılımcılar “Ekonomik bağımsızlığımı kazanmak için”kalemine %63,7'si “katılıyorum” ve %34,4'ü “kesinlikle katılıyorum”cevabını vermiştir, %1,9'u kararsız kaldığını belirtmiştir.

“Kendi işimin patronu olmak için”kalemine katılımcıları “katılıyorum”(%65) ve “kesinlikle katılıyorum” (%26,1) cevabını vermiştir, %8,9'u kararsız kaldığını belirtmiştir.

“Zamanımı değerlendirmek için” ifadesine katılımcılar “katılıyorum” (%45,2) ve “kesinlikle katılıyorum” (%15,9) şeklinde cevaplamıştır, %22,9'u katılmadığını, %15,9'u kararsız kaldığını belirtmiştir.

“Yüksek kazanç elde etmek için” ifadesine katılımcıların %54,1'i “kesinlikle katılıyorum” ve %43,9'u “katılıyorum” cevabını vermiştir, %1,9'u kararsız kaldığını beyan etmiştir.

Katılımcıların çoğu “İdealimi gerçekleştirmek ve kendimi kanıtlamak” ifadesine “kesinlikle katılıyorum” (%49,7) ve “katılıyorum” (%38,9) şeklinde cevap vermiştir, katılımcıların %11,5'i kararsız kaldığını belirtmiştir.

“Bilgi, beceri ve deneyimlerimi değerlendirmek” ifadesine katılımcılar “katılıyorum” (%64,3) ve “kesinlikle katılıyorum” (%24,2) cevabını vermiştir, %11,5'i kararsız kaldığını beyan etmiştir.

“Mesleğimi yapmak” ifadesine katılımcılar “katılıyorum” (%52,2) ve “kesinlikle katılıyorum” (%8,9), %28,7'si “katılmıyorum”, %10,2'si “kararsızım”şeklinde cevablamıştır.

Katılımcılar “Sosyal statümü yükseltmek, toplumda bir prestij ve ün sahibi olmak” ifadesine “katılmıyorum” (%70,1) ve “kesinlikle katılmıyorum” (%26,1), %3,8'si “kararsızım” şeklinde cevap vermiştir.

Çizelge 4. 18. Kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri

Kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri		Frekans	Oran (%)
Ailemin ihtiyaçlarını karşılamak için	Kararsızım	20	12,7
	Katılıyorum	74	47,1
	Katılmıyorum	16	10,2
	Kesinlikle Katılıyorum	47	29,9
	Toplam	157	100,0
Ekonomik bağımsızlığımı kazanmak için	Kararsızım	3	1,9
	Katılıyorum	100	63,7
	Kesinlikle Katılıyorum	54	34,4
	Toplam	157	100,0
Kendi işimin patronu olmak için	Kararsızım	14	8,9
	Katılıyorum	102	65,0
	Kesinlikle Katılıyorum	41	26,1
	Toplam	157	100,0
Zamanımı değerlendirmek için	Kararsızım	25	15,9
	Katılıyorum	71	45,2
	Katılmıyorum	36	22,9
	Kesinlikle Katılıyorum	25	15,9
	Toplam	157	100,0
Yüksek kazanç elde etmek için	Kararsızım	3	1,9
	Katılıyorum	69	43,9
	Kesinlikle Katılıyorum	85	54,1
	Toplam	157	100,0
İdealimi gerçekleştirmek ve kendimi kanıtlamak	Kararsızım	18	11,5
	Katılıyorum	61	38,9
	Kesinlikle Katılıyorum	78	49,7
	Toplam	157	100,0
Bilgi, beceri ve deneyimlerimi değerlendirmek	Kararsızım	18	11,5
	Katılıyorum	101	64,3
	Kesinlikle katılıyorum	38	24,2
	Toplam	157	100,0
Mesleğimi yapmak	Kararsızım	16	10,2
	Katılıyorum	82	52,2
	Katılmıyorum	45	28,7
	Kesinlikle Katılıyorum	14	8,9
	Toplam	157	100,0
Sosyal statümü yükseltmek, toplumda bir prestij ve ün sahibi olmak	Kararsızım	6	3,8
	Katılmıyorum	110	70,1
	Kesinlikle katılmıyorum	41	26,1
	Toplam	157	100,0
İş bulamadığım için girişimde bulundum	Kararsızım	21	13,4
	Katılıyorum	105	66,9
	Katılmıyorum	15	9,6
	Kesinlikle Katılıyorum	16	10,2
	Toplam	157	100,0
Finansal destek ve teşvik verildiği için	Kararsızım	10	6,4
	Katılıyorum	40	24,5
	Katılmıyorum	107	68,2
	Toplam	157	100,0
Miras yoluyla devraldım veya ailemin işini devam ettirmek zorunda kaldım	Katılıyorum	11	7,0
	Katılmıyorum	87	55,4
	Kesinlikle Katılıyorum	15	9,6
	Kesinlikle Katılmıyorum	44	28,0
	Toplam	157	100,0

“İş bulamadığım için girişimde bulundum” ifadesine katılımcıların %66,9'u “katılıyorum” ve %10,2'si “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir, %9,6'sı katılmadığını, %13,4'ü kararsız kaldığını beyan etmiştir.

Katılımcıların çoğu “Finansal destek ve teşvik verildiği için” ifadesine “katılmıyorum” (%68,2) ve “katılıyorum” (%24,5) şeklinde cevap vermiştir, katılımcıların %6,4'ü kararsız kaldığını belirtmiştir.

“Miras yoluyla devraldım veya ailemin işini devam ettirmek zorunda kaldım” ifadesine katılımcılar “katılmıyorum” (%55,4) ve “kesinlikle katılmıyorum” (%28) cevabını vermiştir, %9,6'sı kesinlikle katıldığını, %7'si katıldığını beyan etmiştir.

Çizelge 4.19, kadın girişimcilerin iş kurarken sermaye teminini nasıl sağladıkları hakkında bilgi vermektedir. Ankete katılan katılımcıların çoğunun sermaye temini için banka kredisi kullandığı görülmektedir (%64,9). Katılımcıların seçtikleri diğer cevap seçenekleri ailelerinden borç almak (%16,6), çevresinden borç almak (%10,2), devletten destek almak (%1,3), kendi birikimleri (%5,1), ortak bulma (%1,9) şeklindedir.

Çizelge 4.19. İşletmeyi kurarken sermaye temin kaynağı

İşletmenizi kurarken sermaye teminini nasıl sağladınız?	Frekans	Oran (%)
Ailemden borç aldım	26	16,6
Banka kredisi kullandım	102	64,9
Çevremden borç aldım	16	10,2
Devlet desteği aldım	2	1,3
Kendi birikimim	8	5,1
Ortak buldum	3	1,9
Toplam	157	100,0

4.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Sorunlar

Ankete katılan kadın girişimcilerin genel özelliklerinin incelenmesinin ardından kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin verdikleri cevaplar analiz edilmiştir.

Çizelge 4.20’de ankete katılan kadın girişimcilerin iş hayatına devam ederken sorun yaşayıp yaşamadıklarını göstermektedir. Katılımcıların %84,7’si evet, %1,3’ü hayır cevabını vermiştir.

Çizelge 4.20. İş sürecinde sorunlarla karşılaşma durumu

İşinizi yürütürken sorunlarla karşlaşıyor musunuz?	Frekans	Oran (%)
Evet	133	84,7
Hayır	24	15,3
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.21’de kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken hangi sorunlarla karşılaştıkları değerlendirilmiştir. Katılımcılar “İşletmemi kurarken hiçbir sorunla karşılaşmadım” ifadesine çoğunlukla “katılmıyorum” (%68,2) ve “kesinlikle katılmıyorum” (%31,8) cevabını vermiştir.

Katılımcılar “İşletmemi kurarken ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşadım” ifadesine % 37,6’sı “katılıyorum” ve % 21’i “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir, % 35’i katılmadığını, % 6,4’ü kararsız kaldığını belirtmiştir.

“İşletmemi kurarken bilgi eksikliği ve tecrübesizliğimden dolayı sorun yaşadım” ifadesine katılımcılar “katılıyorum”(% 63,1) ve “kesinlikle katılıyorum”(% 26,8) cevabını vermiştir, % 10,2’si kararsız kaldığını belirtmiştir.

“İşletmemi kurarken toplumun olumsuz bakışı, önyargılı tutumlar nedeniyle sorun yaşadım” ifadesine katılımcılar “katılıyorum”(% 62,4) ve “kesinlikle katılıyorum”(% 27,4) şeklinde cevaplamıştır, % 1,9’u katılmadığını, % 8,3’ü kararsız kaldığını belirtmiştir.

“İşletmemi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım” ifadesine katılımcıların % 66,9’u “katılıyorum”ve % 24,3’ü “kesinlikle katılıyorum”cevabını vermiştir, % 2,5’i katılmadığını, % 6,4’ü kararsız kaldığını beyan etmiştir.

Katılımcılar “İşletmemi kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşadım” ifadesine “katılıyorum”(% 56,1) ve “kesinlikle katılıyorum”(% 34,4) şeklinde cevap vermiştir, katılımcıların % 3,8'i katılmadığını, % 5,7'si kararsız kaldığını belirtmiştir.

Çizelge 4.21. Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlar

İşletmenizi kurarken hangi sorunlarla karşılaştınız ?	Frekans	Oran (%)	
İşletmemi kurarken hiçbir sorunla karşılaşmadım	Katılmıyorum	107	68,2
	Kesinlikle Katılmıyorum	50	31,8
	Toplam	157	100,0
İşletmemi kurarken ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşadım	Kararsızım	10	6,4
	Katılıyorum	59	37,6
	Katılmıyorum	45	35,0
	Kesinlikle Katılıyorum	33	21,0
Toplam	157	100,0	
İşletmemi kurarken bilgi eksikliği ve tecrübesizliğimden dolayı sorun yaşadım	Kararsızım	16	10,2
	Katılıyorum	89	63,1
	Kesinlikle katılıyorum	42	26,8
	Toplam	157	100,0
İşletmemi kurarken toplumun olumsuz bakışı, önyargılı tutumlar nedeniyle sorun yaşadım	Kararsızım	13	8,3
	Katılıyorum	98	62,4
	Katılmıyorum	3	1,9
	Kesinlikle katılıyorum	43	27,4
	Toplam	157	100,0
İşletmemi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım	Kararsızım	10	6,4
	Katılıyorum	105	66,9
	Katılmıyorum	4	2,5
	Kesinlikle katılıyorum	38	24,2
	Toplam	157	100,0
İşletmemi kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşadım	Kararsızım	9	5,7
	Katılıyorum	88	56,1
	Katılmıyorum	6	3,8
	Kesinlikle katılıyorum	54	34,4
	Toplam	157	100,0
İşletmemi kurarken yer temininde sorun yaşadım	Kararsızım	25	15,9
	Katılıyorum	95	60,5
	Kesinlikle katılıyorum	37	23,6
	Toplam	157	100,0
İşletmemi kurarken personel temininde sorun yaşadım	Kararsızım	31	19,7
	Katılıyorum	97	61,8
	Katılmıyorum	11	7,0
	Kesinlikle katılıyorum	18	11,5
	Toplam	157	100,0
İşletmemi kurarken yaşadığım sorunların kadın olmamdan dolayı kaynaklandığını düşünüyorum	Kararsızım	6	3,8
	Katılıyorum	86	54,8
	Katılmıyorum	17	10,8
	Kesinlikle katılıyorum	48	30,6
	Toplam	157	100,0

“İşletmemi kurarken yer temininde sorun yaşadım” ifadesine katılımcılar “katılıyorum”(% 60,5) ve “kesinlikle katılıyorum”(% 23,6) cevabını vermiştir, % 15,9'u kararsız kaldığını beyan etmiştir.

“İşletmemi kurarken personel temininde sorun yaşadım” ifadesine katılımcılar “katılıyorum”(% 61,8) ve “kesinlikle katılıyorum”(% 11,5), % 7'si “katılmıyorum”, % 19,7'si “kararsızım” şeklinde cevablamıştır.

Katılımcılar “İşletmemi kurarken yaşadığım sorunların kadın olmamdan dolayı kaynaklandığını düşünüyorum” ifadesine “katılıyorum”(% 54,8) ve “kesinlikle katılıyorum” (% 30,6), % 10,8'i “katılmıyorum”, % 3,8'si “kararsızım” şeklinde cevap vermiştir.

Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken yaşadıkları sorunların analizinden sonra, işletme faaliyet sürecinde girişimci olarak deneyimsizliğin etkisi incelenmiştir. “İşletmemin faaliyeti sırasında deneyimsizliğimden dolayı sorun yaşıyorum” ifadesine katılımcıların % 58'i “katılıyorum”, % 27,4'ü “kesinlikle katılıyorum”, % 3,2'si “katılmıyorum”, % 11,5'i “kararsızım” cevabını vermiştir (Çizelge 4.22.).

Çizelge 4.22. İşletmenin faaliyeti sürecinde deneyimsizliğin etkisi

İşletmemin faaliyeti sırasında deneyimsizliğimden dolayı sorun yaşıyorum	Frekans	Oran (%)
Kararsızım	18	11,5
Katılıyorum	91	58,0
Katılmıyorum	5	3,2
Kesinlikle katılıyorum	43	27,4
Toplam	157	100,0

Çizelge 4.23'de kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar gösterilmektedir.

Çizelge 4.23. Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar

İşletmenizin faaliyeti sırasında ne tür sorunlar yaşıyorsunuz ?	Frekans	Oran (%)	
İşletmemin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşıyorum	Kararsızım	15	9,6
	Katılıyorum	98	62,4
	Katılmıyorum	27	17,2
	Kesinlikle katılmıyorum	9	5,7
	Kesinlikle katılıyorum	8	5,1
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında tedarikçi ilişkilerinde sorun yaşıyorum	Kararsızım	17	10,8
	Katılıyorum	99	63,1
	Katılmıyorum	3	1,9
	Kesinlikle Katılıyorum	38	24,2
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında müşteri ilişkilerinde sorun yaşıyorum	Kararsızım	6	3,8
	Katılıyorum	9	5,7
	Katılmıyorum	96	61,1
	Kesinlikle Katılmıyorum	46	29,3
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında borç ödemeleri nedeniyle sorun yaşıyorum	Kararsızım	18	11,5
	Katılıyorum	94	59,9
	Kesinlikle katılıyorum	45	28,7
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında uygun krediye ulaşamamamdan dolayı sorun yaşıyorum	Katılıyorum	97	61,8
	Kesinlikle katılıyorum	60	38,2
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşıyorum	Kararsızım	7	4,5
	Katılıyorum	107	68,2
	Katılmıyorum	3	1,9
	Kesinlikle katılıyorum	40	25,5
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında çalışanların üzerinde otorite kurmakta sorun yaşıyorum	Kararsızım	12	7,6
	Katılmıyorum	105	66,9
	Kesinlikle katılmıyorum	40	25,5
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında pazardaki erkek hâkimiyetinden dolayı sorun yaşıyorum	Kararsızım	33	21,0
	Katılıyorum	97	61,8
	Katılmıyorum	1	,6
	Kesinlikle katılıyorum	26	16,6
	Toplam	157	100,0
İşletmemin faaliyeti sırasında yaşadığım sorunların kadın olmamdan dolayı kaynaklandığını düşünüyorum	Kararsızım	25	15,9
	Katılıyorum	56	35,7
	Katılmıyorum	22	14,0
	Kesinlikle katılıyorum	44	28,0
	Kesinlikle katılmıyorum	10	6,4
	Toplam	157	100,0

“İşletmemin faaliyeti sırasında müşteri ilişkilerinde sorun yaşıyorum” ifadesine katılımcıların %61,1'i “katılmıyorum” ve %29,3'ü “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir, %5,7'si katıldığını, %3,8'i kararsız kaldığını beyan etmiştir.

Katılımcılar “İşletmemin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşıyorum” ifadesine “katılıyorum” (%62,4) ve “kesinlikle katılmıyorum” (%5,1), “katılmıyorum” (%17,2) ve “kesinlikle katılmıyorum” (%5,7) cevabını vermiştir. “İşletmemin faaliyeti sırasında tedarikçi ilişkilerinde sorun yaşıyorum” ifadesine katılımcıların %63,1'i “katılıyorum” ve %24,2'si “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir, %1,9'u katılmadığını, % 10,8'i kararsız kaldığını beyan etmiştir.

Katılımcılar “işletmemin faaliyeti sırasında borç ödemeleri nedeniyle sorun yaşıyorum” ifadesine “katılıyorum” (%59,9) ve “kesinlikle katılmıyorum” (%28,7), %11,5'i ise “kararsızım” cevabını vermiştir.

“İşletmemin faaliyeti sırasında uygun krediye ulaşamamamdan dolayı sorun yaşıyorum” ifadesine katılımcıların %61,8'i “katılıyorum” ve %38,2'si “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir.

“İşletmemin faaliyeti sırasında bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşıyorum” ifadesine katılımcıların %68,2'si “katılıyorum” ve %25,5'i “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. %1,9'u ise katılmadığını, %4,5'i kararsız kaldığını beyan etmiştir.

“İşletmemin faaliyeti sırasında çalışanların üzerinde otorite kurmakta sorun yaşıyorum” ifadesine katılımcıların %66,9'u “katılmıyorum”ve %25,5'i “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir, %7,6'sı kararsız kaldığını belirtmiştir.

“İşletmemin faaliyeti sırasında pazardaki erkek hâkimiyetinden dolayı sorun yaşıyorum” ifadesine katılımcıların %61,8'i “katılıyorum” ve %16,6'sı “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir, % 0,6'u katılmadığını, % 21'i kararsız kaldığını beyan etmiştir.

“İşletmemin faaliyeti sırasında yaşadığım sorunların kadın olmamdan dolayı kaynaklandığını düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %35,7'si “katılıyorum” ve %28'i kesinlikle katılıyorum”cevabını vermiştir. %14'ü ise katılmadığını, % 6,4'ü kesinlikle katılmadığını, % 15,9'u kararsız kaldığını beyan etmiştir.

4.4. Araştırma Sorularına İlişkin Testler

Çalışma için kurulan hipotezler SPSS kullanılarak değerlendirilmiştir. Hipotezler için ki-kare bağımsızlık testleri ve tek yönlü varyans analizi (tek yönlü ANOVA) kullanılmıştır. Anova test sonuçları tablo şeklinde sunulmaktadır. Bu değerlendirmeler ışığında çalışmanın geliştirdiği hipotezlerin desteklenip desteklenmediği açıklanmıştır.

H1: Eğitimin, seçilmiş kırsal kadın girişimcilerin sorunlara çözüm odaklı yaklaşımı üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Çizelge 4.24, kadın girişimcilerin eğitim durumunun sorunlara çözüm odaklı yaklaşım üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu hipotezini incelemektedir. Tablo, sorunlara çözüm odaklı yaklaşıma ortaöğretim mezunu olanların %42,3'ü, üniversite mezunu olanların %57,9'u ve %25,4'ü, yüksek lisans ve doktora eğitimi olanların %30'u ve %10'u seviyesinde katıldığını göstermektedir. Burada üniversite mezunu kişilerde sorun çözme yaklaşımı ön plana çıkmıştır. Bu da eğitim durumunun sorunlara çözüm odaklı yaklaşım üzerinde önemli etkisi olduğunu göstermektedir ($p < 0.05$). Hipotez kabul edilebilir.

Çizelge 4.24. Eğitim durumu ile sorunlara çözüm odaklı yaklaşım arasındaki ilişki

		Sorunlara çözüm odaklı yaklaşım				Toplam	
		Kararsızım	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
Eğitim durumu	Orta öğretim (lise ve meslek lisesi)	Sayı	8	22	0	22	52
		%	15,4%	42,3%	0,0%	42,3%	100,0%
	Üniversite(2 ve 4 yıllık)	Sayı	12	55	3	25	95
		%	12,6%	57,9%	3,2%	25,4%	100,0%
	Yüksek Lisans ve Doktora	Sayı	3	3	3	1	10
		%	30,0%	30,0%	30,0%	10,0%	100,0%
Toplam		Sayı	23	80	6	48	157
		%	14,6%	51,0%	3,8%	30,5%	100,0%
Chi-Square Tests		Value	df		Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square		30,904 ^a	8		,000		
Likelihood Ratio		22,187	8		,005		
N of Valid Cases		157					

H2: Yaş, kırsal alanda kadın girişimcilerin risk üstlenebilme yeteneği üzerinde etkilidir.

Çizelge 4.25, kadın girişimcilerin yaşının risk alma üzerinde etkisi olduğu hipotezini incelemektedir. Buna göre, 20-29 yaş arası kadınların sırasıyla % 69.5 ve % 22.0, 30-39 yaş arası kadınların % 71.4 ve % 16.3 ve 40-49 yaş kadınların sırasıyla % 50.0 ve % 50.0, 50 yaş ve üstü kadınlar % 100 düzeyinde risk üstlenme yeteneğine katılım sağladığını göstermektedir. Burada 50 yaş ve üstü kadınlar öne çıkmıştır. Ki-kare sonucu yaşın risk üstlenme yeteneği üzerinde önemli etkisi olduğunu göstermektedir ($p < 0.05$). Hipotez kabul edilebilir.

Çizelge 4.25. Yaş ile risk üstlenme yeteneği arasındaki ilişki

			Risk üstlenebilme yeteneğim vardır			Toplam	
			Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Yaş	20-29	Sayı	7	57	18	82	
		%	8,5%	69,5%	22,0%	100,0%	
	30-39	Sayı	6	35	8	49	
		%	12,2%	71,4%	16,3%	100,0%	
	40-49	Sayı	0	10	10	20	
		%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%	
	50 ve üzeri	Sayı	0	6	0	6	
		%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
	Toplam		Sayı	13	108	36	157
			%	8,3%	68,8%	22,9%	100,0%
Chi-Square Tests							
			Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square			13,755 ^a	6	,032		
Likelihood Ratio			15,643	6	,016		
N of Valid Cases			157				

H3: Kırsal alanda kadın girişimcilerin eğitim durumu ile işletmelerini kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşaması üzerinde etkisi vardır.

Çizelge 4.26, kadın girişimcilerin eğitim durumunun işletmelerini kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşaması üzerinde etkisini incelemektedir.

Çizelgedeki veriler, orta öğretim alan kadınlar % 48,1 ve % 38,5, üniversite eğitimi kadınların % 56,8 ve % 34,7 ve yüksek lisans ve doktora eğitimi görmüş kadınların işletmelerini kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşaması konusuna katılım sağladığını göstermektedir. Burada üniversite eğitimi alan kadınlar öne çıkmıştır. Ki-kare sonucu eğitim durumunun işletmelerini kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşaması üzerinde etkisi olmadığını göstermektedir ($p < 0.05$). Hipotez kabul edilemez.

Çizelge 4.26. Eğitim durumu ile işletme kuruluşunda bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşama arasındaki ilişki

			İşletmemi kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşadım				Toplam
			Kararsızım	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
Eğitim durumu	Orta öğretim (lise ve meslek lisesi)	Sayı	6	25	1	20	52
		%	11,5%	48,1%	1,9%	38,5%	100,0%
	Üniversite (2 ve 4 yıllık)	Sayı	3	54	5	33	95
		%	3,2%	56,8%	5,3%	34,7%	100,0%
	Yüksek Lisans ve Doktora	Sayı	0	9	0	1	10
		%	0,0%	90,0%	0,0%	10,0%	100,0%
Toplam		Sayı	9	88	6	54	157
		%	5,7%	56,1%	3,8%	34,4%	100,0%
Chi-Square Tests			Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square			10,759 ^a	6	,096		
Likelihood Ratio			11,661	6	,070		
N of Valid Cases			157				

H4: Kırsal alanda kadın girişimcilerin çocuk sayısı ile işletmelerinin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 4.27’de kadın girişimcilerin kadın girişimcilerin çocuk sayısı ile işletmelerinin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşadıkları ile ilgili hipotezi incelenmektedir.

Çizelge, ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşayanlar 1 çocuklu kadınların % 81’inin, 2 çocuklu kadınların % 50’inin, 3 çocuklu kadınların % 35,7’inin, çocuğu olmayan kadınların %64,5’inin katıldığını göstermektedir. Burada 1 çocuklu kadınların işletmelerinin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşadıkları ön plana çıkmıştır. Bu da kadınların işletmelerinin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorunları üzerinde anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir (p <0.05). Hipotez kabul edilebilir.

Çizelge 4.27. Çocuk sayısı ile işletmenin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorunlar arasındaki ilişki

			İşletmelerinin faaliyeti sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorunlar					Toplam	
			Kararsız	Katılıyor	Katılmıyor	Kesinlikle katılmıyor	Kesinlikle katılıyor		
Çocuğu nuz var mı, varsa kaç çocuğu nuz var?	1	Sayı	2	17	0	3	0	22	
		%	4,8%	81,0%	0,0%	14,3%	0,0%	100,0%	
	2	Sayı	3	7	4	0	0	14	
		%	21,4%	50,0%	28,6%	0,0%	0,0%	100,0%	
	3	Sayı	1	5	5	3	0	14	
		%	7,1%	35,7%	35,7%	21,4%	0,0%	100,0%	
	Yok	Sayı	9	69	18	3	8	107	
		%	8,4%	64,5%	16,8%	2,8%	7,5%	100,0%	
	Toplam		Sayı	15	98	27	9	8	157
			%	9,6%	62,4%	17,2%	5,7%	5,1%	100,0%
Chi-Square Tests									
			Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)				
Pearson Chi-Square			37,696	16	,002				
Likelihood Ratio			35,726	16	,003				
Linear-by-Linear Association			1,250	1	,263				
N of Valid Cases			157						

5. SONUÇ

Girişimci kadın olmak, kadına iş hayatında diğer çalışma biçimlerine oranla daha çok özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık imkanı verdiği gibi, yine kadının işine yönelik olarak kısa ve uzun vadeli planlar yapmak, kaynakları optimal kullanmak, beşeri ilişkiler kurmak ve sürdürmek, işinde elde ettiği tecrübeleri verimli kanallara transfer etmek gibi beceriler kazanmasına ortam yaratır.

Erkek ve kadın olmak üzere tüm girişimciler, girişimcilikte birçok zorlukla karşı karşıyadır. Kadınları ekonomik hayata dahil etmek, aile ilişkilerini demokratikleştirmek, refahı artırmak, daha yaratıcı ve kendine güvenen bireyler yetiştirmek açısından önemlidir. Böylelikle karar veren, yöneten ve risk alan kadınların statüsü artacaktır.

Kadın girişimciler, yönetim tarzı, şirket yapısı, hizmet anlayışı ve teknoloji kullanımı gibi farklı deneyimler ve bakış açıları arasında ayrım yapabilir ve bir inovasyon kaynağı olabilir. Ancak kadınlar girişimcilikte bazı engel ve sorunlarla karşılaşmaktadır.

Kırsal kalkınmanın gerçekleşmesi için kadın emeğinin ve girişimlerinin desteklenmesi oldukça önemlidir. Kadınların girişimde bulunmasını engelleyen sosyal, kültürel, örgütsel ve ekonomik birçok faktör bulunmaktadır. Bu nedenle kadınların sosyo-ekonomik hayata katılımlarının sağlanabilmesi girişimcilik faaliyetlerine yönelik desteklenmelerine bağlıdır. Kadınların ekonomik yaşama kazandırılmasında özellikle devlet destekleme projelerinin önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Azerbaycanda kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunların çözümüne yönelik öneriler şu şekilde yapılabilir:

- Ürün ve hizmetlerin pazarlanması sırasında pazarda yaratılan potansiyel müşterilere ulaşma sorununun ortadan kaldırılması için ilgili işletmeler tarafından kadın girişimcilere pazarlama desteği verilmesi önemlidir.

- Kadın girişimciliğinin artırılması ve pozitif ayrımcılık yoluyla vergi yükünün azaltılması için devlet sübvansiyonlarının artırılması gerekmektedir.

- Ailelerin kız çocuklarını yetiştirirken özgüvenlerinin gelişmesine katkıda bulunmaları gerekir.

- Kadınların eğitimine önem verilmelidir.
- Kadınlara danışmanlık hizmetleri ve ücretsiz proje desteği verilmelidir.
- Yüksek ve etkili pozisyonlarda daha fazla kadının ve borsalara erişiminin sağlanması için kamu politikası sağlanmalıdır
- Kadınlara danışmanlık hizmeti verilerek net bir çözüm ortaklığı sağlanmalıdır.
- Kadın girişimciliği aile ve eşler tarafından engellenmektedir. Ailelerin kadınlara güvenmesi ve girişimci ruhu aşılması önemlidir.
- Çalışan kadınların çocuklarını emanet edebileceği yerlerin olmaması kadınların çalışmasını engellemektedir. Kadınlar genellikle çocukları büyüdükten sonra çalışmayı tercih etmektedirler, ayrıca ev işlerinin bütün yükünü yine kadınlar taşımaktadır. Bu iki temel sorun ortadan kaldırılmalı ve ailelerdeki sorumluluk her iki taraf için eşit paylaşılmalıdır. Ayrıca anaokullarının iyileştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Abdioğlu, H., Yavuz S. (2013). İşletmelerde Sosyal Sermayenin Ölçümlenmesi ve Raporlanmasına Yönelik Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*. 15(1): 28.
- Anthony, B. (1992). *Richard Cantillon: Pioneer of Economic Theory*. Routledge.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Arıkan, C. (2016). Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi - Cilt:14 Sayı:3*.
- Birley, S. (1993). “*The-Start-Up*”, Eds: P. Burns and J. Dewhurst, *Small Business and Entrepreneurship*, London: The Macmillian Press Ltd.
- BM (Birleşmiş Milletler) (2018). United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. *World Urbanization Prospects (WUP): The 2018 Revision, Methodology*. (s:3).
- Boyacıoğlu E.Z. (2014). Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 4 (2): 82-90.
- Bozdemir, M. , Gülçubuk, B., Bayramoğlu, Z. (2021). Kırsal Alandaki Kadınların Girişimci Niteliklerinin Ve Girişimcilik Becerilerinin Belirlenmesi: Konya İli Araştırması. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 23 Özel Sayı: IERFM (87-106).
- Bozkurt, Ö., Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 8(2): 57-78.
- Cantillon R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. London: MacMillan.
- Çarıkcı İ.H., Koyuncu O. (2010). Bireyci-Toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2(3): 1-18.
- Catherina K. (2017). *Markalaşan Kadınlar*. MediaCat Yayınları.
- Catherine A. M., George S., Andy B. (1989). *New Strategies for a New Decade*. Conference Proceedings. Fourth Annual National Conference: United States Association For Small Business and Entrepreneurship. Cleveland, Ohio. 63-64.
- Çekiç İ.T., Ökten A.N. (2009). Sosyal Sermaye Perspektifinden Kırsal Kalkınma Sorunsalına Yeniden Bakış. *Megaron*. 4/3: 205 - 210.

Çulcu, A.G. (2009). Türkiye’de girişimci kadınlar: birikim, değişim ve kadınlık halleri (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Denis-Jacob J. (2012). Cultural Industries in Small-sized Canadian Cities: Dream or Reality?. *Urban Studies*. 49/1: 97.

Doğan S., Özaslan Y. (2017). Kırsal Alan Gelişimi Açısından Kırsal Turizm Ve Kırsal Turizmin Dünyadaki Durum. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 61-78.

Elena H., Sorina M., Rus D. (2015). A Predictive Model of Innovation in Rural Entrepreneurship. *Procedia Technology*. 19: 471 - 472.

Ellis V., Bosworth G. (2015). Supporting Rural Entrepreneurship in the UK Microbrewery Sector. *British Food Journal*. 117/11: 2724.

Erdem F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi Ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (2).

Erol, Y., Çiçek, A. (2020). Kadın girişimcilerin iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları sorunlar ve demografik faktörlerle ilişkisi: Orta Anadolu örneği. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries* , 4(1), 72-94.

Foisal, M.T.M., Sagar, A.H., Khanam, F.A. (2015). Factors Affecting the Women Entrepreneurship Development in Small and Medium Enterprises (SME) in Bangladesh- An Evaluative Study. *European Journal of Business and Management*, Vol.7, No.11.

Fuller-Love N., Midmore P., Thomas D. (2006). Entrepreneurship and Rural Economic Development: A Scenario Analysis Approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour*. 12: 291.

Gartner, W.B. (1990).What are we talking about when we talk about entrepreneurship?. *Journal of Business Venturing*, 5, issue 1, p. 15-28.

Gidakou, I. (2015). Women’s Entrepreneurship in Rural Greece. *International Journal of Business and Management*; Vol. 10, No. 10.

Gönüllü, M., İçli, G. (2001). Çalışma Yaşamında Kadınlar: Aile ve İş İlişkileri. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 81-100.

Gupta, N., Mirchandani, A. (2018). Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. *Management Decision*, Vol. 56 No. 1, pp. 219-232.

Gülçubuk, B., Savcı, İ., Özer, D., Demiryürek, K. (2011). Türkiye’de Kırsal Alanda Kadının Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Kadınların Bu Konuda Güçlendirilmesine Yönelik Politika Önerilerinin Geliştirilmesi. TÜBİTAK SOBAG Proje No: 108K523

Güleç, S. (2011). Kadın girişimciliği-Karaman örneği. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

Gündüz, A. Y. (2018). Kalkınmada girişimciliğin önemi ve kadın girişimciliği. 2. International Symposium on Innovative Approaches in Scientific Studies. ISAS Conference içinde (ss. 544-553), Samsun.

Gürbüz, I.B., Özkan, G. (2020). Integrated environmental impact and risk assessment in rural women entrepreneurs. Environmental Science and Pollution Research, Vol: 27:23837–23848.

Güney S. (2006). Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış. ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi. 1(1): 41.

Hisrich Robert D. Peters Michael P. (2017). Enterpreneurship (USA: Mc. Graw-Hill Irwin).

İplik, E. (2012). Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Doktora Tezi.

İraz R. (2005). Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler. Çizgi Kitabevi, Konya.

İrmiş A., Eroğlu Ş.G. (2015). Bir Kırsal Kalkınma Modeli Olarak Geleneksel Üretimi Yeniden Canlandırma Örneği: Yeşilyuva Ayakkabı Üretimi. In Proceedings of International Conference On Eurasian Economies 2015. 690.

Johnson, D. (2001). What is Innovation and Entrepreneurship? Lessons for Larger Organisations. Industrial and Commercial Training. 33/4: 138.

Johnson, D.P.M. (2005). A Glossary of Political Economy Terms. Auburn University. Archived from the original on 20 July 2014.

Karaturhan B., Ünsal G., Issabek B., Güler D. (2017). İzmir İlinde Kırsal Kadın Girişimciliği ve Bunu Etkileyen Faktörler. Tarım Ekonomisi Dergisi. 23(1): 85-91.

Kaygın E. (2011). Girişimcilik Sürecinde Dönüştürücü Liderlik Anlayışı - Bir Uygulama Yayınlanmamış Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Erzurum.

Korsgaard S., Müller S., Tanvig H.W. (2015). Rural Entrepreneurship or Entrepreneurship in theRural- Between Place and Space. International Journal of Entrepreneurial Behavior&Research. 21/1: 7 - 8.

Kushalakshi R.A. (2014). Rural Entrepreneurship: A Catalyst for Rural Development. International Journal of Science and Research. 3/8: 51 - 52.

- Lambing P. and Kuehl C.R. (2000). *Entrepreneurship*. Upper saddle river: Prentice Hall.
- Landström H. (2005). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Springer Science+Business Media. SpringerLink. New York.
- Landström H. (2007). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Springer Science+Business Media. SpringerLink. New York.
- Lowe, R., Marriott S. (2006). *Enterprise: Entrepreneurship and Innovation*. Routledge.
- Mark V. O., Robert J. R. (2000). *Angel Investing*. John Wiley & Sons.
- Markley D.M. (2006). *A Framework for Developing Rural Entrepreneurship*. Economic Development America. Winter 2006. 4 - 5.
- Marshall A., Guillebaud C. W. (1961). *Principles of Economics*. 9th (variorum) Ed. Macmillan. 18.
- Muhumad, A. (2016). *Challenges And Motivations Of Women Entrepreneurs in Somali Region Of Ethiopia*. *Sosyoloji Konferansları* No: 54 (2016-2) / 169-198.
- Özgen, Ö. ve Ufuk, H. (2000). *Kırsal Kesimde Kadın Eğitimi, Türkiye Ziraat Mühendisliği V. Teknik Kongresi*. Yayın No: 38. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Yayınları.
- Pato M.L., Teixeira A.C. (2013). *Twenty Years of Rural Entrepreneurship: A Bibliometric Survey*. *Sociologia Ruralis*. 56(1): 13.
- Paul D. R. (2007). *Entrepreneurship in the United States: The Future Is Now*. Springer.
- Rostam-Afschar D. (2013). *Entry regulation and entrepreneurship: A natural experiment in German craftsmanship*. *Empirical Economics*. 47 (3): 1067-1101.
- Sarkulova, M. (2009). *Women's entrepreneurship: an investigation of factors influencing woman entrepreneurs (Yüksek Lisans Tezi)*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Saxena S. (2012). *Problems Faced by Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve*. *IOSR Journal of Business and Management*. 3/1: 23-29.
- Schumpeter J.A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Transaction publishers. 55: 116.
- Schumpeter J. A. (1976). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge. 210.
- Scott, S. (2004). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing.

Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi. 65(01).

Soysal, A. (2013). Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye İçin Durum Değerlendirmesi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 2013, 8(1), 163- 189.

Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., Skuras, D. (2004). Rural Entrepreneurship in Europe, A Research Framework and Agenda. International Journal of Entrepreneurial Behavior&Research. 10/6: 412-404.

Taghibeygi, M., Sharafi, L., Khosravipour, B. (2015). Identifying factors influencing the development of rural entrepreneurship from the perspective of farmers of West Islamabad country. Research Journal Of Fisheries And Hydrobiology, 10(10) June 2015, Pages: 161-168.

Ülker, E.U. (2013). Kırsal Alanda Kadın Girişimciliğine Etki Eden Faktörler Ve Tekirdağ İlinde Mevcut Durumun Belirlenmesi. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

William B. G. (1990). Journal of Business Venturing. 5(1): 15-28.

William M., Fortunate P. (2014). Supporting Rural Entrepreneurship: A Review of Conceptual Developments from Research to Practice. Community Development. 45/4: 91, 392.

Wortman M.S. (1989). Rural Entrepreneurship Research: An Integration Into The Entrepreneurship Field. Agribusiness.

Yüceer, S.E. (2018). Kırsal Kadının Semt Pazarlarındaki Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Samsun İli Örneği. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi.

Zaman M., Bulut İ. (2003). Doğu Karadeniz Kıyı Kesiminde Kırsal Yerleşmelerin Dağılımında Coğrafi Faktörlerin Etkisi. Doğu Karadeniz Bölgesinde Kırsal Alanda Ulaşım Yerleşim Sorunları ve Çözümleri Sempozyumu. Trabzon. 216-231.

Zhao F. (2005). Exploring the Snergy between Entrepreneurship and Innovation. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research. 11(1): 26.

İnternet kaynakları

ABAD. (<http://abad.gov.az>) (Erişim tarihi 16.02.2021).

Academic Network of Entrepreneurship Educators. <http://www.seipa.edu.pl> (Erişim tarihi 14.02.2021).

- Azərbaycan Devlet Ekonomi Bakanlığı. 2021. <https://www.economy.gov.az/images/pdf/qadin-sahibkarligi.pdf> (Erişim tarihi 09.03.2021).
- Azərbaycan Devlet İstatistik Kurumu. 2021. <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship> (Erişim tarihi 10.02.2021).
- Azərbaycan Kadın Girişimciliğinin Gelişimi Derneği. 2021. <http://aqsia.coder.az/tariximiz.html> (Erişim tarihi 10.03.2021).
- Business News Daily. 2021. <https://www.businessnewsdaily.com/5268-women-entrepreneur-challenges.html> (Erişim tarihi 11.03.2021).
- Forbes. 2021. <https://www.forbes.com/pictures/lml45effkg/gisele-bundchen-founder-sejaa-skincare/#674404c27f01> (Erişim tarihi 14.02.2021).
- <http://gender-az.org/doc/az/development/economic/woman-enterpreneers-az.pdf> (Erişim tarihi 01.03.2021).
- OECD. (1994). Les strategies du tourisme et développement rural. <https://www.oecd.org/dataoecd/30/48/2755188.pdf>. (Erişim tarihi 02.02.2021).
- OECD, (2012), Redefining “Urban”: A New Way to Measure Metropolitan Areas, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264174108-en>. (Erişim tarihi 02.02.2021).
- ResearchGate GmbH. <https://www.researchgate.net> (Erişim tarihi 07.01.2021).
- Rabita Bank. <https://www.rabitabank.com> (Erişim tarihi 16.02.2021).
- The World Bank. 2021. <http://siteresources.worldbank.org> (Erişim tarihi 11.02.2021).
- Women Entrepreneurs Grow Global. 2021. <https://womenentrepreneursgrowglobal.org> (Erişim tarihi 11.03.2021).

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Gultekin Mirzali
Doğum Yeri ve Tarihi : Bakü, Azerbaycan
Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim Durumu
Lise : Nazim Refiyev 104 Lisesi
Lisans : Azerbaycan Devlet Teknik Üniversitesi

Çalıştığı Kurum(lar) : Yok

İletişim (e-posta) : gultekinmirzeli@gmail.com