

# KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞLETME FONKSİYONLARINDAKİ ETKİSİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA\*

AYŞEHAN ÇAKICI

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

## ABSTRACT

*Patriarchy and gender-based expectations limit the capacities of women entrepreneurs on business functions and make them somewhat dependent on husbands, business-partners and family. A survey research was conducted to find out who were the effective party and how much they were effective on business functions at the establishments which were either fully or partially owned by women. Data were collected from 200 women entrepreneurs in Mersin, using face to face connection by snowball sampling method. It was found that women entrepreneurs were relatively more effective on public relations, marketing (sales), staff and production functions. It was also found that as the educational level of women increases, their influence on business functions increases. Fundamental training on purchasing, accounting and finance should be provided for the women entrepreneurs. It is suggested that there is a need to implement policies to facilitate and promote women organizations and to provide women occupations and abilities beside their traditional gender-based roles offer.*

**Key Words:** *Business Functions, Effect, Mersin, Women Entrepreneurs*

## GİRİŞ

**T**üm dünyada ve Türkiye’de son 20 yılda kadın girişimci sayısındaki artış sevindirici olmakla beraber, kadın nüfusa oranlandığında bunun çok düşük düzeyde kaldığı söylenebilir. Ülkemizde kadın girişimcilerin özelliklerini, sorunlarını ortaya koyan çalışmalar bulunmakla birlikte; kadın girişimci sayısını artırmaya ve geliştirmeye yönelik araştırmalara ve projelere olan gereksinimin varlığı da devam etmektedir. Kadınların son yıllarda ticari hayatın içine girdikleri dikkate alınırca, destek gereksinimlerinin olacağı rahatlıkla söylenebilir. Araştırmada merak edilen ve yanıt aranan soru şudur: ‘Kadın girişimciler işletme fonksiyonlarının yerine getirilmesine ne kadar etkili?’ Makalede kadın girişimci kavramının nasıl algılandığı ve Türkiye’de kadın girişimciliği geliştirme gerekçeleri konusunda kısa bilgi verildikten sonra, Mersin’de faaliyet gösteren kadın girişimciler üzerinde yapılan bir araştırmayla, araştırma sorusuna yanıt bulmaya çalışılmıştır. Kadınların özellikle aile üyeleri tarafından bazı faaliyetlerin üstlenilmesi anlaşılır bulunmakla birlikte; makale, kadınlara işletmeciliğin öğretilmesinin uzun vadede büyük yarar getireceği savunuyla tamamlanmıştır.

\* Makale, Mersin Üniversitesi Bilimsel Araştırma Birimi tarafından desteklenen bir araştırmanın bütününden kesit sunmaktadır.

## KADIN GİRİŞİMCİ VE GELİŞTİRİLMESİNİN GEREKÇELERİ

Girişimciliği ve buna bağlı olarak yenilik ve yaratıcılığı, yeni bir değer yaratılmasında ve insan yaşamının kalitesinin artırılmasında önemli bir dinamik öge olarak gören görüşler yaygındır<sup>195,196,197</sup>. Bununla birlikte, bilgi toplumunda, sanayi toplumunun işçi ve işveren şeklindeki ikili yapısının yerini, girişimciler topluluğunun alacağını ileri süren görüşler de bulunmaktadır<sup>198</sup>. Girişimcilik niteliğine sahip insanlar, sistemin kalbi, ekonomik büyümenin en önemli aktörü olarak görülmektedir<sup>199</sup>. Girişimcilik konusuna olan tüm ilgiye rağmen, uluslar arası alanda kabul görmüş bir tanım bulunmamaktadır<sup>200</sup>. Girişimcinin pazar ekonomisindeki işlevi, üretim faktörlerini kendi bilgi ve yetenekleri ile birlikte bir araya getirerek, üretim ve dağıtım süreçlerini gerçekleştirmektedir<sup>201</sup>. Kapitalist iktisat kuramında girişimci, sürekli olarak piyasaları gözleyip, talep açıklarını yakalayan, talep yaratan, kaynakları bir araya toplayarak üretim birimleri kuran, rekabetten, riske girmekten ve sorumluluk almaktan çekinmeyen, atak, yaratıcı ve yenilikçi kişi olarak tanımlanmaktadır<sup>202</sup>. Türk yazınında, kadın girişimci kavramına farklı anlamlar yüklendiği görülmektedir. Kimi, kadın girişimciyi, işletmenin kurucusu olarak kabul ederken; kimleri ikinci kuşak kadın girişimcileri de bu kavrama dahil etmektedir<sup>203</sup>. Bazıları, evinde iş yapan ev kadınına da kadın girişimci tanımına dahil ederken,<sup>204</sup> bazıları, ev dışı bir mekanda kendi işini kuranı, kadın girişimci saymaktadır<sup>205</sup>. Ayrıca, avukat, eczacı, dişi gibi serbest meslek sahibi kadınları bazıları kadın girişimci kabul ederken,<sup>206</sup> bazıları etmemektedir<sup>207</sup>. Avrupa Komisyonun bir raporunda, kendi başına bir iş kuran veya hisselerin çoğuna sahip olan; risk alan, karar alan ve işin yürütülmesine aktif görev alanlar kadın girişimci olarak tanımlanmaktadır<sup>208</sup>.

Bazı yazarların üzerinde fikir birliği yaptığı tanımlamaya göre, kadın girişimci<sup>209,210</sup>:

<sup>195</sup> Sezer Korkmaz, 'Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma', *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 18, No:1, 2000, s.164

<sup>196</sup> Tamer Müftüoğlu, *Girişimcilik*, (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın no:18, 2000), s.2

<sup>197</sup> Avrupa Komisyonu, *Avrupa'da Girişimcilik, Yeşil Kitap*, (2001)

<sup>198</sup> Kahraman Arslan, 'Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri', *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, No:6, Temmuz 2002, s. 6

<sup>199</sup> 5 Müftüoğlu, *Girişimcilik...* s.2

<sup>200</sup> Ali Gürol, *Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunları, Beklentiler ve Öneriler*, (Ankara:Atılım Üniversitesi yayını-2, 2000), s.25

<sup>201</sup> Korkmaz, *Girişimcilik ve...* s.166

<sup>202</sup> Dilek Eyüboğlu, *Türk Girişimcisi Üzerine*. (Ankara: II.Ulusal Orta Anadolu Kongresi, Milli Produktivite Merkezi Yayınları: 666: 2002), s. 282

<sup>203</sup> Zeynep Gökakın, '90'lı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye'de Girişimci Kadın Profili', *8.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir: 2000, s.109-116.

<sup>204</sup> Türkiye Halk Bankası, *Halk Bankası Sanayi Kredileri Genelgesi*. 28.08.1996 tarih ve 1675 nolu genelge.

<sup>205</sup> Yıldız Ecevit, 'Kadın Girişimciliğinin yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi' *Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli*, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi Yayın no:74, Ankara, 1993, s. 15.

<sup>206</sup> Rana Özen Kutanis, 'Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler', *11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, 2003, s.63.

<sup>207</sup> Ayşehan Çakıcı, 'Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler', *11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, 2003, 73.

<sup>208</sup> European Commission., *Good Practices in the Promotion of Female Entrepreneurship, Examples from Europe and other OECD Countries.*, 2002, s.3

<sup>209</sup> Müftüoğlu, *Girişimcilik ....* s.69

- Evinin dışında kendi adına veya ortaklık sıfatıyla bir veya birkaç işyeri olan,
- Herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesi, pazarlanması ve tüm işletme faaliyetleri ile ilgili kararlar alan ve yürüten,
- İşe ilişkin ilişkiye girilmesi gereken gerçek ve tüzel kişiler ile kendi adına ilişki kuran,
- İşinden elde ettiği kazancın kullanımı üzerinde söz sahibi olan kişidir.

Türkiye’de kadınların işgücüne katılma oranı, % 27,9’dur. Bunun da % 63’ü ücretsiz aile işçisi, % 27,5’i ücretli ve yevmiyeli ve % 9,5’i ise kendi hesabına ve işveren statüsünde çalışmaktadır<sup>211</sup>. Gerçekte bu oran, DİE verilerinin altındadır. Nitekim, TÜSİAD raporunda bu oran % 3.3. olarak belirlenmektedir<sup>212</sup>. AB’ne üye ülkelerde ise kendi işinde çalışan kadınların oranı % 16 (İrlanda) ile % 40 (Portekiz) arasında değişmektedir<sup>213</sup>.

### Çizelge 1<sup>214</sup>:

#### Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar

YIL	ÇALIŞMALAR
1990	- Türk Medeni Kanunu’nda evli kadının çalışması ve ticarethane açması için gerekli ‘koca izni’ şartı kaldırıldı.
1992-1993	- İlk kez ‘Türkiye’de Kadın Girişimcilik’ semineri ve ‘Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli’ ile, konu tartışmaya açıldı. - Türkiye genelini kapsayan ilk araştırma olan ‘Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri’ konulu araştırma, N.Çelebi tarafından yapıldı. - Halk Bankası, ‘Kadın Girişimci’ kredisi vermeye başladı.
1995	- Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, kadınların sahip olduğu mikro ve küçük işletmelerin durumunu incelemek amacıyla ‘Küçük Girişimcilik Projesi’ konulu geniş çaplı bir araştırma yaptırdı.
2002-2003	- Kadın girişimcilerin iş dünyasındaki statülerini sağlamlaştırmak ve ülke ekonomisine katkılarını artırmak amacıyla, KAGİDER Kadın Girişimci Derneği kuruldu. - Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği tarafından yoksul kadınları girişimci yapmaya yönelik ‘Mikro Kredi’ projesi başlatıldı. - Avrupa Birliği ve TESK tarafından ‘Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi’ projesi hayat geçirildi. - Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GAP-GİDEM) ve Kadın Merkezi (KAMER) işbirliği ile ‘Kadın Girişimciliği’ projesi uygulandı.

Çizelge 1, Türkiye’de kadın girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çalışmaları özetlemektedir. Kadın girişimcilerin profilini ve genel karakteristik özelliklerini ve sorunlarını ortaya koyan birçok çalışmaya rastlamak olasıdır<sup>215,216,217</sup>. Özellikle, 2000’li yıllarla birlikte girişimcilik ve kadın girişimcilik konuları üzerine yapılan araştırmalarda belirgin bir artışın olduğu görülmektedir<sup>218,219,220,221</sup>. Bununla birlikte; kadın girişimcilerin sayılarının nasıl artırılabilceğine

<sup>210</sup> Ecevit, Kadın Girişimciliğin ... s.20

<sup>211</sup> T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, *Genel Nüfus Sayımları ve Hane Halkı İşgücü Anketi Sonuçları*, (Ankara: Nisan, 1998)

<sup>212</sup> TÜSİAD, *Türkiye’de Girişimcilik*. (Yayın No:TÜSİAD-T/2002-12/340, Aralık, 2002), s.23

<sup>213</sup> Avrupa Komisyonu. 2001. Avrupa’da....

<sup>214</sup> T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. Aralık 2000. ARAT 1993; ÇELEBİ 1993; Türkiye Halk Bankası Sanayi Kredileri Genelgesi, 1996; “Haberci Gözüyle” Programı, TRT-2, 24.11.2003; <http://www.tesk.org.tr/tr/proje/yurutulen/kadin.html> (e.t.:21.11.2003)

<sup>215</sup> Necla Arat, *Türkiye’de Kadın Girişimcilik*. (Ankara, TES-AR yayınları No:7, 1993)

<sup>216</sup> Ecevit, Kadın Girişimciliğin... s.15-35

<sup>217</sup> Nilgün Çelebi, ‘Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar’, *Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli*, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi Yayın no:74, Ankara, 1993, s. 36.

<sup>218</sup> Kutanis, Girişimcilikte... s.59-67

<sup>219</sup> Gürol, Türkiye’de...

<sup>220</sup> Gökakın, 90’lı Yılların... s.109-121

ve işletmecilik becerilerinin nasıl geliştirilebileceğine ilişkin araştırmalara ve projelere gereksinim duyulduğu açıktır. Bunun en önemli nedeni, özellikle ekonomik kriz sonrası artan işsizlik ve devletteki istihdam olanaklarının sınırlılığı, dolayısıyla girişimci sayısını artırma gereğidir. Hatta, hükümet üst düzey yetkilileri, Devlette iş bulmanın artık çok zor ve sınırlı kaldığını, tek seçeneğin özel sektörü ve ihracatı teşvik etmek olduğunu genel bir önlem olarak belirtmektedirler<sup>222</sup>. Nüfusun diğer %50'sini oluşturan kadınların, potansiyelinden yararlanma ve ekonomik hayata katılımın sağlanması, bazı çevrelerce savunulmaktadır<sup>223,224</sup>. Ancak, Türkiye'de son yıllarda iş kuran kadınların sayısında belirgin bir artış olduğu görülse de, cinsiyete dayalı iş bölümü ile aile içi ataerkil üretim ilişkileri, kadınların ev dışı iş deneyimlerini ve bilgilerini sınırlandırmakta ve kadınların sermaye birikimlerini zorlaştırmaktadır<sup>225</sup>. Ayrıca, üreten, bağımsız çalışma isteği olan, yenilikçi ve riski göze alan nüfus azdır. Dolayısıyla, diğer üretim faktörleri gibi 'girişimci' faktörü de kıt ve sınırlıdır. Kadınlar içerisinde de var olabilecek bu yeteneğin ekonomiye kazandırılması aklın gereğidir. Bu, öz güveni ve kişiliği gelişmiş bireylerin çoğaldığı, demokratik bir toplumsal düzen için de çok önemlidir<sup>226</sup>. Tarihsel süreç içinde, iki cins arasında dışının doğurganlığına bağlı olarak gelişen iş bölümü, kadın ile erkeklere tamamen ayrı roller biçmiştir. Kadın, toplumsal yaşam, kültür, sanat, siyaset, edebiyat ve bilimde olduğu gibi girişimcilik alanında da ikincil ve bağımlı konumda kalmıştır<sup>227,228</sup>. Kadınların kamusal yaşamın her alanında olduğu gibi, işletmecilik faaliyetlerinde de eşit şartlarda işe başlamadıklarını kabul etmek gerekir. Kadınların genelde bir iş kurmak ve başarıyla yönetmek için gerekli deneyim, beceriler ve öz güven açısından yetersiz kaldığı gözlenmektedir<sup>229</sup>. Avrupa'da, kadınlar tarafından kurulan girişimlerin yaşam süresinin daha kısa olduğu ve bunun cinsiyete bağlı bir durum olmaktan ziyade, kadınların sektör tercihinden kaynaklandığı ileri sürülmektedir<sup>230</sup>. Bu konuda, kadınlar için iş alanı seçeneklerinin sınırlılığının da etkili olduğu düşünülmektedir. Kadınlar, toplumsal cinsiyet kalıplarına göre beceriler edindiğinden çoğunlukla hizmet sektöründe, sağlık, eğitim, tekstil, gıda gibi alanlarda kitlesel bir biçimde çalışmakta veya bu alanlarda iş yeri açmaktadırlar<sup>231</sup>. Kadın bakış açısının hakim olduğu yaklaşımlar, kadının rolünün doğal olmadığını, bunun toplumsal olarak biçimlendirilmiş bir rol olduğunu ve değişebileceğini savunmaktadırlar<sup>232</sup>. Tüm bu gerekçelerle, kadın girişimcileri ayrıca teşvik eden ve geliştiren politikalara gereksinim vardır. Bu politikaların etkili ve yararlı olabilmesi, kadın girişimcileri tüm yönleriyle ortaya koyan araştırmalara gereksinimi artırmaktadır.

## ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

### Araştırmanın Amacı

- 
- 221 Çakıcı, Mersin'deki...s.71-90
- 222 Radikal, 30 Ağustos 2003, s.12
- 223 TÜSİAD, Türkiye'de... s.23
- 224 Avrupa Komisyonu, Avrupa'da...
- 225 M.Koray, S.Demirbilek, ve T.Demirbilek, *Gıda İşkolunda Çalışan Kadınların Koşulları ve Geleceği*, (Ankara: T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü: 2, 1999).s.2.
- 226 Çakıcı, Mersin'deki ..... s.73
- 227 R.W.Connell, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. (Çev: Cem Soydemir, İstanbul: Ayrıntı yayınları,1998), s.30
- 228 Germanie Greer, *İğdiş Edilmiş Kadın*, (Çev.:Mefkure Bayatlı, İstanbul, Pencere Yayınları, 1996).
- 229 Avrupa Komisyonu, Avrupa'da...
- 230 <http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-women/craft-obswomen.htm#top> (e.t. 20.11.2003)
- 231 Gürol, Türkiye'de...s.320
- 232 Şemsa Özar, 'İstihdamda Toplumsal Cinsiyet Ayrımının Uluslar arası Karşılaştırmalı Bir Çözümlemesi', *Kadın İstihdamı*. T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yayını, Ankara, 2000, s.157

Makalede, ülkemizde, bugüne kadar araştırılmadığını düşündüğümüz, kadın girişimcinin işletme faaliyetlerini yürütmeye yakın çevresine bağımlılığı ve bu çevrenin işlerini etkileme düzeyleri incelenmeye çalışılacaktır. Bu nedenle, kadın girişimcinin işletme fonksiyonlarını yerine getirmede ne kadar etkili olduğunu ortaya koymak, araştırmanın amacı olarak belirlenmiştir. Başka bir ifade ile; yönetim, satın alma, üretim, pazarlama, personel, muhasebe, finansman ve halkla ilişkiler olarak sıralanan işletme fonksiyonlarında kendisi ile eş, aile, işçi ve ortaklarının etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Böylece; kadının daha az etkili olduğu fonksiyonları saptayarak, kadın girişimcileri geliştirmeye dönük eğitim, teşvik ve destek politikalarına ışık tutmak hedeflenmektedir.

### **Araştırmanın Kapsamı**

Araştırmada; evinin dışında, üretim, satış veya danışmanlık amaçlı herhangi bir işyerini kendisi kuran veya bir şekilde ortak olan ve fiili olarak işi idare eden kadınlar '*girişimci*' olarak kabul edilmektedir. Araştırmada, işi erkek yaptığı halde resmi olarak eşin, annenin veya kız kardeşin üzerinde gösterilen işyerleri araştırma kapsamına alınmamıştır. Emekliler için vergi üstünlüğü sağlaması, işçi veya memur olmasından dolayı kocanın ikinci işi yapamaması ve kocanın kendisini sigortalı gösterilebilmesi gibi nedenlerle işyerini karısı adına kayıt ettirme, hayli yaygın bir uygulamadır.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada veriler, geliştirilen bir anket aracılığı ile toplanmıştır. Anket formunun geliştirilmesi sürecinde kadın girişimciler ile iki ayrı ön test yapılmış ve bu ön test sonuçlarına göre, ankete son şekli verilmiştir. Son şekli verilen anketin uygulanabilmesi için, Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odası'ndan 16 Ocak 2003 tarihinde, işletme sahibinin adı olarak '*bayan*', '*meslek dalı*' ve '*adres*' olan bir liste alınmıştır. Bu listede, 1596 kayıt bulunmaktadır. Liste incelenmiş ve aşağıdaki değerlendirmelere ulaşılmıştır:

- Oda yöneticileri, %15 dolayında işyerinin (yaklaşık 240) kapalı olduğunu belirtmişlerdir.
- Alınan listede, adresi bulunmayan 231 işyerine rastlanmıştır.
- Listede 'iyi tanımlanmamış işler' adı altında 77 kadın adı bulunmaktadır.
- Listede ayrıca, ilk bakışta kadınların yapmayacağını beklediğimiz mesleklere (tornacı, tırcı vb) sıklıkla rastlanmaktadır. Bunların sayısı 444'dür.
- Tüm bu incelemelerden sonra, Mersin şehrinde 600 dolayında kadın girişimcinin olabileceği tahmin edilmektedir (1596-240-231-77-444=604).

Tam ve sağlıklı bir listenin olmayışı, araştırmacıları 'kar topu örnekleme' yöntemini kullanmaya yöneltmiştir. Bu örnekleme yönteminde, gidilen bir kadın girişimciden tanıdığı bir başka kadın girişimciye ait adres bilgileri alınmakta ve böylece anketin uygulamasına devam edilmektedir. Anketin uygulanmasında, olanak dahilinde farklı işkollarında uğraşan kadın girişimcilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmada, 2003 yılı Ocak-Mayıs aylarında, 200 kadın girişimci ile yüz yüze görüşülmüştür. Böylece, Mersin'de toplam 600 dolayında olduğu tahmin edilen kadın girişimcilerin yaklaşık üçte birine ulaşılabildiği tahmin edilmektedir. Bu oranın, kadın girişimcilerin işletme fonksiyonlarını yürütmesinde etkili olan kişilerin ve etki düzeylerinin belirlenebilmesi için yeterli bir oran olduğu düşünülmektedir. Anket formunda açık ve kapalı uçlu sorular bulunmaktadır. Ayrıca, iki ve çok seçenekli soru türlerinden ve Likert türü ölçekten yararlanılmıştır. Toplanan veriler, bilgisayar ortamında tasnif edilerek ve çeşitli istatistiksel yöntemler ile analiz edilmiştir. Anket formunda yer alan işletme fonksiyonlarına ilişkin karar almada etkili olan kişilerin etki düzeyleri, Likert türü bir ölçek ile ölçülmüştür. Ölçek; 'hiç etki

etmemektedir', 'az etki etmektedir', 'kararsızım', 'etki etmektedir' ve 'çok etki etmektedir' şeklindedir. Anketin uygulanması sırasında, hiçbir kadın girişimci, 'kararsızım' seçeneğini işaretlenmemiştir. Bu nedenle, verilerin kodlanmasında ve ortalama hesabında 'hiç etki etmemektedir' için 1, 'az etki etmektedir' için 2, 'etki etmektedir' için 3 ve 'çok etki etmektedir' için ise 4 rakamı kullanılmıştır. Böylece; işletme fonksiyonlarına etki eden kişilerin etki ortalamaları hesaplanabilmiş ve buna göre de etki sıralaması tespit edilebilmiştir. Ayrıca, fonksiyonlara etkisi olan kişilerin (kendisi, kocası, ailesi, işçisi ve ortağı) işletme fonksiyonlarından aldıkları puanların toplamı dikkate alınarak istatistik testler uygulanabilmiştir. Araştırmada profesyonel yönetici çalıştıran kadın girişimci sayısı yedi olup; toplam kadınların %3.5'dir. Bu yöneticiler, orta veya alt kademe yöneticisi olarak istihdam edilmektedir. Söz konusu işletmelerin çoğunun mikro ölçekte olması, bu durumu açıklamaktadır. Sayının sınırlı olması nedeniyle, yöneticiler analiz dışı bırakılmıştır. Kullanılan ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Alpha), .6156 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla, kullanılan ölçek güvenilirlidir<sup>233</sup>.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

### İşyerleri İle İlgili Bilgiler

Kadın girişimcilerin işyerlerini büyük ölçüde (% 51) 1990 ile 2000 yılları arasında kurdukları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte; % 40,5 gibi küçümsenemeyecek bir oranın da 2000 yılı sonrasında kurulduğu belirlenmektedir. Kadın girişimcilerin hepsi işlerinin başındadır. % 29'u, hiç işçi çalıştırmamaktadır. İşletmelerin tamamına yakını mikro ölçeklidir. Girişimcilerin yaklaşık yarısı (% 49), işyerlerini 'tek kişi işletmesi' şeklinde kurmuşlardır. Dörtte bir dolayındaki (% 24,5) işyeri 'limitet şirket' olarak kurulmuştur. Yine dörtte bire yakın (% 25.5) başka bir grup ise, 'adi ortaklık' şeklinde bir hukuki statüye sahiptir. Kadın girişimcilerin faaliyet konularına bakıldığında üçte ikisinin 'ticaret' ve üçte birinin ise 'hizmet' sektöründe iş kurdukları anlaşılmaktadır. Kadınlar genellikle cinsiyet rollerine uygun ve fazla sermaye gerektirmeyen ve geliri düşük olan işler yapmaktadırlar.

### Kadın Girişimciler İle İlgili Bilgiler

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin geneli (% 79), 30-49 yaş aralığındadır. Büyük bölümü (% 53), lise mezunudur. Dörtte bire yakın (% 23) bir kesim ise üniversite mezunudur. % 70.5'i evlidir. Girişimcilik cesareti gösteren kadınların bu girişimlerine annenin çalışma durumu ile baba ve eşin mesleğinin etkili olabileceği düşünülmüştür. Araştırmada, bu kadınların annelerinin büyük ölçüde (% 87) çalışmadığı ortaya çıkmıştır. Ancak, babası esnaf (% 30.5) ya da serbest meslek erbabı (% 16) olan kadınlar ile eşleri esnaf (% 45.4) veya serbest meslek mensubu (% 27.7) olan kadınların girişimcilğe daha kolay cesaretlenebildikleri de anlaşılmaktadır. Kadın girişimcilerin % 54.5'i modern (gelenekleri sorgulayan) ve % 26'sı ise geleneksel bir ortamda yetiştiklerini ifade etmişlerdir. Serbest-liberal bir aile ortamında büyüyenlerin oranı % 16.5'dir. Diğer taraftan, yetiştiriliş tarzı ile kadının eğitim seviyesi arasında bir ilişki ( $\chi^2$ :27.144, s.d.:9, p:0.001) tespit edilebilmektedir. Şöyle ki; modern bir ailede yetiştiğini belirten kadınların % 32.1'i üniversite mezunudur. Bu oran geleneksel ailelerde ancak % 5.8 olup, bu ailelerde lise mezunu olma oranı % 50'dir. Geleneksel aileden çıkan kadın girişimcilerin % 30.8'i ilkökul mezunudur.

### İşletme Fonksiyonlarına İlişkin Bulgular

Bu başlıkta, araştırma yapılan işletmelerde, işletme fonksiyonlarını etkileyen kişilerin etki dağılımlarına ve buna ilişkin yorumlara yer verilecektir.

233

Kazım Özdamar, *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi 1*, (Eskişehir: Kaan Kitabevi, Eskişehir, 2002) s.673

**Çizelge 2:**

Etki Düzeylerine Göre Satın Alma Fonksiyonunda Etkili Olan Kişilerin Dağılımı

ETKİLİ			ETKİ DÜZEYİ <sup>a</sup>								ORTALAMA ve SIRALAMA		
			Hiç Etki Etmemektedir		Az Etki Etmektedir		Etki Etmektedir		Çok Etki Etmektedir		Ort.	S.Sp.	Sıra
OLAN KİŞİLER	n	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Kendisi	200	100	10	5,0	9	4,5	18	9,0	163	81,5	3,67	0,78	1
Kocası	141	70,5	63	44,7	16	11,3	20	14,2	42	29,8	2,29	1,31	3
Diğer aile üyeleri	200	100	171	85,5	15	7,5	8	4,0	6	3,0	1,25	0,67	4
Ücretli çalışanları	142	71	123	86,6	9	6,3	10	7,0	--	--	1,20	0,55	5
Ortakları	102	51	10	9,8	9	8,8	27	26,5	56	54,9	3,26	0,98	2

<sup>a</sup>: Ölçek: ‘Hiç etki etmemektedir: 1’, ‘Az etki etmektedir: 2’, ‘Etki etmektedir: 3’, ‘Çok etki etmektedir: 4’

Çizelge 2’ye göre, kadınlar satın alma işlerinde (daha çok, hangi ürünlerin alınacağı hususunda) etkilidir. Satın almada, ortaklar kocalardan daha etkili olabilmektedir. Dikkat çeken bir husus da, bu tür kararlara kadınların ailelerini ve işçilerini büyük ölçüde karıştırmadıklarıdır. Bu durum, yapılan iş ile ilgili olduğu kadar, finansmanın kimin tarafından sağlandığı ile de ilişkili olabilmektedir. Satın alma fonksiyonunun yerine getirilmesinde eşlerin % 44,7’si ile diğer aile üyeleri ve işçilerin % 85’e yakınının hiçbir etkisi olmamaktadır. Buna karşın; eşlerin yaklaşık % 30’u ile ortakların % 55’e yakını satın alma kararlarını çok etkilemektedirler. Eşlerin etkisi, daha çok, satın alma eyleminin yapılmasında ortaya çıkmaktadır.

**Çizelge 3:**

Etki Düzeylerine Göre Üretim Fonksiyonunda Etkili Olan Kişilerin Dağılımı

ETKİLİ			ETKİ DÜZEYİ <sup>a</sup>								ORTALAMA ve SIRALAMA		
			Hiç Etki Etmemektedir		Az Etki Etmektedir		Etki Etmektedir		Çok Etki Etmektedir		Ort.	S.Sp.	Sıra
OLAN KİŞİLER	n	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Kendisi	89	100	3	3,4	2	2,2	11	5,5	73	82,0	3,73	0,67	1
Kocası	57	64,0	42	73,7	1	1,8	8	14,0	6	10,5	1,61	1,08	4
Diğer aile üyeleri	89	100	75	84,3	3	3,4	8	9,0	3	3,4	1,31	0,77	5
Ücretli çalışanları	71	79,8	14	19,7	10	14,1	35	49,3	12	16,9	2,63	0,99	3
Ortakları	48	53,9	10	20,8	3	6,3	14	29,2	21	43,8	2,95	1,17	2

<sup>a</sup>: Ölçek: ‘Hiç etki etmemektedir: 1’, ‘Az etki etmektedir: 2’, ‘Etki etmektedir: 3’ ‘Çok etki etmektedir: 4’

Çizelge 3’e göre, üretim yapılan işyerlerinde (genellikle dikiş, yemek-pasta ve çiçek-hediyelik eşya yapımı, çocuk bakımı ile güzellik salonu ve kuaförlük hizmeti) üretim işinde en etkili olan kadındır. Bu durum, kadının fiilen işinin başında olduğunu göstermektedir. Üretim işinin yerine getirilmesinde ortak ve işçinin etkisi büyüktür. Eşlerin %75’e ve diğer aile üyelerinin %85’e yakını, hiçbir etkiye sahip değildir.

**Çizelge 4:**

Etki Düzeylerine Göre Pazarlama Fonksiyonunda Etkili Olan Kişilerin Dağılımı

		ETKİ DÜZEYİ <sup>a</sup>								ORTALAMA		
--	--	--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	----------	--	--

ETKİLİ OLAN KİŞİLER			Hiç Etki Etmemektedir		Az Etki Etmektedir		Etki Etmektedir		Çok Etki Etmektedir		ve SIRALAMA		
	n	%	f	%	f	%	F	%	f	%	Ort.	S.Sp.	Sıra
Kendisi	200	100	1	0,5	2	1,0	10	5,0	187	93,5	3,91	0,36	1
Kocası	141	70,5	95	67,4	12	8,5	8	5,7	26	18,4	1,75	1,19	4
Diğer aile üyeleri	200	100	173	86,5	9	4,5	10	5,0	8	4,0	1,26	0,73	5
Ücretli çalışanları	142	71	45	31,7	34	23,9	49	34,5	14	9,9	2,23	1,01	3
Ortakları	102	51	22	21,6	13	12,7	20	19,6	47	46,1	2,90	1,21	2

<sup>a</sup>: Ölçek: ‘Hiç etki etmemektedir: 1’, ‘Az etki etmektedir: 2’, ‘Etki etmektedir: 3’ ‘Çok etki etmektedir: 4’

Pazarlama fonksiyonu dikkate alındığında, yine kadının temel belirleyici olduğu görülmektedir. Bu konuda, kendisine ortakları ve çalışanları destek olmaktadır. Kadınlar ürün seçimi ve satışında etkili iken; ortakların ve eşlerin daha çok fiyatlandırma konusunda etkili olduğu edinilen bir izlenimdir.

### Çizelge 5:

Etki Düzeylerine Göre Muhasebe Fonksiyonunda Etkili Olan Kişilerin Dağılımı

ETKİLİ OLAN KİŞİLER			ETKİ DÜZEYİ <sup>a</sup>								ORTALAMA ve SIRALAMA		
	n	%	Hiç Etki Etmemektedir		Az Etki Etmektedir		Etki Etmektedir		Çok Etki Etmektedir		Ort.	S.Sp.	Sıra
Kendisi	200	100	165	82,5	5	2,5	24	12,0	6	3,0	1,35	0,81	3
Kocası	141	70,5	122	86,5	2	1,4	14	9,9	3	2,1	1,27	0,73	4
Diğer aile üyeleri	200	100	191	85,5	2	1,0	6	3,0	1	0,5	1,08	0,41	5-6
Ücretli çalışanları	142	71	136	95,8	--	--	6	4,2	--	--	1,08	0,40	5-6
Ortakları	102	51	79	77,5	2	2,0	18	17,6	3	2,9	1,46	0,89	2
Diğer (Muhasebeci)	200	200	--	--	--	--	--	--	200	100	4,00	0,00	1

<sup>a</sup>: Ölçek: ‘Hiç etki etmemektedir: 1’, ‘Az etki etmektedir: 2’, ‘Etki etmektedir: 3’ ‘Çok etki etmektedir: 4’

Çizelge 5’den, kadın girişimcilerin muhasebe işlemlerinde kendilerinden bağımsız çalışan muhasebecilerden yardım aldıkları yada etkilendikleri anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, çok az da olsa bazı kadın girişimcilerin yada ortakların ön muhasebe işlemlerini kendilerinin yerine getirdiğine rastlanılmıştır.

### Çizelge 6:

Etki Düzeylerine Göre Finansman Fonksiyonunda Etkili Olan Kişilerin Dağılımı

ETKİLİ OLAN KİŞİLER			ETKİ DÜZEYİ <sup>a</sup>								ORTALAMA ve SIRALAMA		
	N	%	Hiç Etki Etmemektedir		Az Etki Etmektedir		Etki Etmektedir		Çok Etki Etmektedir		Ort.	S.Sp.	Sıra
Kendisi	200	100	23	11,5	9	4,5	15	7,5	153	76,5	3,49	1,02	2
Kocası	141	70,5	52	36,9	12	8,5	16	11,3	61	43,3	2,61	1,36	3
Diğer aile üyeleri	200	100	173	86,5	9	4,5	10	5,0	8	4,0	1,26	0,73	4
Ücretli çalışanları	142	71	141	99,3	--	--	--	--	--	--	1,00	0,00	5
Ortakları	102	51	4	3,9	7	6,9	19	18,6	72	70,6	3,56	0,79	1

<sup>a</sup>: Ölçek: ‘Hiç etki etmemektedir: 1’, ‘Az etki etmektedir: 2’, ‘Etki etmektedir: 3’ ‘Çok etki etmektedir: 4’

Çizelge 6’da, finansmanın sağlanması ve kullanımı hususunda ortağın ilk sırayı aldığı görülmektedir. Ortağın çoğu zaman koca olduğu belirtilmelidir. Kadın girişimci, finansman hususunda 2.sırada yer almaktadır. Finansmanda kimlerin payı ya da etkisi çoksa, diğer işletme kararlarında da onların belli bir öneme sahip oldukları, verilerin desteklediği bir bulgu olduğu kadar, anket uygulaması sırasında da edinilen bir izlenimdir.

### Çizelge 7:



Etki Düzeylerine Göre Personel Fonksiyonunda Etkili Olan Kişilerin Dağılımı

ETKİLİ OLAN KİŞİLER	n		ETKİ DÜZEYİ <sup>a</sup>								ORTALAMA ve SİRALAMA		
			Hiç Etki Etmemektedir		Az Etki Etmektedir		Etki Etmektedir		Çok Etki Etmektedir		Ort.	S.Sp.	Sıra
			f	%	f	%	f	%	f	%			
Kendisi	142	100	1	0,7	3	2,1	8	5,6	130	91,5	3,88	0,44	1
Kocası	105	73,9	61	58,1	4	3,8	9	8,6	31	29,5	2,09	1,36	3
Diğer aile üyeleri	142	100	130	91,5	2	1,4	4	2,8	6	4,2	1,20	0,69	4
Ücretli çalışanları	142	100	125	88,0	10	7,0	7	4,9	--	--	1,17	0,49	5
Ortakları	78	54,9	16	20,5	4	5,1	13	16,7	45	57,7	3,11	1,21	2

<sup>a</sup>: Ölçek: 'Hiç etki etmemektedir: 1', 'Az etki etmektedir: 2', 'Etki etmektedir: 3' 'Çok etki etmektedir: 4'

Çizelge 7'deki işe alma, yetiştirme, ücretleme ve işten çıkarma gibi personele ilişkin kararlarda etkili olan kişinin ağırlıklı olarak kendisi olduğu görülmektedir. Ortağın personel fonksiyonlarında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Personel fonksiyonuna diğer aile üyeleri ile ücretli çalışanların yaklaşık %90'ını hiçbir şekilde karışmamaktadır.

**Çizelge 8:**

Etki Düzeylerine Göre Halkla İlişkiler Fonksiyonunda Etkili Olan Kişilerin Dağılımı

ETKİLİ OLAN KİŞİLER	n		ETKİ DÜZEYİ <sup>a</sup>								ORTALAMA ve SİRALAMA		
			Hiç Etki Etmemektedir		Az Etki Etmektedir		Etki Etmektedir		Çok Etki Etmektedir		Ort.	S.Sp.	Sıra
			f	%	f	%	f	%	f	%			
Kendisi	200	100	--	--	--	--	4	2,0	196	98,0	3,98	0,14	1
Kocası	141	70,5	93	66,0	6	4,3	15	10,6	27	19,1	1,83	1,23	4
Diğer aile üyeleri	200	100	176	88,0	7	3,5	11	5,5	6	3,0	1,23	0,69	5
Ücretli çalışanları	142	71	74	52,1	24	16,9	37	26,1	7	4,9	1,84	0,98	3
Ortakları	102	51	22	21,3	7	6,9	17	16,7	56	54,9	3,05	1,22	2

<sup>a</sup>: Ölçek: 'Hiç etki etmemektedir: 1', 'Az etki etmektedir: 2', 'Etki etmektedir: 3' 'Çok etki etmektedir: 4'

Çizelge 8'e göre, kamuoyunda (özellikle müşterilerin gözünde) iyi bir imaj yaratma ve bunu koruma faaliyetlerini ağırlıklı olarak kendilerinin yerine getirdiği görülmektedir. Ortağın bu konuda da etkili olduğu verilerden anlaşılmaktadır. Eşlerin halkla ilişkilere katkısı, daha çok, işletme ile etkileşim halindeki kurum ve kuruluşlarla olan ilişkilerde ortaya çıkmaktadır.

İşletme fonksiyonlarına etki eden kişilerin fonksiyonlardan aldıkları ortalamalar ve bu ortalamalara göre belirlenen etki sıralaması, Çizelge 9'da yer almaktadır.

**Çizelge 9:**

İşletme Fonksiyonları Bakımından Ortalamaya<sup>a</sup> Göre Dağılım

#	Fonksiyon	Kendi <sup>b</sup> # n:200	Koca # n:141	Aile # N:200	İşçi # n:142	Ortak # n:102
1	Satın alma	3,67	5	2,29	4	3,26
2	Üretim	3,73	4	1,61	6	2,95
3	Pazarlama	3,91	2	1,75	5	2,90
4	Muhasebe	1,35	7	1,27	7	1,46
5	Finansman	3,49	6	2,61	1	3,56
6	Personel	3,88	3	2,09	3	3,11
7	H.İlişkiler	3,98	1	1,83	4	3,05
	<b>Fonksiyon ortalaması<sup>c</sup></b>	<b>3,43</b>	<b>1,92</b>	<b>1,23</b>	<b>1,59</b>	<b>2,90</b>
	<b>Kişi Sıralaması</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

<sup>a</sup>: Ölçek: 'Hiç etki etmemektedir: 1', 'Az etki etmektedir: 2', 'Etki etmektedir: 3', 'Çok etki etmektedir: 4'

<sup>b</sup>: Bir kişinin bir fonksiyondaki ortalaması, frekans dağılımı dikkate alınarak ölçeğe göre hesaplanmıştır.

ç. Fonksiyon ortalaması: Tüm fonksiyonlardan alınan ortalamalar toplamı/7 fonksiyon

Çizelge 9'a göre, işletme fonksiyonlarının tamamı dikkate alındığında, göreceli olarak, kadın girişimciler en fazla halkla ilişkiler, pazarlama ve personel işlerinde etkilidirler. İşletme fonksiyonlarında etkili olan ikinci kişi, çoğu zaman, kocası da olan ortağıdır. Ortak en fazla finansman, satın alma ve personel fonksiyonlarında etkilidir. Kocanın etkisi ortak ile benzeşmekte olup; yine, finansman, satın alma ve personel işlerinde yoğunlaşmaktadır. Diğer taraftan, işçilerin ise en fazla üretim, pazarlama (satış) ve halkla ilişkile fonksiyonlarında etkili oldukları görülmektedir. Ortak olmadıkları halde, aile, az olsa üretim, pazarlama ve finansman fonksiyonlarına destek veya karışma şeklinde bir etkiye sahiptir.

Koca ortak olmadığı durumda bile, işletme fonksiyonlarına az da olsa müdahale etmektedir. Bu müdahale en çok finansman ve satın alma konularında olmakta; en az etki ise üretim işinde ortaya çıkmaktadır.

Kadın girişimcinin eğitim düzeyi dikkate alınarak yapılan ANOVA testi (F:8,385; p:0,000), fonksiyonlara kendi etkisi bakımından farklılıklar ortaya koymuştur. Üniversite mezunu kadın girişimcilerin işletme fonksiyonlarına etkileri, ilkokul, orta okul ve lise mezunu kadınlara kıyasla daha fazladır. Benzer şekilde, üniversite mezunu kadın girişimcilerin yanında çalışan işçiler (F:4,585; p:0,004), ilkokul, orta okul ve lise mezunu kadınların yanında çalışanlara kıyasla işletme fonksiyonlarında daha etkili olmaktadır.

Kadının yetişme tarzını dikkate alındığında (F:4,553; p:0,004), işletme fonksiyonlarına kendi etkisi bakımından farklılıklar tespit edilmektedir. Liberal bir ortamda yetişen kadın girişimcinin geleneksel ve koruyucu-kollayıcı ortamlarda yetişen hemcinslerine kıyasla işletme fonksiyonlarında daha etkili olduğu ortaya çıkmaktadır.

Kadın girişimcilerin yaş dağılımına göre yapılan analiz (F:2,735; p:0,045), işletme fonksiyonlarında girişimci olarak kendisinin ve ortağının farklı etkilere sahip olduğunu ortaya koymuştur. 20-29 yaş aralığındaki kadınlar, 40-49 yaş aralığındaki kadın girişimcilere kıyasla işletme fonksiyonlarının yerine getirilmesinde daha etkilidirler.

Yapılan t-testi, geçmişte annesi çalışmış veya çalışmakta olan kadınların (t:1,996; p:0,054) işletme fonksiyonlarında daha etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Çizelge 10, ortaklık durumuna göre fonksiyonlarda farklı etkilere sahip kişilerin belirlenmesi için yapılan t-testi sonuçlarını göstermektedir.

#### Çizelge 10:

Koca ve Ailenin Ortaklık Durumuna Göre Fonksiyonlarda Farklı Etkileri Olan Kişilerin Belirlenmesi İçin Yapılan t-testi ve özet sonuçları

#	ÖZELLİK	SEÇENEKLER	KENDİ <sup>a,b</sup>			KOCA			AİLE			İŞÇİ <sup>a</sup>			ORTAK		
			n	ort.	s.spm	n	ort.	s.spm	n	ort.	s.spm	n	ort.	s.spm	n	ort.	s.sp
1	Koca ortak mı?	Evet, ortak	54	19,07	3,98	54	17,11	4,89	54	6,54	1,42						
		Hayır, ortak değil	87	21,37	3,49	87	8,78	3,99	87	7,60	3,67						
		t-değeri <sup>d</sup> Anlam düzeyi <sup>e</sup>			-3,593 0,000***			10,527 0,000***			-2,420 0,017*						
2	Aile ortak mı?	Evet, ortak															
		Hayır, ortak değil															
		t-değeri Anlam düzeyi															

<sup>a</sup>.Boş bırakılan hücrelere denk düşen kişi bakımından ilgili özellik dikkate alındığında istatistik bakımdan anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

<sup>b</sup>.Ölçek: Hiç etki etmemektedir:1, Az etki etmektedir:2, Etki etmektedir:3, Çok etki etmektedir:4

<sup>c</sup>.Yedi işletme fonksiyonu dikkate alındığından, ölçeğe göre bir kişinin alabileceği en az puan 7 ve

en fazla puan 28'dir.

<sup>d</sup>. Test çift yönlüdür.

<sup>e</sup>.  $\alpha$ : 0.05; \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$

Kocanın işe ortak olması halinde; kadın girişimcinin daha az etkili olduğu, başka bir deyişle, kocanın işletme fonksiyonlarında daha etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu konuda ilginç olan, koca işe ortak değilse, ailenin işe daha fazla karıştığıdır.

İşletme fonksiyonlarına etkisi olduğu kabul edilen kendisi, kocası, ailesi, işçisi ve ortağı adını alan kişilerin etki bakımından kaç faktöre (gruba) ayrıldıkları hakkında bir fikre varabilmek için faktör analizi yapılmıştır. Uygulanan faktör analizinin sonuçları, aşağıdaki Çizelge 11'de verilmektedir.

### Çizelge 11

İşletme Fonksiyonlarına Etki Eden Faktörlerin (Grupların) Belirlenmesine Dönük Faktör<sup>a</sup> Analizi Sonuçları

FAKTÖR NO ve ADI		Öz değerler	Yükü	Açıklanan Varyans %	Alpha Katsayısı
1.İşin başında olan ve yürütenler	Kendi	1,713	.787	34,264	.7505
	İşçi		.750		
	Aile		.619		
2.Mali ve resmi işlere destek olanlar	Koca	1,482	.863	29,648	.8607
	Ortak		.802		

<sup>a</sup>. Varimax rotasyonlu temel bileşenler yöntemli faktör analizi.

Çizelge 11'den anlaşılacağı üzere, işletme fonksiyonlarında etkili olan birinci faktör (grup), işin çoğu zaman başında olan ve yürüten kadın girişimcinin kendisi, işçisi ve işe genellikle katkısı olan ailesidir. Bu faktördeki temel belirleyiciler, kendisi ve işçisidir. İkinci faktör ise, işe çoğu zaman finans sağlayan ve/veya finans sağlamasa bile, mali ve resmi işlerde etkisi çok olanlardan oluşmaktadır. Bu grupta, koca ve ortak bir araya gelmiştir. Bu faktördeki temel belirleyici, kocadır.

Kadın girişimcinin işletme fonksiyonlarının tamamından ölçeğe göre aldığı puanın ortalaması 20.82'dir. Ortalama puanı 7 ile 20 (dahil) arası olan kadınlara '1' ve 21 ile 28 olan kadınlara '2' kodu verilmiştir. Böylece, kadın girişimciler işletme fonksiyonlarına etkileri bakımından 'ortalamanın altında etkiye sahip' ve 'ortalamanın üstünde etkiye sahip' şeklinde iki gruba ayrılmıştır. Yapılan incelemede, kadınların % 39.5'inin ortalamanın altında kaldığı ve buna karşılık % 60.5'inin ise ortalamanın üstüne çıktığı tespit edilmiştir.

Kadın girişimcinin eğitim düzeyi, yetiştirme tarzı ve kocanın işe ortaklığı ile onun işletme fonksiyonlarına ortalamanın altında veya üstünde etki etmesi arasında bir ilişki tespit edilmektedir. Ortalamanın üstünde olma oranı ilköğretim mezunu girişimcilerde % 37.9, lise mezunlarında % 61.3 ve üniversite mezunlarında ise %82.6'dır ( $\chi^2$ : 20,070, s.d.:3, p:0.000). Bu durum, eğitim düzeyi arttıkça kadının daha etkili olduğu savını desteklemektedir.

Yapılan inceleme, işletme faaliyetlerine ortalamanın üstünde etki etme bakımından, liberal-serbest bir ortamda yetiştiğini söyleyen kadınlarda % 72.7'dir. Bu modern ailelerde % 66.1'dir. Aynı oran, geleneksel ortamlarda büyüyenler için % 46.2'ye ve koruyucu-kollayıcı ailelerde yetişenler için ise % 16.7'ye gerilemektedir ( $\chi^2$ :12,774, s.d.:3, p:0.005, beklenen değeri 5'in altında hücre oranı: % 25). Böylece, modern ve liberal-serbest ailelerde yetişen kadınların işletme fonksiyonlarında daha etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Kocanın işe ortak olması halinde, kadınların % 38,9'u işletme faaliyetlerinde ortalamanın üstüne çıkabilmektedir. Bu oran, koca ortaklığı söz konusu olmadığı zaman % 69'a yükselmektedir ( $\chi^2$ :12,330, Fisher's Exact Test p:0.001). Böylece, kocanın ortaklığı, kadının etkisinin temel belirleyicisi olmaktadır.

## SONUÇ

Kadın girişimcinin işletme fonksiyonlarını yerine getirmede ne kadar etkili olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan araştırma sonunda, aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır. Öneriler, ulaşılan sonuçlar ışığında geliştirilmiştir.

1. Kadın girişimcinin en çok etkili olduğu ilk üç fonksiyon halkla ilişkiler, pazarlama ve personel fonksiyonudur. En az etki muhasebe ve finansman konusundadır. Kadınların, insanlarla birebir ilişkisini gerektiren fonksiyonlarda etkili; mali ve resmi işlerde ise daha az etkili olduğu söylenebilir.
2. İşletme fonksiyonlarına en çok etki eden ikinci kişi kadının ortağıdır. Ortağın en çok etki ettiği fonksiyonlar sırasıyla finansman, satın alma ve personeldir. Bu işletmelerde, ortak çoğu zaman kocadır. Şöyle ki; ortaklık şeklinde kurulan 102 işletmenin % 53'ü koca ile ortaklaşa kurulmuştur. % 23.5'i aile üyeleri ile kurulmuştur. Bir başka % 23.5'lik işletme ise aile dışı kişilerle kurulmuştur. Ortak, en az pazarlama ile ilgilenmektedir.
3. Kadının kocası, en çok etki yapan üçüncü kişidir. Kocanın işletme fonksiyonlarına etki düzeyi farklı olsa da, en çok etki ettiği ilk üç fonksiyon ortak ile aynıdır. Koca ortak olmasa bile, yine bu fonksiyonlara düşük düzeyde de olsa müdahale etmektedir. Bu durum, kadınların daha çok finansman, satın alma ve muhasebe fonksiyonlarında bilgi ve deneyim eksikliği içinde olduğunu; dolayısıyla, bu konularda ortak ve/veya kocaya bağımlı bulunduğunu çağrıştırmaktadır. Kocanın en az etkili olduğu fonksiyonlardan biri üretimdir.

Kadın girişimcilerin eş ve diğer aile üyelerinden destek ve teşvik gördüğü söylenebilir. Ancak, görüşmeler esnasında, az sayıda da olsa (% 10 dolayında), kadın girişimciler, kocalarını gelişmelerinin önündeki en büyük engel olarak göstermişlerdir.

4. İşçiler, en çok üretim, pazarlama ve halkla ilişkilerde etkili olmakla birlikte; bu etki düzeyi düşüktür.
5. Aile, çok düşük düzeylerde üretim, pazarlama ve finansman fonksiyonlarında destek olmaktadır.
6. Kadın girişimci ve çevresi en az muhasebe fonksiyonuna etki etmektedir. Bunun nedeni, yasa gereği muhasebe işlemlerinin muhasebecilere yaptırılmasıdır.

Araştırmada ulaşılan diğer bulgular, şöyle sıralanabilir:

1. Kadın girişimcinin eğitim seviyesi yükseldikçe işletme fonksiyonlarındaki etkisi artmaktadır. Diğer taraftan; üniversite mezunu kadın girişimcilerin yanında çalışan işçilerin işletme fonksiyonlarına etkisi, diğerlerine kıyasla daha fazladır. Bu durum, üniversite mezunu kadın girişimcilerin daha demokratik ve katılımcı bir yönetim anlayışına sahip oldukları şeklinde yorumlanabilir.
2. Liberal ve modern bir ortamda yetişen kadın girişimcinin geleneksel ve koruyucu-kollayıcı ortamlarda yetişen hemcinslerine kıyasla işletme fonksiyonlarında daha etkilidir.
3. Genç yaştaki kadın girişimciler (20-29), orta yaş (40-49) girişimcilere kıyasla işletme fonksiyonlarında daha etkilidirler. Bu durum, yeni kuşağın daha öz güvenli ve eğitilmiş olması ile yetiştiriliş tarzından kaynaklanabilir.
4. Geçmişte annesi çalışan veya halen çalışmakta olan kadınlar, işletme fonksiyonlarında diğerlerine kıyasla daha etkilidir. Bu durum, çalışan annelerin çocuklarını daha öz güvenli yetiştirdikleri şeklinde yorumlanabilir.

5. Koca işe ortak olduğu zaman, işletme fonksiyonlarında kocanın etkisi artmakta, kadının etkisi azalmaktadır. Bu durum, ortaklık durumunda kocanın kararlarda daha belirleyici olduğunu anlatmaktadır.
6. İşletme fonksiyonlarına etkisi olduğu kabul edilen kişiler, iki gruba ayrılmaktadır. Birinci grup, işin başında olan ve yürüten kendisi, işçisi ve ailesinden oluşmaktadır. İkinci grup ise, daha çok finansman sağlayan, mali ve resmi işlerde etkili olan koca ve ortaklardan oluşmaktadır.

*Yukarıda sıralanan bulgular ışığında geliştirilen öneriler şunlardır:*

1. Sermaye edinimindeki zorluk, düşük eğitim düzeyi ve geleneksel doku kadının koca ve aile bağımlılığını artıran unsurlardır. Ülkemizde yapılan araştırmalar, eş ile ortaklığın kadın girişimciler arasında yaygın olduğunu göstermektedir. Anadolu iş kadını ile İstanbul iş kadını karşılaştıran bir araştırmada, İstanbul'da faaliyet gösteren iş kadınlarının % 39'u eşi ile ortak iken; bu oran, Anadolu'da %64 olarak ortaya çıkmıştır<sup>234</sup>. Anadolu kadınının daha düşük eğitimi olması ve daha gelenekçi yaklaşım bunun nedenleri arasındadır. Yapılan araştırmada kadınların eğitim düzeyleri yükseldikçe işletme fonksiyonlarına ilişkin karar ve yürütmeye olan etkisinin artmakta olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, kadınların eğitim düzeylerinin artırılmasına ilişkin, şu genel önlemlerin alınmasında fayda vardır.
  - Kadınların farklı beceriler ve meslekler edinmesini engelleyen cinsiyete dayalı iş bölümü, aile, eğitim kurumları ve medya yoluyla iyice pekiştirilmektedir. Bunun değişmesine yönelik tüm toplumu bilinçlendirme programları düzenlenmelidir. Bu amaçla, eğitim kurumları ve medyadan yararlanılmalıdır.
  - İlköğretim sonrası ve üniversite eğitimi alma olanakları, sadece, erkek evlat lehine kullanılmamalıdır.
  - Gerek örgün gerekse yaygın eğitim kurumları, kadınları sadece geleneksel rollerine, iş ve mesleklerine hazırlayan kurumlar olmaktan çıkarılmalıdır.
2. Kadınların işletmecilik bilgisini, özellikle, genel muhasebe, satın alma ve finansman konularında bilgi ve becerisini artırmaya yönelik kurslar ve sertifika programları düzenlenmelidir.
3. Kadınların kendi aralarında örgütlenmeleri, sorun çözmeye ilişkin bilgi ve fikir alışverişi açısından büyük yararlar sağlayabilir.
4. Kadınlar, bilgi ve becerilerini geliştirmeye öncelikle kendileri istekli olmalıdırlar. Veri toplama sırasında, kadınların eğitim amaçlı faaliyetlere katılımlarının genellikle düşük olduğu, boş zamanlarında kendilerini geliştirmeye yönelik bir çaba içinde olmadıkları izlenimi doğmuştur. Bu erkek girişimciler için de geçerli bir durumdur.
5. Ortak kocalar, eşlerini tüm işletmecilik faaliyetlerinde karar alan ve idare eden duruma getirmeye çalışmalıdırlar. Aksi takdirde, kendi yokluklarında işletmenin başarısı ve devamı tehlikeye düşebilir.

Ülkemizin en önemli sorunları giderek artan nüfus ve işsizlik ile eğitimsizliktir. Yeterince üretmemeye, demokratikleşememe ve gelişememe sık sık dile getirilen diğer sorunlar arasındadır. Bunların çözümünde, kadınların ekonomik hayatın içine çekilmesi, statü ve bilinç düzeylerinin yükseltilmesi, göz ardı edilemeyecek bir gerçekliktir. Kadınları cesaretlendiren ve onların girişimcilik özelliklerini geliştiren politikalara ihtiyaç olduğu kadar; kadın girişimcilere en fazla faydayı sağlayacak bir örgütlenme modelinin nasıl kurulup işletileceği konusunda araştırmalara da gereksinim olduğu kesindir.

Son söz olarak, kadınların giderek artan bir şekilde ekonomik yaşamın içinde yer almaları sevindiricidir. Aile üyelerinin (koca, baba, ağabey) işletmeyi kurma ve geliştirmede kadın girişimciye destek vermeleri de, bir o kadar sevindiricidir. Ancak, kadını, satın alma aşamasından satışa kadar her işletme fonksiyonunu fiilen yürütebilecek duruma getirmek, çok daha önemli bir destektir.

