

# THE ROLE OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP FOR THE REGIONAL DEVELOPMENT\*

**Yazar / Author:** Res. Asst. / Araş. Gör. Burçin ÇETİN KARABAT<sup>1</sup>

Res. Asst. / Araş. Gör. Özge Alev SÖNMEZ<sup>2</sup>

## Abstract

In recent years, during these social, economic and legal developments, women have become an indispensable part of business life. Entrepreneurship development for women is seen as a solution to unemployment for women and as a solution to gaining economic independence of women by obtaining their earnings. On our work, concept of entrepreneurship and women's entrepreneurship and causes of entrepreneurship will be addressed. The profile of women's entrepreneurship and the challenges faced by women entrepreneurs in the process of the financing and entrepreneurship is aimed to be done with the survey which is performed in Edirne province. This study is expected to contribute to the realization of the potential for entrepreneurial women.

**Keywords:** Regional development, entrepreneurship, women entrepreneurship, Misk soaps

## BÖLGESEL KALKINMADA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ROLÜ

### Özet

Son yıllarda dünyada yaşanan sosyal, ekonomik ve hukuksal gelişmeler kadınları iş hayatının vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. Kadınlara yönelik girişimciliğin geliştirilmesi, kadın işsizliğine karşı çözümün ve kadınların kendi kazançlarını elde ederek ekonomik bağımsızlık kazanmalarının bir aracı olarak görülmektedir. Çalışmamızda girişimcilik kavramı ve kadın girişimciliği ve bu girişimciliğin nedenleri ele alınacaktır. Gerçekleştirilen anket çalışması ile Edirne ili'ndeki kadın girişimciliği profilinin belirlenmesi ve kadın girişimcilerin finansman ve girişimcilik sürecinde karşılaştıkları güçlüklerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmanın kadınlardaki girişimcilik potansiyelinin hayata geçirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Bölgesel kalkınma, girişimcilik, kadın girişimciliği, Misk sabunları

### 1.Giriş

İş yaşamında yoğun bir rekabetin yaşandığı günümüzde, girişimcilik ekonomik büyümenin önemli bir bileşeni olmakta ve işsizlik sorununa etkili bir çözüm olanağı sunmaktadır. 1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışı, son teknolojik gelişmeler ve ekonomik beklentiler sayesinde daha da güç kazanmıştır. Girişimciler toplumda etkili, olumlu ve kayda değer kişiler olarak görülmeye başlanmıştır (Ljunggren ve diğ., 1996:12).

Cinsiyet farkı girişimciliği etkileyen önemli faktörlerden biridir. Dünya Girişimcilik Platformu (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) tarafından 2001 yılında 29 ülke kapsamında yapılan araştırma erkeklerin kadınlardan çok daha fazla girişimsel faaliyette bulunduğunu ortaya koymaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri üzerine girişimcilik boyutunda yapılan çalışmaların daha çok erkek girişimcilere yönelik olmasına rağmen (Constant ve diğ.,2007 ; Thompson ve diğ.,2011) günümüzde sosyal, teknolojik ve endüstriyel değişimler daha fazla sayıda kadının iş yaşamında yer almaya başlamasına neden olmaktadır. Çalışma toplumunun demografik yapısında meydana gelen değişikliklerin etkisiyle kadın girişimciler iş yaşamının temel ve vazgeçilmez aktörleri haline gelmiştir.

Literatürde girişimcilik ve kadın girişimciliği konularında yapılan çalışmalarda önemli bir artış olduğu görülmektedir (Littunen, 2000; Kutaniş 2003; Can ve diğ. 2007; Soysal, 2010; Waring ve diğ. 2011). Bu çalışmalardan bazıları kadın girişimcilere yönelik teşvik politikalarına değinirken, (Can ve diğ. 2007; Waring ve diğ. 2011), bazıları da girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri, iş kurma nedenleri ve işi kurma ve sürdürmede karşılaştıkları sorunlar (Littunen, 2000; Kutaniş, 2003; Soysal, 2010) üzerinde durmaktadır. Ancak literatürde Edirne ilinde bölgesel kalkınmada önemli rol oynayan kadın girişimcilere yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Oysa ki, bölgedeki kadın girişimcilerin profili ve bölgesel kalkınma üzerindeki etkisi detaylı olarak incelenmelidir. Ayrıca literatür taraması sonucunda Türkiye'de kadın girişimciliği çerçevesinde ele alınan misk sabunu üretimine yönelik bir çalışma da bulunmamaktadır. Misk sabunu üreticiliğinin merkezi olan Edirne'de sabun üretimini gerçekleştirenlerin profili, girişimcilik nedenleri ve karşılaştıkları sorunlar araştırılması gereken konuların başında gelmektedir. Edirne ili'nde misk sabunu üretimi yapan kadın girişimcilerin bölgenin kalkınması üzerindeki etkilerini belirleme amacı taşıyan bu çalışma, Türkiye'de ilk olma özelliği taşımaktadır.

\*Bu makale 3. Trakya Bölgesi *Kalkınma ve Girişimcilik* Sempozyumu'nda sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

<sup>1</sup> Sakarya Üniv., İşletme Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, burcin@sakarya.edu.tr.

<sup>2</sup> Sakarya Üniv., İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, oasonmez@sakarya.edu.tr.

Bu çalışmanın amacı; girişimciliğin gittikçe önem kazandığı günümüzde, girişimciliğin kadınlar tarafından ne derece benimsendiğini, kadınları girişimcilğe iten faktörleri ve onların işletmelerin kurulması ve yürütülmesi aşamasında karşılaştıkları güçlükleri belirleyerek girişimcilik faaliyetlerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkisini incelemektir. Bu kapsamda, Osmanlı'dan günümüze kadar gelen Edirne'nin önemli el sanatlarından biri olan misk sabunu üretimi yapan kadın girişimcilere yönelik bir anket çalışması yapılmış ve ortaya çıkan sonuçlar bu bildiriye tartışılmaya açılmıştır.

## 2. Girişimcilik Kavramı

İlk kez ortaçağda kullanılan ve "entreprenere"-iş yapan- kökünden geldiği görülen girişimcilik kavramı, birçok yazar tarafından farklı yönleri vurgulanacak şekilde tanımlanmıştır. Girişimcilik kavramına yönelik net bir tanımlama yapma zor olmasına rağmen, yapılan tanımlamaların birbirinden çok farklı olmadığı ve birbirini destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Üretimin yapılabilmesi için temel üretim faktörleri olarak kabul edilen doğa, emek, sermayenin bir araya getirilmesini sağlayan ve bu üretim faktörlerini birleştiren kişilere girişimci diyenler olduğu gibi; başkalarının ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetleri oluşturmak üzere, ancak temelde kâr elde etmek amacıyla üretim faktörlerinin birleştirilmesini sağlayan kişileri girişimci olarak tanımlayan araştırmacılar da bulunmaktadır (Gürol, 2000:25). Girişimcilğe yönelik yapılan bu tanımlamalarda, özellikle girişimci kişilerin ortak özellikleri ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır (Tutar ve Küçük, 2003:163).

Girişimci, mevcut sermaye birikimini, enerjisini ve sosyal statüsünü belki de sırf başkalarına ekonomik olarak bağımlı olmama, karar alma ve uygulama süreçlerinde başkalarından emir almama, başarı ve başarısızlığı paylaşmama ve kimseye hesap vermemeyi tercih ve sadece kendi potansiyelini herkesten bağımsız olarak gerçekleştirme arzusu ile hareket etmektedir. Aynı zamanda bir tarayıcı gibi sürekli olarak çevreyi gözleyip talep açıklarını yakalayan, yeni talepler oluşturan, talepteki değişimleri zamanında fark eden, kaynakları sağlayarak üretim tesisleri kuran, rekabeti seven ve varlığının önemli nedeni olarak gören, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen, atak ve yaratıcı yeteneklere sahip kişiler olarak değerlendirilmektedir (Akın ve Zor, 2009:115). Bir anlamda girişimci bilinen fakat henüz yaygınlaşmamış buluşlar arasından amacına uygun olanları seçmektedir (Dolanay, 2009:175).

Girişimcilik ise fikirlerin yakalanmasını ve bu fikirlerin ürünlere dönüştürülmesini ve/veya hizmetleri ve ürünleri pazara sunacak bir girişim kurulmasını içermektedir. Girişimcilik, yeni kurulan veya mevcut örgütler için değer yaratma amacıyla fırsatların keşfedilmesi ve geliştirilmesi sürecidir (Küçükaltan, 2009:22).

Saraçoğlu ve Duran'a göre girişimcilik, fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olarak da ele alınabilir. Fırsat girişimcileri, pazardaki var olan ürünlerle ilgili fırsatları saptayarak bunları değerlendiren kişilerdir. Bu fırsatlar, pazarda mevcut olan ürünün pazardaki talepten az sunulması ya da istenilen (üreticinin vaat ettiği) kalitede sunulmamasından kaynaklanabilir. Yaratıcı girişimcilik ise, yeni bir fikrin sonucunda pazardaki mal ve hizmetlerin tasarımında, fiyat ya da kalitesinde iyileştirmelere gidilmesi veya bir buluş sayesinde yeni bir ürünün pazara sunulması ile ilgilidir (Saraçoğlu ve Duran, 2009:132).

Schumpeter (1980), "The Theory Of Economic Development" isimli eseri ile 20 yüzyılın başlarında girişimcilik kavramının iktisat teorisine katılmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Schumpeter'in bu teorisi yenilik kavramına özel bir önem verir ve yeniliği iktisadi sistemin ana kuvveti olarak kabul eder (Arıkan, 2004:7).Girişimcilğe Schumpeter bakış açısıyla bakıldığında bir organizasyondaki girişimcilik eğilimi sadece "yenilikçilik" boyutuyla bile açıklanabilmektedir. Çünkü Schumpeter'e göre gerek bağımsız girişimcilik (entrepreneurship) gerekse organizasyon seviyesindeki girişimciliğin (corporate entrepreneurship) temel taşı ya da ana göstergesi "yenilikçiliktir". Onun bakış açısına göre diğer boyutların varlığı da "yenilikçilik" boyutunun varlığını ortaya koymaktadır. Schumpeter'dan bu yana ekonomi ve girişimcilik alanındaki akademisyenler girişimcilik sürecinde girişkenliğin, öncü hareket etmenin (ilk olmanın) önemine çok sık vurgu yapmaktadırlar (Ağca ve Kandemir, 2008: 214-216).

Girişimciliğin modern insanın bir özelliğinin olması ve 19. yüzyılın ortalarına kadar, bütün dünyada kâr güdüsünün ve dolayısıyla bir teşebbüs ruhunun görülmediği dikkate alındığında, bir düşünsel eğilim ve eylem olarak girişimciliğin anlamlandırılması, endüstriyel uygarlığın algılanmasına dönük olarak önem kazanmaktadır. Servetin her zaman mevcut olabilmesine rağmen, topluma bütünüyle nüfuz eden servet yolunda genel bir mücadele, modern zamanlara özgü bir tavidir (Baştürk, 2003). Girişimciler ve girişimci firmaların çok sık aralıklarla çeşitli yeni ürün ve hizmet opsiyonları geliştirerek farklı pazar alanları ve boşluklarını hedefleyen düşük riskli pazar denemeleri yaparak, riskleri daha iyi yönetmeye çalıştıkları görülmektedir (Ağca ve Kandemir, 2008:215).

Girişimcilik konusunda yapılan çalışmaların bazılarında girişimcilik rolünün işletme büyüklüğüne göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tutar ve Küçük'e göre (2003:163), küçük işletmelerde girişimcinin rolü, büyük işletmelere göre daha belirgindir. Çünkü küçük işletmelerde girişimci, işletmesinde fiili olarak çalışan,

satış yapan, personeliyle ilgilenen özetle üretim faaliyetinin içerisinde işletmeyi idare eden kişidir. Halbuki büyük işletmelerde, işletme sahibi dışında yönetici, uzman ve danışmanlar, alınan kararlarda büyük ölçüde söz sahibidirler. Yani girişimcinin yeri ücretli yönetici, uzman personel gibi ilgililerle doldurulmuştur. Küçük işletmelerde ise böyle bir uzmanlaşmaya işletmenin finansal yapısı fırsat tanımadığı gibi, girişimciler de genellikle kendi işletmelerinin başında olmayı tercih ederler.

### 3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Türkiye Bağlamında Değerlendirilmesi

İnsanlık tarihi kadar eski bir kavram olarak kabul edilen girişimcilik kavramı ilk kez bilimsel olarak, 18. yüzyılın başlarında İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan, üreten kişi olarak tanımlanmıştır (Çetin, 1996: 29).

Araştırmacılar ve teorisyenlerce zaman içinde değişik anlamlar yüklenen kavramın gelişimi Hisrich ve Peters'in çalışmasında aşağıdaki Tablo 1'deki gibi özetlenmiştir:

**Table 1 / Tablo 1:** The History of Enterprising / Girişimciliğin Tarihi

**Kaynak:** Hisrich ve Peters, 2002: 7; akt. İltter, 2008: 25

Tarihsel Süreç	Araştırmacı	Girişimciliğin Tanımı
Ortaçağ	-	Girişimci geniş ölçekli üretim projelerinde yer alan aktör ve kişidir.
17. y.y.:	-	Girişimci devletçe belirlenmiş fiyatlarla kar (zarar) sağlamak amacıyla risk üstlenen kişidir.
1725	Richard Cantillon	Risk alan kişi sermaye sağlayan kişiden farklıdır
1803	Jean Baptiste Say	Girişimcinin karı sermayeden doğan kardan ayrıdır.
1876	Francis Walker	Sermaye sağlayan ve bundan faiz geliri alan kişi ile yönetsel becerilerle kar elde eden kişi birbirinden farklıdır.
1934	Joseph Schumpeter	Girişimci bir yenilikçidir ve denenmemiş teknolojiler geliştirir.
1961	David McClelland	Girişimci enerjiktir, orta derecede risk alıcıdır.
1975	Peter Drucker	Girişimci fırsatları en yüksek dereceye çıkarır.
1980	Karl Vesper	Girişimciler ekonomistler, psikologlar, iş adamları ve politikacılarca farklı kabul edilir.
Tarihsel Süreç	Araştırmacı	Girişimciliğin Tanımı
1983	Gifford Pinchot	İç girişimci hali hazırda var olan bir örgütteki girişimcidir.
1985	Robert Hisrich	Girişimcilik gerekli zaman ve çabayı sarf ederek değer taşıyan farklı şeyler meydana getirme; mali, psikolojik ve sosyal riskleri göze alma; ve sonucunda maddi ve kişisel tatmin sağlama sürecidir.

Türk girişimciliği açısından, Cumhuriyet öncesi dönem kapsamında, Osmanlı İmparatorluğu ve daha da geriye gidilirse Selçuklu Devleti döneminden söz edilebilir. O dönemde ahilik teşkilatına dayalı Türk girişimciliği, sanayi devrimi ve sonrasında hızla artış gösteren kitle üretimi ve sosyo-ekonomik gelişmelere ayak uydurmakta güçlük çekmiştir (Tutar ve Küçük, 2003:168).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde, imparatorluğu oluşturan topluluklar arasında adeta bir işbölümüne gidilerek Türkler ticaret işleri dışında bırakılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkler, askerlik, ulemalık, bürokratik, hayvancılık ve tarıma yönlendirilmiş; ticaret işini ise Rumlar, Yahudiler ve Ermeniler üstlenmiştir. Sonuçta Türk toplumu yedi sekiz nesli içeren uzun yıllar boyunca ticaretin dışında bırakılmış ve Türk toplumunda istenilen derecede bir ticaret altyapısı oluşturulamamıştır. Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma gayreti, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde ve ardından kurulan yeni Türkiye Cumhuriyeti'nde önem kazanmıştır. Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik alandaki başlıca stratejilerinden birini oluşturan bu gayreti, 1930'lu yıllara kadar, yani 1929 Dünya Ekonomik Krizi ile klasik piyasa ekonomisine güvenin son

bulması ve devletçi paradigmalardan ağırlık kazanmaya başlamasına kadar devam etmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:9-10).

1930-1950 yıllarına denk gelen devletçilik döneminde; özel sektörün yetersiz olduğu alanlarda devletin yatırım yapmasını öngören devletçilik politikası uygulanmaya başlanarak, özel sektörün gelişmesi için de bir dizi önlem alınarak, Beş Yıllık Sanayi Planları da bu dönemde hazırlanmıştır. Bir taraftan sermaye ve nitelikli işgücü eksikliği, bir taraftan uluslararası arenanın durumu (1930 Bunahımı, II. Dünya Savaşı) girişimciliğin gelişiminin istenilen düzeyde yaşanmasını önlemiştir (Tutar ve Küçük, 2003:169).

1950-1970 yılları arasında yaşanan liberal ekonomi ve planlı dönem; ekonomide liberalleşme ve planlı ekonomiye geçiş dönemi olarak adlandırılabilir. 1950'li yıllarda ekonomide liberalleşme eğilimleri ön plana çıkmıştır. Tarıma ağırlık verilmesi, altyapı yatırımlarının artışı ve en önemlisi özel girişimin sanayideki payının % 70'lere yükselmesi dönemin dikkat çeken özellikleri olmuştur. 1960'lı yıllar planlı ekonomiye geçiş yılları olmuştur. Bu dönemde iki adet Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlanmış ve uygulamaya konulmuştur. Devletçilik ilkesinin etkileri sürmesine rağmen, planlı dönemde özel sektöre ağırlık verilmiş ve özel sektör yatırımlarının artış gösterdiği gözlemlenmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 11).

Özellikle 1980 yılından itibaren girişimcilik konusunda Türkiye'de önemli gelişmeler yaşandığı görülmektedir. Bu gelişmede 24 Ocak 1980 kararlarıyla uygulamaya konulan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği önemli bir yer tutmaktadır. İthal ikamesine yönelik kalkınma stratejisi terk edilerek serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçilmiştir. Bu strateji değişikliğine paralel olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en önemli aktörleri olan girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur (Arıkan, 2002: 16).

Günümüzde Türkiye'de girişimcilik yapılabilecek iş alanları konuları iki ana grupta toplanmaktadır. Bunlar (M.E.B.,2011:4):

- Hizmet üretimi yapabilecek pazarlama ve ticaret turizm, serbest meslek iş fikirleri
  - a) Eğitim ile ilgili iş fikirleri
  - b) Serbest meslek iş fikirleri
  - c) Genel hizmet ile ilgili iş fikirleri
  - d) Turizm iş fikirleri
  - e) Pazarlama ve ticaret ile ilgili iş fikirleri.

Bunlarda kendi içinde pek çok gruba ayrılır. Örnek: seyahat acenteciliği, çiçek satıcılığı, beyaz eşya ticareti, bilgisayar pazarlama, kırtasiye pazarlama, reklamcılık-grafik tasarımı, emlak büroları vb.

- Mal üretimi yapılabilecek iş fikirleri
  - a) Tarım, hayvancılık ve gıda sanayi iş fikirleri
  - b) Orman malları sanayi iş fikirleri
  - c) Tekstil, hazır giyim ve deri sanayi iş fikirleri
  - d) Petro kimya ve kimya sanayi iş fikirleri
  - e) Plastik ve lastik sanayi iş fikirleri
  - f) Cam sanayi ve toprak seramik iş fikirleri
  - g) Madencilik sanayi iş fikirleri
  - h) Elektrik, elektronik makine ve malzeme yan sanayi iş fikirleri
  - i) Kâğıt sanayi iş fikirleri
  - j) Demir - çelik, makine imalat ve madeni eşya iş fikirleri diye gruplanır ve bunlar da kendi arasında pek çok iş fikrini altında saklar. Bu iş fikri konuları değişen dünya koşullarında çeşitlilik göstermekte ve her geçen gün yeni fikirler ortaya çıkmaktadır. Örneğin; güneş enerji sistemleri üretimi, bisiklet üretimi, kalorifer, kalorifer kazanı üretimi, teneke kutu üretimi, metal oyuncak üretimi vb.dir.

Bu çalışmada ele alınan Misk sabunları örneği de girişimcilik yapılabilecek iş alanları konularından, serbest meslek iş fikirleri alanında değerlendirilmektedir.

#### **4. Türkiye'de Kadın Girişimciliği**

Kadınların ekonomik güç ve güvenliğinin geliştirilmesi ve dolayısıyla toplumun refahının artmasının ön koşulu, ekonomik, sosyal ve politik alanlarda sınıf, cinsiyet ve etnik gruplar arasında eşitlik ve adaletin sağlanabilmesi için önemli değişimlere yol açacak adımların atılmasıdır. Bu tür değişimler ise çok yönlü bir seferberliği gerektirir (Özar, 2005:33). Girişimcilik de bu seferberlikte kadınların çalışma hayatına kazandırılmasında önemli bir adımdır. 1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışı, erkekler kadar kadınlarında ilgi alanı içerisine girmiştir. Son yıllarda dünyada çalışanların demografik yapısında görülen birçok değişiklik kadınları da etkileyerek onları iş yaşamının vazgeçilmez aktörleri haline getirmiştir.

Sanayi Devrimi'ne kadar kadınların görevleri çok belirgin bir şekilde ev veya el işi olarak belirlenmişken, sonraki dönemlerde kadınların toplumdaki yerinde anlamlı değişimler olmuştur (Nayır, 2008: 634). Kadınlar bir taraftan düğme dikme vb. gibi ekonomik olarak üretken kabul edilen işleri yaparken, bir taraftan da yeniden üretimin temelini teşkil eden ev işlerini yapıyorlar. Kadınlar ev işlerinden sorumlu oldukları için geçici ve çalışma saatleri esnek işleri tercih ediyorlar (Ergüneş, 2010:194-195).

Türkiye'de 1950'lerden itibaren tarım kesiminin hızlanan mekanizasyonu, kırdan kente yoğun göç olgusu ve sanayileşme süreci, diğer birçok gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi kadınların işgücüne katılımını olumsuz yönde etkilemiş, 1955 yılında %72 düzeyinde olan kadınların işgücüne katılımı 1980'de %46'ya, 1990 yılında %44'e düşmüştür (TC. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000:3). İşte bu düşüşlerde de görüldüğü gibi günümüzde kadınların emek piyasasında ikinci planda kalmalarını engellemek için girişimcilik önem kazanmıştır.

Kadın girişimciliği kadının çalışma hayatında kalmasını sağlarken aynı zamanda istihdama yönelik bir adımdır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin özendirilmesine özel bir önem verilmektedir. Avrupa Birliği'nde küçük işletmelerin geliştirilmesi, rekabet gücünün artırılması, uluslararasılaştırılması ve girişimciliğin özendirilmesi amacıyla bir dizi destekleme programları geliştirilmiştir Aynı şekilde Türkiye'de de son yıllarda girişimcilik kültürünün gerek bireysel bazda gerekse kurumsal ölçekte geliştiği, yaygınlaştığı ve teşvik edildiği bilinmektedir (Soysal, 2010: 84).

Türkiye'de ise 1980'li yıllar, kadın hareketinin hız kazandığı bir dönem olarak tarihteki yerini almıştır. Türkiye'de kadın hareketini inceleyen araştırmacılar tarihsel olarak üç evreden söz ederler: Osmanlı dönemi, cumhuriyetin ilk yılları ve seksen sonrası dönem. Atatürk reformları Türkiye'deki kadın hareketinin başlangıcı olarak kabul edilse de, aslında hareketin temelini 19. yüzyılın sonlarına kadar uzanan neredeyse yüz yıllık bir tarihi geçmişi olduğunu kabul edilebilir. Bu bağlamda kadın hareketinde ilk dönemin, Osmanlı'nın son dönemine, II. Meşrutiyetin ilan edildiği yıllara rastladığı söylenebilir. İkinci önemli evrenin kuşkusuz Cumhuriyet'in ilanı ve Atatürk reformlarının hayata geçirilmesi ile yaşandığı ifade edilebilir. 1980 askeri darbesinin sonrası ise kadın hareketinin üçüncü evresi olarak belirtilir. Seksen sonrası kadın hareketinin önemi, ilk iki dönemde erkeklerce başlatılan ve yönlendirilen hareketin ancak bu dönemde kadınların güdümüne geçmiş olmasıdır. Bu yıllardan sonra Türkiye'de kadınlar ekonomik sosyal alanda daha aktif bir şekilde yerlerini almalarına rağmen, batılı ülkelerdeki kadar hızlı bir artışın olmadığını da söylemek gerekir (Soysal, 2010: 89).

Türkiye'de kadın girişimciliği incelendiğinde özellikle son yirmi yıldır kadınların ekonomik statüsünün güçlendirilmesi konusuna yönelik ilginin arttığı görülmektedir. Kadınların ücretli istihdamdaki paylarının artırılmasına ve mesleki statülerinin geliştirilmesine yönelik çeşitli yaklaşımlar ve öneriler geliştirilmiştir. Bunların arasında en yaygın kabul görenlerden biri, kadın girişimciliğinin desteklenmesidir. 1990'ların ilk yarısında kadınların küçük işletmelerini kurmalarına destek verilmesi, ücretli istihdamın yanı sıra, kadınlara ekonomik getiri sağlamanın uygulanabilir yolları arasında görülmüştür. Kadın girişimciliğini teşvik etmek için başvuru araçlarından biri de krediler olmuştur.

Ancak, 1990'ların ikinci yarısından itibaren kadın girişimciliğinin desteklenmesinin arkasında yatan iki temel neden vardır. İlki, kadınların işgücüne katılımlarında görülen hızlı düşüş ve kadınlar arasındaki yüksek işsizlik oranları karşısında, politika yapıcıların, bu olumsuz eğilime girişimciliği geliştirerek karşı durulabileceği konusundaki yaklaşımlarıdır. İkinci olarak, kentlerde yoksul aileler arasında yoksulluğun daha da derinleşmesi birtakım politik müdahaleler gerektirmiştir ve bunların arasında kadın girişimciliğinin geliştirilmesi tercih edilen bir seçenek olmuştur (Ecevit, 2007: 47).

Avrupa Birliği ve Türkiye'de özellikle sivil toplum örgütleri gerek finansal destek ile gerekse eğitim desteği ile yeni kadın girişimcileri iş hayatında kazandırmaktadır. Kadın yoksulluğunun çözümü olarak örnek verdiğimiz mikro krediler de girişimcilik kapsamında değerlendirilse de asıl hedefi kadını gelir elde etmesini sağlamaktır. Bu yüzden de verilen ekonomik ve sosyal destek sınırlı olup, istihdam yaratma amacı gütmemektedir. Oysa kadın girişimciliğine yönelik yapılan çalışmalar her ne kadar kadını çalışma hayatında tutmaksa da uzun vade de istihdam amacı olan projelerdir. Türkiye'de kadın girişimciliğini desteklemek amaçlı kurulmuş sivil toplum örgütlerinden biri KAGİDER'dir. İş sahibi kadınların kurduğu bir örgütlenme olarak KAGİDER, kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik çabaların toplumsal cinsiyet eşitliğiyle ilişkili siyasal ve ekonomik gerekçelerini vurgulamış ve faaliyetlerine bu doğrultuda başlamıştır. KAGİDER, atıl durumdaki potansiyellerinin harekete geçirilmesinin, kadınlara yönelik olarak daha profesyonelce, daha piyasaya yönelik işlerin geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Ayrıca kadın girişimciliği konusuna kadınların güçlenmeleri açısından geliştirilen yaklaşımlar da özellikle KAGİDER, KEDV, KADAV, ÇKGV, ve KM gibi kadın kuruluşları tarafından benimsenmektedir (Ecevit, 2007: 48). Bununla beraber, İtalya'da "Committee of Enterprising Women", Fransa'da "Diverseladies", İngiltere'de "Enterprising Women", Hollanda'da "Federation of Women Entrepreneurs", İspanya'da "Omega" ve Finlandiya'da "The Central Association of Women

Entrepreneurs” kadın girişimciliğine destek veren diğer ulusal sivil toplum örgütleridir. Ortak amaçları küçük ve orta ölçekli iş fikirleri olan kadın girişimcileri desteklemektir (Women Entrepreneurship Portal).

## 5. Edirne İli Misk Sabunları Girişimciliği Örneği

Osmanlı döneminde üretime başlayan ve günümüzde özellikle Edirne ili’ndeki kadın girişimcilerin sürdürdükleri misk sabunu üretimi faaliyetleri, Türkiye’deki kadın girişimciliğinde önemli bir yere sahiptir. Çalışmanın bu bölümünde misk sabunları üretimi ve araştırma bölümü alt başlıklarında ele alınıp incelenmiştir.

### 5.1. Misk Sabunları

Misk sabunu üreticiliği tarihsel açıdan incelendiğinde, ilk olarak 1600’lü yıllarda başladığı görülmektedir. Bu dönemde misk, amber ve gül esansları karıştırılarak hamur kıvamına getirilen sabunun birebir meyve boyutlarında şekillendirilip yine meyve rengine boyanmasıyla imal edilen meyve sabunlarının satışa sunulmadığı, yalnızca Edirne’den İstanbul’a Osmanlı Sarayları’na gönderildiği, sultanlara cariyelere, yerli ve yabancı devlet adamlarına sunulan değerli hediyeler arasına girdiği görülmektedir (Edirne Misk Sabunu). Edirne ve Kudüs’te imal edilen Miskî sabun adıyla bilinen bu sabunlar sultana hediye edilebilecek bir değer taşımıştır (Öztürk, 2010: 88).

Edirne’ye özgü bir zanaat türü olan “misk sabunculuğu” maliyetin artması, ustaların yavaş yavaş işi bırakması, yeni yetişen çırakların ekonomik nedenlerden dolayı bu zanaatı tercih etmemeleri ve plastik ürünlerin piyasaya çıkmasıyla değerini ve önemini kaybetmesi gibi nedenler yüzünden 19. yüzyılın başlarında ekonomik anlamda değerini yitirmiştir. 19. yüzyılın son çeyreğinde ve 20. yüzyılın başlarında Bedesten ve Arasta çarşılarında meyve sabunları satan dükkânların kırkın üzerinde olması, "Sabuni" adlı bir mahallenin bulunması, sabunculuğun bu şehrin en önemli gelir kaynaklarından biri olduğunun en önemli göstergesidir. Misk sabunculuğu ile ilgili olarak tarihsel süreçlerdeki konumunu ve dönemsel önemliliğini bu şekilde özetlerken günümüzde de Edirne’li kadınların geçim kaynağı olarak uğraşmaları nedeniyle yeniden gündeme gelmeye başlamıştır.

Sabunların üretim tekniği, 17. yüzyıldan bu yana çok fazla değişikliğe uğramadan geçerliliğini korumaktadır. Misk meyve sabunları, zeytinyağlı sabun olarak bildiğimiz yeşil sabunların eritilmesinden elde edilmektedir. Sıvı haline getirilen sabun, içine birkaç damla gül yağı konduktan sonra soğuyana kadar bekletilmekte, daha sonra da sabun yoğrulmaya geçilmektedir. Hangi meyvenin kokusu verilmişse hamura onun şekli verilerek üretilen sabunlar, son işlem olarak da aslına uygun olarak boyanıp hazır hale gelmektedir.

Günümüzde misk meyve sabunculuğu şehir ekonomisi ve aile ekonomisinde önemli yer almaktadır. Şehirde misk meyve yapımını öğreten kursların açılması iş imkanı yaratmıştır. Araştırmamızda Edirne Ticaret ve Sanayi Odası’ndan edinilen bilgiye göre mesleği öğrenen kişiler evlerinde ve özel atölye üretimiyle yaptıkları ürünlerini iç ve dış piyasaya satmaktadır. Sabun üretimi, aile ekonomisini ve il ekonomisini canlandırmıştır.

Osmanlı’dan günümüze miras kalan bu zanaat, Edirne halk eğitim merkezi ve akşam sanat okulu bünyesinde açılan mis meyve sabunu kursunda bir yılda ortalama 200 kursiyer eğitim görmektedir. Halk Eğitim Merkezi yetkilileri ile yapılan görüşmelerde kurslara katılan kursiyerlerin tümünün kadın olduğu belirlenmiştir. Ayrıca misk sabunculuğunun yaşatılması ve yaygınlaştırılması amacıyla bu geleneği meslek edinen kadın girişimcilerin yanı sıra Trakya Üniversitesi Edirne Meslek Yüksekokulu Seramik Programcılığı bölümü öğrencileri ve Edirne Kız Meslek Lisesi öğrencileri tarafından da üretilmeye başlamıştır.

### 5.2. Yöntem

#### 5.2.1. Ölçüm Aracı

Araştırmada kadınların girişimcilik faaliyetlerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkisini belirlemek için kadınların girişimcilik profilini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, girişimciliğin gittikçe önem kazandığı günümüzde, girişimciliğin kadınlar tarafından ne derece benimsendiği, kadınları girişimciliğe iten faktörler ve onların işletmelerin kurulması ve yürütülmesi aşamasında karşılaştıkları güçlükler belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma evrenini Edirne ilinde faaliyet gösteren ve misk sabun üretimi yapan kadın girişimciler oluşturmaktadır. Edirne Ticaret ve Sanayi Odası ile yapılan görüşme sonucunda ETSO’ya üye olan 4 firmaya rastlanılmıştır. Bu firmaların sahiplerinin kadın oldukları tespit edilmiştir. Bu alanda üretim yapan diğer kadın girişimcilere yönelik yapılan incelemeler sonucunda ETSO’ya kayıtlı olmayan, bir kısmı evde üretim yapan, bir kısmı da yalnızca internet üzerinden satış yapan kadın girişimcilere ait 13 firma belirlenmiştir. Çalışmada 17 kadın girişimci araştırma kapsamına alınmıştır.

Veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmış. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere geliştirilen birinci bölümde kadın girişimciler ile ilgili 5 soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise, finansman kaynağı ve girişimde bulunma nedenlerini ve işi kurarken ve yürütürken

karşılaştıkları sorunları belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Bu anket çalışması, literatürde genel kabul görmüş çalışmaların derlenmesi sonucu oluşturulmuş ve gerekli uyarlamalar yapılarak pilot çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Anketten elde edilen veriler SPSS 15.0 paket programı ile değerlendirilmiştir.

Araştırma soruları üzerinden tasarlanan çalışmada cevap aranan sorular şu şekildedir:

- Kadın girişimcilerin girişimde bulunma nedenleri nelerdir?
- Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde destek aldıkları kişi, kurum veya kuruluşlar nelerdir?
- Girişimcilik sürecinde (işin kurulması ve yürütülmesi aşamasında) kadınların karşılaştıkları sorunlar nelerdir?

### 5.2.2. Bulgular

Anket soruları demografik bulgular, girişimde bulunma nedenleri, işletmenin kuruluşunda yararlanılan finansman kaynağı, işin kurulması ve yürütülmesi aşamasında kadınların karşılaştıkları sorunlar adlı başlıklar altında tablolaştırılarak aşağıdaki şekilde değerlendirilmiştir.

**Table 2 / Tablo 2:** The Demographical Findings / Demografik Bulgular

Özellik		Frekans	Geçerli Yüzde
Yaş	18-30 arası	4	23,53
	31-43 arası	7	41,18
	44 ve üstü	6	35,29
Eğitim Durumu	İlköğretim	7	41,18
	Lise	6	35,29
	Önlisans	3	17,65
	Lisans ve üstü	1	5,88
Medeni Durumu	Evli	12	70,59
	Bekar	3	17,65
	Dul	1	5,88
	Boşanmış	1	5,88
İşletmenin Kuruluş Yılı	...-2000	8	47,06
	2001-2005	3	17,65
	2006-2010	5	29,41
	2011-...	1	5,88
İşletme Kuruluşunda Önce Başka Bir Firmada Çalışma Durumu	Evet	8	47,06
	Kamu Kuruluşu	1	5,88
	Özel Kuruluş	7	41,18
	Hayır	9	52,94

Tablo.2’de ulaşılan bilgilere göre, araştırmaya katılanların %41,18’inin 31-43 yaş arasında kadınlardan oluştuğu ve aynı oranda ilköğretim mezunu olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %70,59’nun evli olduğu tespit edilmiştir. İşletmenin kuruluş yılı açısından %47,06’sının 2000 yılından önce, %5,88’inin ise 2011 yılından sonra kurulduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların %52,94’nün ise daha önce başka bir firmada çalışmadığı belirlenmiştir.

**Table 3 / Tablo 3:** The Reasons of Enterprising / Girişimde Bulunma Nedenleri

Nedenler	Frekans	Geçerli Yüzde
Kendi işini kurma	5	29,41
Ekonomik özgürlük sağlama	5	29,41
Eşine destek olma	3	17,66
Nedenler	Frekans	Geçerli Yüzde
Kişisel özgürlük sağlama	2	11,76
Sosyal statü elde etme	2	11,76

Tablo.3'te araştırmaya katılan girişimcilerin girişimde bulunma nedenlerine ilişkin yüzde ve frekans analizi sonuçları yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri arasında “kendi işini kurma” ve “ekonomik özgürlük sağlama” seçeneğinin en fazla tercih edildiği görülmektedir.

**Table 4 / Tablo 4 :** Source of Finance for Enterprising / Girişimde Bulunmak için Yararlanılan Finansman Kaynağı

Finansman Kaynakları	Frekans	Geçerli Yüzde
Banka kredisi	6	35,30
Borç	4	23,53
Eşinin birikimi	3	17,66
Aile desteği	2	11,76
Kendi birikimi	2	11,76

Tablo.4'te kadın girişimcilerin işletmenin kuruluşunda hangi finansman kaynağından yararlandıklarına ilişkin yüzde ve frekans analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Katılımcıların %35,30'unun “banka kredisi”ni tercih ederken, %23,53'nün “borç” olarak işletmelerini kurdukları belirlenmiştir.

**Table 5 / Tablo 5:** The problems that Women Encountered During Setting up and Conducting Their Businesses / İşin Kurulması ve Yürütülmesi Aşamasında Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar.

		Frekans	Geçerli Yüzde
İşin kurulması aşamasında karşılaşılan sorunlar	Sermaye temini	5	29,41
	Pazarda tanınmamış olmak	3	17,65
	Cinsiyet (kadın olma sebebiyle)	2	11,76
	Pazar hakkında bilgi sahibi olmamak	2	11,76
	Uygun yer seçimi	2	11,76
	Uygun eleman temini	1	5,88
	Bürokratik işlemler	1	5,88
İşin yürütülmesi aşamasında karşılaşılan sorunlar	Borç ödemeleri	4	23,53
	Tedarikçilerle ilgili sorunlar	3	17,65



	Aşırı yorgunluk	3	17,65
	Aile ilişkileri	2	11,76
	Vergi ödemeleri	2	11,76
	Müşterilerle ilgili sorunlar	2	11,76

Tablo.5'te ise, işin kuruluşu ve yürütülmesi aşamasında karşılaşılan güçlüklerle yönelik yüzde ve frekans analizi sonuçlarına yer almaktadır. Ankete katılanların %29,41'lik bölümü "sermaye temini" konusunda en fazla sorun yaşarken, %23,53'lük bölümünün "borç ödemeleri"nde problem yaşadığı tespit edilmiştir.

Bölgesel kalkınmaya etkilerine bakıldığında girişimci olan bu kadınların ildeki kurslar ve finans kaynaklarının ev hanımlarına yönelik olarak maddi ve manevi katkısı olduğu şüphesizdir. Değindiği gibi anketlerde de çıkan sonuçlara göre girişimci kadınların aldıkları kredileri ödemelerde problem yaşadıkları, ildeki girişimcilerin devlet desteklerinden yeteri kadar faydalanmadıkları hatta birçoğunun devlet desteğine başvurmadıkları sonucuna varılmıştır.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Çalışmadan elde edilen veriler ışığında 17. yüzyılda üretimine başlanan ve zaman içinde önemini yitiren misk sabunlarına yönelik girişim hareketleri, 2000li yıllarda özellikle devlet desteğinin etkisiyle hız kazandığı sonucuna ulaşılmıştır. Şu noktada düşünülmesi gereken temel soru: Osmanlı döneminden miras kalan sabun üretiminin tekrar hayat bulmasının diğer sebepleri nelerdir ve bu sebepler hangi durumlara göre farklılık göstermektedir? Çalışmanın bulgularından hareketle şu sonuca varılmıştır; halk eğitim merkezleri tarafından açılan kurslardaki sabun üretiminin yanısıra kadın girişimciliğini teşvik edici diğer alanlara da önem vermelidir. Ayrıca misk sabunculuğu girişiminin başlatılmasında en önemli belirleyici unsurun mesleki eğitim kurumları olduğu anket soruları dışında araştırmaya katılan girişimcilerle birebir görüşmeler yapılarak belirlenmiştir. Genel ve mesleki eğitimin kadınları girişimciliğe teşvik ederek bilgi ve becerileri edinmelerini sağlayacak araçlar arasında önemli bir yere sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan Halk Eğitim Merkezleri ve çeşitli eğitim kurumlarının kamu ve özel kuruluşlarca desteklenmesi önem taşımaktadır.

Çalışmanın esasını teşkil eden anket bulguları ışığında, Edirne İli'nde kadın girişimciliğine yönelik bir girişimcilik profili ortaya konmaya çalışılmıştır. Özellikle orta yaş ve üzeri, ilköğretim mezunu ev kadınlarının son yıllarda misk sabunları üretiminde girişimcilik faaliyetlerinde bulunulduğu tespit edilmiştir.

Sermaye temini girişimcilik açısından engel teşkil etmektedir. Girişimcilere finansal kaynak yaratılması ile düşük faizli uygun geri ödeme imkanları sunan banka kredileri yoluyla sermaye sıkıntısını yaşayan kadın girişimcilerin desteklenmesi gerekmektedir. Kadın girişimciliğini destekleyici yasa ve yönetmeliklerin oluşturulması, vergi muafiyeti, mesleğin gelişimine yönelik eğitim desteği kadın girişimciliğini destekleyici imkanlar arasındadır.

Bu çalışma potansiyel kadın girişimcilere rehber olacak ve kadın girişimci sayısının artmasına katkı sağlayacaktır. Araştırma sonucunda ortaya çıkan kadın girişimci profili bu alanda yapılacak çalışmalara örnek oluşturabilecek niteliktedir.

### Extended Summary

The gender difference is one of the significant factors that influences entrepreneurship. A survey carried out by the Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2001) within 29 countries showed that men are more likely involved in entrepreneurial actions. Although the studies on gender roles within the society, in terms of entrepreneurship, are mostly directed towards men (Constant and oth., 2007; Thompson and oth., 2011); nowadays, social, technological and industrial changes help women to be more involved in the business life. With the effect of the changes that happen within the demographical structure of the working society, in our day, women entrepreneurs have become the main and irreplaceable actors of the business life. Improving the entrepreneurship towards women is seen as a means of solution to women's unemployment and, by earning their own income, women's gaining economic independence.

When women's entrepreneurship in Turkey is studied, it can be seen that the interest in strengthening the economic status of women has risen, especially within the last two decades. Various approaches and suggestions towards enhancing the shares of women's payroll employment and their professional status' have been developed. The one getting the most attention among them is supporting women's entrepreneurship. Within the first half of 1990s, supporting women to establish their own small business firms

has been seen among the practicable ways of providing women economical income, as well as payroll employment.

In the European Union and Turkey, especially the non-governmental organizations bring new women entrepreneurs into business life, with both their financial and educational support. Though micro loans, given as examples of solution to women's poverty, are evaluated within the scope of entrepreneurship, the main target of theirs is to help women gain income. Therefore, the economic and social support given to them is limited, and they do not pursue the goal of creating employment. "Committee of Enterprising Women" in Italy, "Diverseladies" in France, "Enterprising Women" in England, "Federation of Women Entrepreneurs" in Netherlands, "Omega" in Spain, and "The Central Association of Women Entrepreneurs" in Finland are the other non-governmental organizations supporting women entrepreneurship. The common target of them is to support women entrepreneurs who have ideas on small and medium sizes of enterprises (Woman Entrepreneurship Portal). One of the significant non-governmental organizations in Turkey, founded with the aim of supporting entrepreneurship of women, Woman Entrepreneurs Association of Turkey (KAGIDER) is a constitution that stresses the importance of prompting the idle potentials and improving the jobs directed to women, that are more related to the market.

With this study of ours, presenting suggestions that will make it easy for women, who are involved in entrepreneurship activities in the male-dominated business life, to gain economic independence and revealing the current situation are aimed. In our study, the notion of entrepreneurship, women's entrepreneurship and the reasons of this entrepreneurship are discussed.

The aim of this study is to examine the influence of entrepreneurship activities on regional development by determining the extend the entrepreneurship is adopted by women, the factors pushing women towards entrepreneurship and the hardships they encounter during the process of founding and conducting their business firms. In this context, a survey devoted to women entrepreneurs producing musk soap which is one of the most significant handicrafts of Edirne, still-surviving since Ottoman's time, is conducted, and the results are presented to debate.

Population is formed by the women entrepreneurs that are active in Edirne and produce musk soap. In the study, 17 women entrepreneurs have been taken under the research. Survey method is used as a data collection tool. There are 5 questions about women entrepreneurs in the first part that is developed to determine the demographical features of the attendants. In the second part of the survey, there are questions intended to determine the source of finance, the reasons of enterprising, and the problems that women encounter while setting up and conducting their business firms. This survey has been formed by compiling the projects that took part in literature, and, by making the necessary adaptations, pilot studies have been put into practice. The data acquired from the survey is evaluated with SPSS 15.0 packaged software.

The demographical findings achieved through the survey (entrepreneurs' ages, economic conditions, marital statuses, and establishment years of their firms, the working statuses of theirs before establishing their own firms, reasons of enterprising, sources of finance for enterprising, hardships encountered during setting up and conducting their businesses) are interpreted by tabulating.

According to the results of the research, it is confirmed that, during recent years, especially middle-aged and elder, primary school graduate housewives have been involved in entrepreneurship activities on musk soap producing. Besides, it is concluded that the entrepreneur women have problems with paying the bank loans back, and that the entrepreneurs in the states can not make use of governmental supports efficiently, and most of them even do not apply for governmental support.

In the interviews made during the survey, it is confirmed that, by encouraging women to enterprise, general and professional education have a significant place among the means of acquiring knowledge and skill. From this point of view, it is quite important that public education centers and various education centers are supported by government and other private institutions.

The fact that flotation poses an obstacle for entrepreneurship is made certain. Creating financial resource and supporting women entrepreneurs who are having capital stock problems by offering them low interest loans and better pay-back chances are concluded to be essential. Forming laws and regulations supporting women's entrepreneurship, tax allowance, and education support directed towards the development of careers are among the opportunities of women's entrepreneurship promoters.

This study will be a guide to potential women entrepreneurs and contribute to the rising number of women entrepreneurs. The women entrepreneur profile shaped as a result of this research has the qualification to be an example for the projects that will be done in this subject.

## **Kaynakça**

Akın A, Zor İ, (2009), İşletmecilik Eğitiminin Bireyin Girişimci Niteliklerinin Geliştirilmesine Etkileri, İş-Güç”, *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 11 (1).

Arıkan S, (2004), *Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Baştürk Ş, (2003), Türkiye'de Girişimci Olmak: "Cevdet Bey Ve Oğulları" Romanında Cevdet Bey İle Nusret Çekişmesi Üzerine İlk Notlar, *İş-Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 5 (1).

Can Y, Karataş A, (2007), Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği, *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı.

Constant A, Shachmurove Y, Zimmermann F, (2007), What Makes an Entrepreneur and Does it Pay? Native Men, Turks, and Other Migrants in Germany, *International Migration*, 45 (4): 71-100.

Çetin, C, (1996), *Yeniden Yapılanma-Girişimcilik-KOBİ'ler ve Bunların Özendirilmesi*, Der Yayınları, İstanbul.

Dolanay S S (2009) Schumpeter Sisteminde Yenilikler, Ekonomik Gelişme Ve Devresel Hareketler, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1 (2), 171-188.

Ecevit Y, (1993), *Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli*, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi Yayınları, 74.

Ecevit Y, *Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım*, (2007), Uluslararası Çalışma Ofisi Yayınları, Ankara.

Ergüneş N, (2011), *Kadınlara Yönelik Kredi Biçimleri ve Kadın Emeğinin Enformelleşmesi*, Kapitalizm ve Ataerkillik ve Kadın Emeği, Sosyal Araştırmalar Vakfı, İstanbul.

Gürol A, (2000), Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler. Atılım Üniversitesi, 2.

Hirsch D R ve Peters M P, (2002) , *Entrepreneurship*, Fifth Edition, McGraw-Hill Higher Education, USA.

İlter B, (2008), Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Doktora Tezi.

*Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Boyutları*, (2000), TC. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

Kutanış R Ö, (2003), Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler, *11. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi*, Kocatepe Üniversitesi, 59-69.

Küçükaltan D, (2009), Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1 (4):21-28.

Littunen H, (2000), Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 6 (6):295- 299.

Ljunggren E, Kolvereid L, (1996), New Business Formation: Does Gender Make a Difference?, *Women in Management Review*, 11(4):3-12.

*Mesleki Gelişim-Girişimcilik*, (2011), Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Müftüoğlu T, (2000), *Girişimcilik*, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın no:18.

Nayır D Z, (2008), “İşi ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri,” *Ege Akademik Bakış*, 8 (2): 631-650.

Özar Ş, (2005), *GAP Bölgesi'nde Kadın Girişimciliği*, GAP-GİDEM Yayınları, Ankara.

Öztürk S, (2010), Osmanlı Kültürel Mirasında Sabun, *Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 2 (2), 80-93.

Saraçoğlu M, Duran C, (2009) Yaratıcı Girişimcinin Gelişiminde Çevrenin Rolü, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (30), <http://www.esosder.org/>, E. T.: 03.04.2012.

Schumpeter J A, (1980), *Theory of Economic Development*, Transaction Publishing, England.

Soysal A, (2010), Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar Ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 5 (1):71-95.

Soysal A, (2010), Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 65(1): 83-114.

Thompson P, Evans D J, Kwong C C Y, (2010), Education and Entrepreneurial Activity: A Comparison of White and South Asian Men, *International Small Business Journal*, 28 (2), 147-162.

Tutar H, Küçük O, (2003), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayınevi, Ankara.

Waring J, Brierton J, (2011), Women's Enterprise and the Scottish Economy, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3 (2):144-163.

Veysel A, Kandemir, T, (2008), Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 209-230.

Yücel F, Ata AY, (2006), Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarlılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi Fuarlarının Değerlendirilmesi, *Çukurova Üniversitesi S.B.E Dergisi*, 505-522.

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promotingentrepreneurship/women/portal/>, E. T.: 09.04.2012

<http://www.edirnemissabunu.org/>, E.T.: 15.05.2012

<http://www.osmanlimisksabun.com/>, E.T.: 11.05.2012

<http://www.etsa.org.tr/>, E.T.: 13.04. 2012