

# GİRİŞİMCİLİK KADINLAR İÇİN BİR SOSYAL HAREKETLİLİK ARACI OLABİLİR Mİ?: ESKİŞEHİR'DE KENDİ İŞİNİ KURAN KADINLAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Zübeyde DEMİRCİOĞLU\*

## Özet

Günümüzde girişimcilik, küçük birikimlerin sermayeye dönüşmesi, atıl kaynakların ekonomiye kazandırılması, emeğin üretkenliğinin artırılması, yeni iş alanları oluşturarak işsizliğin önlenmesi gibi işlevleri dolayısıyla ekonomik büyüme ve kalkınmanın kilit bir faktörü olarak görülmektedir. Bu nedenle girişimcilik özellikle son yıllarda hükümetler tarafından oldukça desteklenir hale gelmiştir. Bu gelişmeye paralel olarak kadın girişimciliği konusu da hem ciddi anlamda desteklenmeye hem de araştırma konusu edilmeye başlanmıştır. Kadın girişimcileri desteklemeye yönelik projeler genel olarak ekonomik kalkınma ve büyüme, kadınların iş gücü piyasalarına katılımlarının artırılması ve işsizliğin azaltılması, hane halkının refah düzeyinin artması ve yoksullukla mücadele edilebilmesi, kadınların güçlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması gibi hedeflerle yola çıkmaktadır (Ecevit, 2007). Dolayısıyla girişimcilik desteklenirken, girişimciliğin; kadınların ekonomik ve sosyal hayatta daha aktif bir rol oynamasını mümkün kılması beklenmektedir. Ancak kadın girişimciyi tek tip ve homojen bir grup olarak varsayan destekleme mekanizmaları kadınların mevcut sosyo-ekonomik konumlarını göz ardı etmektedir. Bu bağlamda bu çalışma Eskişehir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine bağlı 63 kadınla yapılan görüşmelere dayanarak kadınların girişimcilik deneyimleri ile mevcut sosyo-ekonomik statüleri arasında doğrudan bir ilişkili olduğunu, kadınların halihazırda sahip oldukları gelir ve statüleri girişimcilik yoluyla pekiştirdiklerini, girişimcilik yoluyla ekonomik ve sosyal anlamda bir sıçrama gerçekleştirmediklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bunu yaparken hem kadınların içinde bulunduğu nesnel şartlara (eğitim düzeyi, gelir, sermaye kaynakları, çalışma koşulları vb.) hem de kadınların kendi girişimci etkinliklerine, kadının çalışma yaşamındaki konumuna, sosyal ve ekonomik statülerine ilişkin bireysel görüşlerine yer verilecektir.

**Anahtar Sözcükler:** *Girişimcilik, kadın girişimci, sosyal hareketlilik ve sosyal statü.*

---

\*Araş. Gör., Ankara Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü.  
İletişim: zdemircioglu@ankara.edu.tr

## IS ENTREPRENEURSHIP AN INSTRUMENT OF SOCIAL MOBILITY FOR WOMEN?: AN ASSESSMENT OF WOMEN ENTREPRENEURS IN ESKİSEHIR

### Abstract

The concept of entrepreneurship has been regarded as a key factor in economic development because it serves functions such as preventing unemployment, increasing productivity, and evoking the potential of idle resources. In addition to this, entrepreneurship has some social functions such as activating social mobility. Entrepreneurship has been supported in recent years and the concept of entrepreneurship, especially of female entrepreneurship, has arrested the attention of social scientists. Projects to support women entrepreneurs aim empowering women and ensuring gender equality (Ecevit, 2007). But these supporting mechanisms assume women entrepreneurs as a homogeneous group and ignore their socio-economic status. In this context this study aims to demonstrate there is a direct relationship between entrepreneurial experience of women and their socio-economic status. Findings of this study based on fieldwork carried out on 63 women formally affiliated to Chamber of Small Tradesman and Craftsmen in Eskişehir. The study includes both objective conditions of women and individuals perceptions of women’s social status.

**Keywords:** *Entrepreneurship, women entrepreneur, social mobility and social statue.*

### Giriş

Bu alışma, bugün girişimciliğe atfedilen öneme istinaden sayıları gittikçe artan kadın girişimcileri destekleme projelerinden yola çıkararak hazırlanan yüksek lisans tezinin (Demircioğlu, 2010) alan araştırması verilerinin girişimcilik ve sosyal hareketlilik açısından yeniden yorumlanmasına dayanmaktadır. İlk alışma kadın girişimciliğine toplumsal cinsiyet bağlamında bir bakış açısı sunmayı hedefleyerek kadın olmanın girişimcilik sürecine etkilerini, kadınların bu süreçte karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunların toplumsal cinsiyetle bağlantılarını ortaya koymaya çalışmıştır. İlk çalışmanın verileri, kadınların büyük çoğunluğunun (yüzde altmış dört) girişimciliği yeterli mesleki eğitim alamayan insanların tercih ettikleri bir iş olarak gördükleri ve girişimciliğin ekonomik ve sosyal statülerinde ciddi bir değişiklik yaratmadığını düşündüklerini ortaya koymuştur. Diğer yandan kadınların kendi işlerini kurma öyküleri dinlendiğinde, bir tarafta hayallerini gerçekleştirmeye çalışan, aldığı eğitimle ilgili iş kurmak isteyen, bağımsız

çalışma isteği duyan, kişisel tatmin için emeklilik sonrası kendi işini kuran kadınlar varken diğer tarafta ücretli bir iş bulamadığı için maddi sıkıntılar yüzünden kendi işlerini kurmak zorunda kalan kadınlar olduğu görülmüştür. Dolayısıyla homojen ve tek tip bir kadın girişimci varsayımından hareket etmenin problemlili olduğu ortaya çıkmıştır. İlk araştırmanın verilerine benzer şekilde Latin Amerika Journal of Economics dergisinin girişimcilik ve sosyal hareketlilik üzerine yoğunlaşan sayısından yer alan Latin Amerika’da yapılan bir dizi araştırmanın bu türden bir ayırım gözeterek girişimcileri zorunlu girişimci ve fırsatları değerlendiren girişimci olarak sınıflandırdığı (Castellani ve Lora, 2014) görülmüştür. Bu ayırma göre girişimciliği bir fırsat olarak görenler, atıl durumda bulunan işkollarındaki fırsatları değerlendirmek üzere yola çıkarken, zorunlu girişimciler emek piyasasında ücretli emek olarak kendine yer bulamayan ve bu nedenle düşük üretkenlikli alanlarda kendi hesabına çalışmayı seçenlerdir (Gandelman ve Robano, 2014, s. 196).

Tüm bu değinilen hususlar bağlamında bu çalışma, kadınların neden kendi işlerini kurmayı tercih ettiklerini, hem işlerini kurarken hem de yürütürken karşılaştıkları sorunları, çalışma koşulları, gelecek planları ve girişimcilik konusundaki görüşleri gibi hususların mevcut sosyo-ekonomik statüleriyle ilişkilerini ortaya koyarak, kadın girişimcilerin homojen bir topluluk olmadığını, zorunlu/fırsatçı girişimci gibi bir ayırımın geçerli olduğunu göstermeye çalışacaktır.

Öncelikle esasen iktisat disiplininin bir kavramı olan “girişimci”ye bugün atfedilen rolün anlaşılmasına yardımcı olmak amacıyla klasik yaklaşımın girişimci tanımına kısaca değinmek yerinde olacaktır. İktisadi olarak girişimci kavramını ilk kez kullanan kişi Richard Cantillon’dur ve girişimciyi “kar elde etmek amacıyla işi organize eden ve işin riskini üstlenen kişi” olarak tanımlamıştır ve böylelikle girişim ile risk unsurunu ilişkilendirmiştir (Döm, 2006, s. 3). Girişimcilik teorisine en büyük katkı ise Avusturyalı iktisatçı Joseph A. Schumpeter’den gelmiştir. Schumpeter, girişimcinin merkezî rol oynadığı bir ekonomik gelişme teorisi ortaya koyarak ekonomik büyümenin sermaye birikiminden değil yeniliklerden meydana geldiğini ileri sürmüştür. Yenilik ekonomik büyüme açısından hayati bir öneme sahipken, yeniliği gerçekleştirecek kişi de bireysel girişimcidir. Schumpeter’in açtığı yolda bir grup iktisatçı girişimciyi ekonominin başlıca aktörü olarak görmüştür (Topkaya, 2013, s. 36). 1970’lere gelindiğinde ise dünya genelinde yaşanan petrol krizi, ekonomik

durgunluk, hızlı teknolojik değişim, küreselleşme gibi gelişmelerin beraberinde getirdiği yapısal değişiklikler o güne kadar tercih edilir olan büyük işletmelerin gözden düşmesine neden olmuştur. Dolayısıyla girişimcilik, yenilikçilik ve küçük işletmeler hem ekonomik hem de siyasal tartışmaların odağı haline gelmiştir (Landström, 2005). 1973 yılında Ernest Friedrich Schumacher tarafından yazılan “Küçük Güzeldir” isimli kitap dönemin küçük işletmeleri destekleme politikalarına kaynaklık eden bir eser olmuştur. Schumacher çalışmasında, kar elde etme güdüsüyle büyük işletmelere ve artan uzmanlaşmaya yönelen ekonomilerin aslında göze batan bir ekonomik verimsizliğe, çevre kirlenmesine ve insanlık dışı çalışma koşullarına neden olduğunu ileri sürerek bu problemlere karşı daha küçük işyerleri sistemini önermiştir (Schumacher, 2010). 1979’da ABD’de yapılan bir araştırmanın (Birch, 1979) ABD ekonomisinin büyük bölümünün küçük işletmeler tarafından yürütülüyor olduğunu ilk kez ortaya koyması iktisat literatüründe girişimciliğin sarsılmaz konumuna yükselmesini sağlamıştır (Landström, 2005).

Dolayısıyla denilebilir ki, klasik iktisadi yaklaşımın girişimcisi en temelde risk ve yenilikle ilişkilendirilen ekonominin başat aktörüdür. Ancak bu çalışmanın katılımcılarının klasik yaklaşımın risk alan ve yenilik yapan girişimcisi olmaktan uzak olduklarını ifade etmek gerekir. Çalışmanın hedef kitlesini oluşturan kadınlar daha ziyade işgücü piyasasında kendine yer bulamadığı için, başlangıç itibarıyla büyük sermayeler gerektirmeyen alanlarda kendi işlerini kuran kadınlardır. Bu kadınlar klasik girişimci tanımına uymamakla beraber, desteklememek mekanizmaları açısından girişimci olarak değerlendirildiklerinden bu çalışmanın konusu olmaktadır. Öyle ki sayıları her geçen gün artan projelerle, Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Bankalar (Vakıfbank, Ziraat Bankası, Halk Bankası), Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), KOSGEB İş Geliştirme Merkezleri, Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP), Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (ÇATOM), Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM), Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV), Kadın Merkezi (KA-MER), Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV), Türk Grameen Mikro kredi Projesi, Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) gibi kurum ve kuruluşlar kadınları girişimci olmaya davet etmektedir (Soysal, 2010, s. 95). O halde kadın girişimcinin kim olduğu sorusu literatürdeki tanımlar bağlamında tekrar değerlendirilmelidir. Ecevit’in

(1993, s. 20) ayrıntılı tanımını basitleştirecek olursak kadın girişimci, kendi adına kurduğu bir işte, işle ilgili faaliyetleri kendi adına yürüten, işle ilgili kararları kendisi alan kadındır. Dolayısıyla bu çalışma kadın girişimciyi kendi hesabına çalışan kadın tanımından hareketle ele alacaktır.

## Yöntem

Betimleyici bir araştırma modeli benimseyen bu çalışma yarı yapılandırılmış mülakat formları doğrultusunda yapılan yüz yüze görüşmeler yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nicel ve nitel veri toplama teknikleri birlikte kullanılmıştır. Mülakat formlarında, istatistiksel analiz için nicel verilerin toplandığı kapalı uçlu soruların yanında açık uçlu sorulara da yer verilerek çalışma nitel verilerle desteklenmiştir. Her görüşmenin tamamlanması açık uçlu sorulara verilen cevapların uzunluğuna bağlı olarak değişmekle birlikte, ortalama 30-40 dakika sürmüştür. Ayrıca görüşmelere katılan 5 kadın ile derinlemesine görüşmeler yapılmış bununla birlikte ESKAGİDER (Eskişehir Kadın Girişimciliğini Destekleme Derneği) Başkanı, Eskişehir Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı ve kurulun dört üyesi ile de görüşülmüştür. Elde edilen verilerin istatistiki analizi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programında yapılmıştır. Bunun yanında görüşmelerden elde edilen nitel veriler kodlanarak analiz edilmiş veya çalışmanın ilgili bölümlerinden aynen aktararak kullanılmıştır. (Çalışmada görüşlerine doğrudan yer verilen katılımcılara ilişkin bilgiler için yazının sonundaki eke bakınız)

Daha önce de belirtildiği gibi bu çalışmanın kadın girişimci tanımı kendi hesabına çalışan kadınları kapsamaktadır. Kadınlar, sektöre giriş kolaylığı, daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle genellikle hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu nedenle çalışmanın örneklemi oluşturan kadın girişimciler hizmet ve ticaret sektörlerinden seçilmişlerdir. Bu seçimin bir diğer nedeni çalışmanın ortaya çıkmasına kaynaklık eden kadın girişimcileri destekleme projelerinin hedef kitlesini oluşturan kadınların çoğunlukla hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet göstermeleridir. Eskişehir, finansmanı Avrupa Birliği tarafından sağlanan Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK) tarafından, 25 ilde yürütülen Kadın Girişimcileri Destekleme Projesi'nin uygulandığı şehirlerden biridir. Bu bağlamda araştırmanın evrenini Eskişehir'de girişimcilik faaliyeti sürdüren ve Eskişehir Esnaf ve Sanatkarlar Odasına

kayıtlı kadın girişimciler oluşturmaktadır. 2010 Haziran ayı itibariyle Eskişehir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine kayıtlı kadın girişimci sayısı 1763 olup bunların 1607’si Eskişehir ili merkezinde bulunmaktadır. Ancak odaların üye listeleri incelendiğinde kadınlara özgü olarak tanımlanmayan, dolayısıyla fiili anlamda çalışan kadın üyesi olmadığı bilinen bazı meslek gruplarının da kadın üyeleri olduğu görülmüştür. Bu meslek grupları; demirciler, elektrikçiler, otobüsçüler, kahveciler, kasaplar, marangozlar, minibüsçüler, elektronikçiler, servis aracı işletmecileri, sucular, şoförler, tornacılar ve oto tamircileri, pazarcılar olarak sıralanabilir. Bu meslek odalarına üye kadın sayıları dikkate alındığında kadın girişimci sayısı 1051’e düşmektedir. Dolayısıyla kendi hesabına işyeri görünen birçok kadının aslında ailenin erkek üyelerinin işyerlerinin resmi kayıtlara geçirilmesinde paravan olarak kullanıldığı söylenebilir. Bunun dışında kadınlara özgü meslek gruplarında yer alıp, meslek odasına kayıtlı olduğu halde işle herhangi bir ilgisi olmayan kadınların varlığı da dikkat çekicidir. Görüşme yapılmak üzere gidilen bazı işletmelerde kadınların aslında herhangi bir şekilde o işletmede çalışmadığı görülmüştür. Bu nedenle kadın girişimci sayısının belirlenmesinde güçlüklerle karşılaşıldığı söylenebilir.

## **Bulgular**

### ***Araştırmaya Katılan Kadın Girişimcilerin Demografik ve Sosyo-Ekonomik Yapısı Hakkında Genel Bilgiler***

Çalışmanın ilk bölümü katılımcıların demografik özelliklerine odaklanmaktadır. Girişimcilerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri hem iş kurma hem de işi devam ettirme süreçlerinde önemli parametrelerdir. Bu nedenle girişimcilerin bu özelliklerinin belirlenmesi girişimcilik süreçlerini anlama noktasında fayda sağlayacaktır.

Katılımcıların yaş ortalaması 43,4’tür. Literatür incelendiğinde kadın girişimcilerin genel olarak erkeklerden daha geç dönemde girişimcilik faaliyetlerine atıldıkları görülmektedir. Hisrich ve Peters’in (1998, s. 73) ifade ettiği gibi kadın girişimciler genellikle 30’lu yaşların ortalarında kendi işlerini kurmaktadır. Ecevit (1996, s. 29’dan akt. Yetim, 2002, s. 84) bu durumu, kadınların girişimci olabilme potansiyeline ancak orta yaş aralığında sahip olabildiğini, gerekli olan sermaye ve deneyimi ancak bu yaşlarda sağlayabildiklerini belirterek açıklamaktadır. Bu etkenlerin

dışında kadınların genellikle ücretli bir işte çalıştıktan ya da emekli olduktan veya çocuklarını büyüttükten sonra kendi işlerini kurmaları da kadın girişimcilik yaşını orta yaşlara çekmektedir. Çalışmada, yaş ortalaması görece daha yüksek bir değer çıkmıştır. Örneklemdeki en genç kadın girişimci 26 yaşında iken en yaşlı kadın girişimci ise 67 yaşındadır, dolayısıyla yaş değişkeninin geniş bir aralıkta dağıldığı ve bu nedenle ortalamanın beklenenden yüksek çıktığı söylenebilir.

Çalışmanın kapsamında yer alan kadınların % 79'u büyükşehir/şehir, % 21'i ilçe/bucak/köy doğumludur. Araştırmaya katılan kadınların % 41'i hiç göç etmemiş olup, % 46'sı başka şehirlerden Eskişehir'e, % 13'ü Eskişehir'in ilçe ve köylerinden şehir merkezine göç etmişlerdir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu kent doğumludur dolayısıyla kentlileşme, kadınların girişimci olmasını sağlayan olanakların edinilmesinde önemli bir süreç olarak görülebilir. Kadınların göç nedenlerinin başında evlilik ve eşlerin ya da babaların iş durumu gelmektedir. Bu anlamda kadınların göç hikâyelerinde işgücüne katılma amaçlı bir göçten söz edilememektedir.

Çalışmaya katılan kadınların medeni durumları değerlendirildiğinde, % 76'sı gibi büyük bir çoğunluğunun evli, yüzde 14'ünün bekâr, % 6'sının boşanmış ve yüzde 3'ünün ise dul olduğu görülmektedir. Evli olmayan kadınların % 60'ı aileleriyle birlikte yaşamaktadır. Kadınların iş sahibi olmalarının onların ailelerine bağımlılıklarında önemli bir değişiklik yapmadığı söylenebilir. Kadın girişimcilerin ortalama çocuk sayısı 2'dir.

Kadın girişimcilerin eğitim durumları değerlendirildiğinde, % 10'unun ilkokul, % 21'inin ortaokul, % 41'inin lise ve dengi okul, % 8'inin iki yıllık yüksekokul, % 20'sinin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Örneklemdekilerin yarısına yakınının lise ve dengi okul mezunu olması dikkat çekicidir. Bu doğrultuda; girişimcilik, üniversite eğitimi almamış ve dolayısıyla meslek sahibi olamamış kadınların çalışma hayatına katılmalarının bir yolu olarak değerlendirilebilir. Yapılan çalışmalar (Ufuk ve Özgen, 2001) girişimci kadınların büyük oranda eğitilmiş oldukları yönünde olsa da, bu çalışmaların aksine Hisrich ve Peters (1998) girişimcilerin ortalamasının altında eğitim aldıkları yönündeki genel bir kanının bulunduğunu ifade etmektedir.

Günümüz toplumlarında eğitim, sosyal ve ekonomik hareketliliği etkileyen



en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Zira; eğitim, bireyin modern dünyadaki konumunu belirlemede oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle ülkemizde iş ve meslek edinmenin tek yolu olarak görülen eğitim, bireylerin toplumda yukarı doğru sosyal hareketlilik sağlamasının bilinen en geçerli yoludur. Eğitim bir yandan da özellikle orta sınıf ailelerin çocuklarına sağlayacakları en değerli miras olarak da görülmektedir. Bu görüş çalışmaya katılan kadın girişimciler açısından da geçerlidir. “İleride çocuğunuzun da benzer bir iş yapmasını ister misiniz?” sorusuna kadınların yaklaşık % 64’ü hayır cevabını vermiş, evet cevabını verenler dahi eğitimin önemine değinmeden geçmemiştir.

*“Hayır, daha iyi **eğitim** alıp saygın meslekleri olmasını isterim” (K37, çiçek evi, 54).*

*Hayır istemem, okuyup daha iyi gelirlili, sabit geliri olan bir işe sahip olsunlar, belli tatilleri olsun isterim (K27, gelinlik dikimevi, 39).*

*Hayır, istemem, işimiz fazla yorucu ve çok sorumluluk istiyor, çocuğumun daha düzenli bir işte çalışmasını isterim (K9, gelinlik dikimevi, 38).*

Çocuklarımı hem okutup hem de onlara mesleği öğretiyorum ama krizden etkilenmeyen bir işte çalışmalarını isterim tabi. Esnaflık yapmalarını istemem (K23, kuaför, 45).

*Farklı bir alanda üniversite okuyor şimdi çocuğumuz o yüzden ilgili alanda çalışmasını isterim, mesleğini yapmasını isterim (K42, kozmetik mağazası, 41).*

Çocuğum isterse kendi işini kurabilir tabi ama **eğitim** aldığı bir alanda çalışmasını da isterim (K28, simit fırını, 37).

*Önce **eğitim** alırsa tabi. Ama işiyle ilgili bir eğitim alması şart. Ben kendim eğitimle ilgili sıkıntı çektiğim için, mesela şimdi eğitimli olsaydım şu kriz bana hava gelirdi ( K2, kuaför, 45).*

Dolayısıyla kadın girişimciler açısından kendi işini kurmak yeterince eğitim almadığı için ücretli çalışacak bir iş bulamayanların yöneleceği bir alan gibi görülmektedir. Bu anlamda, kendi işinin sahibi olmanın



profesyonel bir meslek sahibi olup ücretli olarak çalışmaktan daha prestijli görülmediği ortaya çıkmaktadır. Toplum tarafından büyük oranda kabul gören ve araştırmaya katılan kadın girişimcilerin de hemfikir olduğu eğitim alarak ücretli çalışmanın kendi hesabına çalışmaktan daha üst bir konuma işaret ettiği görüşü Goldthorpe'un pazar ve iş konumu gibi iki temel öge üzerine tanımladığı sınıfsal konum şemasına da uygunluk göstermektedir. Goldthorpe hazırladığı bu tabloda hizmet sınıfı, orta sınıf ve işçi sınıfı olarak üç temel tabakaya ait 11 konum tanımlamıştır. Bu tanımlamaya göre orta sınıf en üst kategoride kol gücüne dayanmayan işlerde ücretli çalışanlar bir anlamda beyaz yakalılar, ikinci kategoride işverenler, üçüncü kategoride kendi hesabına çalışan ancak yanında işçi çalıştırmayanlar ve son kategoride tarım sektöründe kendi hesabına çalışanlar yer almaktadır. Dolayısıyla, kendi hesabına çalışanlar (işveren olup olmadığına göre farklılık göstermekle birlikte) orta sınıfın çeşitli kademelerinde ancak hizmet sektöründe ücretli çalışanlardan daha alt bir sınıfsal konumda yer almaktadırlar (Giddens, 2012, s. 351).

Kuşaklararası eğitim durumlarını değerlendirmek üzere katılımcıların ebeveynlerinin eğitim durumuna bakıldığında; annelerin % 65, babaların ise % 51 oranında ilkokul mezunu olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte babalar arasında okuryazar olmayan bulunmazken anneler arasında bu oran % 6'dır. Anneler arasında üniversite mezunu bulunmazken babalar arasında bu oran ise % 10'dur. Özetle, babaların annelere göre daha eğitilmiş oldukları buna karşılık babaların eğitim düzeyinden bağımsız olarak ( $X^2=36,023$   $sd=30$   $p=0,207$ ) kadın girişimcilerin de ebeveynlerinden daha eğitilmiş oldukları saptanmıştır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim düzeyi incelendiğinde ise % 7'sinin ilkokul, % 15'inin ortaokul, % 36'sının lise, % 6'sının yüksekokul, % 36'sının üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Kadınların eğitim durumu ile eşlerin eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $X^2=49,620$   $sd=25$   $p=0,002$ ).

Literatürde girişimciliği etkileyen faktörlerden birinin anne ve babanın meslekleri olduğu belirtilmekte ve kendi işinde çalışan girişimci ebeveynlerin çocuklarının da benzer şekilde kendi işlerini kurmaya eğilimli oldukları ileri sürülmektedir (TÜSİAD, 1987, s. 37). Bu durumun, başarıya ihtiyacı, kendini gerçekleştirme isteği gibi bir takım girişimcilik karakteristiklerinin genetik aktarımı olmaktan ziyade, eğitim seviyesi, gelir

düzeyi ve yaşam koşulları gibi nesnel koşulların nesiller boyu aktarımı olduğu düşünülmektedir. Zira katılımcıların annelerinin yüzde 84’ü gibi büyük bir çoğunluğu herhangi bir işte çalışmamaktadır, babaların ise % 51’i ücretli, % 46’sı kendi hesabına çalışmış veya çalışmaktadır. Dolayısıyla kadınların kendi işlerini kurmalarını sağlayan ebeveynlerinden miras kalan bir girişimcilik becerisi değildir. Bununla birlikte Savage ve Egerton’ın (1998) çalışması çocukların ebeveynlerin sınıfsal konumlarından etkilenme düzeylerinde toplumsal cinsiyetin de önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur. Kadınların sosyal hareketlilik anlamında ulaşabilecekleri iş ya da meslek konumu babalarının sınıfsal konumundan daha az etkilenmekte, kadınlar daha çok sahip oldukları yetenekler doğrultusunda aldıkları iyi eğitim sayesinde hareketlilik sağlayabilmektedirler. Çalışmaya katılan kadın girişimciler de bu görüşü destekler şekilde eğitime daha fazla önem atfetmektedirler. Toplumsal hareketlilik ile ilgili çalışmaların çoğu toplumsal konumların ve hareketliliğin nesnel boyutlarına değinirken bir kısım çalışma ise (Blau ve Duncan, 1967; Marshall ve Firth, 1999) kişinin toplumda kendini hangi konuma yerleştirdiğine dair öznel boyutlara odaklanmıştır. Bu anlamda bu çalışma da kadınların sosyo-ekonomik yönden kendilerine hangi sınıfta konumlandıklarına ilişkin öznel görüşlerine yer vermektedir. Katılımcıların yaklaşık % 30’u orta, % 50’si üst-orta, % 14’ü alt-orta, % 3’ü ise en alt gelir düzeyinde olduklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla kadınların büyük çoğunluğunun kendisini orta gelir düzeyinin çeşitli kademelerinde gördüğünü söyleyebiliriz. Bu tablo, kendi hesabına çalışanları orta sınıfın çeşitli kademelerine yerleştiren Goldthorpe’un sınıf şemasına da uygunluk göstermektedir. Bu oranlar kadınların sadece kendi işlerinden kazandıkları gelire ilgilidir. Ancak kadınların sınıfsal konumlarına ilişkin tartışma, kadınların geleneksel olarak ekonomik bakımdan çoğunlukla erkeklere bağımlı oldukları ve işgücü piyasasında daha ez etkin oldukları gerekçeleriyle eşleriyle birlikte aynı sınıf içinde değerlendirilmeleri gerektiği hususunda yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla kadınların sınıfsal konumları eşlerinin konumlarınca belirlenir (Goldthorpe, 1983). Bu anlamda eşlerin gelir düzeyine bakmak anlamlı olacaktır. Katılımcıların gelir düzeyleri ile eşlerinin gelir düzeyleri arasında güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $X^2= 28,861$   $sd=12$   $p= 0,004$ ). Bu veri Goldthorpe’un (1983) hane üyelerinin aynı sınıfsal konumu paylaştıkları ve bu bağlamda kadınların ekonomik statüsünün eşinin gelir kaynağı ile paralellik gösterdiği tezini doğrular niteliktedir. Dolayısıyla kadınların halihazırda sahip oldukları gelir ve statülerini girişimcilik

yoluyla da pekiştirdikleri, girişimcilik yoluyla ekonomik anlamda herhangi bir sıçrama gerçekleştirmedikleri söylenebilir.

Her ne kadar kadınlar sosyo-ekonomik açıdan eşlerine bağımlı gözükseler de, katılımcıların % 81'i işini ana gelir kaynağı olarak görmektedir. Bu durum kadın girişimcilerin, işlerini benimsedikleri ve gelirlerini sadece haneye ek gelir olarak görmeyip ana gelir kaynağı olarak gördüklerini göstermektedir. Öte yandan işini ana gelir kaynağı olarak görmeyip sadece kişisel ihtiyaçları için kullandığını ifade eden katılımcıların olduğunu da söylemek mümkündür.

*“Benimkinin eve hiçbir faydası yok, kendi ihtiyaçlarımı karşılıyorum. Annem, kardeşim yakınımdaykileri destekliyorum genelde ev içinde pek fazla katkısı olmuyor kazancımın” (K2, kuaför, 45).*

Bu cevabı veren kadın girişimci, daha önceden hapisshanede kuaförlük üzerine eğitim verirken yakınlarının desteğiyle kendi işini kurmaya karar vermiştir. Eşi üniversite mezunu ve aylık geliri üst-orta düzeyde olduğu göz önünde bulundurulduğunda eşlerin gelirleri ve kadınların işlerini ana gelir kaynağı olarak görme eğilimi arasındaki ilişkinin incelenmesinin yerinde olacağı düşünülmüştür. Nitekim veriler incelendiğinde işini ana gelir kaynağı olarak görmeyen kadınların % 66'sının eşlerinin üst-orta gelir seviyesinde olduğu görülmüştür. Dolayısıyla eşleri profesyonel meslek dallarında olan yüksek gelirlili kadın girişimcilerin işlerini ana gelir kaynağı olarak görmedikleri söylenebilir. Bunun dışında, Goffee ve Scase'in (1992, s. 188) belirttiği gibi evli ve çocuklu kadın girişimciler, işlerini ailenin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için bir ek gelir kaynağı olarak görme eğilimindedir. Bu açıdan katılımcılar değerlendirildiğinde; çalışmanın bu veriyi doğruladığı, evli kadınların yaklaşık % 20'sinin buna karşılık bekâr kadın girişimcilerin % 11'inin işini ana gelir kaynağı olarak görmediği belirlenmiştir.

### ***Kadınlar Neden Girişimci Olurlar: Girişimcilik Öyküleri***

Kadınların girişimciliğe nasıl karar verdikleri ya da vermek zorunda kaldıkları onların kendi işlerini kurmadan önceki hikayelerinin devamı niteliğinde olduğundan katılımcılara daha önce herhangi bir işte çalışıp çalışmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların % 35'i daha önce herhangi

bir işte çalışmadığını belirtmişlerdir. Daha önce çalıştıklarını belirten kadın girişimcilerden % 50’si şu anda iş sahibi oldukları sektörde ücretli olarak, % 32’si farklı sektörde ücretli olarak, % 9’u başka sektörde kendi hesabına, % 9’u da kamuda çalıştıklarını belirtmişlerdir. Görüldüğü gibi kadın girişimcilerin önemli bir çoğunluğu kendi işlerini kurmadan önce aynı işlerde ücretli olarak çalışmışlardır. Bu anlamda kadınlar ücretli çalışmayı iş kurmak için basamağa dönüştürebilmekte; ücretli çalışma yoluyla sağlanan maddi birikim ve tecrübeler, girişimci olmayı kolaylaştırabilmektedir. Ücreti çalışmadan kendi hesabına çalışmaya geçiş yukarı doğru bir sosyal hareketlilik gibi görünmesine rağmen daha önce ücretli çalışmış olmakla daha yüksek gelir elde etmek arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $X^2=90,839$   $sd=105$   $p=0,836$ ). Kendi işini kurmadan önce aynı sektörde ücretli olarak çalışan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun kuaför oldukları gözlemlenmiştir. Özellikle kuaför olan kadınların iş kurma öykülerinde işi öğrendikten sonra kendi işlerini kurma istekleri ön plana çıkmaktadır. Ücretli olarak çalışıp yeterince tecrübe kazanan kadın girişimciler hazır olduklarında kendi işlerini kurmuşlardır. Ancak bu durumun ortaya çıkmasında kuaförlüğün düşük bir başlangıç sermayesi ile başlatılabildiğinin de etkisi büyüktür. Ancak bunun yanında başka sektörlerde de benzer eğilimler olduğu görülmüştür.

*“...10 yıl başkasının yanından yine aynı sektörde çalışıyordum, yeterince tecrübe kazandığıma inanınca kendi işimi kurmaya karar verdim. İmkânlar bir araya geldi, bir şekilde girdik bu işe. Sermaye de zaten başkasının yanında çalışırken elde kazandıklarım...” (K9, gelinlik dikimevi, 38).*

Çeşitli alanlarda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin birbirinden farklı girişimcilik hikâyeleri bulunmaktadır. Kadınların faaliyet gösterdikleri iş kollarına bakıldığında kuaförlük, terziilik ve yemek sektörüyle ilgili işler ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında az sayıda da olsa tuhafiyecilik, çiçek evi, hediyelik eşya, ayakkabı, kozmetik, oyuncak, temizlik ürünleri, sağlık ürünleri ve iletişim alanlarında faaliyet gösteren kadın girişimciler de bulunmaktadır. Oransal olarak bakıldığında çalışmaya katılan kadın girişimcilerin % 26’sının kuaförlük yaptığı, % 22’sinin terzi-modacı evi işlettikleri, % 17’sinin ise yemek sektöründe faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir.

Kadın girişimcilerin kendi işlerini kurma nedenleri oldukça çeşitli

olmakla birlikte öne çıkan başlıklar; tesadüfler, hayalleri gerçekleştirme isteği, alınan eğitimin değerlendirilmek istenmesi, bağımsız çalışma isteği, maddi sıkıntılar, ücretli çalışmadan kaynaklanan iş tatminsizliği ve emeklilik sonrası yeni bir iş, uğraş edinme isteği olarak sıralanabilir. Tesadüfler, literatürde kadınları girişimciliğe iten ya da çeken bir faktör olarak değerlendirilmezken, ilginçtir ki bu çalışmada tesadüfler kadınların girişimci olmasına etkileyen faktörlerin sıkça telaffuz edilenlerinden biridir. Dolayısıyla kadınların kendi işlerini kurmalarının plan ve programdan öte karşlarına çıkan fırsatlar olarak gördükleri söylenebilir.

*Nasıl karar verdim, tamamen tesadüf. Arkadaşa yardım etmek için gittim, kendimi bu işe yakın olduğumu gördüm. Orada çalıştım altı ay kadar baktım ki iyi yapıyorum hatta ondan iyi yapıyorum. Kafeyi elinden aldım zaten. Böylece girmiş olduk işin içine (K1, kahvaltı salonu, 41).*

*Tesadüf, aslında tekstil işine girmek istiyordum. Evde atölyemiz vardı ablamla birlikte... Tesadüf sonucu şu anda yaptığım doğal kozmetik ürünlerinin dağıtıcısıyla tanıştık eşimle birlikte... Böylece başlamış olduk, yani aslında burası eşimin hayalimdi (K42, kozmetik mağazası, 41).*

Literatürde kadınları girişimci olmaya yönelten faktörler itici ve çekici faktörler olmak üzere ikiye ayrılır. Bu ayrıma göre itici faktörler; ekonomik zorunluluk, kabul edilemez çalışma koşulları, kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ücret farklılığı, gelir eşitsizliği, cam tavan sendromu (kadınların yönetici pozisyonlara erişimini engellemeye yönelik görünmez yapay engeller), ücretli çalışmada yaşanan hayal kırıklıkları gibi nedenlerdir. Ancak esas olarak dünyadaki kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörün gelir elde etme gereksinimi olduğu söylenebilir. Zira dünyanın neredeyse her yerinde kadınlar ekonomik olarak dezavantajlı konumdadır. Kadınları girişimciliğe çeken faktörler ise; bağımsızlık, başarı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kendi patronu olma ve kendi hayatını kontrol etme arzusu, pazar fırsatı, hırs, deneyim, bir faaliyet alanına duyulan ilgi, sosyal hedefler, esnek çalışma saatlerine duyulan ihtiyaç, kendisi veya ailesi için daha fazla mali bağımsızlık ve gelir elde etme arzusu, kişisel gelişim ve işten tatmin olma arzusu gibi nedenlerdir. Gelişmiş ülkelerde kadınları girişimciliğe yönlendiren daha çok çeken faktörler iken, gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliğe yönlendirenin daha çok iten faktörler olduğu görülmektedir (Keskin, 2014, s. 74-75). Bu çalışmada öne çıkan itme

faktörlerinin başında geçim sıkıntısı ve maddi zorluklar gelmektedir.

*Evde dikiş dikiyordum ama yetmiyordu. Geçim sıkıntısı vardı, maddi olanaklar yetersiz olduğundan elde ne var ne yoksa satıp dükkanı açmaya karar verdik (K21, terzi, 55).*

*6 yıl ara ara çalıştım sürekli çalışmadım, eşim de esnafta, eşimin işleri bozulunca aynı dükkana ben bu işi kurdum. Şimdi bununla geçinmeye çalışıyoruz (K27, gelinlik dikimevi, 39).*

*... Avrupa’dan döndüm, yalnızdım, çocuklarım vardı. Onlara bakmak zorundaydım, kimseden en ufak bir destek almadan. Daha önceden de bu alanda çalıştığımndan bu alanda tecrübem vardı, bu işe girmek zorundaydım (K57, güzellik salonu, 57).*

Çalışmada çekme faktörlerinin öne çıkanı ise ücretli çalışmanın verdiği tatminsizlik ve bağımsız çalışma isteğidir.

*Ben muhasebe bölümünden mezunun onunla ilgili bir iş yapıyordum, bir süre sonra işimden memnun olmadığımı fark ettim. Beni mutlu etmiyordu artık. Ben meraklıyım bir de böyle otantik eşyalara, böyle bir iş yapsam nasıl olur diye düşündüm. Araştırdım, baktım nasıl olur diye, sonrası açtık işte burayı bir şekilde (K29, hediyeelik eşya mağazası, 45).*

*Eğitimimle alakalı bir sigorta şirketinde çalışıyordum. Dışarıda kadın olarak çalışan olmak yıpratıcı. Şirket içinde bir problemim yoktu. Sigorta işini sevmedim bir de, aslında işimde başarılıydım ama kişiliğime uygun değildi tatmin etmiyordu beni. Bir de çocuklarım mutsuzdu dışarıda çalıştığım için yeterince ilgilenemiyordum onlarla, işimden ayrıldım. Kızım cafe açalım dedi, burası zaten eşimin ailesinden kalma konaktı. Bir de buralarda yeni projeler yapılıyor, turistik merkezler haline geliyor. Kira falan da vermeyeceğimiz için bu fikir aklımıza yattı burayı açmaya karar verdik” (K45, kafe, 38).*

Çekme faktörleri doğrultusunda girişimciliği seçen kadın girişimcilerin yükseköğrenim görmüş, görece statüsü yüksek ücretli işlerde çalışmış ancak iş tatminsizliği nedeniyle kendi işlerini kurmaya karar vermiş oldukları görülmüştür. Son bir kategori emekli olduktan sonra kendi

işini kurmaya karar veren kadın girişimcilerdir. Bu kategoride de yüksek eğitilmiş, çoğunlukla kamuda çalışmış ve emekli olduktan sonra vakit geçirmek için kendi işlerini kurmaya karar vermiş az sayıda kadın girişimci yer almaktadır. Dolayısıyla kadınların buldukları toplumsal konum ve statülerinin girişimcilik öykülerini de yakından etkilediğini söyleyebiliriz. Bu anlamda daha önce değinilen zorunlu girişimcilik/fırsatçı girişimcilik bağlamında bir değerlendirme yapılacak olursa itme faktörlerinin, düşük eğitim seviyesinde ve alt sınıflardan kadınları zorunlu girişimciliğe iterken, çekme faktörlerinin ise yüksek eğitilmiş ve orta/üst sınıflardan kadınları girişimciliğe yöneltmekte olduğu görülmektedir. Kadınların eğitim seviyesi, girişimciliği tercih etme sebeplerini etkilemektedir. Eğitim düzeyi yüksek kadın girişimciler için iş kurma aşamasında bağımsız olma, kendini gerçekleştirme, iş tatminsizliği gibi bireysel faktörler ön plana çıkmaktadır.

### ***İş Yaşamı ve Sorunlar***

Kadın girişimci tanımından hareketle, kadınların girişimci sayılabilmelerinin şartlarından biri bizzat işyerinin sahibi olmaları ve işletmede söz sahibi olmalarıdır. Bu anlamda katılımcıların % 78'si işletmenin tek sahibi olduğu söylerken % 22'sinin ortağı bulunmaktadır. Ancak eşiyile birlikte iş kurmuş olan kadın girişimciler eşini ortağı olarak görmeme eğilimindedir. Bunun dışında özel hayatta arkadaşı olan insanlarla ortak olmuş kadın girişimciler çoğunlukta. Kimi katılımcılar ise daha önceden tanıdığı ortağı sayesinde iş kurmaya karar verdiğini belirtmektedir. Yani kadınların sosyal ilişkileri onları girişimci yapmaya iten nedenlerden biri olarak görülebilir.

Katılımcıların % 33'ü işyerinde işçi çalıştırmadığını tek başına çalıştığını ifade etmiştir. Eleman çalıştırdığını belirten kadın girişimcilerin eleman sayısı ise 1 ile 7 arasında değişmektedir. Kadın girişimciler, yanlarında çalışan aile fertlerini eleman olarak görmemekle birlikte aslında bu sayı azımsanmayacak kadar fazladır. Kutanis'in (2006, s. 75) belirttiği gibi kadın girişimciler faaliyetlerin yürütülmesi aşamasında birlikte çalışabilecekleri, güvenebilecekleri kişileri istihdam etmektedirler. Yapılan çalışmalar kadınların sahibi olduğu işlerin yeni oluşumlar olduğunu bu nedenle çok az sayıda ya da hiç eleman çalıştırmadıklarını ortaya koymaktadır (Goffee ve Scase, 1992, s. 33). Diğer yandan daha önce söz edilen zorunlu/fırsatçı girişimci kategorileri de bu ayırım üzerinden şekillenmektedir.



Goldthorpe’un yaptığı tabakalandırma sistemi de benzer bir ayrıma işaret etmekte, işverenleri kendi hesabına çalışanlardan daha üst bir kategoriye yerleştirmektedir. Ancak çalışmamız böyle bir ayrımı doğrulamamakta, kendi hesabına çalışanların işverenlerden daha az kazandıklarına dair bir ipucu sağlamamaktadır.

Kadın girişimciler hem işlerini kurma hem de yürütme aşamalarında kaçınılmaz olarak bir takım problemlerle karşı karşıya kalmaktadırlar. Güney (2008, s. 252), yapılan çalışmalarda kadın girişimcilerin sıklıkla karşılaştıkları problemleri; sermaye temini, işyeri arama ve kiralama, mal temini, donanım, araç-gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler, acemilik, yalnızlık, işi organize edememe ve toplumun iş kadınına alışkın olmaması şeklinde sıralamaktadır. Bu çalışmada da benzer sonuçların ortaya çıktığı görülmektedir. Çalışmada katılımcıların % 65’i iş kurma aşamasında sorunlarla karşılaştığını belirtirken, % 35’lik bir kesim sorun yaşamadığını ifade etmiştir.

**Tablo 1.** Kadın Girişimcilerin İş Kurma Aşamasında Karşılaştıkları Sorunlar

Sorun	N*	Oran (%)
Sermaye temini	16	25
Bürokratik işlemler	10	16
Deneyimsizlik	13	21
Uygun yer seçimi	5	8
Uygun eleman seçimi	6	9,5
Uygun materyal seçimi	3	5
Pazarda tanınmamış olmak	8	13
Aile ile ilgili sorunlar	5	8
Kadın olmakla ilgili sorunlar	6	9,5

Sermaye temini kadın girişimcilerin sıklıkla karşılaştıkları sorunların başında gelmektedir. Güney (2008, s. 253), kadın girişimcilerin karşılaştıkları problemlerden önde geleninin finansal kaynaklı problemler olduğunu söyleyerek bu durumun iki sebebi olduğunu öne sürmektedir: birincisi kadınların finansal güvenilirliklerini belgeleyecek finansal kaynaklara sahip olmamaları nedeniyle borç veren kuruluşlarla zorluklar

yaşamaları, ikinci olarak ise kadın girişimcilerin finans konusunda yeterli tecrübesinin olmamasıdır. Bu bağlamda, katılımcıların % 41'i kuruluş sermayesini kendi birikiminden, % 35'i ailesinden, yüzde 13'ü ise eşinden sağladığını belirtmiştir. Geri kalanların % 3'ü sermayesini banka kredisinden<sup>1</sup>, % 3'ü diğer kredilerden ve son olarak diğer % 3'lük oran ise sermayesini üçüncü kişilere borçlanarak sağladıklarını belirtmiştir. Kadın girişimciler kurumsal kaynaklı krediler kullanmak yerine, genellikle kendi öz kaynakları ve aileleri ile eşlerinden aldıkları yardımlar aracılığıyla işlerini kurmuşlardır. Sonuç olarak kadınlar sermaye temini için eşlerine, babalarına ya da tanıdıklarına başvurmak durumunda kalmakta ve kendi işlerinin sahibi olsalar bile erkeklere olan bağımlılıklarından kurtulamamaktadırlar.

Bu noktada kadın girişimcilere verilen destekler önem kazanmaktadır. Ancak örneklemedekilerin % 44 gibi önemli bir bölümünün destekleme projelerinden haberdar olmadığı, haberdar olanların da % 80'inin herhangi bir destekten faydalanmadığı belirlenmiştir. Görüldüğü gibi kadın girişimciler desteklerden yeterince faydalanamamaktadırlar. Yararlanılan destekler arasında en çok adı geçenler Mikrokredi<sup>2</sup>, KOSGEB'in vermiş olduğu krediler ve banka kredileridir. Destekler yeterli olmamakla birlikte destekler hakkında yeterince bilgilendirme de yapılmamaktadır. Destekleme noktasında araştırmamızın başlangıç noktalarından olan Avrupa Birliği destekli Kadın Girişimcileri Destekleme Projesi örnek çalışmalarından biridir. Ancak sözü edilen proje kapsamında verilen eğitime 200 kadın katılmış olmakla birlikte bu kadınlar arasında kendi işini kurmuş kadın girişimci sayısı yalnızca 7'dir. Görüşmecilerden projeyi değerlendirmeleri istendiğinde projenin devamlılık içermediği, eğitimden sonra kadınların desteksiz bırakıldığı yönünde eleştirilerini dile getirmişlerdir. Özetle, halihazırda alt gelir grubunda olan bir kadının

<sup>1</sup> Banka kredisi aldığını özellikle belirten tek kadın girişimci görüşmeye katılanlar arasında en yüksek gelire sahip ve yaklaşık 20 yıldır aynı sektörde hizmet veren bir kadın girişimcidir (K Dolayısıyla sermayeye erişimde de mevcut ekonomik ve sosyal konumun oldukça etkili olduğu söylenebilir. Zira, ilk defa işini kuracak ve herhangi bir finans kaynağı olmayan bir kadının banka kredisine ulaşması oldukça güçtür.

<sup>2</sup> 1970'lerde Bangladeş'te daha sonrasında Grameen Vakfı aracılığıyla başka ülkelerde de yürürlüğe giren bir uygulamadır. Esas olarak, gerekli teminatları gösteremedikleri için normal kredi olanaklarına ulaşmaları mümkün olmayan kişilere kredi sağlamayı ve bu kişilerin kendi işlerini kurmalarına destek olmayı amaçlamaktadır (Buğra 2007).

girişimci olabilmek için, var olan destek mekanizmalarından faydalanarak gerekli sermayeye erişebilmesi oldukça zor görünmektedir.

Kadın girişimciler sadece kuruluş aşamasında değil, işin yürütülmesi aşamasında da çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Katılımcıların % 21’i işlerini yürütürken herhangi bir sorunla karşılaşmadığını ifade ederken, geri kalan % 79’luk kesim çeşitli problemlerin varlığından söz etmiştir. Kadın girişimcilerin işlerini yürütürken en sık karşılaştıkları problemlerin başında pazarın durgun oluşu, borç ve vergi ödemeleri gelmektedir. Dolayısıyla işin kurulma aşamasında olduğu gibi yürütülmesinde de önde gelen sorunlar ekonomik kaynaklıdır ve çalışmaya katılan kadın girişimci profili göz önüne alındığında alt ve orta gelir grubuna dâhil olan kadınlar için girişimciliğin bir ekonomik sıçrama tahtası olmadığı görülmektedir.

Girişimcilik, halen özellikle Türkiye gibi “gelişmekte olan ülkelerde” kadınların çalışma yaşamına katılmasını engelleyen birçok problemin çözümlenmesinde etkin bir yol ve ayrıca kadınların işgücüne katılımlarının önündeki kültürel engelleri daha rahat aştıkları bir çalışma biçimi olarak görülmektedir. Bu bağlamda araştırmamıza katılan kadın girişimcilerin girişimciliği nasıl konumlandıkları kendi işinin sahibi olmanın avantajları ve dezavantajları bağlamında değerlendirilecektir. Görüşmelere katılan kadınların bir kısmı kendi işini kurmadan önce ücretli işlerde çalıştıkları için bu iki çalışma biçimini karşılaştırmışlar ve konuya yeni bir bakış açısı getirmişlerdir. Kadınlar için girişimcilik faaliyeti birtakım avantajlar sunmaktadır. Ancak girişimci olma kararıyla alınan risk ve üstlenilen sorumluluklar, ücretli çalışma koşullarına oranla oldukça ağırdır. Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimciler, maddi özgürlük, bağımsızlık, kendine güven, sosyal statü, başarıma duygusu, ev bütçesine katkıda bulunma, rahat yaşama standartlarına ulaşma ve başkalarına istihdam olanağı sağlamayı girişimci olmanın avantajları olarak değerlendirmektedirler. Tablo 1’de de görülebileceği gibi girişimci kadınlar kendi hesabına çalışmanın önemli bir maddi özgürlük ve bağımsızlık alanı yarattığını vurgulamışlardır.

## **Tablo 2.** Kadın Girişimciliğinin Avantajları

Avantaj	n	Oran (%)
Evin bütçesine katkıda bulunmak	13	21
Maddi özgürlük	24	38
Bağımsızlık	31	49
Rahat yaşama standartlarına ulaşma	6	10
Kendine güven	17	27
Sosyal statü	9	14
Başkalarına istihdam olanağı sağlama	8	13
Başarma duygusu	21	33
Herhangi iyi bir yanı yok	6	10

\*Katılımcılar birden fazla seçeneği seçebilmişlerdir.

Maddi özgürlük ve bağımsızlık seçeneklerinden sonra girişimciliğin en çok kabul gören avantajları başarıma duygusu ve kendine güven duyma özellikleri kazandırmasıdır. Başarıma duygusu özellikle sosyal hayata yeterince entegre olamayan kadınların ilk kez toplum tarafından kabul görmesi sonucunda yaşadıkları hazzı açıklamaktadır. Ayrıca yaşanan bu süreç, kadınların kendilerine olan güvenlerinin artmasına da neden olabilmektedir. Kadınlar, sosyal statü edinmede girişimciliğin önemli bir katkı sağladığını düşünmektedir. Kadınlar hem kendi kazançlarını sağlayarak başkalarına olan bağımlılıklarını azaltmada, hem de kendilerine kariyer sağlama aracı olarak girişimciliği avantajlı bulmaktadır. Ancak diğer taraftan katılımcıların % 10'unun girişimciliğinin herhangi bir iyi tarafı olmadığını ifade etmesi de dikkat çekicidir. Kadınların gelirleri ile girişimciliğin herhangi iyi bir yanı olmadığı düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ( $X^2=11,968$  ds=5 p=0,035). Dolayısıyla alt gelir grubunda bulunan "zorunlu girişimciler" açısından girişimcilik avantajlı bir alan değildir. Girişimciliğin sosyal statü sağladığını düşünen kadın girişimcilerin de yoğun olarak üst gelir grubunda olduğu belirlenmiştir ( $X^2= 16,225$  sd=5 p=0,006). Özetle eğitilmiş, üst gelir grubuna mensup fırsatları değerlendiren girişimciler tarafından girişimcilik sosyal statü, kendine güven, başarıma duygusu gibi avantajları nedeniyle seçilirken, alt gelir grubundaki zorunlu girişimciler evin bütçesine katkıda bulunmak gibi motivasyonlarla girişimlerde bulunmaktadır.

Bütün bu avantajlarına rağmen kadın girişimci olmanın bazı dezavantajları

olması da kaçınılmazdır. Örneklemdekilerin % 76’sı girişimci olmanın dezavantajları olduğu görüşündedir. Kadınlar için girişimci olmanın en büyük dezavantajı, aile içi sorumluluklar ve cinsiyet rollerine ilişkin algılarla bağlantılıdır. Kadınların önemli bir kısmı, eşine ve çocuklarına zaman ayıramadığından yakınmaktadır.

## **Sonuç**

Çalışmanın başında değinilen girişimciliğin ve kadın girişimcinin tanımlanmasına ilişkin yaşanan problem, yapılan çalışmaların seyrini etkileyen bir unsurdur. Bu bağlamda konunun tek tip ve homojen bir kadın girişimci varsayımından hareketle ele alınmasının ortaya çıkaracağı sorunlar açıktır. Kadın girişimciye ilişkin yapılan tanımlamanın içeriğine göre yapılacak çalışmanın, ortaya konulan sorunların ve çözüm önerilerinin de farklılık arz etmesi muhtemeldir. Zira bu çalışma, çoğunlukla girişimciliği yaşam ve geçim stratejisi olarak gören, herhangi mesleki bir eğitim almamış, hizmet sektöründe veya küçük üreticilik alanlarında faaliyet gösteren kadınlar arasında yapılmış olsa da içerdiği kadın girişimci profili eğitim seviyesi, gelir düzeyi, sosyal statü, kurulan işin muhtevası, karşılaşılan zorluklar vs. açısından farklılık göstermektedir. Bu anlamda Castellani ve Lora’nın (2014) ortaya koyduğu “zorunlu girişimcilik” ve “fırsat girişimciliği” ayrımı anlamlı gözükmektedir. Eğitim düzeyi düşük, daha önce piyasada iş deneyimi olmayan, alt gelir grubundan kadınların hayata tutunabilmek amacıyla deneyimledikleri girişimcilik faaliyeti ile görece yüksek eğitilmiş, deneyimli, orta gelir grubundaki kadınların açık gördükleri alanlarda fırsatları değerlendirerek hayata geçirdikleri iş fikirleri kaçınılmaz olarak birbirinden farklılık göstermektedir. Çalışmanın verilerinden yola çıkarak kadınların; tüm girişimcilik etkinliği sırasında yaşadıkları deneyimlerin mevcut sosyo-ekonomik statüleriyle doğrudan ilişkili olduğunu, halihazırda sahip oldukları gelir düzeyi ve toplumsal statüleri girişimcilik yoluyla pekiştirdiklerini söylemek mümkündür. Dolayısıyla ister zorunlu ister fırsatçı girişimci olsun her iki grup için de ortak olan, girişimciliğin mevcut statülerinde ciddi bir farklılık yaratmamasıdır. Birinci gruptaki kadınlar girişimciliği, eğitim düzeyi düşük, emek piyasasında ücretli bir iş bulmaya muktedir olmayan insanların girdiği bir maddi zorunluluk olarak görürken, ikinci gruptakiler için girişimcilik büyük oranda kişisel bağımsızlık, sosyal statü, kendine güvenle ilişkilendirilmektedir. Böyle bir ayrıma rağmen her iki grubu da

kapsar biçimde, kadınlar bu süreçte mali, teknik ve profesyonel hizmetler için başkalarına, özellikle de erkeklere bağlı hale gelebilmektedirler (Goffee ve Scase, 1992, s. 61). Yapılan görüşmeler kadın girişimcilerin iş kurma ya da yürütme aşamasında karşılaşılan problemlerle başa çıkmada ilk başvurdukları kişilerin eşleri ya da ailenin erkek üyeleri olduğunu göstermektedir. Bu durumda; kendi işinin sahibi olmanın, kadına işle ilgili gerçek anlamda bir özerklik sağlayıp sağlamadığı sorusu akla gelmektedir. Bu nedenle kadınlara böylesi bir özerkliğin sağlanabilmesi için ihtiyaçlara uygun şekilde verilecek olan destekler önem taşımaktadır. Ancak ülkemizde kadın istihdamına yönelik bütünsel bir politika olmadığı gibi kadın girişimciliği konusunda da bir politikadan söz etmek mümkün değildir. Türkiye örneğinde kadın girişimcileri destekleme politikaları birbirinden bağımsız ve bölgesel özellikler göstermektedir. Kadın girişimciliğinin sürekli gündemde kalması ve çok sayıda birbirinden bağımsız ufak çaplı projenin aynı anda yürütülmesi Ecevit'in de (2007, s. 40) belirttiği gibi bir aktiflik görüntüsü oluşturmaktadır. Ancak, Türkiye'de kadın girişimciliğinin desteklenmesi alanı bütünsel bir alan değil, birbirinden bağımsız pratiklerin egemen olduğu bir program/proje uygulama alanı olarak görülmektedir. Araştırmada sözü edilen Kadın Girişimcileri Destekleme Projesi'nden yola çıkılarak, projelerin eksik tarafları değerlendirildiğinde, projelerin sadece girişimcilik eğitimi üzerine odaklandıkları, kadınları kendi işlerini kurma konusunda doğrudan desteklemedikleri, iş kurma ve geliştirme aşamasına odaklanıp işin devamlılığını sağlama konusuna yeterince önem vermedikleri bu bağlamda izleme ve değerlendirme faaliyetlerini ihmal ettikleri, kadınları tek tip ve benzer girişimcilik faaliyetlerine yönlendirerek belli alanlarda yığılma olmasına neden oldukları görülmüştür. Bu nedenle destekleme projeleri yapılırken kadın girişimcileri homojen bir grup olarak değerlendirmek yerine, hedef grubunda bulunan kadınların iyi şekilde analiz edilmesi ve bu analizler doğrultusunda ihtiyaçlarının karşılanması önem arz etmektedir. Özellikle alt gelir grubunda bulunan ve hayata tutunabilmek amacıyla kendi işini kurmak zorunda olan kadınlar için geliştirilecek projelerin sözde projeler olmaktan çıkarak gerçekçi çözümler üretmesi elzemdir.

## KAYNAKÇA

Birch, D. G.W. (1979). The job generation process, MIT program on neighborhood and regional change, Cambridge.

Blau, P. M ve Duncan, D. O. (1967). The American occupational structure, New York: John Wiley & Sons.

Buğra, A. (2007). Yoksullukla mücadele yönetimi olarak mikrokredi: acıklı bir hikâye. <http://www.spf.boun.edu.tr/docs/SPFBulten-No2-Ocak07.pdf> adresinden 17.10.2015 tarihinde edinilmiştir.

Castellani, F. ve Lora, E. (2014). Is Entrepreneurship a channel of social mobility in Latin America? *Latin American Journal of Economics*, 51(2), 179-194.

Demircioğlu, Z. (2010). *Eskişehir’de kadın girişimciliği üzerine sosyolojik bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Döm, S. (2006). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ecevit, Y. (1993). Kentsel üretim sürecinde kadın emeğinin konumu ve değişen biçimleri. Ş. Tekeli (Ed.), *1980’ler Türkiye’sinde kadın bakış açısından kadınlar* içinde (s. 117-128). İstanbul: İletişim Yayınları.

Ecevit, Y. (2007). *Türkiye’de kadın girişimciliğine eleştirel bir yaklaşım*. [http://staging.ilo.org/public/libdoc/ilo/2007/107B09\\_140\\_turk.pdf](http://staging.ilo.org/public/libdoc/ilo/2007/107B09_140_turk.pdf) adresinden 23.01.2009 tarihinde edinilmiştir. Ankara: Uluslararası Çalışma Örgütü yayınları.

Gandelman, N. ve Robano, V. (2014). Intragenerational mobility and entrepreneurship in Uruguay. *Latin American Journal of Economics*, 51(2), 195-226.

Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. ( E. Rızvanoğlu, Çev.) İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Goffee, R. Ve Scase, R. (1992). *Kadınlar iş başında: kadın girişimcilerin deneyimleri*. İstanbul: Eti Kitapları.

Goldthorpe, J. (1983). Women and class analysis: in defence of the conventional view. *Sociology*, 17(4), 465-488.

Güney, S. (2008). *Girişimcilik: temel kavramlar ve bazı güncel konular*(3. Baskı).Ankara: Siyasal Kitabevi.

Hatten, T. S. (1997). *Small business: entrepreneurship and beyond*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.



- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship* (4. Baskı). Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 71-94.
- Kızılkaya, E. (2005). Joseph A. Schumpeter’in girişimcilik fikrine dair bir not. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (10), 26-45.
- Landström, H. (2005). *Pioneers in entrepreneurship and small business research*. New York, N.Y.: Springer.
- Marshall, G. ve Firth, D. (1999). Social mobility and personal satisfaction: evidence from ten countries. *The British Journal of Sociology*, 50(1), 1-27.
- Özar, Ş. (2005). *Gap Bölgesi’nde kadın girişimciliği*. Ankara: GAP- GİDEM.
- Özen Kutanis, R. (2006). *Girişimci kadınlar*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Savage, M. ve Egerton, M. (1998). Social mobility, individual ability and the inheritance of class inequality. *Sociology*, 31(4), 645-672.
- Schumacher, E. F. (2010). *Küçük güzeldir* (5. Baskı) (O. Ç. Deniztekin, Çev.). İstanbul: Varlık.
- Soysal, A. (2010). Türkiye’de kadın girişimciler: engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 65(1), 83-114.
- Topkaya, Ö. (2013). Tarihsel süreçte girişimcilik teorisi: girişimciliğin ekonomik büyüme ve istihdam boyutu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 29-54.
- TÜSİAD. (1987). *Türkiye’de girişimcilik ile ilgili sorunlar ve çözümler*. İstanbul.
- Ufuk H. ve Özgen Ö. (2001). The profile of women entrepreneurs: a sample of Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, 25(4), 299-308.
- Yetim, N. (2002). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(1), 79-92.

**Ek: Katılımcılara İlişkin Bilgiler**

<b>Katılımcı Kod</b>	<b>Faaliyet Alanı</b>	<b>Yaş</b>	<b>Eğitim</b>	<b>Gelir</b>	<b>Medeni durum</b>
K1	Kahvaltı salonu	41	Lise	Orta	Evli
K2	Kuaför	45	Ortaokul	Üst-orta	Evli
K9	Gelinlik dikim evi	38	Meslek lisesi	Orta	Bekar
K21	Terzi	55	Lise	Alt	Dul
K23	Kuaför	45	İlkokul	Orta	Evli
K27	Gelinlik dikim evi	39	Ortaokul	Alt	Evli
K28	Simit fırını	37	Lise	Alt-orta	Bekar
K29	Hediyelik eşya mağazası	45	Üniversite	Orta	Bekar
K37	iek evi	54	Yüksekokul	Orta	Evli
K42	Kozmetik mağazası	41	Yüksekokul	Üst-orta	Evli
K45	Kafe	38	Üniversite	Üst-orta	Evli
K57	Güzellik merkezi	50	Lise	Üst-orta	Boşanmış