

KIRSAL ALANDAKİ KADINLARIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mehmet MARANGOZ²

Gülay HIZ³

Ali Emre AYDIN⁴

ÖZET

Kadınların ekonomik özgürlük kazanmaları, toplumda rollerinin çeşitlenmesi ve statülerinin yükselmesi sürecinde girişimcilik önemli bir role sahiptir. Kadınların çalışma hayatına katılması sürecinde yalnızca kadın istihdamı değil kadın girişimciliği de önemli bir alternatif olarak görülmektedir. Ülkemizin demografik ve ekonomik yapısı incelendiğinde, kırsal alanda yaşayan nüfus, tarım ve hayvancılık faaliyetleri göz ardı edilemeyecek büyüklüktedir. Bu karakteristik özellikler, kırsal alanda ve kırsal kalkınmada kadın girişimciliği konusunun önemini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda çalışma, Muğla ili kırsalında kadınların girişimcilik eğilimlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda yapılan anket çalışması sonucu kadınların girişimcilik eğilimi alt boyutlarından kendine güvenlerinin yüksek olduğu, yaratıcılık ile ilgili ifadelerle katılım oranlarının ise düşük olduğu görülmüştür. Kadınların büyük çoğunluğunun iş fikrine sahip olmaları ve genel olarak girişimcilik eğilimi alt boyutlarına vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda kadınların girişimcilik eğilimine sahip olduğu ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler:Kadın, Kırsal, Kırsal Kalkınma, Girişimcilik, Eğilim

A RESEARCH ON WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP TENDENCY IN RURAL AREAS

ABSTRACT

Entrepreneurship plays a fundamental role for women to become financially independent, diversify their social roles and reach higher status in society. In this context, not only women employment but also women entrepreneurship is considered as an alternative in women's working life. When examined demographic and economic structure of our country, the rural population, agriculture and livestock activities is quite large. These characteristic features reveals the significance of women entrepreneurship in rural areas and rural development.

This study aims to identify women's entrepreneurship tendency in rural areas of Muğla. In line with this purpose a questionnaire conducted. According the findings, related to sub-dimension of entrepreneurship tendency, women's self-confidence is high but creativity is relatively low. Majority of women have a business idea and in general, according to the answers they provided it can be stated that women have entrepreneurship tendency.

Key Words: Women, Rural, Rural Development Entrepreneurship, Tendency

بحث حول اتجاه مبادرات المرأة في المناطق الريفية

Mehmet MARANGOZ⁵

Gülay HIZ⁶

² Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, mehmetmarangoz@mu.edu.tr

³ Yrd. Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, hgulay@mu.edu.tr

⁴ Araş. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, aliemreaydin@mu.edu.tr

⁵ Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, mehmetmarangoz@mu.edu.tr

⁶ Yrd. Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, hgulay@mu.edu.tr

Ali Emre AYDIN

الملخص:

ينبغي أن تكتسب المرأة الحرية الاقتصادية , حيث أن للمبادرات دور مهم في تنوع أدوارها في المجتمع ومرحلة رفع مكانتها. ان مرحلة اشراك المرأة في حياة العمل ولكن ليس فقط استخدام المرأة حيث تظهر المبادرات بأنها بديل مهم. عند دراسة التركيبة السكانية و الاقتصادية لبلدنا, فان عدد السكان الذين يقطن الأرياف يلاحظ زيادة في نشاطات و فعاليات الزراعة و التربية الحوانية التي لا يمكن تجاهلها. و بخصوص فان هذه الخاصية تظهر المرأة أهميتها في موضوع مبادرات المرأة في مناطق الريف وقضايا التنمية الريفية.

ان العمل في هذا السياق يهدف الى تبيان اتجاهات المبادرات للنساء في المناطق الريفية لمحافظة موغلا. في النتيجة الاحصائية المعمولة لهذا الغرض تظهر الثقة العالية للمرأة في المستويات الأولى في اتجاهات المبادرات للمرأة, وانخفاض نسبة المشاركة التي تتعلق في التعبير عن الابداع. ان الغالبية العظمى من النساء لديها أفكار تخص العمل ومن خلال الأجوبة التي أعطونا اياها في اتجاه المستويات الأولى لاتجاهات المبادرات بشكل عام, بإمكاننا أن نقول بأن النساء هم أصحاب ميل للمبادرات.

الكلمات المفتاحية: المرأة, التنمية الريفية, المبادرات, الميل

GİRİŞ

Üretim faktörleri içerisinde yer alan ve ülkenin sosyo-ekonomik yapısının gelişmesinde ve kalkınmasında önemli bir rol oynayan girişimcilik yerelden bölgeye her geçen gün daha önemli bir rol üstlenmeye başlamıştır.

Küresel bir dönemin yaşandığı günümüzde bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, toplumların yapısını da hızla değiştirirken girişimciliğe bakış açısını farklılaştırmakta ve girişimciliğin önemini belirginleştirmektedir. Disiplinler arası bir çalışma alanı olan girişimcilik; sosyal, demografik, ekonomik, kültürel, psikolojik vb. faktörlerin karşılıklı etkilediği bir alan olarak da daha önemli bir görünüm kazanmıştır. İktisadi kalkınma, istihdam ciddi katkılarda bulunma, sosyal ve toplumsal gelişmede öncü rol üstlenme gibi birçok anlam atfedilen girişimciler, toplumsal cinsiyet yaklaşımı içerisinde "kadın girişimciler" olarak da günümüzde artık kendilerine varlık alanı bulmuşlardır.

Özellikle kırsal alanda kadınların çalışma hayatına katılması ve girişimciliği kendilerine bir kariyer alternatifi olarak değerlendirmeleri, hem kadınların sosyal ve ekonomik hayatlarına hem de ülkenin kalkınmasına katkı sağlayabilecektir. Bu bağlamda kırsaldaki kadınların girişimcilik özelliklerine sahip olup olmadıklarının ve girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi önemli bir konudur.

Bu bağlamda çalışmada girişimcilik ve girişimcilik eğilimi ile kırsal alan kavramının kapsamı incelenmekte, kırsal alanda kadın girişimciliği ile ilgili bilgiler verilmekte ve son olarak Muğla ili kırsalında yaşayan kadınların girişimcilik eğilimini tespit etmeye yönelik yapılan anket çalışmasının analiz ve sonuçlarına yer verilmekte ve değerlendirilmektedir.

1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Yirmi birinci yüzyılda küreselleşme ile birlikte, çevresel faktörlerin sunduğu fırsat ile tehditlerin çoğalması ve farklılaşması; rekabetin küresel boyutlarda olması, girişimciliğin içeriğini ve tanımını geliştirmiştir. Bu anlamda girişimcilik, risk olarak çevresel faktörlerden kaynaklanan fırsatları değerlendirme ve yeni fırsatlar ortaya çıkarma amacıyla mal ve/veya hizmet üretmek için üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi ve örgütlenmenin gerçekleşmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (İrmiş ve ark, 2008). Genel olarak girişimcilik, çevresel etkilerin oluşturduğu fırsatlardan yararlanmak veya yeni fırsatlar yaratmak amacıyla, ekonomik ürün ve hizmet üretmek için üretim faktörlerine sahip olma, bunları örgütleme ve risk alma yeteneği ile ilişkilidir (Demircan, 2000: 4).

Girişimcilik tanımlarının hemen hepsinin üzerinde fikir birliğine vardığı husus girişimciliğin; inisiyatif kullanma, kaynakları pratiğe dönüştürme, sosyal ve ekonomik mekanizmaların organizasyonu, risk üstlenme ya da başarısızlığı göze almadır (Hisrich ve Peters, 1998: 9). Schumpeter'e göre girişimciliğin dört değişik davranışsal göstergesi bulunmaktadır. Bunlar; pazara yeni bir ürün ve hizmet sunmak, üretimde yeni bir yöntem geliştirmek, henüz keşfedilmemiş bir talep boşluğu yakalamak ve bir sanayi dalında yeni bir firma kurmaktır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 9). Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Peters (2001) ise girişimciyi; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/imkân yaratacak şekilde bir araya getiren kişi olarak tanımlamışlar ve aynı zamanda, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzenin yaratıcısı olarak görmüşlerdir (Aytaç ve İlhan, 2007: 103). Ayrıca girişimci, sahip olduğu kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına yönlendiren ve orada tutmayı başarabilen kişi olarak tanımlanmıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 61).

Gelişmiş ülkeler için farklı bir anlam ifade eden girişimciler gelişmekte olan ülkeler için daha farklı bir anlam ifade etmektedir. Bu anlamda girişimcilik, az gelişmiş ülkelerde

yapılanmanın, gelişmekte olan ülkelerde kalkınmanın ve gelişmiş ülkelerde ise dinamizmin, yeni zenginlik ve refah yaratmanın bir aracı görevini görebilmektedir (Kurt vd., 2006: 103). Bireyleri girişimci olmaya iten faktörler ve potansiyel girişimcinin taşıdığı özellikler aslında onların girişimcilik eğilimlerini de belirlemektedir. Bir girişimcide bulunması gereken nitelikler şu başlıklar altında toplanabilir (Marangoz, 2016: 50-58):

- Bağlılık, Kararlılık ve Azim
- Başarı ihtiyacı
- Fırsat yönelimi
- İçsel kontrol odağı
- Belirsizliğe karşı tolerans
- Risk almak
- Yenilik ve yaratıcılık
- Hayalcilik
- Hırslılık ve kararlılık
- Kendine güven
- Vizyon
- Strese karşı dayanıklılık
- Planlama
- Kendi geleceğine yön verebilme
- İyimserlik
- Liderlik

Bu nitelikler bireyin kendine olan güvenini bir iş yapabilme veya girişimci olabilme konusunda deneyimleme imkanı verdiği gibi, aynı z girişimci olma eğilimlerini de hayata geçirebilme konusunda onları yüreklendirmektedir. Bu niteliklerin yanı sıra girişimciler piyasa koşulları içerisinde fırsatları değerlendirme konusunda öncü rol üstlenirler. Örneğin; ihtiyaç duyulan bir alanda yatırımın bulunmayışı, mevcut yatırımların müşteri ihtiyaçlarını yeterince tatmin edememesi, öz sermayelerinin oluşu hatta sosyal sermaye konusunda başkalarına göre avantajlı olmaları gibi unsurlar, girişimciler tarafından fark edilerek uygulamaya geçirilirler (Marangoz, 2012: 13-14). Çünkü girişimcilik her şeyden önce bireysel faktörlerle çevresel faktörlerin bir bileşimi olup, bireylerin kendi işini yapma konusundaki istek ve kararlılığını ifade etmektedir (Börü, 2006: 28).

Bireylerin girişimcilik özelliği taşıyıp taşımadıkları, kendilerinde girişimcilik eğilimi olup olmaması ile yakından ilişkilidir. Parnell, Crandall ve Menefee (1995)'de "girişimcilik eğilimini, her biri birbiri ile yakından ilişkili olan üç faktörün oluşturduğu bir fonksiyon" olarak belirtmiştir (Akt. Börü, 2006: 28):

- Bireyin sahip olduğu girişimcilik eğitimi, bilgi düzeyi ve yeni riskler alma yönüne ilişkin yetkinliği,
- Bireyin ekonomik yapıdaki girişimcilik fırsatları ile ilgili inançları,
- Bireyin mevcut fırsatları fark edip değerlendirebileceği konusunda kendine duyduğu özgüven.

Girişimcilik ve girişimcilik eğilimleri, içinde yaşanan çevrenin ihtiyaçlarına ve beklentilerine göre de şekillenebilir. Yapısal bir değişim ve dönüşüme katkı sağlayan girişimciliğin, sosyal yapı üzerindeki etkisi, özellikle kırsal alanda ekonomik refah sağlama açısından önemlidir.

2. KIRSAL ALAN KAVRAMI VE KIRSAL ALAN KAPSAMI

Türk Dil Kurumu, kırsal kavramını, "az insanın barındığı, daha çok kır durumunda olan yer" olarak tanımlarken (TDK, 1998: 1302), Doğan (1996: 648) ise, "kırlık, köylük" olarak tanımlamıştır. Kırsal alan kavramı için ise AB düzeyinde ortak bir tanım yapılmamıştır (Akt. Soysal, 2013: 165). Ancak, OECD'nin kırsal alan tanımı AB metinlerinde de yer almaktadır.

Bu tanıma göre, nüfus yoğunluğu, kilometrekare başına 150 kişinin altında olduğu yerler, kırsal alan olarak nitelendirilmiştir (Çelik, 2005: 63). Kırsal, demografik olarak nüfus yoğunluğunun düşük olduğu yerleşim birimlerinin görüldüğü, üretimin endüstriyel nitelikten daha çok tarım ve hayvancılığa dayandığı coğrafi ve beşeri açıdan sınıflandırılmış yer ya da bölgedir ([https://tr.m.wikipedia.org/wiki>Kırsal](https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Kırsal)). Kırsal alan ekonomik yönden doğal kaynaklarla sınırlı, teknolojik gelişmelerin diğer yörelere kıyasla gecikmeli olarak benimsendiği, hayatın daha çok geleneklere göre şekillendiği, kentine özgü kültürel yapısı bulunan ve ülkenin diğer yörelerine kıyasla halkın yaşam standardının düşük olduğu bölgelerdir (İplik, 2012). Kısaca tarıma dayalı üretim faaliyetlerinin olduğu, çoğunlukla kırsal nüfusun yaşadığı alan “kırsal alan” olarak tanımlanabilir.

Türkiye’de nüfus sayımında il ve ilçe merkezleri dışında kalan üretime kaynak oluşturan alanlar kırsal alan olarak kabul edilmektedir (Turhan, 2005: 13). Bir başka ifade ile kırsal alan büyük şehir merkezleri olarak adlandırılan yerleşimler dışında yer alan illeri kapsayan, ilçe, köy ve mezralarda her türlü sosyal güvenceden (iş olanakları, sigorta, emeklilik, eğitim, sağlık ve kültürel etkinlikler) yeterince yararlanamayan bireylerin sayısal yoğunluğu oluşturduğu mekansal büyüklüğü ifade etmektedir (Soysal, 2013: 163-189). Bunun yanı sıra "kırsal alan, piyasa mekanizmasının hemen hemen hiç çalışmadığı, üretim ve tüketim piyasalarını birleştiren mübadele mekanizmasının yeterince gelişmediği ve yapılan üretimin büyük ölçüde kırsal toplumların ya da ailelerin kendi tüketim ihtiyaçlarında kullanıldığı yapı" olarak da ifade edilebilir (Soysal, 2013: 165). Kırsal alan gerek ekonomik gerekse sosyal açıdan bazı özellikleri bünyesinde taşımaktadır. Bu bağlamda, kırsal alanların başlıca özelliklerini şu şekilde sıralamıştır (İplik, 2012: 58):

- Kırsal alanda insanlar arasında yüz yüze ve samimi ilişkiler yaygındır.
- Toplumsal, ekonomik ve kültürel gelişme süreci, kırsal alanda görece olarak yavaş işlemektedir.
- Kırsal alanda yaşam ortamı ve ekonomik aktiviteler, önemli ölçüde doğal üretim kaynaklarının kullanım ve değerlendirilmesine bağlıdır.
- Teknolojik gelişmenin yaşama ve üretime yansımada oranının, görece olarak gecikmeli olduğu bir alan söz konusudur.
- Gelenek ve törelerin, yaşam biçimi ve tüketim profilleri daha çok geleneksel özelliklere sahiptir.

Kırsal alanda kırsal kalkınmanın vazgeçilmez unsurlarından biri olan girişimcilik ve özellikle de atıl durumda bulunan ve ciddi bir potansiyeli olan kadın girişimciliği, küreselleşme süreci ile birlikte gündeme gelen değişim, dönüşüm ve yenilik unsurları kırsal alanların da kendi dinamikleri içerisinde mevcut potansiyeli hayata geçirmelerine olanak sağlamıştır.

Kadınları girişimciliğe yönlendiren birçok faktör, kırsal alanda da kadınların girişimci olma eğilimlerinde öncü nedenler olarak karşımıza çıkmaktadır (Marangoz, 2012: 104):

- Kadınlar için ücretli istihdam imkanlarının az olması veya çalışma için başka seçenek yokluğu,
- Eşinin ölümü veya işten çıkarılması sonucunda aileyi ayakta tutabilmek için iş kurmak,
- Kendi kendisinin patronu olma isteği,
- Kadınların aileden miras veya bir başka şekilde intikal eden bir işyeri veya işletmesinin olması,
- Ailede sadece bir kişinin çalışması sonucu; bir kişinin geliriyle geçinmenin zorluğu,
- Kadınların başarıma isteği,
- Kadınların bir meslek bilgisi veya diplomaya sahip olarak kendilerine ait işyerinde veya işletmede bağımsız çalışmak istemeleri,
- Zamanı daha iyi kontrol altına alıp, çocuklarıyla daha fazla ilgilenebilmek,

- Çalıştığı iş yerinde hakedilen konuma gelinebilmesi sonucunda istifa edip, iş bulamayınca kendi işini kurmak,
- Kadınların kendilerine ait olan bir iş fikrini veya hayali olan bir düşünceyi gerçekleştirme isteği,
- Kar sağlama, daha iyi yaşam sürdürme, yüksek sosyal statü isteği vb gibi nedenler.

Bireysel ve çevresel faktörlerden daha kolay etkilenebilen kırsalda yaşayan kadınlara yönelik yapılan her türlü eğitim, proje, araştırma, destek, teşvik vb. gibi unsurlar, kadınların potansiyel girişimcilik eğilimini arttırmaya yöneliktir.

3. KIRSAL ALANDA GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda var olan bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının ortadan kaldırılması ve kırsal kalkınmanın sağlanmasında önemli bir faktör olan kırsal girişimcilik; yetersiz altyapı, ekonomik durgunluk, düşük eğitim seviyesi, vasıfsız işçiler gibi unsurlara sahip olan düşük gelir düzeyinin bulunduğu ekonomik ve sosyal olarak az gelişmiş bölgelerde oluşmaktadır. Bu bağlamda, zenginlik ve istihdam yaratması ve kırsal nüfusun yaşam kalitesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olması nedeniyle girişimciliği desteklemek, fakirleşen kırsal bölgelerde ekonomiye güç veren önemli bir faktördür (Özgen ve Minsky, 2007: Akt. İplik, 2012: 60). Bu anlamda ekonomide sektörel değişimler örneğin sanayileşme, kentsel alanlarda daha hızlı ve etkin gelişmesine karşın kırsal alandaki gelişimi aynı hızda olmamaktadır.

Geleneksel toplumdaki modern topluma geçiş sürecinde büyük bir değişim gösteren ihtiyaçlar ve beklentiler, toplumda kadının üstlendiği rollere bir yenisini daha eklemiştir. Toplumun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların toplumsal cinsiyet açısından üstlendikleri sorumluluklar artık günümüzde hane içi ile sınırlı kalmamaktadır. Sosyal ve ekonomik hayatın içerisinde katma değeri dikkate alınmayan kadın, günümüzde kadın girişimciliğine verilen önem sayesinde artık hane dışında da ekonomik değer yaratır hale gelmiştir. Ailesindeki ihtiyaçları gidermeye alışık olan kadın, içinde bulunduğu çevredeki toplumsal bir sorunu ya da ihtiyacı da öngörebilme konusunda ekonomik hayatın içinde nesne olmanın ötesine geçerek günümüzde "kadın girişimci" kimliği ile özne haline gelmiştir.

Literatürde kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında pek çok tanımlamaya yer verildiği görülmüştür. Genel bir tanım yapmak gerekirse; "ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir (veya birkaç) işyeri olan, bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran, işi ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran, iş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş yerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren, işinden elde ettiği kazancı yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadın" (Ecevit, 1993: 20) kadın girişimci olarak tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre; "piyasa ekonomisi içinde, hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüştürülebilir mal veya hizmeti üretilip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı ve TESK'e bağlı Esnaf ve Sanatkarlar veya TOBB odalarına üye kaydı olan sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında, tek başına ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadın "Kadın Girişimci" dir (Saray, 1993:Akt. Bedük, 2005: 111).

Bazı araştırmacılar kadın girişimciyi, "yeni bir işletme kurma inisiyatifini alan, bununla ilgili riskleri, finansal, idari ve sosyal sorumlulukları kabul eden ve bu işletmenin günlük yönetiminden sorumlu olan, işletmenin başındaki kadın" olarak tanımlamaktadır (Karateke, 2006: 57, Doğramacı, 2006: 46). "Bağımsız İşyeri Sahibi Kadın" ya da "İş Kadını" olarak da adlandırılan "kadın girişimci", piyasa ekonomisi içerisinde, kendi işinin sahibi olan, tek başına çalışan ya da yanında işçi çalıştıran, mal ve hizmet üretilip satan, kredi kaynaklarını araştırarak, iş ile ilgili acil problemlerin üstesinden gelebilen, yeni koşullara adapte olabilen ve alanında deneyim sahibi olmaya çalışan kadın olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2006: 34).

İçinde yaşanan toplumun kültürü, kadına bakış açısı aslında kadının iş yaşamındaki konumunu da belirlemektedir. Bu bağlamda kadın girişimcilerin toplumsal platformda desteklenmemesi demek, ekonomik ve yerel kalkınma çabalarında istenilen sonuçların alınamaması demektir. Aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma çabalarında ekonomiye katma değer sağlayabilecek potansiyel bir kaynağı değerlendirememektir. Çünkü kırsal kadın girişimciliği özellikle de tarım sektöründe "ücretsiz aile işçisi" olarak çalışan kadının ekonomik olarak özgürlüğünü eline alma savaşı ve mücadelesi olarak da görülebilir.

4. KIRSAL ALANDA KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Türkiye'de kadınlar, tarihsel süreç içerisinde her dönemin değişen koşul ve niteliklerine göre farklı şekillerde ekonomik faaliyetlere katılmışlardır. Aslında kadınların işgücü piyasası ile tanışması bir zorunluluk (savaşlar) sonucu doğmuştur (Mardin, 2000: 14). Bu zorunluluklar kadın istihdamı için yeni çözüm önerilerini ve aktif istihdam politikalarını da beraberinde getirmişlerdir. Örneğin 1990'lardan başlayarak kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini geliştirmeye dönük ilgi ve etkinliklerinde artış gözlenmiştir (Ecevit, 2007: 19). Öyle ki günümüzde, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için kadınların iş yaşamına katılımı artık hayati bir önem taşır hale gelmiştir.

Türkiye'de kadın girişimcilik, kadınların aile ihtiyaçlarını karşılama, sosyal ilişkilere girme, kendini gerçekleştirme istekleri, kişisel özgürlükler, ücretli ve mesai gerektiren işlere eşinin izin vermemesi ve ücretli bir işte çalışmak isteyip bu tür bir iş bulamamaları nedeniyle başvurdukları bir seçenek olarak ortaya çıkmaktadır (Aslan ve Atabey, 2009: 4). Özellikle de yerel kaynakların harekete geçirilmesi ve ekonomik değer yaratması açısından kırsalda kadın girişimciliği ve kadın girişimciliğinin önemi her geçen gün daha çok vurgulanır hale gelmiştir.

Kırsal alanda kadın girişimciliğinin ekonomik ve sosyal hedefleri vardır. Ekonomik hedefler arasında; gelir artışı, sermaye dönüşümü, kredi kullanımının geliştirilmesi, yatırımların kolaylaştırılması, girişim risklerinin asgariye indirilmesi, verimlilik artışı, pazarlama zincirinin işlerliğini sağlamak ve yönetim ve örgütlenme yapısını rasyonel kılmak sayılabilir (Lashgarara, 2011: 5537). Sosyal hedefler arasında ise kadının hayatının içerisinde taşıdığı rolleri aile ve çevresi için daha geniş bir yelpazeden farklı kılmak vardır.

Girişimcilik kırsal alanlarda ekonomik dönüşüm için itici bir güç olarak görülmekte ve çok sayıda kadına kendi sosyal sistemleri içerisinde iş imkânı yaratılmasına yardımcı olmaktadır. Bu durum, kırsal bölgelerde büyük çoğunluğu ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlar için evdeki sorumluluklarını yerine getirirken aile bütçelerine de katkı sağlamaları açısından önemlidir (İplik, 2012: 58).

Kırsal alan girişimciliğini diğer girişimciliklerden ayıran en önemli fark, kırsalda sıklıkla karşılaşılan yoksulluk ve yoksunluğun ciddi bir sorun olarak görülmesi ve bu sorunlara yönelik çözümlerin en iyi bölge halkı tarafından gerçekleştirilebileceği inancıdır. Bölge halkının üretim ve tüketim desenlerine olan aşinalığı, zaten halihazırda ürettiklerini ekonomik değere dönüştürebilme kabiliyetleri ve isteklilikleri bu inancı daha da güçlendirmektedir.

4.1. Kırsal Kalkınma ile Kadın Girişimciliği İlişkisi

Kırsal kalkınma; kırsal alanda yaşayan birey ve toplulukların ekonomik, sosyal ve kültürel koşullarının iyileştirilebilmesi için, kalkınma odaklı harekete geçirilerek üretimde bulunma, ekonomik ve sosyal gelişimi sağlama süreci olarak ifade edilir. Bu anlamda, kırsal kalkınma;

kırsal alanlarda yaşam niteliğinin gelişmesi veya insan kaynaklarının iyileştirilmesi için gerekli faaliyetlerin planlı bir şekilde gerçekleştirilmesidir (Pezikoğlu, 2012: 85).

Kentsel alanda olduğu gibi kırsal alanda da kadınların ekonomik hayatta daha aktif bir biçimde yer alabilmesinde, girişimcilik faaliyetlerine katılabilmeleri önemli rol oynamaktadır. Ülkemizde kadının işgücüne katılım oranı kırsal alanlarda ülke geneline göre daha yüksek düzeydedir. Ancak, işgücü içerisinde görünen kırsal bölgelerdeki bu kadınların çoğu düşük ücretli, düşük statülü işlerde veya ücretsiz aile işçisi olarak çalışmak zorunda kalmakta ve tarımda modern üretim süreçlerinin kullanılmaya başlamasıyla birlikte de tarımsal üretimden uzaklaşıp ev kadınlığına yönelmektedirler (Soysal, 2013: 183).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde kadınlar, kırsal ekonomilerin bel kemiğidir ve ailelerinin refahını sağlamada önemli bir rol oynamaktadırlar (Kibas, 2005: Akt. İplik, 2012: 59). Kırsal kesim kadını gerek geleneksel yapısı, gerekse uğraşı biçiminin farklı olması nedeni ile kentlerdeki hem cinslerine göre farklılık göstermektedir. Kırsal kesimde kadın bir yandan temizlik, çocuk bakımı, yakacak temini, ekmek yapımı ve beslenme gibi ev işleri ile uğraşırken, diğer yandan bitkisel ve hayvansal üretim, el sanatları, tarım dışı işler ve gelir getirici faaliyetlerde de bulunmaktadır. Bu kadar önemli işlere karşın, gerek aile içinde alınan kararlara gerekse üretim ile ilgili alınan kararlara etkin olarak katılamamaktadırlar (Şahin ve Terin, 2009: Akt. İplik, 2012: 59).

Kadın girişimciliği, kentsel alanlarda olduğu gibi kırsal alanlarda da ekonomik dönüşüm için itici bir güç olarak görülmekte ve çok sayıda kadına kendi sosyal sistemleri içerisinde iş imkânı yaratılmasına yardımcı olmaktadır. Kırsal alanda kadın girişimciliğinin desteklenmesi, sorunlarının belirlenmesi ve bu sorunlara yönelik etkin çözümler üretilmesi bu alanda kadın istihdamının artırılmasına önemli düzeyde katkı sağlayacaktır. Ayrıca, kırsal bölgelerde kadınların güçlenmesi ve iş gücüne katılım oranlarının artması kırsal kalkınma sürecini hızlandırabilecek önemli bir unsur olarak görülmektedir (Soysal, 2013: 176).

4.2. Kadınların Girişimcilik Eğiliminin ve Özelliklerinin Arttırılmasının Önemi

Sosyo-ekonomik hayatta kadınlara eşit fırsatlar sunulması aslında hem kırsal hem de kentsel alanda toplumun yaşam kalitesini yükseltebilir. Girişimci ir kadın, aile, toplum ve ülkeye pozitif katkılar sağlayarak, ekonomilerin gelişme ve ilerlemesinde erkeklerin yanında ciddi sorumluluklar üstlenmişlerdir. Konuya kadın girişimciliği açısından yaklaşıldığında kadınların son yıllarda gerek kendi hesabına, gerekse doğrudan girişimcilik faaliyetleriyle ekonomik hayata sağladıkları katkı göz ardı edilememektedir. Çünkü “kadınlar daha ileriye gittiği zaman aile ilerler, köy ilerler ve ulus ilerler” sözü kadınların ekonomik ve sosyal gelişmede ilerlemeleri gerçeğini ortaya koymaktadır (Padmavathi, 2011: 67). Bu bağlamda kadın girişimciliğinin geliştirilmesi sosyo-ekonomik kalkınma açısından da önemlidir. Çünkü kadınların geliri arttıkça bu geliri kişisel tüketimden ziyade, ailenin geçimine harcadığı söylenebilir (Baltacı, 2011: 62). Dolayısıyla kadınların geliri arttıkça mikro açıdan tüm ailenin refahı, makro açıdan ise ülkenin refah düzeyi artmaktadır.

4.3. Kırsal Alanda Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Temel Sorunlar

Dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de kadın girişimciliği, kadın istihdamı sorununun çözümünde önemli araçlardan birisi olarak görülmektedir. Müşterek hayatın içinde bir takım zorluklarla karşılaşan kadınlar, kırsal alandaki girişimcilik süreçlerinde de benzer zorluklar yaşamaktadırlar. Bu süreçte yaşanan zorluklar, ekonomik kayıplara da yol

açabilmektedir. Genellikle kadın girişimcilerin yaşadığı sorunlar; bürokratik engeller, rol çatışması, eğitimlerinin yetersiz olması, finansman bulma güçlüğü ve örgütlenme eksikliği olarak ifade edilebilir (Kutaniş ve Hancı, 2004: 460). Kırsalda ise kadın girişimciler yaşadıkları bu sorunlara ilave olarak; toplumsal önyargılar, destek, teşvik ve cinsiyet eşitsizliği, eğitim borç ve vergi ödemedeki zorluklar, bilgi eksikliği, deneyimsizlik, destek ve teşvik eksikliği, güven eksikliği, sosyal sermaye yoksunluğu, kredilerin küçüklüğü, mesleki ayrımlar, deneyim eksikliği, ev eksenli faaliyetlerin sınırlı olması, pazarlama sorunu, talep yetersizliği, kalifiye elaman bulamama, ücretsiz aile işçisi olmaları ve kırsal alanda kadın girişimciliğinin yeterince önemsenmemesi vb. sorunlarla da karşılaşmaktadırlar.

4.4. Kırsal Alanda Kadın Girişimciliğini Teşvik Eden Kurumlar ve Kuruluşlar

Günümüzde, kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için daha fazla girişimciliğe ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda, girişimciliği destekleyen kurumlar ve bireyler, girişimcilik faaliyetini, kırsal alanda kalkınma sürecini hızlandırabilecek bir strateji olarak görmektedirler (İplik, 2012: 2). Türkiye’de kadın girişimcilere yönelik destekler, küçük sanayi siteleri ve organize sanayi bölgeleri programları, KOSGEB hizmetleri, T. Halk Bankasının finansman imkanları ile sağlanmaktadır (Tekin, 2005). Bütün dünyada kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla çeşitli proje, program ve çalışmalar yürütülmektedir. Ülkemizde kadın girişimciliğini teşvik etmek ve desteklemek amacıyla yürütülen projeler bulunmaktadır. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)'ye göre kadın girişimcilere destek veren kuruluşlardan bazıları şöyledir:

- Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)
- Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)
- Küçük ve Orta Sanayi Geliştirme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)
- İş Geliştirme Merkezleri (İGEME)
- Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM)
- Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (ÇATOM)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)
- Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)
- Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)
- Çağdaş Kadın ve Gençlik Vakfı (ÇKGV)
- Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV)
- Güneydoğu Anadolu Projesi Girişimciliği Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GAP-GİDEM)
- Kadınlara Kendi İşini Kur (KİK) eğitimleri
- Kalkınma Ajansları
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı
- TOBB Kadın Girişimciler Kurulu
- Türkiye Grameen Mikrokredi Programı
- Tarımsal Yatırımcı Dayanışma Ofisi
- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
- Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı

Kadın girişimciliği konusuna, kadınların güçlenmesine katkıda bulunacağı gerekçesiyle tüm bu kuruluşlar önemlidir. Girişimciliği destekleme çalışmalarına genellikle hedef gruplarından gelen talepler üzerine başladıklarından, girişimciliği, kadınların kendilerini güçlendirme stratejileri içinde belirli bir yere oturtabilmiş ve programlarını, kadınların bu stratejik

gereksinimleri ve içinde buldukları gerçek koşullar ile ilişkili olarak geliştirmişlerdir (Ecevit, 1993: 18).

5. KIRSAL ALANDAKİ KADINLARIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

5.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Girişimcilik ve girişimcilik eğilimi ile ilgili çalışmalar son yıllarda önem kazanmış ve bu konu birçok araştırmacının da ilgisini çekmiştir. Bu ilgi ile karşılaştırıldığında, kadınların girişimcilik eğilimi konusuna olan ilgi ise o kadar dikkat çekmemiştir. Özellikle kırsalda yaşayan kadınların girişimcilik eğilimi üzerine sınırlı sayıda çalışma yapıldığını ifade etmek mümkündür. Genel anlamda girişimcilik eğilimi ile ilgili yapılan çalışmalarda, girişimcilik alt boyutları üzerine odaklanıldığını ifade etmek mümkündür. Literatürde yapılan bazı çalışmalar incelendiğinde, Crant (1996) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırma sonucunda cinsiyet, eğitim, girişim tecrübesine sahip bir aile ve proaktif kişilik yapısının girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olduğuna sonucuna ulaşmıştır. Lüthje ve Frank (2003), kişisel özelliklerin girişimcilik eğilimi ve öğrencilerin kendi işlerini yaratma istekleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Wang ve Wong (2004) üniversite öğrencilerinin girişimcilik ilgisi üzerine bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmanın bulgularına göre cinsiyet, ailenin işletmecilik deneyimi ve eğitim düzeyinin girişimcilik ilgisi üzerine etkisi olduğu ifade edilmektedir. Ülkemizde girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik özellikleri üzerine yapılan çalışmalar da vardır. Çarıkçı ve Koyuncu (2010), bireylerin kültürel özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre bireycilik ve toplumsallık, girişimciliğin farklı boyutları ile anlamlı bir ilişki içerisindedir. İşcan ve Kaygın (2011) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada öğrencilerin iş kurma konusunda istekli oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Girişimcilik eğilimi bağlamında girişimci kişilik özelliklerinin ön plana çıkartıldığı çalışmalarda ise Bilge ve Bal (2012), girişimci kişilik özelliklerini risk alma, fırsatları değerlendirme, liderlik yönlü olma, gelecek odaklı olma, kararlılık ve dış etkenlere karşı bireysel güç şeklinde ele almışlardır. Bozkurt ve Erdurur (2013), girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi üzerine yaptıkları çalışmada girişimci kişilik özelliklerinin risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, başarıya ihtiyacı duyma, kontrol odağı, yenilikçilik ve kendine güven olduğunu ifade etmişlerdir. Kadın girişimcilik konusunda, Can ve Karataş (2007), yerel kalkınmada kadın girişimciliğinin önemli bir rol üstlendiğini, Muğla ilindeki kadın girişimciler üzerinde yaptığı araştırma ile vurgulamıştır. Soysal (2013), nüfusun dörtte birinin kırsal alanda yaşadığı ve tarımda istihdam edildiği ülkemizde kırsal alandaki kadın girişimcilik faaliyetlerinin kalkınmada son derece önemli olduğunu vurgulamıştır. Boyacıoğlu (2014), kırsal turizmde kadın girişimciliği konusunu incelemiş ve Edirne ilinde kadın girişimcilerin sosyo-ekonomik kalkınmaya destek olduğunu ortaya koymuştur. Mevlana Kalkınma Ajansı desteği ile Sürdürülebilir Gelişim Merkezi ve Vefra Danışmanlığın (2014) yaptıkları proje kapsamında da Konya ve Karaman'da kadın girişimciliği ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler üzerine çalışılmıştır.

Bu çalışmada, Muğla ili kırsalında kadınların girişimcilik eğilimlerinin tespit edilmesine yönelik olarak 103 katılımcıya uygulanan anket sonuçları tartışılmaktadır.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırma Muğla ili kırsalında yaşayan kadınların girişimcilik eğilimlerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Girişimcilik eğilimi ile ilgili yapılan çalışmalar genellikle öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Bu çalışmada ise kırsalda yaşayan kadınlar üzerinde girişimcilik eğilimi ile ilgili bulgulara ulaşmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, hazırlanan anketler, Şubat ve Mart 2015 dönemlerinde, Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü tarafından yürütülen Kadın Çiftçiler Tarımsal Yayım Projesi Kapsamında “Tarımda Kadın Girişimciliğinin Güçlendirilmesi” amacıyla yapılan eğitimlere katılan çiftçi kadınlara uygulanmıştır. Araştırmanın kısıtları, zaman ve maliyet nedeniyle yalnızca Muğla ilinde yapılmış olması ve bu nedenle sonuçların genellenememesidir. Muğla genelinde, kolayda örnekleme yöntemi ile toplamda 114 kişiye yapılan ankette, veriler yüz yüze anket yöntemi ile birinci elden toplanmıştır. Katılımcıların cevapları arasından eksik ve hatalı olanlar çıkarıldıktan sonra 103 anket analize dahil edilmiştir. Anket formunun ilk kısmında katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anketin ikinci kısmında ise girişimcilik eğilimini belirlemeye yönelik olarak yöneltilen ve girişimcilik eğilimi ile ilgili 10 adet alt boyutu temsil eden 36 ifade yer almaktadır. 10 boyutu temsil eden bu ifadelerin konu ile ilgili önceki çalışmalarda güvenilirlik analizi sonuçları ifadelerin kullanılmasına elverişlidir. Yine ölçeklerin derlendiği çalışmalarda faktör analizleri de 36 ifadenin 10 boyutu temsil ettiğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada kullanılan, 10 boyut ve 36 ifadeyi kapsayan ölçek, Çarıkçı ve Koyuncu (2010), İşcan ve Kaygın (2011) ve Bilge ve Bal (2012)’den derlenmiştir. Literatür taraması sonucunda araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen ölçeklerde yer alan ifadelerin genel güvenilirlik değerleri çalışmanın sonuçlarını istatistiksel olarak test etmeye elverişlidir. Çalışmada yer alan boyutlara ilişkin 36 ifadenin genel güvenilirlik değeri (cronbach alpha) 0,850 olarak çıkmıştır.

5.3. Verilerin Analizi

Çalışmada öncelikle araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler ve tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Sonrasında araştırmanın amacı doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri açısından girişimcilik eğilimi alt boyutlarında farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Anket formunun ilk kısmında demografik sorulara verilen cevapların analizi aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Veriler

Yaş	n	%	Eğitim	n	%
18-24	15	14,6	İlköğretim	42	40,8
25-34	30	29,1	Ortaokul	23	22,3
35-44	42	40,8	Lise	20	19,4
45-54	12	11,7	Önlisans	5	4,9
55 ve üstü	4	3,9	Üniversite	13	12,6
<i>Toplam</i>	<i>103</i>	<i>100,0</i>	<i>Toplam</i>	<i>103</i>	<i>100,0</i>
İlçe	n	%	Ortalama Gelir	n	%
Milas	7	6,8	1000 TL ve daha az	48	46,6
Seydikemer	58	56,3	1001-2000	32	31,1
Dalaman	5	4,9	20001 TL ve daha fazla	23	22,3
Diğer	33	32,0	<i>Toplam</i>	<i>103</i>	<i>100,0</i>
<i>Toplam</i>	<i>103</i>	<i>100,0</i>			

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin genel bilgiler değerlendirildiğinde; 35-44 yaş arası katılımcıların %40, 25-34 yaş arası katılımcıların %29, 18-24 yaş arası katılımcıların %14, 45-54 yaş arası katılımcıların %11 ve 55 yaş ve üstü katılımcıların ise yaklaşık %4

oranında olduğu görülmektedir. Eğitim durumu göz önünde bulundurulduğunda, ilkökul mezunlarının yüzde %41, ortaokul mezunlarının ise %22, lise mezunlarının ise %19 oranında olduğu ifade edilebilir. Katılımcıların önlisans ve üniversite mezunları olma durumu ise toplamda %17 civarındadır. Katılımcıların yaşadıkları ilçeler incelendiğinde ise ağırlıklı olarak Seydikemer ilçesinden katılım sağlanmıştır. Katılımcıların gelir durumları değerlendirildiğinde, 1000 TL ve daha az gelir elde eden katılımcıların %46, 1001 ve 2000 TL arası gelir elde eden katılımcıların %31 ve 2000 TL ve daha fazla gelir elde eden katılımcıların %22 oranında olduğu görülmektedir.

Konu ile ilgili çalışmalar sonucunda oluşturulan ankete katılanların verdikleri cevaplar doğrultusunda oluşan betimleyici istatistik analizi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 2: Betimleyici İstatistiklere İlişkin Sonuçlar

Boyutlar	N	Ortalama	Standart Sapma
Kendine Güven	103	4,35	0,54
Yenilik	103	3,97	0,57
Başarma ihtiyacı	103	4,23	0,65
Kontrol	103	4,13	0,47
Risk	103	3,98	0,56
Fırsat	103	4,17	0,54
Liderlik	103	4,17	0,65
Gelecek	103	4,28	0,47
Bireysel güç	103	4,29	0,58
Yaratıcılık	103	3,52	0,68

Tablo 2’de görüldüğü üzere, Muğla kırsalında yaşayan kadınların girişimcilik eğilimine ilişkin alt boyutlar değerlendirildiğinde, kadınların kendine güven ile ilgili ifadelerdeki ortalama değerleri en yüksek, yaratıcılık konusundaki ortalama değerleri ise en düşüktür. Bu bağlamda kırsalda kadınların kendilerini büyük hedeflere ulaşma konusunda azimli bulduğu, başladığı bir işi bitirme konusunda kendine güvenlerinin yüksek olduğu ve sahip oldukları kapasite ile karşılaşılan zorluklarla baş edebileceklerine olan inançlarının yüksek olduğuna inandıkları ifade edilebilir. Buna karşın iş yapma biçimlerinde yenilikçi değil, gelenekselci bir tavır benimsedikleri ve yaratıcılık yönlerinin güçlü olmadığı doğrultusunda görüş bildirdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 3’te kırsalda yaşayan kadınların girişimcilik eğilimi alt boyutlarında, eğitim durumlarına göre farklılık olup olmadığını analiz etmek amacıyla uygulanan Kruskal Wallis testinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Eğitimin Girişimcilik Alt Boyutlarına Etkisi İçin Kruskal Wallis Testi Analiz Sonuçları

	Eğitim	n	Ortalama Sıra Değerleri
Kendine Güven	İlkokul	42	55,96
	Ortaokul	23	42,70
	Lise	20	48,70
	Önlisans	5	45,50
	Üniversite	13	63,23
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=5,558 p=0,235</i>			
Yenilik	İlkokul	42	53,65
	Ortaokul	23	42,11
	Lise	20	57,08
	Önlisans	5	42,00
	Üniversite	13	60,19
	Toplam	103	

<i>sd=4 x²=4,808 p=0,308</i>			
Başarma ihtiyacı	İlkokul	42	48,83
	Ortaokul	23	56,39
	Lise	20	49,55
	Önlisans	5	41,40
	Üniversite	13	62,31
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=3,388 p=0,495</i>			
Kontrol odağı	İlkokul	42	59,13
	Ortaokul	23	51,76
	Lise	20	51,00
	Önlisans	5	22,40
	Üniversite	13	42,31
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=8,923 p=0,063</i>			
Risk alma	İlkokul	42	51,27
	Ortaokul	23	42,83
	Lise	20	63,93
	Önlisans	5	42,30
	Üniversite	13	55,96
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=6,210 p=0,184</i>			
Fırsat odaklılık	İlkokul	42	58,07
	Ortaokul	23	39,17
	Lise	20	53,48
	Önlisans	5	35,70
	Üniversite	13	59,08
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=8,612 p=0,072</i>			
Liderlik	İlkokul	42	53,93
	Ortaokul	23	39,02
	Lise	20	59,05
	Önlisans	5	39,70
	Üniversite	13	62,62
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=8,388 p=0,078</i>			
Gelecek odaklılık	İlkokul	42	58,26
	Ortaokul	23	42,74
	Lise	20	47,05
	Önlisans	5	48,30
	Üniversite	13	57,19
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=5,343 p=0,254</i>			
Bireysel güç	İlkokul	42	54,40
	Ortaokul	23	53,83
	Lise	20	47,40
	Önlisans	5	39,70
	Üniversite	13	52,81
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=1,834 p=0,766</i>			
Yaratıcılık	İlkokul	42	65,36
	Ortaokul	23	45,76
	Lise	20	50,98
	Önlisans	5	33,50
	Üniversite	13	28,58
	Toplam	103	
<i>sd=4 x²=19,724 p=0,001*</i>			

Tablo 3'te gösterilen Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre girişimcilik alt boyutlarından "yaratıcılık" boyutu açısından, katılımcıların eğitim durumlarına göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna varılmıştır ($p=0,001<0,005$). Farkın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını bulmak için Mann Whitney U testleri yapılmıştır. Bonferroni düzeltmesi uygulanarak tüm etkiler için anlamlılık düzeyi 0,01 olarak kabul edilmiştir. Bu

bağlamda yaratıcılık açısından eğitim gruplarındaki farkın ilköğretim ve üniversite grupları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır ($p=0,000<0,01$). İlkokul mezunu katılımcıların yaratıcılık konusundaki ifadelerine verdikleri cevapların değerinin üniversite mezunu katılımcılardan yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim açısından diğer girişimcilik alt boyutları değerlendirildiğinde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Aşağıdaki tabloda kırsalda yaşayan kadınların girişimcilik eğilimi alt boyutlarında, gelir durumlarına göre farklılık olup olmadığını analiz etmek amacıyla uygulanan Kruskal Wallis testinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Ortalama Gelir Düzeyinin Girişimcilik Alt Boyutlarına Etkisi İçin Kruskal Wallis Testi Analiz Sonuçları

	Ortalama Gelir	n	Ortalama Sıra Değerleri
Kendine Güven	1000 TL ve daha az	48	49,96
	10001-2000 TL	32	45,31
	20001 TL ve daha fazla	23	65,57
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=6,905 \quad p=0,032^*$			
Yenilik	1000 TL ve daha az	48	52,31
	10001-2000 TL	32	45,08
	20001 TL ve daha fazla	23	60,89
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=3,835 \quad p=0,147$			
Başarma ihtiyacı	1000 TL ve daha az	48	46,33
	10001-2000 TL	32	51,33
	20001 TL ve daha fazla	23	64,76
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=6,134 \quad p=0,047^*$			
Kontrol odağı	1000 TL ve daha az	48	55,71
	10001-2000 TL	32	47,47
	20001 TL ve daha fazla	23	50,57
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=1,569 \quad p=0,456$			
Risk alma	1000 TL ve daha az	48	52,35
	10001-2000 TL	32	45,69
	20001 TL ve daha fazla	23	60,04
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=3,140 \quad p=0,208$			
Fırsat odaklılık	1000 TL ve daha az	48	54,42
	10001-2000 TL	32	42,67
	20001 TL ve daha fazla	23	59,93
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=5,284 \quad p=0,071$			
Liderlik	1000 TL ve daha az	48	49,55
	10001-2000 TL	32	47,30
	20001 TL ve daha fazla	23	63,65
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=4,767 \quad p=0,092$			
Gelecek odaklılık	1000 TL ve daha az	48	56,19
	10001-2000 TL	32	38,55
	20001 TL ve daha fazla	23	61,98
	Toplam	103	
$sd=2 \quad x^2=10,529 \quad p=0,005^*$			

Bireysel güç	1000 TL ve daha az	48	48,39
	10001-2000 TL	32	49,72
	20001 TL ve daha fazla	23	62,72
	Toplam	103	
<i>sd=2 $\chi^2=4,180$ $p=0,124$</i>			
Yaratıcılık	1000 TL ve daha az	48	56,09
	10001-2000 TL	32	46,97
	20001 TL ve daha fazla	23	50,46
	Toplam	103	
<i>sd=2 $\chi^2=1,908$ $p=0,385$</i>			

Tablo 4'te gösterilen Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre girişimcilik alt boyutlarından “kendine güven”(p=0,032<0,005), “başarma ihtiyacı” (p=0,047<0,005) ve “gelecek odaklılık” (p=0,001<0,005) boyutları açısından, katılımcıların ortalama gelir durumlarına göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna varılmıştır. Farkın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını bulmak için Mann Wihtney U testleri yapılmıştır. Bonferroni düzeltmesi uygulanarak tüm etkiler için anlamlılık düzeyi 0,0167 olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda kendine güven açısından ortalama gelir durumu gruplarındaki farkın 1001-2000 TL gelir sahibi olanlar ile 2001 TL ve üstü gelir sahibi olan gruplar arasındaki farklılıktan kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır (p=0,012<0,0167). 2001 TL ve üstü gelir sahibi olan katılımcıların kendine güven konusundaki ifadelerine verdikleri cevapların değerinin 1001-2000 TL gelir sahibi olan katılımcılardan yüksek olduğu görülmüştür. Başarma ihtiyacı açısından ise ortalama gelir durumu gruplarındaki farkın 1001-2000 TL gelir sahibi olanlar ile 2001 TL ve üstü gelir sahibi olan gruplar arasındaki farklılıktan kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır (p=0,010<0,0167). 2001 TL ve üstü gelir sahibi olan katılımcıların başarma ihtiyacı konusundaki ifadelerine verdikleri cevapların değerinin 1001-2000 TL gelir sahibi olan katılımcılardan yüksek olduğu görülmüştür. Gelecek odaklılık açısından ise gruplar arasındaki farkların 2001 TL ve üstü gelir sahibi olan grup ile hem 1000 TL ve altı gelir sahibi olan gruptan hem de 1000-2000 TL arasında gelir sahibi olan gruptan kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır (sırasıyla; p=0,005<0,0167; p=0,007<0,0167). 2001 TL ve üstü gelir sahibi olan katılımcıların gelecek odaklılık konusundaki ifadelerine verdikleri cevapların değerinin hem 1000 TL ve altı gelir sahibi olan katılımcılardan hem de 1001-2000 TL gelir sahibi olan katılımcılardan yüksek olduğu görülmüştür.

Aşağıdaki tabloda kırsalda yaşayan kadınların girişimcilik eğilimi alt boyutlarında, iş fikrinin olup olmaması durumuna göre farklılık olup olmadığını analiz etmek amacıyla uygulanan Mann-Whitney U testinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5: İş Fikri Olup Olmama Durumunun Girişimcilik Alt Boyutlarına Etkisi İçin Mann-Whitney U Testi Analiz Sonuçları

	İş Fikri	n	Ortalama Sıra Değerleri
Kendine Güven	Var	78	54,01
	Yok	25	45,74
	Toplam	103	
<i>U=818,5 Z= -1,234 p=0,217</i>			
Yenilik	Var	78	52,84
	Yok	25	49,38
	Toplam	103	
<i>U=909,5 Z= -0,506 p=0,613</i>			
Başarma ihtiyacı	Var	78	54,63
	Yok	25	43,80

	Toplam	103	
<i>U=770 Z= -1,603 p=0,109</i>			
Kontrol odağı	Var	78	49,69
	Yok	25	59,20
	Toplam	103	
<i>U=795 Z= -1,403 p=0,161</i>			
Risk alma	Var	78	53,73
	Yok	25	46,60
	Toplam	103	
<i>U=840 Z= -1,045 p=0,269</i>			
Fırsat odaklılık	Var	78	52,77
	Yok	25	49,60
	Toplam	103	
<i>U=915 Z= -0,472 p=0,637</i>			
Liderlik	Var	78	55,46
	Yok	25	41,22
	Toplam	103	
<i>U=705,5 Z= -2,107 p=0,035*</i>			
Gelecek odaklılık	Var	78	50,51
	Yok	25	56,64
	Toplam	103	
<i>U=859 Z= -0,916 p=0,360</i>			
Bireysel güç	Var	78	51,10
	Yok	25	54,82
	Toplam	103	
<i>U=904,5 Z= -0,565 p=0,572</i>			
Yaratıcılık	Var	78	48,76
	Yok	25	62,12
	Toplam	103	
<i>U=722 Z= -1,966 p=0,049*</i>			

Tablo 5’te gösterilen Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre girişimcilik alt boyutlarından “liderlik”(p=0,032<0,005) ve “yaratıcılık” (p=0,047<0,005) boyutları açısından, katılımcıların iş fikrine sahip olup olmama durumlarına göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna varılmıştır. İş fikri olan katılımcıların liderlik ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların değerleri, iş fikri olmayanlara göre daha yükseken, yaratıcılık ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların değerleri iş fikri olmayanlara göre daha düşüktür. İş fikri olup olmaması durumuna göre diğer girişimcilik alt boyutları değerlendirildiğinde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

5. SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Girişimcilik, ekonomik kalkınma ve istihdam konusunda son derece önemli bir konu olarak uzun süreden beri araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Günümüzde sosyal, ekonomik ve kültürel koşulların değişmesi ile birlikte girişimcilik faaliyetlerine katılım gösteren kadınların sayısında da artış gözlenmiştir. Ancak bu artışa rağmen kadınların iş hayatına dahil olmasında karşılaştıkları problemler, geleneksel iş yapma biçimleri ve alışkanlıklar gibi sorunlar nedeniyle kadınlar arzu edilen boyutlarda girişimcilik faaliyetinde bulunamamaktadırlar. Bu nedenle Soysal (2013)’e göre özellikle kırsal alandaki kadınların girişimcilik faaliyetlerinde başarılı olabilmeleri için kadınlara verilecek finansal, yönetsel, örgütsel ve eğitsel desteklere ve “ayrımcı nitelikli” engellerin kaldırılmasına yönelik bir altyapı oluşturulmalıdır.

Kırsal kalkınma açısından değerlendirildiğinde, kadınların kırsal ekonominin güçlenmesinde ve tarım sektöründeki verimliliğin artmasında rol almaları son derece önemlidir. Bu noktada kadınlar yalnızca bir işgücü olarak değerlendirilmemeli, aynı zamanda kadınlara girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmeleri için gerekli destek ve teşviklerin sağlanması gerekmektedir. Çalışmanın sonuçlarında da görüldüğü gibi girişimcilik eğilimi alt boyutları olarak değerlendirilen boyutların ortalaması genel itibarıyla oldukça yüksektir. Bu durum, kırsaldaki kadınların girişimci olabilmek için gerekli özellikleri taşıdıklarına inandıklarını ve girişimcilik faaliyetinde bulunma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır.

Muğla ili kırsalında yaşayan kadınların girişimciliğe olan ilgilerinin yüksek olduğunu ortaya koyan bir diğer durum ise katılımcıların büyük çoğunluğunun bir iş fikrinin olmasıdır. Bu durum, çalışmada girişimcilik eğilimi alt boyutları ile birlikte değerlendirildiğinde son derece önemlidir. Kendine güvenleri yüksek olan ve bireysel anlamda kendilerini güçlü hisseden kadınların iş fikrinin de olması girişimcilik isteklerinin ve eğilimlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmasını mümkün kılmaktadır. Girişimcilik eğilimi alt boyutları değerlendirildiğinde en düşük ortalamaya sahip olan boyut yaratıcılıktır. Yaratıcılık, girişimcilik sürecinin önemli bir parçası olduğu için, kırsaldaki kadınların yaratıcılık konusunda desteklenmesi ve çeşitli eğitimlerle kendilerini eksik gördükleri bu noktada geliştirmeleri oldukça önemlidir.

Çalışmanın bir diğer bulgusuna göre girişimcilik eğilimi alt boyutlarından kendine güven, başarıya ihtiyacı ve gelecek odaklılık açısından ortalama gelir gruplarında anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Genel itibarıyla daha yüksek ortalama gelir seviyesine sahip olan katılımcıların söz konusu boyutlardaki ifadelerine verdikleri cevapların değerleri daha yüksektir. Bu bağlamda kırsaldaki kadınların gelir durumları yüksek olanların daha düşük olanlara göre kendilerini daha azimli ve kararlı buldukları, bir işi yapmış olmak için değil başarılı olmak için yapmak istedikleri, gelecek ile ilgili etkili karar almaya kendilerini hazır hissettikleri ifade edilebilir.

Kırsaldaki kadınlar, iş fikri olup olmama durumlarına göre değerlendirildiğinde girişimcilik eğilimi alt boyutlarından liderlik açısından iş fikri olan katılımcıların liderlik ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların değerleri iş fikri olmayanlara göre daha yüksektir. Bu bağlamda iş fikrine sahip olan katılımcıların liderlik konusunda istekli oldukları, liderliği ele almaktan kaçmayacakları ve günde uzun saatler boyunca çalışmaya hazır oldukları ifade edilebilir.

Çalışmanın sonuçları göz önünde bulundurulduğunda kırsaldaki kadınlara gerekli desteklerin ve teşviklerin sağlanması ve iş fikirlerinin hayata geçirilmesi yönünde atılacak adımlar sayesinde kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmasının önü açılabilir. Yine girişimci kişilik özellikleri konusunda kadınlarla gerçekleştirilebilecek çalışmalar, zaten kendine güvenleri olan ve bireysel anlamda kendilerini güçlü hisseden kadınların girişimcilik potansiyellerinin artmasına yardımcı olabilir. Bu bağlamda KOSGEB gibi ulusal ya da bölgesel anlamda düzenlenen Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü tarafından yürütülen Kadın Çiftçiler Tarımsal Yayım Projesi Kapsamında “Tarımda Kadın Girişimciliğinin Güçlendirilmesi” amacıyla yapılan eğitimlere benzer başka çalışmalar, kırsalda kadın girişimciliği potansiyelinin oluşturulmasına ve bu potansiyelin hayata geçmesine katkıda bulunabilecektir.

KAYNAKÇA

Aslan, Ş. ve Atabey, A. (2009). ‘‘Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın

Girişimci Tipolojisi,’’Journal of Azerbaijani Studies.

Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). ‘‘Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif’’, Selçuk

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18: 101-120.

Baltacı, N. Ö. (2011). *Kadınları Güçlendirme Mekanizması Olarak Mikro kredi*, T. C. Başbakanlık

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara.

Bedük, A.(2005). ‘‘Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği’’, Elektronik Sosyal Bilimler

Dergisi, Bahar, 3(12): 106-117.

Bilge, H.ve Bal. V. (2012). ‘‘Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir

Araştırma’’, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(16): 131-148.

Boyacıoğlu, Z. E. (2014). ‘‘Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği’’, Uluslararası Sosyal

ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 4(2) : 82-90.

Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). ‘‘Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi’’,

Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8 (2): 57-78.

Börü, D. (2006).‘‘Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerinde

Bir Araştırma’’, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları, 21.

Can, Y. ve 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, 251-261.

Crant, J. M. (1996). ‘‘The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions’’,

Journal of Small Business Management, Vol: 34 (3) : 42-49.

Çarıkcı, H. İ. ve Koyuncu, O. (2010). ‘‘Bireyci-Toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki

İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma’’, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (3): 1-18.

Çelik, Z. (2005). ‘‘Planlı Dönemde Türkiye’deki Kırsal Kalkınma Politika ve Uygulamaları Üzerine

Bir Değerlendirme’’, Planlama, 2: 61-71.

- Demircan, N. (2000). *Girişimcilik ve Girişimcilerin Kişilik Özellikleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- Doğramacı, B. (2006). *Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler ve Giresun Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Doğan, D. M. (1996), Büyük Türkçe Sözlük, Bahar Yayınları, İstanbul.
- Ecevit, Y. (1993). “Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Haziran, Ankara.
- Ecevit, Y. (2007). Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım, Uluslararası Çalışma Ofisi, Ankara.
- Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan” Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı, Bilig Bahar 49: 59-82.
- Hisrich, R. D. Peters, M. (1998). “Entrepreneurship”, McGraw- Hill Higher, New York.
- Hisrich, R. D. Peters, M. (2001). “Entrepreneurship”, 5th Edition, McGraw- Hill Higher, New York.
- İplik, E. (2012). *Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği*, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana.
- İrmiş A., Durak, İ. ve Özdemir, L. (2008). Gaziantep’li Girişimcilerin Genel Özellikleri. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, 56-65.
- İşcan, F. Ö. ve Kaygın, E. (2011). “Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2): 275-286.
- Karateke, G. (2006). *Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Keskin, S. (2014) “Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu” Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 9 (1) :71-94. http://gkd.comu.edu.tr/images/form/dosya/dosya_981759.pdf (Erişim Tarihi: 29.08.2015)
- Kibas, P. B. 2005. Rural Entrepreneurship in Kenya: Perception of Women on Entrepreneurship,

- <http://sbaer.uca.edu/research/icsb/2005/paper110.pdf>, (Erişim Tarihi: 27.01.2010).
- Kurt, M. vd. (2006). “Afyonkarahisar İli Girişimcilik Performansının Coğrafi Bilgi Sistemleri İle Analizi”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 8(2): 97-114.
- Kutaniş, Ö.R. ve Hancı, A. (2004). “Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları,” 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Eskişehir, 457-464.
- Lashgarara, F., Roshani, N. Ve Omidi N.M. (2011). Influencing factors on entrepreneurial skills of rural women in Ilam City, African Journal of Business Management, 5(14): 5536-5540.
- Luthje, C. ve Franke, N. (2003). “The Making of an Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent Among Engineering Students at MIT”, R&D Management, 33(2): 135-147.
- Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. İstanbul.
- Mardin vd. (2000). Sağlık Sektöründe Kadın, KSSGM Yayınları. Ankara.
- Özgen, E. ve Minsky, B. D. (2007). Opportunity Recognition in Rural Entrepreneurship in Developing Countries, International Journal of Entrepreneurship, 11: 49-73.
- Patmavathi, D. (2011). “Sustainable Development of Rural Women Entrepreneurs”, 2011 2nd International Conference on Business, Economics and Tourism Management, IPEDR vol.24, IACSIT Press, Singapore: 67-72.
- Pezikoğlu F, (2012). Sürdürülebilir Tarım ve Kırsal Kalkınma Kavramı İçinde Tarım-Turizm-Kırsal Alan İlişkisi ve Sonuçları, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22): 83-92, ISSN: 1309-9132, www.kmu.edu.tr (Erişim Tarihi 06.07.2015)
- Soysal, A. (2013). “Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye İçin Durum Değerlendirmesi”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 8 (1): 163-189.
- Sürdürülebilir Gelişim Merkezi Derneği ve VEFRA Danışmanlık, 2014, “Konya ve Karaman’da Kadın Girişimciliği ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörler”, Mevlana Kalkınma Ajansı Desteği ile, TR52/14/TD/0003 Nolu Proje, Konya.
- Şahin, E. (2006). *Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Şahin, K. ve Terin, M. (2009).“Van İlinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri Farklı İki Köyündeki Kadınların Tarımsal Faaliyetlere Katılımı ve Tarımsal Yayma İlişkin Görüşleri”. Akdeniz

Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 22(1): 39-49.

Tekin, M. (2005). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik*, Günay Ofset, 4. Baskı, Konya.

Turhan, M.S. (2005) *Avrupa Birliği Üyeliği Yolunda Türkiye Kırsal Kalkınma Tedbirleri Uygulama*

Süreci, T.C. Tarım ve Köyşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Topluluğu Koordinasyon

Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.

Türk Dil Kurumu (TDK) (1998). Türkçe Sözlük, Ankara.

Wang, K. C. ve Wong, P.K. (2004). “Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore”,

Technovation, Vol: 24: 163-172.

.....[https://tr.m.wikipedia.org>wiki>Kırsal](https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Kırsal) (Erişim Tarihi: 02.09.2015)