

Ağrı İlinde Kadın Girişimciliği: Etkileyen Faktörler, Sorunlar ve Öneriler Bağlamında Bir Saha Çalışması^{1 2}

Ceren AVCİL³ Cemrenur ÇELİK⁴ Esra BAŞ⁵

Başvuru Tarihi: 22.08.2023

Kabul Tarihi: 11.12.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Türkiye’de girişimcilik kültürü son dönemlerde önemsenmekle birlikte kadın girişimciliği hala istenilen düzeyde değildir. Sosyo-kültürel örüntüler çerçevesinde şekillenen girişimcilik, kadın söz konusu olduğunda geleneksel rollerin ön plana çıkmasını bir kez daha gündeme getirmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de kadın girişimciliği gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında daha geri planda kalmaktadır. Kuşkusuz buna neden olan çok sayıda faktör mevcuttur. Eğitim seviyesi, gelir düzeyi, finansal kaynaklara erişim, girişimciliğe bakış açısı, cinsiyet eşitliği durumu vb. faktörler belirleyici konumdadır. Bu çalışmanın amacı, Ağrı ilindeki kadın girişimcilerin mevcut durumlarını ve karşılaştıkları sorunları ele almaktır. Araştırma örneklemini Ağrı ilinde faaliyet gösteren toplam 20 adet işletmeden oluşmaktadır. Araştırma verileri yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile elde edilmiştir. Türkiye’de kadın girişimciliği konusunda yapılan çalışmaların son dönemlerde artış göstermiş olmasına rağmen il bazındaki çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çalışma bu yönüyle özgün bir nitelik taşımaktadır. Bu bağlamda saha araştırmasında elde edilen bulgular kadınların finansman, nitelikli personel, kültürel bakış açısı konularında sorunlar yaşadıklarını göstermektedir. Çalışma ile kadın girişimciliğinin önünde engellerin il bazında araştırılarak ortaya çıkan bulguların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Ağrı, Engeller, Öneriler

1 Bu araştırma, TÜBİTAK Bilim İnsanı Destek Programları Başkanlığı (BİDEB) tarafından yürütülen, 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2023 yılı 2. dönem kapsamında 1919B012318466 numaralı başvuru sonucunda desteklenmiştir.

2 Bu çalışma için Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu’ndan 25/04/2024 tarih ve 166 karar numarası ile etik kurul kararı alınmıştır.

3 Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, cerenkurga@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6301-515X

4 Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, cemrenurcelik265@gmail.com, ORCID: 0009-0001-5752-3481

5 Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, esra4788899@gmail.com, ORCID: 0009-0001-4874-1874

Women's Entrepreneurship in the Province of Ağrı: A Field Study in the Context of Influencing Factors, Problems and Suggestions⁶

Ceren AVCİL⁷ Cemrenur ÇELİK⁸ Esra BAŞ⁹

Submitted by: 07.09.2024

Accepted by: 03.02.2025

Article Type: Research Article

Abstract

Although the entrepreneurial culture in Türkiye has been taken into consideration recently, women's entrepreneurship is still not at the desired level. Entrepreneurship, which is shaped within the framework of socio-cultural patterns, once again brings traditional roles to the fore when it comes to women. Therefore, women's entrepreneurship in Türkiye remains in the background compared to developed countries. Undoubtedly, there are many factors that cause this. Factors such as education level, income level, access to financial resources, perspective on entrepreneurship, gender equality, etc. are decisive. The aim of this study is to address the current situation and problems faced by women entrepreneurs in Ağrı province. The research sample consists of a total of 20 enterprises operating in the province of Ağrı. The research data were obtained through a structured interview form. Although studies on women's entrepreneurship in Türkiye have increased recently, it is seen that provincial studies are limited. Therefore, the study is unique in this respect. In this context, the findings obtained in the field research show that women have problems in terms of financing, qualified personnel, and cultural perspective. With the study, it is thought that the findings obtained by investigating the obstacles to women's entrepreneurship on a provincial basis will contribute to the literature.

Keywords: *Entrepreneurship, Women's Entrepreneurship, Ağrı, Obstacles, Suggestions*

JEL Kodu: I3, Q1, Z1

⁶ This research was supported as a result of the application numbered 1919B012318466 within the scope of the 2209-A University Students Research Projects Support Program, carried out by TÜBİTAK Scientific and Technological Research Council of Turkey (BİDEB).

⁷ Ağrı İbrahim Çeçen University, Faculty of Economics and Adm. Science, Dept. of Public Relations and Advertising, cerenkurga@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6301-515X

⁸ Ağrı İbrahim Çeçen University, Faculty of Economics and Adm. Science, Dept. of Public Relations and Advertising, cemrenurcelik265@gmail.com, ORCID: 0009-0001-5752-3481

⁹ Ağrı İbrahim Çeçen University, Faculty of Economics and Adm. Science, Dept. of Public Relations and Advertising, esra4788899@gmail.com, ORCID: 0009-0001-4874-1874

Giriş

Küreselleşme süreci ile birlikte ortaya çıkan rekabet ortamı, kadınların da işgücü piyasalarında yer almalarının önünü açmıştır. Esasında kadınların işgücüne katılımına yönelik yapılan çalışmalar, 1980'li yıllara kadar ekonomik büyümeye katkıları açısından olumlu olarak değerlendirilmeyen ve küçük işletme girişimciliğinin desteklenmesi ile de bağlantılı biçimdedir. Bu yıllardan itibaren küçük işletme girişimciliği, Üçüncü Dünya ülkelerini yoksulluk ve işsizlikten kurtarmanın bir reçetesi şeklinde görülmüştür (Yetim, 2002, s. 79). Diğer yandan, kadın girişimciliği günümüzde gelişmekte olan ülkeler için önemli bir ekonomik büyüme motoru temsil etmektedir; çünkü üretken iş yaratmada, cinsiyet eşitliğini sağlamada ve yoksulluğu azaltmada öncü bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, ana özelliklerinin analizi, başarılı girişimcilik ile ilgili politikaların geliştirilmesi ve bir ülkenin rekabet gücü ile büyüme potansiyelini anlamak için faydalı olabilir (De Vita vd., 2014, s. 451).

Türkiye'de kadın girişimcilerin oranı, erkeklere nazaran oldukça düşük seviyelerdedir. GEM (2019) Raporu'na göre 2018 yılı verilerine bakıldığında Türkiye'de 18-64 yaş arasındaki erkek nüfus içinde niyetli girişimcilerin oranı %44,9 iken bu oran kadınlar için %26 olarak gerçekleşmiştir. Kuruluş aşamasındaki erkek girişimcilerin oranı %10,10, kadınların oranı ise %4,6 şeklindedir. Yeni bir işin sahibi olan erkek girişimcilerin oranı %10,70 iken bu oran kadınlarda %3,5 olarak gerçekleşmiştir. Erken dönem erkek girişimcilerin oranı %19,96, kadınların ise %8,39'dur. Son olarak, kurum içi erkek girişimcilerin oranı %4,7, kadınların ise %1,5'tir. Türkiye, Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında kadınların girişimcilik faaliyetinin en düşük düzeyde kaldığı ülkedir. Türkiye'yi sırasıyla İsveç (2,37:1), Slovenya (2,32:1) ve Yunanistan (2,25:1)'tir. Brezilya'da bu oran 1,07:1'dir ve erkek-kadın girişimci oranı hemen hemen aynıdır. Çin ve ABD kadın girişimci oranı en yüksek olan ülkelerdir ve bu ülkelerde 10 kadın girişimciye karşın 12 erkek girişimci vardır (GEM, 2019, s. 34).

Aynı Rapor'da Türkiye'de girişimcilik hakkındaki değerlendirmelere yer verilmiştir. Rapor'a göre Türkiye'de erkeklerin %78,6'sı girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak değerlendirirken bu oran kadınlarda daha yüksek bir oranda %83 olarak gerçekleşmiştir. Yani kadınlar girişimciliği erkeklerden daha fazla oranda bir kariyer seçeneği olarak görülmektedir. Bunun yanında, erkekler girişimciliği %65,7 oran ile toplumda saygınlık kazanmak şeklinde değerlendirirken kadınlarda ise bu oran %66,5 şeklindedir. Son olarak, "Türkiye'de Yeni Bir İş Kurmak Kolaydır" diyen erkeklerin oranı %34,5 iken kadınlarda bu oran %23'tür. Bu verilerden yola çıkılarak şu ifade edilebilir: Türkiye'de kadınlar girişimciliği bir iş, kariyer olarak görmelerine rağmen erkeklere nazaran iş kurmanın daha zor olduğunu ifade etmektedirler. Bu durum, girişimcilik meselesinde cinsiyet temelinde karşılaşılan zorluk veya faktörlerin etkisi olduğu konusunu gündeme getirmektedir.

Ağrı ili sosyo-ekonomik gelişmişlik bakımından Türkiye'de 81 il içerisinde son sıralarda (80.) yer almaktadır (SEGE, 2017). Öte yandan, TEPAV (2020) tarafından yayınlanan 81 İlde Türkiye'nin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi'ne göre Ağrı ili 57. sırada yer almaktadır. Toplumsal ve ekonomik kalkınmada kadının işgücüne katılımı bu noktada önem arz etmektedir. Dolayısıyla Ağrı'da kadın girişimciliğini anlamak, kadının üretkenliğinin yanında toplumsal yapıya yönelik fikir vermesi açısından önemlidir. Çalışmada, Ağrı'daki kadınların girişimcilik deneyimlerine etki eden kültürel normlar, finansal kaynaklar, eğitim fırsatları ve destek ağlarını anlayabilmek için çalışmada kadın girişimcilerin sorunları ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri araştırılmıştır. Kadın girişimciliğini etkileyen faktörler çerçevesinde kadınların sorunlara getirmiş oldukları çözüm önerileri, ilin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunacak niteliktedir.

Literatür Taraması

Kadınların ekonomik hayata dâhil edilerek kendi potansiyellerini gerçekleştirmeleri, kadın girişimciliği kavramını da gündeme getirmiştir. Girişimcilik kavramında yukarıda ifade edildiği gibi kadın girişimciliği kavramına yönelik de birbirinden farklı tanımlamalara rastlanmaktadır. Kadın girişimcinin kim olduğuna yönelik en genel tanımlamalardan biri Ecevit (1993, s. 20) tarafından yapılmıştır. Buna göre kadın girişimci;

“Ev dışında bir mekânda, kendi adına kurduğu bir ya da birkaç işyeri olan, bu işyerinde tek başına ya da istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi sıfatıyla ortaklık kuran, herhangi bir mal ya da hizmetin üretilmesi ile ilgili faaliyetleri yürüterek, bu mal ya da hizmetin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan ya da yaptıran, iş ile ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran, iş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş yerinin çalıştırılması, kapatılması ya da işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren ve işinden elde ettiği kazancın kullanım ve yatırım alanları üzerinde söz sahibi olan kişidir”.

Kadın girişimciliğine yönelik bir başka tanım ise şu şekildedir (İlter, 2008, s. 69-70):

“Tek başına veya istihdam ettiği kişilerle birlikte bir iş yerinde çalışan ya da iş yeri sahibi sıfatıyla ortaklık kuran kişi, ev dışı bir alanda kendi adına kurduğu bir veya birden fazla iş yeri sahibi olan kişi, şirket adına firma veya müşterilerle iletişime geçmesi gereken kişi veya kurum ve kuruluşlarla kendi adına temasta bulunan kişi, mal ve hizmetlerin üretimiyle ilgili faaliyetlerde bulunan ve bu mal ve hizmetleri yürüten veya söz konusu mal ve hizmetlerin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan-yaptıran kişi, çalışmalardan elde edilen kazançların kullanımını veya yatırımını konularında söz sahibi olan kişi, iş süreçlerinin organizasyonuna, mal ve hizmet üretiminin planlanmasına, iş yerinin işletilmesine, işyerinin büyümesi, çalıştırılması veya kapatılması konularında kişisel olarak karar veren kişi”.

Peki, kadınları girişimci olmaya iten unsurlar nelerdir? Kadınlar neden girişimci olmak isterler? Ufuk ve Özgen (2001, s. 307) tarafından yapılan araştırmada kadınların girişimci olmalarında üç faktörün önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Söz konusu faktörler, aile ihtiyaçlarının karşılanması, sosyal ilişkilerin başlatılması ve kendini gerçekleştirmedir. Yetim'in (2002, s. 90) çalışmasında ise kadınların girişimciliğe yönelme gerekçeleri; aileye ek gelir sağlama, kendi niteliklerine uygun ücretli çalışma olanağına erişememe, bağımsız ve özerk olma ve daha üretken olabilme şeklinde ifade edilmiştir.

Türkiye’de kadın girişimciliği konusu özellikle 1990’lı yıllar ile birlikte görünür olmaya başlamıştır. Kadın girişimciliğinin bu dönemden itibaren desteklenmesinin iki önemli nedeni vardır. Bunlardan ilki, “kadınların işgücüne katılımlarında görülen hızlı düşüş ve kadınlar arasındaki yüksek işsizlik oranları karşısında, politika yapımcıların, bu olumsuz eğilime girişimciliği geliştirerek karşı durulabileceği konusundaki yaklaşımlarıdır. İkinci olarak, kentlerde yoksul aileler arasında yoksulluğun daha da derinleşmesi birtakım politik müdahaleler gerektirmiştir ve bunların arasında kadın girişimciliğinin geliştirilmesi tercih edilen bir seçenek olmuştur. Başka bir deyişle, kadın girişimciliği ile ilgili tartışmaların öznesi kadınlar olmaktan ziyade haneler olmaya başlamıştır. Hükümet kuruluşlarıyla birlikte, özel kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları, farklı hedefleri olan projelere yönelmişlerdir. Sonuçta, uygulamada aktörlerin çeşitlenmesiyle birlikte, kadın girişimciliğini destekleme stratejisi farklı amaçlara yönelik olarak kullanılır hale gelmiştir” (Ecevit, 2007, s. 47). Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler ve Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini destekleyici ve yaygınlaştırıcı politikalar izlemesi bu süreçte etkili olmuş, ancak gelinen noktada kadın girişimciliği Türkiye’de Batı ülkelerinde olduğu kadar etkili olamamıştır (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001, s. 487). Kadın girişimciliğine yönelik olarak 1980’li yıllardan itibaren çalışmalardan elde edilen sonuçlar, Türkiye’de genel olarak kadınların sadece kadın olmaktan kaynaklı olarak erkeklerden farklı sorunlar yaşadıklarını göstermektedir (Bedük, 2005, s. 113).

Literatüre bakıldığında kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar farklı şekillerde ele alınmıştır. Tan (2006, s. 530) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, %30 oran ile değer yargıları ve inanışlar, %20 oran ile rakip engellemeleri, %23 ile bilginin eksik olması, %11 ile bürokratik-yasal engeller ve %16 ile sermaye bulma zorluğu kadın girişimciliğinin önündeki engeller olarak sıralanmıştır. Ufuk ve Özgen (2001, s. 307) çalışmalarında kadınların işlerini kurarken karşılaştıkları en önemli sorunların sermaye temini, bürokratik işlemler ve tecrübesizlik olduğu belirtmişlerdir. Çalışmada, idarenin işleyişindeki en önemli sorunların piyasadaki yetersiz talep, borç ödemeleri ve vergi ödemeleri olduğu ifade edilmiştir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları bir diğer sorun toplumsal cinsiyet rolleridir. Kadına aile içinde biçilen geleneksel ev işleri, çocuk bakımı gibi faaliyetler kadınların ekonomik hayata dâhil edilmelerini olumsuz yönde etkileyen faktörlerdir. Cinsiyete

dayalı işbölümü sonucunda kadının erkeklerin yaptığı işleri yapamayacağına dair basmakalıp düşünceler söz konusudur. Örneğin, özellikle kadınlar sanayi sektöründe erkeklere nazaran daha az varlık göstermekte ve emek yoğun hafif sanayi dallarında erkeklere göre daha dar bir alanda faaliyet göstermektedirler (Soysal, 2010, s. 99). Bir başka sorun, kadınların yaşadıkları rol çatışmasıdır. İş/aile rol çatışması, iş ve aile alanlarından gelen rol baskılarının uyumsuz olduğu roller arası çatışma olarak tanımlanmaktadır (Stoner vd., 1991, s. 67). Kadınların ev içi sorumlulukları ile iş hayatındaki sorumlulukları bir arada yürütmesi zorunda kalması nedeniyle rol çatışması sorunu ortaya çıkmaktadır.

Yukarıda ifade edilen literatür kapsamında bu araştırmada kadınların girişimci olmalarını etkileyen faktörlerin irdelenmesinden hareketle “Ağrı ilinde kadın girişimcilerin önündeki engeller nelerdir? Söz konusu sorunların çözümüne yönelik hangi çözüm önerileri sunulabilir?” sorularına yanıtlar aranmıştır. Bu minvalde çalışma, girişimcilik konusunda hem teori hem pratiğe yönelik iki önemli katkıda bulunmaktadır: Bir yandan girişimcilik literatürde kadın girişimcilerin yaşadıkları zorlukları ele alarak literatür kapsamını genişletirken diğer yandan kadınların yaşadıkları sorun veya önündeki engelleri bir arada görme ve aralarındaki ilişkiyi analiz edebilmeyi mümkün kılmaktadır.

Yöntem

Bu çalışma nitel araştırmaya dayanmaktadır. Nitel araştırma, incelediği probleme ilişkin sorgulayıcı, yorumlayıcı ve problemin doğal ortamındaki biçimini anlama, katılımcılarının yaşanmış deneyimlerine ve onların özgün seslerine odaklanma uğraşı içinde olan bir yöntemdir (Guba ve Lincoln, 1985; Klenke, 2016, s. 11). Nitel verinin önemli özelliklerinden birisi, doğal ortamlarda doğal olarak meydana gelen sıradan olaylara odaklanmaları, böylece “gerçek hayat”ın nasıl olduğuna dair güçlü bir kavrayışı ortaya koymasındadır (Miles ve Huberman, 1994, s. 10). Çalışmada, kadın girişimciliğinin mevcut durumunu, sorunlarını ve kadın girişimciliğini etkileyen ve engelleyen unsurların neler olduğunun Ağrı ilinde araştırılması amacıyla yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmede (Böke, 2017, s. 291), katılımcıların konunun net anlaşılmasına olanak verecek şekilde akıcı bir dilde sorular hazırlanır.

Çalışmada ilk olarak katılımcıların demografik bilgileri Demografik Bilgi Formları ile elde edilmiştir. Katılımcıların yaş, eğitim, gelir seviyeleri, medeni halleri, çocuk sayısı, işletme kuruluş tarihi bilgileri yarı yapılandırılmış görüşmeler başlamadan önce elde edilmiştir. İkinci olarak, Yarı Yapılandırılmış Görüşme (Mülakat) Formu hazırlanmıştır. Sorular açık uçlu sorular şeklinde tasarlanmıştır. Açık uçlu sorular ile katılımcının içinde bulunduğu durumun anlaşılması, yorumlanması ve derinlemesine incelenmesine imkân sağlanmış olur (Mohajan, 2018). Söz konusu sorulara araştırmacılar tarafından son halinin verilmesi ile katılımcılar ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci 15.05.2024 tarihinde başlamış ve 21.06.2024 tarihinde sona ermiştir. Görüşmeler kadınların izni dâhilinde ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Mülakatlar 45-50 dakika arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında belirlenen katılımcılar, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme ile belirlenmiştir. Bu yöntemde, gözlem birimlerinin belli niteliklere sahip kişiler, olay, nesne veya durumlardan oluşabilmesi söz konusudur. Çalışma kapsamında konuya uygun en ilgili bilgi ve verinin en zengin kaynak veya bireylerden elde edilmesi amacıyla örneklem kasıtlı olarak seçilir (Yin, 2016; Büyüköztürk vd., 2015, s. 91). Çalışmada 20 kadın girişimci örneklem olarak seçilmiştir. Kadın girişimcilere ilişkin kurumsal bilgiler, KOSGEB İl Müdürlüğü’nden alınmıştır. Katılımcılar K1-K20 olacak şekilde kodlanmıştır.

Bu çalışmanın etik onayı, 25.04.2024 tarih ve 166 sayılı karar ile alınmıştır. Çalışmaya katılmayı kabul eden katılımcılara “Gönüllü Onay Formu”nda yer alan bilgiler araştırmacı tarafından okunmuş ve onam alınmıştır. Katılımcıların formu imzalamalarının ardından görüşmelere başlanmıştır. Katılımcılara çalışmadan istedikleri zaman vazgeçebilecekleri, verdikleri bilgilerin gizli ve anonim kalacağı hususlarından bilgilendirme yapılmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen veriler tümevarımcı analiz çerçevesinde analiz edilmiştir. Tümevarımcı analizde temel amaç, toplanan verilerin açıklanmasını sağlayacak kavram ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu kapsamda kodlama ile veriler arasında yer alan anlamlı birim veya bölümlere isim verilir. Toplanan verilerin kodlanmasının ardından kodları belli kategoriler altında toplayabilecek temalar belirlenir. Sonrasında ise veriler ortaya çıkan kodlama ve temalara göre düzenlenir ve tanımlanır. Son aşamada bulgular yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2021, s. 249-257). Betimsel analizin ön koşulu, görüşmeler veya anlatılar gibi yaşanmış deneyimlerle ilgili verileri içermesidir. Analizden türetilen temalar verilere ve katılımcıların deneyimlerine dayanmaktadır (Sundler vd., 2019, s. 735). Bu araştırmada, Ağrı ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin deneyimleri araştırılmıştır. Dolayısıyla çalışmada elde edilen veriler tematik betimsel analiz kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, MAXQDA 2024 programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Tablo 1’de katılımcıların demografik bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo 1

Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

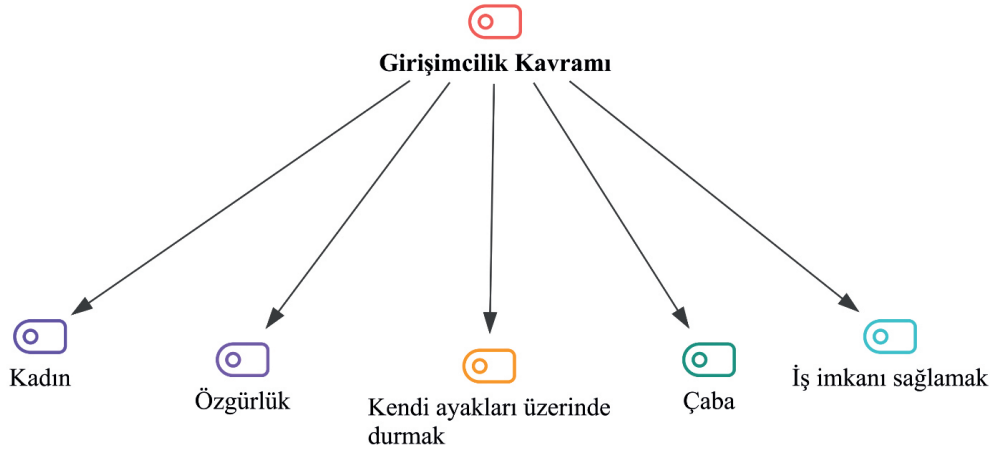
| Katılımcı | Yaş | Şehir | Medeni Durum | Çocuk sayısı | Eğitim Seviyesi | Gelir Seviyesi | İşletme Kuruluş Yılı | İşletme Faaliyet Alanı |
|-----------|-----|----------|--------------|--------------|-------------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
| K1 | 36 | Ağrı | Bekâr | Yok | Ön lisans mezunu | Orta | 2020 | Kadın Giyimi |
| K2 | 26 | Ağrı | Bekâr | Yok | Ön lisans mezunu | Orta | 2024 | Güzellik Merkezi |
| K3 | 49 | Ağrı | Evli | 2 | Ön lisans mezunu | Orta | 2005 | Kuaför ve Gelinlik |
| K4 | 72 | Ağrı | Evli | 3 | Lisans mezunu | Orta | 1956 | Arıcılık ve Süt Ürünleri |
| K5 | 52 | Ağrı | Evli | 2 | Lisans-ön lisans mezunu | Orta | 1998 | Gelinlik |
| K6 | 36 | Ağrı | Evli | 3 | Ortaokul mezunu | Düşük | 2023 | Şal ve Eşarp |
| K7 | 39 | Ağrı | Bekâr | Yok | Lise mezunu | Orta | 2016 | Güzellik Merkezi |
| K8 | 64 | Ağrı | Bekâr | 6 | Lise mezunu | Orta | 2010 | Çeyiz Eşyası |
| K9 | 39 | Ağrı | Evli | 2 | Lise mezunu | Orta | 2010 | Güzellik Merkezi |
| K10 | 35 | Erzincan | Bekâr | 1 | Lise mezunu | Orta | 2017 | Gelinlik |
| K11 | 30 | Ağrı | Bekâr | Yok | Lise mezunu | Orta | 2018 | Kuaför ve Gelinlik |
| K12 | 47 | Ağrı | Evli | 3 | Lise mezunu | Orta | 2012 | Gelinlik ve Kayak Merkezi |
| K13 | 65 | Ağrı | Evli | 2 | Lise mezunu | Orta | 1982 | Kuaför ve Güzellik |
| K14 | 43 | Ağrı | Bekâr | 3 | Lise mezunu | Orta | 2011 | Ev Tekstili |
| K15 | 29 | Ağrı | Evli | 1 | Lise mezunu | Orta | 2024 | Yiyecek(tost, gözleme) |
| K16 | 40 | Ağrı | Bekâr | 2 | Lise mezunu | Orta | 2011 | Kuaför |
| K17 | 31 | Ağrı | Bekâr | Yok | Lise mezunu | Orta | 2017 | Kuaför |
| K18 | 28 | Ağrı | Bekâr | Yok | Lise mezunu | Orta | 2019 | Güzellik Merkezi |
| K19 | 41 | Ağrı | Evli | 2 | Lisans mezunu | Orta | 2009 | Gelinlik |
| K20 | 34 | Kars | Bekâr | 3 | Ortaokul mezunu | Orta | 2019 | Güzellik Merkezi |

Katılımcıların yaş ortalaması 41,8'dir. Medeni durumlarına bakıldığında 11'si bekâr, 9'u evlidir. Katılımcılardan 2'si ortaokul mezunu, 12'si lise mezunu, 3'ü ön lisans mezunu, 2'si lisans mezunu, 1'i hem ön lisans hem lisans mezunudur. Katılımcıların genel olarak gelir seviyelerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir. İşletme kuruluş yıllarına bakıldığında en eski işletme 1956 yılında, en yenisi ise 2024 yılında kurulmuştur. İşletme faaliyet alanları ise daha çok kadın giyimi, gelinlik ve çeyiz, kuaför, güzellik merkezi şeklinde dağılım göstermektedir.

Çalışmada elde edilen veriler ışığında 4 tema oluşturulmuştur: "girişimcilik" "girişimciliği teşvik eden faktörler", "sorunlar" ve "öneriler".

Girişimcilik

Girişimcilik teması, katılımcılara "Girişimcilik kavramından ne anlıyorsunuz?" çerçevesinde belirlenmiştir ve kadınların kavrama yönelik bakış açıları analiz edilmiştir. Bu tema altında "kadın", "özgürlük", "kendi ayakları üzerinde durmak", "çaba", iş imkânı sağlamak", olmak üzere 5 adet kategori belirlenmiştir.



Şekil 1. Girişimcilik teması hiyerarşik kod-alt kod modeli

K3, girişimcilik kavramına yönelik görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: "Yani şöyle benim girişimcilik deyince aklıma gelen tek şey kadın. Çünkü kadınlar toplumun her alanında olmalı ve kendi ayakları üzerinde durmalı. Yani kadın dediğimiz varlık bence kendini her anlamda ifade edebilmeli, her anlamda güçlü olabilmeli".

K16 ise; "Girişimcilik kavramı demek kadın demek. Bir kadın eğer kendi parasını kazanıyorsa, kendi çocuklarını okutabiliyorsa vesaire kendi sosyal hayatını yaşaya biliyorsa, istediği alanlarda gidip gelebiliyorsa bence en büyük girişimci kadındır".

K17 ise "...hani çalışan kadın, geliştiren azimli kendi ayakları üzerinde durabilen, çalışan kadın diyebilirim." ifadelerini kullanmıştır.

Girişimciliği "özgürlük" olarak nitelendiren K2'nin ifadeleri şu şekildedir:

"Yani eğer girişimcilik adına iyi bir girişimciysen iyi bir ortamda bulunursun, iyi bir eş seçersin, iyi bir arkadaş çevresi edinarsın ve her şeyden önce kendini geliştirirsin. Ve bu sayede girişimci olduktan sonra özgür olduğunuzu hissedersiniz. Çünkü özgür olmak kavramı maddi anlamda söylüyorum bunu manevi anlamda illaki sana saygınlık katkısı bulunuyor. Çevrenin sana olan saygınlığını arttırıyor, arkadaşların, eşinin ailenin herkesin sana karşı olan saygınlığını arttırıyor. Ama şimdi bulunmuş olduğumuz coğrafyada saygınlıktan çok girişimci

bir kadınsan özgürlüğü elde ediyorsun. Çünkü onun öncesinde özgür olmadığın için belli bir iş doğrultusunda olmadığın için minnet dediğim o duyguyu yaşadığın için özgür olamıyorsun ve karşı tarafa bir minnet duygusu içerisin oluyorsun. Ancak girişimci olduktan sonra bunların hepsini aşıyorsun. Bu yüzden girişimcilik benim gözümde her anlamda özgürlük ve minnet etmemek demek”.

K6, “yani iş kadını olarak kendi ekonomik özgürlüğümü kazanmak ve ailem ile çocuklarıma da kazandırmak derim.” ve K19 “ekonomik açıdan kendimize özgürlük sağlamak için yaptığımız etkinlik” şeklinde görüş belirtmiştir.

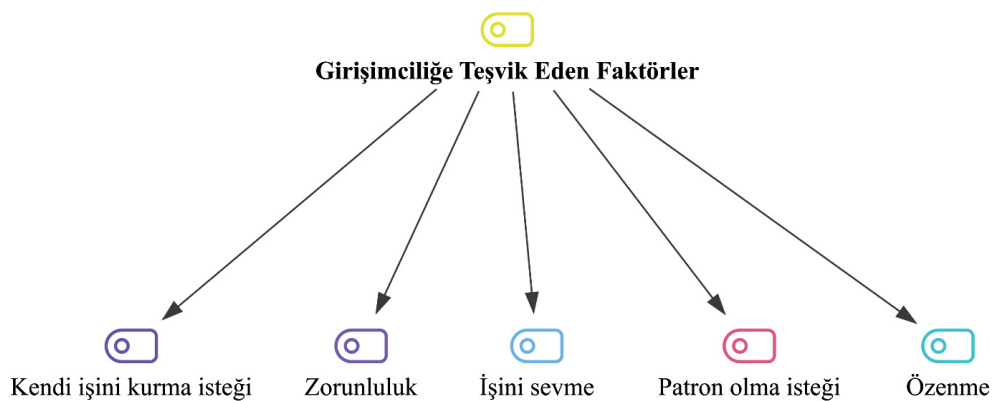
Katılımcılardan K13, K15 ve K18 girişimciliği “kendi ayakları üzerinde durmak” şeklinde tanımlamışlardır: “...Girişimciliği tek bir kelimeyle anlatacak olsam o zaman o da yine ayakta durmak, kendi şeyinin kendi ayaklarının üstünde durmak olurdu. Çünkü bir bayan ayakta durmasını bilecek arkadaş, tutulmasını bilecek yani ben yapamıyorum diye bir şey yok”. (K13) “Girişimcilik bence önce kendi ayaklarının üzerinde durup başkalarına muhtaç olmamaktır. Hele ki ihtiyacınız falan varsa ki bu bir kadın girişimci olunca zaten önceliğin daha yüksek oluyor”. (K15) “Yani bana göre bence bir bayanın kendi ayaklarının üzerinde durması. Kendi işini kurması çok çok önemli. Bu anlamda kendi yapabilmesi önemli. Yani bence girişimcilik bir insanın kendi kendine yapabilmesi, kendi kendine yetebilmesi, kendi kendine ayakları üzerinde durabilmesi”. (K18)

K14 ise girişimcilik kavramını “çaba” şeklinde yorumlamıştır: “Girişimcilik azim de demek. Son olarak da çaba demek çünkü çaba çok önemlidir. Yani bir şeyleri birilerinden beklemeyeceksin. Kendine güveniyorsan yapacaksın. Çaba sarf edeceksin. Kısacası girişimcilik benim için başarmak, çabalamak ve azim demek”.

Son olarak K12, girişimciliği “iş imkânı sağlamak” şeklinde tanımlayarak “Çünkü girişimcilerin özellikle en çok tercih ettikleri kendi ayaklarının üzerinde durabilmek ve kendi gelirlerini elde edebilmek. Bu yüzden girişimcilik bana iş kavramını anlatıyor. Kendi gelirlerini elde edebilmeleri gibi”. ifadelerine yer vermiştir.

Girişimciliğe Teşvik Eden Faktörler

Bu temada katılımcılara “Girişimciliğe başlamanıza etki eden faktörler (teşvik eden unsurlar) nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan gelen görüşler neticesinde “kendi işini kurma isteği”, “zorunluluk”, “işini sevme”, “patron olma isteği” ve “özenme” olmak üzere 5 adet kategori belirlenmiştir.



Şekil 2. Girişimciliğe teşvik eden faktörler teması hiyerarşik kod-alt kod modeli

Katılımcıların girişimci olmalarını teşvik eden unsurlar, hayatları boyunca karşılaştıkları deneyimler çerçevesinde ortaya çıkmıştır. K6'nın girişimci olma fikri yaşadığı olumsuz deneyimlerin özeti şeklindedir:

“Ben on yedi yaşında evlendim...Çok kötüydü aslında evlendiğim aile çok böyle kendilerini çok varlıklı, çok sosyal gösteriyorlardı ama o sosyalliği bana hiç yaşatmadılar. Kayınvalidemin kaynanası yaşadığı için ben de

evle birlik gittiğim için onun sorumluluğunun tamamını bana yüklediler. Tamam, yaşlı olduğu için kadının bakımını ben de gönüllü olarak üstlendim Allah rızası için. Ama o yaşadığı için bu sefer değil benim kayınvalidemin, kayınvalidemin kayınvalidesinin çocukları, oğulları, kızları, gelinleri, herkes eve doluşuyordu. Ve gelen de bir sene gitmiyordu. Ama ben bugün bunların hepsini bir kenara bırakıyorum ve sadece şunu düşünüyorum hani şöyle bir şey vardır emek verirsin tamam mı değer görürsün, hani bir de emek verirsin hep hırpalanırsın. Zaten eğer eşiniz de sessizse hayatınız hepten yandı. Yani kısacası bugünkü geldiğim konumda bunların hepsinin çok katkısı var. Ve ben hepsine çok teşekkür ediyorum. Bu yüzden ayağa kalkan tüm kadınların acısı vardır diyorum ya...Eşim de sağ olsun maddiyat açısından yardımcı olunca iş yerimi açtım ve bir rahatlama geldi. Bir anda dünyanın en huzurlu insanı oldum. Özellikle çocuklarımın ihtiyaçlarını hani hiç yarını öbür güne düşünmeden onların gözünde hiçbir şey bırakmadan yapmak çok huzur veriyor. Yani bir anne olarak insan ister ki çocuğu eksiksiz büyüsün. Her şeyi almak istersiniz”.

K17'nin deneyimi aşağıdaki gibidir:

“Aslında birçok kişi gelir sıkıntısı falan bunlardan başlamış olabilir ama benim yani şöyle ailem tarafından gelir sıkıntım yoktu ama kendim çalışmak istedim ayaklarımın üstünde durmak istedim. Başlamamdaki en büyük faktör de buydu sanırım...Küçüklükten beri böyle elimin yatkınlığı hep böyle bir aklımın ucunda vardı yani kuaför olacağım, kuaför olacağım o şekilde de oldu. Yani başka bir şey etkilemedi beni hani çevre olsun şey olsun etkilemedi beni kendi düşüncem o şekilde başladım”.

K20 ise girişimcilik fikrinin sonradan oluştuğuna dair deneyimlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Şöyle söyleyeyim normalde aslında benim başlar da hep böyle düşüncem polis olma idi ama sonra fikrim değişti. Açıkçası sabahları biraz da üşengecim bir insanım bu yüzden yol yakinken polislikten vazgeçtim öyle söyleyeyim. Bu yüzden eğer kendi işim olursa kendi kararlarımı koyarım diye düşündüm ve girişimciliğe karar verdim. İlk iş yerimi eski eşimle beraber işletmeye başladım ama onun öncesinde de ben çok farklı sektörle de çalışmıştım. İşte mesela kafe işlettim, restoran işlettim, eczane işlettim ondan sonra çiğ köfte yeri işlettim. Bu açmış olduğum güzellik salonundan önce neredeyse benim neredeyse benim yüz otuz tane çalışanım vardı. Tabii şu an onların hepsini geride bıraktım artık güzellik sektöründeyim. Bu sektörü de çok severek yapıyoruz”.

Zorunluluk nedeniyle girişimci olduklarını ifade eden katılımcılar, aşağıdaki deneyimleri paylaşmışlardır:

“O dönem çalışmam gerekiyordu. Bir nevi mecburiyetten başladım. Yani zaten böyle bir şey vardı kafamda. Hep böyle bir işletmem olsun istiyordum ama denk geldi diyelim. Hatta şunu da söyleyeyim o zamanlar ailem hiçbir şekilde destekçim olmadı. Çünkü ailem de esnaf olduğu için dediler ki mesela ben halk eğitimde usta öğreticilik yapan biriyim o dönem dediler ki yani usta öğreticilik yap bu işi yapma. Ya da evinde otur dediler. Hatta rahmetli annem o zaman dedi ki işte abin istemiyor böyle bir iş yapmanı dedim hayır ben yapacağım. Ben istiyorum ve bunu yapacağım dediğim için bir iki sene abim doğru dürüst konuşmadı benimle ben bu işi yapıyorum diye. Ama işte sonradan şimdi abim bir iş yaptığı zaman bana danışıyor. O zaman konuşmamamız yani bir sene falan sürdü o sürtüşmeler işte yapma, kadınlar sokağa çıkmıyor memlekette, sen çok büyük bir şey oynuyorsun, olmaz falan filan ama sonradan duruşumu görünce hepsi destekledi. Yani o zaman öne sürdükleri tek şey toplumun bakış açısıydı başka bir şey değildi”. (K5)

“Evliliğim bitmişti, çocuklarım vardı küçük küçüklerdi minnak minnakdılar. Hem anne hem baba olmak zorundaydım onlara. Mecburdum. İyi ki de girişimci oldum hiç pişman değilim. Gerçi o zamanlar bu iş değil de başka bir iş de olsaydı girerdim. Ne iş olursa olsun yapardım. Çünkü ben tek bir işle duran bir insan değilim ben her şeyi yaparım ve yaptım da bu sayede en azından benim çocuklarım minnetsiz büyüdüler”. (K14)

K10 işini sevdiği için girişimci olduğunu ifade etmiştir:

“Ya ben şimdi ben evimde ev hanımı iken bile çok yerinde duran bir kadın değildim. Mesela sürekli network sitelerinden böyle satış yapmayı ya da gün içinde sürekli bir uğraş halinde olmayı severdim. O yüzden bana göre girişimcilik biraz da insanın içinde oluyor”.

Katılımcılardan 2'si “patron olma isteği” nedeniyle girişimci olduklarını ifade etmişlerdir:

“Başlamamla etkili olan birçok faktör vardı ama en büyük etken benim evlenmek istemiyor olmam. Şu an için bu duruma hazır bir insan değilim. Ee birinin hani el altında çalışmayı gocunmuyorum ama hani yerleştirildikten ve piştiğini düşündükten sonra da bence kendine bir yol çizmelisin. Çünkü birinin altında bir noktaya kadar çalışabilirsin ve pişersin bakın herkes hani çirak komiği herkes bir noktada zaten bundan geçer benim nazarımda. Ama o pişme zamanı var ya bizim için çok önemli. O anı iyi değerlendirmek lazım. Çünkü asıl yatırım o zaman yapılıyor. Örnek veriyorum sen şu an bir komisyon 100 TL kazanıyorsun 70 lirasını harca kalan 30 lirasını muhakkak yatırımını yap ki piştikten sonra o yatırımla bir yola çıkabil. Nereye kadar pişeceksin. Zaman hızlı geçiyor piştikten sonra bir bakıyorsun ki senin kazancın ve senin üstündekinin kazancı arsında dağlar kadar fark var. Yani demek istediğim daha iyisini yapmak varken neden belli bir süreden sonra kendi işinizin patronu olmayasın ki. Piştiğine inandıktan sonra ben o işin gerçekten ehli olduğuma inandıktan sonra neden kendimi o sıfatta bulmayayım ki. Neden kendi işimin patronu olmayayım ki. Ben belki de patronum olan kişiden daha iyiyimdir. Ben böyle olduğumu düşündüğüm için kendi işimi kurdum. Patron olmak istedim”. (K2)

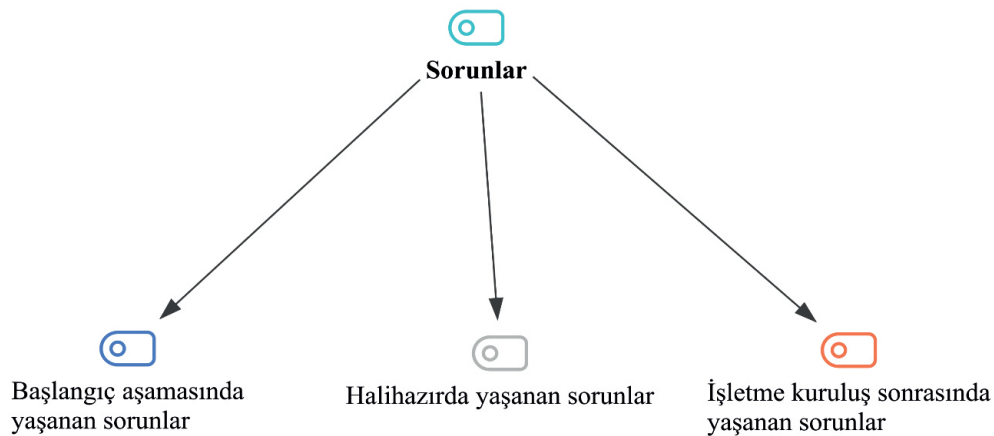
“Eşimdi hatta ben normalde çalışıyordum devlet kurumunda. İstifamı verince kendi işimle uğraşmayı tercih ettim ki onun öncesinde zaten iş yerimiz vardı bizim. Baktım çok sıkıntılar yaşanmaya başladı istifamı verdim, kendi işimin başına geçtim. Bunda da en büyük destekçim eşim. Evlilik öncesinde hiç böyle bir iş yeri açma falan gibi bir düşüncem yoktu. Zaten eşim de Ağrılı ve şu an gerçekten kendi işimin patronu olmayı çok seviyorum ve bunu sevdiğimi eşim sayesinde anladım o ön ayak oldu çünkü bu işe”. (K12)

Son olarak “özenme” gerekçesi ile K13 deneyimlerini şu şekilde paylaşmıştır:

“Özenti. Benim başlamamda en büyük faktör özenmemdi. Biliyor musun ben küçükken hep kuaför olacağım derdim. Hep bebeklerle oynardım hiç unutmam annem bebek yapıyordu bana ben hep şey derdim onun saçını yapacağım, bunun saçını keseceğim, buna makyaj yapacağım. Ondan sonra şeker yiyorduk şekerin o şeyiyle ben yanaklarına kızartırdım bu da onun rujudur, süsüdür derdim...Evet, girişimci oldum ama sevdiğim için oldum”.

Sorunlar

Çalışmada katılımcılara girişimci olmalarından kaynaklı yaşadıkları sorunların neler olduğu sorulmuştur. Bu çerçevede temanın altında “başlangıç aşamasında yaşanan sorunlar”, “işletme kuruluş sonrasında yaşanan sorunlar” ve “hâlihazırda yaşanan sorunlar” olmak üzere 3 adet kategori belirlenmiştir.



Şekil 3. Sorunlar teması hiyerarşik kod-alt kod modeli

Çalışmada katılımcılara öncelikle “Başlangıç aşamasında hangi sorunlar ile karşılaştınız?” sorusu sorulmuştur. K1, işletmeyi kurarken dükkân problemi yaşadığını belirtmiştir:

“Yani en başta tabii şimdi Ağrı Merkezde dükkân yok. Tek bir lokasyonumuz var bu anlamda. Ve bu lokasyonda da kiraların işte fahiş olması, ee yeterli anlamda dükkân bulamamız, işte dükkânlarımız çok küçük olması gibi. Yani en çok en büyük sorunu orada yaşadım lokasyonda. Tabii bu yaşadığım sorun da sadece kadın girişimciye özel değil bu Ağrı'nın en büyük problemi esnaf olarak bizlerin en büyük problemi”.

K3, girişimci olmaya başladığında aile ve çevreden destek alamadığını ifade etmiştir:

“...Bu işe başladığım zaman psikolojik olarak ve ailevi olarak birçok sorunum oldu. Bunların dışında toplum baskısı ya da mahalle baskısı dediğimiz olayı da çok yaşadım. İki artık kendimi kanıtladım diye inanıyorum ama şu anda da bakıyorum ki eğer karşı taraf sana görmek istediğin şekilde bakıyorsa sen onun bakış açısını değiştiremezsin. O kendi görmek istediğini görür çünkü onun dünyası o kadardır. Bakmak istediği görmek istediği o kadardır. Ben o yıllarda kendimi kanıtlamak için çok yıprandım ayrıca bekârdım da o zamanlar ve Ağrı'da yaşıyorum bildiğiniz gibi buralar o kadar kolay değildir, çok yıpranıyordum ilk başlarda. Hatta tüm bu yaşadıklarımı gidip arkadaşşıma anlatmıştım o benim için gece boyu ağladığını söylemişti. Hâlbuki ben sadece çalışıyordum neden bana bu kadar baskı yapıyorlardı ki”.

K14, önceleri güven sorunu yaşadığını, zamanla bu konuda rahatlamaya başladığını belirtmiştir:

“En büyük sorun malzeme almaktı, hammadde. Mesela kumaş alamıyordum perde için kumaş alamıyordum. Kimse beni tanııyordu cebinde para olacak ki sen gidip alışverişini yapacaksın, ürünü getirip koyacaksın satışını yapmak için ya da dikimini yapmak için. O zamanlar bu konuda çok sıkıntı yaşıyordum. O zamanlar bir tane esnaf sağ olsun bana ön ayak olmuştu. Öyle gidip malzemelerimi almıştım. Zaten ilk etapta o arkadaş sayesinde aldıktan sonra tabii zamanla beni tanıdılar toptancılar. Tabii ben genelde Bursa ya da İstanbul taraflarında alıyordum malzemelerimi. İşte insanlar beni tanıdıkça bu sefer artık kendi ürünlerini kendileri bana sunmaya başladılar, kendilerini getirmek istediler. Mesela halen de arıyorum bir telefonla kumaşım geliyor. O güven araya girdi. Tabii güveni kazandıktan sonra oldu bu yoksa herkese güven olmuyor. Ben de olsam ben de güvenmem yani onlar da haklı. Neyse çok şükür zamanla o güven bağını da kurdum. Yani şu an kendi ürünlerimi istediğim zaman telefonla arayıp bu bu ürünü gönderin dediğim zaman gönderiyorlar. Âmâ ilk başlarda bu öyle değildi güven olmadığı için zorluyordu beni”.

K16 da K3 gibi çevreden olumsuz tepkiler aldığını belirtmiştir:

“Sen yapamazsın, edemezsin, ne gerek var, devlet dairesi ölmeyen şey ondan sonra yazık günahı neden işinden ayrıldın diyen çok oldu ama ben kimse dinlemedim bu konuda. Hemen ardından da dükkân aramaya başladım hemen de buldum kiralarla falan da hiçbir sıkıntı yaşamadım.”

Katılımcılara ikinci olarak “İşletmeyi kurduktan sonra hangi sorunları yaşadınız?” sorusu sorulmuştur. K3, kuaför olarak başladıktan sonra taciz ve dedikoduya maruz kaldığını ve bundan dolayı da çok sorun yaşadığını belirtmiştir:

“İlk yıllarımda kuaför olduğum için insanların tacizleriyle çok karşılaştım. Yani genç olduğum zamanlardan bahsediyorum şimdi artık hani yaş da geçti. Tabii o zamanlar gösterişli bir kızdım. Damat ya damatlar şey yaparlardı mesela gelini getiriyordu adam o zamanlarda gelinler nasıl kabul ediliyorlardı bilmiyorum ama fark ettiği halde damadın asılmasına bir şey demiyordu. Eee hal böyle olunca ben çok sert davranıyordum. Çünkü öyle olmasam şu an böyle olamazdım. Bu tip insanlar biraz gevşek olduğun anda bitiriyorlar seni. Bütün toplumlarda bu böyle sadece Ağrı için demiyorum. Yani öğrenciyse de öyledir esnafsan da öyledir bir yerde memursan da öyledir. Azıcık gevşek davrandığın zaman birazcık yumuşaklık yaptığın zaman ipin ucu gidiyor”.

K6, hem girişimci hem anne kimliklerini bir arada yaşamanın zorluklarını dile getirmiştir:

“Çocuklar konusunda sıkıntı yaşadım. Onlar biraz beni zorladı. Gün içinde sürekli ayaktaydım ve yorgun argın eve gidiyordum. Üç tane çocuğum var onların yemesi içmesi evimin temizliği hepsi benim üzerimde. Ve ben yemeğimizi saat yedide yapıp öyle evden çıkıyorum eğer onu yapmazsam hepimiz aç kalırız. Çünkü ben burada iş kadını olsam da evimde bir anneyim. Benim küçük oğlumun yaşı daha çok küçük. Gerçi ötekiler de çok ilgi bekliyor. On beş yaşında oğlum var, on üç yaşında kızım var ve en küçüğü çocuğum da sekiz yaşında.

Okuldan bir geliyorlar hemen sarılıyorlar beni özlüyorlar, ilgi bekliyorlar, şefkat bekliyorlar. Aslında ben evet tamam iyi yaptım yani işletme açtım psikolojik men bana çok çok iyi geldi ama bazen de çok üzüliyordum ilk başlarda. Bunun sebebi de acaba çalışmak için acelemi ettim sanki çocuklarımın daha böyle üç dört yıl daha bana ihtiyaçları var düşüncesiydi. Yani evet tamam saat üçe dörde kadar okuldalar neredeyse gün boyu bile diyebiliriz ama yine de anne olarak eğitimlerine yardımcı oluyorsunuz çocukların. İşte tamda bu nokta da iş hayatına atıldığınız için bazen kendinizi yetersiz bulabiliyorsunuz”.

K14, Ağrı ilinde istediği ürünleri bulamadığı için sürekli büyük şehirlerden ürün almak zorunda kaldığını belirtmiştir:

“Ürün bulma konusunda çok sıkıntı yaşadım... Ben genelde ürünlerimi Bursa ve İstanbul'dan alıyorum diye işte tam da bu konuda hala daha sıkıntı yaşıyoruz çünkü ben Ağrı'dan ürün almak istemiyorum. Neden almak istemiyordum? Ağrıdakiler nasıl diyeyim yani bir ise üç üstüne koyuyordular. Ee benim de o ürünleri alabileceğim öyle bir imkânım yoktu ha o zamanlar öyle olduğu için ağrıdan hiç hammadde almıyordum ama şu an Ağrı'da bir kişiyle alışveriş yapıyorum. Onun dışında yine ürünlerimi dışarıdan istiyorum. Çünkü Ağrı'da hem pahalı hem de alacağım ürün yok. Ve bu arada ben serili olarak çalışıyorum. Mesela ben bir koltuk örtüsünü müşteri geliyor burada katalogda beğeniyor, Ağrı'da fabrikası yok. Ee bu durumda da ben mecburum kumaşı direk Bursadaki fabrikadan istemeye. Yani kısacası ben işletmemi kurduktan sonra buradaki yetersizlik beni çok zorladı”.

K18 ise nitelikli eleman sorunu yaşadıklarını ifade etmiştir:

“Eleman yetersizliği çok sorun olmuştu. Yani aslında biz iki kişi çalışıyorduk o zamanlar yetebiliyorduk da. Tabii ki elemanımız olsa daha iyi olur diye düşünerek eleman alalım dedik ama bulamadık. Çünkü o yeterlilikte bir eleman yok. Mesela benim çalıştıracağım eleman bana sekiz saat çalışacak, çok da bir iş yapmayacak. Bir kapıyı açacak gelenlerin randevusunu ayarlayacak. Bu durumda verdiğim miktar ona az geliyor...Genelde gelenler de Gerekli donanıma da sahip olmuyorlar maalesef. Tabi bu durumda zaten biz yardımcı oluyoruz eğer o düzeyde bir eleman bulursak. Yani donanım konusunda yetersiz olan birini”.

Katılımcılara son olarak “Şu an hangi sorunları yaşıyorsunuz?” sorusu sorulmuştur. Genel olarak pahalılık, kiralara yüksek olması, eleman yetersizliği önemli sorunlar olarak dile getirilmiştir.

K1, “...eee tabii ürünlerimiz çok pahalı işte hani dolar arttığından dolayı piyasalar çok durgun piyasa çok durgun hani bunlar genel bütün esnafların problemi” şeklinde deneyimleri paylaşmıştır.

K11, K18 ve K19 da benzer şekilde sürekli fiyat artışlarından dolayı sorun yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

“...Ekonomik olarak ürünler çok pahalı. Kesinlikle ürünler çok pahalı. İn emeğimizin karşılığını aldığımızı kesinlikle inanmıyorum. Batıda herhangi bir yerde 5.000 liraya yapılan saç ben burada 3.000 lirayı yapamıyorum. Ee o adam da aynı ürünü kullanıyor ben de kullanıyorum ve ben bunun buranın bütçesiyle alakalı olduğunu da düşünmüyorum. Çünkü ya aynı müşteri bana geliyor ben üç bin dediğimde kabul etmiyor ama batıya gidip beş bine yaptırıyor. Bunu sebebi daha güzel yapar algısı da olabilir”. (K11)

“Her şeye çok fazla faiz geldiği için zam geldiği için bu durumdan hani biraz sorun yaşıyoruz. Hani bütün herkes müşterim de çok şikâyetçi ben de şikâyetçiyim onlar memnun değilse ben de memnun olmuyorum bu zincirleme yüzünden böyle bir sorunumuz var... Zamlar aldı başını gidiyor. Müşterilerimiz buraya geldiği zaman anlık fiyat artışlarında falan sorun yaşadığımız da oluyor. Hani genelde bizim işimiz hep dolularımıza göre oluyor bunlar da hep dolar bazlı oluyor. Dolar arttığı zaman biz de otomatikman arttırma durumunda kalıyoruz. Bu durumda da müşteri niye böyle zam oluyor diyor. Ama yani bunun suçlusu bende değilim genel olarak fiyatlar arttığı için böyle oluyor. Bu konu şu an bizi baya zorluyor. Tabi bir yerden sonra anlaşıyoruz ama yani yine de zor anlaşıyoruz”. (K18)

“Şu anda yaşadığımız sorunlar gelinlik sektöründe genelde fiyat söz konusu. Gelinlik sektöründe batı illerinde istenilen fiyattan satış ve kiralama yapıldığı halde ağrı ilinde maalesef hem rekabetten dolayı hem de alımlarımızın pahalı olmasından dolayı iç satışta sıkıntı yaşıyoruz. Haliyle bahsettiğim bu durum müşteriye de yansı-

yor. Biz aldığımız fiyatın altında satış yapmamak ya da kiralama yapmamak için haklı olarak tepki koyduğumuz zaman karşılığında tepki alabiliyoruz ve bu durum hala daha sürekli olarak karşılaştığımız durumlardan biri”. (K19)

Kiraların yüksek olması, katılımcıların dile getirdikleri önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Nasıl sıkıntılar yaşıyoruz? Mesela dükkân sahiplerinin tamamen dengesiz artışları konusunda çok yaşıyoruz. Sırf bu yüzden yeni geliyor ben işletmemi ısıtamıyorum, açamıyorum yani. Kış boyunca iş yok, durgun hani personele mi çalışacaksın, yemeğini mi çalışacaksın, ısıtmaya mı, elektrige mi bunların hepsi ciddi sorun. Bazen yeri geliyor dükkânım buz gibi oluyor, müşteri yoksa açamıyorsun yani yapamıyorsun. Hiçbir şekilde dükkân kirasını toplu verdiği için ödemeyene kadar hiçbir şey alıp veremiyorsun. Ve ben bu konuyu kiracımla konuştuğum zaman adam beni kovdu. İşine gelirse dedi bana”. (K9)

“Kira maalesef, kira konusunda çok sıkıntı yaşıyorum. Çünkü kiralar inanılmaz yüksek. Mesela ben şu an yaptığım bu işi biraz böyle caddeye yakın bir iş yerinde yapsaydım daha çok insan yararlanırlardı ve müşterim daha fazla olurdu. Tamam, konumum kötü olsa da gene beni buluyor benim müşterim ama verdiğim kiraya göre de göz önünde olmak istiyorum. Burası biraz kuytu olduğu için belirli insanlar görüp de geliyor. Ama biraz daha çarşıya yakın bir yerde olsaydım daha çok insan gelirdi, her kesimden insan gelirdi buraya. Beni bilen benim işimi bilen insan geliyor Instagram sayfamın takip edipte dayanıklı ürünlerimi görenler geliyor ama çarşı da olsa gelen geçen herkes gelebilirdi”. (K14)

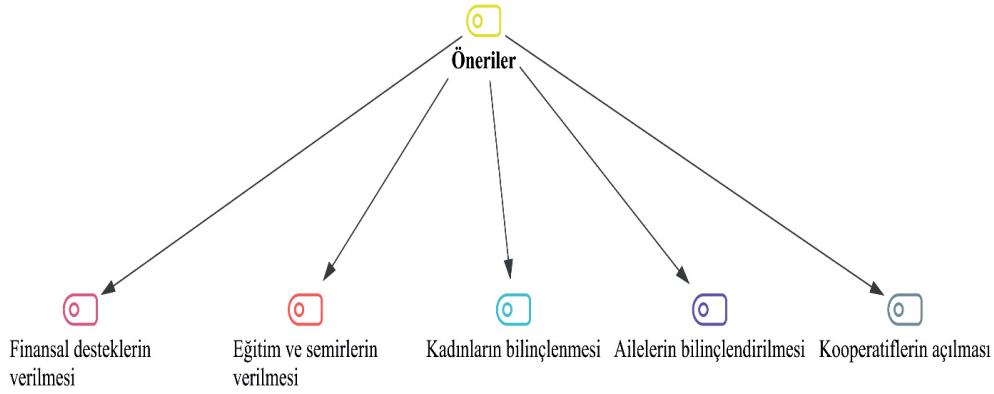
Katılımcıların hâlihazırda yaşadıkları bir diğer sorun da nitelikli eleman bulamamadır.

“Şu an eleman konusunda hala daha sıkıntı yaşıyorum, çevre konusunda da hala daha bazı sıkıntılarım var”. (K7)

“Kimse meslek öğrenmek istemiyor, bu yüzden eleman yetersizliğimiz var. Kimse düzgün iş yapamıyor. Herkes böyle kolay para kazanma derdinde olduğu için eleman yetersizliğimiz çok var. Mesela Halk Eğitim var o da şöyle halk eğitimde verilen 3 yıllık eğitime göre çocuk geliyordu ve ben bir tarağı soruyorum diyor ki hangi tarak abla bilmiyorum. Çünkü burada akademi yok ki eğitim olsun. Mesela kuaför akademileri yok. Ben bile mesela Diyarbakır'a gittim eğitim aldım sonra Adana'ya gittim. Çünkü makyaj eğitimi burada yok. Mesela büyük şehirlerde var. Akademiler var gidiyorsun kendin yazıyorsun sana birebir gösteriyor. Aslında burada şey yok profesyonellik yok. Profesyonel saç tarayan yok. Hoca olarak profesyonel yok ki burada. Hani burada kim gidiyor diyor ki bana bu topuzu yap. Kimse bunu demiyor ki. Lüle lüle yap bitti. Hafif makyaj yap diyor bir aylayner çek diyor bitti. Mesela bu şey kuaförlük değil ki. Herkesin yapabileceği bir şey ama hani buna rağmen bizim eleman yersizliğimiz var. Bu da şundan kaynaklı bence Ağrı'da eğitim yani kuaförlük anlamında eğitim yetersizliği var”. (K16)

Öneriler

Saha çalışmasında katılımcılara “Kadın girişimciliğinin Ağrı'da gelişmesine yönelik hangi adımlar atılabilir?” sorusu sorulmuştur. Öneriler temasının altında “finansal desteklerin verilmesi”, “eğitim ve seminerlerin verilmesi”, “ailelerin bilinçlendirilmesi”, “kadınların bilinçlenmesi” ve “kooperatiflerin açılması” olmak üzere 5 adet kategori oluşturulmuştur.



Şekil 4. Öneriler teması hiyerarşik kod-alt kod modeli

Katılımcıların büyük bir kısmı kadın girişimciliğine yönelik desteklerin verilmesi veya artırılması yönünde bir çözüm önerisi dile getirmişlerdir.

“Öncelikle destek çok önemli, hibeler çok önemli. Hibelerden kastımda girişimcilik hibeleri, geri ödemeli hibeler ya da faizsiz desteklerden bahsediyorum... Yani tamam kadının ekonomik özgürlüğünün bir nebze de olsa olması gerekiyor ama girişimcilikte destek çok önemli. Şu an eşlerinden ayrı olan hem annelik hem babalık yapan binlerce insan var. Onları şu an çoğunun ekonomisi olmadığı için orada burada çalışmak zorunda kalıyorlar. Ama kadını çok iyi el becerisi vardır, çok iyi yemek yapabiliyordur, çok iyi el iş yapabiliyordum, çok iyi bebekler yapabiliyordur, çok iyi örgüler yapabiliyordur yani bunun için böyle küçük butikler açılabilir mesela ama dediğim gibi ekonomik olarak altyapıları olmadığı için otomatikman sadece gidip orada burada çalışmakla zorunda kalıyorlar. Yani eğer devlet kadını istihdam etmek istiyorsa önce kadına destek vermesi gerekiyor”. (K9)

Devletin sahip çıkması maddi yönden özellikle destek çıkması gerekiyor kadınlara. (K12)

“Destek yapılabilir hangi alanlarda destek yani sadece kuaför alanında değil tabii diğer şeylerde de destek verilebilir. Yani biraz 10 para desteği kadınlar için iş yeri açma desteği bunlar yok mesela. İş yeri açma desteği yok. Olsa bile çok nasıl diyeyim çok fazla talepleri oluyor hani şunu alın bunu alın bunu getirin ee o kişi onu yapamıyor mesela benim şu an iş yeri açmak isteyen bir sürü arkadaşım var ama yer bulamıyorlar. Yer bulamadıkları için de çalışmıyorlar. Ağrı’da o kadar çok güzellik merkezi kuaför var ki hepsi anca kendine göre iş yapabiliyor çünkü destekleri yok bir yerden bir destek gelse biz de belki burayı daha çok büyütebiliriz ama desteğimiz yok”. (K17)

Ağrı ilinde kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik olarak katılımcılardan gelen bir diğer öneri ise bu alanda eğitim ve seminerlerin verilmesidir. Ayrıca, mevcut durumda verilen eğitimlerin kapsam ve içeriğinin de aynı zamanda geliştirilmesi ifade edilmiştir.

“Eğitimler verilmeli. Bahsettiğim eğitim de kız meslekte alınan eğitim değil. Çünkü oradan bana gelen öğrenci sadece fön çekebiliyor... Yani ben kaş alırken veya da saç keserken benim çalışanımın fön dışında bir şey yapması lazım ki ben o ücreti çıkartıp ona verebileyim. Ancak kız bilmiyor. Onlar iyice öğrenemedikleri için biz de iyi bir ücret veremiyoruz. Hani bu bizim de suçumuz ama onlar da bir şey bilmiyor. Şimdi hani günlük 100 TL kazanmak nerede 5000 kazanmak nerede ya da çalışanının sana bunu kazandırması nerede. Biz elbette elimizden geldiğince eğitmeye çalışıyoruz ama neden sadece benim verdiğim eğitim ile dursun ki... Ya aslında ben bu konuda da gene gerçekten gıpta ediyorum özeniyorum Denizli’de ve Antalya’da olan meslek liselerine. Orada liseden çıkan kız gidip bir kuaföre gelin başı hazırlayabiliyor o yaşıyla ama bizim burada hiçbir şey öğretilmiyor çocuklarımıza. Hadi gelin başını ben öğreteyim diyelim ama renklendirme uzmanlık isteyen bir alan. Bunları gerçekten teknik bir şekilde kimyası ile birlikte öğrenmeleri lazım. Ben yıllardır çalışmama rağmen yine video açıyorum boyanın kimyasını öğrenmeye çalışıyorum. Bu yüzden düzgün bir eğitim şart”. (K11)

“Eğitim imkânının sağlanması lazım. Ha eğitimden kastım da Halk Eğitim kursları değil onlar yeterli değil. Benim demek istediğim büyük ve gerçekten bir şeyler katacak eğitimler. Mesela Erzurum’da yapıyorlar ya alanlarında iyi olan yedi tane kuaförü getiriyor bunlar çok iyi kuaförler her ilde dereceye girenle bunlar. Ve sana orada boyayı gösteriyor, cilt bakımı gösteriyor, kalıcı makyajı bile gösteriyor. Yani iyi makyaj nasıl yapılır ayrıntılarıyla gösteriyor. İşte böyle bir eğitimin Ağrı’da da olması gerekiyor. Yani burada sıradan birinin vermesiyle işinin ehli olan birinin eğitimi vermesi daha farklı devlet mesela bu konuda bir şeyler yapabilir”. (K13)

Ailelerin bilinçlendirilmesi, katılımcılar tarafından dile getirilen bir başka öneridir.

“Mesela aileler bilinçlendirilebilir. Ben aile konusundan çok çektiğim için direkt aile demek dedim. Ondan sonra eğitim de çok önemli yani zaten ne geliyorsa başımıza eğitimsizlikten ve bilinçsizlikten geliyor. Eğer bu sorunlar ortadan kalkarsa zaten geriye kalan sıkıntılar çözülmüş olur”. (K6)

“İlk önce kafaların değişmesi lazım. Bunun içinde anneler bilinçlendirilmeli. Çünkü benim en büyük şansım annemdi. Anne babayı değiştirebiliyor, anne çocukları değiştiriyor anne anne aileyi değiştiriyor. Aslında ben diyorum ya ailede ben devrim yarattım aslında annem bir tohum ekti kendine göre o tohumun yeşertti. Ve o tohumla bir ağaç yetiştirdi. O ağacın önüne de hangi engel çıkarsa çıksın balta gibi her şeyi devirdi. Bu yüzden eğitim falan her şey bir tarafa annenin yönlendirmesi çok önemli ve doğru yönlendirme için annelerin çok bilinçli olması lazım...Anneler bilinçlendirilsin diyorum kadın girişimcilerin artması için anne çok önemli”. (K7)

Katılımcılar, kadınların bilinçlenmesi gerektiğini önermişlerdir. Kadınların öncelikle kendilerine güvenebilmeleri ve girişimci olabileceklerine dair inancı taşımaları gerektiğini söylemişlerdir.

“Bizim gençlerimiz çok tembel. Birkaç gündür kapıdaki kâğıdı gördünüz mü bilmiyorum ama ben eleman arıyorum. Gelenlerin arasında ortaokul mezunları ya da liseyi terk edenler var onlara gelin hem okula yazdırayım oradan maaş alın hem de ben vereyim diyorum kendim yönlendiriyorum onları ama kabul etmiyorlar. Hem bu tarz şeylerden haberleri yok hem de abla okulla uğraşamam diyorlar. Hâlbuki okulun nasıl bir okul olduğu hakkında bilgileri yok ya da verilecek eğitim hakkında bilgileri yok sırf tembellik yaptıkları için uğraşamam diyorlar. Ee o zaman kadın girişimciler nasıl olacak? Şimdi açık konuşalım her kadın buna sizde dâhil gelecek için birer kadın girişimci adayısınız. Siz bir adım atmazsanız o yollar nasıl aşılacak? Yani demek istediğim şey herkes kendi için adım atsın. Beklemenin anlamı yok ki birilerinden bir şeyler bekleyeceğimize kendimiz başarmaya çalışalım. Başkaları bizim yerimize çabalarsa bir yerden sonra biz çabalamayı bırakırız ama kendimiz dişimizle, tırnağımızla kazıyarak bir yerlere varırsak asla pes etmeyiz. Bu yüzden başkalarından gelecek adımlardan çok kendimiz adım atmalyız”. (K3)

“Ağrı’nın genel yapısında bir tembellik söz konusu. Mesela şöyle bir şey örnek verecek olursam Karadeniz kadını mı doğu kadını mı dersiniz karakteriniz kadını daha çok çalışkandır. Gerçekten. Karadeniz’in erkekleri oturur kadınlar çalışır tarlalarda. Ama Ağrı’da böyle bir şey söz konusu değil maalesef. Bunun da Ağrı’nın çok eskiye dayanan alt yapısından ve kültürel yapısından kaynaklanan bir şey olduğunu düşünüyorum”. (K12)

“Yani önce kadın kendine güvenecek. İlk önce kendinden başlayacak. Kendine güveniyorsa ben yaparım diyorsa yapar”. (K13)

Son olarak, Ağrı ilinde kooperatif kurulması gerektiği önerisi dile getirilmiştir.

“...Koruyup kollamak için bizlere kooperatifler açsın, ondan sonra da aktif bayanlar bulsun başlarına koysun ki kadınlar azimlesin. Hele bir de arada sırada denetleme yapsın siz o zaman görün Ağrı’daki kadın nasıl bir ilerleme kat ediyor”. (K8)

Sonuç

Bu çalışmada Ağrı ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin girişimciliğe yönelik deneyimleri ele alınmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat ile 20 kadın girişimci ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, kadınların girişimcilik kavramına bakış açıları, girişimcilik başlangıcı, sonrası ve mevcut durumda yaşadıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri irdelenmiştir.

Ağrı ilinde kadın girişimcilerin deneyimleri Türkiye genelinde kadın girişimcilerin deneyimleri ile benzerlik göstermektedir. Nitekim Türkiye’de kadınlar daha ziyade aile ihtiyaçlarını karşılamak yani zorunluluk nedeniyle girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bunun yanında kadınların girişimciliğe başladıklarında sermaye sorunu yaşadıkları ve kendi birikimleriyle iş kurdukları, genel olarak orta yaşlarda oldukları, eğitim düzeylerinin genelde ilkökul düzeyinde olduğu görülmektedir (Karaturhan vd., 2017, s. 90). Şenel ve Sevim’in (2022, s. 180) Giresun’daki kadın girişimcilere yönelik yaptıkları çalışmada ortaya çıkan benzer bulguda olduğu gibi Ağrılı kadınlar da girişimcilik kavramına çabalamak, kadının kendi ayakları üzerinde durması ve iş imkânı sağlaması şeklinde tanımlamalar getirmişlerdir. Kadınların girişimci olmasına etki eden veya teşvik eden faktörler genel olarak “kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma, risk almaya yatkınlık, yenilik ve değişiklik arzusunun tatmin etme” şeklindedir (Arslan ve Toksoy, 2017, s. 124). Saha çalışmasında kadınları girişimci olmaya teşvik eden unsurlara bakıldığında ise kadınların iş kurma isteği, patron olma isteği, özenme, işini sevme ve zorunlu nedenlerden dolayı girişimci oldukları görülmektedir.

Ağrı ilinde kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektörler bakıldığında kadın giyimi, güzellik merkezi, kuaför ve gelinlik, çeyiz eşyası yiyecek (tost, gözleme) ve kuaför olduğu görülmektedir. Gündüz ve Karadeniz (2022, s. 109) tarafından Malatya ilindeki kadın girişimcilere yönelik yapılan çalışmada da kadınların benzer sektörlerde yoğunlaştığı bulgusuna rastlanmıştır. Söz konusu bulgu çerçevesinde ataerkil düşüncenin hâkim olduğu toplumlarda kadınların yüksek riskli sektörlerden ziyade tecrübe sahibi oldukları alanlara yoğunlaştığı söylenebilir. Soysal’ın (2010, s. 99) ifade ettiği gibi kadınlar sanayi sektörü yerine hafif nitelikte olan sektörler yönelmektedirler.

Kadınların girişimcilik deneyimlerinde karşılaştıkları sorunlar literatür ile benzerlik göstermektedir. Aile veya eşten destek alamama, aile ve çevrenin kadın girişimciliğine yönelik olumsuz bakış açıları kadın girişimcilerin işin başında karşılaştıkları sorunlardır. Kadınlar devlet desteklerini yetersiz görmektedirler. Bunun yanında girişimciliğe başladıktan sonra da sorunlar devam etmektedir. Nitelikli personel bulamama, taciz, anne-çalışan kimlikleri arasında sıkışıp kalma, mal ve ürün temin edememe gibi. Kadınların hali hazırda yaşadıkları sorunlara bakıldığında ise fiyat artışları ve dükkân kiralalarının yüksek olması ön plana çıkmaktadır. Esasında gerek başlangıç gerekse şu anki sorunlara bakıldığında söz konusu sorunların bir silsile şeklinde birbiriyle ilişkili olduğu söylenebilir. Girişimciliğe başlamak isteyen kadın aile veya çevreden destek bulamadığında psikolojik olarak olumsuz etkilenmekte ve destek bulmakta zorlanmaktadır. Özellikle maddi destek alamayan kadınlar için bu durum çok daha zorlu geçmektedir. Öte yandan, ekonomik konjonktür kadın girişimcileri oldukça olumsuz etkilemektedir. Yüksek enflasyondan kaynaklı sürekli fiyat artışları, ürüne olan talepleri azaltmaktadır. Dahası, Ağrı ilinin coğrafi konumundan kaynaklı olarak talep edilen ürünler uzak illerden temin edilmekte, bu da ulaşım maliyetlerini artırmaktadır. İlde kış koşullarının zorlu geçmesi, satışların tüm yıla yayılmasını engellemektedir. Gideri kadar gelir elde edemeyen kadınlar dükkân kiralalarının sürekli artışı neticesinde kira ödemekte zorluk çekmektedirler. Çalışırken kadınlar bir yandan ev, çocuk bakımı işlerini de yapmaktadırlar. Hem çalışmak, hem ev işleri ile ilgilenmek kadınlara ayrı bir yük getirmektedir. Dolayısıyla iş ve aile hayatı arasında esneklik sağlamaya yönelik etkenler kadın ve erkekler için farklı bir biçimde ortaya çıkmaktadır (Collins-Dodd vd., 2004, s. 396). İş ve aile hayatı arasında esneklik elde etme isteğiyle ilgili faktörler farklı şekilde değerlendiriliyor Tüm sorumluluklarını yerine getirme telaşı içinde olan kadınlarda yetememe duygusu da ortaya çıkmaktadır.

Ağrılı girişimci kadınların yukarıda yaşadıkları sorunlara yönelik dile getirdikleri çözüm önerileri 5 kategoriye ayrılmıştır. İlk olarak, finansal desteklerin verilmesi kadınların çoğunlukla dile getirdikleri bir çözüm önerisidir. Mevcut devlet desteklerinin ihtiyaçlarını da karşılamadığını ifade eden kadınlar, desteklerin iş faaliyet kollarının genişletilerek verilmesinin daha kapsayıcı olacağı vurgulanmıştır. İkinci olarak kadınlar girişimciliğe ve devlet desteklerine yönelik eğitim ve seminerlerin verilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Ancak kadınların dikkat çektikleri önemli bir husus, söz konusu eğitimlerin geleneksel yöntemler ile verilmemesi gerektiğidir. Teori ve uygulamanın bir arada olduğu eğitimlerin verilmesi önerilmiştir. Benzer şekilde kadın girişimciliğine yönelik seminerlerin verilerek konuya ilişkin farkındalık düzeyinin artırılması gerektiği ifade edilmiştir. Üçüncü olarak kadınların girişimcilik konusunda bilinçlendirilmesi gerektiği önerilmiştir. Burada bilinçlendirilmekten kasıt, kadınların girişimci olabileceklerine ve bu işi erkekler gibi yapabileceklerine dair kendilerine güven duymaları gerektiğidir. Kadınlara geleneksel olarak biçilen toplumsal cinsiyet rollerinden sıyrılarak hem çalışan kimliğinin hem anne kimliğinin olabileceği vurgulanmıştır. Dördüncü olarak, kadınların girişimci olabilmelerinin önünü açmak için ailelerin bilinçlendirilmesi önerilmiştir. Başta anne, baba ve eş olmak üzere doğrudan kadınların kararlarına etki eden bireylerin girişimcilik konusunda kadınlara maddi ve manevi destek vermeleri gerektiği vurgulanmıştır. Son olarak, Ağrı ilinde girişimcilik kültürünün geliştirilmesine yönelik kadın kooperatiflerinin kurulması önerilmiştir. Bu noktada kamu kesimi, özel kesim ve yerel yönetimlerin işbirliği ve koordinasyon çerçevesinde kadınlara yönelik ihtiyaç analizleri yapılarak girişimciliğin desteklenmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Çalışma, kadın girişimciliğini etkileyen faktörlerin anlaşılması bakımından önem taşımaktadır. Gerek yerel gerekse ulusal düzeyde kadın girişimciliğine yönelik destek politikaları ve stratejilerin kapsamlı ve bölgesel farklılıkları da göz önünde bulunduracak şekilde yapılandırılması noktasında karar alıcılara bir fikir verilebilir. Ancak çalışmada bazı sınırlılıkların olduğu söylemek mümkündür. Öncelikle çalışma Ağrı ilinde 20 girişimci kadın ile gerçekleştirilmiş olup çalışmadan elde edilen bulguların genellenmesi mümkün değildir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda örneklem sayısı ve il sayısı genişletilerek daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilir. İkincisi, çalışma nitel araştırmaya dayalıdır ve yarı yapılandırılmış mülakatlar ile 20 kadın girişimci amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Gelecek çalışmalarda karma yöntem kullanılarak daha derinlemesine analizler yapılabilir.

Kaynakça

- Arslan, İ. K. ve Toksoy, M.D. (2017). Türkiye'de kadınları girişimciliğe yönelten faktörler karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 1(1), 123-148. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1178593>
- Bedük, A. (2005). Türkiye'de çalışan kadın ve kadın girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3/12, 106-117. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/69847>
- Böke, K. (2017). Örneklem. K. Böke (Ed.), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri içinde* (s.104-149). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Büyükoztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, E.A., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Collins-Dodd, C., Gordon, I. M. ve Smart, C. (2004). Further evidence on the role of gender in financial performance. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 395-417. Erişim adresi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j>
- Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M. (2001). Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin Nevşehir ilinde bir araştırma. 1. *Orta Anadolu Kongresi*, 487-498. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/292152819_Kadin_Girisimcilerin_Demografik_Ozellikleri_ve_Karsilastiklari_Sorunlara_Iliskin_Nevsehir_Ilinde_Bir_Arastirma
- De Vita, L., Mari, M. ve Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>
- Ecevit, Y. (1993). Kadın girişimciliğin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi. *Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli*. Ankara. Erişim adresi: <https://ekutuphane.aile.gov.tr/media/ouhjmaly/kad%C4%B1n%C4%B1-giri%C5%9Fimcili%C4%9Fe-%C3%B6zendirme-ve-destekleme-paneli.pdf>
- Ecevit, Y. (2007). Türkiye'de kadın girişimciliğine eleştirel bir yaklaşım. Ankara: Uluslararası Çalışma Ofisi.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2019). *Türkiye'de girişimcilik ve uluslararası karşılaştırma*. Yeditepe Üniversitesi Yayınevi.
- Gündüz, A. ve Karadeniz, B. (2022). Girişimcilik olgusunun tarihsel gelişimi ve kadın girişimciliği: Malatya ilinde yapılan çalışmanın incelenmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 96-112. <https://doi.org/10.29029/busbed.1119269>
- İlter, B. (2008). Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: KAGİDER Örneği (Yayımlanmış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Karaturhan, B., Ünsal, G., Issabek, B. ve Güler, D. (2017). İzmir ilinde kırsal kadın girişimciliği ve bunu etkileyen faktörler. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(1), 85-91. <https://doi.org/10.24181/tarekoder.325625>
- Klenke, K. (2016). *Qualitative research in the study of leadership*. Emerald Group Publishing Limited.
- Lincoln, Y. ve Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry: Establishing trustworthiness*. Beverly Hills.
- Miles, M.B., ve Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. London: Sage.
- Mohajan, H. K. (2018). *Qualitative research methodology in social sciences and related subjects*. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23-48. Erişim adresi: https://mpr.ub.uni-muenchen.de/85654/1/MPRA_paper_85654.pdf
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2017). İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması SEGE-2017, Ankara. Erişim adresi: <https://www.sanayi.gov.tr/merkez-birimi/b94224510b7b/sege>
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01), 83-114. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/35924>
- Stoner, C.R., Hartman, R.I. ve Arora, R. (1991). Work/family conflict: A study of women in management. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 7(1), 67-74. <https://doi.org/10.19030/jabr.v7i1.6261>
- Sundler, A.J., Lindberg, E., Nilsson, C. ve Palmér, L. (2019). Qualitative thematic analysis based on descriptive phenomenology. *Nursing Open*, 6(3), 733-739. doi: 10.1002/nop.2.275
- Şenel, A.D. ve Sevim, U. (2022). Kadın girişimciliği üzerine bir araştırma: Giresun örneği. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 7(2), 171-185. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/joeep/issue/69748/1133631>
- Tan, F.Z.S. (2006). Tarihi akış içinde Kastamonu kadın girişimciliği. 14. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, Erzurum. Erişim adresi: https://www.academia.edu/18282252/Tarihi_Ak%C4%B1n%C5%9F_%C4%B0%C3%A7inde_Kastamonu_Kad%C4%B1n_Giri%C5%9Fimcili%C4%9Fi

- TEPAV (2020). 81 ilde Türkiye'nin toplumsal cinsiyet eşitliği karnesi. TOBB Yayın No: 2020/333. Erişim adresi: <https://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/10212>
- Ufuk, H. ve Özgen, Ö. (2001). The profile of women entrepreneurs: A sample from Turkey. *International Journal Of Consumer Studies*, 25(4), 299-308. <https://doi.org/10.1046/j.1470-6431.2001.00197.x>
- Yetim, N. (2002). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*. C. 2, Sayı:1, 79-92. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/eab/issue/39833/472261>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R.K. (2016). *Qualitative research from start to finish*. The Guilford Press.

Araştırmacı Katkısı: Ceren AVCİL (%50), Cemrenur ÇELİK (%25), Esra BAŞ (%25)

Teşekkür: Bu çalışmada proje koordinatörü olan Cemrenur Çelik ve araştırmacı olan Esra BAŞ'a yoğun emek ve katkıları için teşekkür ederim. Ayrıca, kendileri ile mülakat yapmayı kabul eden tüm kadınlara ve proje desteği için TÜBİTAK'a teşekkür ederim.

Extended Abstract

Purpose: Employment is one of the most important tools for the balanced development of countries. Balanced development and growth depend on the effective involvement of all production factors in this process. Otherwise, development differences may occur between countries. In this respect, one of the biggest obstacles to economic development of a country is that women and men cannot be equally included in employment and business. Introduction of production factors with incomplete capacity results in inability of achieving the desired level of economic growth. At this point, women's entrepreneurship should be considered. Beginning of entrepreneurship, problems experienced by women and the solutions offered to these problems were examined in this study aiming at addressing the experiences of entrepreneurial women in Ağrı. The fact that the study was conducted in Ağrı, ranking last in Türkiye in terms of socio-economic development, is important in terms of giving an idea about the structure of entrepreneurial culture in small provinces.

Design and Methodology: This study is based on qualitative research. One of the important features of qualitative data is that it focuses on ordinary events which occur naturally in natural environments, thus revealing a strong understanding of what "real life" is like (Miles and Huberman, 1994, p. 10). In the study, semi-structured interviews were conducted to investigate the current status of women's entrepreneurship, its problems, and what factors affect and hinder women's entrepreneurship in Ağrı province. Such information as the age, education, income levels, marital status, number of children, business establishment date of the participants were obtained through Demographic Information Forms in the study. Interviews were also conducted with the participants through the Semi-Structured Interview (Interview) Form consisting of open-ended questions. The fieldwork process was carried out between 15.05.2024 and 21.06.2024. In the study, 20 female entrepreneurs were selected as samples. The participants were determined according to one of the purposeful sampling methods, which is the criterion sampling method. In this method, observation units can consist of persons, events, objects or situations with certain qualifications. Within the scope of the study, the sample is deliberately selected in order to obtain the most relevant information and data suitable for the subject from the richest sources or individuals (Yin, 2016; Büyüköztürk et al., 2015, p. 91). The ethical approval of the study was given with the decision dated 25.04.2024 and numbered 166. The data obtained within the scope of the study were analyzed within the framework of inductive analysis. The main purpose of inductive analysis is to reach concepts and relationships that will enable the explanation of the collected data. In this context, the meaningful units or sections between the coding and the data are named. After

coding the collected data, themes which can collect the codes under certain categories are determined. Then, the data is organized and defined according to the resulting coding and themes. In the last stage, the findings are interpreted (Yıldırım and Şimşek, 2021, p. 249-257). The prerequisite for descriptive analysis is that it includes data about lived experiences, such as interviews or narratives. The themes derived from the analysis are based on the data and the experiences of the participants (Sundler et. al, 2019, p.735). In this study, the experiences of women entrepreneurs operating in Ağrı province were investigated. Therefore, the data obtained in the study were analyzed using thematic descriptive analysis. The findings were analyzed with the help of MAXQDA 2024 program.

Findings: With the findings obtained within the scope of the study, 4 themes were created. These are entrepreneurship, elements that encourage entrepreneurship, problems and solution suggestions. First, the participants explained the concept of entrepreneurship with the concepts of “woman”, “freedom”, “standing on their own legs”, “effort”, and “providing job opportunities”. Secondly, 5 categories were determined as the factors that encourage participants to entrepreneurship: “willingness to start their own business”, “necessity”, “liking their job”, “willingness to be a boss” and “ambition”. Thirdly, the problems experienced by women before and after they started entrepreneurship as well as the current ones have been analyzed. Women generally face problems such as not being able to find support from their families and husbands, their perspectives due to cultural norms, inability of getting financial support, inability of finding qualified personnel, and having difficulties due to price increases. The solution suggestions of entrepreneurial women for these problems are to educate and raise awareness of women and families, to provide financial support, to provide training and seminars and to establish cooperatives for women entrepreneurs. The findings obtained in the study are consistent with the literature. In the studies conducted on the obstacles to women’s entrepreneurship in Türkiye (Tan (2006, p. 530; Ufuk and Özgen, 2001, p. 307; Soysal, 2010, p. 99), value judgments and beliefs, competitor obstacles, lack of knowledge, bureaucratic-legal obstacles, difficulty in finding capital and inexperience were revealed as the main findings.

Research Limitations: The main limitation of this study is that it was conducted in Ağrı, a small province of Turkey. The number of samples is limited (20) and it is not possible to generalize the findings obtained from the study. In addition, the study is based on qualitative research and the findings obtained can be compared with more comprehensive findings through quantitative or mixed methods.

Implications: This study revealed that entrepreneurial women in Ağrı faced important problems in their business lives. Therefore, future studies can be conducted by comparing the socio-economic development levels of different provinces or regions in terms of understanding the factors affecting women’s employment or entrepreneurship. In addition, it can give local and national decision-making authorities an idea about the implementation of support and incentive mechanisms within the framework of each province or region’s own internal dynamics, taking into account the development difference in policies and strategies for women’s entrepreneurship.

Originality/Value: The study was carried out in Ağrı, which ranks 80th among 81 provinces in terms of socio-economic development ranking in Türkiye. In addition, Ağrı ranks 57th in terms of gender equality index according to TEPAV (2020) Report. Therefore, understanding the factors affecting women’s entrepreneurship includes social and cultural norms and values as well as economic. In this study, it was found that cultural norms and values significantly affect or shape women’s entrepreneurship. The study is also original in this respect.