



İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Cilt / Vol: 7, Sayı/Issue: 2, 2018

Sayfa: 1097-1123

Received/Geliş: Accepted/Kabul:

[23-03-2017] – [02-05-2018]

Kırsal Bölge Kadın Girişimciliği Bağlamında Bartın Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı)

Sinan ACAR

Arş. Gör. Bartın Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

RA. Bartın University Faculty of Letter, Department Of Sociology

Orcid ID: 0000-0002-5270-542X

sacar@bartin.edu.tr

Öz

Bu çalışma kırsal bölgelerin kalkınması noktasında önemli bir yere sahip olan kadın girişimciliğini Bartın Kadınlar Pazarı örneğinde ele alıp incelemeyi amaçlamaktadır. Bu noktada Bartın Kadınlar Pazarı'nda faaliyet gösteren 30 kadınla derinlemesine görüşme tekniği ile mülakatlar yapılmış ve veriler içerik analizine göre gruplandırılıp yorumlanmıştır. Yapılan çalışmadaki verilere göre pazardaki kadınlar girişimci bir perspektifle hareket etmeseler de yaptıkları bu faaliyetlerin kadınları daha cesur, ayakları üstünde duran ve girişimci aktörler haline getirdiği söylenebilir. Pazarda bulunan genç ve orta yaş kategorisindeki kadınların uygun imkânları olması durumunda daha kurumsal girişimci düşüncelerinin olduğu sonucuna da varılmıştır. Sonuç olarak genelde kırsal bölge girişimciliğinin özelden ise kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve geliştirilmesi bu bölgeleri daha işlevsel ve yaşanılır alanlar haline getirme potansiyeline sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Bölge, Kadın, Girişimcilik, Kalkınma, Kadınlar Pazarı

Bartın Women's Bazaar within the Context of Women Entrepreneurship in Rural Region (Galla Bazaar)

Abstract

The study aims discusses and examines the women entrepreneurship, which has an important place in the development of rural areas, within the context of Bartın Women's Bazaar. Currently, interviews were conducted with 30 women, who carried on a business in Bartın Women's Bazaar, using depth interview technique and the data were grouped and interpreted according to the content analysis. According to the data within the study conducted, although women in the bazaar do not act on an entrepreneurial perspective, it can be said that these activities make women more courageous, stand on their feet and become entrepreneurial actors. In addition, it was concluded that women in the young and middle age categories in the bazaar have more entrepreneurial thoughts in case they have suitable opportunities. Therefore, supporting, developing the rural entrepreneurship in general, and women entrepreneurship in particular have the potential of making these regions more functional and habitable areas.

Keywords: Rural Region, Woman, Entrepreneurship, Development, Women's Bazaar

Giriş

Sosyolojik açıdan, kent toplumu karşısında konumlandırılan kır toplumunda ciddi bir istikrar ve ahengin olduğuna yönelik stereotipik¹ bir görüş bulunmaktadır. Bu noktada; bazı toplumsal özelliklerin şehirlerden ziyade köy toplumlarına özgü olduğu iddiası Ferdinand Tönnies'in yaptığı *Gemeinschaft-Gesellschaft* (cemaat-toplum) ayırımına dayanmakta ve daha sonradan farklı düşünürler tarafından yapılan, kırsal toplumların örneğin daha geleneksel ve sıkı ailevi toplumsal ağlara, çatışmadan ziyade konsensüsle, erişilmiş statüler yerine atfedilmiş statülerin daha baskın olduğu bir yapı gösterdiğine dair bazı kabul ve sınıflama biçimine dayandığı söylenebilir. Kent ve kır hayatına yönelik stereotipik bir nitelik taşıyan bu sınıflandırma biçimleri özellikle 1960'lı yıllardan itibaren (göç, kentleşme, kapitalist üretim süreçlerinin kırsal kesimleri de etki altına alması gibi nedenlerle) gücünü kaybetmeye başlamış ve bu alanda farklı tanım ve açıklamaların yer aldığı bir yapı ortaya çıkmıştır (Marshall, 1999: 401-2). Temel olarak kentsel yerleşmeler dışında kalan yerler olarak nitelenebilecek olan kırsal alan kavramı belli başlı tanımlayıcı somut öğeleri bulunan bir mekâna işaret etmektedir. Buna göre kırsal mekânlarda yaşam ortamı ve ekonomik aktiviteler önemli ölçüde doğal üretim kaynaklarının kullanılması ve buna bağlı olarak ortaya çıkan ürünlerin değerlendirmesine dayanmaktadır. Kırsal alanlarda ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişim süreci kentsel alanlara nazaran görece olarak daha da yavaş değişme ve dönüşme eğilimindedir (DPT, 2000: 2). Genel olarak farklı dinamiklere sahip olan kır toplumunda ekonomik ve girişimci faaliyetlerin ortaya çıkma süreçleri de kırsal bölgelere has olan yukarıdaki özelliklerden etkilenmekte ve bu süreçleri belirleyen etmenlerden biri olmaktadır.

Girişimcilik Kavramı ve Kırsal Bölge Kadın Girişimciliği

Girişimcilik kavramının tanımı ilk olarak 18. yy. başlarında ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Girişimcilik faaliyetini temelde risk alma noktasında belirli kararlar alınan ve mevcut kaynakları buna dayalı olarak harekete geçirilen bir süreç olarak gören mevcut tanımlardan sonra kavram esasen Jean Baptiste Say tarafından geliştirilmiştir. Bu noktada Say, girişimcinin risk üstlenme kadar, üretim girdilerini örgütlenme ve yönetme noktalarında da belirli özelliklere sahip olmasının önemini ve gereğini vurgulamıştır. Bunun yanında girişimcinin yenilikçi ve dinamik olma özelliğinin ekonomik kalkınma ve bireysel gelişim süreçleri noktasında önemli ve gerekli bir özellik olduğu hususu ise İlk olarak Joseph A. Schumpeter tarafından vurgulanmıştır. Gerek bu dönemlerde gerekse de sonra yapılan genel girişimcilik tanımlarında bu eylemin başlıca; yaratma

¹ Herhangi bir kişi, durum veya olay hakkında ön yargısal bir nitelik taşıyan ve basmakalıp, abartılı, genelleştirilmiş yargı ve düşünceler bütünü.



süreci, çaba harcanması, risk alma ve getiri sağlama yönünde bir faaliyet olduğuna yönelik bir konsensüs taşıdığı belirtilebilir (Başar, 2005: 4-5). Girişimcilik mevcut sistemde atıl durumda olan kaynakların ekonomiye kazandırılarak etkin ve verimli bir şekilde kullanılması yanında; istihdam hacminin yükseltilerek işsizliğin azaltılmasına, refah düzeyinin yükselmesine bağlı olarak refahın geniş toplumsal kesimlere yayılmasına, bölgesel gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılmasında, katılımcı demokrasinin yerleşmesi ve buna bağlı olarak demokrasinin yerleşmesi ve toplumsal bütünleşmesinin artmasına yol açması noktasında, sosyal etkileri ve sonuçları da olan bir kavram niteliği taşımaktadır (İlhan, 2005: 218).

Girişimcilik literatürü içerisinde önemli bir yeri olan kadın girişimciliği konusunda yapılan farklı tanımlama girişimlerinde ise temel olarak bu süreç; bir kadının ev dışı bir alanda kurduğu ve bu noktada kendisi veya çalışanlarıyla birlikte yürüttüğü, belli bir mal veya hizmetin dağıtımını veya satışını yaptığı ve bu noktada belirli kişi ve kurumlarla ilişki içinde bulunduğu ve bu süreçlerin planlama ve uygulama süreçlerini yürütmeye yetkili ve belirleyici olduğu bir yapı olarak karakterize edilmektedir (Ecevit, 1994: 19-20). Kırsal kalkınma konusu önceki dönemlere kıyasla günümüzde daha fazla girişimcilik konusuyla ilişkilendirilmektedir. Kırsal kalkınmayı destekleyen kurumlar ve kişiler girişimciliği kırsal gelişim sürecinin hızlandırılması noktasında stratejik bir kalkınma hamlesi olarak görmektedirler. Bunun yanında bu süreçlerle ilgili kişi ve kurumlar, kırsal girişimciliğin teşviki noktasında benzer bir eğilim içerisindeyler. Şöyle ki kırsal girişimcilik; kalkınma ajansları için büyük bir istihdam yaratma aracı, politikacılar için kırsal kesimlerde ortaya çıkabilecek karışıklıkları önleyici bir strateji, çiftçiler için tarım alanındaki kazançlarını arttırıcı bir faaliyet, kadınlar için ise evlerinden uzaklaşmaksızın, sosyal destek programlarına ihtiyaç duymadan daha özerk ve bağımsız olabilecekleri imkânları sunan bir istihdam süreci olarak görülmektedir (FAO, 1997). Aynı şekilde Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) hazırladığı Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda doğal üretim kaynaklarının korunarak geliştirilmesi ve kuşaklar arasında verimli kılınması noktasında süreklilik, sürdürülebilirlik ilkelerinin süreç içerisine yerleştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu kapsamda kırsal kalkınma sürecinde kırsal nüfusun ülke gelişmişliği ve refahından, yerinde kalkınarak pay alması ilkesi baz alınarak; kırsal toplum yaşamının modernize edilmesi, kent/kır ayrımının azaltılması ve kırsal alandaki ekonomik faaliyetlerde süreçlerin daha rasyonel ve verimli olarak işletildiği bir yapının oluşturulmasının önemi ve gerekliliği üzerinde durulmuştur (DPT, 2000: 3).

Günümüzde kadınların çalışma hayatında her geçen gün daha görünür olmaya başlamasıyla birlikte ortaya çıkan gelişmeler gerek çalışma süreçlerine katılan kişiler için gerekse toplum için müspet bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Bu noktada kadının eğitilmiş, hırslı ve kararlı duruşu



onu erkeğe karşı olan bağımlılığından kurtararak, ekonomik anlamda bağımsızlığını ve toplumdaki konumunu güçlendirmesine olanak sağlamaktadır. Kadınlar girişimcilik faaliyetleri ile başlıca; ekonomik bağımsızlık, iş güvenliği, aile istihdamı ve meydan okuyuculuk noktalarında daha güçlü hale getirmekte ve bu durum kadınları genel olarak güçlü aktörler haline getirmektedir (Soysal, 2010: 110). Kent hayatı içerisinde organize olan yapılar içerisinde eğitim durumuna ve farklı alanlardaki sermayelerine göre çalışma hayatına çeşitli düzeylerde katılan kadınlar, kırsal alanlarda ise ev işlerinin yanı sıra tarım ve hayvancılık faaliyetleriyle de gerek kendi geçimi için gerekse de ürettiği ürünün fazlasını pazara sunarak kendisine ve ailesine gelir elde etmektedir. Kadınların üretici faaliyetlerle piyasaya dolaylı veya direkt girmesi durumu kadınların bu süreçlerde farklı deneyimler kazanarak, hayata ve olaylara bakışını değiştirmektedir (Şahan, v.dğr, 2014:418).

Az gelişmiş ülkelerdeki toplumsal tabakalaşma yapılarına bakıldığında farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip birey grupların olduğu söylenebilir. Yüksek yaşam standartlarının egemen olduğu üst sınıflarda kadının iş yaşamına katılımı noktasında daha müspet bir bakış açısı bulunmaktadır. Geleneksel bakış açısının hâkim olduğu düşük gelir gruplarında ise ailenin ihtiyacı olmasına karşın kadının çalışma hayatına katılımı noktasında menfi bir bakış açısı söz konusudur. Bu noktada kadının çalışması daha çok baba, eş veya erkek kardeşin tavrına veya onayına bağlı olmakta ve bu noktada kadının pek de söz hakkının bulunmadığı bir yapı söz konusudur (Gülçubuk, vd, 2011: 47). Kültürel yapı ve engellerin kadın girişimciliği noktasında belirleyici etmen olduğunu ortaya koyan farklı çalışmalarda kırsal kesimlerde yaşayan kadınların kentteki kadınlara nazaran daha dezavantajlı bir konumda olduğu ve bu noktada bu kesimlerde yaşayan kadınların girişimcilikleri noktasında daha fazla bariyerle karşılaştıkları ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalarda kırsal kesimlerde yaşayan kadınların girişimcilik faaliyetleri noktasında başlıca; ev işlerinde temel bakım ve hizmetlerin kadınların işi olarak görülmesi, eğitim düzeylerinin yetersiz olması, toprak ve mal paylaşımalarında fazla hakları olmaması, seyahat, zaman ve imkânlarının sınırlı olması, pazarlama becerilerinin eksik olması gibi yapısal etmenler kadınları bu noktada güçsüzleştiren etmenler olarak belirtilmiştir. Bunun yanında bu kesimlere yönelik girişimcilik ve çeşitli destekleme uygulamalarıyla bu noktadaki eksiklik ve engellerin de aşılabilir bir mahiyette olduğu görülmüştür. (Chitsike, 2000: 71; UNIDO, 2003: 13-16).

Dünya Ekonomik Forumunun hazırladığı Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporu'na göre 115 ülkede kadınlarla erkekler arasında başlıca ekonomik katılım, ekonomik fırsatlar, politik güçlenme, eğitime erişme ve sağlık alanlarında eşitsizlikler olduğu görülmektedir. Bu rapor kapsamına giren gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerde toplumsal cinsiyet



eşitsizlikleri tam olarak kaldıramamış olsa da ülkelerin bu noktadaki gelişmişlik düzeylerinin farklı düzeylerde olduğu söylenebilir. Buna göre İsveç başta olmak üzere Kuzey Avrupa ülkelerinde bu noktadaki uçurum çok az olmakla birlikte, özellikle gelişmekte olan ülkelerde toplumsal cinsiyet uçurumunun en derin olduğu ülkeler olduğu görülmüştür. Ülkeleri toplumsal cinsiyet uçurumuna göre sıralayan indekste² Türkiye 2006 yılında 115 ülke içerisinde 105. sırada yer almıştır (Kagider, 2008: 118).

Türkiye'nin sosyal ve ekonomik koşulları düşünüldüğünde 1930'lu yıllarda nüfusun yaklaşık % 30'u kentlerde , % 70'i ise kırsal kesimde yaşarken, bu oran 2000'li yıllardan itibaren tersine dönmüş ve kırsal kesimde toplam nüfusun % 30'luk bir kısmı yaşamaya başlamıştır. TÜİK'in 2017 yılı verilerine göre ise toplam nüfusun % 92,5'i il ve ilçe merkezlerinde % 7,5'i ise köy ve belde yerleşimlerinde yaşamaktadır. Aynı şekilde TÜİK'in Kasım 2017 verilerinde aktif işgücü içerisinde yer alan erkeklerin % 65,8'inin, kadınların ise %29,3'ünün (Avrupa ülkelerindeki kadın istihdam oranı% 60,4) istihdam edildiği görülmektedir. Aynı şekilde TÜİK verilerine göre 25 yaş ve üzeri okuryazar olmayan nüfus oranı erkeklerde % 1,8 iken kadınlarda % 9, toplamda ise toplam nüfusun % 5,4 olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların istihdamı noktasında eğitim seviyelerinin yükselmesine bağlı olarak iş gücüne katılımlarının arttığı (okuryazar olmayanlarda % 16,1, lise mezunlarında % 32, 7, mesleki ve teknik lise mezunlarında % 40,8, yükseköğretim mezunlarında ise % 71,6) görülmüştür. (<http://www.tuik.gov.tr>). Türkiye'de genel olarak nüfus yapısı ve kadın istihdamına dair veriler, kadınların iş gücü piyasasında aktif olarak yer almadığını ve nüfusun yarısına yakını oluşturulan kitlenin atıl durumda olduğunu göstermektedir. Bunun yanında kırsal kesimde yaşayan nüfusun kademeli olarak azaldığını ve bu alanların ekonomiye katma değer üretme noktasında atıl hale geldiği de söylenebilir.

Türk toplumunun genel karakteristikleri dikkate alınrsa tarım alanında faaliyet gösteren küçük üretici sınıfların temel karakteristikleri şu şekilde sıralanabilir. Bu üretici sınıflar³ büyük oranda toprak makine, tohum gibi üretim araçlarına sahiptirler. Üretim faaliyetleri daha çok ücretsiz aile içi

² Dünya Ekonomik Forumunun 2017 yılında hazırladığı Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporu'na göre eşitsizliğin en az olduğu ülke İzlanda, en çok olduğu ülke ise Yemen olmuştur. Bunun yanında Türkiye 144 ülkenin yer aldığı bu liste içerisinde 131. sırada yer alarak bu noktada uçurumun en fazla olduğu ülkeler arasında olmuştur (World Economic Forum, 2017:11).

³ Küçük meta üretimi; üretim araçlarının mülkiyetini büyük oranda elinde bulunduran, piyasa için üretim ile geçimlik üretim amaçlarıyla üretimde bulunan, birikim olanaklarından büyük oranda yoksun ve basit yeniden üretim sürecini temelde metalaşmamış aile içi bireyleriyle sağlayan küçük üretici sınıflarının yürüttüğü faaliyetler olarak tanımlamak mümkündür (Büke, 2015b: 81).



emeği tarafından yerine getirilmektedir. Küçük üreticilik faaliyetleri kapsamında geçimlik üretim ve piyasa üretimi içiçe bir nitelik göstermektedir (Büke, 2015a: 53). Bu noktada geçimlerini çoğunlukla tarım ve hayvancılık faaliyetlerinden karşılayan kesimlerin başlıca; iklimsel değişiklikler, hayvan hastalıkları ve yıllara göre elde edilen ürün miktarlarının değişkenlik göstermesi gibi belirsizlikler dolayısıyla bu faaliyetlerden geçimlerini sağlamalarını zorlaştırmaktadır. Bu noktada çoğunlukla erkeklerin mevsimlik ya da sürekli tarım dışı işlerde çalışmak için ailelerinden ayrı olarak dışarıda çalıştıkları bir durum ortaya çıkmıştır. Bu durum özellikle kırsal alanlarda tarım kesimindeki kadın işgücü oranının daha da artmasına yol açmaktadır (Gülçubuk, vd, 2011: 14). Kadınların genel olarak formal işgücüne katılım oranlarının düşük olması ve daha çok enformel piyasalarda ve tarım alanlarında istihdam edilmesi durumu, kadınların çağdaş istihdam olanaklarının çok uzağında olduğunun bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Bu noktada kadınların istihdam süreçleri içerisinde (özellikle ücretli olarak) daha fazla yer alması ve görünür hale gelmesi büyük önem arz etmektedir.

Bartın Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı)

Kelime anlamı olarak Farsça'dan gelen ve üstü açık alışveriş merkezi anlamı taşıyan "Pazar" kavramı arz ve talebin düzenli bir şekilde karşılaşması anlamına gelmekte, aynı şekilde İtalyanca çarşı veya piyasa anlamındaki Piazza'nın karşılığı olarak da kullanılmaktadır. Yer anlamı katılınca somut bir nitelik kazanan pazar kavramı, alıcı ve satıcının karşılaştığı yer anlamına gelmektedir (Aliefendioğlu,2002'den akt. Aliğaoğlu, 2012: 45). Tarihsel bir sürece ve işleve sahip olan pazarlar bu noktada hem bir tarihsel devamlılığı olan hem de toplumsal anlamda işlevi olan önemli bir kurum niteliğindedir. Kuruldukları yerleşim yerlerine göre o bölgelerin kültürel ve mekânsal farklılıklarını da yansıtan mekânlar olarak pazarlar farklı amaçlar etrafında örgütlenip ortaya çıkan yapılardır. Örneğin pazarlar istihdam yaratma, üretim fazlası olan ürünlerini pazarlama, farklı kişi ve gruplarla etkileşime girme, ucuz mal ve hizmetleri alma veya statü göstergesi gibi işlevleri olan karmaşık süreçleri ihtiva etmektedir (Özgüç, Mitchell, 2000: 35-36; Aliğaoğlu, 2012: 45). Kadın merkezli ekonomik örgütlenme biçimlerinden biri olan Kadınlar Pazarı esasen toplumsal cinsiyetçi ve ekonomik yapısı itibarıyla Osmanlı toplumunun ekonomik ve toplumsal kodları tarafından biçimlendirilmiş bir mahiyet taşımaktadır. Osmanlı kent ekonomisinde yer alan çarşı ve pazarlar genellikle o pazarın toplandığı yer, zaman, ürün ve hizmetleriyle adlandırılmıştır. Mesela Çarşamba Pazarı, Mısır Çarşısı, Buğday Pazarı, Tavuk Pazarı, At Pazarı, Malta Çarşısı, Kapalı Çarşı, Kadıköy Çarşısı gibi yerler, genellikle pazarın kurulduğu yere, zamana veya satışı yapılan ürünlere gönderme yapan bir niteliktedir. Bu şekliyle Avrat Pazarı/ Kadınlar Pazarı adlandırmaları genelde barındırdığı sosyo-



ekonomik yapı, örtük olarak toplumsal, kültürel, dinsel, siyasal yaklaşım ve tutumların kadına biçtiği yere ve korunaklı alana işaret eden bir nitelik taşımaktadır. Bu noktada “Kadınlar Pazarı” ile “Pazarıcı Kadınlar” örgütlenmeleri noktasında; kadınlar pazarında pazar koşulları çoğunlukla kadınlar tarafından oluşturulurken, pazarıcı kadınlar örgütlenmesinde ise pazarcılık sektöründe yer alan kadınların yer aldığı bir süreç söz konusudur. Bu açıdan kadınlar pazarı uygulamaları cinsiyetçi bir ekonomik girişim olarak da değerlendirilebilir (Parin, 2008: 92). Bu noktada Batı Karadeniz Bölgesinde bulunan Bartın ili sınırları içerisinde yer alan ve tarihi olarak da köklü bir geçmişe sahip olan Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı) kadın örgütlenmesine dayalı pazar yerlerinin canlı bir örneği olarak nitelenebilir.

Bartın’ın 18. yüzyılda gelirlerinin önemli bir kısmını pazarcılık ve bu kapsamdaki üretici faaliyetlerden oluşturduğu söylenebilir. O dönemlerde her Cumartesi günü toplanan pazarın ticari sınırları içerisinde Safranbolu, Eflani ve Ulus’a kadar olan geniş bir bölge yer almakta idi ve bu bölgelerden gelenlerin başlıca çamaşır, çıra, keten tohumu, pestil, ceviz, yağ, keten ipliği, astar, kereste gibi malların ticaretini yaptığı bir süreç söz konusuydu (Aşçıoğlu, 1970: 138-9). Bunun yanında gerek 17. yüzyılda bölgeye uğrayan Evliya Çelebi gerekse 18. yüzyılın başlarında Uluslu İbrahim Hamdi’nin yazdıklarından; her Cumartesi kurulan hafta pazarı daha sonraları gelenekselleşen Salı’dan Cuma’ya Galla Bazarı günü kentin en hareketli günleri olarak belirtilmiştir. Bu noktada bölgenin pazaryeri olmasının getirdiği günlük ticari yoğunluk, üretkenlik, ülke sorunlarına duyarlılık, dayanışma, kültürel aktivite ve eğlence gibi birçok durum bu bölgedeki sosyal yaşamın vazgeçilmez öğelerinden biri olmuştur (Bartın Kültür ve Turizm Envanteri, 2007: 107). Bunun yanında özellikle 1930’lu yıllarda devletin bu bölgede uyguladığı Mükellefiyet⁴ (Madenkeşlik) uygulamaları kapsamında bu bölgedeki muhtarların belirlediği erkeklerin Zonguldak maden ocaklarında çalışmaya gönderilmesiyle birlikte, kadınlar bu dönemlerde özellikle ev işlerinin yanında erkeklerin görevlerini üstlenmiş, tarlada ürettikleri ürünleri pazara getirip ticaret yapmışlardır. Kadınlar pazarı özellikle 2000’li yıllarda Zonguldak maden işletmelerinin üretim kapasitesini azaltması ve buna bağlı olarak Bartın’ın köylerinden madenlere giden erkeklerin azalması, bunun yanında Zonguldak ve çevre ilçelerin de çevre illere göç vermesi gibi nedenlerle Bartın’ın pazar sahasının küçülmesine yol açmıştır. Bartın şehir merkezinde Davut Fırıncoğlu Caddesi üzerinde bulunan belediye otoparkında Salı ve Cuma günleri

⁴ İş Mükellefiyeti uygulaması 19. ve 20. Yüzyıllarda artan kömür ihtiyacına karşılık yetersiz emek arzından dolayı çıkarılan kanuni düzenlemelerle bu bölgede zorunlu çalıştırma uygulamasına gidilmiştir. İlk olarak 1867 tarihinde Dilaver Paşa Nizamnamesi ile başlatılan bu uygulama değişik biçimlerde ve yerlerde Cumhuriyet dönemine kadar varlığını sürdürmüştür. Örneğin 27 Şubat 1940 tarihinde, Ereğli Kömür Havzası’nda uygulamaya konan ücretli mükellefiyeti ile kömür madenlerinde yer üstü işler için gece ve gündüz günlük üç saate kadar fazla çalışma uygulaması getirilmiştir (Makal, 2006).



toplanan Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı) şehrin tarihi ve otantik bir unsurudur. Günümüzde ise bu pazar; halk ve pazarcular tarafından kuruldukları günün adıyla anılmakta ve Salı Pazarı ve Cuma Pazarı adıyla da bilinmekteyse de daha çok Salı ve Cuma günleri köylü kadınların ürettikleri sebze, meyve, yumurta, tereyağı, peynir, yoğurt gibi ürünleri bu kapalı pazarda sunmalarından kaynaklı daha çok Kadınlar Pazarı (Galla Pazarı) adı ile bilinmektedir. Bartın'da halen önemli bir kitlenin pazar alışverişini yaptığı bu Pazar, şehrin önemli ve sembolik yerlerinden biri olma özelliği taşımaktadır (Koday & Çelikoğlu, 2011: 245).

Amaç ve Yöntem

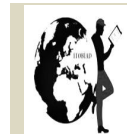
Bu araştırma ile Bartın Kadınlar Pazarı'ndaki kadın girişimciliğinin mevcut durumunun kadınların kendi bireysel hayat hikâyeleri üzerinden anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu noktada kadınların pazardaki faaliyetlerinin klasik anlamda girişimci bir faaliyete evrilip evirilmemesi noktasında ne gibi özgünlükler taşıdığı ve bu noktada ne gibi engellerin olduğunun ortaya konulması amaçlanmaktadır. Diğer yandan pazarcı kadınların yaptıkları bu faaliyetlerin kendi bireysel hayatlarında ve aldıkları kararlarda ne gibi etkileri olduğu da bu araştırmanın ortaya koymaya çalıştığı sorunlardan biridir. Bu kapsamda Bartın Kadınlar Pazarı'nda faaliyette bulunan farklı yaş gruplarındaki 30 kadınla (Ocak ve Şubat 2018 tarihleri arasında) derinlemesine görüşme tekniği ile mülakatlar yapılmış ve elde edilen veriler içerik analizine göre gruplandırılıp, belirli başlıklar altında açıklanmaya ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Mülakat yapılan kadınlardan elde edilen bilgilerden konuyu açıklayıcı olduğu düşünülen çarpıcı ve açıklayıcı ifadeler, görüşmecinin gerçek kimliğini açığa çıkarmayacak şekilde o kişilere takma isimler verilerek bulgular ve yorum kısmında verilmiştir.

Bulgular ve Yorumlar

Araştırma kapsamında görüşme yapılan pazarcı kadınların ilk olarak sosyo-demografik özelliklerine yer verilmiş, daha sonra pazarcılık faaliyetlerine ne zaman başladıkları, üretim ve pazarcılık faaliyetlerinin nasıl işlediğine dair süreçlere de yer verilmiştir. Pazardaki kadınların girişimcilik noktasında düşünce ve eğilimlerinin neler olduğu, kurs, sertifika ve benzeri faaliyetlere katılım durumları ve farklı bir iş kurup kurmama noktasındaki düşüncelerine de yer verilerek kadınların bu noktadaki mevcut potansiyelleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Diğer yandan kadınların toplumsal cinsiyet algılarına yönelik düşüncelerine de yer verilerek sürecin tam olarak anlaşılmasına çalışılmıştır.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Yaş	Sayı	%
-----	------	---



	25-40	1	3,3
	41-55	15	50,0
	56-65	8	26,7
	66-75	4	13,3
	76-85	2	6,7
	Toplam	30	100,0
Eğitim Durumu		Sayı	%
	Okuryazar Değil	4	13,3
	Okuryazar	3	10,0
	İlkokul	23	76,7
	Toplam	30	100,0

Araştırmaya katılan kadınların yaş ortalamalarına bakıldığında katılımcıların % 3,3'ünün 25-40 yaş aralığında, % 50'sinin 41-55 yaş aralığında, % 26,7'sinin 56-65 yaş aralığında, % 13,3'ünün 66-75 yaş aralığında, % 6,7'sinin ise 76-85 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Pazarın genelindeki kadınların yaş ortalamalarına bakıldığında da daha çok orta ve yaşlı bir grubun baskın olduğu söylenebilir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında kadınların % 13,3'ünün okuryazar olmadığı, % 10'unun okuryazar olduğu ancak ilkökul mezunu olmadığı, % 76,7'sinin ise ilkökul mezunu olduğu görülmüştür.

Tablo 2: Katılımcıların Anne ve Babalarına Ait Bilgiler

Baba Meslek		Sayı	%
	Çiftçi	15	50,0
	Serbest Meslek	8	26,7
	Kamu İşçisi	6	20,0
	Memur	1	3,3
	Toplam	30	100,0
Anne mesleği		Sayı	%
	Ev Hanımı	11	36,7
	Çiftçi	19	63,3
	Toplam	30	100,0

Katılımcıların babalarının mesleki konumlarına bakıldığında kadınların babalarının % 50'sinin çiftçi, %26,7'sinin serbest meslek mensubu, % 20'sinin



kamu işçisi, % 3,3'ünün ise memur olduğu görülmüştür. Katılımcıların annelerinin mesleki konumları noktasında ise annelerinin % 63,3'ünün çiftçi, % 36,7'sinin ise ev hanımı olduğu görülmüştür. Araştırma grubundaki katılımcıların anne ve babalarının çoğunun kırsal kökenli olduğu ve bu haliyle pazarıcı kadınların sosyo-ekonomik düzeyi düşük ailelerden geldiği söylenebilir. Yukarıdaki verilere bütünlüklü bir açıdan bakıldığında katılımcıların büyük bir çoğunluğunun eğitim düzeylerinin çok düşük olduğu bir profile sahip olduğu söylenebilir. Bu noktada elde edilen veriler kırsal bölge kadın girişimciliği üzerine yapılan başka çalışmalarda (Parin, 2008: 105; Gülçubuk, vd, 2011) katılımcıların (büyük çoğunluğunun ortaokul ve altı düzeyde eğitim seviyesine sahip olması) durumlarıyla benzer bir nitelik taşıdığı görülmektedir. Kadın girişimciliği konusunda yapılan tanımlarda genel olarak kadınların eğitim düzeylerinin artmasıyla risk alma ve girişimcilik faaliyetleri arasında doğru orantı olduğu tespit edilmiştir. Pazarıcı kadınlarla yapılan görüşmelerde özellikle kırsal bölgede yaşamalarından kaynaklı hem cinslerinin daha çok tarla ve bahçe işlerinde çalıştırıldığı ve bundan dolayı eğitim olanaklarından erkekler kadar yararlanamadıkları ve bu durumun kendileri açısından büyük bir dezavantaj olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında kadınların eğitim imkânlarından yeterince faydalanamamalarında etkili olan düşük sosyo-ekonomik düzeyli ailelerden gelmeleri durumu, Bourdieu'unun alan kuramının⁵ bu noktada açıklayıcı bir çerçeve sunduğunu da göstermektedir. Bourdieu'unun alan ve sermaye kuramına göre değerlendirildiğinde, pazara gelen kadınların ekonomik, kültürel ve toplumsal sermayelerinin düşük olan kesimlerden geldiği, bu noktada bu alanlardaki eksikliklerin kadınları başlıca eğitim, meslek edinme ve girişimcilik faaliyetleri noktasında dezavantajlı bir konuma ittiğini söylemek mümkündür.

“Okula gitmedik emme cahilde değiliz” (Nermin, 79).

“Bizi okutmadılar daha doğrusu, annem bırakmadı beni bahçede, tarlada fındıkta bana yardım edecen dedi ama abimi okuttu abim öğretmen. Öğretmen ben okuldayken annemi

⁵ Bourdieu'nun sınıflar arası ilişkileri ele aldığı alan-sermaye kuramında toplumsalın açıklanmasında farklı çatışma alanlarının ve sermaye biçimlerinin yer aldığı süreçler bütünü'nün söz konusu olduğunu belirtmektedir. Buna göre başlıca sermaye türleri olan; ekonomik (ekonomik kaynaklar), toplumsal (toplum içerisindeki ilişkiler bütünü), kültürel (eğitim yoluyla öğrenilmiş tüm kabul ve davranış kalıpları) ve simgesel (her sermayenin içerisinde görülen ve sahip olunan simgesel değerler bütünü) sermaye türlerinin belirleyici olduğu ve bireylerin bu sermaye türlerine sahip olma veya olmama durumlarına göre toplumsal alanda avantajlı veya dezavantajlı olduğu bir yapı söz konusudur. Bourdieu bu noktada her alanın (hukuk, sanat, spor, eğitim) kendine has oyun kuralları ve ödülleri olduğunu belirtmekte ve ailelerin maddi varlıkları yanında çocuklarını yetiştirme, meslek seçme, evlendirme süreçlerinde kendi sermayelerini kullandığı ve buna bağlı olarak güç ve prestijlerini arttırdığı ve devam ettirdiği bir yapının söz konusu olduğunu belirtmektedir.(Özsöz, 2007: 17; Calhoun, 2016: 106).



çağırdı ona Emine teyze bu kızın çok zeki bunu yatılı okutalım dedi ama annem kabul etmedi" (Kübra, 51).

Tablo 3: Katılımcıların Medeni Durumları Hakkındaki Bilgileri

Medeni Durum		Sayı	%
	Evli	28	93,3
	Dul	2	6,7
	Toplam	30	100,0
Kaç Yaşında Evlendiniz?		Sayı	%
	15-20	16	53,3
	21-30	14	46,7
	Toplam	30	100,0
Çocuk Sayısı		Sayı	%
	1-2	12	40,0
	3-4	15	50,0
	5-6	2	6,7
	7-8	1	3,3
	Toplam	30	100,0

Araştırmaya katılanların medeni durumlarına bakıldığında katılımcıların büyük bir çoğunluğunun evli olduğu (% 93,3'ünün), % 6,7'sinin ise dul olduğu görülmektedir. Katılımcıların evlenme yaşlarına bakıldığında ise % 53,3'ünün 15-20 yaş aralığında, % 46,7'sinin ise 21-30 yaş aralığında evlendiği görülmektedir. Katılımcıların % 40'ının ise 1-2 çocuğu, % 50'sinin 3-4 çocuğu, % 6,7'sinin 5-6 çocuğu, % 3,3'ünün ise 7-8 çocuğu bulunmaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Çocukları Hakkındaki Bilgileri

Çocukların Eğitim Durumu		Sayı	%
	İlkokul	3	10,0
	Orta Okul	7	23,3
	Lise	5	16,7
	Üniversite	6	20,0
	Okuyor Halen	9	30,0
	Toplam	30	100,0



Çocuklarınızın Erken Yaşta Evlenmesini İster misiniz?	Sayı	%
Evet	2	6,7
Hayır	28	93,3
Toplam	30	100,0

Katılımcıların çocuklarının eğitim düzeylerine bakıldığında, çocukların % 10'unun ilkokul, % 23,3'ünün ortaokul, %16,7'sinin lise, % 20'sinin üniversite mezunu olduğu, %30'unun ise halen öğrenciliklerinin devam ettiği görülmektedir. Bu durum büyük çoğunluğu düşük bir eğitim seviyesine sahip olan katılımcıların kendilerine kıyasla çocuklarının görece daha fazla eğitim olanaklarına sahip olduğunu ve eğitim yoluyla toplumsal hareketlilik düzeylerinin ebeveynlere göre daha yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Bunun yanında katılımcılara çocuklarınızın (çoğunlukla kendileri gibi) 20'li yaşlarda evlenmelerini isteyip istemediklerini sorduğumuz soruya ise katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%93,3'ü) hayır cevabını vermişler ve öncelikli olarak çocuklarının okuyarak mesleklerini kazandıktan sonra evliliği düşünmelerini istedikleri görülmüştür.

Kızım 18 yaşında kaçtı evlendi istemezdim o yaşta evlenmesini. Mesleğini eline al öyle evlen dedim ama dinlemedi (Hatice, 61).

Ben 23 yaşında evlendim. Kızım ise 18 yaşında kaçtı getti, köyden Bartın merkeze geldiğim bir gün. Evde kimse yoktu, kapıları kilitlemiş, hayvanları hep ahıra koyup kaçıp gitmiş (Nalan, 66).

Benim kızım 18'inde kaçtı, ben istemedim okusun istedim ama vurulmuş ona ne yepeden kaçtı getti (Zehra, 73).

Araştırmada elde edilen bu verilerle bu alandaki benzer çalışmalardaki (Gülçubuk, v.dğr, 2011:113; Şahan, v.dğr, 2104: 421) veriler paralellik göstermekte ve katılımcıların büyük çoğunluğunun çocuklarının eğitimlerini tamamlayıp meslek sahibi olduktan sonra evliliği düşünmelerini istedikleri görülmüştür.

Tablo 5: Katılımcıların Eşlerine ve Maddi Durumlarına Dair Bilgileri

Eşinizin Mesleği	Sayı	%
Memur	1	3,3
Kamu işçisi	1	3,3
Emekli/Çiftçi	20	66,6
Serbest Meslek	6	20,0
Özel Sektör	2	6,7



	Toplam	30	100,0
Eve Giren Toplam Gelir		Sayı	%
	1000-1999	4	13,3
	2000-2999	21	70,0
	3000-3999	2	6,7
	4000-7000	3	9,9
	Toplam	30	100,0
Kendinizi Maddi Olarak Hangi Gelir Grubunda Görüyorsunuz?		Sayı	%
	Orta Gelir Grubu	30	100,0

Araştırmaya katılanların eşlerinin mesleki konumlarına bakıldığında % 6,6'sının kamu çalışanı, %66,6'sının emekliliği olduğu ve çiftçilikle uğraştığı, % 20'sinin serbest meslek çalışanı olarak daha çok inşaat işçiliği ve şoförlük gibi mesleklerde olduğu, % 6,7'sinin ise özel sektör çalışanı oldukları görülmüştür. Katılımcıların hanelerine giren toplam kazanç noktasında verdikleri cevaplara göre çalışanların % 13,3'ünün 1000-1999 TL, %70'inin 2000-2999 TL, % 6,7'sinin 3000-3999 TL, % 9,9'unun ise 4000-7000 TL arasında gelirleri oldukları görülmüştür. Aynı şekilde çalışanların kendilerini maddi olarak hangi grupta (alt-orta-üst) gördüklerine dair soruya çalışanların tamamı orta gelir grubuna dâhiliz şeklinde cevap vermişlerdir.

Tablo 6: Katılımcıların Yaşadıkları Yer ve Ev Sahibi Olma Durumları

Yaşadığınız Yer		Sayı	%
	Şehir Merkezi	5	16,7
	Köy	25	83,3
	Toplam	30	100,0
Ev Sahipliği Durumu		Sayı	%
	Ev Sahibi	30	100,0
Evde Yaşayan Birey Sayısı		Sayı	%
	1-3	13	43,3
	4-6	14	46,7
	7-9	3	10,0
	Toplam	30	100,0



Araştırmaya katılanların yaşadıkları bölgelere bakıldığında katılımcıların % 16,7'sinin şehir merkezinde, % 83,3'ünün ise köyde yaşadıkları görülmüştür. Çalışanların ev sahibi olma durumlarına bakıldığında ise katılımcıların hepsinin ev sahibi olduğu görülmektedir. Katılımcıların hanelerinde yaşayan birey sayılarına bakıldığında ise katılımcıların % 43,3'ünün 1-3 kişi, % 46,7'sinin 4-6 kişi, % 10'unun ise 7-9 kişi arasında olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan kadınların sattıkları meyve ve sebzeleri çoğunlukla kendi seralarında yetiştirdikleri göz önüne alınırsa bu grubun çoğunlukla kırsal bölgelerde yaşamak zorunda olduğu ve kadınların da büyük bir çoğunluğunun kırsal yerleşimlerden geldikleri söylenebilir.

Tablo 7: Katılımcıların Çalışma Süreçleri Hakkındaki Bilgileri

Kaç Yıldır Pazara Geliyorsunuz		Sayı	%
	1-10	3	10,0
	11-30	17	56,7
	31-50	7	23,3
	51-70	3	10,0
	Toplam	30	100,0
Sattığınız bu ürünlerin hepsini kendiniz mi yetiştiriyorsunuz?		Sayı	%
	Evet	23	76,7
	Hayır	2	6,7
	Bir kısmını satın alıyorum	5	16,7
	Toplam	30	100,0
Kimyasal gübre kullanıyor musunuz?		Sayı	%
	Evet	23	76,7
	Hayır	4	13,3
	Cevap Yok	3	10,0
Toplam		30	100,0

Araştırmaya katılanların pazara gelme yıllarına bakıldığında katılımcıların % 10'unun 1-10 yıl arası, % 56,7'sinin 11-30 yıl arası, % 23,3'ünün 31-50 yıl arası, %10'unun ise 51-70 yıl arasındadır geldikleri görülmüştür. Bu durum pazardaki kadınların bu işi büyüklerinden devraldıkları bir yapının söz konusu olduğunu ve bu geleneği devam ettirdiklerini göstermektedir. Pazarcılara sattıkları ürünleri kendilerinin mi yetiştirdikleri durumuna bakıldığında katılımcıların % 76,7'sinin kendisinin yetiştirdiği, % 6,7'sinin sabah erkenden gelip köylerden gelen toptancılardan satın aldığı, %



16,7'sinin ise bir kısmını kendisinin yetiştirdiği bir kısmını ise satın aldığı görülmüştür. Pazarcılara kendi yetiştirdikleri ürünlere kimyasal gübre atıp atmadıklarına dair sorulan soruya ise katılımcıların % 76,7'si evet kullanıyorum, % 13,3'ü ise hayır sadece hayvan gübresi kullanıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

“Büyüme ve hormon ilacı kullanılan ürün belli oluyor, değişik oluyor. Ben mesela ektiğim ürünlere toprak altı dediğimiz üre gübresini veriyorum o gerekli ve zorunlu herkes veriyor. Ama bunların yanında ürün hemen büyüsün diye başka tozlar ve ilaçları atanlar var, onlar işte iyi değil, ben onları kullanmıyorum” (Ayşe, 46)

“Sam (sebzelerde görülen sararmayı engelleyen) ilacı normalde yaprakların ve bitkinin kökünün sararmaması için kullanılan ama devamlı kullanılmayan bi ilaç. Kimisi sam ilacını devamlı kullanıyor böylece ürün daha hızlı bir şekilde büyüyor. Kışın ürünlerin yaprakların ve kökün sararması ve yanması çok söz konusu olmadığı halde bu ilacı atanlar ürün hızlı büyüsün diye atıyorlar ve buda sağlıklı olmuyo” (Aylin, 41).

Bu noktada yerel tüketicilerin daha çok doğal ve organik olduğunu düşünerek yöneldikleri pazardaki ürünlerin, yetiştirilmesi süreçlerinde yeterli denetim ve kontrolün olmadığı ve bundan kaynaklı kimi üreticilerin kontrolsüz ilaç ve hormon kullanımına yöneldikleri durumu pazarca kadınlar tarafından belirtilmiştir. Diğer yandan yerli tohum elde etme eğiliminde gerileme yaşandığını da belirten kadınlar gerek zirai tohum ve fidelerin daha verimli ve hızlı yetişmesi gerekse de tüketici tercihlerindeki değişimlerin kendilerini hazır tohum almaya ve bu ürünleri yetiştirmeye ittiğini belirtmişlerdir.

Ektiğimiz sebze ve meyvelerde fidede alıyoruz, kendimizin çıkardığı yerli tohumlarımız da var. (Ayşe, 46).

Daha kaliteli daha verimli olsun diye fideleri ziraattan alıyoruz (Sevim, 49).

Tarım ve ziraat faaliyetler alanında özellikle yerli tohumculuk uygulamalarının gerilediği ve bu alanda ulus ötesi şirket ve oluşumların büyük bir endüstri haline geldiği ve üretici kesimlerin de bu ürün ve uygulamalara yönel(til)diği bir sürecin ortaya çıktığı söylenebilir. Middendorf, vd. göre (2000) güncel tarım tartışmalarında; biyoteknoloji ve ikamecelik alanında yaşanan gelişmelerin, sermaye sınıfının tarım sektörü üzerinde hâkimiyet kurmasının önündeki engelleri (tarımın doğa koşullarına bağlılığı ve tarım ve gıdanın organik karakterini) ortadan kaldırarak süreç daha kontrol edilebilir bir hale gelmiştir. Burada belirtilmesi gereken temel nokta, biyoteknoloji alanında meydana gelen, bitki ve hayvanların doğal büyüme ve yeniden üretim süreçlerine etki eden gelişmelerle birlikte, sermaye sınıfı için tarım ve hayvancılık sektörü daha



öngörülebilir ve kontrol edilebilir bir alan haline gelmesi durumudur (Büke, 2015b: 82). Örneğin 1980'li yıllardan önce tarım-gıda ilişkileri noktasında meta dışı yollarla küçük meta üreticileri tarafından elde edilen tohumlar bu dönemlerden itibaren bu alandaki biyoteknolojik gelişmelere paralel tohumun metalaştığı ve küçük meta üreticilerinin bu noktada bu teknolojik yapı ve süreçlere yenik düştüğü bir sürece yol açmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bu alandaki bilimsel çalışmalarla, tarım ve diğer üretim süreçlerinin daha da kontrol altına alındığı ve küçük meta üreticilerinin bu alandaki hâkimiyetlerinin kırılması noktasından çok uluslu şirketlerin Ar-Ge faaliyetlerinin arttığı ve bu alanı belirlediği bir süreç ortaya çıkmıştır. Özellikle tohumculuk sektöründe terminatör teknoloji olarak bilinen tohumun genetik yapısına müdahale edildiği ve tohumun yapısının değiştirildiği ve böylece tohumun yeniden üretilebilirliğinin önlendiği ve üreticilerin bu noktada tohumları üreten firmalara bağımlı hale geldiği bir yapı ortaya çıkmıştır (Büke ve Gökdemir 2010: 193).

Bunun yanında tüketici tercihlerinin değiştiğini de vurgulayan pazarıcı kadınlar doğal tohumlardan ürettikleri yerli sebzelerin şekillerinin bozuk olmasından kaynaklı daha az tercih edildiğini ve kendilerinin de bu ürünleri daha az yetiştirmeye yöneldiklerini belirtmişlerdir. Diğer yandan ziraattan aldıkları tohum ve fidelerden elde ettikleri ürünlerin daha düzgün ve albenisi yüksek olmasından kaynaklı daha çok tercih edildiğini ve bu durumun da kendilerini bu ürünleri daha fazla yetiştirmeye zorladığını belirtmişlerdir.

Ürettiğimiz yerli domates, salatalık ve biberlerin şekilleri eğri büğrü olduğu için müşteri beğenmiyor. Müşteri çünkü görüntüye bakıyo anlıyor musun, lezzete değil. Kendi yediklerimizin tohumlarını kendimiz çıkarıyoruz ama. (Sevim, 49)

Kendi yerli salatalığımız var buranın insanlar şekilsiz ve dikenli bir görünümü olduğu için almak istemiyor, hâlbuki normal zirai salatalığa göre daha doğal ve sağlıklı ama almıyorlar. Bartın'ın insanları çok kibarlaştı (Aylin, 41).

Buraya gelen müşterilerin bazıları bu malları alırken bize bazen öyle laflar ediyorlar ki çok gücüme gidiyor, çok ağır laflar da söyleyebiliyorlar. Bazen öyle saçma salak şeylerle karşılaşyoruz ki, mesela geliyor bu sebzeler tamamen organik mi diyor, gübre hiç kullanılmamış ürün almak istiyorum gibi şeyler bize soruyo sen belli ki biliyorsun bana ezbere soruyosun. Burada sattığım ürünü ben evimde de yiyiyorum. Ben bu işi bu şekilde namusumla şerefimle yapıyorum bana gelip bu şekilde konuşmalarını ben kabul etmiyorum (Aylin, 41).



Tablo 8: Katılımcıların Çalışma Süreçleri Hakkındaki Düşünceleri

Devletten tarım ve hayvancılık faaliyetleri için teşvik alıyor musunuz?		Sayı	%
	Evet	12	40,0
	Hayır	18	60,0
	Toplam	30	100,0
Sizce pazar yerinde gereğinden fazla pazarcı var mı?		Sayı	%
	Evet	29	96,7
	Hayır	1	3,3
	Toplam	30	100,0
Pazardan Kazanılan Ücretle Daha İyi Bir Konuma Gelinir mi?		Sayı	%
	Evet	9	30,0
	Hayır	21	70,0
	Toplam	30	100,0

Araştırmaya katılanlara tarım ve hayvancılık faaliyetleri kapsamında devletten teşvik alıp almadıklarına dair sorulan soruya katılımcıların % 40'ı evet alıyorum, % 60'ı ise hayır almıyorum şeklinde cevap vermişlerdir. Bunun yanında katılımcılara normalde çok kalabalık ve sıkışık bir yerleşim düzeni olan pazar hakkında daha az pazarcı olsa daha iyi olur mu şeklinde sorulan soruya, katılımcıların % 96,7'si evet, % 3,3'ü hayır cevabını vermişlerdir. Araştırmaya katılanlara pazardan kazanılan parayla ekonomik anlamda daha iyi bir konuma gelinebilir mi şeklindeki soruya ise katılımcıların % 30'u evet, % 70'i ise hayır cevabını vermişlerdir.

Burdan kazandığınla fazla olmaz, ama parasızda kalmazsın. Hem kendin organik şeyler yiyon hem de bunları getirip millete satma çok güzel bişe (Berna, 54).

Bizim burdan kazandığımızla tek başına bir evin geçimi sağlanmaz bizimkisi eğlence boş durmamak için yapılan bi iş (Nazlı,60).

Tablo 9: Katılımcıların Girişimcilik Süreçleri Hakkındaki Düşünceleri

Sermayeniz olsa daha iyi bir iş açama fikriniz var mı?	Sayı	%
Evet	9	30,0



Hayır	21	70,0
Toplam	30	100,0
Kuracağınız işi başarabileceğinizi düşünüyor musunuz?	Sayı	%
Evet	10	33,3
Hayır	20	66,7
Toplam	30	100,0
Katıldığınız bir kurs veya aldığınız bir sertifika var mı?	Sayı	%
Evet	13	43,3
Hayır	17	56,7
Toplam	30	100,0

Bu noktada katılımcıların girişimcilik düşüncesine sahip olup olmadıklarını anlamaya dönük sorulan, yeterli sermayeniz olması durumunda yapmayı düşündüğünüz bir iş var mı şeklindeki soruya katılımcıların % 30'u evet, % 70'i ise hayır şeklinde cevap vermişlerdir. Aynı şekilde bu soruya paralel böyle bir iş kurmanız halinde bu işi başarabileceğinize inanıyor musunuz şeklinde soruya ise katılımcıların % 33,3'ü evet, % 66,7'si ise hayır cevabını vermişlerdir. Katılımcıların girişimcilik faaliyetleri noktasında daha önceden gittikleri kursların ve aldıkları sertifikaların olup olmadığına dair sorulan soruya ise kadınların % 43,3'ü evet, % 56,7'si ise hayır cevabını vermişlerdir. Katılımcıların katıldıkları kurs ve sertifika programlarının ise genellikle okuma yazma, dikiş-nakış, ziraatçilik ve Kuran kursu olduğu söylenebilir.

"23 yıl kanser hastası olan kayınpederime baktım, hiç konuşamıyordu ve birçok ihtiyacını ben yapıyordum. Bunun üstüne 4 çocuk büyüttüm bu yüzden kurslara ve kendimi geliştirmeye fırsat bulamadım" (Kübra, 51).

"Ekstra bir sermayem olsa emin ol ki esnaflık yapmam. Çünkü yapardık ama ne zamana kadar biliyor musun 2 yıl öncesine kadar. Şimdi artık kazanmıyorlar, neden kazanmıyor, büyük marketler mesela sen nakit para vermemek için kredi kartı kullanıyorsun, bizde burda nakit parayla iş yaptığımız için esnaflık pek yürümüyor. Bi işi kurma yapma işletme noktasında kendime güvenim var ama bu koşullarda alıp paramı sokağa da atmam" (Ayşe, 46).

"Dikiş, nakış ve oya işlerinde iyiyim, imkânım olsa terzilik yapmak isterim ama köydeki işlerden dolayı bu şuan imkânsız" (Handan, 35).



“Amasra’da güzel bir gözlemci açmak isterim. Açsan çalışır hem de süper çalışır” (Sevim, 49).

“Sermayem olsa pastane tarzı bir şey açmak isterim. Bu işleri yapabiliyorum, değişik şeyler çıkarabileceğime inanyorum olsa yaparım” (Aylin, 41).

“Evde ev yemekleri yaparak dışarıya bir müddet sattım, sağlığım elvermediği için devam edemedim, sermayem olsa böyle bir yeri şimdi açmak isterim” (Nurdan, 45).

Tarım faaliyetlerinin çoğunlukla aile içi ücretsiz kadın emeğiyle yürütülmesi erkeklerin mevsimlik veya tarım dışı işlerde çalışmalarına imkân sunmaktadır. Bu durum kadınların daha çok tarım işlerinde ve çoğunlukla ücretsiz aile çalışanı olarak istihdam edildiği ve emeğinin çok da görünmediği bir yapının ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu durum kadınların eğitim ve belirli olanaklardan mahrum kalmalarına ve kendi işlerini kurma, girişimci olmaları noktalarında fırsatları kaçırmalarına ve doğal olarak toplumsal hiyerarşide yükselme olanaklarından mahrum bir hayat sürmelerine yol açmaktadır. Bu konuda kırsal bölgelerdeki kadın girişimciler üzerine yapılan bir çalışmada kadınların kendilerini girişimci olarak görmediklerini ve yaptıkları işin daha çok basit bir faaliyet olarak değerlendirilmesi gerektiğini düşündükleri görülmüştür. Bu durumun kadınların faaliyetlerini belirli bir düzeyin üstüne çıkarma düşüncelerinin olmamasına ve var olan yapıyı sürdürme yönünde bir eğilim içinde olmalarına yol açtığı söylenebilir (Gülçubuk, vd, 2011:14-82). Gerek çalışmamızda elde ettiğimiz veriler gerekse de diğer çalışmalardaki veriler kırsal bölgelerde yaşayan kadınların eğitim ve diğer süreçler noktasında dezavantajlı konumda bulunmalarının bir sonucu olarak girişimcilik noktasında risk ve inisiyatif almama yönünde bir eğilim içerisinde olduklarını göstermektedir. Bunun yanında araştırmada elde ettiğimiz verilere dayanarak, araştırmaya katılan genç kadınların yeterli sermaye ve imkân olması durumunda girişimci bir bakış açısına sahip olduklarını ve bu noktada risk alabilecek ve o işi yürütebilecek bir eğilim içerisinde olduklarını göstermiştir.

Tablo 10: Katılımcıların Pazarcılık Süreçleri Hakkındaki Düşünceleri

Pazara gelmenin sizi geliştirdiğini düşünüyor musunuz?		Sayı	%
	Evet	28	93,3
	Hayır	2	6,7
	Toplam	30	100,0
Maddi durumunuz daha iyi olsa pazara gelirsiniz?		Sayı	%
	Evet	23	76,7



	Hayır	7	23,3
	Toplam	30	100,0
Yaptığınız işi çocuklarınızın yapmasını ister misiniz?		Sayı	%
	Evet	6	20,0
	Hayır	24	80,0
	Toplam	30	100,0

Araştırmaya katılan kadınlara pazara gelme ve ticaret yapmaları durumunun kendilerini geliştirip geliştirmediğine dair sorulan soruya katılımcıların % 93,3'ü evet, % 6,7'si hayır cevabını vermişlerdir. Bu noktada elde edilen veriler pazara gelen kadınların (ekonomik kazanç ana amaç olsa da) farklı motivasyonlarla geldiği söylenebilir. Pazarıcı kadınlarla yapılan mülakatlarda kadınların temelde, üretim faaliyetleri sonucunda elde ettikleri ürünleri aracısız daha yüksek fiyatlara satma amacı taşıdıkları söylenebilir.

“Erkeklerden fazla para kazanır kadınlar galla pazarında. Sütü, yoğurdu, öteberisi oraya götürünce daha fazla kazanıyorsunuz” (Nermin, 79).

“Pazar parası bereketli olur ben bu eve ne aldıysam pazardan parasıyla aldım. Eşimin getirdiği paraya karışmadan bunların çoğunu yaptım. İsteddiğini alabiliyorsun, kimseye muhtaç olmuyorsun kıyafet olsun evin eşyası olsun mesela ben Pazar parasıyla kızımı çeyizledim” (Nurdan, 45).

“Evde duran insan ile çalışan insan arasında dağlar kadar fark var. Ayakların üstünde duruyorsun, erkeğin cebine bakmıyorsun, eve katkıda bulunuyorsun. Her zaman çalışmak iyi bir şeydir” (Elif, 61).

Bu noktada pazara gelen kadınların ekonomik getirisi dışında, yaptıkları bu faaliyetlerle kendilerine olan güvenlerinin arttığı, farklı kişi ve durumlarla karşılaşmalarının kendilerini geliştirdiği ve böylelikle daha cesur ve ayakları yere basan bireyler haline geldikleri söylenebilir. Bu noktada özellikle kadının para kazanmasıyla kendine güveninin artması durumunun kadın – erkek ilişkilerinde de değişime yol açtığı ve kadınların bu noktada kendilerine güvenen ve daha eleştirel kişiler haline geldikleri söylenebilir.

“Ekonomik özgürlük, insanın kendi parasını kazanmasından daha güzel bir şey yoktur ya böylelikle ayakların üzerinde durmayı öğreniyorsun. Evden çıkmasaydım daha pasif biri olurduym diye düşünüyorum, şimdi ben her durumda ve yerde kendimi koruyabileceğimi ve kendimi savunabileceğimi düşünüyorum” (Nurdan, 45).



“Buraya gelince her türlü insanı görüyön mesela burda bana sahte para bile verdiler. Bana 200 lira sahte para verdiler bizim uşak gözlük almaya gittiğinde o parayı oraya vermişti arkadan aradılar para sahte diye gitti geri aldı sonra. Böyle insanları da görüyorsunuz” (Zehra, 73).

“Evde dursam sıkılırim psikolojim bozultur. Burada sosyalleşiyorsun, yeni arkadaşlar tanıyorsun, bilmediğin şeyleri öğreniyorsun meğer bilmediğim ne çok şey varmış diyosun” (Kübra, 51).

“Buraya geliyorum hem çalıştığımı hissediyorum bu beni motive ediyo hem de ek gelir kazanıyorum. Bazen oluyor eşime ben para veriyorum. Böyle parayı alıp masanın üstüne bırakıyorum al oraya indirdim diyorum” (Kübra, 51).

Kadın görüşmecilerin bir kısmı ise yaptıkları işin yukarıdaki getirileri yanında kendi öz saygılarını arttıran, işe yarama duygusu kazandıran, psikolojik olarak rahatlatan ve sosyalleştiren tarafı olduğunu ve maddi durumları şu ankinden daha iyi olsa dahi pazara gelme eğiliminde olduklarını vurgulamışlardır. Bunun yanında özellikle yaşlı grubunda yer alan görüşmecilerin çoğu; bu işi ailelerinde başka kişilerin de kendilerinin yerine gelebileceği halde kendilerinin psikolojik olarak rahatlamak maksatlı pazara geldiklerini belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan kadınlara sorulan şu anki maddi durumunuzdan daha iyi bir konumda bulunmanız durumunda yine de pazara gelmek ister misiniz şeklinde sorulan soruya ise katılımcıların % 76,7'si evet, % 23,3'ü ise hayır cevabını vermişlerdir.

“Maddi durumum iyi olsa da çokta iyi olsa ben 50 seneden beri buraya geldiğim için buraya alıştığım için yine de gelmek isterim. Yani ne olur tam hasta olup yataklara düşene kadar buraya gelmeyi istiyom” (Nalan, 66).

“Ben maddi durumum iyi olsa da gelirim, çarşıya gelince gözüm gönlüm açiliya. Şimdi gelmesen eve kapalısn bi bahçeye gidiyosun başkada sokağa çıkamıyosun biriyle laf edemiyosun ama buraya gelince sabrın açiliya” (Hatice, 61)

“Durumum iyi olsa da pazara gelirim çünkü bu şekilde çalıştığımı işe yaradığımı üretici olduğunu hissediyorsun. Seralarımın yanına gidince içine girince onları izlemek onlarla sohbet etmek hoşuma gidiyor stresimi atıyorum mesela” (Sevim, 49).

“Pazara durumum iyi olsa da gelmek isterim. Evde durup eşimin yurtdışında kazanıp gönderdiği parayı harcamak istemem bu konuda bi desteğimin olmasını isterim. Hazırdakini yiyeceğime azıcık bir destek çıkmak isterim, sağlığım yerinde olduğu sürece” (Ayşe, 46).

Pazarıcı kadınların bir kısmı ise bu işi gerek maddi durumlarının kötü olmasından gerekse de geçimlik olarak yaptıkları tarım faaliyetlerinden elde



ettikleri fazla ürünü değerinde satmak maksatlı pazara geldiklerini, durumlarının şu ankinden iyi olması durumunda pazara gelme düşüncesinde olmadıklarını belirtmişlerdir.

“Bizim kredimiz çoktu, ev yaptık, araba aldık derken borcumuzu bitirmek için bu işe başladım. Normalde kayınvalidemin yer burası bana yapabileceğimi söyledi, ben bilmiyordum bu işi ama yapmaya başladım. Bizde köyde yaşıyoruz seramız var yaptığımız ürünü mecburen satacaz böyle başladım bu işe, durumum iyi olsa gelmem şahsen” (Aylin, 41).

“Maddi durumum iyi olsa niye geleyim ki bu çileyi çekmem “ (Elif, 61).

Pazarıcı kadınlara mesleklerini kendi çocuklarına tavsiye edip etmediklerine dair sorulan soruya, katılımcıların % 20’si evet, %80’i ise hayır cevabını vermişlerdir. Pazarıcı kadınlar her ne kadar pazara gelme eyleminin kendileri açısından ekonomik, sosyal ve psikolojik açıdan kazançlı olduğunu düşünse de bu işin bir aileyi geçindirme ve sabit bir kazanç getiren bir iş olmadığını ve bu yönüyle kendi çocuklarının daha çok formal eğitim süreçlerini tamamlayıp daha güvenceli ve iyi bir işe sahip olmalarını ve kendileri gibi pazarıcı olmalarını istemedikleri görülmüştür.

“Çocuklarımla bu işi yapmasını istemem” (Ayşe, 46)

“Geriden gelen yeni nesil gençlere baktığında köy sütünü yoğurdunu bilmiyorlar, yapmasını bilmiyorlar. Köy peynirini artık yiyen yok. Gençler daha çok hazırı yaşıyor” (Nurdan, 45).

“Ben bu işi annemden devraldım ve ben buraya geliyorum ama benden sonra kendi kızımın burada devam etmesini istemem çünkü burası eskisi gibi değil çok kazanamıyoruz, artık burda boğaz tokluğuna bekliyoruz. Ekmeğini kaleminden çıkarırsınlar burda devam etmesinler” (Sultan, 44).

Araştırmada elde edilen veriler bu konuda yapılan başka bir çalışmadaki (Ülker, 2013: 78) verilerle benzerlik taşımakta ve bu çalışmadaki katılımcıların büyük bir çoğunluğunun da yaptıkları işin geleceğini belirsiz ve çok kötü görme eğiliminde olduklarını göstermiştir.

Tablo 11: Katılımcıların Toplumsal Cinsiyet Süreçleri Hakkındaki Düşünceleri

Sizce kadınların erkeğin yaptığı her işi yapabilir mi?	Sayı	%
Evet	25	83,3
Hayır	5	16,7



	Toplam	30	100,0
Evde en çok kimin söz geçerlidir?		Sayı	%
	Erkek	14	46,7
	Kadın	2	6,7
	Eşit	14	46,7
	Toplam	30	100,0
Evin reisi erkektir sözüne katılır mısınız?		Sayı	%
	Evet	27	90,0
	Hayır	3	10,0
	Toplam	30	100,0

Katılımcıların toplumsal cinsiyet süreçleri hakkındaki düşüncelerini anlamaya yönelik sorulan kadınlar erkeklerin yaptığı çoğu işi yapabilir mi şeklindeki soruya katılımcıların % 83,3'ü evet, % 16,7'si ise hayır cevabını vermişlerdir.

“Bence erkek kadın diye bir şey yoktur. Erkeğin yaptığını bizde yapabiliriz. Karadenizde kadın erkeğin yaptığı her işi yapar. Bizde mesela karar almada erkek tamam der sadece ama son söz bende biter” (Sevim, 49)

“Babam erken vefat ettiği için ortaokuldan sonra okula gitmedim evin işlerini üstlendim evin reisi oldum, yapabildim mi ve başarılı da oldum. Bir kadın olarak evin reisi oldum, kardeşlerimi okuttum, evlendirdim, evet bu noktada kadın isterse erkeğin yaptığı her işi yapar” (Aylin, 41).

“Bazı kadınlar erkeklerden de güçlüdür. Mesela bizde son söz bende biter. Bence evin reisi erkek değildir ikisi de reis olmalıdır” (Hatice, 61).

“Eşimin sigortası yok ben bahçeden, hayvandan kazaduğumuzdan tarım sigortası dışarıdan ödeduk. Eşimin sigortası yok benim üstümde ben bakiya ona. Ankara Numune hastanesinde ameliyat olurken bizi sigortaya bi hemşire götürdü, ben orda eşime bakmak istiyordum dedim orda. Eskiden erkekler eşlerine bakıyadı, şimdi de ben eşime bakmak istiyordum dedim 2000 senesinde” (Hatice, 61).

Kadınlara sorulan evde kimin daha çok sözü geçer şeklindeki soruya ise kadınların % 46,7'si erkeklerin, % 6,6'sı kadınların, % 46,7'si her iki tarafın sözü eşit derecede geçer şeklinde cevap vermişlerdir. Son olarak kadınlara sorulan evin reisi erkektir sözüne katılır mısınız şeklindeki soruya ise



katılımcıların % 90'ı evet katılıyorum, % 10'u ise hayır katılmıyorum şeklinde cevap vermişlerdir.

“Ya yok be erkeğin yeri her zaman ayrıdır. Ne kadar biz yaparız size gerek yok desekte mutlaka onun yapması gereken bi şey oluyor, onların yeri ayrı bence” (Ayşe, 46)

“Kadın işi ayrıdır, erkek işi ayrıdır, her kadın güçlü olamaz. Erkek biraz daha üsttedir ona saygı duyulur” (Berna, 54).

Araştırmaya katılan pazarcı kadınların sattıkları ürünlerin çoğunu kendilerinin yetiştirdiği düşünülürse, zaten üretici bir vasfı olan kadınların bu ürünleri daha da değerinde satmak maksatlı, kendi büyüklerinden devraldıkları pazar yerinde pazarcılık yapmaları durumunun da onları girişimci bireyler haline getirdiği söylenebilir. Kadınların üretim ve satış süreçlerinde aktif olarak yer almalarının bir sonucu olarak toplumsal cinsiyet süreçlerinde daha eleştirel ve haklarını savunan özneler haline geldiği ve bu durumun kadın-erkek ilişkilerinde değişime yol açtığı ve bu noktada kadınları daha eleştirel ve güçlü hale getirdiği söylenebilir. Bunun yanında geleneksel toplum yapı ve kurumlarının etkin olduğu bir coğrafyada yaşadıkları gerçeğinden hareket edilerek sürece bakıldığında, kadınların ekonomik faaliyetlerinin sınırlı bir etki çevresinin söz konusu olduğu ve bu noktada erkeğin bu yapı içerisinde baskın bir karakter olarak varlığını devam ettirdiği söylenebilir.

Sonuç Yerine

Türkiye'nin toplumsal ve ekonomik yapısında önemli bir yere sahip olan kırsal bölgeler ve bu bölgelerdeki ekonomik faaliyetlerin nitelik ve nicelikleri ülke ekonomisinin gelişmesi noktasında önemli bir yere sahiptir. Kırdan kente göçün önlenmesi noktasında kırsal bölgelerdeki tarım, hayvancılık veya diğer üretici faaliyetlerin geliştirilmesi ve bu alanlardan elde edilen ürünlerin katma değer üretmesi bu noktada büyük bir önem arz etmektedir. Bu çerçevede Bartın ilinde bulunan Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı) üzerine yaptığımız çalışmada pazarda faaliyet gösteren kadınların yaptıkları işin girişimcilik faaliyetleri noktasında ne kadar bir potansiyele sahip olduğu ve bu alanda girişimcilik süreçlerinin önünde ne tür engellerin olduğu üzerinde durulmaya çalışılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilere göre kadınların pazarda yaptıkları faaliyetlerin kısmen de olsa girişimcilik faaliyeti olarak değerlendirilebileceği bunun yanında pazarcı kadınların gerek sosyo-ekonomik ve eğitim düzeylerinin düşük olmasından gerekse yaşça orta ve yaşlı kategorisinde olmalarından kaynaklı kadınların daha kurumsal ve ciddi girişimci faaliyetlere yönelme noktasında isteksiz oldukları görülmüştür. Bunun yanında geleneksel yapıların etkin olduğu bu bölgede kadınların üretici ve girişimci faaliyetlere yönelmelerinin kadınları daha güçlü, cesur ve girişken bireyler haline getirdiği ve bu noktada geleneksel erkek figürünün gücünü azaltıcı bir etkisinin de olduğu



söylenbilir. Pazarda faaliyette bulunan kadınların toplumsal cinsiyet süreçleri hakkındaki düşüncelerine de yer verdiğimiz çalışmada açıkça görüleceği üzere kadınların ekonomik olarak aktif olmaları durumu hem aile ekonomisi açısından gelir getirici bir faaliyet olmakta hem de kadınların kendilerine güvenen ve ayakları üstünde duran bireyler haline gelmesine yol açmaktadır. Sonuç olarak gerek bu bölgede gerekse de diğer kırsal alanlarda üretici ve gelir getirici faaliyetlerin gerek devlet eliyle gerekse de özel sektör tarafından teşvik edilmesi ve bu alanlarda küçük ve orta boy işletmelerin oluşturulması süreci, bu bölgelerde yaşanan göç süreçlerini tersine çevirmede ve bu bölgelerin ekonomik anlamda işler hale gelmesinde büyük önem arz etmektedir. Bu bölgelerdeki üretici kesimlerin kurs, eğitim ve diğer geliştirici programlarla daha akılcı ve bilimsel bir temele dayalı üretim yaptıkları süreçlerin oluşturulması, bunun yanında kurulacak birlik ve kooperatiflerle elde ettikleri ürünlerin karşılığını tam olarak aldıkları yapıların kurulması hem bölge hem de ülke ekonomisi açısından hayati bir önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Aliğaoğlu, A. (2012). "Balıkesir Şehrinde Haftalık Pazarlar: Çekicilik ve Sorunlar". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(27), 43-72.
- Aşcıoğlu, E. (1970). *İktisadi ve Sosyal Yönleriyle Bartın*. İstanbul: Bartın Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları.
- Bartın Kültür ve Turizm Envanteri*. (2007). Ankara: Uluslararası Basın Yayın.
- Başar, M. (2005). " Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri". Y. Odabaşı (Dü.) içinde, *Girişimcilik* (s. 1-19). Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları.
- Büke, A. (2015a). "Kapitalizm, Azgelişmişlik ve Küreselleşme: Tarımsal Sınıflar-1". M. C. Ecevit, & F. Güneş (Dü.) içinde, *Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik* (s. 44-70). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Büke, A. (2015b). "Kapitalizm, Azgelişmişlik ve Küreselleşme : Tarımsal Sınıflar-2". *Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik* (s. 70-98). içinde Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Büke, A., & Gökdemir, F. K. (2010). "Günümüz Kapitalist Tarımında Küçük Meta Üretimi Toprak Mülkiyeti İlişkisi". *Toprak Mülkiyeti Sempozyumu* (s. 188-204). Ankara: ODTÜ Mezunlar Derneği.
- Calhoun, C. (2016). "Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları". *Ocak ve Zanaat, Pierre Bourdieu Derlemesi* (s. 77-131). içinde İstanbul: İletişim.
- Chitsike, C. (2000). "Culture as a barrier to rural women's entrepreneurship: experience from Zimbabwe.". *Gender and Development*, 8(1), 71-77.



- DPT. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: DPT Yayınları.
- Ecevit, Y. (1993). "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi". *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli*. Ankara.
- FAO. (1997). "Rural Development Through Entrepreneurship". FAO.
- Gülçubuk, B., & vd. (2011). *Türkiye’de Kırsal Alanda Kadının Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Kadınların Bu Konuda Güçlendirilmesine Yönelik Politika Önerilerinin Geliştirilmesi*. Ankara: Teknik Rapor.
- İlhan, S. (2005). "Bazı Değişkenler Açısından Elazığ’da Girişimci Profili". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 217-48.
- Koday, S., & Çelikoğlu, Ş. (2011). "Geleneksel Alışveriş Mekanlarına Bir Örnek: Bartın Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı)". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Estitüsü Dergisi*, 15(2), 243-62.
- Kolektif. (2008). *Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sorunlar, Öncelikler ve Çözüm Önerileri*. İstanbul: KAGİDER.
- Makal, A. (2006). "Zonguldak ve Türkiye Toplumsal Tarihinin Acı Bir Deneyimi Olarak İş Mükellefiyeti". *Zonguldak Kent Tarihi Bienali Bildiriler Kitabı*, 69-91.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Özgüç, N., & Mitchell, W. A. (2000). "Şehirlerin Alternatif Alışveriş Mekanları: İstanbul’da Haftalık Pazarlar". *Tasarım Kuram Dergisi*, 35-58.
- Özsöz, C. (2007). "Pierre Bourdieu’nün Temel Kavramlarına Giriş". *Sosyoloji Notları*, 15-21.
- Parin, S. (2008). *Kentsel Ortamda Bir Getto: Fatih Kadınlar Pazarı Örneği*. İstanbul Üniversitesi SBE Sosyoloji ABD Doktora Tezi.
- Soysal, A. (2010). "Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 83-114.
- Şahan, G., & vd. (2014). "Eğitimci Gözüyle Bartın Kadınlar Pazarında Çalışan Kadınların Hayata İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi". *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 416-434.
- TUİK. (2017). <http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=27687>.
- UNIDO. (2003). *A Path Out of Poverty Developing rural and women entrepreneurship*. Vienna: UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION.



Ülker, E. U. (2013). *Kırsal Alanda Kadın Girişimciliğine Etki Eden Faktörler ve Tekirdağ İlinde Mevcut Durumun Belirlenmesi*. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

World Economic Forum The Global Gender Gap Report. (2017).

