

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
SOSYOLOJİ BİLİM DALI

GİRİŞİMCİ KADINLARIN ÖZEL ALANA YÜKLEDİKLERİ
ANLAMIN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA ANALİZİ:
BOLU İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Ayşe Nur ÖZTÜRK


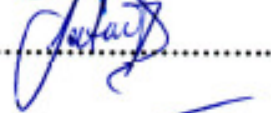
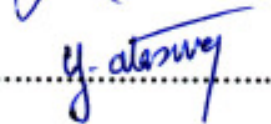
Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Dilek EROĞLU

BOLU 2019

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Ayşe Nur ÖZTÜRK'e ait "Girişimci Kadınların Özel Alana Yükledikleri Anlamın Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Analizi: Bolu İli Örneği" adlı çalışma, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliğiyle/ oy çokluğuyla kabul edilmiştir.

06.05.2019

Unvan, Adı, Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı) : Dr. Öğr. Üyesi Dilek Eroğlu	
Üye : Dr. Öğr. Üyesi Fatma Davarcıoğlu	
Üye : Doç. Dr. Yener Ataseven	

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı



Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “**Girişimci Kadınların Özel Alana Yükladikleri Anlamın Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Analizi: Bolu İli Örneği**” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başvuru kaynaklardan yapılan alıntılarının adlarının bilimsel kurallara uygun olarak metin içinde, dipnotlarda ve kaynaklarda gösterildiğini, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Ayşe Nur ÖZTÜRK

06.05.2019

ÖN SÖZ

Bu çalışma, Bolu ilinde girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların özel alandaki deneyimlerini toplumsal cinsiyet bakış açısı ile ortaya koymak ve girişimci kadınların özel alandaki tecrübelerini kendilerinin nasıl anlamlandırdıklarını belirlemek amacıyla 12 girişimci kadın ile derinlemesine görüşme yapılarak oluşturulmuştur.

Çalışma sürecim boyunca hiçbir zaman desteğini üzerimden çekmeyen, motive olmamı sağlayan ve bilgilerini tüm içtenlikle paylaşan danışmanım ve çok değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Dilek EROĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmama dahil olan, iş yerinde zaman ayırıp benimle görüşme yapmayı kabul eden ve çalışmama çok büyük katkıları olan kadınlara teşekkür ederim.

Çalışmamın her aşamasında yanımda bulunan, zor süreçlerimin kolaylaştırıcısı olan, bana sevgisiyle güç veren, nazımı çeken, üzüntümü ve sevincimi paylaşan sevgili Eşim Umut ÖZTÜRK'e sonsuz teşekkür ederim.

Bu yaşıma kadar her zaman beni destekleyen ve tüm zorlu süreçlerimde yanımda olan sevgili annem Selfet GÖKMEN'e ve sevgili babam İbrahim GÖKMEN'e teşekkürlerimi sunarım.

Ayşe Nur ÖZTÜRK

06.05.2019

ÖZET

GİRİŞİMCİ KADINLARIN ÖZEL ALANA YÜKLEDİKLERİ ANLAMIN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA ANALİZİ: BOLU İLİ ÖRNEĞİ

Ayşe Nur ÖZTÜRK

Yüksek Lisans Tezi

Sosyoloji Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Dilek EROĞLU

Mayıs 2019, 156 + xvi Sayfa

Özellikle modern kapitalist topluma geçilmesi ile derinleşen özel alan kamusal alan ayrımı sonucunda kadınlar iş gücü piyasasından uzak tutulmuş ve onların etkin oldukları alan özel alan olarak belirlenmiştir. Toplumun belirlemiş olduğu bu ayrım, kadınların özel alanda sıkışıp kalmasına ve ekonomik faaliyetlerden uzak kalmasına neden olmuştur. Kadınlar hane içinde de çalışmaya ve üretmeye devam etmiştir. Ancak kadınların evdeki bu emeği görünmez kılınmıştır ve değersiz gösterilmiştir. İş gücü piyasasında bu işlerin karşılığı bulunmaktadır ancak bu işler neoklasik politikacılar ve erkekler tarafından karşılığı olmayan ve kadının göreviymiş gibi gösterilmiştir.

Günümüzde ise kadının özel alandan çıkıp kamusal alandaki ekonomik faaliyetlere katılımı büyük ölçüde artış göstermektedir. Kadının sadece eğitim ve iş hayatına atılması ile özgürleşeceğini savunan düşüncenin aksine bu çalışma, özel alandaki cinsiyete dayalı iş bölümü yıkılmadan ekonomik faaliyete katılan kadınların özgürleşemediğini, daha da fazla iş yüküne maruz kaldığını ve toplumsal hayatın çeşitli alanlarından dışlandıklarını göstermiştir.

Bu çalışma, Bolu ilinde Esnaf ve Sanatkarlar Odası'na kayıtlı 12 kadın girişimci ile yapılan alan çalışmasına dayanmaktadır. Araştırma, erkeklerin etkin olarak yer aldığı

girişimcilik alanında kadınları görünür kılma ve kadın girişimcilerin özel alana bağlı toplumsal cinsiyet rollerinin girişimcilik ile olan ilişkisine dikkat çekmektedir. Araştırmanın bulguları, kadın girişimcilerin girişimciliğe başlama sürecinde onların annelik rollerinin etkisinin bulunduğunu ve kadınların özel alandaki toplumsal cinsiyet rollerini büyük ölçüde kamusal alanda da devam ettirdiğini göstermektedir. Aynı zamanda cinsiyete dayalı iş bölümünün yıkılmadan kadınların özgürleşmek adına başladıkları girişimcilik sürecinde başarılı olamayacaklarını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimci, Özel Alan, Kamusal Alan, Toplumsal Cinsiyet



ABSTRACT

ANALYSIS OF SPECIAL AREA MEANING FOR THE ENTREPRENEURED WOMEN BY THE CONTEXT OF GENDER: THE CASE OF BOLU PROVINCE

Ayşe Nur ÖZTÜRK

Master Thesis

Department of Sociology

Advisor: Assist. Prof. Dilek EROĞLU

May 2019, 156 + xvi Pages

As a result of the separation of public and private sphere from the public sphere, by the transition to modern capitalist society, women were kept away from the labor market and their area of influence was designated as the private sphere. This distinction, which was determined by the society, caused women to be stuck in the private sphere and stay away from economic activities. However, women's labor in the home has been rendered invisible and shown as worthless. In the labor market, these jobs have responses, but they were shown by the neoclassical politicians and men as and women's duties.

Today, the participation of women to the economic activities in the public sphere is increasing. In contrast to the idea that women can be emancipated by entering education and work, this study showed that women participating in economic activity could not be liberated, subjected to more workloads and excluded from various fields of social life without breaking down the gender-based division of labor in the private sphere.

This study is based on a field study conducted with 12 female entrepreneurs registered with the Chamber of Tradesmen and Craftsmen in Bolu. The study takes

attention to making women visible in the field of entrepreneurship, where men are actively involved, and the relationship between women entrepreneurs and the gender roles associated with the private sphere. Findings of the study; It shows that women entrepreneurs have an impact on their maternity roles in the process of starting entrepreneurship and that women continue their gender roles in the public sphere to a large extent. At the same time, the gender-based division of labor shows that women cannot succeed in the entrepreneurship process, which they started in order to be emancipated.

Keywords: Entrepreneurship, Woman Entrepreneur, Private Sphere, Public Sphere, Gender

*Canımdan çok sevdiğim Eşim Umut Öztürk'e ve
çok değerli Hocam Dilek Eroğlu'na...*

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
ETİK UYGUNLUK BEYANI	iii
ÖN SÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İTHAF	ix
İÇİNDEKİLER	x
TABLOLAR LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ	xvi
GİRİŞ	1
I. BÖLÜM	
1. GİRİŞİMCİLİK	12
1.1. Girişimcilik ve Girişimci Kavramı	12
1.1.1. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	15
1.1.1.1. Kişisel Faktörler	16
1.1.1.2. Demografik Faktörler	17
1.1.1.3. Sosyal Faktörler	18
1.2. Girişimciliğe Yönelik Yaklaşımlar	20
1.2.1. Klasik Yaklaşımlar	20
1.2.2. Çağdaş Yaklaşımlar	26
1.2.3. Feminist Yaklaşım.....	28

II. BÖLÜM

2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ	31
2.1. Kadın Girişimciliği Kavramı	31
2.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri	32
2.3. Dünyada ve Türkiye’de Kadın Girişimciliği	34
2.3.1. Dünyada Kadın Girişimciliği	34
2.3.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği	38

III. BÖLÜM

3. TOPLUMSAL CİNSİYET	44
3.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramı	44
3.2. Toplumsal Cinsiyet Kuramları	46
3.2.1. Biyolojik Teori	46
3.2.2. Sosyal Rol Teorisi	47
3.2.3. Sosyal Öğrenme Teorisi	47
3.2.4. Bilişsel Teori	48
3.2.5. Toplumsal Cinsiyet Şeması	49
3.2.6. Çatışma Teorisi	50
3.2.7. Queer’in Teorisi	50

IV. BÖLÜM

4. KAMUSAL/ÖZEL ALAN	51
4.1. Kamusal Alan Kavramı	51
4.2. Özel Alan Kavramı	52
4.3. Feminizmlerin Kamusal-Özel Alan Tartışmaları	53
4.3.1. Liberal Feminist Kuram	53
4.3.2. Radikal Feminist Kuram	55
4.3.3. Marksist Feminist Kuram	56
4.3.4. Sosyalist Feminist Kuram	57
4.3.5. Ekofeminist Kuram	59

V. BÖLÜM

5. YÖNTEM	61
5.1. Araştırma Modeli	65
5.2. Evren ve Örneklem	65
5.3. Veri Toplama Yöntemi	67
5.4. Görüşme Verilerinin Analizi	69
5.5. Araştırmanın Etik Boyutu	70
5.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	71

VI. BÖLÜM

6. BULGULAR.....	72
6.1. Demografik Veriler	73
6.1.1. Kadın Girişimcilere Ait Demografik Veriler	73
6.1.2. Kadın Girişimcilerin Eşlerine İlişkin Demografik Veriler.....	76
6.2. Kamusal Alan ve Girişimcilik Deneyimleri	76
6.2.1. Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Hikayeleri	77
6.2.2. Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Özellikleri	82
6.2.3. Sermaye Temini	82
6.2.4. Kadın Girişimcilerin İşe Başlama Sürecinde Yararlandıkları Bilgi Kaynakları.....	85
6.2.5. Girişimcilikte Eş ve Akraba Tepkileri	87
6.2.6. Girişimci Kadın Olmak	89
6.2.7. Örgütlü Bir Yapılanmaya Dahil Olma	92
6.2.8. Girişimci Kadınların Sorunları	92
6.2.9. Kadın Girişimcilerin Geleceğe Yönelik Planları	94
6.2.10. Girişimci Olmayı Düşünen Kadınlara Öneriler	97
6.3. Özel Alanda Toplumsal Cinsiyet Analizi	100
6.3.1. Hane İçi Rol Paylaşımı.....	100
6.3.2. Kadın Girişimcilerin Anne Olma Süreçleri.....	106
6.3.3. Kadın Girişimciler İçin Anneliğin Anlamı.....	108
6.3.4. Kadın Girişimcilerin Çocuklarının Bakımı	110
6.3.5. Kadın Girişimcilerin Akrabalarının Özel Alan İle Olan İlişkisi	113

6.3.6. Anneliğin Girişimciliğe Olan Etkisi.....	115
6.3.7. Evliliğin Girişimciliğe Olan Etkisi.....	118
6.3.8. Girişimci Kadınlarnın Evlilik Sonrası Eğitim Düzeylerinde Yükselme .	121
6.3.9. Kararlara Katılım.....	123

VII. BÖLÜM

7. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	127
----------------------------------	------------

KAYNAKLAR	141
------------------------	------------

EKLER	152
--------------------	------------

Ek 1: Derinlemesine Görüşme Soruları	153
--	-----

Ek 2: Etik Kurul Onayı	155
------------------------------	-----

ÖZGEÇMİŞ	156
-----------------------	------------

TABLolar LİSTESİ

Tablo 6.1: Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri	73
Tablo 6.2: Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Durumlar	81
Tablo 6.3: Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar	94
Tablo 6.4: Girişimci Kadınların Girişimci Olmayı Düşünen Kadınlara Önerileri	97
Tablo 6.5: Kadın Girişimcilerin Özel Alanda Yaptıkları İşler	100
Tablo 6.6: Kadın Girişimcilerin Eşlerinin Özel Alanda Yaptıkları İşler	104
Tablo 6.7: Kadın Girişimcilerin Çocuk Sahibi Olma Süreçleri	106
Tablo 6.8: Anneliğin Kadınların Girişimciliğine Olan Etkisi	115
Tablo 6.9: Evliliğin Kadınların Girişimciliğine Olan Etkisi	119

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 6.1: Girişimci Kadınların Gerekli Olan Sermayeyi Temin Etme Şekilleri	83
Şekil 6.2: Girişimci Kadınların Yararlandıkları Bilgi Kaynakları	85
Şekil 6.3: Girişimci Olmanın Kadınlara Sağladığı Kazanımlar	89
Şekil 6.4: Girişimci Kadınlar İçin Anneliğin Anlamı	109



KISALTMALAR LİSTESİ

- AB** : Avrupa Birliği
- BM** : Birleşmiş Milletler
- GEM** : Global Entrepreneurship Monitor (Küresel Girişimcilik Monitörü, KGM)
- IMF** : International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
- INSTRAW** : International Research and Training Institute for the Advancement of Women (Birleşmiş Milletler Uluslararası Kadının İlerlemesi için Araştırma ve Eğitim Enstitüsü)
- KGM** : Küresel Girişimcilik Monitörü
- LGBT** : Lezbiyen, gey, biseksüel, transgender
- OECD** : Organisation for Economic Cooperation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
- TESK** : Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
- TOBB** : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
- TÜİK** : Türkiye İstatistik Kurumu
- TÜSİAD** : Türkiye Sanayicileri ve İşadamları Derneği
- UNIFEM** : The United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (Birleşmiş Milletler Kadınlar İçin Kalkınma Fonu)

GİRİŞ

Girişimciliğin tarihsel yolculuğu insanın tarihsel yolculuğu ile paralellik göstermektedir. Kavramın günümüzdeki anlamı ile çok eski yıllardaki anlamında farklılaşmalar olsa da özünde ulaşılan yer aynı olmaktadır. Girişimciliğin, toplumsal gelişmenin en önemli etmenlerinden biri olduğu her dönem kabul edilmiştir. Toplumların geçirmiş olduğu toplayıcılıktan tarım devrimine sanayi devrimine ve şimdiki çağımız olan bilgi çağına kadar geçirmiş olduğu bütün dönemler girişimciliğin de tarihini bize yansıtmaktadır (Takay ve Tüzün 2015: 250).

Ekonomi biliminin kurucusu kabul edilen Adam Smith, girişimcilik ile kapitalist anlayışı özdeşleştirmiştir. 19. yüzyılda oluşmaya başlamış olan Neoklasik iktisat da bu anlayışı devam ettirmiştir. Bu dönemde girişimci, bir iş yeri sahibi olup yönetici maaşı olan ve iktisadi teoride önemli bir rolü olan kişidir. 20. yüzyılın başında Avusturyalı ekonomist Shumpeter girişimcilik teorisinin temellerini atmıştır. Onun görüşleri günümüzde kabul edilen girişimcilik anlayışının çıkış noktasıdır. Shumpeter'e göre ekonomi bir sistemdir fakat neoklasikçilerden farklı olarak değişimin dışarıdan değil içeriden olduğunu belirtmiştir. Bu değişimi yaratan girişimcidir (TÜSİAD 2002: 35, <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1880-turkiyede-girisimcilik>, 22 Kasım 2018'de erişildi).

Sanayileşme sürecinden sonra girişimcilere yönelik anlayış değişmiştir. Girişimci bireyin niteliğindeki bu anlayışın değişimi, beraberinde girişimcinin ekonomik önemini ve de toplumdaki değerini de artırmıştır. Bu gelişmelerle beraber girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul görmeye başlamıştır. Bunun yanı sıra 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren şirket sahipliği ile yönetimin farklılığının belirlenmesi, girişimci pozisyonunun da tekrardan değerlendirilmesine ve iktisadi hayatta daha fazla önemle yer almasını sağlamıştır (Küçük 2005 Aktaran: Aşkın vd. 2011: 60).

Girişimcilik; mevcutta olan fırsatları değerlendirmek, üretim için gerekli olan faktörleri bir araya getirip risk alarak tüketicilere yönelik değer yaratma sürecidir. Girişimci, piyasayı devamlı takip ederek mevcut fırsatları kollayan ve kollamış olduğu bu fırsatları yeni bir girişim haline getirmek için risk üstlenerek üretim unsurlarını bir araya getirendir (Kutanis ve Karakira 2013: 15).

Girişimcilik terimi 1980'lerden sonra dünya genelinde çok kullanılır olmuştur. 1990'larda Avrupa ve Sovyet Rusya'daki bloğun yıkılması, Çin ve Vietnam'ın dünyaya açılması, dünya genelindeki gelişmeler ve artan işsizlik oranları girişimciliğin gelişmesine yardım etmiştir (Çakmak 2003: 80).

1970'lere kadar girişimcilik konu olduğunda akıllara hep erkekler gelmiştir ve girişimcilik alanı hep erkeklerle ve kamusal alan ile özdeşleşmiştir. Liberal iktisadi teoride kamu-özel ayrımı uzlaşmaz bir şekilde görülmekte ve kamusal alan; erkekler ve akıl ile özdeşleşmiş, girişimcilik faaliyeti açık açık belirtilmese de erkek alanı olarak kabul görmüştür. Erkekler ile ve akılla ilişkilendirilen kamusal alana karşılık; kadınlara, duygusallıkla ilişkilendirilen mekan ise özel alan olmuştur. Bu şekilde de kadınlar hem kamusal alandan hem girişimcilikten uzak tutulmuştur (Lamoureux 2009 Aktaran Sallan Gül ve Altındal 2016: 1364).

İngilizce "gender" kelimesinden Türkçe'ye çevrilmiş olan toplumsal cinsiyet, toplumsallaşma süreci ile bireyin yaşadığı toplumun içinde edinmiş olduğu cinsiyettir. Bir başka ifade ile toplumsal cinsiyet, kişinin biyolojik cinsiyeti üzerine toplum tarafından dayatılan, inşa edilen cinsiyet özellikleri ve beklentilerden oluşur. Bunun sonucunda çocukluktan itibaren kadın özel alana itilirken erkek kamusal alanda bir var olma mücadelesine hazırlanmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri onlara bunu dayatır. Kamusal alan olarak adlandırılan mekanların daha çok erkeklere özgü (ya da erkeklerin faaliyetlerini içeren) bir alan olarak algılanması söz konusudur (Adaçay 2014: 17).

Kadının ekonomik yaşama dahil olmasıyla geleneksel aile yapısına dayanan ayrılmış kadın-erkek rolleri, yerini paylaşmaya dayalı iş bölümüne bırakmıştır. Zaman

içinde yaşanan ekonomik gelişmeler, bu şekilde bir iş bölümünü hem mümkün hem de zorunlu bırakmıştır. Fakat aile içerisindeki işlerin paylaşımında yaşanan değişme, evi geçindirme rolünün paylaşımında yaşanan gelişmenin çok gerisinde kalmaktadır. Bu geri kalmanın temelinde ise özel alandaki işlerin paylaşımında kadınlık ve erkekliğin algılanışına yönelik toplumsal kalıp yargıların yattığı söylenebilir. Çalışma hayatına katılımına ilişkin kalıp yargılara kıyasla, evdeki iş bölümünün paylaşımı işlevine yönelik kalıp yargılar daha fazla direnç göstermektedir (Günay ve Bener 2011: 160).

Genel olarak, Türkiye'de girişimcilik koşulları 2006-2012 döneminde gelişme göstermiştir. Devlet destek politikasının yanı sıra girişimcilik ve hükümet düzenlemeleri ve programlarıyla ilgili finansal ortamlarda da gelişmeler olmuştur. Ancak erkek ve kadın girişimciliği arasındaki büyük fark gözlemlenmektedir. Küresel Girişimcilik Monitörü (KGM) verileri, cinsiyet tutumlarının girişimcilik konusunda farklı olduğunu göstermektedir. Kadınlara oranla erkeklere yönelik daha fazla fırsatlar bulunmaktadır. Ayrıca erkekler bir iş kurma noktasında kadınlara göre daha fazla bilgi ve deneyime sahiptirler, başarısızlıktan daha az korkarlar ve daha fazla sosyal ağları mevcuttur (GEM 2010, <https://www.gemconsortium.org/country-profile/116>, 10 Aralık 2018'de erişildi).

Kadınların girişimcilik yapmaları, ilk olarak kendilerinin güçlenmeleri ve devam eden ataerkil aile ve evlilik ilişkilerinde yaşadıkları haksızlık ve ayrımcılıklara karşı durabilmeleri için önemlidir. Güçlenen kadın kendisinin ve ailesinin refahını da artıracaktır. Bu anlayışı savunan kişi ve kurumlar, kadın girişimciliğini teşvik ederken doğrudan kadın istihdamını artırarak işgücü piyasasındaki dengesizliği ortadan kaldırmayı ve işsizliği önlemeyi ya da yoksulluğu azaltmayı değil, kadınların toplum içinde güçlü özneler durumuna gelebilmeleri ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında önemli bir konum elde edebilmeleri amacı ile yaparlar (Ecevit ve Kaptanoğlu 2014: 7, https://assetsgaranti.com/assets/pdf/tr/diger/us201_garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf, 10 Kasım 2018'de erişildi).

Yapılan çalışmalara bakıldığında Türkiye'deki kadın girişimciliği, daha çok ülkedeki yoksulluğu azaltmak ve işsizliği önlemek amacıyla kadınlara küçük iş yerleri açma şeklindeki girişimlerdir.

TÜİK Kasım 2017 Temel İşgücü Göstergeleri veri tabanına göre Türkiye'de 15 yaş ve üzeri toplam nüfus 60 milyon 223 bin'dir. Bu nüfusun 30 milyon 399 binini kadınlar, 29 milyon 824 binini erkekler oluşturmaktadır. İşgücü olarak nitelendirilen nüfus 31 milyon 790 bin ve bu sayının 10 milyon 287 binini kadınlar ve 21 milyon 503 binini erkekler oluşturmaktadır. İstihdam edilen nüfus içerisinde ise toplam 8 milyon 904 bin kadın ve 19 milyon 612 bin erkek bulunmaktadır. Bu veriler oransal olarak değerlendirildiğinde büyük bir eşitsizlik ortaya çıkmakta; 15 yaşın üzerindeki toplam nüfus içerisinde istihdam oranı erkeklerde %65,8 iken kadınlarda bu oran %29,3 seviyesindedir. TÜİK verilerine göre 2016 yılında iş gücüne dâhil olmayan kadın nüfus sayısı yaklaşık 20 milyon iken erkek nüfus sayısı 8 milyondur. İş gücüne dahil olamama nedenleri arasında başlıca; ev işleri, emeklilik, engelli olma, iş aramama gibi durumlar yer almaktadır. Kadın nüfusunun yaklaşık 11 milyonu, "ev işleriyle meşgul" olduğu için iş gücüne katılım sağlayamamaktadır. Erkekler ise en fazla "emeklilik" gerekçesi ile iş gücüne katılım sağlayamamaktadır. 2017 yılı içerisinde işgücüne katılım oranı erkeklerde %72,1, kadınlarda ise %33,8 olarak belirlenmiştir. Kadınlarda işsizlik oranı da erkeklerden daha fazladır. Erkeklerde işsizlik oranı %8,8 iken, kadınlarda bu oran %13,7 olarak belirlenmiştir. Çalışan kadınların %65,2'si ücretli veya yevmiyeli, %1,4'ü işveren, %9,3'ü kendi hesabına ve %24,1'i ücretsiz aile işçisi olarak çalışmaktadır. Erkeklerde ücretli ve kendi hesabına çalışanların sayısı kadınlardan daha fazladır. Crunchbase'in 2017 yılı Nisan ayında yayınladığı rapora göre tüm dünyada start-up ekosisteminde kadın girişimcilerin oranı %17 civarındadır. Start-up girişimlerini izleyip denetleyen startups.watch verilerine göre de Türkiye'de girişim ekosisteminde kadın girişimcilerin oranı %15'dir. (2018'de Kadın İstatistikleri, <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/2018-de-kadin-istatistikleri>, 1 Mart 2019'da erişildi).

Verilerin de gösterdiği gibi kadın istihdam oranları ve kadın girişimcilerin oranı erkeklere göre hep daha düşük kalmıştır. Toplumun ekonomik ve sosyal kalkınması için

kadınların kamusal alanda daha aktif ve erkekler ile eşit bir şekilde yer almaları gereklidir. Bu çalışmanın bulgularında da ortaya çıkan sonuç, kadınları kamusal alandan spesifik olarak da ekonomik alandan uzak tutan durum, onların özel alanlarındaki sorumlulukları olmuştur. Kadınların iş gücüne katılımını artırmayı amaçlayan çalışmaların bu kritik noktayı iyi değerlendirmesi gerekmektedir. Kadınların hane içindeki görevleri onların çalışma hayatını engellemekte veya sınırlandırmaktadır. Bu konuda yapılacak çalışmaların toplumsal cinsiyet bakış açısı ile yapılması ve cinsiyet körü yaklaşımlardan uzak durulması gerekmektedir.

Çalışmanın Konusu

Kadın girişimciliği, Türkiye’de uzun süredir yoğun bir şekilde tartışılan bir konudur. Bu tartışma, farklı yaklaşımların savunucuları tarafından ve farklı bağlamlarda yapılmaktadır. Bu yaklaşımların hepsi kadın girişimciliğini teşvik etmekle birlikte, kadınların neden girişimcilik yapması gerektiği konusunda çeşitli bakış açılarına sahiptirler (Ecevit ve Kaptanoğlu 2014: 7, https://assetsgaranti.com/assets/pdf/tr/diger/us201_garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf, 10 Kasım 2018’de erişildi). Bu çalışma kadın girişimciliği konusundaki yapılmış olan çalışmaların biraz dışına çıkarak kadın girişimcilerin hane içerisindeki tecrübelerine yönelik yapılmıştır.

Çalışma hayatı, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından kadınların ekonomik anlamda erkeklere olan bağımlılıklarından kurtulması, bir gelire sahip olmaları, kendilerine olan güvenlerinin artması, daha da önemlisi özel alanda kapalı kalmayarak gündelik hayatın kamusal alandaki bütün mekanizmalarına tanık olabilmesi ve toplum içinde eşit bir birey olarak var olmasının sağlanması gibi sebeplerle son derece önemlidir (TMMOB 2018: 42, <https://www.tmmob.org.tr/sayfa/tmmob-kadin>, 10 Ocak 2019’da erişildi).

Türkiye’de nüfusun yarısını oluşturan kadınlar ev hayatında, çalışma hayatında ve siyasi hayatta hak ettiği yeri bulamamaktadır. Kadınlar, özellikle daha nitelikli olarak görülen ve daha çok vasıf gerektiren meslek dalları içerisinde daha az yer bulabilmektedir. Toplum olarak ataerkil bir yapıya sahip olduğundan, toplumda her

zaman erkek ön planda tutulmuş, kadınlar da ikinci planda kalmıştır. Genel olarak “erkek işi daha iyi becerir” ve “kadınlar bunu yapamaz” kalıbı kadınların hak ettiği yere gelememesine neden olmuştur ve kadınların emekleri çoğu zaman sömürülmüştür (Sarı 2017: 1189).

Kadınlar hane dışında ücretli bir işte çalışsalar dahi bakım işleri ve çocuk büyütmek gibi işleri de kapsayan “ev işleri” kadınların görev tanımlarına eklenmiştir. Ev emeği, hane içerisinde görünmez kılınır; emek ve üretim şeklinde tanımlanmaz. Bu sorumluluğu üstlenmeyen kadınlar ise fiziksel, cinsel, psikolojik, ekonomik şiddet gibi durumlarla karşılaşabilirler (Saygılıgil 2013: 212).

Kapitalizmle birlikte özel- kamusal ayrımı daha da derinleşmiş bu durum kadınların işgücüne katılımında eşitsizlik yaratmış ve kadınların kapitalizmi erkeklerden daha farklı tecrübe etmelerine sebep olmuştur. Kadınlar yükselen kapitalizmle beraber daha bağımlı bir hale gelmiştir. Kapitalizmle gelişen çekirdek aile yapısı kadını akrabalık ilişkilerinden kopararak onu yalnızlığa iterken diğer taraftan ev, üretim alanı olmaktan çıkarak bir tüketim alanına dönüşmüştür. Kapitalist ilişkilerin kökenlerinden biri cinsiyetçiliktir. Kapitalist ve sınıflı toplumların en belirgin özelliklerinden biri cinslerin eşitsizliğidir (Adaçay 2014: 80).

Çalışmanın konusu Türkiye'nin Bolu ilinde Merkez ilçesinde girişimcilik faaliyetinde bulunan, evli ve çocuk sahibi, kendi işini yapan kadınların girişimcilik süreçleri; bu süreçte yaşadıkları deneyimler, onları girişimciliğe yönlendiren motivelerin neler olduğudur. Bu süreçte eşlerinin ve çocuklarının kadınların girişimci olmasındaki belirleyiciliği, girişimci kadınların işlerini kurduktan sonra ev içi rollerinde bir değişme olup olmadığı, kamusal alanda yer almalarının onların özel alandaki tecrübelerine olan etkisi araştırmanın konusunu oluşturan bileşenler arasındadır.

Çalışmanın Amacı

Literatürde kadın girişimciliği konularında yapılan çalışmalara bakıldığında girişimcilik bir ekonomik faaliyet alanı olarak değerlendirilmiş ve çalışmalar ekonomik

temelli gelişmiştir. Kadın girişimciler ile yapılan araştırmalarda kadınların kamusal faaliyetleri dikkate alınmış onların girişimciliği özel alanlarından bağımsız bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu çalışma girişimci kadınların özel alandaki toplumsal cinsiyet ilişkilerine ve kadınların toplumsal cinsiyet rollerinin girişimcilik ile bağlantısına dikkat çekmektedir.

Türkiye'deki kadın girişimciliği konusunda yapılan çalışmalar kadınların demografik ve kişilik özellikleri, girişimciliğe başlama nedenleri, girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar, faaliyette buldukları sektörler alanında sınırlı olarak kalmıştır. Bu çalışmanın amacı, literatürde eksikliği hissedilen kadın girişimcilerin özel alandaki tecrübelerini anlayıp, kadınların özel alana yükledikleri anlamı feminist bir bakış açısıyla ortaya koymaya çalışmaktır. Kendi işini kuran ve girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların evli bir kadın ve annelik rollerinden ne kadar kurtulup ya da bu rollere ne kadar bağlı kaldıkları, ev hayatlarındaki deneyimlerinden yola çıkılarak irdelenmiştir. Çalışma, feminist bir perspektiften yola çıkarak kadınların girişimcilik süreçlerini anlamaya ve toplumda erkeklere aitmiş gibi algılanan girişimcilik alanında kadınların görünürlüklerini artırmaya çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Türkiye'de ve Dünya'da kadın girişimcilerin mevcut durumu nedir?
2. Bolu'daki kadın girişimcilerin genel profili nasıldır?
3. Kadınlar, girişimcilik faaliyetinde bulunurken toplumsal cinsiyet eşitsizliğine bağlı sorunlar yaşıyorlar mı?
4. Girişimci kadınların ve eşlerinin toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak hane içindeki iş bölümü nasıldır?
5. Girişimcilik ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişki nasıldır?
6. Kadınların "anne" rolüne sahip olmalarının girişimciliklerine olan etkisi nasıldır?

Çalışmanın Önemi

Girişimcilik faaliyeti literatürde daha çok ekonomik bir olgu olarak ele alınmıştır. Kadın girişimciler üzerine yapılmış çalışmalarda da daha çok kadınların

girişimcilik süreci, bu süreçteki sorunları ve kadın girişimcilerin başarılı olma faktörleri ele alınmaktadır. Kadın girişimciliğini konu alan bu tez; girişimciliğini ekonomik bir süreç olarak değerlendirmekle birlikte kadın çalışmalarında kadınların özel alanlarının mutlaka irdelenmesi gerektiğini düşüncesinden hareketle girişimci kadınların hane içindeki deneyimlerine de yer vermiş ve girişimci kadınların hane içindeki cinsiyet rollerini toplumsal cinsiyet bakış açısıyla incelemiştir. Kadın girişimciliğini çok boyutlu ele almasından dolayı bu çalışma önem arz etmektedir. Araştırmada nitel yöntemin kullanılması da çalışmanın bir diğer önemli noktasını oluşturmaktadır. Araştırmanın saha çalışması bölümünde kadın girişimcilerin işletmelerine gidilerek onlar ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Kadın girişimciler ile birebir görüşülerek yanlış anlaşılmalardan kaynaklanacak sorunlar en aza indirilmeye çalışılmıştır.

Bolu ilinde kadın girişimciler ile yapılmış olan bu çalışma, girişimci kadınlar ve toplumsal cinsiyet çerçevesinde yapılacak olan çalışmalara veri kaynağı olması açısından önem arz etmektedir.

Literatürde girişimcilik ve kadın girişimciliğini konularında yapılan çalışmalarda önemli bir artış olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan bazıları kadın girişimcilere yönelik teşvik politikalarına değinirken, bazıları da girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri, iş kurma nedenleri, işi kurma ve sürdürmede karşılaştıkları sorunlar üzerinde durmaktadır (Kutunis ve Karakira, 2013). Kadın girişimciliğini ile ilgili yapılacak her çalışmanın kadın girişimciliğinin gelişimine yönelik olumlu bir etki göstereceğini kabul edilmekle beraber yapılacak çalışmaların; toplumsal cinsiyet perspektifinden ele alınması, bu çalışmaların mutlaka özel alanı da içerecek şekilde gerçekleştirilmesi, kadınları yaşamlarındaki her boyutu ile bütüncül bir şekilde ele alarak yapılacak olan çalışmaların salt kadın girişimciliğinin gelişimini değil aynı zamanda kadının hak ettiği konuma gelmesinde ve toplumun kalkınmasında önemli bir adım olacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın çerçevesini, Bolu ili Merkez ilçesindeki kendi üzerine işletmesi olan evli ve çocuğı olan kadın girişimciler oluşturmaktadır. Çalışma, girişimci kadınlar ile derinlemesine görüşülerek yapılmıştır ve çalışma kapsamında aranan sorulara kadınların

birebir ağızlarından çıkan cümleler ile cevap aranması çalışmanın önemli noktalarından biridir.

Literatürde Bolu'da ekonomiye önemli katkıları olan kadın girişimciler üzerine bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, hem Bolu'daki kadın girişimcilerin genel profilini ortaya çıkartmayı hem de literatürde eksikliği hissedilen kadın girişimcilerin özel alandaki hikayelerini anlayıp kadın girişimciliğini farklı bir açıdan ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın Yöntemi

Bu araştırma, saha çalışmasına dayanan yorumlayıcı bir çalışmadır. Çalışma kapsamında, Bolu'da girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınlara ulaşılmış ve onlar ile önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında derinlemesine mülakat tekniğinin kullanılmasının gerekçesi, kadın deneyimlerinin anlaşılmasında en derin ve samimi bilgilere görüşme tekniği ile ulaşılabileceği düşüncesidir. Araştırmanın evrenini Bolu ilindeki kadın girişimciler, araştırmanın örneklemini Bolu ili Merkez ilçesinde bulunan kadın girişimciler oluşturmaktadır. Örnekleme dahil olan kadın girişimcilere kartopu örnekleme yolu ile ulaşılmıştır.

Kadınların özel alanlarındaki gerçeklerine ancak onlarla bir araya gelerek, göz teması kurarak ve onlarla birebir görüşme yapılarak ulaşılabilir. Nitel araştırma insan deneyimlerinin ayrıntılı bir tanımını ve analizini sağlar (Marvasti 2004: 7).

Girişimci kadınları konu alan bu çalışma, Bolu ili Merkez ilçesinde bulunan evli ve çocuk sahibi olan 12 girişimci kadını kapsamaktadır. Katılımcı sayısı önceden belirlenmemiş, görüşmelerden elde edilen veriler kendini tekrarladığında ve doyma noktasına geldiğinde görüşmelere son verilmiştir. Görüşmeler girişimci kadınların işletmelerine gidilerek orada yapılmıştır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler her kadın ile ortalama 1 saat sürmüştür.

Nitel araştırmalar yolu ile günlük yaşamın dokusu ve örgüsü, araştırmaya katılanların anlayışları, deneyimleri ve hayalleri; sosyal süreçlerin, kurumların, söylemlerin veya ilişkilerin işleyiş biçimleri ve bunlara dahil olmak üzere sosyal dünyanın her aşaması geniş bir boyutta anlamlandırılabilir (Mason 2002: 1).

Nitel araştırma, araştırılan konunun ls, sayısı ve miktarından ziyade konunun llemeyen yanları yani süreci ve anlamıyla ilişkilidir (Denzin ve Lincoln, 1998 Aktaran: Işıkoğlu 2005: 159).

Nitel tekniğin kullanılmasındaki temel amaç, girişimci kadınların kendi tanımlamaları doğrultusunda ve ilk ağızdan oluşan bir yapıyla olguyu anlamaya çalışmaktır. Nitel araştırma yöntemi de bu olguları ve olgular arası ilişkileri anlamaya hizmet etmektedir.

Çalışmanın Sınırlılıkları

1. Girişimci kadınlar sürekli işlerinin başlarında durdukları ve müşteri ile ilgilenmek durumunda kaldıkları için işlerinden kaynaklı fazla müsait olmadıklarından dolayı her girişimci kadın görüşmeyi kabul etmemiş ve bu nedenle sınırlı sayıda kadınla görüşme yapılabilmiştir,
2. Araştırma iki hafta ile sınırlı kalmıştır,
3. Çalışma Bolu'daki tüm girişimci kadınlar ile yapılmamış sadece Bolu Merkez ilçesinde faaliyet gösteren kadın girişimciler ile sınırlı tutulmuştur.

Bu alışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde; girişimcilik kavramı, girişimciliği etkileyen faktörler ve girişimcilik yaklaşımları ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde; kadın girişimciliği kavramı, kadın girişimcilerin zellikleri, Türkiye'de ve dünyada kadın girişimciliği tartışılmıştır. Çalışmanın nc bölümünde toplumsal cinsiyet kavramı, toplumsal cinsiyet kuramları ele alınmıştır. Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde kamusal ve özel alan kavramları ve feminist kuramların kamusal-özel alan tartışmaları ortaya konmuştur.

Tanımlar

Cinsiyet ayrımcılığı: kişilere cinsiyetlerinden ötürü toplum içinde adaletsiz bir biçimde muamele edilmesidir. Cinsiyet ayrımcılığı, bireylerin aile hayatından eğitim yaşamına sosyal hayattan iş yaşamına kadar pek çok alanda ve biçimde gerçekleşebilmektedir (TMMOB 2018: 42, <https://www.tmmob.org.tr/sayfa/tmmob-kadin>, 10 Ocak 2019'da erişildi).

İkinci vardiya; Giddens' e göre, ücretli karşılığı ev dışında çalışan kadınların bir de evdeki işler, yemeği, çocuk ve diğer bireylerin bakımını da yapmasıdır. Bu kavramı Bryson "çifte yük", Acar Savran ise "görünmeyen emek" şeklinde tanımlamıştır (Aktaran Özer 2018: 325).

I. BÖLÜM

1. GİRİŞİMCİLİK

1.1. Girişimcilik ve Girişimci Kavramı

Fransızca “entreprendre” kelimesinden ve Almanca “unternehmen” kelimesinden türetilmiş olan “girişimcilik” kavramı yani “entrepreneurship” Türkçe’de kelime anlamı olarak “üstlenmek” demektir. Girişimcilik, farklı ve önceden yapılmamış bir oluşum kurarak ve risk alarak pazar fırsatlarını avantaja döndürme sürecidir (Ağca ve Yumuşakipek 2015: 11-13).

İlk defa ortaçağda kullanılmış olan ve -iş yapan- kelime kökünden gelen girişimcilik terimi, pek çok teorisyen tarafından farklı özellikleri vurgulanacak biçimde tanımlanmıştır. Girişimcilik teriminin tam bir tanımlamasının yapılması güç olsa da yapılmış olan tanımlamalar birbirinden farklı değil ve birbirini destekler özelliktedir (Karabat ve Sönmez 2012: 2).

Girişimcilik konu olduğunda kesin bir tanımlama yapma olanağı yoktur. Bu da girişimciliğin devamlı değişiklik gösteren bir durum olduğuna işaret etmektedir. Girişimcilik, çokça bileşene sahip olan bir durumdur ve bu çeşitlilik gösteren bileşenler girişimciliğin olduğu sosyal ortama göre değişiklik göstermektedir. Girişimcilik, fırsatların oluşturulması ve takip edilmesine yönelik bir süreçtir (Başar 2005: 3-4).

Öksüz (2009)’e göre girişimcilik; risk almak ve sermayeyi temin ederek fırsatları kollamak; bir diğer anlamda, fikirlerin yaşama geçirilmesi ve finansal değer yaratılmasıdır (Aktaran: Atabey ve Aslan 2007: 183).

TÜSİAD'a göre girişimcilik; "Girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen addır." Bu nedendir ki, işletme açma ve yenilik oluşturma girişimciliğe dahil olan durumlardır. (TÜSİAD 2002: 17, <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1880-turkiyede-girisimcilik>, 22 Kasım 2018'te erişildi).

Doğaner'e göre girişimcilik var olan ya da yeni oluşmuş bir organizasyon içinde, yaratıcılığı, yeniliği ve risk almayı güçlü bir yönetim mekanizmasıyla birleştirerek bu faaliyeti yaratma ve sürekli geliştirme sürecidir. Girişimcilik, fırsatları iyi bir şekilde değerlendirmek, iş fikri oluşturmak, gerekli olan sermayeyi temin etmek ve devamında girişimi faaliyete dönüştürmektir (Doğaner 2014: 5).

Girişimcilik, yeni ürünleri ve hizmeti piyasaya getiren, risk alan, zenginlik yaratan, birtakım deneyimler ile refah ortamı oluşturan dinamik bir süreçtir (Ödemiş 2018: 6).

Kaygın ve Güven'e göre ise girişimcilik, girişimci kişinin bir fırsatı tanımlaması ve bu fırsatı değerlendirmek için gerekli olan faaliyetleri hayata geçirmesi ve yenilikler ile değer yaratmasıdır. Çağımızdaki girişimcilik anlayışı yalnızca üretim fonksiyonlarının bir araya gelmesini sağlayarak yeni bir girişim oluşturmak değil, mevcutta olan bir işletmenin, yenilikler yaparak sürdürülebilir bir işletme haline getirilmesi ve bunun devamı için yapılması gereken tüm faaliyetleri yapmaktır (Kaygın ve Güven 2013: 3-8).

Girişimcilik, kapitalist toplumun evriminin merkezidir. Sosyal hareketlilik için önemli bir araçtır. Sosyal ve ekonomik tabakalaşmayı şekillendirir. Kapitalist toplumlarda devam eden ekonomik büyüme girişimciliğe bağlıdır (Lipmann vd. 2005: 7). Girişimcilik hem bir bilimdir hem de bir sanattır. O bir pratiktir. Ve tüm uygulamalarda, tıpta, mühendislikte olduğu gibi girişimcilikte de bilgi amaç için bir araçtır (Rani 1996: 3).

Girişimci

Jean Baptise Say'a göre girişimci kavramı, tüm üretim unsurlarını bir araya getirerek önemli olduğu düşünülen bir hizmeti üreten ve kazanacağı kr için risk alan bireydir. Say'ın girişimci tanımı, risk alma ile yöneticilik yeteneklerine sahip olma ile ilişkilidir (Aytaç 2006: 141).

Girişimcilik konusunda önemli çalışmaları olan Hisrich ve Peters'e göre de girişimci kavramı; hammadde, emek ve diğer unsurları bir araya getirerek çok daha fazla değer/imkan haline dönüştüren kişidir (Hisrch ve Peters 2001, Aktaran: Aytaç 2006: 141).

Girişimcinin, yenilikçi ve dinamik özelliklerini finansal kalkınmada, insan kaynaklarının esas yapı taşlarından birisi olarak ilk kez değerlendiren Joseph A. Shumpeter'dir (Başar 2005: 4).

Schumpeter, girişimcileri işletme sahipleri ve yöneticilerden farklı olarak tanımladı ve girişimciliğin ekonomik büyüme için gerekli olduğunu savundu (Keister 2005:4).

Schumpeter, girişimcilerin diğer bireylerden ayrı bireyler olduğunu ve farklı kişilik özelliklerinin bulunduğunu söyleyen ilk iktisatıdır. Özetle, Schumpeter'in girişimcisi, kar-zarar hesabını bilen ve alışılmış sıradan hareket eden olarak tanımladığı normal kişilerden ayrı özellikler göstermektedir. Kendi ifadeleriyle girişimci "ortaçağ şövalyelerine" benzemektedir (Schumpeter 1934, Aktaran: Takay ve Tüzün 2015: 251).

Doğaner'e göre girişimci, fırsatları değerlendiren, bu fırsatları girişim fikrine dönüştüren, gerekli kaynakları temin eden, risk alan; ekonomiyi, insan kaynaklarını en iyi şekilde yöneten; yönetimde, teknolojiye, pazarlamada devamlı yenilik yapan kişidir (Doğaner 2014: 5).

TÜSİAD'a göre girişimci, risk üstlenerek yenilik yaratan bireydir. Diğer bir ifade ile girişimci, fırsatları kollayan ve fırsatlara eriştiğinde her türlü riski üstlenerek gerçekleştirmeye çalışan kişidir (TÜSİAD 2002: 17).

Girişimciler doğal kaynaklara değer kazandıranlardır. Girişimci başarısızlıktan başarı ortaya çıkarır. Girişimci risk alır. Girişimci değişimi, sosyal ve ekonomik istikrarı sağlar. Yaratıcı ve yenilikçi bir kişidir. İyi bir girişimci değişen koşullara uyum sağlayabilen ve değişim ile ilgili riskleri üstlenmeye istekli fırsatları değerlendirebilen uyanık, becerikli ve enerjiktir. Modern anlamda girişimciler, kendi işlerini inşa eden işçilerdir (Rani 1996: 3-4).

1.1.1. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Sosyoloji disiplini; girişimci kişiliğin var olduğu toplumsal ortamı, girişimciliğe etki eden ve girişimciliğin etki ettiği sosyal süreçleri, girişimci kişinin doğup büyüdüğü sosyal aura, toplumsal etkiler, kültürel mekanizmaları ile girişimciliğin toplumsal yapıdaki yaratıcı özelliğine vurgu yapmakta, bu şekilde de, girişimciliği toplumsal ve kişisel yönden ele almaktadır. Girişimci bireylerin sıra dışı özellikleri vardır. Bu sıra dışı tiplerin meydana geldiği ailevi, grupsal ve sosyal ortam ile dinamikler şüphesiz girişimciliğin oluşumunda önemli unsurlardır (Aytaç 2006: 140).

Girişimcilik eğiliminde belirleyici özelliğe sahip olan pek çok etken bulunur. Bu etkenler arasında finansal birikimler, eğitim, rol modelleri, aile, kültür, iş deneyimi, inanç ve kişilik özellikleri en belirleyici olanlardır (Bozkurt ve Erdurur 2013: 59).

Girişimcilik anlayışının ortaya çıkışında kişilik ve çevre faktörleri önemli derecede etkili olduğu bilinmektedir. Kişilik üzerinde yoğunlaşan kuramlar, girişimci bireyin kişisel özelliklerine odaklanmaktadır. Girişimciliğin ortaya çıkmasında çevreyi ileri süren kuramlar ise, girişimcilerin oluşmasında pazar mekanizmaları ve devlet politikalarının bu süreçte etkili olduğu belirlemiştir. Gelişmiş ülkelerde girişimci sınıfın oluşmasında pazar mekanizmaları daha çok etkiliyken; gelişmemiş toplumlarda, devlet politikaları girişimciliği belirleyen unsurdur. Tüm bu yaklaşımlar sentezlenirse;

girişimcilik, kişilik özelliklerinin yanında pek çok etmenin etkileşiminden doğan davranışsal bir süreçtir (Uçkun ve Girginer 2012: 99).

1.1.1.1. Kişisel Faktörler

Kişilik kuramları içindeki psikodinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımlar, girişimcinin tavır kombinasyonu ve yenilikçi performansı ile ayırıcı bir tip şeklinde ifade ederler. Girişimciler çoğunlukla, sıradan değerlere zıt bir kişilik özelliklere sahiptir. Bu doğrultuda girişimciler, kişisel özellikleriyle ortalama bir bireyden farklı olarak “sapan” bir karakteri temsil ederler (Aytaç 2006: 142-143).

Kaygın’a göre (2011) girişimciliği etkileyen kişilik özellikleri; başarma ihtiyacı, risk alabilme, kontrollü olma, belirsizliğe yönelik toleranslı olma, yenilikçilik, kendi karşına güven gibi özelliklerdir. Girişimciliği etkileyen faktörler kişilerin değerleri, tutumları, gereksinimleri gibi özelliklerdir (Aktaran: Güven 2011: 20).

Girişimciyi diğer bireylerden ayıran özellikler şu şekilde sıralanabilir; kaynaklar konusunda bilgili olma, işi önceden planlama, gereken tüm kaynakları bir araya getirme ve girdileri kullanıp tüketicilere sunma becerisine sahip olma gibi özelliklerdir (Bozkurt 2006: 94).

Girişimciler sahip oldukları ile yetinmezler. Bu sebeple girişimciler çalışma yaşamlarında yükselmeyi hedeflerler ama çoğunlukla da kendi işlerini kurmayı isterler. Kişisel faktörler girişimciliği etkileyen faktörlerdir. Dinçel’e göre ise girişimciliği etkileyen kişisel faktörler şu şekilde sıralanabilir: bağımsızlık duygusu, liderlik özelliğine sahip olabilme, yaratıcı olma, fırsatları değerlendirme, kararları hızlı alabilme, vizyonu olma gibi özelliklerdir. Bu nitelikler girişimcilerin diğer bireylerin önüne geçmesine yarayacak olan etkenlerdir. Bu durum da toplum içinde bulunan her bireyin değil yalnızca belli başlı özelliklere sahip olan bireylerin girişimci olmasının dolaylı bir ifadesidir (Dinçel 2016: 81).

Teorisyenler, girişimci bireylerin “güçlü başarıma arzusuna” ve “kaderlerini kontrol edebilme duygusuna sahip” olduklarını ifade ederler. Girişimci bireyler risk almaya meyillidirler ve iş fırsatları gözetirler (Aytaç 2006: 143).

1.1.1.2. Demografik Faktörler

Kaygın’a göre (2011) girişimciliği etkileyen demografik özellikler: yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, kişinin geliri gibi özelliklerdir (Aktaran: Güven 2015: 20).

Yapılan araştırmalarda bireylerin çocukluk yıllarında yaşamış oldukları deneyimlerin onların bireysel ilgileri, iş tecrübeleri ve dolayısıyla girişimcilik özellikleri üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan, kişisel yaklaşımın vurguladığı bir başka önemli husus demografik değişkenlerdir. Bu konuda yapılmış çalışmalarda aile içinde ilk çocuk olanların, eğitim seviyesi yüksek olanların, girişimci anne ya da babaya sahip olanların, girişimci olma olasılıklarının görece daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Kaygın ve Güven 2015: 40).

Yaş faktörü, cinsiyet faktörü, iş deneyimi ve ailenin geliri gibi demografik değişkenler girişimcilerin iş hayatına atılmasında önemli unsurlardır. Yaşın, girişimcilik niyetine etki ettiği yapılmış pek çok çalışmada bulgulanmıştır (Şeşen ve Basım 2012: 23-25).

Bireylerin yaşları ile girişimciliğe yönelme arasında önemli bir bağ vardır. Genellikle 22-55 yaş dönemi, girişimciliğe başlama dönemi olarak ifade edilmiştir. Bu dönemler dışında da, girişimcilik faaliyetine adım atmak olanak olmasına rağmen, girişimciliğin başarılı bir şekilde devam etmesi için yüksek bir enerji ve sermaye gerekli gözükmektedir (Bozkurt 2006: 96).

Cinsiyet temelli araştırmalara göre kadın ve erkek girişimciler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Kadın ve erkekler arasındaki bu farklılığın oluşumunda daha çok kaynakları elde etmede, işletmenin kurulma amacı ve kurulan işletmenin çalışma şekilleri belirleyici olmuştur. Erkekleri girişimciliğe yönlendiren kendi yaşamlarını

kontrol edebilme ve olayları yönlendirme arzusu iken kadınları yönlendiren becerikli olduklarını düşündükleri alanda kendilerini geliştirmelerine engel olunması sonucu iş doyumsuzluğundan oluşan başarı güdüsü olmaktadır. Yapılmış olan araştırmalarda genellikle erkeklerin kadınlara göre daha çok bir girişim oluşturmaya yatkın oldukları ortaya çıkmıştır. Toplumsal olarak belirlenmiş toplumsal cinsiyet rollerine göre, kadınların erkeklere bağlı olma düşüncesi, toplumsal baskılar ve diğer cinsiyetçi davranışlar kadın girişimcilerin dezavantajlı duruma düşmesine ve kadınlarda girişimcilik düzeyinin düşük kalmasına neden olmuştur (Kaygın ve Güven 2015: 41).

1.1.1.3. Sosyal Faktörler

Bir takım kişisel nitelikler gerektirmesinin yanında toplumsal ve kültürel bir terim olan girişimciliğin varoluşunu etkileyen birçok sosyo-kültürel etmen vardır. Girişimcilik kültürü, toplumsal ve bireysel yaşamın etkileşimiyle meydana gelen değerler toplamıdır. Girişimcilik ruhunun meydana gelmesinde ve başarılı bir biçimde devam etmesinde içinde bulunulan kültür etkili olmaktadır. Kişiler, içinde buldukları toplumun kültürel mekanizmalarının taşıyıcısıdır. Bir toplumdaki girişimcilik anlayışını kavrayabilmek için o toplumun kültürel mekanizmalarının da iyi bilinmesi şarttır (Durak 2011: 195).

Girişimciler, içinde buldukları kültürden esinlenerek birtakım etkinlikler içine girerler. Girişimcilikle toplumsal kültürel unsurlar arasında yakın bir bağ bulunur. Bazı toplumlar girişimcilikte ilerlerken bazıları aynı başarıyı gösterememektedir. Sosyologlar bu farkın meydana gelmesinde kültürün etkisi üzerinde durmaktadırlar. Toplumun yapısal şartları, değer ve normları bir davranışın meydana gelmesini etkileyebilmektedir (Aytaç 2016: 139).

Kültür, toplumlara ve bireylere her zaman etki eden bir olgudur. Girişimcilik hareketinin oluşumu kültürden bağımsız olamaz. Girişimcilik faaliyetleri, toplumun kültürüne göre biçim alır. Girişimcilerin sosyal çevresini oluşturan ailesi, arkadaşları ve akrabaları içinde bulunan bireylerin güven duygusu girişimci kişileri doğrudan etkilemektedir (Dinçel 2016: 84).

Rol modelleri de girişimci bireylerin kariyerlerinde etkili olan önemli bir etmendir. Girişimci bireylerin rol modelleri; aile, akraba, ulusal ve uluslar arası alanda faaliyet gösteren diğer girişimci bireyler olabilir. Rol modelleri, hem iş kurma aşamasında hem de işini kurduktan sonra bir destek mekanizması oluşturur (Bozkurt 2006: 96).

Girişimciliğin oluşumunu etkileyen sosyal faktörler şu şekilde sıralanabilir: aile, eğitim düzeyi, arkadaş çevresi, içinde bulunduğu toplumun kültürü, örf ve adeti gibi. Sosyal faktörler içinde en önemli olan faktör “aile” dir. Kişilerin aileden almış oldukları her şey yaşamlarını doğrudan etkilemektedir. Aileleri tarafından desteklenen girişimciler daha da başarılı olabilmektedir (Dinçel 2016: 82).

Aile faktörünün girişimciliğe yönlendirme, girişimciliği kısıtlayıcı ve girişimcilikte kararsızlık yaratması olmak üzere üç şekilde etkisi bulunmaktadır. Girişimci bir aileye sahip olmanın ya da girişimci bir yakınının olması, kişinin girişimci olmak istemesi ve olması noktasında etkisinin bulunabileceği gibi bu durumun tersi de mevcuttur.

De Noble'e göre, girişimcilik eğilimine etki eden bir diğer faktör ise kişisel motivasyondur. Bu sebeple, girişimci bireyin başarısının artması bireyin güdülenmesi (motivasyonu) fazlaca önemlidir. Yenilik yaratmak, geleceğe dair bir şeyler yapabilme isteği gibi istekler girişimciler için motive edici etmenlerdir (Tanrıverdi Bayram Alkan 2016: 8- 10).

Eğitim, girişimcilikte karşı karşıya kalınan durumların üstesinden gelmede en önemli faktörlerden biridir. Karşılaşılan sorunların çözümünde ve başarı için önemli bir unsurdur. Kadın ve erkek girişimciler girişimciliğin her alanında eğitime ihtiyaç duyarlar (Bozkurt 2006: 96).

1.2. Girişimciliğe Yönelik Yaklaşımlar

1.2.1. Klasik Yaklaşımlar

Richard Cantillon girişimcilik literatürüne fazlaca katkıda bulunan ve ‘girişimci’ terimini iktisat alanında ilk defa kullanan kişidir. Cantillon’un ‘Essai sur la Nature du Commerce en General’ adlı eseri ilk kez ölümünden 21 yıl sonra 1755 yılında yayınlanmıştır. Richard Cantillon’a göre girişimci, gelirlerin belirsiz olduğu, harcamaların ise belirli olduğu koşullar içinde faaliyette bulunan bireydir. Gelirin belirsizliğinin sebebi gelecekteki pazar talebini doğru ve gerçeği bir şekilde öngörmenin mümkün olmamasıdır. Buradaki “gelir” satışlardan kazanılan gelirdir. Girişimci, kar amacı ile mübadelede bulunur. Girişimci arz-talep dengesinin bilincindedir, girişimci mevcut olan talepten başka bir talep oluşturamaz. Buna göre “yenilikçi” biri değildir.

Cantillon iktisadi olarak üç tarz öğeden bahsetmiştir:

1. Arazi sahipleri (sermayedarlar),
2. Girişimciler,
3. Ücretle çalışanlar(işçiler).

Richard Cantillon ekonomik sistem içinde girişimcilerin merkezi bir rol oynadığını, girişimci bireylerin ekonomik sistem içindeki tüm mübadele ve dolaşımdan sorumlu bireyler olduğunu belirtmiştir. Girişimciler arz- talep dengesi oluşturan bir sınıftır. Cantillon girişimciyi belirsizlikler altında iş yapan kişi olarak tanımlamıştır (Chell 1991 Aktaran: Güney 2008: 4). Girişimcilik, şu anda belirli fiyatlarla mal satın alıp gelecekte belirsiz fiyatlarla satış yapmaktır (Ahmad ve Seymour 2008: 6).

Girişimcilik teorisinin en önemli teorisyenlerinden bir diğeri Joseph Schumpeter’dir. Fikirlerinin oluştuğu “The Theory of Economic Development” (1934) isimli kitabında, “yaratıcı yıkım” yani, “girişimci ruha sahip firmalar yenilikçi olmayan firmaları yerinden oynatacaktır, sonuç olarak bu durum ekonomik büyümeyi daha da ilerletecektir” teorisini kurmuştur. Shumpeter’in ‘Capitalism, Socialism and

Democracy’(1942) adlı ün yapmış bir eseri bulunmaktadır. Bu eserinde köklü büyük firmaların değişime sıcak bakmadıklarını, bu durumun da girişimcileri yenilikçi faaliyetlerde bulunmak için yeni işletmeler kurmaya yönlendirdiğini anlatmaktadır (Ağca ve Yumuşakipek 2015: 14). Shumpeter’in teorisinde “yenilik” kavramı kilit bir öneme sahiptir. Shumpeter yeniliği iktisadi sistemin en önemli kuvveti kabul etmiştir.

Joseph Shumpeter yeniliği oluşturan beş oluşumdan bahsetmiştir:

1. Müşterinin hiç haberdar olmadığı bir ürünü ya da mevcutta var olan bir ürünü yeni bir kalite ile ortaya koyabilme,
2. Farklı bir üretim tekniği oluşturabilme,
3. Var olan herhangi bir üretim biriminin daha önce girmemiş olduğu yeni bir pazar alanı bulabilmek,
4. Yeni ham maddelere ulaşabilme,
5. Herhangi bir faaliyette farklı organizasyonlar oluşturabilme (Güney 2008: 9).

Shumpeter, bu pazar fırsatlarını belirlemek ve bunlardan yararlanmak için yenilikçi yaklaşımlar kullanmaktadır (Ahmad ve Seymour 2008: 8).

Shumpeter girişimcilik kavramında yenilikçiliği ön plana koyarak teknolojiyi ve girişimi bütünleştirmiştir. Girişimcinin amacı kar elde etmektir ve bu amaca ulaşabilmek için “yeni bileşimleri” yaratmalıdır. Yenilikler ekonomik sistemdeki mevcut dengeyi yıkarak yeni bir dengenin oluşumunu sağlar. Yani yenilik, devamlı değişimi ve devamlı dengesizliği oluşturur (Güney 2008: 9). Schumpeter girişimciliğinin bir risk alıcısı veya işletme sahibi olması gerekmez (Ahmad ve Seymour 2008: 8).

Shumpeter yenilik kavramından içsel bir süreç olarak kabul edip bahseden ilk kişidir. Girişimciliğin yaygın paradigmasını yani firma yönetmeyi kabul etmeyerek yeni bir paradigma ile değiştirmiştir. Girişimciliği dengeleyici bir güçten öte dengesiz bir fenomen olarak görmüştür. Shumpeter diğer teorisyenlerden bu noktada ayrılır ve

modern girişimciliğe çok önemli katkıda bulunmuştur (Ağca ve Yumuşakipek 2015: 14).

Shumpeter girişimsel olarak kar etmenin yönetsel olarak kazanç elde etmekten farklılaştığını belirtir. Kar fazlalıktır artakalandır. Karın miktarı da doğrudan girişimcinin verimliliği ile ilgilidir.

Özet olarak Shumpeter, girişimcileri ekonomik sistemin en önemli faktörleri olarak belirtmiştir (Güney 2008: 10).

Jean-Baptiste Say, ekonomi alanının ilk profesörlerinden olmasının yanı sıra kendi işletmesini kurup yöneten bir kişidir. Say'ın "A Treatise In Political Economy or the Production, Distribution and Consumption of Wealth" isimli kitabında, girişimci üretimde ve dağıtımda merkezi bir görevi üstlenmiş bir birey olarak tanımlanmıştır. Say'e göre girişimci endüstri içinde etkin olan hem koordinatör hem lider hem de yönetici olarak görev yapan kişidir. Say bu anlamda girişimcilerin yönetsel rolünü ele alan ve vurgulayan ilk teorisyendir. Klasik üretim etmenleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerine Say, girişimciliği de ekleyerek dördüncü üretim faktörü haline gelmesini sağlamıştır. Say sermaye sahibi ve girişimci arasındaki farka da değinmiştir. Sermaye sahibi para ödeyerek finansal risk alırken; girişimci, yeni bir refah oluşturacak biçimde üretim faktörlerini uyumlu şekilde bir araya getirendir ve hem risk alanın hem de yöneticinin özelliklerini bir arada bulunduran bireydir (Müftüoğlu 2003 Aktaran: Güney 2008: 5).

Say'e göre girişimcilik, elde edilen kaynakların düşük verimlilikten daha fazla verimle hale getirilmesidir. Başka iktisatçılarla karşılaştırıldığında Jean- Baptiste Say tüm tüketim ve üretim ağı içinde girişimciyi önemli bir noktaya koyan kişidir (Kaygın ve Güven 2015: 13-14).

Girişimcilik teorisindeki neo-klasik yaklaşımın öncülerinden biri olan Alfred Marshall'a göre girişimcilik, mal ve hizmet üretmenin yanında yenilik ve yöntemler de oluşturabilmektir. Girişimciye bu anlamda büyük roller düşmektedir. Alfred Marshall'

a göre girişimci endüstri içinde tüm sorumluluğu alacak ve kontrol fonksiyonunu üstlenecektir. Aynı zamanda işin riskini üstlenebilmeli, üretimi yönlendirebilmeli, sermaye ve iş gücünü koordine edebilmeli ve hem yönetici hem de işveren olabilmelidir. Başarılı bir girişimci maliyetleri minimize etmek için fırsatları yakalayabilmelidir. Başarılı bir girişimcide bazı yetenek ve beceriler bulunmalıdır. Bu yetenekler arasında; hızlı hareket edebilme, sürekli hazır halde olma, birçok bilgiyi aklında tutabilme, çözüm yeteneği kuvvetli olma, her koşula uyum sağlayabilme ve güvenilir olma gibi özellikler bulunmaktadır. Bu becerilerin oluşabilmesinde bireyin ailesinin yapısı, almış olduğu eğitim ve doğuştan gelen özellikler etkili olmuştur. Aynı zamanda girişimci bunların yanı sıra “doğal lider” yeteneğine de sahip olabilmelidir. Bunların oluşabilmesi için şansa ve iyi iş fırsatlarına ihtiyaç vardır. Girişimciler üretime dair bütün riskleri üstlenirler, işlerini yönetirler, maliyetlerini en aza indirmek için yenilikçilik geliştirirler ve böylece ilerlemeyi sağlarlar. Bu yeteneklerin tümünün aynı kişide bulunması yaygın bir durum değildir. Bu nedenle girişimciliğin arz fiyatı çoğu zaman yüksek olmaktadır. Özetle Marshall’cı pazar ekonomisi, girişimciler üzerinde odaklanır. Girişimciler üretim ve dağıtım ağını yönlendiren kişilerdir. Pazarda arz ve talebi koordine ederken endüstri içinde de sermaye ve iş gücünü kontrol ederler (Güney 2008: 6-7).

Girişimcilik literatürüne en çok katkıda bulunan kişilerden biri de Max Weber’dir. Max Weber girişimciliğin değer yüklü katkısına değinmiştir. Weber, ideolojik kabullerin girişimci faaliyetlere sebep olduğunu belirten ilk bilim insanıdır. Weber, kapitalizmin batı ülkelerinde diğer ülkelere göre neden daha çok geliştiğini anlayabilmek için ekonomik ve sosyal koşullar modeli geliştirmiştir (Demirez ve Cebeci 2005 Aktaran: Karagöz 2009: 25).

Weber, ilk defa 1905 yılında yayınlanan ‘Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus (Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu)’ isimli yapıtında ona göre modern yaşamın kaderini belirleyen en önemli güç olan kapitalizmi tanımlamıştır. Weber sürekli elde etme çabasının ve kar uğraşısının kapitalizmin ruhu ile bağlantılı olmadığını, ussal bir kapitalistin “verimlilik” çabasında olduğunu ifade etmiştir. Kapitalist karın ussal bir şekilde kazanılmaya çalışıldığı bir ortamda bu duruma uygun

olan davranış, sermaye hesaplarına göre ayarlanır. Girişimin ilk oluşumunda başlangıç bilançosunun ve kazancın bilinebilmesi için kapanış bilançosunun hazırlanmasının gerekliliğini belirtir (Weber 1999 Aktaran Güney 2008: 9).

Weber'e göre kazanç arayışı akılcı çalışma düzeninin birleşimi tarihte ilk kez Batı toplumunda oluşmuştur. Rasyonel bir girişim bürokratik bir örgütlenme ile en çok kazanç elde ederek modern bir kapitalizm haline gelir. Kapitalizm, akılcı olmayan (sınırsız kazanç ve kar hırsı) güdülerin dizginlenmesi ve rasyonel bir şekilde dengelenmesi ile oluşabilir. Kapitalizm ufak ve belli belirsiz bir şekilde başka toplumlarda oluşsa da modern endüstriyel bir şekilde Batı'da gerçek anlamda oluşmuştur. Max Weber Batı'nın gelişme sürecini rasyonelleşme ile açıklamaktadır. Zihniyetin rasyonelleşmesi kapitalist girişim zihniyetini ve kapitalist ekonomik zihniyet modern kapitalizmi oluşturmaktadır (Torun 2008: 16-17).

Weber'in Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu isimli yapıtında; işveren kesim, sermayedarlar ve işçi sınıfının eğitim almış olan kesiminin Protestan özellikler barındırdığı belirtilmiştir. Weber, Protestanlar'ın dünyada sermayeden en çok pay almalarını ve endüstriyel iş kollarında en üst basamaklarda yer almalarını tarihi temeller ile anlatmaya çalışmıştır. Katolikler zanaat alanlarını korumaya meyilli iken Protestanlar uzmanlık gerektiren alanları doldururlar (Weber 1999 Aktaran: Güney 2008: 9).

Girişimcilik teorisinin önemli yazarlarından bir diğeri de Thomas C. Cochran değişimin ekonomik sürecinde girişimci faktörünü ele almıştır. Cochran, ekonomik gelişimde sosyal modelleme ihtiyacı üzerinde durmuştur. Cochran'a göre girişimcilere ait özellikleri belirleyen faktörler o toplumda var olan yerleşmiş çocuk yetiştirme ve öğrenimdir. Girişimci küçükken eğitim aldığı ortamda ideolojileri öğrenir ve mevcut durumu özümser (Güney 2008: 13).

Girişimciliğin Amerika'da gelişmesinin nedenleri şu şekildedir:

1. Hızlı endüstrileşme: Ekonomik ve sosyal gelişmedeki en önemli görevi girişimciler üstlenmiştir,

2. Profesyonel yönetim gerekliliği: Profesyonel girişimciler firmalarda yaygınlaşması,
3. Seri üretimin yaygınlaşması: Büyük ölçekli firmaların ve üretim tekniklerinin oluşmasını sağlamıştır (Can 1985 Aktaran: Kuvan 2007: 64).

David McClelland, The Achieving Society (1961) isimli yapıtında toplumdaki ekonomik başarının bireysel girişimciliğin gelişmesine bağlı olduğunu belirtmiştir. Başarı güdüsü yüksek olan bireylerin mevcut olduğu toplumlarda ekonomik gelişme de ileri bir seviyede gerçekleşir. McClelland girişimciyi, enerjisi yüksek ve makul risk alan birey olarak tanımlamıştır.

McClelland, başarı güdüsüne sahip bireylerin özellikleri şu şekilde açıklamıştır:

1. Yüksek başarı güdüsüne sahip olan bireyler çok daha iyi iş başarısı sergilerler. Başarı güdüsü ile iyi bir iş çıkarma arasında doğru orantı bulunmaktadır,
2. Bu bireyler kendilerine iş ortağı değil uzman kişiler ister ve ödüllendirilmekten ziyade kendilerini geliştirmek isterler,
3. İşlerini şansa bırakmayı değil kendi rotalarını kontrol etmeyi isterler. Başkalarının düşüncelerinden ziyade kendi tecrübelerine güvenirlir. Kendi davranışlarından kendilerinin sorumlu olduğunu bilirler,
4. Amaçlarını belirlerler bu amaçlar başarısızlıkla sonuçlanacak ya da başarıyı garantileyecek değil ortalama bir amaçlardır,
5. Bu bireyler uzun vadedeki gelecek ile ilgili plan yaparlar. İleri görüşlü bireylerdir. Gelecek beklentileri yüksektir. Zamanın kıymetini bilirler (Can 1985 Aktaran: Güney 2008: 14-15).

Frank Knight girişimcilik teorisine risk ve belirsizlik kavramlarını sokmuştur. Bu kavramlar arasındaki farkı ortaya koymaya çalışmıştır. Başarılı bir girişimci olmanın gerekliliklerini başarılı girişimcilerin özelliklerini ve motivasyonunu belirlemeye çalışmıştır. Bu başarılı girişimcilerin ödülleri olarak ettikleri karı göstermiştir. Girişimciler başarılı olabilmek için belirsizlik ortamında akıllıca kararlar verebilmelidirler. Knight'a göre girişimci tüm belirsizlikler içinde topluma katkıda

bulunan bireydir. Girişimcinin ödülü sadece kar değildir sosyal statü ve kişisel tatmin de onlar için bir ödüldür (Chell vd. 1991 Aktaran: Kuvan 2007: 66).

Knight, Cantillon'un girişimcilik teorisini genelleştirmiştir. Belirsizliğin olduğu bir durumda insanlara yön verecek bireylerde şu özellikler mevcuttur:

1. Bilgi ve yargılama,
2. İhtiyat,
3. Üstün yönetsel beceri,
4. Güven.

Knight'e göre ekonomik değişimden girişimciler de sorumludur. Başarılı bir girişimciliğin özünde girişimsel yeteneğin yanında şans da gereklidir (Güney 2008: 15-16).

1.2.2. Çağdaş Yaklaşımlar

Shackle, girişimcilik tanımında girişimci yaratıcı bir bireydir. Girişimci fikirlerini gerçek hayatta uygulayabilmek için çaba gösterendir. Fikirlerini gerçekleştirebilmesi için çok yönlü ilişkiler içerisinde bulunmalıdır. Fikirlerinin uygulamaya konulmasındaki güçlükler ancak bu çok yönlü etkileşim ile giderilebilir (Kuvan 2007: 68).

Shackle, belirsizlik durumlarında hareket etmenin ruhsal tarafı ile ilgilenmiş ve girişimciyi artiste benzeterek "yaratıcı" olarak tanımlamıştır. Ona göre girişimci, duygularını anlam ve ortama ilişkin algılamalar ile renklendiren bireydir (Chell vd. 1991 Aktaran: Güney 2008: 16).

Israel Kirzner, *Competition and Entrepreneurship* (1973) isimli kitabında girişimcilik hakkındaki düşüncelerini ifade etmiştir. Ona göre girişimcilik sürecinin 2 anlamı vardır:

1. Girişimsel rekabet,

2. Girişimsel keşifler.

Kirzner'e göre girişimciler fırsatları değerlendirme ve keşif yapma konusunda tetikte olan bireylerdir. Kirzner'e göre girişimcilerin farklı bir beceriye ya da kişiliğe ihtiyacı yoktur. Gerekli olan tek şey önemli bir bilgi yani bilgi için ne yapacağını bilmektir (Mirjam ve Praag 1999 Aktaran: Güney 2008: 16).

Kirzner 1973 yılındaki "rekabet ve girişimcilik" adlı çalışmasıyla başlattığı girişimcilik yaklaşımını ileriki yıllarda daha fazla genişletmiştir. Kirzner'e göre piyasa içinde mutlaka keşfedilmemiş kar olanakları bulunur. Önemli olan girişimci kar fırsatlarını fark edebilmelidir (William 2002 Aktaran: Kuvan 2007: 68).

Kirzner girişimciliğin ekonomiye katkısını da belirtmiş ve ekonomik gelişmede girişimciliğin önemli bir faktör olduğunu savunmuştur. Ekonomik gelişim içinde girişimci var olan fırsatlara cevap verir. Rekabetçi piyasa ve girişimcilik birlikte hareket eder. Rekabetçi süreç girişimciye özgü bir özelliktir (Kirzner 1973 Aktaran: Karagöz 2009: 18).

Marc Casson 1982 yılında ele aldığı "The Entrepreneur: An Economy Theory" isimli kitabında az sayıda var olan kaynağın koordinasyonuna yönelik kararlara ve yargılara değinmiştir ve girişimcilikte 2 yaklaşımın ayırımına dikkat çekmiştir. Bunlar:

1. Fonksiyonel yaklaşım: Girişimcinin ne yaptığını anlatması, yani bir takım fonksiyonlarla beraber girişimcilik fonksiyonunu gerçekleştirecek bireyi tanımlamasıdır,
2. Belirtici yaklaşım: Girişimciyi kanuni şekilde, toplumdaki yeri ve diğer bileşenler ile ilişkisi itibarıyla tanımlar.

Casson, girişimciyi az miktardaki kaynakların koordinasyonunda yargısal kararlar verebilme yeteneğinde uzmanlaşmış birey olarak tanımlamış ve yargısal kararların önemine dikkat çekmiştir. Bu tarz kararlarda amaçları aynı olan yaşama koşulları da benzer olan bireylerin benzer kararlarda bulunması beklenir. Ancak

bireylerin kararlarının farklı olması, farklı bilgilere sahip olmalarındandır. Bu anlamda her girişimcinin farklı yargıları bulunur (Chell vd. 1991 Aktaran: Güney 2008: 16- 17).

Casson girişimciyi; diğer kişilerden ayrı olarak kararları olan, işini ve kendini iyi tanıyan kişi olarak tanımlamıştır. Casson kaynakların kullanılmasına yönelik kararların alınması üzerine araştırmalarını yoğunlaştırmıştır. Toplumdaki genel davranışlardan farklı davranış bu sergilemenin ve karar vermenin girişimcilerin temel ayırıcı özelliği olarak görmüştür (Kuvan 2007: 69).

Robert Hisrich, girişimcilik sürecini tanımlamış ve bu süreçte, zaman ve enerji kullanarak farklı bir değer oluşturma; sosyal, psikolojik ve finansal riskler üstlenme ve karşılığında kar ile ödülleniş bireysel tatmin kazanmaktan söz etmiştir (Hisrich ve Peters Aktaran: Güney 2008: 18).

Hisrich, girişimciliği aynı zamanda bir değer yaratma süreci olarak tanımlamıştır. Girişimcilerin kendine has özellikleri toplumda öncü olmak istemeleri onları canlandırmakta ve dinamikleştirmektedir. Kişisel tatmin boyutlarının girişimciliğin gelişmesine etkisi büyüktür (Kuvan 2007: 70-71).

1.2.3. Feminist Yaklaşım

İlk feminist iktisatçılar, 1840-1870 dönemindeki araştırmalarında kadının istihdam ve mülkiyette eşitliğini teorileştiren J. S. Mill, H. Taylor ve B. Bodichon'dur. Bu süreç, daha sonra yine İngiltere'de 1890-1920 döneminde "eşit işe eşit ücret" talebini iktisat yazınına taşıyan iktisatçılar olarak M. Fafcett, A. Biggs, B. Webb ile sürmüştür. Feminist iktisadın ABD'deki öncüsü ise, 1898'de "Women and Economics" isimli eserinde kadınların ev içi statülerini sorgulayan ve kadınların ekonomik piyasada var olmalarının önemini vurgulayan C. P. Gilpman'dır (Pujol 1992 Aktaran: Eroğlu ve İşler 2004: 58).

Kabul edilmiş geleneksel iktisat tartışmalarında kadınlar genel olarak yok sayılmıştır. Klasik ekonomistler kadınların rasyonel davranışları konusunda şüpheli

davranmışlardır. Feminist iktisatçılar klasik iktisatçıların teorilerinde temsil edilen bireyi erkek olarak algıladıklarını bu anlamda da kadın tecrübelerini iktisat bilimine yansıtamadıklarını ifade etmişlerdir. Feminist iktisatçılar kadınların erkeklerle eşit bir şekilde yeni iktisadi metot, teori ve politikaların düzenlenmesine katılımını önermekte, iktisada kadın deneyimleri ve bakış açısının da dahil edildiği bir yorum getirmeyi istemektedirler. Kabul görmüş iktisadın dayandığı kavramları reddetmeden dinamik ve açık bir model anlayışını önermişlerdir.

Feminist ekonomi yaklaşımı iktisat sistemini kadın bakış açısı ile tekrar incelemeyi amaçlayan, iktisadi ideolojinin bütün yaklaşım ve kuramlarını kadınların iktisadi vaziyetlerini güçlendirmek amacı ile tekrar irdelenmesi gerektiğini savunan tepkisel bir yaklaşımdır. Bu şekilde dışlayıcı ve ayrımcı kabulden ve yaklaşımdan uzaklaşmış yeni iktisadi yöntemler geliştirilmesini önermektedir (Jennigs 1993 Aktaran: Adaçay 2014: 82-83).

Feminist iktisat kendisini; iktisat, toplumsal cinsiyet ve bilimin ortak noktada kesiştiği bir oluşum olarak kabul etmektedir. Strassmann'a göre bilginin temeline ilişkin tercihler, kişilerin durumlarınca (cinsiyet, ırk, etnik, sınıf, milliyet, kültür, vd.) oluşan değer yargılarına dayanmaktadır ve bu anlamda iktisadi bilgi de onu üretenlerin tecrübelerinden ayrı olmadığı için durum odaklı ve kısmidir. Böylelikle bilgi ile güç arasındaki bağ gözden kaçırılmamalıdır (İşler 2010: 117).

Pujol'un belirttiği gibi, kadınların akılcı iktisadi düşünce kapasiteleri hakkında saklanmış tahminler ana-akım ekonomi alanında derinlere gömülüdür veya bazı zamanlarda tartışılmıştır. Pujol son dönemde bazı neo-klasik iktisatçıların ve klasik ekolün kadınları iktisadi ajanlar olarak "irrasyonel" ve "uygunsuz" diye kabul ettiklerini iddia etmiştir (Eroğlu ve İşler 2004: 57).

Feminist ekonomi son 200 yıldır iktisadın birtakım inanış ve kabullerinin geçerliliğini kaybettiğini savunmaktadır. Feminist ekonomi, iktisat biliminin güncelliğini kaybettiği etmenlerinin revize edilmesinin gerekliliğini belirtmekte ve iktisadın nesnelliğini sorgulamaktadır. Genel anlamda güncel iktisat teorilerinin ve

özellikle Neoklasik ekolün etkin bakış açısını ve kadın- erkek hiyerarşisini meydana getirdiğini ve bu oluşumun kırılması noktasında iktisadi alanda kadın bakış açısının etkili olması gerektiğini savunmaktadır. İktisatta var olan insanın erkek olarak algılanmasının oluşturduğu sorunlara dikkat çekmektedir (Jennigs 1993 Aktaran: Adaçay 2014: 83).

Ferber, Nelson ve Strassman 1990’larda oluşmaya başlayan fen ve sosyal bilimlerdeki toplumsal cinsiyet tartışmalarının iktisadi alandaki devamlılığının “feminist iktisat” şeklinde oluştuğunu ifade etmektedirler. Feminist iktisatçılara göre modern- batı bilim anlayışının temeli eril normların müdahalesi altındadır. Onlar, iktisadi alanın kavramsal temellerinin toplumsal cinsiyetçi bir yanlılıkla oluştuğunu ifade etmektedirler. Feminist iktisatçılara göre iktisadın eril cinsiyetçi bir kabul ile oluşmasının temelinde modernizmin ikili sınıflandırmaları ile temellenmiş anlayış yatmaktadır. Zihin/beden, akıl/duygu, erkek/kadın, nesnel/öznel gibi (İşler 2010: 117).

Feminist iktisatçılar, klasik iktisatçıların eserlerindeki ayrımcı dile odaklanmıştır. Neoklasik iktisatçılara göre kadın üretici değil tüketicidir. İktisat biliminin ve klasik ekolün kurucusu Adam Smith “Ulusların Zenginliği” adlı yapıtında iş bölümü ve uzmanlaşma konularını açıklarken kullanmış olduğu toplu iğne misalinde işçilerin hep erkek olması eseri boyunca işçilere yönelik bütün ifadelerinde “man” sözcüğünü kullanmasına sebep olmuştur. Fakat aynı dönemlerde kadınların vergi rekortmeni içinde oldukları ve aynı fabrikalarda üretimde kadın-erkek beraber çalıştıkları o dönemlerde kayıt altına alınmıştır (Dimand vd. 2004 Aktaran: Kaya ve Belke 2018: 56).

Feminist ekonominin, klasik ve onun devamı olan Neoklasik iktisada yönelik eleştirileri oldukça çoktur. Sonuç olarak bu kabuller çerçevesinde feminist iktisada göre Neoklasik iktisat, kadının geri plana itilmişliğini haklı çıkarmakta ve bu eşitsiz yeniden üretimine de yardım etmektedir (Adaçay 2014: 84).

II. BÖLÜM

2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. Kadın Girişimciliği Kavramı

Kadın girişimcinin tanımlanması kolay değildir. Kadın girişimciyi farklı yazarlar farklı biçimlerde tanımlamışlardır. Çoğunlukla “iş kadını” ve “kadın girişimci” terimleri birbiriyle yakın anlamda kullanılmaktadır. Ancak kadın girişimci, kendi iş yerinde işini yapandır. Fakat “iş kadını” bir iş yerinde çalışan bütün kadınlar için kullanılır. Kadın girişimci, bir girişim başlatıp organize eden ve onu işletendir. Kadın girişimciler, yenilik yaratan kendine güveni olan kadınlar olarak kendi başlarına veya başka bireyler ile işbirliği içinde olan, bir kuruluşun oluşup işletilmesini sağlayan ve başka insanlar için iş olanakları üretebilen kadınlardır (Keskin 2014: 72- 73).

Ecevit’e (1993) göre kadın girişimci “ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temasa geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları konusunda söz sahibi olan ve işletmesi adına tüm riski üstlenen kişi kadın girişimcidir” (Ecevit 1993, Aktaran: Morçin 2013:169).

Kadın girişimci kavramını en geniş biçimde Müftüoğlu ve Durukan (2004) tanımlamıştır. Bu tanıma göre kadın girişimci “piyasa ekonomisi içinde hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üretip satan, kendi işinin sahibi olup, vergi kaydı, TESK’e, Esnaf ve Sanatkarlar Birlikleri ve

Odalarına veya TOBB'a bağlı odalara (Ticaret ve Sanayi Odaları) üye olan ve sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında çalışan ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadındır" (Müftüoğlu ve Durukan 2004: 35 Aktaran: Morçin 2013:169).

Erdoğan ve Güven'e (2015) göre ise girişimci kadın; kendi iş yeri olan, bu iş yerinde kendi başına veya çalışanları ile çalışan, iş yerinin planlarını yapabilen, kazanmış olduğu kâr kendisi yönetebilen ve işin bütün riskini kendisi üstlenen kadın" şeklinde tanımlanır (Erdoğan ve Güven 2015: 76).

2.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Girişimci olmak farklı düşündürür. Çoğu insan bir şeylere sığınmayı düşünürken, isterken; girişimciler risk alırlar, iş yaratmak isterler. Girişimciler pazarı takip etmezler, pazarı tanımlarlar. Bazı insanlar, belirli kişilerin girişimci olmaya doğuştan getirdikleri özellikler ile aday olduklarına, doğuştan yetenekli özellik ve koşulların karışımına sahip olduğuna inanırlar. Diğerleri ise girişimcilerin koçluk, eğitim ve tecrübe kombinasyonu ile geliştirilebileceğine inanır. Birçoğunun inandığının aksine girişimcilik öğretilir ve öğrenilebilir bir durumdur. Girişimcilik, birçok yönden yoğun çalışma ve pratik deneyim gerektiren diğer büyük disiplinlere benzer (Johson 2013: 12).

Meredith'e göre bir girişimcide olması gereken özellikler şunlardır:

1. Tüm fırsatları akıllıca değerlendirebilme,
2. Kaynakları bir fayda sağlayacak şekilde bir araya getirebilme,
3. Başarıyı getirecek uygun davranışları başlatabilme.

Lambing ve Kuehl ise girişimcilerde olan özellikleri şu şekilde belirtmektedir:

1. İş kurmaya istekli olmak,
2. Başarısız olsa bile vazgeçmeme,
3. Güven,
4. Kararlılık,

5. Risk yönetimi,
6. Yaratıcılık,
7. Değişime istekli olmak,
8. Belirsizlikle baş edebilme,
9. Rol model olma,
10. Detayları önemseme (Chell vd. 1991 Aktaran: Güney 2008: 56-57).

Kadın ve erkek toplumun her kesiminden, her meslek dalından, her yaştan ve eğitim düzeyinden birey girişimci olabilir. Kadın veya erkek olsun girişimci olmak için birtakım özelliklere sahip olmak gerekir. Denilebilir ki girişimcilik, bazı özelliklerin bileşimidir. Fakat kadın ve erkek girişimciler, girişimcilik bakımından ortak özelliklerinin yanı sıra karakteristik özellikleri, tutumları, değerleri, iş kurma nedenleri, işe yönelik hedefleri, karşılaştıkları engeller ve güçlükler, motivasyon ve beklentiler, yönetim tarzları, işletme yapısı vb. konularda farklılıklar gösterebilmektedir (Keskin 2017: 65).

Kadın girişimcilerin kişisel özellikleri özgüvenli, dinamik, rekabetçi, bağımsız, ve amaç yönelimli olmalarıdır. Ayrıca girişimci kadınların hırslı, risk alan, işini kontrol etme isteği gibi özellikleri de bulunmaktadır (Yetim 2002: 81).

Kadın girişimcilerin profili erkeklerinkinden farklıdır: Kadın girişimciler, erkek girişimcilere göre yarı zamanlı çalışma, hizmet sektöründe çalışma olasılığı daha yüksek, risklere karşı daha yatkın, finansal yönetim konusunda daha az deneyime ve daha az zaman ağına sahiptirler. Kadın ve erkek girişimcilerin eğitim düzeyleri kabaca aynıdır, eğitim türü farklılık göstermektedir. Erkek girişimcilerin teknik bir okul tamamlama olasılıkları daha yüksekken, kadın girişimcilerin eğitimi genellikle daha ekonomik, idari veya ticari niteliktedir. Dahası, kadın girişimciler genellikle kişisel hizmetlerde daha uzmandırlar. Kadınlar kendi girişimcilik özelliklerini erkeklerden daha düşük olarak değerlendirirler. Bu durum özellikle risk alma, endüstri bilgisi ve teknolojik bilgi için geçerlidir. Kadınların bu olumsuz benlik imajını korumadaki en önemli rol, toplumsal cinsiyete özgü imgeler ve değerlerdir (Thurik ve Verheul 2000: 16).

Girişimcilik faaliyeti son yıllarda sürekli çoğalmaktadır. Kadın ya da erkek olsun girişimci olmak için belli başlı özelliklere sahip olmak gerekmektedir. Ancak ortak özelliklerinin yanı sıra kadın ve erkek girişimciler birçok bakımdan gözlemlenebilir farklılıklar da yansıtmaktadır (Keskin 2017: 64).

2.3. Dünyada ve Türkiye’de Kadın Girişimciliği

2.3.1. Dünyada Kadın Girişimciliği

1970’lere kadar girişimcilik denilince akıllara hep erkekler gelmiştir ve girişimcilik konusu erkek piyasa değerleriyle ve kamusalıyla beraber ele alınmıştır. Erkekler kamuyla, akılla, girişkenlikle ve riskle özdeşleşmiş ve böylelikle de girişimcilik, doğrudan böyle tanımlanmasa da erkeklere ait bir ekonomik faaliyet alanı olarak görülmüştür. Modern toplumsal-kamusal alanda; erkeklerin bağımsızlık, sorumluluk ve akılla ilişkilendirilen kamusal alana karşılık olarak özel alanda aile ve duygusallıkla bağdaştırılan kadınlar, kamusalın tersi olarak görülmüş ve böylece kadınlar ekonomik faaliyet alanlarından dışlanmışlardır. Girişimci kavramının iktisattaki karşılığı da “erkek girişimci”yi ifade etmiştir (Lamoureaux, 2009: 245 Aktaran: Sallan Gül ve Altındal 2016: 1364).

Kadınların işletmelerdeki rolü önceleri literatürde pek incelenmemiştir. 1980’lerden sonra kadınların iş dünyasındaki yerine ilgi artmıştır. Bu ilgi, kadının tüm sosyal ortamdaki değişimi ile ilgilidir. Kadınlar iş gücü piyasasına girmiştir. Hem kamu hem özel sektördeki varlıkları ve katılımları artmaya başlamıştır. Kadınların politik ve ekonomik güçleri artmıştır. Ancak kadınların eğitim, araştırma ve iş dünyasındaki yeri artsa da eşitsizlik devam etmektedir. Kadınlar, kamuda veya diğer iş alanlarında erkeklerden daha az gözüktür durumdadırlar. Genel olarak kadınların girişimcilik faaliyetlerinde ve ülkelerin büyümesinde önemli bir rol oynadığı kabul edilmekle birlikte hala erkek girişimciler kadın girişimcilerden daha fazladır. Tüm dünyada kadın girişimciler vardır ancak şirketleri erkeklerinkine göre daha düşüktür ve daha az

yenilikçi sektörlerde faaliyet göstermektedirler. Girişimcilik küresel alanda kadın ve erkeklerin uğraş alanı olsa da bazı kadınların kaynaklara ulaşmada ve bilgiye erişimde sıkıntı çektiği bir gerçektir. Sadece çok küçük bir yüzdenin bu kaynaklara erişimde başarılı olduğu görülmektedir. Kaynaklara erişimin zorluğu kadınların girişimcilik faaliyetlerini geliştirmelerini engellemekte ve onları zorlamaktadır (Bahmani vd. 2012: 35-40).

Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde serbest meslek ve girişimcilik kadınlar için ilginç iş alternatifleri olabilir. Bununla birlikte kadınlar eğitim türü, girişimcilikte rol modellerinin olmayışı, girişimciliğin toplumsallaşması, zayıf sosyal statü, aile rollerinin uyumsuzluğu, çalışma süreleri ve mali kaynaklara erişim gibi belirli engellerle karşılaşır. Kadınlarda girişimcilik oranının erkeklere göre daha az olması farklı tercihler, ayrımcılık ve riskten kaçınma gibi faktörlerle açıklanmaktadır (Nissan vd. 2012: 137-139).

KGM dünyanın en önde gelen girişimcilik çalışmasıdır. Küresel Girişimcilik Monitörü'ne göre, eğitim düzeyi yüksek olan kadınların girişimcilik yapmak yerine ücretli bir işte çalışan olmayı daha çok tercih etmektedirler. Eğitim düzeyi yüksek kadınlar, istihdam sorununu fazla yaşamadıkları için girişimci olmak yerine ücretli bir işte çalışan olmayı tercih edebilmektedirler. Oysa eğitim düzeyi düşük olan kadınlar istihdam sorununu daha çok yaşadıkları için girişimci olmaya yönelebilmektedirler. Burada dikkat edilmesi gereken nokta geleneksel toplum yapısının kadına sunmadığı eğitim, istihdam gibi fırsatları kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunarak kendi çabalarıyla elde etmeye çalışmalarıdır. Kuşkusuz, girişimci kadınların eğitim sorunu onları daha dar ve sınırlı bir alanda (bilgi beceri gerektirmeyen işler) girişimcilik yapmaya itmektir (Mutlu 2017: 568).

Kadın girişimciler gelişmiş ülkelerde çoğunluktadır. KGM raporuna göre sanayi sektörüne girişimci kadınların katılımı erkeklerden daha düşüktür. Hizmet sektöründe birkaç istisna dışında benzer sayılarla temsil edilmektedirler. Genel olarak kadınlar büyük yatırımlar gerektiren sektörler ve sanayi gibi sektörlerle daha az katılmaktadırlar. Avrupa'da hem kendi hesabına hem de çalışana olan kadın girişimci sayısı erkek

girişimci sayısından daha azdır. Kadın girişimcilerin en küçük yüzdesi daha fazla yatırım ve yenilik gerektiren sektörlerde bulunur ve istihdam açısından, kadın girişimciler beşten fazla işçi çalıştıran şirketlerde azınlıktadır. Girişimci kadınların eğitimi ele alındığında, OECD ülkelerindeki çalışmalar erkek ve kadın girişimcilerin eğitim düzeylerinin benzer olduğunu göstermektedir (Bahmani vd. 2012: 48-50).

Fairlie ve Robb'un çalışmalarına göre kadınlar işlerinde daha az başlangıç sermayesine ve daha az deneyime sahiptir. Kadınlar daha fazla risk almaktadır ve kendilerine daha az güvenmektedir. Bu faktörlerden dolayı kadınların sahip olduğu işletmeler daha azdır.

Kadınların krediye erişimi de daha azdır. Literatürde kadın işletme sahiplerinin bir grup olarak, bankalar tarafından hizmet dışı bırakıldıkları ve azınlıkta oldukları doğrulanmaktadır. Kadınlar ayrıca kişisel finansman kaynaklarına daha fazla güvenerek işlerini erkeklerden daha az mali sermaye ile başlatmaktadırlar (Nissan vd. 2012: 127).

Birleşmiş Milletler (BM) toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ekonomiyi ne kadar etkilediğini ve sonuç olarak ortaya çıkan kayıpları göstermek için tasarlanan bir endeks hazırlamaktadır. Aynı çizgide Dünya Ekonomik Forumu da, Küresel Cinsiyet Boşluğu Raporu hazırlamakta ve erkeklerle kadınlar arasındaki farklılıkların azaltılmasının sadece insan hakları meselesi değil aynı zamanda verimlilik sorunu olduğuna da dikkat çekmektedir. Kadınlar için fırsat eşitliği yaratmak toplumların yararına olacaktır. Belki de bu nedenle 1990'lardan bu yana kadın ve erkek arasındaki eşitliği sağlamak için hükümetlerin eylemlerinde artış olmaktadır. İş alanlarında kadınların varlıklarını artırmak için çalışmalar yapılmaktadır (Bahmani vd. 2012:38).

BM tarafından 1980'li yıllar "Kadın Girişimciliği On Yılı" olarak ilan edilmiş, kalkınma odaklı kadın girişimciliği çalışmalarının geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla yine BM bünyesinde "Ekonomik ve Sosyal Konsey ve Kadının İlerlemesi Bölümü" ile "Uluslararası Kadının İlerlemesi Araştırma ve Eğitim Enstitüsü (INSTRAW)" çalışmalara başlamıştır. Ayrıca BM Kadınlar Kalkınma Fonu (UNIFEM)'nin kurulması, kadınların kalkınmaya aktif olarak katılımını sağlayabilmek

açısından oldukça önemli bir gelişme olarak görülmüştür. Bu kapsamda pek çok ülkede kadın istihdamı ve girişimciliği, özellikle üçüncü dünya ülkelerinde, kadınları yoksulluktan çıkarma ve güçlendirmede bir fırsat biçimi olarak görülmüş, ev eksenli ve tarımsal üretim ağırlıklı girişimcilik faaliyetleri küçük kredilerle desteklenmiştir (Sallan Gül ve Altındal 2016: 1365).

Gelişmekte olan ülkelerdeki toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kalkınma ve ekonomik büyümeye engel olduğu Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı gibi kuruluşların çalışmalarında ortaya atılmıştır. Bir toplumda kadın ne kadar üretken olursa toplum da o kadar gelişir. Kadınlar toplumda çok ön planda olmayan fakat toplumun kalkınmasında önemli etkileri olan gruplardır. Ekonomide oynadıkları rolü ihmal edilen girişimci kadınların üretim sürecine dahil edilmeleri ya da mevcut girişimci kadınların desteklenmesi ekonomik kalkınmayı hızlandıracaktır (Bedük 2013: 195-196).

Kadınların sosyal hayattaki konumu, toplumun kadının rollerine ve kimliğine bakışı, kadın girişimciliğini belirleyen en önemli etmendir. Gelişmemiş toplumlarda kadın girişimciliğine kuşku ile yaklaşılır ve kadın girişimciliği engellenmeye çalışılırken, gelişmiş modern toplumlarda kadın girişimcinin ekonomiye katkı yapacağı düşünülür ve kadın girişimciliği desteklenir (Kaygın ve Güven 2013: 29).

KGM (2017) raporuna göre, geçmiş yıllarda olduğu gibi 2017’de de erkekler kadınlardan daha fazla girişimcilik faaliyetine katılmaktadır. Yenilik odaklı ekonomilerde kadınlar daha az bulunmaktadır. Bazı ekonomilerde, kadınlar erkeklere göre eşit veya daha yüksek girişimcilik oranları bildirmektedir. Bunlar: Kazakistan (% 11,3 - % 11,4), Katar (% 7,4 - % 7,4), Vietnam (% 24,8 - % 21,7), Ekvador (% 30,6 vs. % 28,7) ve Brezilya (% 20,7 ve % 19,9).

2016 ve 2017 yılları boyunca kadınlar Kuzey Amerika hariç olmak üzere tüm bölgelerde erkekler ile kıyaslandığında, zorunluluktan dolayı iş kurma oranları daha yüksektir. Kuzey Amerika, kadınların girişimcilik faaliyetine katılma oranı en yüksek olan bölgedir. Cinsiyet açığını girişimcilik faaliyetleri bakımından kapatmak, tüm

ekonomilerdeki politika yapıcılar için öncelikli bir odak noktası olmaya devam etmektedir (GEM, 2017 - 2018: 36).

2.3.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği

Cumhuriyet Dönemi Öncesi

Türkler Anadolu’ya yerleştikten sonra bu topraklarda her türlü faaliyeti yapmaya başlamışlardır. Esnaflık ve ticaret ile uğraşan kesim Ahilik adı altında oluşturdukları bir yapılanma ile teşkilatlanmışlardır. Bacıyan-ı Rum denilen (Anadolu Kadınlar Birliği, Anadolu Bacıları) oluşum, Ahilik teşkilatının kadın tecrübeleri olarak görülebilir. Liderliğini Ahi Evran’ın eşi Fatma Bacı’nın yaptığı Bacıyan-ı Rum ilk başlarda Kayseri’de kurulan sanayi sitesinde işlenen derilerin artık yünlerini değerlendirmek için bir araya gelmiş kadınlardan oluşmuştur. Daha sonraları ise Ahilerle birlikte eğitim görmüşler ve çeşitli alanlarda faaliyet göstermişlerdir (Kutunis ve Kesim 2015:162).

Osmanlı’da üretim yapan kadınlar ürünlerini pazarlarda satabilmişlerdir. Avrat pazarları olarak adlandırılan bu yerlerde sebze, meyve, hayvansal ürünler ve kadınların yapmış olduğu el işi ürünler satılabiliştir. Bu alışveriş mekanları hem kırsal alanda hem de şehir merkezlerinde bulunmuştur. Hürrem Sultan’ın desteği ile kurulmuş Haseki Darüşşifa ve İmaretinin yakınında olan pazar bunların en ünlüsüdür. Meşrutiyet yıllarında İttihat ve Terakki Partisi’nin programında özel teşebbüse ağırlık verilmesi kadınların bu alanda kendilerini göstermelerini kolaylaştırmıştır. Batılı aydınların bunları desteklemesi ile kadınlar özel teşebbüs alanında görülmeye başlamıştır (Kutunis ve Kesim 2015: 164).

Cumhuriyet Dönemi Sonrası

Osmanlı Devleti’nde Batılılaşma sonrası yükselişe geçen kadın tecrübeleri Erken Cumhuriyet Dönemi’nde zenginleşmiş Cumhuriyet’ten sonra ise kadının ekonomik anlamda üretime dahil olması adına önemli önlemler alınmıştır (Kutunis ve Kesim 2015: 170).

Türkiye’de 1950’lerden sonra tarım kesiminin hızlanan mekanizasyonu, kırdan kente yaşanan yoğun göç ve sanayileşme süreci, başka diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi kadınların işgücüne katılımını olumsuz anlamda etkilemiş, 1955 yılında %72 düzeyinde olan kadınların ekonomik işgücüne katılımı 1980’de %46’ya, 1990 yılında %44’e düşmüştür. İşte bu düşüşlerden sonra günümüzde kadınların piyasada geri planda kalmamaları için girişimciliğe önem verilmiştir (Karabat ve Sönmez 2012: 5).

Türkiye’de kadın girişimciliği 1970’te yaşanan ekonomik bunalım sonrasındaki yapısal dönüşümlerden ve IMF, Dünya Bankası gibi uluslararası finans kuruluşlarının üçüncü dünya ülkelerine önerdiği yapısal uyum politikalarından etkilenmiştir. Oysa Türkiye’de 1950’li yıllardan itibaren kadınlar üzerine yapılan çalışmalarda savunulan tez, kadınların ev dışında ücretli bir işte çalışmalarının birincil amaç olmadığı, kadınların böyle bir durumu zorunlu ve geçici bir durum olarak değerlendikleri, gerçekte bulunmak istedikleri mekanın ev, yapmak istedikleri işlerin ise ev kadınlığı ve annelik olduğudur. Türkiye’de yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan aile gelirlerine yönelik geliştirilen önlemlerden biri de kadınların kendi hesabına küçük iş yerleri kurma girişimleridir (Ecevit 1995: 119, Aktaran: Yetim 2002: 82).

Türkiye’de 1980 sonrasında 24 Ocak kararlarıyla kabul edilmiş olan ihracata yönelik sanayileşme stratejisi ile beraber kadınların işgücüne katılımı konusunda bir takım girişimlerin olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye’de kadın girişimciliği çalışmalarının yapılmasında, gelişmiş ülkelerdeki kadın girişimciliği artışına paralel olarak AB, OECD, BM gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini destekleyen çalışmalarının da hiç şüphesiz etkisi büyüktür. Bununla birlikte Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren kadın girişimciliği konusu önem kazanmaya başlamıştır (Atabey ve Aslan 2007: 188).

Türkiye’de 1990’ların ikinci yarısından itibaren kadın girişimciliğinin desteklenmesinin altında yatan iki temel sebep vardır: Birincisi, kadınların işgücüne katılımlarında görülen azalma ve kadınlar arasında artan işsizlik oranları karşısında politika yapımcıların bu duruma çözüm olarak kadın girişimciliğinin geliştirilmesi

olmuştur. İkinci neden olarak, kentlerdeki aileler arasında görülen yoksulluğun fazlalaşması birtakım politik müdahaleleri gerekli kılmıştır ve bunların arasında kadın girişimciliğinin geliştirilmesi kabul gören bir tercih olmuştur. Yani kadın girişimciliğinin öznesi kadınlar değil haneler olmuştur. Devlet kuruluşları ile özel kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları farklı projeler oluşturmuşlardır. Sonuç olarak çeşitli aktörlerle birlikte kadın girişimciliğini destekleme anlayışı kabul görmüştür (Karabat ve Sönmez 2012: 4).

Kadınların ekonomik hayata katılımını artırma hem ulusal kalkınma hem de toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama açısından önemlidir. Bu anlamda kadın girişimciliği Türkiye’de kadın istihdamının artırılması açısından oldukça önemlidir. Bu konuda kadın girişimciliğinin desteklenmesi ile ilgili düzenlemeler farklı şekillerde de olsa yapılmaya devam etmektedir. Ancak Türkiye’de kadın girişimciliğinin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalarda toplumsal cinsiyet eşitliği bakış açısı görülmemektedir (Örümçü 2015: 185).

Türkiye’deki Kadın Girişimcilerin Genel Profili

Türkiye’de kadının çalışma hayatındaki özelliklerini inceleyen Yıldız (1985), kadınların ayrıştırılmış (örneğin; hizmet sektöründe kadınların çok olması ve / veya sanayi sektöründe dokuma, gıda gibi dallarda kadın çalışanların fazla olması), daha az yetenek isteyen işlerin yanı sıra en rutin, tekrar gerektiren, en az doyum sağlayan ve en az inisiyatifin kullanıldığı sektörlerde yoğunlukta yer aldığını, yükselme imkanlarının da bu nedenle erkeklere göre daha zayıf kaldığını belirtmiştir. Yıldız (1985), kadınların karar alıcı, yönetici, düzenleyici ve sorumluluk gerektiren işler yapmaktan ziyade verilen kararları uygulayan, yönetilen, emir ve görevleri yerine getiren durumda olduklarını ve görece daha az ücretlendirildiklerini ortaya koymuştur (Aktaran: Batum vd. 2014: 36).

Türkiye, çalışan kadınlar açısından az gelişmiş ülkelere benzerlik göstermektedir. İş gücüne katılan veriler dikkate alındığında Türkiye’de mevcut olan ekonomik model ve sosyal politikalar ile iş gücüne katılan kadınların sayısını çoğaltmak

olanaklı görünmemektedir. Diğer bir yandan sanayi ve hizmet alanından dışlanan kadınlar daha çok kayıt dışı alanlarda ya da ev içerisinde üretim yapma imkanı bulmuştur (Narin vd. 2006: 70-71).

Türkiye'deki araştırmalar kadın girişimci sayısının oldukça az olduğunu ülke nüfusunun yarısını oluşturan ve önemli girişimcilik potansiyeline sahip kadınların girişimcilik alanında etkili olarak kullanılmadığını göstermektedir. Ne yazık ki Türkiye'de kadın girişimciliğindeki artış hem kentsel alanda hem de kırsal alanda pek de önemli boyutlarda gözükmemektedir (Keskin 2014: 90-91).

Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren yapılan çalışmalarda, girişimci kadınların çoğunluğunun ticaret sektöründe girişimcilik faaliyetinde bulunduğu belirlenmiştir. Girişimci kadınlar çoğunlukla 30-39 yaş grubunda yer almakta ve yarısına yakınının eğitim düzeyi lise mezunu düzeyindedir. Yapılan çalışmalar girişimci kadınların çoğunlukla kentli olduklarını ortaya çıkarmıştır. Türkiye'de girişimci kadınları tanımlayan temel karakteristik özellikler ise kendine güvenen, cesaretli ve sabırlı olmalarıdır. Kadın girişimciler, erkek girişimcilerle kıyaslandığında kardan çok sosyal itibara önem vermekte, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az kendilerine güvenmektedirler (Yetim 2002: 82).

Kadın girişimcilerin imalat sanayinden çok, hizmet ve perakende ticaret sektörüne yöneldikleri belirlenmiştir. Bu olgunun temel sebebi olarak da imalat sanayine göre hizmet ve perakende ticaret sektörünün çok daha az deneyim, bilgi birikimi ve sermaye gerektirmesi olduğu belirlenmiştir (Sallan Gül ve Altındal 2016: 1369).

Girişimcilik, kadınların aile bütçesine ek gelir sağlayabilmek nedeniyle ve ücretli bir işte iş bulamayan kadınların başvurdukları bir yöntem olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında gerek dünyada gerekse Türkiye'de iş yerinde cinsiyetlerinden kaynaklı olarak ayrımcılığa uğrayan kadınların da kendi işlerini açmaya karar verdikleri görülmektedir. Ayrıca yapılan bir başka araştırmada kadınların Türkiye'de haneye ek gelir sağlama, eğitim seviyelerinin düşüklüğü sebepleriyle iş

bulamama gerekçeleriyle girişimci oldukları gibi bağımsız, özerk ve üretken olma gerekçeleriyle de girişimcilik yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır (Aslan ve Atabey 2007: 184).

Türkiye’de dünyada da benzer olduğu gibi kadın girişimciler homojen değildir. Kentsel alanlarda; daha eğitilmiş, pazarlama becerilere sahip ve işleri için parasal birikimlerini kullanabilecek kadınlar bulunurken kentlerin etrafında ve kırsal kesimde yaşayan eğitimsiz ve diğer beşeri sermaye faktörlerinden yoksun kadınlar bulunmaktadır. Kentsel alanlardaki kadınlar daha çok girişimcilik faaliyetine mesleki gelişimlerinin bir parçası olarak yönelirken, kırsal alandaki kadınlar için girişimcilik faaliyeti bir yaşam ve geçim kaynağıdır (Keskin 2014: 77).

Girişimcilik sektöründe cinsiyet rollerine bağlı olarak, kadınların en fazla tercih ettikleri sektörlerden birisi pazarlama alanıdır. Aynı şekilde Türkiye’deki kadınların daha çok halkla ilişkiler, müşteri temsilciliği gibi iletişimin yoğun olduğu alanlarda çalıştığı ve yöneticilik yaptığı belirlenmiştir. Ayrıca % 58,28’lik bir oran ile organizasyon yetenekleriyle ön plana çıktıkları reklamcılık alanında, risk üstlenmek konusunda daha muhafazakâr ve ihtiyatlı olmalarından dolayı ise finans sektöründe başarılı kadın girişimciler bulunmaktadır. Bunlara ek olarak, kadınların perakende ticaret ve hizmet alanlarında da yoğunlaştıkları görülmektedir (Atabey ve Aslan 2007: 187-188).

Türkiye’deki kadın girişimciler geleneksel değerlerin baskınlığı, ataerkil düşünce yapısı, eğitim ve tecrübelerinin yetersiz oluşu gibi nedenlerle erkek girişimcilere göre çok geride kalmışlardır (Ödemiş 2018: 1).

KGM 2010 raporuna göre, Türkiye’de girişimcilik konusunda cinsiyet ayrımı fazlaca gözükmemektedir. Kadınların zorunluluktan dolayı iş kurması erkeklere oranla daha fazladır ve kadınların daha az sermayesi bulunmaktadır. Bunun nedeni çalışan kadınlar çocuk olduktan sonra ya yarı zamanlı çalışmaya geçmekte ya da işlerini bırakmaktadırlar. Yüksek eğitimi olan kadınlar genellikle kendi işlerini kurmak yerine başkası için çalışmayı tercih etmektedirler (GEM 2010, 27).

Genel olarak, Türkiye'de girişimcilik koşulları 2006-2012 döneminde gelişmiştir. Devlet destek politikasının yanı sıra girişimcilik ve hükümet düzenlemeleri ve programlarıyla ilgili finansal ortamlarda da gelişmeler olmuştur. Ancak, erkek ve kadın girişimciliği arasındaki büyük fark endişe kaynağı olmaktadır. 2012'de 61 ülkede yapılmış incelemeye göre her 10 girişimcinin üçünün kadın olduğu Türkiye, cinsiyet farkının en fazla olduğu ülkedir (GEM 2015).

Cinsiyet ayrımcılığı ve çalışma koşullarının düzenlenmemesi kadınların ekonomik hayata katılımında ve istihdamında ciddi bir sorundur. Türkiye dünya geneli ile karşılaştırıldığında; kadınların iş gücüne katılımı ve kadınlara istihdam sağlanması bakımından aşağı sıralarda olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, Türkiye'de insan kaynaklarından ve kadın potansiyelinden gereğince faydalanılmadığını göstermektedir (Keskin 2017: 66).

Toplumun kadına yüklediği roller ve görevler, ataerkil yapı, kadının başkaları için duyduğu sorumluluk (ev, aile, yaşlı kimselerin bakımı), özgüven eksikliği, kendine yeterince destek bulamaması vb. yaşanan bu tarz sıkıntılar Türkiye'deki kadın girişimci sayısının Avrupa ülkelerinin çok gerisinde kalmasına neden olmuştur. Diğer yandan, kadın girişimcilerin yaşamakta olduğu sorunlar toplumdan topluma göre büyük farklılıklar göstermemektedir. Bu durumun altında yatan nedenin ise kadına verilen toplumsal rolün pek çok ülkede benzer olmasıdır (Morçin 2013: 173).

III. BÖLÜM

3. TOPLUMSAL CİNSİYET

3.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Cinsiyet Kavramı

Cinsiyet, “bireyin genetik, fizyolojik ve biyolojik özelliklerine göre kadın veya erkek olarak tanımlanmasıdır” (Bahar 2009: 158).

Biyolojik cinsiyet bireyler arasındaki fiziksel farklılıkları tanımlamaktadır. Bir başka ifade ile biyolojik cinsiyet, bireylerin fiziksel farklılıklara göre erkek (male) ve kadın (female) olarak sınıflandırılmasıdır. Bu tanımlama, kadınlar ve erkeklerin organizmaları arasındaki doğurganlık, cinsel uzuvlar ve üreme gibi biyolojik farklılıklarını esas almaktadır (Suğur 2009: 3).

Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Toplumsal cinsiyet terimini sosyolojiye kazandıran Ann Oakley’e göre ‘cinsiyet’(sex) biyolojik erkek-kadın ayırımını anlatırken, ‘toplumsal cinsiyet’ erkeklik ve kadınlık arasındaki buna paralel ve toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye gönderme yapmaktadır. İlk defa 1972 yılında kullanılan kavram, kadın ve erkek arasındaki farklılığın biyolojik unsurlar yanında toplumsal ve kültürel olarak oluşturulduğunu ifade etmektedir (Marshall, 1998 Aktaran: Ökten 2009: 303).

İngilizce “gender” kelimesinden Türkçe’ye “toplumsal cinsiyet” olarak çevrilen bu kavram; dil, söylem, pratikler, davranışlar, ilişkiler aracılığıyla yani toplumsallaşma süreci ile kişinin yaşadığı toplum içerisinde edindiği cinsiyettir. Toplumsal cinsiyet kadınların ve erkelerin biyolojik özelliklerinin ötesinde sosyal ortamda yerine getirdikleri rol ve görevleri işaret eden bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet bu bağlamda sosyal ortamdaki cinsler için birer norm olan hakları ve yükümlülükleri içermektedir (Sankır 2010: 3).

Toplumsal olarak kurulan toplumsal cinsiyet, erkeklerin ve kadınların buldukları toplumdaki statü ve rollerini belirler. Toplumsal cinsiyet rejimi kadın ve erkeğin özel ve kamusal alanda nerede duracağını ve toplumsal hayata ne kadar dahil olacağını ve nasıl temsil edileceğini belirtmektedir. Kadınlık ve erkeklik kültürel olarak inşa edilen ve öğrenilen kalıplardır (Ökten 2009: 302).

Yukarıdaki ifadeler doğrultusunda görülmektedir ki, biyolojik cinsiyet ve toplumsal cinsiyet birbiri ile ilişkili fakat birbirinden farklı kavramlardır. Cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasındaki farklar temel hatlar ile özetlenebilir. Bu farklardan en belirgin olanları şu şekilde sıralanabilir:

1. Cinsiyet ‘dişi’ ve ‘eril’ olarak kişinin biyolojik cinsiyetine göre belirlenen bir ayrımdır. Toplumsal cinsiyet ise erkek ve kadın olmaya kültürün ve toplumun yüklemiş olduğu anlamları belirtir,
2. Cinsiyet biyolojik olarak belirlenirken, toplumsal cinsiyet toplumsal olarak inşa edilir,
3. Biyolojik- cinsiyet değişmezdir, evrenseldir. Toplumsal cinsiyet ise zaman ve mekana göre değişiklik gösterir,
4. Biyolojik cinsiyet farklılıkları doğuştan getirilen özelliklerdir, öğrenilmez. Toplumsal cinsiyet farklılıkları ise sosyalleşme sürecinde kazanılır, öğrenilir (Adaçay 2014: 11).

Bütün toplumlarda doğuştan gelen biyolojik farklılıklara toplumsal olarak anlamlar yüklenir. Bu şekilde kadınların ve erkeklerin hangi davranışları yapıp yapmayacağı, hangi güce ve haklara kimin sahip olacağına ilişkin toplumsal beklentiler

geliştirilir. Bu beklentiler kültürden kültüre, toplumdan topluma değişebileceği gibi özünde ortak noktalar da bulundurur. Bu öz, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin varlığıdır. Buna göre kadınlardan ve erkeklerden bazı gereklilikleri yerine getirmeleri beklenmektedir. Bu gereklilikler en açık şekilde kendini ailede göstermektedir. Aile içerisindeki işler ve sorumluluklar bireylerin cinsiyeti gözetilerek paylaşılmaktadır (Günay ve Bener 2011: 158-159).

Bireylerin toplumsal cinsiyet rollerini öğrenmesi birçok şekilde gerçekleşmektedir. Toplumsal cinsiyet kimliğinin bireye aktarılması doğrudan mekanik bilgi aktarımı şekli ile gerçekleşmemektedir. Anne-baba ve ilerleyen zamanlarda çocuğun içine girdiği diğer ortamlar onun cinsiyetine uygun davranışlar kazanması ve pekiştirmesi için kasıtlı veya dolaylı olarak ona uygun modeller sunmaktadır. Bu şekilde de istenilen davranışların gelişmesi sağlanmaktadır. Çocuklar büyürken sadece cinsiyet rollerin farkına varmazlar aynı zamanda bu rolleri içselleştirir ve geliştirirler sonuç olarak da kişiliklerinin bir parçası haline gelir (Bahar 2009: 159).

3.2. Toplumsal Cinsiyet Kuramları

Kadın ve erkek arasında gözlenen farklılıklara yönelik tarih boyunca birçok açıklama yapılmıştır. Farklı bilim dallarının görüşleri kadın ve erkek cinsi arasındaki farklılıkları açıklamak için bazı teoriler geliştirmiştir. Bu teoriler şu şekilde açıklanabilir.

3.2.1. Biyolojik Teori

Biyolojik kuramlar erkekler ve kadınlar arasında görülen farklı davranışları, kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılık ile açıklamaktadır. Bu kuramın odak noktası kadın ve erkeğin doğduktan itibaren vücudundaki salgılanan hormonlar ve bu hormonların farklı etkileridir. Kadınların çocuk doğurabilmeleri ve erkeklerin bunu yapamamaları biyoloji ile ilgilidir bu nedenle erkekler kamusal alan ile ilgili iken kadınlar özel alanla ilgili işlerden sorumludur (Vargel Pehlivan 2017: 503).

Toplumsal cinsiyet farklılıklarının biyolojik özelliklere bağlanması büyük oranda erkek üstünlüğünün kabulü anlamına gelmektedir. Biyolojik görüşü benimseyen bir grup feminist, kadın ve erkek arasındaki cinsiyet farklılıklarının sosyal tanımlamalarla değil biyolojik özelliklerle ilgili olduğunu kabul eder fakat yukarıdaki görüşün aksine kadının önemi ve değeri üzerinde dururlar. Yani kadının özellikleri, özellikle annelik çok değerlidir ve toplumun gelişmesi için model alınmalıdır. Bu anlayışı kabul edenler “kadın karşıtı biyoloji” görüşü yerine “kadın için biyoloji” görüşünü savunmuşlardır (Dökmen 2010: 52).

3.2.2. Sosyal Rol Teorisi

Sosyal rol teorisinde davranışlarda gözlenen erkek ve kadın farklılıklarının sebebi, toplumda edinilen sosyal rollerin farklı olmasındandır. Schmitt'e göre, kadınlar ve erkekler doğuştan gelen cinsiyet rollerine sahip değillerdir. Kadınlar ve erkekler toplumda saygın olabilmek için doğuştan getirdikleri ve süreç içinde edindikleri özellikleri birleştirmektedirler. Sonuç olarak da cinsiyete dayalı toplumsal roller oluşmaktadır. Toplum kadın ve erkeğe bu rollere uygun davranışları kazanması için yönlendirici olmaktadır.

Özetle geleneksel rol kavramı çerçevesinde oluşan cinsiyete dayalı roller ayrımı, tipik cinsiyet özelliklerini de benimsemektedir (Adaçay 2014: 23-24).

3.2.3. Sosyal Öğrenme Teorisi

Kuramın orijinali Bandura (1977) tarafından, öğrenmenin sosyal etkilerinin ortaya konması amacıyla geliştirilmiştir ve bu kuram Bandura ve başkaları tarafından cinsiyet rollerinin öğrenilmesinin bir açıklaması olarak da temel alınmıştır (Dökmen 2010: 59).

Sosyal öğrenme kuramı, bireylerin daha çocukken cinsiyetlerine uygun bir şekilde davrandığını ve davranmadığını ödül ve ceza yöntemi ile öğrendiğini ifade etmektedir. Kadınlar ve erkekler arasındaki farklı davranış kalıplarının nedenini

öğrenilmiş farklılıkların oluşturduğunu ileri sürmektedir. Örneğin kız çocukları makyaj yapan annelerini görür ve bu davranışı kendileri de taklit eder. Televizyon cinsiyet rollerinin öğrenilmesinde etkilidir (Vargel Pehlivan 2017: 504)

Bu kurama göre bireyler toplumsal cinsiyetlerini iki şekilde öğrenirler. Bunlar; edimsel koşullanma ile model alma ve taklit şeklindedir.

Edimsel Koşullanma

Ödüllendirilen, pekiştirilen tutumların gelecekte de tekrarlanma ihtimalinin arttığını savunur. Ödüllendirilen davranışlar tekrar edilir, aksine cezalandırılanlar tekrar etmez o davranıştan zamanla vazgeçilir. Cinsiyetine uygun davranan çocuk da ödüllendirilirken davranmadığında cezalandırılır.

Model Alma ve Taklit

Gözlenen modeller model alınır ve bu modellerin davranışları taklit edilir. Kız çocukları annelerini ve başka kadın figürlerini taklit ederler, oğlan çocukları da babalarını model alırlar ve bu şekilde cinsiyet rollerini kazanırlar (Adaçay 2014: 24-25).

3.2.4. Bilişsel Teori

Sosyal bilişsel teori ve bilişsel gelişim teorisi olarak ikiye ayrılmaktadır.

Sosyal Bilişsel Teori

Bussey ve Bandura tarafından geliştirilmiş olan bu kuram, evrimsel faktörlerin etkisini inkar etmez ancak sosyal davranışın biyolojinin evrimleşmesinin bir sonucu olması gibi tek taraflı bir evrimi kabul etmez. İnsan evrimi fiziksel yapıyı belirlese de davranışları dikte edemez.

Toplumsal cinsiyetin oluşmasında üç tür sosyo-bilişsel etkiden bahsedilir. Model alma, doğrudan yaşantı ve öğretim. Bunların bazı gelişim dönemlerinde etkileri daha fazladır (Dökmen 2010: 63).

Bilişsel Gelişim Teorisi

Bilişsel gelişim kuramına göre, cinsiyetleri farklılaştırma bilişsel gelişimin evrensel aşamalarını izler. Çocuklar başta kendi cinsel kimliklerini öğrenir ve daha sonra başka insanların cinsel kimliğini sorgular. Yani çocuklar ilk önce kadın ve erkek olmak üzere iki farklı cinsel kimlik olduğunu daha sonra kendisinin hangisine dahil olduğunu çözer ve iki grup arasındaki farklılıkları anlamaya çalışır daha sonra da cinsiyetlere ait kalıp yargıları oturtur ve kendisi de o şekilde davranmaya başlar (Vargel Pehlivan 2017: 505).

3.2.5. Toplumsal Cinsiyet Şeması

Sandra Lipsitz Bern, bu teoride sosyal öğrenme ve bilişsel gelişim teorilerini birleştirmiştir. Toplumsal cinsiyet şeması, bilişsel gelişim teorisine benzemektedir. Cinsiyet şeması, temelinde bilgi işlemenin kültürün cinsiyet ayrımcılığından kaynaklandığını savunur. Bu açıdan da sosyal öğrenme kuramına benzer.

Cinsiyet şemaları ile çocuklar toplumun kadınsı ve erkeksi tanımına uygun bir şekilde davranışlarını belirlemeye güdülenmektedir. Çocuk, bir toplumsal cinsiyet şeması sayesinde bilgiyi kodlamayı öğrenir (Adaçay 2014: 26-28).

Toplumsal cinsiyet şemasının yaygın bir şekilde kullanılmasının altında toplumun iki cinsiyetin var olduğunu ve bu cinsiyetlerin ayrımını ısrarla vurgulaması yatar. Toplum, kişinin cinsiyetinin hayatın her aşamasında fazlaca önemli olduğunu ve ciddi bir fark yarattığını ileri sürer. Cinsiyet, üremedeki rolü sebebiyle başka kategorilere (örneğin göz rengi) kıyasla daha fazla önemli bir anlama sahiptir ve bu sebeplerle de toplum cinsiyete yönelik kültürel düzenlemeler oluşturur (Dökmen 2010: 71-72).

3.2.6. Çatışma Teorisi

Çatışma teorisi, cinsler arasındaki ayrımcılığı açıklarken, kadın ve erkekler arasındaki güç dengesizliği üzerine odaklanmaktadır. Çatışmacı teorisyenlere göre sermaye ve özel mülkiyet anlayışı kadınların ötekileştirilmesinin asıl nedenidir. Bunların yıkılmasıyla kadınların da özgürleşeceğini ifade ederler. Patriarkal düzenin kapitalizm ile beraber büyüyüp güçlendiğini belirtirler. Kadınların kurtuluşunu, Feministlerin işçi sınıfı ile beraber kapitalizme karşı yönelik mücadelesinde görmektedirler (Toksöz 2011: 93).

3.2.7. Queer'in Teorisi

Queer, heteroseksüel kabullerin dayatmış olduğu ikili kimlik (kadın ve erkek) gruplarında öteki şeklinde görülenleri; bu ötekilerin de eşit haklara ulaşmak için göstermiş oldukları çabayı anlatmak için kullanılmıştır. Bu çaba, homofobiye karşı çıkan anlayışa ve LGBT (lezbiyen, gey, biseksüel, transgender)'lere dışlayıcı politikalar uygulayan yönetimlere yönelik başlatılmıştır ve mücadelenin ismi de queer hareketi olmuştur. Bu mücadele, feminist harekette olduğu gibi kendi kuramını doğurmuştur (Ecevit 2011: 24).

IV. BÖLÜM

4. KAMUSAL/ÖZEL ALAN

4.1. Kamusal Alan Kavramı

Kökeni eski Yunan düşüncesine kadar dayanan kamusal/özel mekan ayrımında polis(kent) erkeğin, oikos ise kadının ve çocukların ait olduğu yer olarak tanımlanmıştır. Demokrasi tümüyle kadınların ve kölelerin ayrı tutuldukları bir sistemdi. Özgür kadınların vatandaş olarak görülmemesi, kadınların kadın olmalarından kaynaklı olarak kamusal alana dahil olmaya ve yönetmeye uygun olmadıkları düşüncesi Antik Yunan'da net bir biçimde kabul edilmiş ve günümüze kadar etkileri devam etmiştir (Ersöz 2015: 84).

Sözlük anlamı itibariyle kamu (public) herkes, genel, umum, halka ait, umumi, açık, aleni gibi anlamlara gelmektedir. Kamu alanı “özgürlüğün kendini gösterebildiği” yerdir. Kamusal alan kavramının feminist literatürdeki anlamı da şu şekildedir; kadınların içerisine hapsolunup, özgürlüklerinin tehdit edildiği sığınaklar olarak kavranan evden (özel alan) farklı olarak, özgürleştiren ve iktidar (erk) kullanımına olanak sağlayan bir mekan olarak tanımlanmıştır (Josephine 1997 Aktaran: Özcan 2013: 199-200).

Kamusal alan kralların, feodal beylerin, kilisenin toplumun her yerinde etkili oldukları dönemde yani Fransız Devrimi'nin öncesinde, tartışmaların daha çok asiller ve burjuvazi arasında olduğu bir toplumsal varlık alanıdır. Kadın özel alanla; erkek ise kamusal alanla özdeşleştirilmekte ve tarih çoğunlukla dışarı olanı, iş yaşamını işaret eden kamusal alan anlatılarını içermektedir (Sankır 2010: 5).

Kamusal alan kavramı geçmişten bugüne önemli değişimlere uğramıştır; Batının yakın dönemlerinde yeni anlayışlar kazanmıştır. Ancak 19. yüzyılın son dönemlerinde temel niteliği sivil olmasıdır. Burada “herkesin” adresi sivil halk olmuştur. 20. yüzyıla gelindiğinde modern ulus yapılarının pekişmesiyle kamusal alan da değişiklik yaşamış ve siyasallaşmış, bir diğer ifade ile kamusal alan siyaset tarafından işgal edilmiştir. Kamusal kelimesinin modern anlamda tartışılmaya başladığı dönem, aydınlanmacı aklın dünyada geçerli olması ile doğrudan ilişkilidir (Özcan 2013: 202).

4.2. Özel Alan Kavramı

Özel/kamusal ikiliğinin modern şekli, ev-içi-aile-ev emeği gibi tanımlamaları doğallaştırmaya ve evrenselleştirmeye fazlaca yatkındır. Bir taraftan aile, ev işi, birlikte yaşama gibi doğal olgular şeklinde anlaşılabilir. Bu anlayış da kadınlara yönelik özel alandaki baskı ve ezilme biçimlerinin doğal gözükmesi demektir (Savran 2011: 266-267).

Toplumsal cinsiyetin ve binlerce toplumsal cinsiyete bağlı eşitsizliklerin türediği asıl kaynak aile ve ataerkil değerlerdir. (Bingöl 2014: 108)

Kadının görünürlüğünün azalmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri “özel alan” ile özdeşleştirilmesidir (Sankır 2010: 5). Aristo için kamusal alan; politik, özgür ve eşit yurttaşların ortak iyi için bir arada olduğu yer iken özel alan bağımlılık alanıdır (Alkan 1999: 4).

Aile, toplumsal cinsiyet kalıplarının yeniden üretildiği ve toplumsal değişmenin etki ve sonuçlarının en açık bir biçimde görüldüğü toplumsal kurumdur. Aile içinde geleneksel rollere bağlı kalarak kadınlardan beklenen, kendilerine ait olan özel alanlarında kalarak, annelik görevleri, ev-içi üretim ve tüketim faaliyetleri, aile bireyleri arasındaki ilişkilerin düzenlemesi gibi görevleri en başarılı bir biçimde gerçekleştirmeleridir (Dündar vd. 2011: 27).

4.3. Feminizmlerin Kamusal-Özel Alan Tartışmaları

Kadınların kamusal alanda var olmaları ve özel alandan ayrılmaları gerektiği feministler tarafından devamlı vurgulanmıştır. Feministlere göre kamusal alan ve özel alan arasındaki bu farklılaşma erkeğin kadını ezmesinden başka bir anlam ifade etmemektedir. Bu ayrışma feministlere göre kamusal yaşamı erkeklikle bir tutarken, özel alanı da kadınlıkla bir tutmuştur. Feministler özel alanla kamusal alan arasındaki sınırların kalkması gerektiğini vurgulamaktadırlar çünkü kamusal alanın tüm meyvelerinden erkekler faydalanmaktadır. Kamusal alanda var olan egemenlik, erkekleri her türlü gücün sahibi haline getirmiştir, burada kadına yer verilmemiştir. Bu sebeplerden ötürü feminist tartışmalarda kamusal ve özel alan ayrımı fazlaca eleştirilmiştir (Özcan 2013: 213).

Sevgi, aşk, cinsellik, annelik, ev işi vb. olgular toplumsal bir bütünün parçası olarak algılandığında özel alandaki gizlenmiş doğallık peçesinden kopar, gizemsizleşir. Erkeklerin, fevrî gibi gözüken hareketleri sistematik bir erkek şiddeti, kadınların aile bireylerine karşı vericilikleri olarak tanımlanmış olan eylemleri “görünmeyen” ya da “karşılıksız” emek şeklinde tekrardan adlandırıldığında, artık özel alanın mahremlikten kurtulup içerideki olanlar tartışma konusu haline gelmiştir (Savran 2011: 294).

Feministler 200 yıldır cinsiyetlerinden kaynaklı maruz kaldıkları ayrımcılıkla mücadele etmektedirler. Günümüzde “kadınlık” ve “erkeklik” kalıplarının toplumsal bir şekilde inşa edildiğini vurgulanmaktadır ve kadınlar, “doğalarından” kaynaklı kamusal alandan uzaklaştırılmaları ile mücadele etmektedirler (Ersöz 2015: 83-84).

4.3.1. Liberal Feminist Kuram

Liberal feminist kuram kadınların, kamusal hayata katılmalarının engellenmesini eleştirmektedir. Bu kurama göre kadınların eşitsiz konumları, kamusal alana dahil olmalarını önleyen yapay engellerin sonucudur. Liberal feministin öncülerinden Mary Wollstonecraft'a göre, yaşamdaki önemli işler aklın etkin olduğu kamusal alanda erkekler tarafından, önemli olmayan işler kadınlar ile özdeşleştirilmiş ve onların dahil

olduğu özel alana aittir. Wollstonecraft'a göre bu şekilde oluşmuş iş bölümü kadınların itibarına zarar vermektedir. Kadınlar eleştirel yeteneklerini geliştirip özel alandan kurtulup kamusal alana dahil olmak için eğitim almalıdır. John Stuart Mill'e göre erkeklerin kadınları kamusal alanın dışında tutmalarının sebebi kadınları kendileriyle eşit görüp onlarla bir arada bulunma düşüncesine tahammül edememeleridir (Aktaran: Ecevit 2011: 12-13).

Grimke'ye göre aklın cinsiyeti yoktur. Toplumda kabul edilmiş erkeklerin ve kadınların görevleri ya da erkeklerin alanı ve kadınların alanı gibi ayrımlar keyfi ayrımlardır. Liberal feminizme göre kadına ve erkeğe ait ruh ve akılcı yetenek aynıdır. Kadınlar ve erkekler ontolojik olarak aynıdır. Kadınların toplumda hak ettikleri yere gelebilmeleri için değişim gereklidir. Bu değişimi sağlayacak olan da eğitim ve çalışmadır. Kadınlara erkekler ile aynı pozisyona gelebilmeleri için fırsat eşitliği sunulmalıdır. Grimke aynı eğitimi alan kadınların ve erkeklerin aynı işleri yapabileceğini savunur. Josephine Donavan, 'Feminist Teori' adlı yapıtında liberal feministlerin, erkek ve kadınların çalışma alanlarına yönelik ayrıma karşı çıktığını ifade etmektedir. Liberal feministlere göre kadınlar için kamusal alanda var olmak bağımsızlığın teminatı olmasına rağmen yeterli değildir (Sevim 2005: 56-58).

Kadınların siyasal ve kamusal alana katılmaları genelde kısıtlanmış ve bu kısıtlama "kadınların doğaları" ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu sebeple 18. yüzyıldan itibaren kadınlar erkekler gibi birey ve yurttaş olmak için mücadele etmeye başlamışlardır. Bu doğrultuda Liberal feminizmin esas hedefi, kadınları "kamusal" alandan dışlayan ve onları özel alana hapseden yasaları değiştirmek olmuştur. Kamusal/özel alan cinsiyetçi ayrımın "doğaya" gönderme yapılarak meşru gösterilmesine karşı çıkmışlardır. Bundan dolayı 1848 – 1920 dönemini kapsayan birinci dalga feministler başta siyasal hakları olan seçme / seçilme hakkı daha sonra ekonomik hakları olan eşit işe eşit ücret, her iş kolunda çalışma hakkı, eğitim hakkı, yasal reform (aile hukuku – evlilik, boşanma gibi konularda) hakları için mücadele etmişlerdir (Ersöz 2015: 89-90).

Liberal feministlere göre, cinsiyet temelli eşitsiz iş bölümü, kadının özel alandaki erkeğin de kamusal alandaki rolleri eşitsiz bir biçimde paylaşmasına sebep olur. Kadınların özel alanda hapsolması kamusal alandaki fırsatlardan ve avantajlardan yararlanmaması anlamına gelmektedir. Aynı şekilde erkeklerin kamusal alanda var olmaları özel alandaki sorumluluklardan kaçmalarını sağlamaktadır. Özel alana sıkıştırılan kadın kamusal ortamdaki kariyer fırsatlarından yararlanamamaktadır. Bu olanaklardan kamusal alandaki erkekler yararlandıkları için kadınlar da erkeklere bağımlı kalmaktadırlar (Suğur 2009:10).

Liberal feminizm özel alanı, evi ve evliliği görmezden geldiği için ve kamusal-özel ayrımını dikkate almadığı için eleştirilmiştir (Sevim 2005: 59).

4.3.2. Radikal Feminist Kuram

Radikal feministler, “kadın bedenini” merkeze koyarak üreme özelliği üzerinde detaylı tartışarak cinselliği, doğurganlığı, anneliği vb. kamusal alana çekmişler “özel alanın politik bir alan” olduğunu haklı gerekçelerle savunmuşlardır (Erdoğan 2014: 5).

Radikal feminist kuram, feminizmin en saf şekli olarak tanımlanır. Bu kurama göre kadınların ezilmişliklerinin temel sebebi ataerkilliktir. Kadınların ikincilleştirilmelerini onların biyolojileri ile ilişkilendirirler. Kadınlar ve erkekler arasındaki biyolojik temelli farklılığı inkar etmezler fakat bu farklılığa yüklenmiş anlamları sorgularlar. Erkek iktidarının hangi alanlarda ve nasıl uygulandığını göstermeye çalışırlar. Bu alanlar; evlilik, ev işleri, çocuk yetiştirme, cinsel pratik, tecavüz, fuhuş gibi alanlardır (Ecevit 2011: 15).

Radikal feministlere göre ataerkillik, modern toplumlarda kadınların erkeklere olan bağımlılığının temelidir. Yani, evlilik içinde oluşan ataerkil sistemin ekonomik temelleri mevcuttur, bu temeli de oluşturan ev içi emektir. Ev içi üretim şekli, kadın üzerinde oluşan egemenliğin, ataerkil boyutlarını gösterir (Karkıner 2011: 133).

Patriarkil olarak erkekler kadınları özel ve kamusal alanda kontrol etmektedirler. Kadınlar toplumsal yaşamın her alanında erkeklere bağılı pasif bireyler durumuna düşmektedir. Radikal feministlere göre cinsiyet eşitsizliğine dayalı patriarkil sınıf yapısının yok olması kadının her anlamda biyolojik sorumluluğundan kurtulması ile gerçekleşir (Suğur 2009: 14).

4.3.3. Marksist Feminist Kuram

Kuram; erkeklerin, kadınları özel alan içinde ezme şekillerine ve ücretsiz ev emeklerinden kazandıkları faydaya vurgu yapmaktadır (Ecevit 2011: 16).

Marksist feminist yaklaşım, kadınların ailede ve evlilik içinde sömürüldüğünü ifade eder. Kadının aile içerisindeki ev içi emeği, karşılığı ödenmeyen ücretsiz bir emektir. Kadınların, ev içinde çocuklarını büyütmesi, ev işleri ve yemek yapması, dışarıda çalışıp evi geçindiren erkeğin ücretinin düşük şekilde ödenmesine sebep olur. Bu şekilde, üretim araçlarına sahip olanlar için karlı bir durum oluşur. Erkeğin işvereni, bunun gibi mal ve hizmetlerin, ücret karşılığı satın alınmayıp aile içinde kadın tarafından üretildiğini bildiği için işçisine verdiği ücreti de azaltılmış şekilde öder (Karkıner 2011: 133).

Cinsiyet eşitsizliğinin en temel göstergelerinden birisi erkekler ve kadınlar arasındaki güç ilişkileridir. Zaman içerisinde çeşitli toplumlarda erkekler kadınlardan daha fazla güce sahiptir. Değerli kaynaklara erişimde ve onların yönetiminde erkekler söz sahibi olmuştur. Bu eşitsiz güç dağılımı toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir göstergesidir (Ridgeway, 1992: 1).

Erkekler ailesine bakmakla yükümlüdürler bu durum erkeğe üstünlük sağlar. Modernleşme süreci ile beraber çekirdek aile gelişmiştir. Bu durum hane içi emeğin özelleşmesine ve aşağılanmasına neden olmuştur. Kadının emeği sosyal hayatta faydalı gözükmediği için özel hizmete dönüşmüştür ve kadınlar hizmetçi durumuna gelmiştir (Sevim 2005: 64-65).

Marksist feminizme göre, toplumda var olan eşitsiz iş bölümü ücretli işte çalışan kadınların çifte yük altında ezilmelerine neden olur. Bir taraftan özel alandaki ücretsiz ev içi emeklerine kocaları el koyar bir diğer taraftan cinsiyet ayrımcılığının var olduğu emek piyasalarında çok düşük ücretlerle düşük statülü işlerde ezilirler (Erdoğan 2014: 8).

Toplumsal cinsiyet rolleri eril tahakkümün belirlemiş olduğu ve sonuç itibarıyla cinsiyet ayrımcılığını yaratan ve bu bağlamda sosyal alanı kamusal ve özel alan olarak kurgulayıp erkeğe kamusal alanı kadına ise özel alanı yakıştıran bir yaklaşımı benimser. Kadının maruz kaldığı bu ikincil konum onun benlik/kimlik potansiyelini sergileme sürecini olumsuz anlamda etkilemektedir. Erkeğin sosyal alandaki iktidar ilişkilerini kurgulayışı, kamusal alanda kendi iktidarının meşruluğunu ve devamlılığını sağlayabilmesi kendisi dışındakileri nasıl anlamlandırdığı ve konumlandığıyla ilgili bir durumdur (Sankır 2010: 2).

Marksist kuram kadının ezilmişliğini özel mülkiyete bağlar. Bu anlayış, F. Engels'in Ailenin Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni adlı kitabındaki düşüncelerinden doğmuştur. Engels'e göre tek eşli çekirdek ailenin oluşumunun temelinde özel mülkiyet anlayışı vardır (Karkıner 2011: 132).

Engels, kadınların kurtuluşu olarak ev işinin toplumsal bir endüstriye dönüşmesi şeklinde oluşabileceğini düşünmektedir. Bu şekilde kadınların özel alanda hapsolmaları engellenebilir (Erdoğan 2014: 15).

4.3.4. Sosyalist Feminist Kuram

Sosyalist feministler; toplumsal cinsiyet, sınıf, ırk arasındaki ilişkilerin ve çelişkilerin üzerinde dururlar. Kadınların politik, ekonomik ve sosyal yaşamın her alanına dahil olmasına önem verirler ve bu alanlardaki kadınların ezilmişliklerinin ikincil konumlarının sebeplerini sistematik bir şekilde incelerler (Toksöz 2011: 66).

Sosyalist feministler, kadınların özel ve kamusal alanlardaki konumunu kapitalist sistemin işleyişinden yola çıkarak çözümlenmeye çalışmıştır. Sosyalist feminizm kadının sorununu tartışırken öncelikle toplumsal sınıf çözümlemesinin yapılmasının gerekliliğini vurgular. Çünkü toplumsal konum, sınıfsal konumun bir yansımasıdır (Suğur 2009: 11).

Sosyalist feminist kuram, Marksist feminist kuramın kapitalizm ile birlikte özel ve kamusal alanın nasıl ayrıldığını ve özel alanda yapılan işlerin nasıl değersizleştirildiğini açıklayabildiğini ancak kapitalizmin neden özel alanla kadınları, kamusal alanla da erkekleri özdeşleştirildiğinin yeterli bir açıklamasını yapmadığını eleştirmiştir.

Heidi Hartman kadınların özel alanda ve dışında erkeklere göre neden ikincil konumda olduklarını ve bunun tersinin neden gerçekleşmediğini açıklamakta Marksist kategorilerin yetersiz kalacağını düşünmüştür (Ecevit 2011: 18).

Sosyalist feminizme göre kapitalizmle birlikte özel-kamusal alan ayrımı derinleşmiştir ve kadınların işgücüne dahil olmalarında eşitsizlik meydana getirmiştir. Kadın, gelişen kapitalizmle birlikte daha bağımlı bir hale gelmiştir (Adaçay 2014: 80).

Özel patriarka hane içi üretimle ilgilidir. Erkekler koca veya baba sıfatı ile kadınları denetler ve kadının üstünde baskı kurarlar. Özel patriarkada kadınların kamusal alana dahil olmasına izin verilmez ve kadınlar sömürülür buradaki asıl mekanizma kadınların kamusal alandan dışlanmasıdır. Kadınların bu dışlanması kamusal alandaki diğer sistemler aracılığıyla gerçekleşir. Kamusal alandaki patriarkal sistemler özel alandaki patriarkal ilişkilerin oluşmasında etkilidir. Kamusal alanda kadınların ezilmişliği her şekilde gerçekleşir ancak kadınlar formel bir biçimde hiçbirinden dışlanmamıştır buna göre kadınlar her kurumda dezavantajlıdırlar. Walby'e göre devlet hem patriarkal hem kapitalist çıkarları korur. Devlet, patriarkal ilişkileri farklı şekillerde destekler (Toksöz 2011: 104).

Sosyalist feminizm bir yandan sınıfsal farklılığa vurgu yaparak, diğer yandan kadınların ezilmişliğini ve kadınların hem özel alanda hem de kamusal alanda statüsünü tartışarak önerilerde bulunmuştur. Kadınların kurtuluşu sosyalist feminist açıdan bakıldığında diğer yaklaşımlara göre biraz daha sağlam bir temele dayanmaktadır (Erdoğan 2014: 20).

4.3.5. Ekofeminist Kuram

Çağdaş çevreci anlayışı önemli derecede etkileyen ve de gelişimini sağlayan eko feminizm, kadınların sosyal ortam içindeki profilini çevresel değerler ile bağdaştırarak yorumlaması bakımından önemlidir. Ekolojik bir toplum yapısında kadınlar; özgüvenli, bağımsız, rekabetçi, dinamik bir sosyal girişimci olacak şekilde etkin ve aktif özelliklere sahiptirler. Eko girişimci kadınlar yeni imkanlar bulacak ve bu imkanları fırsata dönüştürerek çevreye zarar vermeden, dengeli ve devamlı bir gelişme göstererek aktif olarak rol alacaklardır (Aykan, 201; Kılınç Savrul ve Akyüz, 2016, Aktaran: Meydan Yıldız 2018: 26).

Ekofeminizm çevrenin ve kadınların özgürleşmesi için toplumsal cinsiyetten uzak, cinsiyet eşitliğine dayalı ve kadınların öncülüğünde olan ekolojik bir devrimi öne sürmektedir. Ekofeminizmin amacı burada erkek egemenliği yerine kadın egemenliğini yerleştirmek değil, toplumsal hayatı tekrardan biçimlendirmek ve formüle etmektir. Ekofeminizme göre çevre tahribinin sonucunu yine kadınlar çekmektedir. Çevre tahribi ile kadınlar hastalanmakta, ölmekte, aç kalmakta, kıtlık çekmektedir. Kadınlar yaşadıkları bu olumsuz durumlarda bile bakım hizmetlerinden sorumlu oldukları yaşlılara, çocuklara ve hastalara bakmaktadırlar. (Çetin 2005: 63)

Hane içindeki görevleri sebebiyle iklim değişikliği kadınlar için doğrudan olumsuz bir etki yaratmaktadır. Ev içindeki yemek yapma ve temin etme, temiz su imkanı, yemek yapma ve ısınma için gerekli olan enerjinin temin edilmesi gibi temelde kadınların görevi olarak görülen sorumluluklarını yerine getirmeye çalışan kadınlar; kıtlık, ormanların yok olması, yağış azlığı durumlarında daha çok uğraşmak durumunda

kalmakta ve bunların sonucunda da eğitim ve istihdam imkanlarından eksik kalmaktadırlar (KSGM 2008: 10).

Mellor'a göre ataerkil düşünceye dayalı iş bölümü kadınların ortak deneyimidir. Kadınların yaptığı işler toplumun devamı için gerekli olan işlerdir ve kadınlar bu işleri para karşılığı yapmazlar. Kadınların yapmış olduğu bu işler özel alandaki tüm gereksinimleri karşılamaktadır. Fakat kadınların sorumluluğundaki bu işlerin onların biyolojileri ile bir ilgisi yoktur. Erkek ve kadınlara ait kamusal-özel ayrımı kültürel bir durumdur (Çetin 2005: 68).

Kapitalizm ile beraber oluşan ekonomik yapılanma ve hayat tarzı kadınların, doğanın ve çocukların sömürülmesine yol açmaktadır. Tüketim alışkanlıkları kadın-erkek arasındaki cinsiyet ayrımcılığına yol açmaktadır. Bu yaklaşıma göre kadın girişimciliğinin gelişmesi genç, yaşlı, engelli girişimciliğini de geliştirecektir. Çevre odaklı ve eşitlikçi mekanlar dezavantajlı grupların ekonomik platformlarda daha çok faaliyette bulunmasını sağlayacaktır. Kadınların kamusal hayatta etkinliğini artırmanın yolu, ekolojik bir mekan planlama modelinin oluşmasına bağlıdır. Ekolojik toplumun önemli aktörleri kabul edilen kadınlar çevre, ekonomik ve kültür mekanizmalarında denge kurabilecek ve ataerkil zihniyeti zayıflatacaktır (Meydan Yıldız 2018: 28).

V. BÖLÜM

5. YÖNTEM

Bu çalışma, Bolu ili Merkez ilçesinde girişimcilik faaliyetinde bulunan, evli ve çocuk sahibi olan girişimci kadınlara yönelik bir çalışmadır. Çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan literatür taraması; girişimcilik, Türkiye’de ve dünyada kadın girişimciliği, toplumsal cinsiyet, özel alan, kamusal alan konuları arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Literatüre bakıldığında, girişimci kadınlara yönelik yapılmış çalışmalarda girişimcilik daha çok ekonomik bir faaliyet alanı olarak değerlendirilmiş ve kadınların kamusal alandaki deneyimlerine odaklanılmış, kadınların özel alanları görmezden gelinmiştir. Kadın araştırmalarına özel alanın da mutlaka dahil edilmesi gerektiği düşüncesi ile bu çalışmanın yapılması gerekli görülmüştür.

Girişimcilik konusu daha çok erkekler ile ilişkilendirilen bir alandır, bu çalışma girişimcilik alanında “kadınları” görünür kılmaya ve bu kadınların özel alanlarındaki deneyimlerini anlamaya yöneliktir. Bu çalışmada girişimcilik başlı başına bir ekonomik faaliyet alanı olarak değerlendirilmemiş, kadınların hayatındaki diğer rolleri ve yaşantıları ile ilişkili bir şekilde ele alınmıştır.

Özel alanın yabancılarla paylaşılması çok tercih edilmeyen, mahrem kabul edilen bir alandır. Özel alanın bu özelliği bu konudaki çalışmaların kısıtlı olmasına neden olmuştur. Ataerkil yapıya sahip bir toplumda, kadınların mahrem kabul edilen hassas konularını paylaşması sık görülen bir durum değildir. Bu anlamda kadınları anlamak ve bu konuda çalışmak önem arz etmektedir. Kadınların özel alanlarındaki gerçeklerine ancak onlarla bir araya gelerek, göz teması kurarak ve onlarla birebir görüşme yaparak ulaşılabilir. Bu nedenle evli ve çocuk sahibi girişimci kadınları konu alan bu çalışma, bilimsel araştırma yöntemlerinden nitel araştırma yöntemini temel

olarak oluşturulmuştur. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek 2005: 39).

İlişkilerin, etkinliklerin, durumların ya da materyallerin niteliğinin incelendiği çalışmalara nitel araştırmalar denir (Büyüköztürk 2016: 278).

Nitel araştırma yönteminin kullanılmaya başlanması 20. yüzyılın başlarına denk gelmektedir. Nitel çalışmanın ilk örneklerine; antropoloji ve sosyoloji bilim dallarında, insan hayatının doğal ortamlarında araştırıldığı alan çalışmalarında görülmüştür. Sonraki zamanlarda da özellikle sosyal ve kültürel çalışmalarda ve sosyal bilimlerde nitel çalışma teknikleri kullanılmaya başlanmıştır (Denzin ve Lincoln, 1998 Aktaran: Işıkoğlu 2005: 159).

Araştırma, gerçekleri ortaya çıkarmak için bazı bilgi alanlarında yapılan dikkatli, sistematik ve dayanıklı çalışma ve incelemedir (Webster 1985 Aktaran: Büyüköztürk vd. 2016:11).

Araştırmalar temel aldıkları felsefeye, bakış açısına göre nicel (quantitative) ve nitel (qualitative) araştırma olarak ikiye ayrılır. Olay ve olguları anlama ve açıklama amacına göre araştırmacıları yönlendiren bir yol vardır. Gerçekleri araştırmacıdan ayrı gören nesnel olarak gözlenip, ölçülüp analiz edilebilen pozitivist görüşe dayanan araştırmalar nicel araştırmalardır. Nicel araştırmacılar “tek gerçek” inancını kabul ederler. Nicel araştırmacıların genelleme yapmak gibi amaçları vardır. Nicel araştırmanın temellerine karşı olarak araştırmacının bilgileri, gerçekliğin bulunduğu ortamda anlamlandırmasını kabul eden anti-pozitivist yorumcu yöntem nitel araştırmalardır. Olay ve olguların birçok gerçekten oluştuğunu, aynı konu ile ilgili farklı yorumların olabileceğini ve gerçeklerin sosyal bağlamda yapılandığını kabul eden bir yaklaşımdır. Nitel araştırmacıların genelleme yapmak gibi bir amacı yoktur. Varsa da oldukça sınırlıdır (Büyüköztürk 2016: 12-13).

Çalışma sürecinde “anlam” ile yani kadınların dünyayı nasıl anlamlandırdıkları ve olayları nasıl yaşadıkları ile ilgilenilmiştir. Kadınların belli koşulları nasıl tecrübe ettikleri ve belli durumları nasıl yönettikleri anlamaya çalışılmıştır. Araştırma süreci başlamadan önce birtakım “değişkenler” belirlenmemiştir bunun nedeni araştırmaya katılanların kendileri tarafından olaylara atfedilen anlamları ile ilgilenilmiştir.

Bir başka tanıma göre nitel araştırma (Creswell, 1998); toplumsal hayatı ve insanla ilgili sorunları kendine özgü yöntemlerle sorgulayarak yorumlama sürecidir. Bu süreçte çalışmacı bütünsel bir çalışma çerçevesi sunarken sözcük analizleri, detaylı görüşmeciler raporları ortaya konulur ve çalışmayı doğal ortamında sürdürür (Aktaran: Işıkoğlu 2005: 159).

Nitel araştırmalar yolu ile günlük yaşamın dokusu ve örgüsü, araştırmaya katılanların anlayışları, deneyimleri ve hayalleri, sosyal süreçlerin, kurumların, söylemlerin veya ilişkilerin işleyiş biçimleri ve bunlara dahil olmak üzere sosyal dünyanın her aşaması geniş bir boyutta anlamlandırılabilir (Mason 2002: 1). Nitel araştırma insan deneyimlerinin ayrıntılı bir tanımını ve analizini sağlar (Marvasti 2004: 7).

Nitel Araştırmanın Özellikleri

Nitel araştırmanın kapsamlı bir şekilde tanımından bahsetmek zor olsa da bazı temel niteliklerinden bahsedilebilir.

Doğal Ortam: Nitel araştırmaların sahada yapılmasının iki ana nedeni vardır. İlki, davranışlar dışarıdan bir müdahale olmadan meydana geldiğinde en iyi şekilde anlaşılır. İkinci olarak, davranışın anlaşılmasında durumsal bağlam fazlaca önemlidir. Duruma yönelik özellikler dikkate alınmadan davranışların, olay ve olguların anlaşılması olanaklı değildir.

Doğrudan Veri Toplama: Nitel araştırmacılar bilgiyi direk olarak kaynağın kendisinden almak isterler.

Zengin Betimlemelerin Yapılması: Nitel araştırmacılara göre çeşitli Şekillerde elde edilen verilerin hiçbiri gereksiz ya da önemsiz değildir. Kaydedilmiş her bir bilginin davranışın anlaşılmasında önemli olduğunu düşünürler.

Sürece Yönelik: Nitel araştırmacılara göre davranışın nasıl ve neden olduğu önemlidir. Nitel araştırmacılar, davranışın gerçekleştiği sürece dikkat ederler. Amaçları, araştırmaya katılan katılımcıların kendi bakış açılarını çözmeye çalışmaktır.

Tümevarımcı Veri Analizi: Nitel araştırmacılar hipotezlerini ilk başta kesin olarak ortaya koymazlar. Veriler toplanır sonra tümevarım yolu ile bu veriler sentezlenir.

Katılımcının Bakış Açısı (Araştırmacının Katılımcı Rolü): Nitel araştırmacılar gerçeği anlamaya çalışırken çalışmış oldukları ve gördükleri sürecin bir parçası olarak davranırlar.

Araştırma Desenlerindeki Esneklik: Nitel araştırmacıların çalışmayı yürütürken bir deseni vardır. Araştırmaya başlamadan önce belli bir araştırma deseni belirlemezler. Çalıştıkları konu ile ilgili veriler elde ettikçe bilgileri öğrendikçe çalıştıkları konuyu daha iyi tanımlamaya başlarlar. Desen alışma sırasında yavaş yavaş olur (Büyüköztürk vd. 2016: 245-247).

Nitel araştırma yönteminin özellikleri, avantajları, araştırma sorusuna uygunluğu, çalışmanın konusuna hizmet etmesi bu yöntemin tercih edilmesinin nedenlerindedir. Derinlemesine görüşme yöntemi ile yapılış bu çalışma, tüm girişimci kadınlar ve onların özel alanı hakkında genelleme yapmayı amaçlamamaktadır; amaç veri doğunluğunu sağlamaktır. Derinlemesine görüşme yöntemi kadınlarla birebir ilişki kurulmasını sağlamıştır. Bu yöntem bir ankette ulaşılmasının mümkün olmadığı bilgilere ulaşılmasını sağlamıştır Nitel araştırmanın en önemli özelliği olan bağlam ve olguları derinlemesine irdeleme imkanı, bu araştırmanın amacına hizmet edeceğinden nitel yöntem kullanılmıştır. Araştırmada, kadınların kamusal ve özel alandaki tecrübelerini “nasıl” değerlendirdikleri anlamaya çalışılmıştır,

“nasıl” ve “neden” sorularına en doğru yanıtları nitel araştırma yönteminin vereceği düşünülmüştür. Görüşme sorularının açık uçlu olması, katılımcıların hissettiklerini kendi cümleleriyle ve özgün bir biçimde yanıtlama olanağı sağlamıştır.

5.1. Araştırma Modeli

Nitel araştırma deseni, araştırmanın yaklaşımını belirleyen ve çeşitli aşamalarının bu yaklaşım çerçevesinde tutarlı olmasına rehberlik eden bir strateji olarak tanımlanabilir. Nitel araştırma desenleri araştırma davranışlarının birbiriyle tutarlı ve amaca yönelik bir şekilde olması bakımından araştırmacıya yardımcı olur (Yıldırım ve Şimşek 2005: 69). Bu çalışma nitel araştırma yönteminin alt desenlerinden olan “olgubilim” deseni ile oluşturulmuştur.

Olgubilim: Olgubilim deseni, farkında olduğumuz fakat derinlemesine bilgi sahibi olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bize tamamen yabancı olmayan ama tam anlamını kavrayamadığımız olguları çalışmak için olgubilim (fenomenoloji) uygun bir çalışma zemini oluşturur. Olgubilim çalışmaları veri analizi, deneyimleri ve anlamları ortaya çıkarmaya yöneliktir (Yıldırım ve Şimşek 2005: 72).

5.2. Evren ve Örneklem

Bir araştırma için evren, soruları cevaplamak için ihtiyaç duyulan verilerin elde edildiği canlı ya da cansız varlıklardan oluşan büyük gruptur. Bu araştırmanın evrenini Bolu ilindeki kadın girişimciler oluşturmaktadır. Örneklem, özellikleri hakkında bilgi toplamak için çalışılan evrenden seçilen onun sınırlı bir parçasıdır (Büyüköztürk 2016: 80-81). Araştırmanın örneklemini ise Bolu ili Merkez ilçesinde faaliyet gösteren evli ve çocuk sahibi girişimci kadınlar oluşturmaktadır. Girişimci kadınların; eşleri, akrabaları, çocukları ile olan ilişkileri, hanelerindeki iş bölümü, kararlardaki katılım ve özel alandaki deneyimlerinin girişimciliklerine yansımaları toplumsal cinsiyet bakış açısı ile anlamaya çalışılmıştır. Bu nedenlerle özellikle hem evli hem çocuk sahibi olan girişimci

kadınlar örnekleme dahil edilmiştir. Örneklem toplamda 12 evli ve çocuk sahibi girişimci kadından oluşmaktadır.

Örneklem grubu oluşturulurken kadınların aşağıdaki niteliklere sahip olmasına dikkat edilmiştir:

- Ev dışı bir mekanda kendi üstüne bir iş yeri olan,
- Bolu Esnaf ve Sanatkarlar Odası ya da Bolu Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı olan,
- Kurmuş olduğu iş yerinde tek başına ya da istihdam etmiş olduğu başka kişilerle çalışıyor olan,
- Herhangi bir malı üreten veya üretilmiş olan bir malın dağıtım, pazarlama ve satışını yapan,
- İş ile ilgili bağlantı kurması gereken kuruluşlarla kendisi ilgilenen,
- İş ile ilgili konularda kendisi karar veren,
- Kazancı üzerinde söz sahibi olan.

Örneklem grubu seçilirken girişimci kadınların yukarıdaki özelliklere sahip olmalarının yanı sıra zengin veriler elde edilmesi açısından faaliyet gösterdikleri işletmelerinin farklı sektörlerden olmasına da dikkat edilmiştir.

Araştırmanın problemine yönelik zengin bilgi kaynağı olabilecek bireylerin saptanmasında etkili olabilmesi amacı ile kartopu diğer adı ile zincir örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Kartopu veya zincirleme örnekleme; kişiden kişiye, kişiden de durumlara ulaşarak farklı olguları açıklayabilmektir (Baltacı 2018: 246). Bu yöntem ile süreç ilerledikçe elde edilen isimler aynı kartopu gibi artmıştır. Araştırma süreci içinde ilk başlarda ulaşılan kişilerden yola çıkılarak listeye daha fazla kadın dahil edilmiş ve liste kartopu gibi büyümüştür (Yıldırım ve Şimşek 2005: 111). Bu örnekleme yönteminde örneklem oluşturma süreci araştırmanın yapılacağı kişilerden bir tanesine ulaşarak başlamaktadır. İlk katılımcı ile yapılan görüşme sonucunda katılımcının önereceği diğer kişilere ulaşılmaktadır. Bu şekilde katılımcı sayısı artarak süreç ilerlemektedir. İlerleyen

süreç bir zaman sonra belirli bireyler üzerine odaklanıp örneklem oluşturmayla sona erer (Başaran 2017: 492).

5.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmalar, veri toplama tekniklerine göre görgül (ampirik, gözleme dayalı) ve belgesel (doküman) araştırmalar olmak üzere ikiye ayrılır. Görgül araştırmalar, araştırmaya yönelik ihtiyaç duyulan bilgileri anket, gözlem ve görüşme gibi yöntemlerle toplayan çalışmalar iken belgelere- dokümana dayanan çalışmalar; kitaplar, gazeteler, raporlar gibi kaynaklardan elde edilen verilerin analizine dayanan çalışmalardır (Büyüköztürk 2016: 13).

Girişimci kadınları temel alan bu çalışmada veri toplama tekniklerinden görgül bir yöntem olan derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılar ile görüşülürken gözlem formu hazırlanmamakla birlikte gözlem tekniğinden de yararlanılmıştır. Araştırma problemi hakkında derinlemesine ve ayrıntılı bilgi elde etmek amacıyla görüşme yöntemi tercih edilmiştir.

Görüşme, en az iki kişi arasında sözlü bir şekilde gerçekleştirilen bir iletişim sürecidir. Görüşme belirli bir araştırma konusu hakkında derinlemesine bilgi elde edilmesini sağlar (Büyüköztürk 2016: 153). Bir veri toplama yöntemi olan görüşme; bireylerin verilerini, görüşlerini, deneyimlerini ve duygularını ortaya koyabilmesi açısından güçlü olması nedeni ile tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek 2005: 127).

Bu çalışmada girişimci kadınların özel alana yönelik deneyimlerini, işe başlama hikayelerini ve süreçlerini anlamaya yönelik derinlemesine görüşmede kullanılmak üzere 40 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme soruları toplam üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kadınlara eğitim düzeyi, yaş, doğum yeri, anne ve babalarının mesleği, kaç çocukları olduğu, eşlerinin mesleği, yaşı ve eğitim düzeyi gibi haklarında bilgi sahibi olunacak sorular yöneltmiştir, ikinci bölümde araştırma konusuna yönelik olarak özel alandaki tecrübelerinin

anlamlandırabileceği sorular yöneltmiştir ve üçüncü bölümde; işe başlama hikayelerini, süreçlerini ve kamusal alandaki etkinliklerini anlamaya yönelik sorular yöneltmiştir. Görüşme formu hazırlanırken sorunların kolay anlaşılır, sade, yönlendirmekten kaçınan, anlam hatası oluşturmayacak şekilde hazırlanmasına dikkat edilmiştir. Sorular hazırlanırken akademik ve teknik bir dilden uzak, görüşülecek bireylere uygun ifadeler kullanılmıştır. Cevapları evet ve hayır olabilecek sorulardan kaçınılmış ve görüşmecilerin ayrıntılı konuşmasını teşvik edecek yönde sorular hazırlanmıştır.

Görüşmeler, kadınların işletmelerine gidilerek orada gerçekleştirilmiştir. Kadınlardan üç tanesi ile görüşme ilk görüşte yapılmıştır dokuz tanesi ile görüşmeler onlardan uygunluk durumlarına göre gün ve saat olarak yapılmıştır. Katılımcılar ile bağlantı kurulduğunda çalışmanın amacı hakkında detaylı bilgi verilmiştir. Araştırmanın nerede kullanılacağı ve görüşmelerden elde edilen bilgilerin nasıl kullanılacağı açıklanmıştır. Görüşmeler hiçbir zorlama olmadan tamamen gönüllülük esasına uygun bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Kadınlar ile yapılan derinlemesine görüşmeler 1-2 saat arasında sürmüştür. Görüşmelerin süresinin daha fazla uzatılmamasının sebebi görüşülen kadınların zamanlarına karşı hassas davranılmasındandır. Görüşme sırasında kayıt cihazı kullanılmamış, not alma tekniği ile veriler kaydedilmiştir. Görüşme sırasında elde edilen saha görüşme notları aynı gün içerisinde temize geçirilmiş ve bilgisayara kaydedilmiştir.

Görüşmede ele alınan temaların listesi şu şekildedir:

1. Kadınların hayat hikayeleri ile ilgili sorular: Eğitimleri, nerede doğdukları, anne ve babalarının mesleği, evlenme yaşları, kaç çocuk sahibi oldukları gibi.
2. Evlilik ve eşleri ilgili sorular: Ne tür evlilik yaptıkları, evliliğin nasıl bir deneyim olduğu, eşlerinin mesleği ve eğitim düzeyi gibi sorular.
3. Çocukları ile ilgili sorular: Çocuk sahibi olma kararını nasıl verdikleri, çocuklarının planlı mı plansız mı oldukları, çocuklarına doğduklarında kimin baktığı, çocuklarına kendileri dışında birileri tarafından bakıldı ise bunun için tepki alıp almadığı, çocuk sahibi olmanın onlar için ne anlam ifade ettiği

sorulmuş görüşmenin bu kısmında annelik kimliği inşası hakkında bilgi alınmaya çalışılmıştır.

4. İşleri ile ilgili sorular: İşe başlama hikayeleri, girişimcilik yapmaya nasıl karar verdikleri bu süreçte ailelerinin ne tür tepki verdikleri, işe başlarken sermayeyi nasıl sağladıkları, iş ile ilgili en büyük sorunlarının ne olduğu, girişimciliği başka kadınlara önerip önermedikleri gibi sorular.
5. Katılım ile ilgili sorular: Kararlara katılım ile ilgili sorular, eve veya kendilerine bir şey almak istediklerinde bunun kararını nasıl verdikleri, iş yerlerindeki bütçe yönetimine eşinin dahil olup olmadığı, aile içinde ellerine yüklü bir para geçerse bunun kullanım sürecinin nasıl olacağı gibi sorular.
6. Evdeki iş bölümü ile ilgili sorular: Temizliğin, yemeğin kimin tarafından yapıldığı, eşin bu süreçteki rolü, eşlerinin ve kendilerinin hangi işleri yaptıkları gibi sorular.

5.4. Görüşme Verilerinin Analizi

Çalışmanın konusu ve elde edilen verilerin özelliklerinden yola çıkılarak görüşme verilerinin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Bu yaklaşıma göre ortaya çıkan veriler, önceden belirlenmiş temalara göre yorumlanır. Bu analizde görüşülen kişilerin düşüncelerine doğrudan yer verilir. Bu analizde amaç, elde edilen verileri düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde ortaya koymaktır (Yıldırım ve Şimşek 2005: 224).

Betimsel analiz tekniği dört aşamada gerçekleşir:

1. Çerçeve oluşturma: Araştırma sorularından, kavramsal çerçeveden ve görüşme sonuçlarından elde edilen veriler ile çerçeve oluşturulur. Oluşturulan çerçeve ile temalar belirlenir.
2. Verilerin işlenmesi: Veriler okunur düzenleme yapılır. Veriler mantıklı bir şekilde bir araya getirilir. Burada, sonuçlar yazılırken kullanılacak olan alıntılar da belirlenir.

3. Bulguların tanımlanması: Veriler tanımlanır ve gerektiğinde doğrudan alıntılar kullanılır. Tanımlamada veriler kolay anlaşılabilir, okunabilir olmalıdır tekrarlardan uzak durulmalıdır.
4. Bulguların yorumlanması: Tanımlanmış olan bulguların yorumlanması, açıklanması burada yapılır (Yıldırım ve Şimşek 2005: 224).

Veriler sunulurken görüşmecilerin gerçek isimleri kullanılmamıştır, kadınlara takma isimler verilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler tekrar tekrar okunarak araştırma konusuna uygun bir şekilde kodlar oluşturulmuş daha sonra bu kodlamalar dikkate alınarak sentezleme yapılmış ve bulgulara ulaşılmıştır. Daha açık ve anlaşılır olması amacıyla görüşme yapılan kişilerin görüşleri doğrudan alıntılanarak betimlemeler zenginleştirilmiştir. Verilerden yola çıkılarak birtakım yorum ve çıkarımlarda bulunulmuştur. Görüşmelerden elde edilen veriler feminist kuram üzerinden tartışılmıştır.

5.5. Araştırmanın Etik Boyutu

- Etik, çeşitli meslek dallarında tarafların uyması veya kaçınması gerekli olan davranışlardır.
- Bilim etiği, bilim insanlarının bilim yaparken uyacağı ahlaki talepleri yansıtmaktadır.
- Araştırma etiği, bilimsel bir araştırmanın planlama ve yürütülmesi sürecinde uyulması gereken ahlaki ve bilimsel ilkelerdir (Büyüköztürk 2016: 36).

İnsanların deneyimlerini araştırırken, araştırmacı araştırdığı kişilerle bir ilişkiye girer. Sosyal araştırmanın etiği, araştırmacının bu ilişkideki sorumluluklarının doğasıyla ya da insanlar hakkında yapılması gereken ya da yapmaması gerekenlerle ilgili olmalıdır (Marvasti 2004: 133).

Araştırma, planlama aşamasından sonuç aşamasına kadar etik kurallara uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler gerçekleştirilirken etik davranmaya özen

gösterilmiştir. Görüşülen bireylere saygılı davranılmış hiçbir zorlamada bulunulmamıştır. Bulguların analizinde dürüstlük ve açıklık kurallarına uyulmuştur ve kadın girişimcilerin gerçek isimleri verilmeyip kod isimler kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde sonuçlar yansız bir şekilde, veriler değiştirilmeden aktarılmıştır. Araştırmanın teorik kısmında ve diğer bölümlerinde faydalanılan kaynaklar ve alıntılar belirtilmiştir.

5.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın Bolu ilinde yapılıyor olması araştırmacının öznel koşullarının uygunluğu kadar, Bolu ilinin kadın istihdamı ve kadın girişimciliği konusunda önemli bir potansiyele sahip olmasındandır. Bolu ilinde kamusal alanda kadınların görünürlüğünün dikkat çekici olması araştırmanın Bolu ilinde yapılmasını teşvik etmiştir.

Araştırmacının öznel durumu, Bolu ilinde ikamet etmesi, Bolu ilinde eğitimini devam ettirmesi ve kadın girişimciler ile iletişim kurma konusunda ulaşılabilirliğinin kolay olmasındandır.

Bu çalışma, Bolu ilinin tamamında yapılmamış yalnızca Merkez ilçesinde ve küçük ölçekli işletmelere sahip girişimci kadınlar ile yapılmıştır. Çalışmanın Bolu Merkez'de yapılması araştırmanın temel sınırlılığdır. Diğer bir sınırlılık görüşmeci sayısıdır. Görüşme yapılmadan önce belli bir sayı ile hareket edilmemiştir. Görüşmeler sırasında elde edilen veriler kendini tekrarladığında görüşmeler bırakılmıştır.

VI. BÖLÜM

6. BULGULAR

Bolu Esnaf ve Sanatkarlar Odası'ndan edinilen verilere göre Bolu ilinde 1674, Merkez ilçesinde 1231 kadın girişimci bulunmaktadır. Geri kalan kadın girişimciler Bolu'nun diğer ilçelerinde dağılmış haldedir. Bolu ilindeki kadın girişimci oranına bakıldığında en fazla kadın girişimcinin Merkez ilçede bulunduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin Merkez ilçede yoğunlaşması Bolu'daki diğer ilçelerin Merkez ilçe kadar fazla nüfusa sahip olmaması ve sosyo-ekonomik açıdan yeterince gelişmemiş olmasından kaynaklanmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde Bolu Esnaf ve Sanatkarlar Odası'na veya Bolu Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı 12 girişimci kadınlar ile yapılan derinlemesine görüşmeler sonucu elde edilen bulgular yer almaktadır. Görüşme yapılırken Merkezdeki bütün kadın girişimcilere ulaşmak hedeflenmemiştir. Görüşme sonucu elde edilen veriler kendini tekrarladığında araştırmanın saha çalışması bitirilmiştir. Bulgular kısmında kadınlara takma isimler verilmiş, katılımcıların gerçek isimleri kullanılmamıştır. Araştırma kapsamında ev dışında kendi adına bir işletmesi olan ve kendi başına ya da yanında istihdam ettiği çalışanlar ile birlikte faaliyet gösteren kadın girişimciler bulunmaktadır. Bulgular kısmı üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde örnekleme dahil olan kadın girişimcilere ve onların eşlerine ait demografik veriler yer almaktadır. İkinci bölüm, görüşülen kadın girişimcilerin girişimcilik deneyimlerinin ve süreçlerinin çözümlendiği bölümdür ve üçüncü bölüm; kadın girişimcilerin özel alanlarındaki tecrübelerinin yer aldığı, toplumsal cinsiyete bağlı rollerinin belirlendiği, çocukları ve yakın akrabaları ile olan ilişkileri ve bu ilişkilerin onların girişimcilik süreçlerine olan etkilerinin anlaşılmasına çalışıldığı bölümdür.

6.1. Demografik Veriler

6.1.1. Kadın Girişimcilere Ait Demografik Veriler

Girişimci kadınların demografik verileri, onların işlerini kurarken ve işlerini devam ettirme süreçlerinde önemli birer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bolu'daki kadın girişimcilerin profillerinin belirlenmesi amacıyla bu veriler dikkate alınmıştır.

Tablo 6.1: Kadın girişimcilerin demografik özellikleri.

Kadın Girişimci	Yaş	Doğum Yeri	Çocuk Sayısı	Eğitim Düzeyi	Aile Yapısı	Girişimcilik Faaliyet Alanı
Mine	34	Bolu	2	Ortaokul	Çekirdek	Eşarpçı
Nilgün	42	Bolu/Mudurnu	2	İlköğretim	Çekirdek	Terzi
Nurten	52	Bolu	2	Lise	Çekirdek	Ev yemekleri
Gülten	52	Bolu	4	İlkokul	Çekirdek	Tekel
Nur	62	Bolu	2	Lise	Çekirdek	Çiçekçi
Betül	35	Bolu	1	Lisans	Çekirdek	Bebek süs eşyası
Zeynep	44	Kahraman Maraş	2	Lise	Çekirdek	Butik giyim
Ece	38	Bolu	2	Lise	Çekirdek	Sürücü kursu
Didem	32	Bolu	2	Lise	Çekirdek	Butik giyim
Fatma	45	Bolu/Seben	2	Lise	Geniş	Market
Ceren	34	Bolu	2	Lise	Çekirdek	Etüt merkezi
Emel	57	Bolu	2	Lise	Çekirdek	Butik giyim

Araştırmaya katılan 12 kadın girişimcinin yaşları 32 ile 62 arasında değişmektedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğunluğunun orta yaş düzeyinde olduğu saptanmıştır. Kadın girişimcilerin girişimciliğe başlama yaşı 27-47 arasındadır. Görüşülen girişimci kadınların girişimciliğe başlama yaşı daha çok 30 ve 40'lı yaşlar olarak belirlenmiştir. Kadınların girişimci olabilmek için orta yaş beklemelerinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenler arasında daha önce ücretli bir işte çalışıp emekli olduktan sonra girişimcilik yapmak, ücretli bir yerde çalışmak için belli bir süre iş aramak, gerekli sermayeyi ancak bu yaşlarda edinebilme, başkasının yanında çalışarak deneyim sahibi olma, çocuklarını biraz büyüttükten sonra kendi iş yerlerini kurma isteği gibi sebepler kadınların girişimciliğe başlama yaşlarını orta yaşlara çekmektedir. Ecevit ve Kaptanoğlu'nun (2015: 10) Türkiye genelinde kadın girişimcilerle yapmış oldukları çalışma sonucunda kadın girişimcilerin yaş ortalaması 43 olarak çıkmış ve kadınların girişimcilik yaşamına 32 yaşından sonra başladıkları belirlenmiştir. Bolu'da kadın girişimcilerle yapılan bu çalışmanın bulguları Ecevit ve

Kaptanoğlu'nun Türkiye genelinde yapmış oldukları araştırma bulgularını destekler niteliktedir.

Örnekleme dahil edilen kadınların eğitim düzeylerine bakıldığında 1 tane ortaokul, 2 tane ilkokul, 1 tane üniversite ve 8 tane girişimci kadının lise mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Görüşmecilerden lise mezunu olan bir kadın girişimci şu anda Açık Öğretim Fakültesi'nden üniversite eğitimine devam etmektedir. Katılımcılarda lise mezunu olma durumunun fazlalığı dikkat çekmektedir. Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren yapılan araştırmalarda girişimci kadınlar çoğunlukla 30-39 yaş diliminde bulunmakta ve yarısına yakınının eğitim düzeyi lise düzeyinde kalmaktadır. Lise eğitim düzeyine sahip kadın girişimci oranının fazla olması, üniversite eğitimi sayesinde işe girememiş kadınların girişimcilik yapmayı ekonomik ve sosyal hayatla bütünleşmenin bir yolu olarak görmesiyle yorumlanabilir (Yetim 2002: 84).

Katılımcıların doğum yerleri incelendiğinde 11 kadın girişimcinin Bolu doğumlu olduğu sadece 1 kadının farklı bir il doğumlu (Kahramanmaraş) olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcılarda Bolu doğumlu olma durumunun çoğunlukta olması kadın girişimcilerde göç olgusunun yaşanmadığını, doğup büyüdüleri ilde girişimcilik faaliyetinde bulduklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin evlilik türleri incelendiğinde tüm kadın girişimcilerin resmi nikah türü ile evli oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan kadınların hepsinin çocuğu bulunmaktadır. Zaten örnekleme dahil edilen kadınların çocuk sahibi olmasına dikkat edilmiştir. Araştırmaya katılan kadınların 10 tanesinin 2 çocuk sahibi olması dikkat çekicidir. 1 kadın girişimcinin 4, 1 kadın girişimcinin 1 çocuğu bulunmakta geri kalan 10 kadın girişimcinin 2 çocuğu bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin evlenme yaşları incelendiğinde 14 ile 25 yaş arasında değiştiği tespit edilmiştir. 1 kadın girişimci 18 yaşın altında evlenmiştir diğerleri 18 üstü yaşlarda evlilik yapmıştır. 1 kadın girişimci dışında küçük yaşta evlilik yapan kadın girişimci bulunmamaktadır. 18 yaşın altında (14) evlenmiş olan kadın girişimcinin özellikleri görüşülen diğer kadınlar ile farklılık göstermektedir. Evlilik

yaşının kadınlarda pek çok durumu etkilediği görülmektedir. Diğer katılımcılar ortalama 1 ve 2 çocuğa sahipken 14 yaşında evlenen katılımcı 4 çocuğa sahiptir. Küçük yaşta evliliğin çocuk sahibi olma sayısını artırdığı varsayılmıştır.

Katılımcılara evlerinde eşlerinden ve çocuklarından başka birilerinin yaşayıp yaşamadığı sorulmuştur. 11 kadın girişimci, evlerinde eşi ve çocuklarından başka kimsenin yaşamadığını ifade etmiştir. 1 kadın girişimci kayınpederi, kayınvalidesi ve görümcesi ile birlikte yaşadıklarını belirtmiştir.

1 kadın girişimci hariç hepsinde çekirdek aile yapısının olduğu gözlemlenmiştir. Kadınlar için girişimcilik yapmada, çekirdek aile yapısına sahip olmanın avantajlı bir durum olduğu gözlemlenmiştir. Özel alana dair tüm bakım hizmetlerinin kadına ait olduğu kabul edilen toplum yapısında, geniş aile içerisine yer alan kadınların çekirdek aile yapısına sahip olan kadınlara göre yüklerinin daha da fazla olacağından ekonomik bir faaliyete katılımları da zorlaşacaktır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin ortalama 2 çocuğu olması ve çekirdek aile yapısına sahip olmaları kadın girişimcilerde modern aile yapısının oluşmuş olduğunu göstermiştir.

Örnekleme dahil edilen girişimci kadınlara annelerinin ve babalarının mesleği sorulmuştur. Kadınların hepsi annelerinin ev hanımı olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların annelerinin hiçbirisi ücretli bir işte çalışmamaktadır. 3 kadın girişimci babasının çiftçi olduğunu, 2 kadın girişimci babasının şoför olduğunu, 2 kadın girişimci babasının esnaf olduğunu, 1 kadın girişimci babasının ayakkabıcı olduğunu, 1 kadın girişimci babasının müfettiş olduğunu, 1 kadın girişimci babasının saatçi olduğunu belirtmiş ve 2 kadın girişimci de babasının mesleğini serbest meslek olarak tanımlamıştır. Kadın girişimcilerin babalarının esnaf ve zanaatkar olmalarının, kadınların girişimcilik ekosisteminde yer almalarını teşvik ettiği söylenebilir. Girişimci bir aileye sahip olmanın ya da girişimci bir yakının olması kişinin girişimci olmak istemesi ve olması noktasında etkili olabilmektedir (Tanrıverdi Bayram Alkan 2016: 8- 10).

6.1.2. Kadın Girişimcilerin Eşlerine İlişkin Demografik Veriler

Kadın girişimcilerin eşlerinin yaşları 38 ile 64 arasındadır. Girişimci kadınların eşlerinin yaşlarının çoğunluğunu 40 ve 50'li yaşlar oluşturmaktadır.

Kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim düzeyleri incelendiğinde 9 tanesinin lise mezunu, 3 tanesinin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerde ve eşlerinde lise mezunu olmanın çoğunlukta olması dikkat çekmektedir. Kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim düzeylerinin görece yüksek olması, kadınların ekonomik hayata katılmalarını teşvik eden bir faktör olduğu düşünülmektedir.

Kadın girişimcilere eşlerinin meslekleri sorulmuştur. 1 eş emlak sektöründe, 1 eş bankacı, 1 eş diş hekimi, 1 eş topograf, 1 eş memur, 1 eş kamu işçisi, 1 eş mali müşavir, 2 eş serbest meslek, 2 eşin ise esnaf olduğu ortaya çıkmıştır. Eşlerin meslekleri çeşitlilik göstermektedir. Kadın girişimcilerde eşleri ile birlikte çalışan yoktur. Örneklemeye dahil edilen kadınların iş yerlerinin kendi üzerine olması ve iş yerlerinde bizzat çalışıyor olmalarına önem verilmiştir. Eşlerde esnaflık mesleğinin azınlıkta olduğu görülmüştür. Burada, kadınların girişimci olmasında eş mesleğinin etkili olmadığı bulgusu ortaya çıkmıştır.

6.2. Kamusal Alan ve Girişimcilik Deneyimleri

Kamusal mekanların genellikle erkek egemen bir yapı ile donatılmış olduğu söylenebilir. 19. yüzyıldan itibaren kadınların yapmış olduğu faaliyetler hane içinde yer alırken ticaretin erkeğe ait olması ile kamusal alan erkeklere özgü olarak kabul edilmiştir (Aktaran: Saygılıgil 2013:209- 212).

Günümüzde halen varlığını devam ettiren geleneksel düşünce yapısına göre kadının yeri “evidir” ve kadınlar kocalarının eşi, çocuklarının annesi kimliği üzerinden değerlendirilir. Bedük'e göre kadınların toplumsal olarak belirlenmiş bu rollerine sanayileşme ve kentleşme olgusu içinde ve modernleşme sürecine de bağlı olarak farklı

sosyal roller dahil olmaktadır. Bu kaçınılmaz değişim ile kadınlar ya kendi iradeleriyle ya da ekonomik zorunluluklar sebebiyle çalışma hayatına dahil olup maddi bağımsızlığını elde edip daha özgür, bilinçli ve güçlü olma yolunda ilerlemektedir. Bu durumun sonucunda da kendi işinin sahibi olmayı düşünen kadın girişimciler ortaya çıkmıştır (Bedük 2005: 110).

Bu bölümde, toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş mekan algısına göre erkeklere özgü görülen girişimcilik alanında kadınların kendilerini nasıl inşa ettiklerini ve inşa süreçlerindeki deneyimleri anlaşılmasına çalışılmıştır.

6.2.1. Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Hikayeleri

Girişimcilik sürecinin ilk ve en önemli aşaması, kendi işletmesini açma isteğine ve motivasyonuna sahip olmaktan geçmektedir. En yaratıcı iş fikrine ve sermayeye sahip olursa bile kilit unsur olan motivasyon ve heves eksikse ya da yoksa girişimcilik faaliyetinin üstesinden gelmek kolay olmaz (Tanrıverdi, Bayram ve Alkan 2016: 5).

Türkiye’de kadınları girişimcilik yapmaya yönlendiren etmenlerin başında, ülkenin makroekonomik koşullarının aileler üzerinde yaratmış olduğu olumsuz etkilerinden kurtulmak amacıyla küçük işyeri kurma girişimleri gelmektedir. Kadınlar bu olumsuz durum karşısında iki seçeneğe başvurmaktadır. Birincisi, kadınlar haneye ek gelir sağlamak amacıyla kendi çabaları ile iş yerleri kurmaktadır. İkinci olarak, kadınlar herhangi bir ücretli işte çalışmak istemektedirler. Fakat başvurulan işlere uygun görülmeyen kadınların iş bulamamaları ve buna bağlı olarak kendi hesabına çalışma, ücretli bir iş yerinde iş arayıp bulamayan kadınların başvurdukları bir seçenek olarak karşımıza çıkmaktadır (Keskin 2014: 86).

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere girişimcilik sürecinde yaşadıkları tecrübeler, bu süreci nasıl değerlendirdikleri ve girişimcilik düşüncesinin nasıl oluştuğu sorulmuştur.

2 katılımcı, girişimciliğe başlamadan önce aynı sektörde çalıştığını fakat patron olarak değil çalışan olarak bulunduğunu deneyim kazandıkça kendi iş yerini kurup, kendi işinin patronu olmak istediğini belirtmiştir.

Mine:

“Tezgahtardım aynı işte... 25 yaşında falan. Orda 2 sene çalıştım. Sonra iş yaptığımız firmalar bana durma kendi iş yerini aç dediler. Bu dükkan arkadaşımı devrediyordu o zaman. Ona bana devret dedim ve 8 yıldır buradayım. Zaten çalışandım. Sonra patron oldum. 25 yaşında çalışmaya başladım 32 de falan kendim başladım.”

1 kadın girişimci ise küçüklüğünden beri aklında hep ticaret yapmak olduğunu, girişimciliğe çok isteyerek başladığını söylemiştir.

Emel:

“Ticaret lisesi mezunuydum. Hep ticaret ile uğraşmak istiyordum. İlkokuldan beri hep aklımda ticaret vardı. Babamın işinden dolayı ondan esinlendim. Evlenince çocuklarımı büyütürken ben hala ne işi yapmalıyım diye düşünüyordum. Dikiş dikmeyi biliyordum. Kafamda hep ticaret vardı. Küçük bir dükkan satılıktı. Bolu’da hiç olmayan bir şeyi getireceğim diyordum. Neden bir kadın dükkan aramıyor diye düşündüm. Kaliteyi, bakımı çok seviyorum. Erkek esnaflar düzensiz, bakımsız, özensiz. Ben de yapacağım dedim. Benden müşteriler çıkarken mutlu çıkmalı. Baba o dükkanı bana alalım dedim. Çamaşır dükkanı yapmak istedim. Bolu’ya ilk markalı çamaşır getiren benim. İlk kom, ayyıldız kutulu çamaşır ben getirdim. İyi şeyler getirirdim. Öyle işimi yaptım... 31 senedir hiç çizgimden şaşmadım. Konferanslara çağırılıyor girişimci kadın olarak.”

1 katılımcı da şu anki iş yerinin önceden eşinin üstüne olduğunu sonra kendisinin isteği üzerine eşinin kendisinin üstüne yaptığını ve çalıştığını ifade etmiştir.

Fatma:

“Eşimin iş yeri vardı zaten. Elemana ihtiyacı vardı. Ben de yapabilirim dedim. Sonra benim üstüme oldu iş yeri ve ben çalışmak istedim eşim de başka şube açtı. Burada ben bulunuyorum.”

Butik sahibi olan bir kadın girişimci iş yerini açmadan önce bu işi evinde internet üzerinden yürüttüğünü ve aynı sektörde daha önce de başkasının yanında çalıştığını ifade etmiştir.

Didem:

“Daha önce evde bu işi yapıyordum... İnternet üzerinden satış yaparak bu işi yapıyordum. Daha sonra dükkan açayım dedim. Bekarken de 6 yıl çalışmıştım.”

Araştırmaya katılan bir kadın girişimci ise hobisini ekonomik faaliyete dönüştürmüştür. Hane içinde yapmış olduğu uğraşını bir iş yeri açarak, para karşılığı değerlendirmek istemiştir.

Betül:

“Ben aslında evde kızım için toka yapıyordum. Yeteneğim vardı... Bununla devam edemeyeceğimi düşündüm ve dükkan açayım dedim.”

1 kadın girişimci ise girişimciliğe kendi isteğiyle başlamadığını, babasından kalan işi devam ettirdiğini ifade etmiştir.

Ece:

“İsteyerek değil... Babam açmıştı sürücü kursu İstanbul’da. Babamla Bolu’ya taşındık. Kendi iş yerimizdi. İşler iyiydi. Sonra abimler babamla bana devretti. Benim planladığım bir şey değildi.”

1 kadın girişimci daha önce başkalarının yanında çalıştığını fakat zamanla başkalarından emir almanın onu rahatsız ettiğini bu nedenle kendi iş yerini açtığını ifade etmiştir.

Zeynep:

“Özelde çalıştım bir dönem. Belli bir yaştan sonra kendinden küçük insanların emri altına girmek istemedim. Kendi işimi yapmak istedim. Elemansız yapabileceğim bir iş olarak bunu düşündüm. Öyle başladım.”

Diğer katılımcılar da ekonomik sebepler nedeniyle ve kendi işlerini yapmak istediklerinden dolayı girişimciliğe başladıklarını belirtmişlerdir.

Bir kadın girişimci ise kamudan emekli olduktan sonra kendi iş yerini açtığını ifade etmiştir. Adliyeden emekli olduğunu ve emekli olduktan sonra bu iş yerini açtığını söyleyen katılımcı kendi iş yerini açma nedenini maddi zorluklara bağlamıştır.

Nurten:

“Ben de diğer emekliler gibi dünya turu yapmak isterdim ama okuyan 2 çocuğum var onlara bakmak zorundayım.”

Kadın girişimcilerin hangi sebeplerle kendi işletmelerini kurdukları literatürde iki başlık altında incelenmiştir. Bu sebepler kadınları girişimciliğe iten sebepler ve girişimciliğe çeken sebeplerdir. Girişimcileri harekete geçiren ve girişimcilerde bulunan kişisel özelliklerin kadınları girişimciliğe yönlendirmesi girişimciliğe çeken faktörlerdir. Hırs, kendini gerçekleştirme arzusu gibi duygular bireyleri girişimciliğe çeken faktörlerdir. Fakat ekonomik şartlardan kaynaklı, ülkenin kriz durumundan dolayı, ücretli bir yerde iş bulamama gibi durumlar kişileri girişimciliğe iten faktörlerdir (Yılmaz ve Kurşun 2017: 239).

Kadınların girişimcilik hikayelerini dinlediğinde onları girişimciliğe yönlendiren faktörlerin çeşitlilik gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu faktörler daha çok kadınları girişimciliğe çeken faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınlarda ekonomik zorunluluklardan kaynaklı ya da ücretli bir yerde iş bulamama durumundan dolayı girişimciliğe yönelme düzeyinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Girişimci kadınlar daha çok kendi işlerini yapmak istediklerinden dolayı girişimciliğe yönelmişlerdir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerde onları girişimciliğe iten ve çeken faktörler şu şekilde gösterilmiştir.

Tablo 6.2: Kadınları girişimciliğe motive eden durumlar.

Kategoriler	Nedenler	Katılımcılar
İten Faktörler	Ekonomik sorunlar	Gülten
	Ekonomik sorunlar	Nur
	Ekonomik sorunlar	Nurten
	İş yerinin aileden kalması, isteyerek değil	Ece
Çeken Faktörler	Kendi işini yapma isteği	Mine
	Kendi işini yapma isteği	Nilgün
	Hobisini ekonomik faaliyete dönüştürme	Betül
	Kendi işini yapma isteği	Zeynep
	Kendi işini yapma isteği	Didem
	Fırsatı değerlendirme	Fatma
	Fırsatı değerlendirme	Ceren
	Hiç olmayan bir şeyi Bolu'ya getirme	Emel

Katılımcıların bir kısmının daha önce ücretli işlerde çalıştığı araştırmanın bulguları arasındadır. Bu kapsamdaki kadınlar kendi iş yerlerini açmadan önce açtıkları işle ilgili alanlarda daha önce ücretli olarak çalışmışlardır. Kadınlar daha önce ücretli işlerde çalışarak bu durumu kendi işlerini kurmada bir basamak olarak kullanmışlardır. Literatürde, Türkiye'deki girişimci kadınların iş kurma sebepleri şu şekilde açıklanmıştır:

- Zamanı kendine göre kontrol edebilme sonucu çocukları ile daha fazla ilgilenebilmek, daha önce çalışmış olduğu iş yerinde hak ettiği konuma gelememesi sonucu kendi iş yerini açma, kadınların kendilerinin patronu olma isteği (Güney 2008: 250).

Soysal'ın Kahramanmaraş ilinde kadın girişimciler ile yapmış olduğu çalışma bulgularına göre ise kadınların girişimci olma nedenleri önem sırasına göre şu şekilde belirlenmiştir; ekonomik özgürlük elde etme, hane halkı gelirin katkıda bulunma, başkalarının emri altında çalışmayı istememek son ve en az önemli olan ise almış olduğu eğitim doğrultusunda girişimcilik yapmak (Soysal 2010: 85).

Bolu ilinde kadın girişimciler ile yapılan bu çalışmanın bulguları Güney'in ve Soysal'ın araştırma bulgularını destekler niteliktedir ve kadınlar büyük ölçüde benzer nedenlerle girişimciliğe başlamışlardır.

6.2.2. Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Özellikleri

Kadınlar, toplumdaki cinsiyetçi kalıplara göre becerilerini geliştirdiklerinden genellikle hizmet sektöründe faaliyet göstermekte; sağlık, gıda eğitim, tekstil gibi alanlarda işlerini kurmaktadır (Kılınç Savrul ve Akyüz 2016: 167).

Araştırmaya katılan tüm kadın girişimcilerin işletmeleri kendi üzerinedir. Kadınların çoğu iş yerlerinde eleman istihdam ederken bir kısmı da kendi başına elemansız olarak çalışmaktadır.

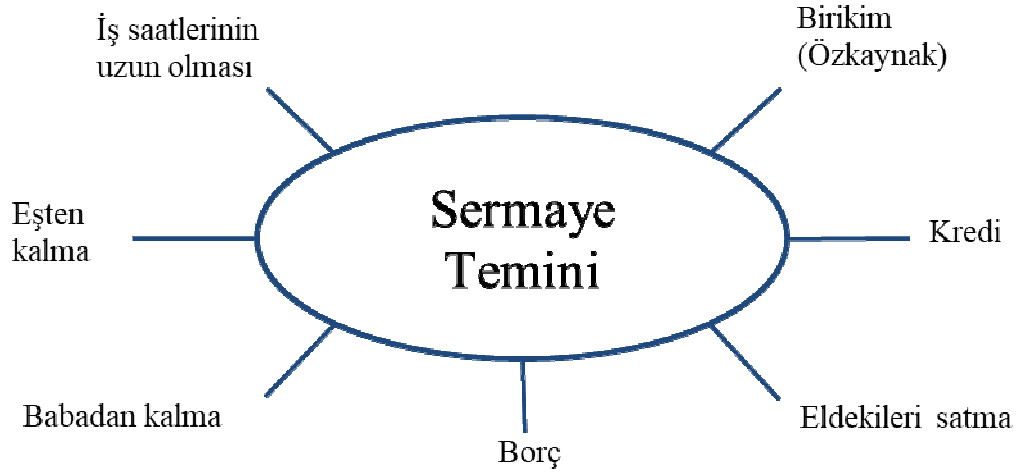
Görüşülen girişimci kadınların faaliyet gösterdikleri alanlar içerisinde; eşarpçılık, terzi, ev yemekleri, tekel bayi, çiçekçilik, bebek süs eşyaları malzemeleri, butik giyim, sürücü kursu, market, etüt merkezi bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan 12 girişimci kadının işletmeleri mikro ve küçük ölçekli işletmelerdir. Girişimci kadınların hepsi hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Kadın girişimcilerin işletmelerinin mikro ölçekli olmasının nedeninin, kadınların sermayelerinin yetersizliği ve imkanlarının kısıtlılığı ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca kadınların iş yaşamı ve aile yaşamı arasındaki dengeyi kurabilmek için ve hane içindeki sorumluluklarını aksatmamak için daha büyük ölçekli işlere girişmedikleri varsayılmıştır.

6.2.3. Sermaye Temini

Kadınların iş yerlerini kurarken gerekli olan sermayeyi temin etme şekilleri, onların formel ve informel kaynakları kullanma biçimini göstermektedir. Görüşülen girişimci kadınlar kurumsal kaynaklı kredileri tercih etmek yerine çoğunlukla kendi öz kaynaklarıyla ya da aile bireylerinden, akraba ve eş dosttan almış oldukları yardımlar aracılığıyla iş yerlerini kurmuşlardır.

Katılımcılara, iş yerlerini kurarken gerekli olan sermayeyi nasıl temin ettikleri sorulmuştur.



Şekil 6.1: Girişimci kadınların gerekli olan sermayeyi temin etme şekilleri.

Mine :

“Biraz birikimim vardı biraz da babam destek çıktı.”

Nurten:

“Kredi çektim.”

Gülten:

“Evi arabayı sattım.”

Nur:

“Arkadaşlarımdan borç istedim.”

Betül:

“Elimde olan para ile.”

Zeynep:

“Sermaye teminimi eşimden sağladım.”

Ece:

“İş yerim babamdan kalma.”

Didem:

“Eşim ve kredi.”

Fatma:

“Vardı zaten eşimden devraldım iş yerini.”

Ceren:

“Ailem yardımcı oldu.”

Emel:

“Belirli bir birikimim vardı.”

Kadın girişimcilere, gerekli olan sermayeyi nasıl temin ettikleri sorulduğunda sermaye teminini daha çok kendi birikimleriyle ve aile, eş desteği ile sağladıkları ortaya çıkmıştır. Soysal’ın (2010: 91) Kahramanmaraş ilinde girişimci kadınlar ile yapmış olduğu araştırma sonucunda girişimci kadınlar işyerlerini çoğunlukla bireysel çabaları ve eş dosttan borç alarak aile dışındaki ortaklardan ziyade aile ve eş desteği ile kurdukları ortaya çıkmıştır. Bolu’daki araştırma sonucu da Soysal’ın çalışma bulgularını desteklemektedir. Girişimci kadınlar iş kurma aşamasında işleri ile ilgili konularda aile, arkadaş, akraba gibi sosyal destek mekanizmalarından faydalanmışlardır. Dolayısıyla sosyal sermaye, girişimci kadınların amaçlarına ulaşmasını kolaylaştıran önemli bir unsurdur. Kadın girişimcilere ailelerinin ve eşlerinin destek çıkması onların kadınları girişimcilik yapma konusunda desteklediklerini göstermektedir.

Dikkat çeken bir nokta da sermaye temininde kredi çeken kadın sayısının beklenenden az olmasıdır. Kadınların krediye pek yönelmedikleri daha çok sosyal bağlantılarını harekete geçirdikleri görülmektedir. Kadınların banka gibi formel kurumlardan daha çok sosyal çevrelerine güvendikleri anlaşılmaktadır. Ülkede kadın girişimcileri destekleyen projelerin bulunmasına rağmen kadınların bu kurumlardan değil de ailelerinden destek almaları, kadın girişimcilerin bu projelerden haberdar

olmadıklarını ya da bu tür projelere güvenmediklerini göstermektedir. Girişimci kadınlar için eşleri ve aileleri işlerini kurma süreçlerinde önemli sosyal destek mekanizmalarıdır.

6.2.4. Kadın Girişimcilerin İşe Başlama Sürecinde Yararlandıkları Bilgi Kaynakları

Örnekleme dahil olan girişimci kadınlara girişimciliğe başlarken bu konudaki bilgi kaynaklarının neler/kimler olduğu, bu konuda kimlerden destek aldıkları sorulmuştur. Girişimci kadınların bu konudaki destek mekanizmalarının yine eşleri, arkadaşları, aile bireyleri olduğu anlaşılmıştır.



Şekil 6.2: Girişimci kadınların yararlandıkları bilgi kaynakları.

Mine:

“Arkadaşım bilgilendirdi. Ondan devralmıştım. İlk başlarda İstanbul’a filan gidip birlikte ürün aldık. Bana ürün alınacak yerleri gösterdi.”

Ece:

“Babam ve ağabeylerim. Babam müfettiş olduğu için böyle yerleri teftiş ederdi öğrenmiş ben de ondan öğrendim.”

Fatma:

“Eşimden.”

Ceren:

“Kız kardeşim üniversitedeyken böyle bir yerde çalışmıştı. O ordan bilgiliydi bana da beraber açalım dedi ilk başta beraber açtık zaten. O biliyordu yani.”

Bir katılımcı ise hiçbir bilgisi olmadan işe başladığını ifade etmiştir.

Gülten:

“Hiç bilmeden bu işe girdim.”

Çiçekçi olan bir kadın girişimci bilgi kaynağı olarak çiçek sevgisini ifade etmiştir.

Nur:

“Çiçekleri çok severim bu bana etken oldu.”

Kadınlar arasında işe başlama sürecinde internetten faydalanan ve piyasayı gezip o şekilde bilgi alan da bulunmaktadır.

Betül:

“İnternette.”

Zeynep:

“Piyasayı bir dolaştım... Ürün alabileceğim yerleri dolaştım. Onlardan bilgi aldım. Birkaç esnafa bilgi amaçlı sorular sordum.”

Bir başka katılımcı ise girişimciliğe başlarken kimseden bilgi almadığını bu konuda kendi düşüncelerine, fikirlerine önem verdiğini açıklamıştır.

Emel:

“Kendi düşüncelerime önem verdim. Çocukluğumdan beri istiyordum.”

Diğer kadın girişimciler de herhangi bir yerden bilgi almadıklarını ifade etmiştir. Kadınların bilgi kaynaklarına bakıldığında bu konuda çoğunlukla sermaye temininde olduğu gibi yine sosyal mekanizmalarını kullandıkları görülmektedir. Girişimci kadınların hiçbirisinin işlerini kurarken mesleki eğitim almamaları ya da danışmanlık hizmetinden yararlanmamaları dikkat çeken bir noktadır. Görüşmelere dahil olan girişimci kadınlar kendi çabaları ile bilgi edinerek ve sosyal bağlantılarını harekete geçirerek işlerini kurmuştur.

6.2.5. Girişimcilikte Eş ve Akraba Tepkileri

Kadın girişimcilere, girişimciliğe başlarken eşlerinden ve yakın akrabalarından nasıl tepkiler aldıkları sorulmuştur. Genel olarak kadınların girişimcilik konusunda eşleri ve yakın akrabaları tarafından desteklendiği, çok fazla engel ile karşılaşmadıkları, engellenmeye çalışılsa dahi kadınların kendi kararlarına göre hareket ettikleri araştırmanın bulguları arasındadır.

Birçok kadın girişimci işlerini kurarken kimseye sormadıklarını, söylenenleri dikkate almadıklarını belirtmiştir. Kadınların kararlılıkları dikkat çekmektedir.

Mine:

“Eşim tepki gösterdi yapmamı istemedi. Ama ben inatçıyım yaptım. Arkadaş çevrem destek oldu. Güzel bir süreç geçirdim.”

Nurten:

“Kimseyi takmadım. Ben böyle bir iş yapacağım dedim ve yaptım.”

Nur:

“Kimseyi dinlemedim.”

Ceren:

“Sormadım ki kimseye. Direk yapıyorum dedim. Sonra da destek oldular.”

Diğer girişimci kadınlar da çevredekilerin tepkisiz kaldıklarını ya da bu durumu olumlu karşıladıklarını ifade etmiştir.

Fatma:

“Memnun oldular... Bi tepki almadım. Herkesin işine geldi.”

Nilgün:

“Olumsuz bir tepki yok. Yapacağım dedim. Kendim çalıştım daha önce. Ama çocuğumla çalışamazdım başkasının yanında.”

Emel:

“Eşim destekçi oldu. Ailemden de destek aldım.”

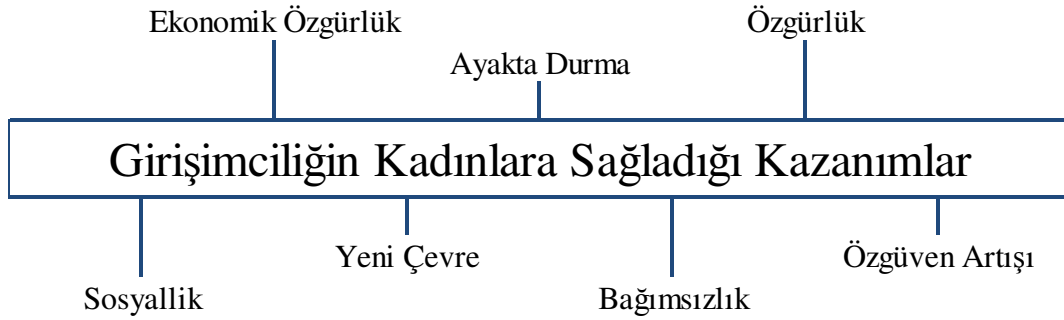
Araştırmaya katılan girişimci kadınların iş yerlerini kurarken olumsuz tepkilere pek fazla maruz kalmadıkları, kalanların da tepkileri dikkate almadıkları, kararlılıkla işlerini kurdukları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların eşleri ve aileleri kadınları engellememiş çoğunlukla da birinci derecede destekçileri olmuştur. Eşlerinin ve ailelerinin iş kurma aşamasında kadınlara verdikleri destek büyük oranda iş kurduktan sonra da devam etmiştir.

Kadınların kararlılıkları dikkat çekicidir. Ataerkil bir toplum yapısına sahip Türkiye’de kadınların karar verici olması önem arz etmektedir. Ecevit ve Kaptanoğlu’nun (2015: 15) Türkiye genelinde kadın girişimciler ile yapmış oldukları çalışmada, kadın girişimcilerin kişilik özelliklerine değinilmiştir ve çalışmanın sonucuna göre girişimci kadınların kişilik özellikleri; kararlı, hırslı ve azimli olarak belirlenmiştir. Bolu’da araştırmaya dahil olan kadın girişimcilere kişilik özelliklerine dair bir soru yöneltilmemiştir ancak görüşmelerdeki ifadelerden kadınların ortak olarak “kararlı” ve “hırslı” özelliklere sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların ifadelerine göre Bolu’da görüşme yapılan kadın girişimcilerin karakteristik özellikleri Türkiye genelindeki kadın girişimci profiline benzemektedir.

6.2.6. Girişimci Kadın Olmak

Kadının çalışması “özgürleşme” bakımından büyük ölçüde önemli bir adım olarak kabul edilmektedir. Toplumun ekonomik yaşamında kadınların çalışmasının fazla yaygın olmadığı kadınların özellikle ev işlerini idare eden ev kadını ve anne olarak sosyalleştikleri bir toplumda çeşitli şekillerle gelir sağlamalarının onlara güç kazandırabileceği kabul edilmektedir (Bedük 2005: 116).

Örnekleme dahil olan girişimci kadınlara girişimci bir kadın olmanın onlar için ne anlam ifade ettiği sorulmuştur. Verilen cevaplar daha çok girişimciliğin kendilerini özgürleştirdiği, bağımsız hissettikleri ve kendilerine iyi geldiği şeklinde gelişmiştir. Kadın girişimcilerin hepsi girişimciliğe olumlu anlamlar yüklemiş ve girişimcilik sürecindeki kazanımlarından bahsetmiştir.



Şekil 6.3: Girişimci olmanın kadınlara sağladığı kazanımlar.

Mine:

“İnsanları seviyorum... Önyargısız seviyorum. Üretmeyi, para kazanmayı, kendime de harcamayı seviyorum. Ailem için. Eşime destek olmak lazım.”

Nurten:

“Daha bağımsız. Kendi kararımı kendim veririm. Kimseye hesap vermem. Güzel.”

Nur:

“Çok şey. Ayakta durmayı öğrendim.”

Zeynep:

“Kendin bir şeyler yapabilmenin mutluluğu ayrı bir şey. Senin kurduğun bir şey de kazanmak daha mutlu edici. Yeni insanlar tanıyorum. Müşteri ilişkisi bambaşka. Bir sürü şey katıyor. Olumlu olumsuz... Hepsinden bir şey kapıyorsun.”

Didem:

“Her kadın kesinlikle çalışmalı. Özgürlük ifade ediyor.”

Fatma:

“Ekonomik olarak özgür oluyorsun. Sosyalliğin artmış oluyor. Yorucu tarafları da var. Bakış açısına göre değişir.”

Ceren:

“Özgürlük.”

Emel:

“Herkes girişimci olamaz. Beynini çocukken hazırlamalı. Hiperaktiflik olmalı. Kafanı hazırlaman lazım. Mesleğin incelikleri var. İşinin başında olman şart. Kontrol sende. Devamlı işinin başında olacaksın işini seveceksin.”

Bolu’da görüşmelere katılan girişimci kadınlar girişimciliği, kendilerini özgürleştirici bir seçenek olarak görmektedir. Yetim’in Mersin ilinde kadın girişimciler ile yapmış olduğu çalışmada kadınlar girişimciliği:

- “Özgürlük”,
- “Maddi bağımsızlık”,
- “Özgüven artışı”,
- “Sosyal çevrenin genişlemesi”,
- “Girişimci olmayla sağlanan sosyal prestij” olarak değerlendirmektedir.

Girişimci kadınlar girişimcilik yapmanın önemli bir özgürlük ve maddi bağımsızlık alanı oluşturduğunu vurgulamaktadır (Yetim 2002: 89). Eleren ve

Sadykova'ya göre de bireylerde girişimcilik eğilimi ile mutluluk ilişkisi arasında doğru orantı ve olumlu bir korelasyon bulunmaktadır (Eleren ve Sadykova 2016: 196).

Araştırmaya katılan diğer bir grup katılımcı ise bu konuyu farklı bir açıdan ele almış ve girişimciliğin kendileri için ne anlam ifade ettiğini şu şekilde açıklamıştır.

Nilgün:

“Kendi işimi yapınca çocuklarım daha rahattı. Benim için önemli olan o. Esnek oluyor çocuk konusunda avantajlı oluyor en çok onun için tercih ettim.”

Ece:

“Yabancı birinin yanında hiç çalışmadığım için bilemiyorum. Ama çocuk olunca avantajlı. Bir şey olunca çıkıp gidebiliyorum. Bir devlet dairesinde çalışsam böyle rahat olmaz.”

Araştırmaya dahil olan girişimci kadınlar girişimciliği “annelik” konusunda bir avantaj olarak görmektedir. Goffee ve Scase'in çalışması da kadınların daha çok işle beraber annelik rollerini daha iyi gerçekleştirmek için girişimci olduklarını göstermiştir (Güney 2008: 250).

Bolu ilinde yapılan çalışmanın bulguları da bu kanıyı doğrular niteliktedir. Girişimci kadınlar girişimciliği annelik üzerinden değerlendirmekte ve girişimciliğin çocuk bakma konusunda esneklik sağladığını ve bu durumun onlar için bir avantaj olduğunu dile getirmektedir. Ecevit ve Kaptanoğlu'nun (2015: 13) Türkiye genelinde kadın girişimcilerle yapmış oldukları çalışmada görüşülen kadınların dörtte üçünün evli olduğu ortaya çıkmıştır. Ecevit ve Kaptanoğlu'nun çalışma bulgularına göre kendi işini kurma kadınların evlilik rollerini ve çocuk bakım işlerini yerine getirmede daha az sınırlayıcı olmakta, kadınların aile ve iş yaşamı dengesini kurmasında olanak sağlamaktadır.

6.2.7. Örgütlü Bir Yapılanmaya Dahil Olma

Araştırmaya dahil olan kadın girişimcilere örgütlü olarak bir yapılanmaya dahil olup olmadıkları sorulmuştur. Kadınların hiçbirisinin kadın girişimcilerin oluşturmuş olduğu bir yapılanmaya dahil olmadığı ortaya çıkmıştır. Bazı girişimci kadınların “kadınlar” hakkındaki olumsuz düşünceleri dikkat çekicidir.

Mine:

“Değilim. Terziler odasına bağlıyım sadece. Kadınlar tehlikeli. Kadın kadının düşmanıdır.”

Emel:

“Kadınların en büyük düşmanı hemcinsleridir. Hemcinslerim beni çok kıskanıyor.”

Girişimci kadınların ifadelerinden kadın dayanışmasına güvenmedikleri anlaşılmaktadır. Kendilerine gelebilecek olan bir zararın erkeklerden ziyade yine bir başka kadından gelebileceğini düşünmektedirler. Ataerkil düşünce yapısı görüşülen kadın girişimciler üzerinde varlığını devam ettirmektedir.

6.2.8. Girişimci Kadınların Sorunları

Kadınlar kamusal hayatın bütün alanında olduğu gibi girişimcilik etkinliklerinde de aynı şartlarda faaliyete başlamamaktadır. Kadınların çoğunlukla bir iş yeri açmak ve bunu başarılı bir şekilde devam ettirmek için gerekli olan tecrübe, beceri ve öz güven bakımından eksik kaldığı tespit edilmiştir (Kılınç Savrul ve Akyüz 2016: 167).

Bir işletmenin yürütülmesi emek ister. Kadın ve erkek girişimciler iş yerlerini kurarken ve daha sonrasında bir takım sorunlarla karşı karşıya kalırlar. Fakat kadınlar bu ortak sorunların dışında başka problemlerle de baş etmek zorunda kalırlar. Bu sorunlar onların aileleri, eğitimleri, salt kadın olmaları, yeterli deneyime sahip olmamaları gibi sorunlardır (Güney 2008: 251-252).

Görüşülen girişimci kadınlara “girişimci bir kadın olarak en büyük sorunuz nedir” diye sorulmuştur. Kadın girişimcilerin çoğu işlerinin yorucu olmasından, çalışma saatlerinin uzun olmasından, ev işlerine yetişememekten, çocuklarına ve kendilerine yeterince vakit ayıramamaktan kaynaklı sorunlar yaşadıklarını dile getirmiştir.

Nilgün:

“İş saatleri. Çalışma saatleri uzun. Müşterilerden dolayı. Pazarları bile açtık. Para kazanmak için yapmak zorundayız.”

Ece:

“Eve geç gitmek. En büyük sorun geç gitmek. Çocuklarla vakit geçirememek.”

Nurten:

“Kendim için zaman ayıramamak. Zevk için değil ihtiyaç için bile ayıramamak.”

Zeynep:

“Kendime zaman ayıramamak. Evime yeterli zaman ayıramamak. Çok yoruluyor olmak. Kendini kısıtlıyorsun her şeyden. Zaman kısıtlı. Hiçbir sosyal hayatın yok. Planlı programlı bir iş yapamıyorsun.”

Tekel bayi işleten bir girişimci kadın ise diğer katılımcılardan farklı bir soruna değinerek girişimci bir kadın olarak en büyük sorununu şu şekilde ifade etmiştir:

“Alkol yasağı yasası beni çok bunaltıyor. Herkes özgürce işini yapsın buna imkan verilsin.”

Butik sahibi olan bir kadın girişimci de diğerlerinden farklı bir sorununu belirtmiştir. Kendini kıskananlardan kaynaklı sorun yaşadığını belirten katılımcı, bu konuda farklı bir noktaya değinmiştir.

Emel:

“En büyük sorunum kendi hemcinslerimin beni kıskanması. Seni ayağından tutup çekmek isteyenler var. En büyük sorunum onlar. Müşteri sıkıntım yok. Girişimci

olmak bir işi yönetmeye talip olmak demektir. Tek engel, yapmak isteyip de yapamayanların size çelme takmaları.”

Tablo 6.3: Girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar.

Kategoriler	Sorunlar	Katılımcılar
Kamusal	Çalışma saatlerinin uzun olması	Nilgün, Fatma
	Politik sorunlar	Gülten
Alana Yönelik	İşinin yorucu olması	Nur
	Toplumsal hayattan kısıtlanmak	Zeynep
Özel	İş yerindeki başarısını hemcinslerimin kıskanması	Emel
	İhtiyaçları için zaman ayıramamak	Nurten, Ceren
Alana Yönelik	Ev işleri	Betül
	Eve geç gitmek/Çocuklar ile vakit geçirememek	Ece

Katılımcılar çalışma saatlerinin uzun olması, kendilerine ve çocuklarına zaman ayıramamaları, evindeki ve işindeki işlere koşturmaktan dolayı yaşanan yorgunluk ve aile ile iş yaşamı arasındaki dengeyi kurmakta zorluk çektiklerini sıklıkla vurgulamıştır. Girişimci kadınlar hanelerindeki işlerin kendi sorumlulukları olduğunu kabul ettikleri için ev işlerine ve çocuklarına yeterince zaman ayıramadıklarından dolayı vicdani rahatsızlık duymaktadır.

6.2.9. Kadın Girişimcilerin Geleceğe Yönelik Planları

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere ileriki zamanlarda işletmelerini büyütmek isteyip istemedikleri ve işlerine yönelik planları olup olmadığı sorulmuştur. Kadın girişimciler arasında işlerini büyütmek isteyenler olduğu kadar istemeyenler de bulunmaktadır.

Ev yemekleri yapıp satan bir katılımcı aslında kendisinin işini büyütmek istediğini ancak eşinin bu duruma karşı olduğunu belirtmiştir.

Nurten:

“Yok eşim engel oluyor, yeter diyor. Bana kalsa Türkiye’ye pazarlamak isterim ürünlerimi.”

Bebek süs eşyaları satan bir katılımcı ise iş yerini hem konsept hem de mekan olarak büyütmek istediğini ifade etmiştir.

Betül:

“Evet organizasyon işi olarak büyütmek istiyorum.”

Butik sahibi olan bir katılımcı ise işini büyütmek isteğini şu ifadelerle açıklamıştır:

Zeynep:

“İşimi daha düzene oturtup, sadeleşip, belli bir alana yönelmek, dükkan alıp kiradan kurtulmak ve orada devam etmek isterim”

Eşarp mağazası sahibi olan girişimci kadın ise teknolojiyi kullanarak işini büyütmek istemektedir.

Mine:

“Evet, isterim ama dükkan olarak değil. Biraz da internet satışına girmek isterim. Bizim iş bitecek. Instagram satışları var artık o şekilde satışlar yapılıyor.”

Butik sahibi olan bir başka katılımcı ise 1 yıl içinde işini büyütme düşündüğünü söylemiştir. Market sahibi olan bir katılımcı, başka şubeler açarak büyütme istediğini ifade etmiştir. Etüt merkezi sahibi olan bir katılımcı ise etüt merkezini okula dönüştürme projesi olduğunu belirtmiştir.

Bir başka butik sahibi olan katılımcı ise evli olmasaydı işini büyütme düşüneceğini ancak evlilik ile bunun mümkün olamayacağını belirtmiştir. Katılımcı ayrıca ülkenin ekonomik şartlarından dolayı da büyütme düşünmediğini açıklamıştır. Evlilik ve ülkenin makroekonomik durumu bu katılımcının işini büyütmek istemesine engel olmaktadır. Katılımcı ayrıca iş yerinin büyüyünce müşteriler ile olan sıcaklığın kopacağını düşündüğünü bu nedenle de sıcak bakmadığını ifade etmiştir.

Emel:

“Evli olmasam olurdu. Şu durumu düşünürsek (ülkenin durumu) tek isteğim ayakta kalabilmek. Büyütmek istemem çünkü iş yeri büyüyünce sıcak ortam oluşmuyor. Ben müşterilerimle bire bir ilgilenmek istiyorum.”

Diğer girişimci kadınlar işlerini büyütmeyi istemediklerini hatta bir tanesi şimdiki işine zor yetiştiğini belirtmiştir. İşlerini büyütme istemeyen kadınlar hem iş yerinde hem de evde iş yüklerinin fazla olmasından dolayı daha büyük bir iş yerinin sorumluluğunu almak istememektedirler.

Nilgün:

“Yok böyle gitsin... Aynen devam. Kafa yoruculuğu yapıyor. Daha fazlasını kaldıramam.”

Katılımcılardan bir tanesi (sürücü kursu sahibi) işi ile ilgili daha fazla bir şeyin yapılamayacağını belirtmiştir. Bu nedenle büyütme istemediğini açıklamıştır.

Ece:

“Buraya daha fazla bir şey yapılamaz ki olması gereken her şey var. En fazla hocalar yaşlanır onlar değiştirilir ya da arabaların daha yenisi alınır başka bir şey yapılmaz. Onları da ihtiyaç olduğunda yapıyoruz zaten.”

Genel olarak bakıldığında kadınlarda işlerini büyütme düşüncesi mevcuttur. Kadınlar teknolojinin gücünün farkında olup internet satışlarına girmek istemektedirler. Kadın girişimcilerin işlerini büyütme, geliştirmek istemeleri çalışmaktan vazgeçmek istemediklerini göstermektedir. İşlerini büyütme istemeyen kadın girişimciler şu andaki var olan işlerine zor yetiştiklerini belirtmiştir. Kadınların iş yerlerinin dışında bir de evlerinde onlara yüklenmiş olan işler düşünüldüğünde işlerini büyütme istememeleri anlaşılmaktadır. Hanedeki ataerkil iş bölümü kadını çalışma hayatından uzaklaştırmaktadır. İş yerindeki yorgunluğun üstüne evdeki işler ve çocuk bakımı da kadının sorumluluğuna bırakıldığında bu durum kadınlar için çalışma konusunda caydırıcı olmaktadır (Naktiyok 2013: 82).

Naktiyok'un da ifade ettiği gibi evlilik yolu ile ve annelik ile kadına yüklenen sorumluluklar kadınların iş yüklerini artırmakta ve kadınların işlerine yönelik vakit kısıtlılığı oluşturmaktadır. Kadınların da ifade ettiği gibi evlilik onların girişimlerini

büyütmeye engel olmaktadır. Bu tür sorunları ve engelleri daha çok kadınların yaşaması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kadınlar üzerindeki etkisini açıkça göstermektedir.

6.2.10. Girişimci Olmayı Düşünen Kadınlara Öneriler

Kadınların ev dışında çalışmasına yönelik düşünceler toplumdan topluma kültürden kültüre göre değişiklik gösterse de bazı kültürlerde kadınların çalışması ve erkeklere ait olduğu düşünülen pazar ekonomisinde var olmaları hoş karşılanmaz, kadınların evlerinde bulunup çocuk büyütmeleri ve ev işi yapmaları beklenir. Bu kalıp yargıların az da olsa dışına çıkıp ekonomik hayata atılan kadınların düşünceleri bu konuda önem arz etmektedir. Kadın girişimcilerin, kendi işini kurmayı düşünen başka kadınlara yönelik önerilerinin kadın girişimciliğinin gelişiminde kilit rol oynayacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda araştırmanın örnekleme dahil olan kadın girişimcilere girişimci olmayı düşünen başka kadınlara yönelik önerileri sorulmuştur. Kadınların bir kısmı bu konuda önerilerde bulunurken bir kısmı ise ülkenin makroekonomik şartlarından dolayı girişimciliği tavsiye etmemişlerdir. Ancak kadın girişimciler genel olarak kadınların kendi işlerini kurmalarını önermekte ve kocalarının eline bakmamaları gerektiğini vurgulamışlardır.

Tablo 6.4: Girişimci kadınların girişimci olmayı düşünen kadınlara önerileri.

Kategoriler	Katılımcılar	Önerileri
Kamusal Alana Yönelik	Mine	Kontrollü ve resmi olmaları gerekir
	Nilgün	Kuracakları iş alanında önce deneyim sahibi olmalılar Yaratıcı olmalılar Var olanın dışına çıkmalılar
	Zeynep	Farklı bir projede yer almalılar İnternet üzerinden satışa girmeliler Al sat yapmak yerine üretici olmalılar
	Fatma	Birikim yapmalılar Kendilerine inanıp güvenmeliler Yorucu olacağını bilmeliler
	Emel	Yaptıkları işte kaliteden ödün vermemeliler Kişisel çizgilerini bozmamalı tutarlı olmalılar Hedeflerini doğru belirleyip asla vazgeçmemeliler Kendilerini geliştirip teknolojiye ayak uydurmalılar
	Özel Alana Yönelik	Gülten
Nur		Eşlerinin engelleyici sözlerini dinlemesinler ve eşlerine bağımlı kalmasınlar
Nurten		Eşlerine güvenmeliler

Mine:

“Öneririm. Fakat kontrollü ve resmi olmaları gerekir. Kimseyi üste çıkartmasınlar.”

Zeynep:

“Yaratıcı olmaları gerekiyor. Var olanın dışına çıkmaları gerekiyor. Her yerde olmayan farklı bir projede yer almaları gerekiyor. İnternet üzerinden çok fazla satış var o alana yönelmeliler. Üretmeleri lazım al sat yerine.”

Fatma:

“İlk başta birikim yapsınlar. Yapabileceklerine inanyorsalrsa, kendilerine güveniyorsalrsa yapsınlar. Yorucu olacak bunu bilsinler.”

Emel:

“Kalitenden ödün verme. Çok akıllı ol. Çizgini bozma. İnsanın aklına koyunca yapamayacağı bir şey yok. Hedefine kitlen. Her akşam ne yapabilirim diye düşün. Durduğu yerde duran insan batmaya hazırdır. Kendini geliştir. Teknolojiye ayak uydur.”

Nilgün:

“İyice araştırmadan veya o işte daha önce çalışmadan işe kalkışmasınlar. Çalışan olmadan patron olmaz.”

Nurten:

“Kendilerine güvenmeliler. Eşlerine güvenmeliler. Bir şeylerin hemen olacağını düşünmemeliler.”

Görüşülen girişimci kadınların bir kısmı, kadınların kendi işlerini kurmalarını ekonomik özgürlüklerini elde etmeleri anlamında önermektedir. Bu anlamda girişimciliği tavsiye eden katılımcılar eşleri ile bir takım ekonomik sorunlar yaşayan kadınlardır. Kadınlar kendileri ve eşleri ile ilgili birtakım özel bilgiler vermiştir fakat kadınların hassas konularını gizli tutmak adına bu bilgiler paylaşılmamıştır. Eşleri ile

olumsuz deneyim yaşıyan girişimci kadınlar, girişimciliği kadınlara kocalarından bağımsız gelir elde etmeleri anlamında önermektedir.

Gülten:

“Yapsınlar kendi işlerini. Kocalarının eline bakmasınlar.”

Nur:

“Ayakları üstünde dursunlar. Ekonomik özgürlükleri olsun. Erkeğe teslim olmasınlar.”

Didem:

“Akıllarında varsa yapsınlar ertelemesinler. Koca lafı dinlemesinler.”

Kimi girişimci kadınlar ise ülkenin makroekonomik şartlarından kaynaklı olarak kadınlara girişimciliği önermemekte, ülke şartlarının küçük girişimci için dezavantajlı bir durum yarattığını düşünmektedirler.

Betül:

“Artık küçük esnaflık kalmadı. Önermiyorum.”

Ece:

“Türkiye’de zor. Çok riskli. Aslında öneririm ama riskli.”

Soysal’ın (2010: 89), Kahramanmaraş’ta kadın girişimcilerle yapmış olduğu çalışmada kadın girişimcilere, girişimcilik yapmayı düşünen kadınlara yönelik önerileri sorulmuştur ve araştırmanın bulgularına göre görüşme yapılan kadınlar girişimci olmayı düşünen kadınlara şu önerilerde bulunmuşlardır; bildikleri işi yapmaları, deneyim kazanmaları, yapılabirlik araştırması yapmaları, sevdikleri işe yönelmeleri ve kendilerine güvenmeler. Bolu’daki kadın girişimcilerin önerileri de Kahramanmaraş’taki çalışma bulguları ile benzerlik göstermektedir.

6.3. Özel Alanda Toplumsal Cinsiyet Analizi

Kadın girişimcileri anlamak için onların sadece kamusal alandaki deneyimlerini çözümlenmek yetmez. Kadınlar ile ilgili yapılan çalışmalarda, toplumca kadının ait olduğu yer kabul edilen özel alanının mutlaka anlaşılması gerekmektedir. Bu bölümde; kadınların özel alandaki toplumsal cinsiyete bağlı rolleri, eşleri ile arasındaki cinsiyete dayalı iş bölümü, annelik deneyimleri, eş ve anne olmanın girişimciliklerine yönelik etkisi analiz edilmeye çalışılmıştır. Özel alandaki yaşananların, kadınların girişimcilik kimliğinin inşa sürecine olan etkisi bu çalışma için önem arz etmektedir. Bu bölüm girişimci kadınların özel alandaki toplumsal cinsiyet ilişkilerine ve kadınların toplumsal cinsiyet rollerinin girişimcilik ile bağlantısına dikkat çekmektedir.

6.3.1. Hane İçi Rol Paylaşımı

Kadınlık, içinde bulunulan toplumda yaş, eğitim, sınıf gibi faktörlerden bağımsız bir biçimde esas olarak “ev” üzerinden tanımlanır ve değerlendirilir. Bu sebeple ev ve eve dair işler kadın özelliğinin oluşmasını anlamak için önemli konulardan biridir. Ev ve ev işleriyle kurulan bağlantı, hemen hemen her kadın için merkezi önemde olsa da kadının sahip olduğu sınıfa, statüye, eğitim düzeyine göre değişiklik gösterebilmektedir (Bora 2011, Aktaran: Aktaş 2013: 55).

Tablo 6.5: Kadın girişimcilerin özel alanda yaptıkları işler.

Kadın Girişimciler	Hane İçine Yönelik İşler
Mine	Yemek, Ev işleri
Nilgün	Yemek, Ev işi
Nurten	Evi toplamak, Ev işi, Yemek, Ütü
Gülten	Tamir, Ev işleri
Nur	Yemek, Temizlik, Eve dair her şey
Betül	Yemek, Çocuk ödevleri, Temizlik
Zeynep	Ev işleri, Eve dair tüm işler
Ece	Yemek
Didem	Yemek, Çocuğun ödevi
Fatma	Ev işleri, Zaman varsa kitap okurum
Ceren	Yemek, Bulaşık, Çocuk bakma, Çamaşır
Emel	Yemek, Eşimin çayı - meyvesi, Çamaşır, Ev işleri, Eşimin büro işlerini de yapıyorum

Örnekleme dahil olan girişimci kadınların hane içindeki günlük deneyimlerinin anlaşılması için bir günlerinin nasıl geçtiği sorulmuştur. Kadınlar genel olarak işten evlerine geldiklerinde eve dair yapılması gereken işleri yaptıklarını ifade etmiştir. Bu işler temizlik, yemek, ütü, çamaşır yıkama, çocuk bakımı gibi evlerde sürekli yapılması gereken işlerdir.

Mine:

“İşten dönünce yemek yapıyorum.”

Nilgün:

“Çok geç saatte gidiyorum eve. Yatıyorum direk. Evden işe geç geliyorum gelene kadar da yemek ve ev işlerini yapıyorum.”

Nurten:

“Evi topluyorum. Ev işi, yemek, ütü, topla, temizlik sonra yat.”

Didem:

“Yemek yap, çocuğa ders yaptır, ev işleri, ertesi günün yemeği”.

Emel:

“Hemen mutfak. En uzun süre yarım saatte yemek yaparım. Eşimin çayı, meyvesi, ev işleri.”

Diğer katılımcılar da işten eve döndüklerinde aynı işleri yaptıklarını belirtmiştir. İfadelerden hane içine yönelik yemek, ev işleri ve çocuk bakımının kadınların sorumluluğunda olduğu, kadınların demografik ve sosyoekonomik özellikleri fark etmeksizin hepsinin haneye yönelik olan işleri her gün mutlaka yaptıkları ortaya çıkmıştır.

Kadınlar ekonomik yaşama dahil olsalar da erkeklerden farklı olarak çocuk bakımı, ev işleri gibi işler kadınlar üzerinde kalmaya devam etmektedir (Özçatal 2011: 22). Genel olarak kadınların işgücüne dahil olması olumlu bir gelişme olarak görülür ve

kadınların ekonomik açıdan özgürleşmesini sağladığı düşünülmektedir. Fakat kadının iş gücüne dahil olması her zaman böyle bir sonuç doğurmamaktadır. Kadının konumunda yaşanan nicel değişmelerin nitel bir sıçramaya yol açacak yapısal bir birikime erişmediği görülmektedir (Adak 2007: 143).

Girişimci kadınların eşlerinin özel alandaki yerini ve toplumsal cinsiyete bağlı rollerini anlayabilmek için kadın girişimcilere, eşlerinin eve geldiklerinde bir günlerinin nasıl geçtiği sorulmuştur. Girişimci kadınlar eşlerinin evde yaptıklarına dair benzer ifadelerde bulunmuşlardır. Katılımcıların eşleri beklenen toplumsal cinsiyet rollere uygun davranmaktadır. Katılımcılar eşlerinin evde geçirdikleri zamanı şu şekilde açıklamıştır.

Kendisinin eve çok geç gittiğini ifade eden bir katılımcı eşinin de eve geç gittiğini ve direkt yattığını belirtmiştir.

Nilgün:

“ O da pek gidemez eve. Ek iş yapıyor. Eve gittiğinde yatar.”

Emel:

“Masanın kenarına oturuyor. Beni bekliyor. Oturur tv izler. Bir tane çivi çakmaz eve. Sadece çöpü atar tek yaptığı iş bu.”

Gülten:

“Hiç ev işi yapmaz. Ben her şeyi yaparım tamire kadar.”

Nur:

“Maç izler bol bol.”

Betül:

“Oturur. Hiç kalkmaz.”

Zeynep:

“Yemek yer. Oturur tv izler.”

Bir grup katılımcı eşlerinin bazen ev işlerine katıldığını ve çocuklarına baktığını belirtmiştir.

Nurten:

“Eşim bana yardımcı oluyor. O da iş yapar.”

Didem:

“Ben oğlumun ödevlerini yaptırırken o da kızuma bakar. Televizyon izler, yatar.”

Mine:

“Ufaklıkla ilgilenir. Bazen bana yardım eder.”

Bir diğer girişimci kadın ise eşinin eve gelince proje çizdiğini belirtmiştir. Bu durumda, eşlerden birinin kamusal alandaki işini hane içinde de devam ettirdiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Girişimci kadınların eşlerinin hane içindeki geçirdikleri zamanları ile ilgili ifadeleri büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Örnekleme dahil olan 12 kadından sadece 1 tanesi eşinin ev işlerine dahil olduğunu belirtmiştir. 2 kadın da eşlerinin çocukları ile ilgilendiğini ifade etmiş ancak ev işi yaptıklarına dair bir ifade bulunmamışlardır.

Kadın girişimciler ile eşleri arasındaki iş bölümünün daha iyi anlaşılması, kadınların ve eşlerinin spesifik olarak hangi işleri yaptıklarının belirlenmesi amacıyla katılımcılara kendilerinin ve eşlerinin hane içinde özellikle hangi işleri kimin yaptığı sorulmuştur.

Tablo 6.6: Kadın girişimcilerin eşlerinin özel alanda yaptıkları işler.

Kadın Girişimcilerin Eşleri	Hane İçine Yönelik İşler
Mine'nin Eşi	Çocukla ilgilenir, Ödemeler, Odun kesme
Nilgün'ün Eşi	Bazen yemek yapar
Nurten'in Eşi	Bütün temizlik işlerini yapmasa da ufak tefek yapar
Gülten'in Eşi	Hiçbir şey yapmaz
Nur'un Eşi	Maç izler
Betül'ün Eşi	Dışarıya dair işler
Zeynep'in Eşi	Eve dair hiçbir iş yapmaz
Ece'nin Eşi	Çocuklara bakar, Yemek yapar bazen, Tamir işleri
Didem'in Eşi	Çocuğa bakar, Bazen ev işi yapar
Fatma'nın Eşi	Eve dair bir şey yapmaz
Ceren'in Eşi	Proje çizer
Emel'in Eşi	Sadece çöp atar, Bahçe işleri, Başka hiçbir şey yapmaz

Kadınlar yukarıda da belirtildiği gibi daha çok hane içerisinde her gün yapılması gereken yemek, temizlik gibi işleri yaparken eşleri hane dışında yapılan işlere yönelmektedir. 3 kadın girişimci eşlerinin az da olsa ev işi yaptığını belirtmiştir. 1 kadın girişimci yemeği eşinin de oğlunun da yaptığını ifade etmiştir.

Mine:

“Ev işleri bende. Eşim dışarı işlerini yapar. Banka, okul ödemeleri, odun kesme...”

Zeynep:

“Eşimin yapmadığı bütün işleri ben yaparım. Mutfağa girmez eşim.”

Ece:

“Elektronik aletleri ben bilmem eşim yapar. Tablet, telefon, tv, müzik sistemi gibi o yapar. Ama temizlik makinelerinden anlamaz ben kullanırım onları.”

Fatma:

“Ev işlerini genelde ben yaparım. Tamir falan anlamam.”

Emel:

“Eve dair her şeyi ben yaparım. Düşünerek programlı iş yaparım. Beynimde kurarım. Beynimde kurmak yetiyor. Pazar günleri bahçeye çıkar, bahçe işleri yapar. Tamir işlerini ben yaparım eşim yapmaz.”

Eşlerinin bazı ev işlerine dahil olduğunu belirten kadın girişimciler de bulunmaktadır.

Nilgün:

“Kim ne bulursa onu yapar. Yemeği eşim de yapar oğlum da.”

Nurten:

“Bütün temizlik işlerini yapmasa da ufak tefek şeyler yapar.”

Girişimci kadınlar iş yerinde yeterince yorulduktan sonra evde bir ikinci vardiya daha yapmaktadır. Normalde ücretli olarak yapılacak ev işlerini kadınlar karşılıksız bir şekilde yerine getirmektedir. Görüşülen kadınların eşleri işten eve döndüğünde dinlenmekte, televizyon izlemekte, bazıları eşlerinin kendisine hizmet etmesini beklemekte ve yatmaktadır. Birkaç erkeğin ev işlerine dahil olduğuna ve çocuk baktığına görüşme sonuçlarında ulaşılmıştır. Çalışmanın sonucunda erkeklerin özel alanda dinlendikleri, ihtiyaçlarının giderildiği (yemek, çamaşır, ütü vb.) ancak kadınların ücret karşılığı olmadan emek harcadıkları ortaya çıkan bulgular arasındadır.

Tokat ilinde kadın çalışanlar ile yapılmış olan bir çalışmada araştırmaya dahil olan kadınların tamamına yakının hane içine yönelik işleri eşlerinden hiçbir yardım almadan yaptıkları ortaya çıkmıştır (Özçatal 2011: 36). Bolu ilindeki kadın girişimciler ile yapılan çalışmada da benzer bulgular bulunmaktadır ve kadın girişimcilerin eşlerinin ev içi işlere çok az dahil oldukları ortaya çıkmıştır.

Kadın girişimcilerin ifadelerinden de anlaşıldığı gibi girişimci kadınlar toplumun dayatmış olduğu cinsiyetçi iş bölümünden kurtulamamıştır. Toplumsal hayatın her alanında kadın ve rolleri konu olduğunda geleneksel kabuller varlığını devam ettirmektedir. Kadın girişimciler iş gücüne katılmış olsalar da karşılıksız çalışma biçimleriyle ilgili olan hane içi uğraşlar kadınların görevinde kalmaya ve bu görevleri de kadınlar layıkıyla yerine getirmeye devam etmektedir. Kadınlar iş gücüne katılsalar da onlar için kadınlık ve annelik önceliğini sürdürmektedir.

6.3.2. Kadın Girişimcilerin Anne Olma Süreçleri

Girişimci kadınların çocuklarının planlı olup olmadığı, bu süreçte kimin kararının daha çok etkili olduğu istenilen bir hamilelik süreci geçirilip geçirilmediği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Tablo 6.7: Kadın girişimcilerin çocuk sahibi olma süreçleri.

Katılımcılar	Planlı	Plansız	Biri Planlı Diğer Plansız
Mine			X
Nilgün	X		
Nurten		X	
Gülten		X	
Nur		X	
Betül	X		
Zeynep		X	
Ece		X	
Didem		X	
Fatma		X	
Ceren			X
Emel			X

Katılımcılara çocuk sahibi olma kararlarının geçirdiği süreç sorulmuştur.

3 kadın girişimci çocuklarının olma sürecinin planlı olduğunu ifade etmiştir.

Nilgün:

“İlk iki sene çocuk yapmadım. Biraz çalıştım sonra yaptım ikinci de planlı oldu.”

Nilgün, çalıştığı iş yerinde deneyim sahibi olmak ve biraz para biriktirmek için çocuk sahibi olmayı bir süre ertelemiştir.

Emel:

“18 yaşında evlendim. Hemen istedim çocuk. 3 sene korundum. Öyle bir ayarladık ki eşimin işleri rahatlayınca yaptık. Planlı oldu. Ama ikinci planlı olamadı. İlki yeni olmuştu. Ben korunmaya başladım. Yaşlı teyzeler emzirirken süt korur, korunma dediler. Korunmayı bıraktım öyle diyince onlar ama hamile kaldım.”

İlk çocuğunu eşiyle birlikte planlama sürecinden geçirerek ve eşinin işlerine göre ayarladıklarını belirten Emel, ikinci çocuğuna toplumun yanlış yönlendirmesi nedeniyle plansız bir şekilde hemen hamile kaldığını belirtmiştir.

Çocuk yapma sürecini ve sayısını planlayamayan Gülten'in bu konudaki ifadeleri şu şekildedir:

Gülten:

“Plansız. Planlı olsa 4 tane olur muydu. 2 tanesi hastalığımın dolayısı oldu”

İlk çocuğunu plansız dünyaya getiren Nurten, ikinci çocuğunu ilk çocuğunun isteği üzerine yaptığını belirtmiştir. Nurten'in ikinci çocuğa sahip olmasında kendi kararının değil ilk çocuğunun kardeş isteğinin etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Nurten:

“Oğlum hemen oldu. Plansız. İkinci de oğlum çok istiyordu o yüzden yaptık planlı.”

Annelik konusu üzerine yapılan yurt içi araştırmaların büyük bir çoğunluğunun toplumsal cinsiyete ilişkin kalıplara dayanan ve bunları yeniden üreten araştırmalar olduğu görülmektedir. Annelik davranışının öğrenilmesine yönelik çalışan araştırmacılar genellikle epistemolojik bir tartışmadan uzak durarak; anne olma süreci, annelik rolünün oluşumu, anneliğin oluşumunda toplumun/eşin rolünü ve diğer aile bireylerinin yaklaşımlarını ele alan araştırmalar ortaya koymuşlardır. Bu araştırmalarda annelik sürecinin her durumda “eşler” arasında planlama süreci ile gerçekleşen bir süreç olmadığı belirtilmiş çoğunlukla da eşlerinin, toplumun ve aile bireylerinin baskısı ile anne olduklarının farkında olmadıkları vurgulanmıştır (Belkıs 2016: 252).

Çalışma sonuçları yurt içinde yapılmış diğer çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğunluğu, özellikle ilk çocuklarını planlı bir süreç geçirmeden dünyaya getirmiştir. Kimisi toplumun baskısı ile kimisi hastalığından dolayı kimisi de çocuğunun isteği ile birden

fazla çocuk sahip olmuşlardır. Kadın girişimcilerin bedenlerine yönelik yabancılaşma yaşadıkları ve kendi bedenleri üzerinde kontrol sahibi olamadıkları görülmektedir.

6.3.3. Kadın Girişimciler İçin Anneliğin Anlamı

Anneliğin kolayca tartışılabilen, sorgulanabilen bir olgu olduğunu ifade etmek zordur. İkel dönemlerden günümüze kadar “anneliğe” mucize, soyun devamı, yaratıcılık, gibi farklı anlamlar yüklenmiş kadınlara yönelik vazgeçilmez bir kimlik, var oluş, deneyim olarak bakılmıştır. Nelson (2003), Russel (1994) ve Zabielski (1994) pek çok toplumda anneliğe her kadının görevi olarak bakıldığını, kadınların toplumda sosyal bir şekilde bu göreve hazırlandıklarını belirtmişlerdir. Beauvoir (2010) ve sonrasında da Badinter (2011) ise annelik mitini sorgulayan ve put kırıcı olan çalışmalarıyla annelik konusuna yeni boyutlar getirmişlerdir (Belkıs 2016: 251).

Anne olmanın kadınlar için çok önemli olduğu ve her kadının mutlaka anne olmasının beklendiği günümüz toplumunda araştırmaya dahil olan girişimci kadınlar için ‘anneliğin’ onlar için anlamı kavranmaya çalışılmıştır. Örnekleme dahil olan kadın girişimcilere çocuk sahibi olmanın onlar için ne anlam ifade ettiği sorulmuştur.

Ece:

“Her şey. Sahip olana kadar hiçbir şey anlaşılmıyor. Hayattaki en güzel şey. Başka bir şey. İsmi bile geçince insanın gözü parlıyor. Her şey onlarla yaptığımda anlamlı. Onlarsız her şey eksik.”

Zeynep:

“Yaşama sevinci. Yaşama bağlıyor. Onlara endeksli yaşıyorsun. Hayatını dolduruyor. Anlam katıyor.”

Nilgün:

“Sorumluluk başlı başına yük benim için.”

Emel:

“Büyük bir sorumluluk. Bakabileceğin kadar yapacaksın. Sorumluluk başlı başına.”

Bir emekli katılımcı ise çocuklarının onun için çok önemli olduğunu hatta bu işi onlar için yaptığını ifade etmiştir.

Nurten:

“Dünyanın en güzel şeyi. Onlar olmasa şu an bu işi yapmam. Ben zaten emekliyim. Onlar olmasa gezerim tozarım. Eşimle paylaşımım onlar benim.”

Anneliğin olması gereken bir durum olduğuna inanan bir katılımcı ise düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

Mine:

“Anne olmayı çok sevdim. Olması gereken bir şey. Annelik dünyada kutsal, çok başka bir şey.”



Şekil 6.4: Girişimci kadınlar için anneliğin anlamı.

Tokat ilinde çalışan kadınlar ile yapılan çalışmanın sonucunda kadınların yarısından fazlasının hayatlarındaki en önemli amacın “iyi bir eş” ve “anne” olmak olduğu ortaya çıkmıştır (Özçatal 2011: 36). Bolu ilinde araştırma kapsamına dahil olan girişimci kadınlar da eş ve annelik konusu hakkında aynı düşünceleri paylaşmakta, çalışmanın bulguları Tokat ilindeki çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Kadın girişimciler çocuk sahibi olmayı hayattaki en güzel şey ve fazlaca sorumluluk gerektiren bir durum olarak değerlendirmektedir. Annelik, kadın girişimciler için içselleştirilmiş bir duygu olarak ortaya çıkmaktadır. Kadın girişimcilerin ifadelerine göre annelik her kadının sahip olması gereken bir kimliktir.

Kadın girişimciler hayatlarındaki en güzel duyguyu, hayatlarının anlamını ve yaşama sebeplerini “annelik” olarak ifade etmişlerdir. Bu durum kadınların yaşamlarındaki toplumsal rollerinden en önemli olanın annelik rolü olduğunu göstermektedir.

6.3.4. Kadın Girişimcilerin Çocuklarının Bakımı

Çocuk bakımının politik bir konu olarak değerlendirildiği ülkelerde toplumun kamu kuruluşlarının, işverenlerin ve ebeveynlerin rolleri tartışılmakta ve bu konudaki öncelikli görevin yalnızca annede değil anne-babada olduğu varsayılmaktadır. Ancak geleneksel değerlerin hüküm sürdüğü toplumlarda bu görevin babadan ziyade yalnızca annenin olduğu kabul edilmektedir. (Adak 2007: 150).

Kadın girişimcilere çocukları küçükken onlar işe gittiğinde çocuklarına kimin/kimlerin baktığı sorulmuştur. Katılımcıların bu konuda anne, kayınvalide ve diğer kadın akrabalarından destek aldıkları ortaya çıkmıştır. Girişimci kadınların, işlerine gittikleri zaman çocuklarına daha çok kayınvalidelerinin baktığı belirlenmiştir. Katılımcıların bir kısmı da çocukları küçükken çalışmadıklarını, çocuklarına kendilerinin baktığını ifade etmişlerdir.

Mine:

“Halası. Hala kız. 1 sene bakıcı. 4 yaşında kreşe gitti.”

Nurten:

“Oğluma babaannesi baktı. Kızıma ben baktım.”

Nur:

“Babaanneleri baktı.”

Katılımcılardan Nilgün, başkasının yanında çalışırken çocuğuna annesinin baktığını, kendi işini yapmaya başlayınca doğan ikinci çocuğuna ise dükkanında kendisinin baktığını ifade etmiştir. Nilgün ayrıca kendi işini yapmanın en güzel yanının çocuğunu iş yerine getirip orada bakabilme olanağı olduğunu belirtmiştir.

Nilgün:

“Büyüğüne annem baktı. Küçüğü dükkanda büyüdü. Küçük olduğunda artık kendi işimdi rahat rahat dükkanda bakabildim.”

Çocuğunu iş yerine getirip orada bakan bir diğer katılımcı olan Ece, çocuk bakımı konusunda şunları söylemiştir.

Ece:

“Kızıma annem baktı sonra kreşe gitti. Oğlum olduğunda annem vefat etmişti. Ona sekiz ay ben baktım iş yerine getirdim. Burada büyüdü işte. İçerde bir oda var. Eşyaları var orda. Orda bakardım küçükken. Sonra bakıcı kadın baktı. Şimdi kreşe gidiyor. Kreşten çıkınca da buraya geliyor.”

Katılımcılardan Gülten, çocukları küçükken çalışmadığını, çocuklarına kendisinin baktığını ifade etmiştir.

Gülten:

“Kendim baktım. O zamanlar çalışmıyordum.”

Diğer katılımcılar da çocuk bakımında kayınvalidelerinden destek aldıklarını belirtmiştir.

Araştırmada dikkat çeken bir nokta sadece 2 kadın girişimcinin çocuk bakımı konusunda profesyonel bir kurumdan destek aldığıdır. Sözü edilen kadın girişimciler

önce bir süre çocuklarını annelerine ve başka kadın akrabalarına baktırıp, çocuk biraz büyüdüktan sonra kreşe göndermiştir. Girişimci kadınlar çocuklarını bu konuda hizmet veren formel eğitim kurumlarına bırakmak yerine aile bireylerinden yardım almışlardır. Dolayısıyla günümüzde halen belli bölgelerde geleneksel akraba bağları etkinliğini sürdürmektedir. Kadınlar arasında dayanışma ve iş birliği devam etmektedir.

Araştırma bulgularında dikkat çeken bir diğer konu da girişimci kadınların çocuklarına iş yerlerinde bakmalarıdır. Öyle ki bazı kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunma nedenlerinin başında kendi işini yapmanın, onların çocuklarına iş yerlerinde rahatça bakabilme özgürlüğü tanınması olmuştur. Katılımcılar çocuk bakma görevinin kendilerine ait olduğunu kabul etmekte ve bu sorumluluğu tam anlamıyla yerine getirebilmek için çocuklarını iş yerlerine getirip orada annelik rolünü devam ettirmektedirler.

Greenhaus ve Beutell (1985: 78) iş ve aile rolleri arasında üç farklı çatışma türünü ortaya koyar:

Davranış temelli çatışma: Bir rol için gereksinin duyulan davranışların diğer rolün ihtiyaç duyduğu davranışlar ile çatışmasıdır.

Zaman temelli çatışma: Bir rol için harcanan sürenin diğer role için harcanacak süreyi engellemesidir.

Gerilim temelli çatışma: Kişinin bir role ilişkin görevlerinin diğer rolü etkilemesi sonucu yaşanan gerilimdir (Aktaran: Adak 2007:143).

Girişimci kadınlara çocukları küçükken onlara kendilerinin değil de başkalarının bakmasına bağlı olarak toplumsal bir baskıya maruz kalıp kalmadıkları sorulmuştur. Kadın girişimciler çoğunlukla herhangi bir toplumsal baskıya maruz kalmadıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların çoğunun herhangi bir baskıya maruz kalmamasında, çocuklarının aile ortamından uzaklaşmayıp çoğunlukla anneanne ve babaanneleri tarafından bakılmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Genel olarak katılımcılar,

çalıştıkları zamanlar çocuklarına başkaları baktığı için toplumsal baskıya maruz kalmadıklarını belirtse de 2 kadın girişimci çevresel tepkiyle karşılaştığını ifade etmiştir.

Mine:

“Tabii. Eşimin ailesi tarafından paracı, ihmalcı bir anne olarak görüldüm. Ama bir dönem ben baksaydım diyorum biraz vicdan var o kadar.”

Zeynep:

“Evet. Şimdi böyle bir şeye ne gerek vardı. Sen evde olsan çocuklar hasta olmazdı gibi tepkiler aldım aile büyüklerinden.”

Günümüzde halen toplumun bir kesiminde kadının çalışıp çocuklarına başkası tarafından bakılması sonucunda kadını paracı ve ihmalkar olarak gören ve çocuk hastalansa dahi bunu kadının çalışmasına bağlayan anlayış geleneğini sürdürmektedir.

6.3.5. Kadın Girişimcilerin Akrabalarının Özel Alan İle Olan İlişkisi

Görüşülen kadın girişimcilerin akrabalarının özel alanlarına olan etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Kadın girişimcilerin akrabaları ile olan ilişkisi çözümlenmiş ve onların özel alanları her boyutu ile anlaşılmaya çalışılmıştır.

Kadın girişimcilerin, hane içindeki sorumluluklarını geleneksel olarak bağı olan başka bir kadınla paylaşıp paylaşmadıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, görüşme yapılan girişimci kadınlara ev işlerine dair annelerinden ya da kayınvalidelerinden destek alıp almadıkları sorulmuştur. Araştırma kapsamındaki 3 girişimci kadın ara ara da olsa destek aldığını diğer katılımcılar ise yardım almadıklarını ifade etmişlerdir.

Mine:

“Annemden alırım. Maddi konuda da destek olur.”

Ceren:

“Alırım. Misafirlerim geldiğinde özellikle.”

Nilgün:

“Sürekli değil. Ara ara.”

Katılımcılardan Gülten, hiçbirisinden ev işlerine dair destek almadığını belirtmiştir.

Gülten:

“Hiçbirinden almam.”

Annesinden ya da kayınvalidesinden ev işlerine yönelik destek almadığını belirten Betül, kendisinin onlara yardımcı olduğunu ifade etmiştir.

Betül:

“Yok. Aksine ben onlara yardım ederim.”

Diğer kadın girişimciler de destek almadıklarını belirtmişlerdir.

Zeynep:

“Hayır.”

Didem:

“Hayır almam.”

Kadın girişimcilerin çoğunluğunun annelerinden ve kayınvalidelerinden ev işlerine dair destek almadıkları ortaya çıkan bulgular arasındadır.

Kadın girişimcilerin çoğunluğunun ev işlerinde annelerinden ve kayınvalidelerinden destek almadıkları ancak çocuk bakımı konusunda ise bu durumun tersi bir durum yaşandığı görülmektedir. Ev işlerinde annelerinden ve

kayınvalidelerinden destek almadığını belirten girişimci kadınlar, çocuk bakımı konusunda destek aldıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumda girişimci kadınların mümkün olduğu kadar kendi sorumluluklarını kendilerinin yerine getirmeye çalıştığı fakat mecbur kaldıkları zaman diğer kadın destekçilerinden yardım aldıklarını ortaya çıkmıştır.

6.3.6. Anneliğin Girişimciliğe Olan Etkisi

Kadınların anne olması ve annelik rolünü layıkıyla yerine getirmesi toplum tarafından çok önem verilen bir konudur. Annelik, kadınlara her dönem yakıştırılan bir roldür ve kadınlardan da bu rolü içselleştirmeleri beklenir. Toplum tarafından ve kadınlar tarafından kabul edilen ve içselleştirilen bu durumun kadınların her alanını olduğu gibi çalışma hayatlarını da etkilediği düşünülmüştür. Çalışmanın temel sorularından birisi “Anneliğin kadın girişimciliği üzerindeki etkilerinin neler olduğu?” dur. Kadın girişimciler için çok önemli olan anneliğin onların girişimciliklerini nasıl etkilediği bu çalışma kapsamında anlaşılmaya çalışılmıştır.

Tablo 6.8: Anneliğin kadınların girişimciliğine olan etkisi.

Kategoriler	Katılımcılar	Anneliğin Girişimciliğe Etkisi
Etkiledi	Ceren	Toplantıları, hastalıkları iş ortamından uzaklaştırıyor
	Zeynep	Yorucu. Kendinden hep ödün veriyorsun
	Mine	İkisini yürütmek zor
	Nilgün	İkisini idare etmek, çocukları yıpratmadan işi yürütmek zor
	Ece	İşe çocuklarla gelmeme sebep oldu
	Nurten	Çocuklara karşı yetersiz kaldım
	Nur	Çocuklarım için bu işi yaptım
	Betül	Bu işi yapmamı sağladı
	Didem	Daha fazla sorumluluk sahibi oldum
Etkilemedi	Gülten	Etkilemedi. Çocuklarıma da baktım işime de
	Emel	İş hayatımı etkilemedi. Ama işim için çocuklarımı ihmal etmedim
	Fatma	Etkilemedi

Görüşülen girişimci kadınlara anne olmalarının girişimciliklerini nasıl etkilediği sorulmuştur.

Nilgün:

“Çok zorlandım ama onları yıpratmadım çok yorucu oldu.”

Zeynep:

“Daha yorucu. Kendimden ödün veriyorum. Kendime zaman ayıramıyorum.”

Girişimci kadınlar çoğunlukla hem çocukla hem de iş yeri ile ilgilenmenin çok zor ve yorucu olduğunu vurgulamışlardır. Katılımcılar, evli olmanın girişimciliklerini olumsuz etkilemediğini fakat çocuk sahibi olmanın onların işini olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir.

3 katılımcı ise çocuk sahibi olmanın işlerini etkilemediğini belirtmiştir.

Gülten:

“Etkilemedi. Çocuklarıma da baktım işime de.”

Ceren:

“Çok fazla etkilemedi. Ama toplantıları, hastalıkları iş ortamından uzaklaştırıyor.”

Emel:

“Çok güzel bir annelik yaptım. İşimi de yaptım. Çocuğuma da baktım işime de gittim. Bilinçli bir anneydim. İş hayatımı çok etkilemedi. İşim için hiç çocuklarımı ihmal etmedim. Kırmızı rujumu sürer İstanbul’a giderdim mal almaya. Çocuklarımı öperdim yanaklarından yanaklarında ruj izini görünce aaa annem öpmüş desinler diye. İşim ikinci planda kaldı bana koymadı.”

Bir başka katılımcı ise çocuklarını ayakta tutabilmek için bu işi yaptığını dile getirmiştir.

Anne olmanın girişimciliklerini etkilemediğini düşünen kadınlar çocuklarını ihmal etmediklerini her fırsatta dile getirmekte ve rahatsız olan vicdanlarını bu şekilde rahatlatmaya çalışmaktadır. Kadınlar iş yerinde çalıştıkları ve tam zamanlı olarak evde bulunup çocukları ile daha fazla zaman geçiremediklerinden ötürü vicdani rahatsızlık duymaktadır. Bu rahatsızlığın kaynağı; toplumda kadınların çalışmasının uygun

görülmemesi, onların evinde çocuklarının yanında olması gerektiği inancının yerleşmiş olmasındandır. Kadınların da bu durumu içselleştirmiş olmasından dolayı kendilerini rahatsız hissetmeleri anlaşılır bir durumdur. Toplum, kadının inşasında anneliği merkeze koymakta, kadınlar da kendi hayatlarının merkezine anneliği yerleştirmektedirler.

Nurten:

“Manevi olarak çok zaman ayıramıyorum. Eksikliğimi biliyorum. Çocuklara karşı yetersizim bunu hissediyorum manevi yönden.”

Ece:

“Çocukla geldim işe hep. Kendi işin olunca avantaj. İş yerinde onunla vakit geçirebiliyordum. Ama çocuklarım okuldan eve gelince onları karşılayamamak beni üzüyor. Çok istiyorum onları karşılamak okuldan gelince.”

Erzurum ilinde kadın girişimciler ile yapılan bir çalışmada kadın girişimcilerin işletmelerini kurduktan sonra ev kadınlığı sorumluluklarını aksattıklarını, eş olarak sorumluluklarını aksattıklarını ve anne olarak sorumluluklarını aksattıklarını düşündükleri ortaya çıkan bulgular arasındadır (Türko ve Tulan 2018: 297). Bolu ilinde yapılan çalışma sonucunda da kadınların “dört dörtlük ev hanımı” olamadıkları ve “çocuklarına yeterli zaman” ayıramadıkları için vicdanen rahatsızlık duydukları ortaya çıkan bulgular arasındadır.

Annelik, kadınların girişimciliğini hem olumlu hem de olumsuz anlamda etkilemektedir. Kadınların girişimciliğe başlama sürecinde anne olmaları etkili olan bir faktördür. Girişimci kadınların kendi işlerini kurmalarında anne olmaları etkili olurken aynı zamanda annelik, kadınların iş yaşamında ilerleyememelerine ve çocukları için zaman zaman iş ortamından uzak kalmalarına neden olmaktadır. Görüşülen girişimci kadınlar, çocuklarına iş yerlerinde rahatça bakabilmek ve onların ihtiyaç anında rahatça işten çıkıp gidebilmek için kendi işlerini yapmak istemişler ve bu nedenle girişimciliği tercih etmişlerdir. Ancak görüşülen girişimci kadınlar, bir yandan annelik sorumlulukları yerine getirmeye çalışmak bir yandan da iş yerlerindeki işlerini

yürütmeye çalışmanın çok yorucu olduğunu ifade etmişlerdir. Kadınların öncelikli görevlerinin çocuk bakımı ve ev işleri olmasına ilişkin kültürel kabuller kadınların belli bir süre iş ortamından uzaklaşmalarına, iş yaşamına devam ederken aksaklıkların oluşmasına ve tam anlamıyla kendilerini işe verememelerine neden olmaktadır.

Görüşme yapılan kadın girişimcilerin hemen hemen hepsi hem işlerini hem anneliği birlikte yürütmeye çalıştıklarını, işleri için çocuklarını ihmal etmediklerini, hem işlerine hem çocuklarına yetiştiklerini ifade etmişlerdir. Bu eğilim, iş ve aile yaşamını dengelemekte ısrarlı olan “süper kadın sendromunu” anımsatmaktadır. Bu sendrom, ev hayatından sosyal hayata herkes için her şeyi yapmak için uğraş gösteren kadın miti şeklinde tanımlanabilir (Huddleston-Mattai, 1995 Aktaran: Belkıs 2016:259).

Görüşülen kadın girişimciler işlerini yürütmek ve çocuklarına bakmak için olağanüstü zaman ve enerji harcamaktadırlar. Bu durum, toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının oluşturduğu adaletsiz iş bölümünün sonucudur. Sonuç olarak kadın girişimcilerin işlerini yürütmelerinde onlara engel olan durum kadınların çocuk sahibi olmaları değil, toplumda anneliğe yönelik işleyen toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının ürettiği eşitsiz iş bölümüdür.

Bu çalışmanın bulguları ile yüzleşildiğinde kadınlarda girişimcilik, anneliğe feda edilebilecek bir iş kolu olarak görüldüğü gibi iş giriş saatleri vb. konulardan dolayı annelik ile uyum sağlayan esnek bir çalışma şekli olarak da görülmektedir.

6.3.7. Evliliğin Girişimciliğe Olan Etkisi

Aile ve iş hayatı arasındaki ilişki kadınlar için kritik bir ikilem meydana getirmektedir. Ücret karşılığında bir yerde çalışmayan kadınlar zaman ve enerjilerini büyük ölçüde aileleri için harcarlarken, hane dışında ücret karşılığı çalışan kadınlar aile ve iş yaşamı arasında denge kurmaya çalışmaktadırlar. Bu dengeyi kurabilmek geleneksel cinsiyet rollerinin devam ettiği toplumlarda daha zor olmaktadır (Adak 2007: 138).

Araştırma kapsamında, anneliğin olduğu gibi evlilik sürecinin de kadınların girişimcilik faaliyetini nasıl etkilediği anlaşılmaya çalışılmıştır. Görüşülen girişimci kadınlara evli olmalarının iş hayatlarını nasıl etkilediği sorulmuştur. Girişimci kadınların bir kısmı evliliğin iş hayatlarını olumlu yönde etkilediği cevabını vermiştir. Olumlu olarak etkilediğini düşünen katılımcılar evlilikten ziyade çocuk sahibi olmanın işlerini olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir. Girişimci kadınlar evliliğin getirmiş olduğu sorumluluklarla bir noktaya kadar başa çıkabilmekte fakat üstüne çocuk bakımı da eklenince kadınlar bu sefer hem iş hem evlilik hem çocuk bakımı ile baş etmekte zorluk yaşamaktadırlar. Olumsuz etkilediğini düşünen kadın girişimciler ise evlilik sürecinin getirmiş olduğu zorluklar ile beraber işlerini yürütmenin yorucu olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 6.9: Evliliğin kadınların girişimciliğine olan etkisi.

Kategoriler	Katılımcılar	Evliliğin Girişimciliğe Etkisi
Olumlu	Mine	Eşe bağlı. İyi bir eşse yükünüzü azaltır. Evli olduğum için değil anne olduğum için zor oldu
	Nilgün	Daha olumlu. Evli olmasan daha zor. Çocuk zor sadece
	Nurten	Olumlu
	Ece	Olumlu. Düzenli oluyorsun
	Didem	Eşim destekçi. Olumlu etkiledi
Olumsuz	Emel	Çok aşırı etkiliyor. İstanbul'da iş teklifleri geldi ama evli olduğum için gidemedim. Hedefin varsa olumsuz etkiliyor
	Ceren	Zor. Evlilikle işi yürütmek zor. İkisi ayrı stres
Hem Olumlu Hem Olumsuz	Fatma	Olumsuz tarafları da oluyor. Tüm ev hanımları kadar dört dörtlük olmuyorsun. Olumlu da paylaşırsan güzel
	Zeynep	Artısı da var eksisi de. Artısı ayrı bir bütçe, maddi destek. Eksisi, yükün fazla. Zaman ayırmak zorunda kalıyorsun

Katılımcılar içinde evliliğin girişimciliklerini olumlu anlamda etkilediğini düşünenler bulunmaktadır.

Mine:

“İyi bir eşle karşılaşırsanız sizin yükünüzü azaltır. Evli olduğum için değil, anne olduğum için zor oldu.”

Nilgün:

“Daha olumlu. Eşim götürür getirir. Evli olmasam daha zor. Çocuk zor sadece.”

Ece:

“Düzen. Olumlu. Eşim de iyi bir aile babasıdır.”

Evliliğin girişimciliklerine olumlu etkisi olduğunu düşünen girişimci kadınların yanı sıra evliliğin işlerine olumsuz yönde etki ettiğini düşünen kadın girişimciler de bulunmaktadır.

Ceren:

“Zor. Evlilik ile işi yürütmek çok zor. İş stresi ayrı ev stresi ayrı...”

Emel:

“Çok aşırı etkiliyor. İstanbul’dan iş teklifleri geldi ama evli olduğum için gidemedim. Hedeflerin varsa çok etkiliyor.”

İki kadın girişimci de evliliğin girişimciliğe hem olumlu hem olumsuz etkisinin olduğunu belirtmiştir.

Zeynep:

“Artısı da var eksisi de. Artısı ayrı bir bütçe, maddi destek var. Eksisi yük var. Zaman ayırmak zorundasın.”

Fatma:

“Olumlu tarafları da var olumsuz tarafları da. Tam ev hanımı gibi dört dörtlük olamıyorsun. Ama paylaşırsan bir şeyleri olumlu.”

Tokat ilinde, kamusal alanda çalışan kadınlar ile yapılan çalışmada hane içi işlerin, kocaların kadınlardan beklentilerinin ve çocukların bakımının kadınların çalışma hayatına katılımında olumsuz etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır (Özçatal 2011: 36). Bolu ili özelinde yapılan bu çalışma sonucunda da benzer bulgular ortaya çıkmıştır.

Kamusal alanda ücret karşılığı çalışan kadınlar hem işlerine hem de ailelerine yönelik görevlerini yapabilmek için üzerlerinde baskı hissetmekte, layıkıyla bir eş ve

anne olabilmek için uğraşırken aynı zamanda iş yerlerinde yükselme fırsatlarını kaçırmaktadırlar. Hane içinde duygulu, uysal, yumuşak ve çoğunlukla ikinci planda kalması beklenen kadının, iş yerinde kendini işine vermesi, aktif ve girişken olması beklenir. Sonuç olarak kadınlar, bütün bu çelişki ve çatışmaların meydana getirdiği iş-aile gerilimine maruz kalmaktadır (Adak 2007: 144).

Evlilik, araştırmanın bulgularına göre hem girişimciliğe başlama noktasında kadını destekleyici ve işini kolaylaştırıcı hem de girişimciliğin devamında kadınlar için olumsuz durum yaratabilen bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılar içinde sadece bir girişimci kadın evli olmaktan dolayı işini büyütemediğinin farkındadır. Toplumun üretmiş olduğu cinsiyetçi iş bölümü eve dair işleri ve çocuk bakımını kadınların üzerine yüklemiştir. Kadınlar bu sorumluluklarından feragat edememekle birlikte bir de çalışma hayatına katıldıklarında yükleri iki kat artmaktadır. Kadınların iş hayatına atılmaları onların yükümlülüklerini azaltmamış aksine daha da artmasına neden olmuştur.

6.3.8. Girişimci Kadınların Evlilik Sonrası Eğitim Düzeylerinde Yükselme

Kadınların her alanda güçlenmelerine önemli bir etkisi olan eğitim konusunun çalışma kapsamında ele alınması gerektiği düşünülmüştür. Girişimci kadınların evlendikten sonra eğitim düzeylerinde yükselme olup olmadığı merak edilmiştir. 3 kadın girişimci evlendikten sonra eğitim düzeyini yükselttiğini ifade etmiştir.

Mine:

“Evlendikten sonra okudum zaten.”

Zeynep:

“Oldu. Liseyi bitirdim evlendikten sonra.”

Evlendikten 20 sene sonra üniversite sınavına giren ve şu anda açık öğretimden üniversite okuduğunu söyleyen bir kadın girişimci ise çocuklarının bu süreçte kendisini

desteklediğini ama eşinin desteklemediğini belirtmiştir. Kadın girişimci ayrıca üniversite okumanın hep hayali olduğunu dile getirmiştir.

Fatma:

“Lise mezunuydum. 20 yıl sonra üniversite sınavına girdim. Hayalimdi. Şimdi açıktan üniversite okuyorum. Çocuklarım çok destekledi. Ama eşim çok desteklemedi. Kendi çabamla direnerek okudum.”

Görüşülen girişimci kadınlara eğitim düzeylerini yükseltmek isterlerse bu durumu eşlerinin ve çocuklarının nasıl karşılayacağı sorulmuştur.

Emel:

“Hepsi olumlu karşıladı. Eşimden düşünce olarak bir engel görmedim.”

Nilgün:

“Herkes sevinirdi.”

Zeynep:

“Hoş karşılarlar.”

Katılımcılar çoğunlukla eşlerinin ve çocuklarının bu konuda kendilerini destekleyeceklerini ifade etmiştir. Ancak kadın girişimcilerin hiçbiri eşlerinin sözel olmasa da psikolojik olarak ve ev işlerinde pasif kalarak bu konuda kendilerine engel olacaklarının farkında değildir. Eşlerin ev içi işlerde paylaşımcı olmamaları ve haneye yönelik tüm işlerin kadın girişimciler üzerinde olması, kadınların eğitimlerine devam etmek isteseler bile iş yeri ve evlerindeki sorumlulukları ile bu durumun güç olacağı düşünülmektedir. Özel alanlarında kadına yüklenen görevlerin kadın girişimcilerin eğitimlerini olumsuz etkileyeceği ancak kadın girişimcilerin bu konuda farkındalık geliştiremedikleri ortaya çıkan bulgular arasındadır.

6.3.9. Kararlara Katılım

Girişimcilik ile oluşan ekonomik bağımsızlık ve özgüven artışı sayesinde kadınların satın alma konularında eşleri ile eşit konumda oldukları ve bu konuda bağımsız karar verebilecekleri düşünülmüştür. Elde edilen bulgular, beklenen durumu doğrular niteliktedir. Girişimci kadınların satın alma konularında baskın ya da eşleri ile aynı belirleyicilikte olduğu ortaya çıkan bulgular arasındadır.

Görüşmelere katılan katılımcılara kendilerine veya evlerine herhangi bir şey almak istediklerinde bunun kararını nasıl verdikleri ve eve dair rutin harcamaların kimin sorumluluğunda olduğu sorulmuştur. Kadın girişimciler çoğunlukla kimseye sormadan almak istediklerini aldıklarını ya da kararlarını eşleri ile ortak verdiklerini belirtmiştir. Günlük rutin harcamaların ise kadınların sorumluluğunda olduğu ortaya çıkmıştır.

Nilgün:

“Ben sormam kimseye alırım. Günlük ben alırım, benden her şeyi.”

Betül:

“Benim kazandığımca benim olur ben karar veririm. Değişir ama genelde benim dediğim olur.”

Ceren:

“Kararları ben veririm. Ben alırım. Kredi kartları, paralar ben de.”

Bir kadın girişimci alacağı şeye göre durumun değiştiğini, eğer büyük bir şey alacak ise eşine sorduğunu ifade etmiştir.

Zeynep:

“Büyük bir şeyse sorarım. Küçük bir şeyse sormam.”

Bir katılımcı ise alacağı her şeyde eşine her zaman sorduğunu söylemiştir. Ancak ondan izin almak anlamında sormadığını, onun fikirlerine değer verdiği için sorduğunu özellikle belirtmiştir.

Ece:

“Yüzde doksan sorarım. Fikir almak için. Eşim benim en yakın arkadaşım. Onun fikirleri önemli.”

2 katılımcı ise kararları ailecek, çocuklarla birlikte aldıklarını ifade etmiştir.

Nurten:

“Hep beraber. Çocuklarla.”

Fatma:

“Hep beraber. Ortak. Çocuklarla. Paylaşıyoruz. Herkes belli şeyleri alıyor.”

Bir kadın girişimci eşinin kendi kazancına hiç karışmadığını istediği şeyi alabildiğini söylemiştir.

Emel:

“Benim kazancıma eşim karışmaz. Onunkine de ben karışmam. Kendi kendime gayrimenkul bile aldım. Yaşantı olarak özgür bir insanım.”

Genel olarak kadınlar bir şey almayı düşündüklerinde bunun kararını kendilerinin verdiklerini ifade etmiştir. Kadınların karar verici olmasında ekonomik bağımsızlıklarını elde etmiş oldukları kabul edilmektedir. Girişimcilik, kadınların satın alma gücünde bağımsız davranmalarını sağlamıştır.

Kadınların satın alma konularında karar verici olmaları, kendilerine gayrimenkul alabilmeleri onların karar mekanizmalarında etkili olduklarını göstermektedir. Karar verici olmak kadınların güçlenmelerinde önem arz etmektedir.

Ayrıca girişimci kadınlara kendi kazançları ile başkalarına yardım edip etmedikleri sorulmuştur. Kadınların çoğu kazançlarının anca kendilerine yettiğini yardımda bulunmadıklarını belirtmiştir.

Mine:

“Ancak kendime, aileme yetiyorum.”

Betül:

“Hayır, anca kendime yetiyor.”

Didem:

“Bulunmuyorum anca kendime yetiyor.”

Bir kadın girişimci aile bireylerinden birine yardımcı olduğunu belirtmiştir.

Nilgün:

“Evet kardeşime.”

2 kadın girişimci yardımda bulunduğunu belirtmiş fakat kime yardımda bulunduğu hakkında bilgi vermemiştir.

1 girişimci kadın elinden geldiğince yardımlarda bulunduğunu söylemiş ve insanların birbirine yardım etmesi gerektiğini özellikle vurgulamıştır.

Emel:

“Kendi kazancımla yardımlar yaparım. Doğudaki zor şartlardaki çocuklara yardım ederim. Yardım konusunda insanları yönlendirmeyi de severim.”

Görüşmeler doğrultusunda kadın girişimcilerde kazançları ile başkalarına yardım etme düzeyinin düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Satın alma konusunda bağımsız davranabilen kadın girişimcilerin başkalarına yardım etme konusunda çekimser

oldukları ortaya çıkmıştır. Kadın girişimciler bu durumu, kazançlarının anca kendilerine yetmesi ile açıklamışlardır.

VII. BÖLÜM

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Literatürde kadın girişimciliği çalışmalarına bakıldığında girişimcilik bir ekonomik faaliyet alanı olarak değerlendirilmiş ve ekonomik temelli gelişmiştir. Kadın girişimciler ile yapılan araştırmalarda kadınların kamusal faaliyetleri dikkate alınmış onların girişimciliği özel alanlarından bağımsız bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu çalışma, kadınların hane içindeki karşılıksız emekleri ve ekonomi piyasasındaki çalışma şekilleriyle ekonomiye ve aile bireylerine yaptığı büyük katkıyı ve görünmeyen emeği göstermeye çalışmaktadır. Bu çalışma ile iktisat alanında var olan bireyin erkek olarak algılanmasının önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın sonuç bölümünde kadın girişimcilerin ve eşlerinin demografik özellikleri, kadınların girişimci olmasında etkili olan faktörler, işletmelerinin özellikleri, girişimciliğe başlama süreçleri, sorunları, özel alandaki deneyimleri, annelik süreçleri ve özel alandaki cinsiyet rollerine ilişkin 12 kadın girişimci ile yapılmış olan derinlemesine görüşmelerin bulgularına yer verilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; kadın girişimcilerin orta yaş grubunda buldukları, Bolu doğumlu oldukları (1 tanesi hariç), genelinin lise mezunu olduğu, evli ve ortalama 2 çocuk sahibi oldukları, 14-25 yaş arasında evlilik yaptıkları ve çekirdek aileye mensup oldukları (1 tanesi hariç) görülmektedir.

Yapılan çalışmada eğitim seviyesi lise düzeyinde olan kadınlarda girişimciliğe yatkınlık olduğu gözlemlenmiştir. Türkiye’de üniversite ve üstü okul mezunu olan kadınlar daha çok mezun oldukları bölümlerde ve ücretli olarak iş bulma eğilimindedir. Lise mezunu olan kadınlar ülkede iş bulmada güçlük çekmekte ve iş gücü piyasasında

yer edinmemektedir. Ancak kadınlar çalışmayı istedikleri için veya çalışmak zorunda oldukları için çözüm olarak kendi iş yerlerini açma eğilimi göstermektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin “evcimen kadın girişimci tipi” oldukları gözlemlenmiştir. Evcimen girişimci tipi; ”geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören tiptir” (anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/turkiyede-girisimcilik-ve-kadin/1970, 3 Mart 2019’da erişildi).

Girişimci kadınların eşlerinin ise orta yaş grubunda, lise ve üniversite mezunu oldukları ve çeşitli meslek dallarında çalıştıkları ortaya çıkmıştır. Kadınların girişimci olmalarında eşlerinin meslekleri belirleyici olmamıştır. Kadın girişimcilerin babalarında esnaf ve zanaatkarlık çoğunluktadır bu durum aile faktörünün kadınların girişimci olma noktasında etkili olduğunu göstermektedir. Literatürde girişimciliği etkileyen çevresel faktörler içerisinde ‘ailenin’ önemli derecede belirleyici olduğu ortaya konmuştur. Bu çalışmanın sonucunda da kadınların girişimci olmalarında babalarının mesleklerinin etkileyici olduğu belirlenmiştir.

Kadın girişimcilerin eşlerinin eğitim düzeyi görece yüksektir. Eşlerin eğitim düzeylerinin yüksek olması, kadınların ekonomik hayata katılma noktasında etkili olduğu düşünülmektedir. Ancak eğitim seviyesi yüksek olan erkekler, eşitlikçi bir düşünce yapısına sahip değildir. Yalnızca eğitim düzeyi yüksekliğinin toplumsal cinsiyet eşitliğinin oluşumunda etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunda görüşülen kadın girişimcilerin tamamının hizmet sektöründe faaliyet gösterdiği ortaya çıkmıştır. Kadın girişimcilerin işletmelerinin mikro ve küçük ölçekli işletmeler olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdiği işletmeler arasında; terzi, eşarpçı, ev yemekleri, tekeli bayi, çiçekçilik, bebek süs eşyaları malzemeleri, butik giyim, sürücü kursu, market, etüt merkezi bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin hizmet verdikleri alanlara bakıldığında büyük ölçüde özel alandaki cinsiyet rollerinin uzantısı şeklindeki alanlar oldukları görülmektedir. İçlerinde diğerlerinden farklılık gösteren sürücü kursunu işleten Ece’ye işletmesi babasından

kalmıştır. Ece, görüşme esnasında “bana kalsa bu işi yapmazdım” demiştir ve işletmesini kendi cinsiyetine yakıştıramamıştır. Kadın girişimcilerin toplumsal cinsiyet rollerine yakın çalışma alanlarına yöneldiği ortaya çıkmıştır. Özel alandan çıkan kadın, kamusal alanda var olsa da kendine biçilen cinsiyet rollerinden uzaklaşmamaktadır. Kadın girişimcilerin girişimde buldukları iş kolları toplumsal cinsiyet rollerinin pekiştiricisi ve devamı niteliğindedir.

Kadına ve erkeğe yönelik cinsiyet farklılığı bireylerin iş alanı tercihlerinde de etkili olmaktadır. Kadın girişimciler çoğunlukla; hazır giyim, gıda, sağlık, temizlik alanlarında yoğunlaşmaktadır. Bu alandaki faaliyetler kadınlara iş olanağı tanımakta ve kadının aile hayatını dengede tutmaya yardımcı olmaktadır (Engin 2013: 35). Kadın girişimcilerin bu alanlarda yoğunlaşmaları; işlerini kurarken daha az bilgi, deneyim, sermaye ve teçhizat gerektirmesi gibi sebepler olduğu düşünülmektedir. Bolu’daki kadın girişimcilerin girişimciliğe başlama sürecinde onları çok uğraştırmayacak, sermaye konusunda çok zorlamayacak çok fazla deneyim gerektirmeyen iş kollarında faaliyette bulunmayı tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.

Görüşülen kadınları girişimciliğe motive eden faktörlerin başında kadınların “kendi işlerini yapmak istemelerinin” ağır bastığı ortaya çıkmıştır. Kadın girişimcilerin çoğu, girişimde bulunduğu iş kolunda daha önce ücretli olarak çalışıp deneyim sahibi olmuşlardır. Kadınların kendi işlerini yapmak istemelerinin en başında şu nedenler yatmaktadır; iş giriş çıkış saatlerini kendilerinin belirleyebilmesi, kimseye hesap vermeden çocuklarını iş yerlerine getirip orada bakabilmeleri ve çocuklarının ihtiyaçları ile iş yerinde yakından ilgilenebilmek gelmektedir.

Görüşülen girişimci kadınların ekonomik faaliyet olarak girişimciliği tercih etmelerinde; çocuk bakımında avantajlı olması, esnek çalışma saatleri dolayısıyla çocukları ile daha fazla ilgilenebilmeleri yatmaktadır. Kadınlar iş yerlerinde dahi çocuk bakımı görevlerini aksatmamaya çalışmaktadır.

Araştırmanın bulgularında kadınları girişimciliğe çeken faktörlerin iten faktörlerden daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum kadın girişimciliğinin

gelişimi için olumlu bir gelişmedir. Kadınlar birtakım zorunluluktan dolayı değil, kendilerini bağımsız ve özgür hissetmek için girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadır. Kadın girişimciler, özgürleşmek adına girişimciliğe başlamışlardır ancak özel alanlarındaki iş yüklerinin fazla olması onların bu özgürlük alanlarını kısıtlamakta ve işlerini büyütme noktasında kadınların gelişimine engel olmaktadır.

Kadın girişimcilerin işlerini büyütme yönelik ifadelerinde; büyütmeyi istedikleri ancak ülkenin makroekonomik şartlarından ve evle iş yaşamı arasındaki yaşadıkları denge sorunundan dolayı büyütmeğe kaçındıkları ortaya çıkmıştır. Özel alandaki ağır yükleri kadınların iş alanından pasifize olmalarına neden olmaktadır. Yine de kadınların işlerini büyütmeğe istemeleri hatta teknolojiyi kullanarak değişim hedeflemeleri, kadın girişimciliğinin gelişiminde önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kadınların sermayelerini temin ederken informel kaynaklardan yararlandıkları ortaya çıkmıştır. Kadınlar sermaye temininde banka veya başka kurumsal yerler gibi formel kaynaklar yerine öz kaynaklarından ve eş dosttan yararlanmışlardır. Görüşülen kadın girişimcilerden 3 tanesi kredi çekmiştir. Kredi çeken katılımcılar, eşlerinden ve akrabalarından maddi destek göremediklerinden dolayı kredi çekmek zorunda kalmışlardır. Katılımcıların iş kurma aşamasında ve devamında aile ve akrabaları önemli sosyal destek mekanizmaları olmuştur. Özellikle mikro işletmelerin kuruluşu esnasında girişimcilerin sermaye kaynakları içinde aile ve akrabalığın rolü fazlaca belirgindir (Yetim 2002: 81).

Çakıcı'nın 2003 yılında Mersin'de 160 girişimci kadın ile yapmış olduğu çalışmada, kadınların başlangıç sermayelerini çoğunlukla aile ve akrabalarından temin ettikleri ortaya çıkan bulgular arasındadır (Soysal 2010: 95). Bolu' da yapılan araştırmanın sonucu da Çakıcı'nın yapmış olduğu çalışmanın sonuçlarını destekler niteliktedir.

Girişimci kadınların iş kurma aşamasındaki bilgi kaynaklarının yine eş ve dostlarının olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların hiçbiri iş kurma aşamasında ve

devamında profesyonel bir danışmanlık merkezinden hizmet almamış, bilgi edinmede de geleneksel sosyal bağlantılarını harekete geçirmişlerdir.

Kadınlar için “girişimcilik” özgürlüğü ve ekonomik bağımsızlığı ifade etmektedir. Kadınların girişimcilik yapmaktan mutlu olduğu ortaya çıkmıştır.

Girişimcilik teorilerinden feminist iktisat teorisine göre, neoklasik iktisat kadınları ekonomi piyasasında görmezden gelmektedir. Neoklasik iktisat kadınları iş gücü piyasasından ve ekonomi alanından uzak tutmak için kadınların rasyonel davranmadığını ileri sürer ve bu yaklaşıma göre kadınlar üretici değil tüketicidir. Oysaki bu çalışma, kadınların hem kamusal alanda hem de özel alanda üretici bir role sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Neoklasik iktisadın aksine kadınlar, ekonomi alanında aktiftirler ve üretimin bir parçasını oluştururlar. Çalışmanın sonucuna göre, kadınlar kamusal alanda piyasa ekonomisi için üretim yaparken aynı zamanda iş gücü piyasasına insan yetiştirmek için özel alanda da yeniden üretim faaliyetlerini gerçekleştirirler.

Bolu ilinde girişimci kadınların birbirine destek olabilecekleri, birbirilerinin sorunlarını paylaşıp, ortak çözümler üretebilecekleri bir yapılanma bulunmamaktadır. Araştırmanın bulguları kadın girişimcilerin, kadın örgütlenmeleri hakkında olumsuz düşüncelerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Girişimci kadınlar kadın dayanışması konusunda eril düşünce sisteminin dayatmış olduğu kalıp yargılara inanmaktadırlar. Kadınların, kadın örgütlenmeleri hakkındaki düşüncelerinin araştırıldığı Kırklareli’nde yapılmış olan bir çalışma sonucuna göre, kadınların ataerkil düşünce yapısının getirdiği nedenlerden dolayı kadın örgütleri içinde bulunma problemleri yaşadıkları görülmüştür (Güvenç 2018: 32). Bolu’da görüşme yapılan kadınların, kadın girişimcilerin yer aldığı bir yapılanmaya dahil olmaması Kırklareli’ndeki çalışmanın sonucu ile benzerlik göstermekte ve girişimci kadınların başka kadınlara olan güvensizliğinden kaynaklanmaktadır. Kadınların birbirini çekemediklerini ve birbirlerine faydalarından ziyade zararlarının dokunacağını düşünmektedirler. Kadın girişimciler arasında beraber hareket edebilme ve dayanışma içinde gelişen ilişkiler, toplumsal cinsiyet kaynaklı yaşanan sorunların çözümünde ve kadınların iş hayatına dahil olmasında etkili olabilir

(Yetim 2002: 89). Ancak araştırmanın bulgularına göre Bolu’da görüşülen kadın girişimciler arasında dayanışma ve birlikte hareket edebilme güdüsü oluşmamıştır.

Girişimci kadınlar gerek iş kurma gerekse de işlerini yürütme aşamasında farklı sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. İşlerini kurma aşamasında en sık karşılaşılan sorunlar; cesaretli davranıp karar verebilme, eşini ikna etme, belirsizlik, piyasada tanınmamışlık gibi sorunlardır. Bu sorunlar içerisinde kadınlar için en zor aşılacak sorunun “eşini ikna etmek” olduğu görülmektedir. Kendi işini yapmak istediğinde eşinin karşı çıktığını, zamanla eşini ikna ederek işe başladığını belirten Mine bu konuda şunları söylemiştir; ”Eşim tepki gösterdi. Yapmamı istemedi. Ama ben inatçıyım. Onu ikna ettim.” Görüşülen girişimci kadınlar, eşlerini ikna ettikten sonra diğer problemleri daha kolay aşmışlardır. Çalışmanın sonucunda, görüşülen kadınların hayatlarında ataerkil sistemin hüküm sürdüğü, kadınların eşlerinin izni olmadan ve onların onayını almadan çalışma hayatına katılmadıkları ortaya çıkmıştır. Kadın girişimcilerin işlerini yürütme aşamasındaki en büyük sorunları ise “fiziksel ve zihinsel yorgunluk” olarak belirlenmiştir. Kadınların en büyük sorununu yorgunluk olarak ifade etmelerinde kendi işini yapmanın güçlüklerine ek olarak özel alandaki sorumlulukları yatmaktadır. Cinsiyete dayalı iş bölümü günümüzde halen devam ettiği için kadınlar, ev dışı mekanda ücret karşılığı çalışsalar da evdeki işlerin yükümlülüğünü üstlenen kişi olmaktan kurtulamamıştır. Günümüzde kadınlar evinden çıkıp çalışma yaşamına katılmış olsa da hanedeki iş bölümünde anlamlı bir değişiklik yaşanmamaktadır. Bu nedenle kadınların en büyük sorununu “yorgunluk” olarak ifade etmeleri onların, uzun saatler çalıştıkları işlerinden evlerine dönüşlerinde hanede “ikinci vardiya” yapmalarından kaynaklanmaktadır. Engin’e göre (2013: 37) kadınların girişimci olarak çalışma hayatına dahil olması, onlara belli kazanımların yanında önemli zorluklar da getirmiştir; kadınlar erkek egemen düzenin yarattığı zorluklar ile baş etmek durumunda kalmakta ve kadınların üzerindeki bu yük onları zaman zaman tükenmişlik sendromuna itmektedir.

Görüşülen kadınların hiçbirisi, cinsiyetinden kaynaklı olarak ayrımcılığa uğradığını bildirmemiştir. Meslek dallarında cinsiyetçi iş bölümünün devam ettiği günümüzde girişimcilik gibi daha çok eril bir yapılanma ile özdeşleşmiş bir alanda yer

alan kadın girişimciler, cinsiyetlerinden kaynaklı bir sorun ile karşılaştıklarını belirtmemişlerdir. Aktaş'ın, Kocaeli'nde kadın girişimcilerle yapmış olduğu araştırmanın sonuçlarında da kadınların cinsiyet farklılığından kaynaklanan sorunları pek fazla hissetmedikleri belirlenmiştir (Aktaş, 2015, <http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/kadin-girisimcilerin-sorunlari-kocaeli-ornegi/1973>, 12 Şubat 2019'da erişildi). Bolu'daki araştırmanın bulguları da Kocaeli'nde yapılmış olan çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Görüşmelerde girişimci kadınlar sorunlarını dile getirirken cinsiyet eşitsizliğine maruz kaldıklarına dair bir açıklamada bulunmamıştır. Görüşülen kadın girişimcilerin piyasa ekonomisinde cinsiyetlerinden kaynaklı ayrımcılığa uğradıkları ancak bu durumu içselleştirdikleri için farkındalık geliştiremedikleri düşünülmektedir.

Görüşülen girişimci kadınların, girişimcilik yapmayı düşünen kadınlara yönelik önerileri, daha çok kendi yaşadıkları sorunlar üzerinden gelişmiştir. İçlerinde Mine, kadınlara işlerini yaparken kimseyi üste çıkartmamaları gerektiğini ve kontrollü olmalarını; Zeynep, piyasa araştırması yapmalarını, Fatma da çok yorucu olacağını bilerek işe girişmelerini önermiştir. İçlerinden Betül ve Ece ise ülkenin makroekonomik şartlarında küçük girişimcilerin tutunamadığını, çok büyük risk olduğunu belirterek girişimciliği kadınlara önermemiştir. Dolayısıyla katılımcılar kendi sorunları üzerinden öneriler geliştirdikleri için girişimci olacak kadınlara önerileri aslında kadın girişimcilerin sorunlarını da ifade etmektedir. Genel olarak katılımcılar, girişimciliği düşünen kadınlara, eğer akıllarında varsa yapmalarını, kocalarının eline bakmamalarını önermiştir.

Kadının haneye gelir getirmesi onların satın alma kararlarında önemli derecede bağımsız davranmalarını sağlamıştır (Bedük 2005: 112). Araştırma, Bedük'ün tezini desteklemektedir. Girişimci kadınların karar alma mekanizmalarında etkili olduğu ortaya çıkan bulgular arasındadır. Kadınların ekonomik bağımsızlığını elde etmiş olmaları onların karar verici olmalarını kolaylaştırmıştır. Bu durum, kadınların özellikle katılım ve kontrol konularında güçlenmiş olduklarını ortaya koymaktadır.

Liberal feminist kurama göre, kadınların eşitsiz konumları, kamusal alana dahil olmalarını önleyen engellerin sonucudur. Liberal feminizme göre kadınların toplumda hak ettikleri yere gelebilmeleri eğitim ve kamusal alanda çalışma ile mümkün olacaktır. Çalışma sonucunda, kamusal alana dahil olan kadınların maddi anlamda ve satın alma konularında güçlendiklerini ancak kamusal alanda çalışıyor olsalar bile eşitsiz konumdan kurtulamadıkları ortaya çıkmıştır. Liberal feminist teorinin aksine kadınlar, yalnızca eğitim ve iş gücü piyasasına dahil olarak toplumdaki hak ettikleri konuma gelememişlerdir.

Sosyalist feminist kurama göre ise ancak toplumsal anlamda gerçek bir eşitlik sağlandığında ve kadınlarla erkekler eşit haklara sahip olduklarında, kadın ve erkekler eşit konuma gelebileceklerdir. Bunun için kadınların toplumsal üretime katılması, aile düzeninin değişmesi ve ev işlerinin kamusal bir düzende gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Özdemir 2017: 402).

Kadınlar, hane içindeki yeniden üretim ile ilgili sorumluluklarını mutlaka yerine getirmeye devam etmektedirler. Aile içindeki bu karşılıksız emekten en çok erkekler faydalanmaktadır. Marksist feminist teoriye göre toplumdaki eşitsiz iş bölümü, ücretli işte çalışan kadınların çifte yük altında ezilmelerine neden olmaktadır.

Hane içinde pek çok sorumluluğu üstlenen girişimci kadınların kamusal ve sosyal yaşamdan soyutlandıkları ortaya çıkmıştır. Bir katılımcının “keyif için değil ihtiyaçlarımı gidermek için bile zaman bulamıyorum” şeklindeki ifadesi girişimci kadınların durumunu en açık şekilde göstermektedir. Kadınlar çalışma hayatında yer almaya başlamış olsalar dahi kamusal alandan farklı bir şekilde soyutlanmaktadırlar. Tüm zamanları iş-ev, ev-iş paradoksunda geçen kadınlar, toplumsal hayatın geri kalanından uzak kalmakta ve toplumun temel faaliyetlerine katılmadıklarından dolayı sosyal dışlanmaya maruz kalmaktadırlar. Sosyalist feminist Mariarosa Dalla Costa’ya göre kadınlar, özel alanda kalıp toplumsal üretime katılmadıklarında çalışma haklarından yoksun kalırlar ancak toplumsal üretime katılan kadınların da yabancılaşmaları sona ermemektedir (Erdoğan 2014: 18). Görüşülen kadın girişimcilerin tüm zamanlarını işyerindeki ve evlerindeki işlere ayırdıklarından dolayı

sosyal yaşama yabancılaştıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan Zeynep bu konudaki sorunlarını şöyle dile getirmiştir: “Kendime zaman ayıramıyorum. Çok yoruluyorum. Kendimi her şeyden kısıtlıyorum. Zamanım kısıtlı. Hiçbir sosyal hayatım yok. Planlı programlı bir şey yapamıyorum. Bir arkadaşım ile buluşamıyorum.”.

Kadın girişimciler işe gittiklerinde, çocukları küçükken onlara akrabalarının baktığı ortaya çıkmıştır. Kadın girişimcilerin çocuk bakımı konusunda büyük ailenin avantajlarını kullandıkları ortaya çıkan bulgular arasındadır. Geleneksel aile ve akrabalık bağları kadın girişimciler için büyük önem arz etmektedir. Kadın girişimciler, çocuk bakımı konusunda formel bakım merkezlerinden hizmet almamaktadır.

Görüşülen kadın girişimcilerin bir kısmı da çocuklarını iş yerlerine götürüp orada kendileri bakmayı tercih etmiştir. Kadınların özel alandaki çocuk bakımını kamusal alanda da devam ettirdikleri ortaya çıkmıştır. Girişimcilik, kadınlara toplumsal olarak inşa edilmiş rollerine uygun davranabilme imkanı veren bir iş kolu olarak görülmekte ve bazen bu nedenle de kadınlar tarafından tercih edilmektedir. Girişimcilik, iş kadını rolünün ve annelik rolünün iç içe geçtiği ve kadınların annelik sorumluluklarını devam ettirdiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyalist feminist kurama göre kadınların kendileri çocuk sayısına ve çocuğun olma zamanına karar veremez ve doğurganlıklarına yabancılaşırlar (Özdemir 2017: 402). Çalışma kapsamında görüşülen girişimci kadınlara çocuk sahibi olma süreçleri sorulmuştur. Çalışma sonucunda 3 kadın girişimcinin çocuklarını planlama sürecinden geçirerek yaptığı ortaya çıkmıştır. 9 kadın girişimci çocuklarının olma sürecini planlamadığını hemen olduğunu ifade etmiştir. Görüşülen kadın girişimciler ortalama 2 çocuğa sahiptir. İlk çocuklarının plansız olduğunu ifade eden kadın girişimcilerin bir kısmı ikinci çocuklarını, ilk çocukları kardeş istedikleri için ya da toplum tarafından bir çocuk yalnız kalmasın gibi tepki aldıkları için yaptıklarını ifade etmiştir. Araştırmaya dahil olan ve 4 çocuğu bulunan Gülten, çocuk sayısını ve zamanını planlayamadığını şu şekilde ifade etmiştir: ”Plansız oldu. Planlı olsa 4 tane olmazdı”. İlk çocuğu olduktan sonra ikinciye düşünmeyen ve bunun için önlem alan Emel ise toplumun yanlış yönlendirmesi sonucu ikinci çocuğuna hemen hamile kaldığını şu şekilde belirtmiştir:

“İlki yeni olmuştu. Ben korunmaya başladım. Yaşlı teyzeler emzirirken süt korur, korunma dediler. Korunmayı bıraktım onlar öyle diyince ama hamile kaldım.”. Kadınların kendi doğurganlıkları üzerinde karar sahibi olamadıkları, çocuklarının olma süreci ve sayısı konusunda aile bireylerinin, toplumun baskısının etkili olduğu ve kadınların bedenlerine yabancılaştıkları ortaya çıkmıştır.

Özel alana dair tüm işlerin yüksek oranda kadın girişimciler tarafından yapıldığı araştırmanın sonuçları arasındadır. Kadınların ekonomik hayata katılması ev içinde cinsiyete dayalı iş bölümünde beklenin aksine köklü bir değişiklik yaratmamış hatta bu durum kadınlar üzerinde çifte yük oluşturmuştur. Girişimcilik ile beraber ekonomik bağımsızlık ve saygınlık elde eden kadınların kamusal alanda güçlenmeleri onların özel alanını pek etkilememiştir. Ev işi, yemek, çocuk bakımı kadınların hane içindeki ortak deneyimlerinin sonucudur.

Kadınların ekonomik yaşama dahil olmasıyla kamusal alandaki rollerinin dönüşümünde hızlı bir değişme yaşanırken, özel alandaki geleneksel cinsiyet rollerinin dönüşümü yavaş ilerlemektedir. Araştırmanın bulgularında eşlerin çok azının ev işlerine ve çocuk bakımına dahil olduğu, isteğe bağlı olarak iş yaptıkları ortaya çıkmıştır. Eşitlikçi bir iş bölümüne yönelik değişim yavaştır. Kadınlar, özel alana dair işlerin takip edilmesi ve gerçekleştirilmesinde hala ilk derecede sorumlu kişiler iken erkekler yardımcı olmaktan öteye gidememektedir. Kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetinde bulunmalarında eşlerinin ve ailelerinin birinci derecede destekçileri olduğu ortaya çıkmıştır. Eşleri, kadınlar girişimciliğe başlarken sermaye temininde ve bilgilendirme konularında destekçi olsalar da hane içindeki rol paylaşımında bu desteği göstermedikleri ortaya çıkmıştır.

Kadına yüklenmiş roller ve toplumun onlardan beklentilerinin oluşturduğu stres, onların çalışma yaşamını zorlaştırmaktadır. Erkekler yalnızca para kazanan biri ve babalık rolüne sahipken; kadınlar ev işleri, çocuk bakımı, eş ve iş kadını olmaktan kaynaklanan sorumluluklara sahiptir. Erkekler görevlerini yaparken esnek davranabilirken, kadınların sorumluluklarını özellikle de çocuk bakımı gibi görevlerini erteleme veya zamana yayma gibi şansları bulunmamaktadır (<http://www.kagider.org/>)

docs/default-source/kagider-raporlar/kagider-danone--%C3%A7al%C4%B1
%C5%9Fan-annelerin-i%C5%9Fe-d%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BC--
ara%C5%9Ft%C4%B1rma-sonu%C3%A7lar%C4%B1.pdf?sfvrsn=2,2017, 12, 3 Mart
2019’da erişildi.).

Kadın girişimciler hayatlarındaki en güzel, en mutluluk verici durumun annelik olduğunu vurgulamışlardır. Kadın girişimciler için en önemli rollerinin annelik olması şaşırtan bir durum değildir. Ataerkil bir toplum yapısında kadınlık, “annelik” ile özdeşleşmiş bir olgudur. Anne olmayan kadın eksik kadın gibi algılanır. Dayatılmak istenen annelik duygusunu kadınların küçüklükten itibaren içselleştirmeleri beklenir. Böyle bir sosyalizasyon sürecinde toplumsallaşan kadın, yaşamında hangi toplumsal role sahip olursa olsun en önemli özelliğini annelik olarak tanımlayacaktır. Görüşülen kadınlara anneliğin kendileri için ne anlam ifade ettiği sorulduğunda anneliğin onlar için; kutsallık, olması gereken bir şey, sorumluluk, dünyanın en güzel duygusu, mutluluk, her şey, yaşama sevinci, hayatın anlamı, yaşam kaygısı olduğunu ifade etmişlerdir.

Kadın girişimciler için annelik rolünün bu kadar önemli olması hatta bir kısım kadın girişimcinin çocukları için girişimciliğe başlamaları, kadın girişimciliği çalışmalarında “annelik” olgusunun ele alınması gerektiğini göstermektedir. Brush, Bruin ve Welter kadın girişimciliği ile ilgili çalışmalarında, kadın girişimciliğini anlamak için 3M ve 5M olarak ifade ettikleri bir yapılanmadan söz etmektedirler. 3M yi oluşturan bileşenler (market, money, management) piyasa, para ve yönetimdir. Bu üçlü birleşim bir girişimcinin girişimde bulunabilmesi ve girişimini büyütebilmesi için gerekli olan çerçevedir. Ancak kadın girişimciliğini çözümleyebilmek için bu 3M ye ek olarak 2M daha ekleyerek 5M olarak adlandırdıkları bir metafor oluşturmuşlardır. Buradaki 2M (motherhood, macro-meso environment) anneliği ve meso/makro çevreyi ifade etmektedir. Bu olguların girişimcilik faaliyetine aracılık ettiğini vurgularlar. Bu 2M’nin araştırmalara dahil edilmesi kadınların girişimlerini geliştirebilmeleri açısından gereklidir. “Annelik” hane/aile bağlamını temsil eden bir olgudur. Aile/hane bağlamının kadınlara erkeklerden daha büyük bir etkisi bulunur. Kadın girişimciliğini anlamak için hane halkının doğasına daha derinden yaklaşmak ve ilişkileri anlamak gerekir. Aile

rollerini öğrenmek bu konuda önem arz etmektedir. Aile içindeki eşitsiz iş bölümü 3M'lere erişimi olumsuz etkiler. Kadın girişimciler için annelik, girişimcilik sürecinin nasıl ortaya çıktığını doğrudan etkileyen bir faktördür. Bu nedenle aileye bağlılığı yüksek olan kadınların piyasa/ finans/endüstri ağlarında etkileşime girme olasılıkları daha düşük olacaktır (Brush, Bruin ve Welter 2009: 12-18).

Özel alan girişimci kadınlar için birincil derecede önem teşkil etmektedir. Kadınlar özel alanda ve iş yerlerinde çocuklarına bakarak iş gücünün yeniden üretimine kamusal alanda da katkıda bulunmaktadır. Kadınların ev içerisinde üstlenmiş oldukları çocuk bakımı, erkeğin bakımı, yaşlı bakımı ve ev işleri gibi faaliyetlerin ekonomik bir karşılığı bulunmamaktadır. Bu görünmez emek, kadın girişimcilerin ekonomik karşılığı olacak faaliyetlere daha fazla katılımını engellemekte ya da sınırlandırmaktadır. Kadınların hane içinde gündelik hayatın devamı için yapmış oldukları işler “üretken” sayılmamakta, erkekler ve genel olarak iktisadi politikacılar tarafından kadınların hane içindeki emeği küçümsenmektedir.

Kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik politikalar, işsizliği azaltmak adına istihdam edilemeyen kadınlar için küçük iş yeri açma girişimi şeklinde gelişmektedir. Ancak bu çalışmalar işsizliği azaltmak ve günü kurtarmak adına yapıldığı için uzun vadeli ele alınmadan ve toplumsal cinsiyet eşitliği gözetilmeden yapılmaktadır.

Türkiye'deki kadın girişimciliği çalışmaları kadınları özgürleştirici bir anlayıştan uzak, liberal bir yaklaşımla işsizliği azaltmanın bir yolu olarak görülmektedir. Bunun sonucunda da girişimcilik kadınlara, kendilerini gerçekleştirmelerine yardımcı olmak ve kendilerine ait özgür, bağımsız bir alan yaratmaktan uzak yalnızca hane bütçesine katkıda bulunmalarına yardımcı olmalarını sağlamaktadır.

Kadın girişimciliğinin geliştirilmesi, hem toplumsal kalkınma hem de kadınların ekonomik ve sosyal açıdan güçlenmeleri bakımından kritik bir öneme sahiptir. Ancak kadın girişimciliğinin geliştirilmesi konusunda dikkat edilmesi gereken önemli noktalar

bulunmaktadır. Kadın girişimciliği ile ilgili çalışmalar, bütünsel bir çerçeveden ele alınarak ve toplumsal cinsiyet eşitliği bakış açısı gözetilerek yapılmalıdır.

Daha çok erkeklerin etkin ve aktif olduğu girişimcilik alanında kadınların görünür olmalarını sağlamak ve kadınların özel alanlarındaki sorumluluklarından sıyrılıp, girişimcilik ile beraber ekonomik ve sosyal açıdan güçlenmelerine olanak tanımak amacıyla erkeklere, topluma, politika yapıcılara belli görevler düşmektedir. Bu bölümde tüm bunların sağlanması için birtakım öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler şu şekilde sıralanabilir.

Öneriler

- Bütün çalışmalardan önce kadınların iş gücüne tam ve üretken katılımlarının önündeki engellerin ortadan kaldırılması gereklidir.
- Literatür taramasına göre Türkiye'nin her bölgesinde, saha çalışması sonucunda da Bolu ilinde girişimci kadınların sadece belli hizmetlerde (özel alandaki işlerinin devamı niteliğindeki alanlar) yoğunlaştığı ortaya çıkmıştır. Girişimci kadınların hangi sektörde bulunup bulunmayacağını belirleyen ve onları girişimcilik ekosisteminde sınırlayan kültürel kısıtlamaların ortadan kalkması ve kadınların girişimciliğin her alanında yer alması gerekir.
- Başarılı kadın girişimciler iş liderleri olarak tanıtılmalıdır.
- Türkiye'deki kadın girişimciliği ile ilgili çalışmalar kadınların durumunda iyileşme yaratmayı hedefliyor ise çalışmaların ve politikaların toplumsal cinsiyet körü durumundan çıkartılması gerekmektedir. Politikalar oluşturulurken ayrıca kadınların yaş ve eğitim özellikleri göz önüne alınarak hazırlanmalıdır.
- Kadınları girişimciliğe yönlendirmek için sadece ekonomik teşvikler yeterli değildir. Onların özel alanındaki sorumlulukları hafifletilmeden, iş yükleri azaltılmadan oluşturulan her politikanın kadınları güçlendirmek bir yana iki vardiya yapıp tükenmişlik sendromuna girmelerini sağlayacağı bir gerçektir. Kadınlar üzerindeki orantısız yükün azaltılması gereklidir. Bunun için eşlerin, iş paylaşımında eşitlikçi olması ve eve dair işlerin devletçe

toplumsallaştırılması sağlanmalıdır. Temizlik, yemek, çocuk bakımı gibi işlerin kadının sorumluluğundan alınıp devletçe kamusallaştırılması gereklidir.

- İktisadi politikalar geliştirilirken, kadın bakış açısını da içeren bir biçimde politikalar oluşturulmalıdır. Çalışmalar yapılırken kadınlara yönelik ayrımcı, dışlayıcı yaklaşımlardan uzak durulmalıdır. İktisadın nesnellik boyutu sorgulanıp yeniden yapılanması gerekmektedir.
- Günümüzdeki neoklasik ekol ataerkil bir düşünce üzerine kuruludur. Kadınların ekonomik alanda güçlenmesi için bunun kırılması gerekmektedir. Girişimcilik çalışmalarında cinsiyet körü yaklaşımlardan uzak durulmalıdır.
- Kadınların ev işlerine olan bağımlılıklarından kurtulup gerçek anlamda özgürleşmeleri için aile içindeki eşitsiz iş bölümünün yıkılması, erkeklerin de hane içindeki bakım hizmetlerini gerçekleştirmesi ve bu önerilerin sosyal devlet anlayışının amaçları içinde olması gerekmektedir.
- Erkekler ve genel olarak iktisadi politikacılar, kadınların gündelik yaşamın devamı için yaptıkları işleri “üretken” saymalı ve bu görünmeyen emeğin görünür hale getirilmesi sağlanmalıdır.
- Bolu ilinde köklü bir üniversitenin bulunması il bazında kadın girişimciliğinin geliştirilmesinde fırsat olarak görülmeli ve üniversitenin ildeki diğer resmi kuruluşlarla işbirliği içinde, “Bolu’daki kadın girişimciliğinin gelişimi” yönünde çalışmalar yürütmesi sağlanmalıdır.
- Kadın girişimciliği ve genel olarak kadının güçlendirilmesine yönelik yapılacak çalışmalarda kadınların yaşamları tüm yönleri ile incelenmeli, bütüncül bir perspektiften ele alınmalıdır.
- Kadınlar için girişimcilik süreçleri boyunca vergi muafiyeti tanınmalı, kadın girişimciliğinin geliştirilmesi için her konuda pozitif ayrımcılık yapılmalıdır.
- Kadınların iş yerlerinin çevresinde çocuklar için ücretsiz bir şekilde bakımevi ve kreşlerin açılması ve bu kreşlerin de mutlaka denetlenmektedir.

KAYNAKLAR

- Adaçay, Funda Rana (2014). *Toplumsal Cinsiyet ve Kalkınma*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları
- Adak, Nurşen (2007). "Kadınların İkilemi: İş ve Aile Yaşamı". *Sosyoloji Dergisi* Ülgen Oskay'a Armağan Özel Sayısı 17: 137-152
- Ağca, Veysel ve Yumuşakipek, Handan (2015). "Girişimcilik ve Girişimcilik Trendini Yükselten Güçler". *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular*. Ed. B. Güven ve E. Kaygın. İstanbul: Siyahinci Yayınları. 9-35
- Ahmad, Nadim ve Seymour, Richard G. (2008). "Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks For Data Collection".(<http://www.oecd.org>, 15 Aralık 2018'de erişildi.)
- Aktaş, Güven (2015). "Kadın Girişimcilerin Sorunları, Kocaeli Örneği." *Anahtar Dergisi*. Sayı 315
- Alkan, Ayten (1999). "Özel Alan- Kamusal Alan Ayrımının Feminist Eleştirisi Çerçevesinde Kentsel Mekan" (<http://politics.ankara.edu.tr/dergi/tartisma/1999/kentsel-mekan.pdf> 20 Ocak 2019'da erişildi.)
- Aslan, Şebnem ve Atabey, Ayşegül (2007). "Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi". *Journal of Azerbaijani Studies* 1-17
- Aşkın, A., Nehir, S., Vural, S.Ö. (2011). "Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 6 (2): 55-72

- Aytaç, Ömer (2006). "Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15: 139-160
- Bahar, Halil İbrahim (2009). *Sosyoloji*. Ankara: Usak Yayınları
- Bahmani, S., Sotos, F.E., Garcial, I. P. (2012). "Women, Research, and Entrepreneurship". *Women's Entrepreneurship and Economics*. Ed.Galindo Miguel ve Ribeiro Domingo. Springer, New York: 35-53
- Baltacı, Ali (2018). "Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme". *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 1(7): 231-274
- Başar, Mehmet (2005). "Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri". *Girişimcilik*. Ed. Y. Ülper Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. 1-18
- Başaran, Yağmur Koç (2017). "Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı". *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 47(5): 480-495
- Batum, Ufuk vd. (2014). "Ankara'da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası". Ankara Kalkınma Ajansı. (<http://www.kagider.org/docs/default-source/Raporlar-ve-Sunumlar/ankarada-kadin-girisimcilik.pdf?sfvrsn=12>, 14 Ekim 2018'de erişildi.)
- Bedük, Aykut (2005). "Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 12 (3): 106-117
- Bedük, Aykut (2013). "Mikro Girişimcilikte Kadının Yeri". *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimciler*. Ed. E. Kaygın ve B. Güven İstanbul: Veritas akademi 185-213
- Belkıs, Özlem (2016). "Anneliğin Akademik Kariyer Gelişimine Etkileri Üzerine Nitel Bir Araştırma". *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*. 4 (5): 250-263

- Bingöl, Orhan (2014). "Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye'de Kadınlık" *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 1* (16): 108-114
- Bozkurt, Öznur (2006). "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi." *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 2* (1): 93-111
- Bozkurt, Öznur ve Erdurur, Kutbettin (2013). "Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Yetkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma." *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 8* (2): 57-78
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. 21. Baskı. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık
- Candan, Hakan (2011). "Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 2* (1): 157-174
- Çakmak, Orhan (2003). "Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi". *Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF Maliye Bölümü 8*: 61-77
- Çetin, Oya Beklan (2005). "Ekofeminizm: Kadın-Doğa İlişkisi ve Ataerkillik". *Sosyoekonomi Dergisi 61-76*
- Dinçel, Salih (2016). *Lojistik Yönetimi ve Girişimcilik*. İstanbul: Hipernik Yayınları
- Doğaner, E. Aslan (2014). *Girişimcilik Okulu*. İstanbul: Kuraldışı Yayınları
- Dökmen, Zehra Y. (2010). *Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Durak, İbrahim (2011). "Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması". *Yönetim Bilimleri Dergisi 9* (2): 195-213

- Dündar, Özge Z. (2011) “ ‘Anne’ ve ‘Baba’ Sözcüklerine Yüklenen Anlamların Bir İncelenmesi” *Contemporary Online Language Education Journal* 1 (2): 25-34
- Ecevit, Yıldız ve Kaptanoğlu, İknur Yüksel (2015). “Kadın Girişimciler Araştırması” (https://assets.garanti.com.tr/assets/pdf/tr/diger/us201_garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf, 3 Ocak 2019’da erişildi)
- Eleren, Ali ve Sadykova, Guzel. (2016). ”Girişimcilik Eğilimi ile Mutluluk Algısı Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5 (5): 190-209
- Engin, Ali O. (2013). ”Kadın Girişimcilik ve Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi”. *1.Uluslararası Katılımlı Kadın Girişimcilik Çalıştayı*. Çorum Belediyesi
- Erdoğan, Deniz (2014). “Feminist Kuramlar-Marksist Feminizm ve Sosyalist Feminizm; Radikal Feminizm ve Marksist Feminizmin Orta Yolu Olarak Sosyalist Feminizm”. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*. Ankara: 2-21
- Eroğlu, Ömer ve İşler, Ruhan (2004). “İktisat Düşüncesinde Kadının Konumu ve Feminist İktisat”. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*. 46. Seri: 53-81
- Ersöz, Aysel Günindi (2015). “Özel Alan- Kamusal Alan Dikotomisi: Kadınlığın “Doğası” ve Kamusal Alandan Dışlanmışlığı”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi* 1 (18): 80-102
- GEM (2010) "Entrepreneurship in Turkey". (<https://www.gemconsortium.org/country-profile/116>, 21 Ocak 2019’da erişildi.)
- Gül, Songül Sallan ve Altındal, Yonca (2016). ”Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün Mü?”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 4 (21): 1361-1377

- Günay, Gülay ve Bener, Özgün (2011). “Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Aile İçi Yaşamı Algılama Biçimleri”. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi* 153: 157-171
- Güney, Semra (2008). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. 3. Cilt. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Güven, Bülent (2015). *Stratejik Girişimcilik: Çiğköfte Sektörü Üzerine Ampirik Çalışma*. İstanbul: Veritas Yayıncılık
- Güvenç, Begüm Ögütüren (2018). “Kırklareli’de Kadın Örgütlenmesi ve Kadın Örgütlenmelerinde Karşılaşılan Sorunlar”. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi* 2 (1): 25-34
- Işıkoğlu, Nesrin (2005). ”Eğitimde Nitel Araştırma”. (https://www.researchgate.net/publication/317519350_Egitimde_nitel_arastirma, 2 Aralık 2018’de erişildi.)
- İşler, Ruhan (2010). “Feminist İktisadın Geleneksel İktisada Metodolojik Açından Getirdiği Eleştiriler”. *Ekonomi Bilimleri Dergisi* 1 (2): 115-122
- Johnson, Kevin D. (2013). *The Entrepreneur Mind*. 1.Cilt. America
- Karabat, Burçin Çetin ve Sönmez, Özge Alev (2012). “Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Rolü”. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi* 2 (1) : 1-12
- Karagöz, Melahat (2009). *Girişimcilik Profili Araştırması: Isparta İli Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Karkiner, Nadide (2011). “Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisine Başlangıç”. *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*. Ed. Yıldız, E. ve Karkiner N. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını. 130-153

- Kaya, Harun ve Belke, Murat (2018). "Feminist İktisat ve İktisadi Düşüncede Kadının Konumu". *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi Dergisi* 60 (5): 55-58
- Kaygın, Erdoğan ve Güven Bülent (2013). "Girişimcilik". *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik*. Ed. Kaygın E. ve Güven B. İstanbul Veritas Akademi. 1-15
- Kaygın, Erdoğan ve Güven Bülent (2013). "Global Arenada Kadın Girişimciler". *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik*. Ed. Kaygın E. ve Güven B. İstanbul Veritas Akademi 29-49
- Kaygın, Erdoğan ve Güven, Bülent (2015). *Güçlü Kadınlar: Türkiye'de Kadının Girişimciliği*. İstanbul. Veritas Yayıncılık
- Kaygın, Erdoğan ve Güven, Bülent (2015). "Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler". *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular*. Ed. Kaygın E. ve Güven B. İstanbul: Siyahinci Akademi Yayınları 31-49
- Keskin, Sevtap (2014). "Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 9 (1): 71-94
- Keskin, Sevtap (2017). "Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar". *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergi* 1 (1): 63-76
- Kutunis, Rana Özen ve Karakiraz, Ahmet (2013). "Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü". *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik*. Ed. E. Kaygın ve B. Güven İstanbul Veritas Akademi. 15-29
- Kutunis, Rana Özen ve Kesim, Şenay (2015). "Türkiye Yakın Tarihinde Kadın Girişimcilik Tecrübeleri". *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular*. Ed. B. Güven ve E. Kaygın. İstanbul: Siyahinci Yayınları. 159-179

- Kuvan, Hakan (2007). *Türk Girişimcilerin Yaşam ve Çalışma Değerleri Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Lipmann, Stephen., Davis, Amy., Aldrich, Howard E. (2005) 'Entrepreneurship and Inequality'. (https://www.researchgate.net/publication/242029097_Entrepreneurship_and_Inequality, 8 Aralık 2018'de erişildi.)
- Marvasti, Amir B. (2004). *Qualitative Research in Sociology*. Sage Publications
- Mason, Jennifer (2002). *Qualitative Researching*. 2nd edition. London: Sage Publications
- Morçin, Sine Erdoğan (2013). "Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendirme". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 8 (2): 167-190
- Mutlu, Sevda (2017). "Kadınların Kamusal Alanda Var Olma Çabası Olarak: Kadın Girişimciliği". *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*. 567- 573
- Naktiyok, Atılhan (2013). "Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Önündeki Engeller". *1.Uluslararası Katılımlı Kadın Girişimcilik Çalıştayı*. Çorum: Çorum Belediyesi
- Neuman, W. Lawrance (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. Çev. S. Özge. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Nissan. E., Carrasco, I., Soledad M., (2012). "Women Entrepreneurship, Innovation, and Internationalization". *Women's Entrepreneurship and Economics*. Ed. G.Miguel ve R. Domingo. 125-143
- Oskooee, Mohsen B., Galindo Miguel A., Mendez Maria T. (2012) 'Women's Entrepreneurship and Economic Policies.'. *Women's Entrepreneurship and Economics*. Ed.Galindo MA., Ribeiro D., New York: Springer, New York, NY. 23-33

- Ödemiş, Gizem (2018). *Kadın Girişimcilerin İş-Yaşam Dengesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Ökten, Şevket (2009). "Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Toplumsal Cinsiyet Düzeni". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 2 (8): 302- 312
- Örümçü, Ayşe Nur (2015). *Girişimci Kadınların Başarı ve Güçlenme Öykülerinin Toplumsal Cinsiyet Analizi: Batı Akdeniz Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Özcan, Yetkin (2013). "Kamusal/Özel Alan Tartışmaları" , (<http://www.muhammedbalci.com/hukukdunyasi/makaleler/birikimlerI/66.pdf>), 3 Kasım 2018'de erişildi.)
- Özçatal, Elif Özlem (2011). "Ataerkillik, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Çalışma Yaşamına Katılımı". *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 1 (1): 21-39
- Özdemir, Özlem (2017). "İki Sistemli Kuram Olarak Sosyalist Feminizm". *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi* 2 (9): 395-414
- Özer, Hatice (2018). "Kadının Toplumsal Cinsiyet Roller ve Toplumsal Cinsiyet Roller Açısından Kadın Emeginin Değerlendirilmesi". *Tarih Okulu Dergisi* 2: 295-333
- Pehlivan, Pelin Vargel (2017). "Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kuramsal Yaklaşımlar: Bir Literatür Taraması". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 31: 497-521
- Rani, D. Lalitha (1996). *Women Entrepreneurs*. New Delhi: New Apcon
- Ridgeway, Cecilia L.(1992). *Gender, Interaction, and Inequality*. New York

- Sankır, Hasan (2010). "Eril Tahakküm ve Üstün Erillik Olgusunun Plâstik Sanatlar Alanında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Oluşumuna Etkileri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme". *Hacettepe Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*. 1- 17
- Sarı, Murat (2017). "Türkiye’de Cinsiyete Dayalı Ayrımcılığın Kadının Çalışma ve Siyasal Yaşamdaki Yerine Etkisi". *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi* 2 (6): 1189- 1203
- Savran, Gülnur Acar (2011). "Özel/Kamusal, Yerel/Evrensel: İkilikleri Aşan Bir Feminizme Doğru". *Praksis Dergisi* 8: 255-306
- Savrul, Burcu Kılınç ve Akyüz, Dalga (2016). "Türkiye Ekonomisinde Kadın Girişimcilerin Mevcut Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Çözüm Önerileri". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 1(11): 166-185
- Saygılıgil, Feryal (2013). "Mekanın Cinsiyeti". *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi* 1 (5): 209-218
- Sevim, Ayşe (2005). *Feminizm*.1 Baskı. İstanbul: İnsan Yayınları
- Soysal, Abdullah (2010). "Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi* 5 (1): 71-95
- Suğur, Serap (2009). "Toplumsal Cinsiyet". *Toplumsal Yaşamda Kadın*. Ed. Oğuz, G.Yaktıl. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları: 1-24
- Şeşen, Harun ve Basım, Nejat (2012). "Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *Ege Akademik Bakış Dergisi Özel sayı 12*: 21-28

- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü. (2008). ‘Politika Dokümanı Kadın ve Çevre’. Ankara. (<http://iklim.cob.gov.tr/iklim/Files/Kad%C4%B1nve%C3%87evrePolitikaDok%C3%BCman%C4%B1.pdf>, 2 Aralık 2018’de erişildi.)
- Takay, Bahar Araz ve Tüzün, İpek Kalemci (2015). ”Kadın Girişimciler Schumpeter’in Girişimcisi Olursa...”. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 8 (1) : 249-259
- Tanrıverdi, Haluk., Bayram, Gül Nazik., Alkan, Makbule (2016). “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesi”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 1 (11): 1-29
- Thurik, Roy ve Verheul, Ingrid (2000). Start-up capital: Differences between male and female entrepreneurs: Does Gender Matter (https://www.researchgate.net/publication/5069088_Start-Up_Capital_Differences_Between_Male_and_Female_Entrepreneurs_Does_Gender_Matter, 3 Ekim 2018’de erişildi)
- TMMOB “Cinsiyet Ayrımcılığı Hakkında” (<https://www.tmmob.org.tr>, 4 Şubat 2019’da erişildi.)
- TMMOB Makina Mühendisleri Odası İzmir Şubesi 28. Dönem Kadın Mühendisler Komisyonu, (2018) ”*Mutlu Toplum İnşası İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği*”. Mor Söyleşiler
- Toksöz, Gülay (2011). *Kalkınmada Kadın Emeği*. İstanbul: Varlık Yayınları
- Torun, İshak (2008). “Max Weber’e Göre İktisadi Zihniyetin Rasyonalizasyonu”. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 15 (8): 14-34
- Türko, Esra Sena ve Tulan, Duygu (2018). “Kadın Girişimciliği: Erzurum İlinde Bir Uygulama”. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 1 (3): 285-306

- TÜSİAD (2002). “Türkiye’de Girişimcilik” ([https://tusiad.org/tr/yayinlar/ raporlar/ item/1880-turkiyede-girisimcilik](https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1880-turkiyede-girisimcilik), 3 Ekim 2018’de erişildi.)
- Uçkun, Nurullah ve Girginer, Nuray (2012).”Girişimciliği Etkileyen Faktörler: Eskişehir Organize Sanayi Bölgesindeki Metal Sektörü Girişimcilerine Yönelik Bir Uygulama”. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 1(1): 97-113
- Yetim, Nalan (2002). ”Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”. *Ege University Faculty of Economics and Administrative Sciences* 2 (2): 79-92
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları
- Yıldız, Ecevit (2011). “Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisine Başlangıç”. *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*. Ed. Yıldız, E. ve Karkıner N. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını. 2-29
- Yıldız, Seçil G. M. (2018). “Eko-Kent Planlama Modelinde Kadın Girişimciliğinin Rolü” *Social Sciences Research Journal* 7 (3): 20-31
- Yılmaz, Ayhan N. ve Kurşun, Betül (2017). “Kadın Girişimcilik: Türkiye’de Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Sebepler”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi* (Uşak) Bildiri Kitapçığı. Ed. Z. Yüksekbilgili. Nisan. İstanbul: 229-241



EKLER

Ek 1: Derinlemesine Görüşme Soruları

“GİRİŞİMCİ KADINLARIN ÖZEL ALANA YÜKLEDİKLERİ ANLAMIN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA ANALİZİ: BOLU İLİ ÖRNEĞİ” ARAŞTIRMASI

Demografik ve Kişisel Sorular

- Kaç yaşındasınız?
- Eğitim durumunuz nedir?
- Doğum yeriniz?
- Medeni durumunuz nedir?
- Evlendiğinizde kaç yaşındaydınız?
- Çocuğunuz var mı? Varsa kaç tane? Yaşları kaç?
- Evde sizden eşinizden başka yaşayan birileri var mı?
- Nikah türünüz nedir?
- Anne ve babanızın mesleği nedir?
- Eşinizin mesleği nedir?
- Eşinizin yaşı kaçtır?
- Eşinizin eğitim durumu nedir?

Özel Alana Ait Sorular

- İşten eve gittiğinizde bir gününüz nasıl geçiyor?
- Eşiniz eve gelince neler yapar?
- Ev içerisinde eşinizin yapıp sizin yapmadığınız ya da sizin yapıp eşinizin yapmadığı işler var mı?
- Anne olmanız girişimciliğinizi nasıl etkiledi?
- Çocuk sahibi olmak size ne ifade ediyor?
- Çocuk sahibi olma kararınızın geçirdiği süreci anlatır mısınız?
- Evli olmanızın iş hayatınızı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?
- Çocuğunuz küçükken siz işe gidince çocuğunuza kim bakıyordu? Siz bakmadığınız için başkaları tarafından herhangi bir tepki ile karşılaştınız mı?

- Bu işi yapmak istediğinizde ailenizden, eşinizden, akrabalarından nasıl tepkiler aldınız?
- Yakın akrabalar siz işe hayatına başlarken bu süreçteki davranışları nasıl oldu?
- Annenizden ya da kayınvalidenizden ev içi işlere dair destek alır mısınız?
- Eğitim durumunuzda evlendikten sonra değişiklik oldu mu? Eğitim düzeyinizi yükseltmek isteseniz eşiniz ve çocuklarınız nasıl karşılar?
- Örneğin elinize toplu bir para geçtiğinde bu paranın harcanma sürecini anlatır mısınız?
- Ev içi rutin harcamalar nasıl gerçekleştirilir?
- Ev içinde birikim yapmak sürecini anlatır mısınız?(kimin sorumluluğunda onu öğren)
- Kendinize veya eve herhangi bir şey almak isteseniz bunun kararını nasıl verirsiniz?
- Siz kazancınızla başka kadınlara veya başka aile fertlerine finansal destekte bulunuyor musunuz?

Kamusal Alana Ait Sorular

- İşe başlama hikayenizi anlatır mısınız?(yaş, süreç ve destekler çözümlenecek)
- Girişimciliğe başlama sürecinizi anlatır mısınız?
- Girişimciliğe başlamadan önce bilgi kaynaklarınız neler/kimler oldu?
- Girişimciliğe başlarken sermaye birikiminizi nasıl sağladınız? (Destek kaynaklarınız nelerdi, kimlerdi?)
- Girişimci bir kadın olmanın sizin için anlamı nedir?
- İş yerinizde bütçe yönetimi sürecini anlatır mısınız?(eşin bu süreçteki konumu?)
- Eşiniz girişimcilik faaliyetlerinizin hangi aşamalarında yer alıyor?
- Kadın girişimcilerin örgütlü olarak oluşturduğu bir yapılanmaya dahil misiniz?
- İşiniz ile ilgili geleceğe dair planlarınız neler?
- Girişimci olmak isteyen kadınlara aileye dair önerileriniz nelerdir?
- Girişimci olmak isteyen kadınlara iş hayatı ve kurumlarla ilgili önerileriniz nelerdir?
- Girişimci bir kadın olarak en büyük sorunlarınız nelerdir?

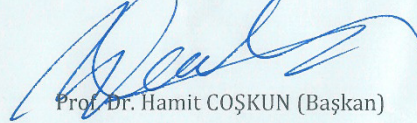
Ek 2: Etik Kurul Onayı

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

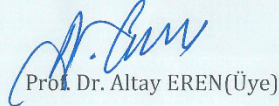
Ayşe Nur Öztürk
 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
 Sosyal Bilimler Enst.
 Sosyoloji ABD

Sayın **Ayşe Nur Öztürk**,

“Girişimci Kadınların Özel Alana Yükledikleri Anlamın Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Analizi: Bolu İli Örneği” adlı İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna yapmış olduğunuz başvuru (Protokol NO. 2018/340) kurulumuzun 27.12.2018 tarihli ve 2018/11 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur/bulunmamıştır. Bilgilerinize sunarız.


 Prof. Dr. Hamit COŞKUN (Başkan)


 Prof. Dr. Mehmet ERYİĞİT (Üye)


 Prof. Dr. Altay EREN (Üye)


 Doç. Dr. H. Birol YALÇIN (Üye)


 Doç. Dr. Seval ALKOY (Üye)


 Doç. Dr. Abdullah DURAKOĞLU (Üye)


 Av. Zühal Demirci (Üye)

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı : Ayşe Nur ÖZTÜRK

Doğum Tarihi : 05.01.1993

Doğum Yeri : Mamak

Eğitim Durumu : 2011 – 2015 **Abant İzzet Baysal Üniversitesi (Bolu) Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Lisans Eğitimi.**

2007 – 2011 **Mustafa Kemal Lisesi (Ankara).**

1999 – 2007 **Şehit Öğretmen Mehmet Ali Durak İlköğretim Okulu.**