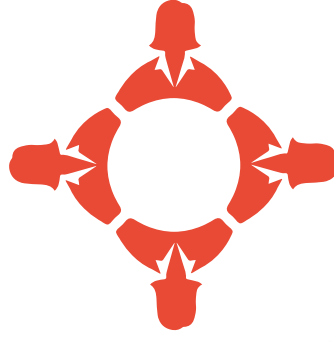




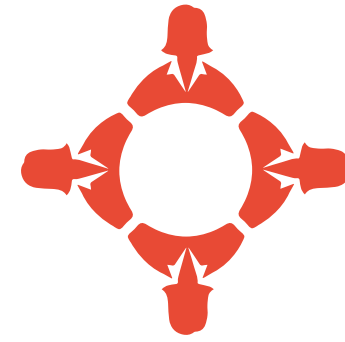
GİRİŞİMDE KADIN GÜCÜ

ARAŞTIRMA RAPORU



TÜRKONFED

TÜRKİYE  BANKASI



GİRİŞİMDE KADIN GÜCÜ

ARAŞTIRMA RAPORU

Proje Rapor Destekçileri

BAUSEM
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ

BAU
Bahçeşehir University

Proje Paydaşları

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

TÜRKONFED ve Türkiye İş Bankası
Resmi Yayınıdır. © TÜRKONFED, 2022. Her hakkı saklıdır.

     /turkonfed
Refik Saydam Caddesi Akarca Sokak N: 41 Tepebaşı, Beyoğlu/İstanbul
+90 212 251 73 00 / +90 212 251 58 77 www.turkonfed.org / info@turkonfed.org

Araştırma ve Rapor Yazarları

Doç. Dr. Mine Özaşçılar Öztürk, Bahçeşehir Üniversitesi Öğr. Üyesi
Dr. Umut Köksal, Bahçeşehir Üniversitesi Öğr. Görevlisi

Yayın/Tasarım Koordinasyon/Editoryal Hazırlık

Ebru Meral
Seçil Sena Piskorskyi
Şeyda Dağlı
Nazan Butuner
Zişan Eda Gökalp
Zelal Fahrioğlu

Kapak Tasarımı

Güray Ergün

İnfografik/Tasarım/Uygulama

Ebru Meral



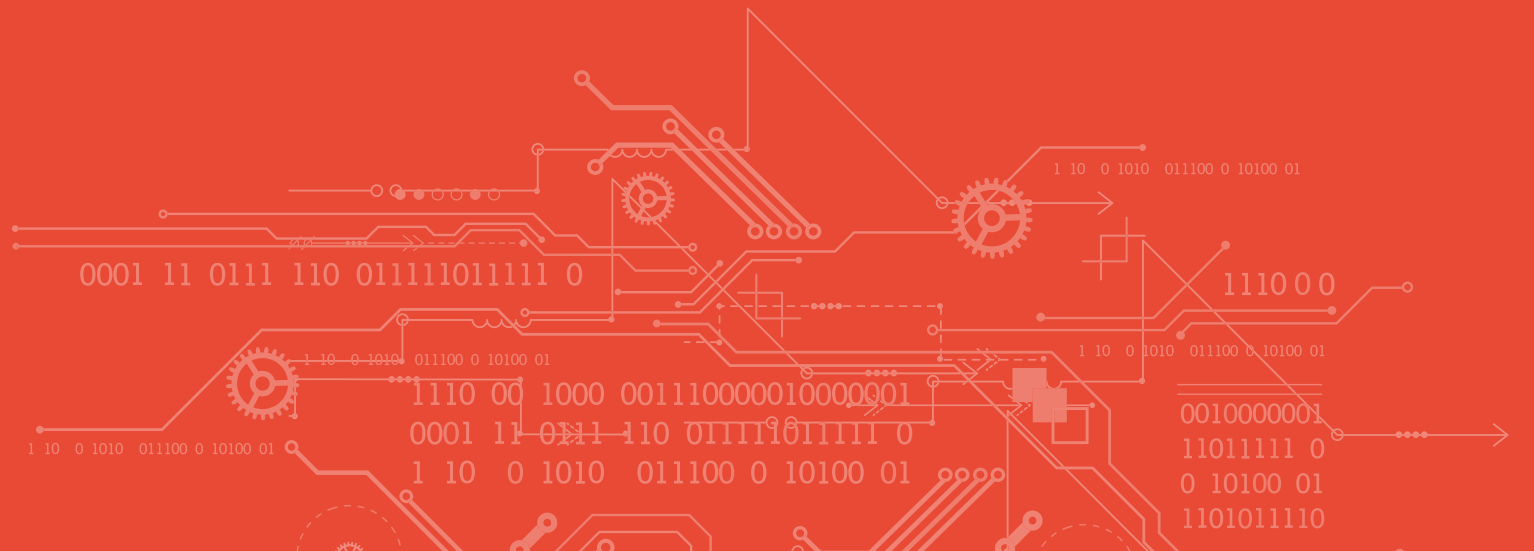
Yasal Uyarı: Bu raporda yer alan yazı, resim, grafik ve fotoğraflar izin alınmadan yayımlanamaz, çoğaltılamaz. Kaynak gösterilmek kaydıyla yayımlanabilir. Raporda görüşlerine başvuru alan isimlerin düşünceleri TÜRKONFED ve Türkiye İş Bankası'nın resmi görüşü değildir. Hukuki sorumluluk yazarlara ve görüş sahiplerine aittir.

İçindekiler

Sayfa	Bölüm
08-09	Giriş
12-13	1. Yönetici Özeti
16-20	2. Girişimci Kadınların Demografik Bilgileri
19	2.1. İşletmelerin Özellikleri
20	2.2. İşletmelerin Büyüklükleri
23-93	3. Bulgular
24-25	3.1. Girişimci Kadınların Girişimci Olma Nedenleri ve Motivasyon Faktörleri
26-52	3.2. Girişimci Kadınların Girişimci Olma Nedenlerini Belirleyen Etmenler
53-104	3.3. Girişimci Kadınların Girişimcilik ve İş Süreçlerinde İhtiyaç Duydukları Teknik Konular
105-136	3.4. Girişimci Kadınların Girişimcilik ve İş Süreçlerinde Toplumsal Cinsiyete Dayalı Karşılaştıkları Problemlere İlişkin Deneyimleri: Odak Grup Görüşmeleri
137-143	4. Sonuç
144-148	5. Öneriler
150	Kaynakça



Giriş



Giriş

Covid-19 süreci, iş dünyasının genelinde olduğu gibi girişimci kadınları da sosyal ve ekonomik anlamda olumsuz etkilemiştir. Pandemi sürecinin ortaya koyduğu ekonomik yavaşlama 2020 yılı ile Türk ekonomisinin mevcut sorunlarının birçoğunun daha da derinleşmesine neden olmuştur. Bu problemler, girişimciliği ve özellikle girişimcilik alanındaki kadınların dinamiklerini etkilemiştir.

“TÜRKONFED’in Covid-19’un Kadın Girişimciliğine Etkileri” isimli raporu (1) çerçevesinde girişimci kadınların yarından fazlasının Covid-19 sürecinin devam etmesi halinde en fazla 1 yıl veya daha az süre ayakta kalabilecekleri vurgusu, girişimci kadınların pandemi karşısındaki mevcut kırılganlığına ilişkin önemli bir bulgudur.

Benzer biçimde GEM (Global Entrepreneurship Monitor) tarafından 2020/2021 yılını kapsayan girişimci kadınlara ilişkin hazırlanan raporda kadınların **%41,9**’u işyerlerini kapattığını bildirirken, bu oran erkekler için **%35,5**’tir (2).

Girişimci kadınların aktif olarak çalışma hayatına katılmaları ve girişimcilik faaliyetlerinde daha aktif rol almaları, küresel ve ulusal boyutta büyük bir öneme sahiptir.

2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları’na (SKA) ulaşmak için özellikle tedarikçi ve bayi ağında girişimci kadınların yer almasının önemi, UN Women (Birleşmiş Milletler Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlenmesi Birimi)’in 2022-2025 strateji planında da “Kadınların Ekonomik Güçlenmesi” başlığı altında özel hedef olarak yer almaktadır (3).

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) çerçevesinde girişimci kadınlara iş geliştirme süreçlerinde danışmanlık ve rehberlik hizmeti sunulması ve bu alandaki desteklerde kadınlara öncelik verilmesi hedeflenmiştir (4).

Buna ek olarak ülkemizde girişimcilik ekosisteminin güçlenmesi için “Türkiye Girişim Ekosistemi Platformu” oluşturularak girişimciliği yaygınlaştırmak amacıyla eğitimlerin geliştirilmesinin ve düzenlenmesinin önemli olduğu On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)’nda belirtilmiştir (4).

Girişimcilik alanı ile ilgili bilgi, kavram ve teknikleri öğretmek iş durumları analiz tekniklerini kullanmak; eylem planlarının sentezinde gerekli becerileri kazandırmak ve buna yönelik pazarlama, satış, muhasebe, finans ve insan kaynakları yönetimi gibi süreçler hakkında bilgi, analiz ve sentez yapma becerilerini teşvik etmek girişimcilik eğitimlerinin teknik boyutunu oluşturmaktadır.

Girişimci kadınların teknik eğitim ihtiyacı boyutu girişimcilik işlevleri dikkate alınarak belirlenmelidir. Girişimcilik işlevleri şu şekilde sıralanmaktadır (5):

1. Üretimi/Hizmeti Organize Etme
2. Ürün Çeşitliliği Sağlama
3. İstihdam Yaratma
4. Yeni Pazar Alanları ve Satış Modelleri Oluşturma
5. İşletme Sermayesi Oluşturma

Covid-19 öncesi ve sonrası süreçte girişimci kadınların girişimcilik faaliyetlerinde önemli zorluklar ve engeller ile karşılaştıkları ifade edilebilir. Bu zorlukların ortadan kaldırılması öncelikli olarak bütünsel bir bakış açısı ile girişimci kadınların eğitim ihtiyaç analizlerinin yapılması ve analiz sonuçlarına uygun eğitim programlarının tasarlanarak eğitimlerin girişimci kadınlara yaygınlaştırılması ile mümkündür.

Girişimci kadınların mevcut teknik bilgi ve beceri ihtiyaçlarının yeniden gözden geçirilmesi ve buna yönelik iş planı hazırlama e-ticaret, pazarlama, satış, finans yönetimi, tedarik yönetimi ve dijitalleşme gibi girişimcileri ilgilendiren mevzuata ilişkin bilgilerinin güncellenmesi; hem girişimci kadınların hedeflerine ulaşmaları hem de özelden genele yöresel, sektörel ve ulusal kalkınma için değerli bir adımdır.

Tüm dünyada ve ülkemizde kadınların girişimci olmalarını destekleyen politikalar son yıllarda artış göstermiştir. Buna paralel olarak Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2020/2021 araştırmasına katılan ülkeler baz alındığında; girişimci kadın sayısı küresel boyutta artış göstermiş, tahmini **274 milyon** girişimci kadının bir start-up’ta yer aldığı görülürken sahibi/ yöneticisi kadın olan işletmelerin sayısı da **139 milyona** ulaşmıştır (2).

Kadınların girişimci olmalarını engelleyen faktörlerin ve iş süreçlerinde karşılaştıkları problemlerin belirlenmesi, girişimcilik alanında kadını teşvik eden politikaların geliştirilmesi bakımından önemlidir.

Kadınların girişimci olmalarını engelleyen faktörlerin ve iş süreçlerinde karşılaştıkları problemlerin belirlenmesi, girişimcilik alanında kadını teşvik eden politikaların geliştirilmesi bakımından önemlidir.

Girişimini kuran ve kurmak isteyen kadınların karşılaştıkları engeller doğrudan toplumsal cinsiyetle ilişkilidir. Toplumsal cinsiyet; kadın ve erkeğin toplumdaki konumunu/statüsünü, statülerine uygun rollerini, görev ve sorumluluklarını cinsiyetlerine yüklenen kimliklerine göre toplumun bireyi değerlendirip ona göre kadınsı ve erkeksi olarak değerlendirdiği sosyo-ekonomik bir sınıflandırmadır (6, 7, 8).

Ülkemizde girişimci kadınların önündeki en önemli engelin kadınlara toplum tarafından atfedilen toplumsal cinsiyet rolleri olduğu görülmektedir (9, 10).

Örneğin, ülkemizde erkeklerin sadece **%15**’i ev işleri yaptığını bildirirken bu oran Avrupa’da ortalama **%35**’tir (11). Benzer biçimde; çalışan kadınların günlük ev işine ayırdığı süre 1 5 saat iken çalışan erkeklerin 0-2 saattir (12).

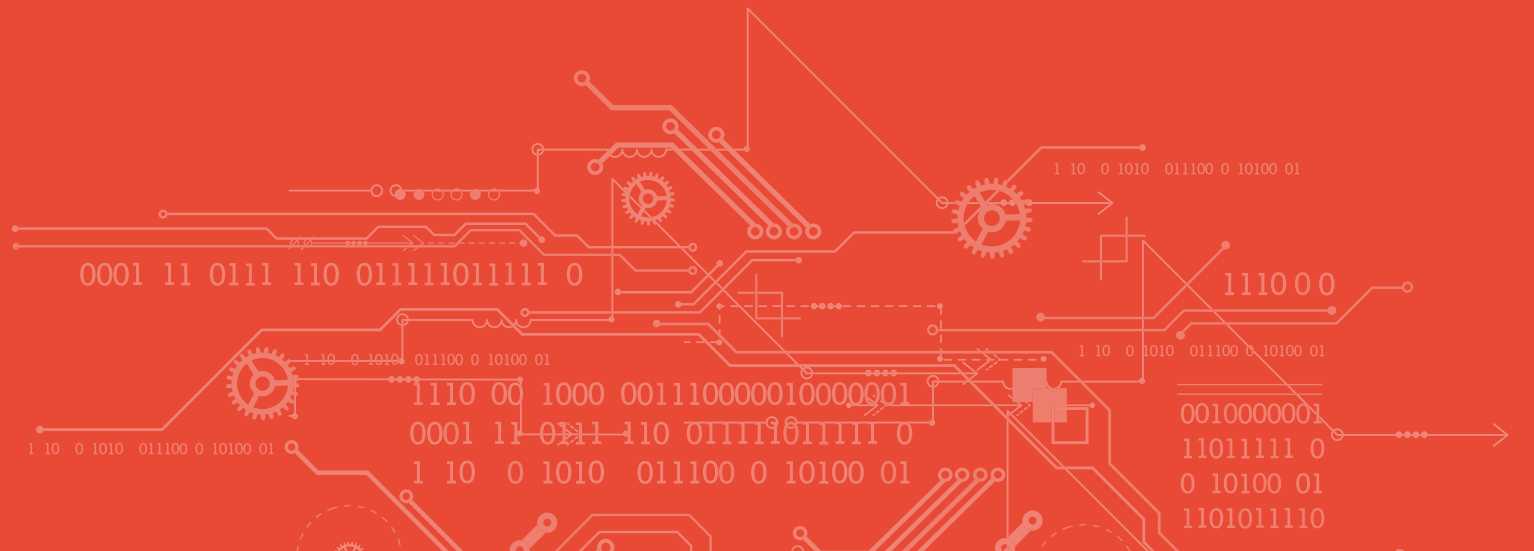
Ülkemizde kadınların çalışma hayatının ortalama süresi 19,1 yıl iken erkeklerin ortalama çalışma süresi 39 yıldır (13). Dünya Değerler Araştırması (World Value Survey)’na göre Türk toplumunun **%51,2**’si ülkede insanların iş bulamaması durumunda çalışmanın kadından çok erkeğin hakkı olduğunu düşünmektedir (14).

Toplumsal cinsiyet-rol stereotipleri toplumda mesleklerin dişil ya da eril olarak ayrıştırılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimci kadınların çalıştıkları sektörlerin stereotipsel ayrıma dayalı olduğu görülmektedir. Girişimci kadınlar genellikle gıda, hazır giyim, turizm, sigortacılık sağlık ve temizlik sektöründe faaliyet gösterirken; girişimci erkekler imalat sektöründe yoğunlaşmaktadır (15, 16).



Yönetici Özeti

01



Yönetici Özeti

Araştırma; TÜRKONFED yürütücülüğünde, Türkiye İş Bankası iş birliği ve Bahçeşehir Üniversitesi'nin akademik desteği ile Türkiye'deki girişimci kadınların girişimcilik ve iş süreçlerinde toplumsal cinsiyete dayalı karşılaştıkları problemler ya da ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla 2021 yılının Kasım ayında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamındaki veriler hem nitel hem nicel yöntemler kullanılarak elde edilmiştir. Bu kapsamda **500** girişimci kadın ile kişisel bildirim formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş ve toplamda **32** girişimci kadın odak grup görüşmelerinde yer almıştır.

Araştırmanın temel amacı; Türkiye'deki girişimci kadınların girişimcilik süreçlerindeki teknik gelişim ihtiyaçlarına, kadınları girişimci olmaya iten faktörlere ve kadınların toplumsal cinsiyete dayalı yaşadıkları sorunlara ilişkin görüşlerinin belirlenmesidir. Araştırma kapsamında elde edilen verilerden öne çıkan bulgular aşağıda listelenmiştir:

» Girişimci kadınların girişimci olmalarını belirleyen en önemli faktörlerin “kendi kendilerinin patronu olmak”, “meslek hayatlarında kendi kararlarını kendilerinin vermesi” ve “topluma faydalı olmak” olduğu görülmüştür.

» Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%73,8'i** Türkiye'de kadınların girişimci olmasını desteklemektedir.

» Girişimci kadınların **%40'ı** Türk toplumunun girişimcileri desteklemediğini düşünmektedir.

» Girişimci kadınların **%40,4'ü** Türkiye'de yüksek vergi ve sigorta masraflarının kadınların girişimci olmalarını zorlaştırdığı görüşündedir.

» Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%43,8'i** Türkiye'de kadınların erkeklere göre ev-iş hayatını dengeleme konusunda yaşadıkları sorunların, girişimci olmalarını engellediğini düşünmektedir.

» Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%48,8'i** tedarik sürecinde üretici kadınları tercih etmekte ve **%50'si** üretici kadınları daha güvenilir bulmaktadır.

» Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar “kendi ayakları üzerinde durmak” amacıyla girişimci olduklarını vurgulamıştır. Girişimci kadınlar işlerini kurarken finansal kaynağın öneminden çok bilgi birikiminin önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

» Girişimci kadınlar; girişimci olmalarına ilişkin duygularını “güçlü”, “güçlü ama yorgun” “mutlu” ve “gururlu” olarak belirtmişlerdir.

» Katılımcıların önemli bir bölümü açısından dijitalleşme iş yapış şekillerini değiştiren kritik bir konudur.

» Katılımcılar Covid-19 sonrası dönemde kendi iş alanlarında daha fazla dijital kanalları kullanma ve e-ticarete önem verme ihtiyacını hissettiklerini belirtmişlerdir.

» Dijital pazarlama stratejileri, araştırmaya katılan katılımcıların büyük bir kısmı için bilgi sahibi olmadıkları yeni bir konu olarak ortaya çıkmaktadır.

» Katılımcıların ağırlıklı bir yüzdesel oranı Endüstri 4.0'ın ne olduğu konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını ifade etmiştir.

» Kalite yönetim sistemleri konusunda bilgi ve becerilerinin artmasına destek olunması, girişimci kadınlar açısından önemli görülmektedir. Girişimci kadınlar kalite odaklı çalışmayı iş performanslarının kritik bir unsuru olarak değerlendirmektedir.

» Covid-19 pandemi süreci sonrasında finans yönetimi ve nakit akışı konusu girişimci kadınlar için geliştirilmesi gereken teknik bir eğitim alanı olarak görülmektedir.

» Kurumsallaşma, çağdaş yönetim teknikleri girişimci kadınlar açısından başarılı olabilmeleri için öncelikli bilinmesi gereken konular arasında yer almaktadır.

» Vergi, SGK mevzuatı konusunda bilgi sahibi olmak ve güncel değişiklikleri takip etmek girişimci kadınlar açısından önemli olarak görülmektedir.

» Girişimci kadınlar Covid-19 pandemi süreci sonrasında iş geliştirmenin kendileri açısından daha önemli bir iş süreci haline geldiğini ifade etmişlerdir.

» Girişimci kadınlar kendi iş alanlarındaki hibe ve teşvikleri öğrenmenin; başvuru koşulları konusunda bilgi ve becerilerinin güncellenmesinin faydalı olacağını belirtmişlerdir.

» Girişimci kadınlar müşteri ilişkileri yönetiminde, ölçme ve değerlendirme amacı ile kullanılan modern teknik ve yöntemler konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini düşünmektedir.

» İş yönetimi ve iş geliştirme amaçlı süreç iyileştirme teknikleri kullanma eğilimi algısı açısından yüksek lisans ve doktora mezunu girişimci kadınların ortalaması, diğer eğitim düzeyindeki kadınların ortalamasından daha yüksektir.

» Ortaokul eğitim düzeyine sahip girişimci kadınlar diğer eğitim düzeyindeki kadınlara oranla finans yönetimi ve finansal enstrümanlar ile ilgili konularda daha az eğitim aldıklarını düşünmektedir.

» Büyük ölçekli (250 çalışan ve üzeri) firma sahibi girişimci kadınlar; diğer işletme ölçeğindeki girişimci kadınlara oranla daha yüksek bir ortalamaıyla dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirdiğini belirtmektedir.

» Üretim yapan ya da tedarik zinciri yönetiminden etkilenen girişimci kadınlar açısından üretim, üretim teknolojileri ve tedarik yönetimi; bilgi ve becerilerin artırılması gerektiği düşünülen üç kritik teknik gelişim alanı olarak değerlendirilmektedir.

» Dijitalleşme, e-ticaret, pazarlama ve markalaşma, finans ve nakit akış yönetimi teknik eğitim ihtiyaç analizinde ilk sıralarda yer alan eğitim konuları olarak dikkat çekmektedir.

Girişimci Kadınların Demografik Bilgileri

02

Girişimci Kadınların Demografik Bilgileri

Araştırma kapsamında hazırlanan kişisel bildirim görüşme formu **5** ana başlık ve toplam **102** sorudan oluşmaktadır.

Kişisel bildirim formu iş süreçlerine ilişkin teknik gelişim ihtiyaçları, motivasyonel faktörler, toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık ve sorunlar, tedarik süreçleri ve demografik verilere ilişkin sorulardan oluşmaktadır. Kişisel bildirim formunda yer alan ilgili başlıklara ilişkin ifadelere, katılımcıların katılım düzeyleri **5**'li likert ile ölçülmüştür.

Çalışma örneklemini kendi adına kayıtlı bir şirketi ya da işletmesi olan, işletmesinde tek başına ya da başka kişilerle birlikte ortaklık kuran, işletmenin geleceği ile ilgili planları bizzat kendisi yapan, elde ettiği kazancı yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadınlar oluşturmaktadır. TÜİK istatistiklerinde işveren ya da kendi hesabına çalışan kategorisinde yer alan kadınlar çalışma kapsamındadır.

TÜİK İBBS Düzey 1'de bulunan **12** bölgeyi temsil eden **12** ilde saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Örneklem sayısı Türkiye'deki nüfus ve şirket sayılarına oransal olarak belirlenerek örnekleme rastgele seçim yöntemiyle ulaşılmıştır. Araştırmaya;

Adana	Ankara	Balıkesir
Bursa	Erzurum	İstanbul
İzmir	Gaziantep	Kayseri
Malatya	Samsun	Trabzon

illerinde faaliyet gösteren, küçük ölçekli

(50'den az çalışanlı) firma sahibi; orta ölçekli (50-249 çalışanlı) firma sahibi, büyük ölçekli (250 çalışan ve üzeri) firma sahibi ve start-up firma sahibi 500 kadın ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılara araştırmanın amacına uygun hazırlanmış kişisel bildirim formundaki soruların okunarak sorulmasını içeren yüz yüze görüşmeler ortalama 11 dakika sürmüştür. En uzun görüşme 20 dakika, en kısa görüşme ise 9 dakikadır.

Odak Grup Görüşmelerinde Kullanılan Görüşme Formu

Türkiye'de resmi olarak faaliyet gösteren kendi adına kayıtlı bir şirket ya da işletmesi bulunan **18** yaş üstü kadınların iş süreçlerinde karşılaştıkları toplumsal cinsiyete dayalı sorunların belirlenmesine ilişkin ortalama **6** girişimci kadının yer aldığı toplam **5** odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerine toplamda **32** girişimci kadın katılmıştır (bakınız Tablo 1).

Odak grup görüşmeleri Zoom üzerinden düzenlenmiş olup ortalama **2** saat sürmüştür. Odak grup çalışması **4** ana tema üzerine kurulmuştur:

- » Kadınların girişimci olmalarını motive eden faktörler
- » Toplumsal cinsiyete dayalı karşılaşılan sorunlar
- » Aile – iş yaşamı
- » Teknik gelişim ihtiyaçları

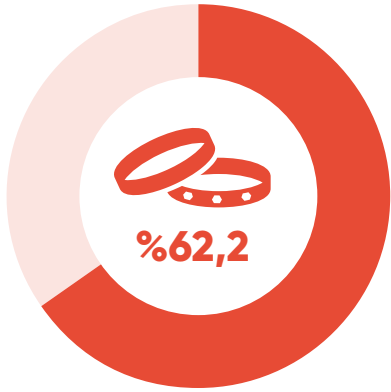
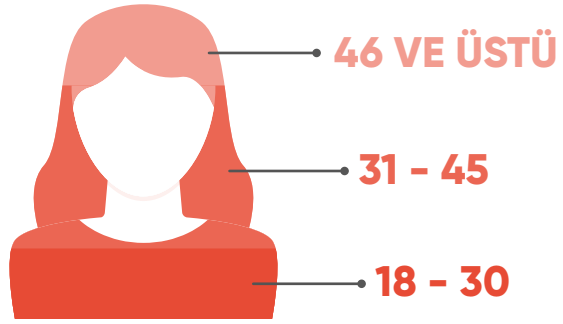
Araştırmaya katılan girişimci kadınların yaş ortalaması **37,88**'dir. Katılımcılar 3 yaş grubuna ayrılmıştır: 18-30 yaş aralığı, 31-45 yaş aralığında olanlar ve 46 yaş ve üstü olanlar. Yaş gruplarının dağılımına bakıldığında; katılımcıların **%58,8**'inin 31-45 yaş aralığında ve **%21,8**'inin ise 18-30 yaş aralığında olduğu görülmüştür.

Yaş: 43 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lise Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik Mesleki Deneyim: 12 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli	Yaş: 46 Medeni Durum: Evli Çocuk: 1 Çocuk Ortaokul Sektör: Oyuncak Üretim Mesleki Deneyim: 2 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 31 Medeni Durum: Evli Çocuk: Yok Lisans Sektör: Tekstil Mesleki Deneyim: 12 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli	Yaş: 28 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Ön Lisans Sektör: Tekstil Mesleki Deneyim: 8 yıl Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli
Yaş: 46 Medeni Durum: Evli Çocuk: 3 Çocuk Lise Sektör: Hizmet Mesleki Deneyim: 20 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli	Yaş: 44 Medeni Durum: Bekar Çocuk: 1 Çocuk Lise Sektör: Hizmet Mesleki Deneyim: 12 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 51 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Döviz Mesleki Deneyim: 30 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli	Yaş: 41 Medeni Durum: Bekar Çocuk: Yok Yüksek Lisans Sektör: Metal Mesleki Deneyim: 19 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli
Yaş: 54 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Danışmanlık Mesleki Deneyim: 30 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 48 Medeni Durum: Evli Çocuk: 1 Çocuk Lisans Sektör: Sigorta Mesleki Deneyim: 28 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli	Yaş: 45 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Fikri ve Sınai Haklar Mesleki Deneyim: 20 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli	Yaş: 47 Medeni Durum: Evli Çocuk: 1 Çocuk Lisans Sektör: Danışmanlık Mesleki Deneyim: 26 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli
Yaş: 57 Medeni Durum: Evli Çocuk: 1 Çocuk Lisans Sektör: Sağlık Mesleki Deneyim: 37 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli	Yaş: 51 Medeni Durum: Bekar Çocuk: Yok Lisans Sektör: Hazır Giyim Mesleki Deneyim: 23 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 46 Medeni Durum: Bekar Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: İnşaat Mesleki Deneyim: 21 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 53 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Porselen – Seramik Mesleki Deneyim: 1 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli
Yaş: 35 Medeni Durum: Evli Çocuk: 1 Çocuk Lisans Sektör: Gıda Mesleki Deneyim: 12 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 35 Medeni Durum: Evli Çocuk: 1 Çocuk Yüksek Lisans Sektör: Gıda Mesleki Deneyim: 10 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 39 Medeni Durum: Evli Çocuk: Yok Lisans Sektör: Eğitim Mesleki Deneyim: 15 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 40 Medeni Durum: Bekar Çocuk: Yok Yüksek Lisans Sektör: Sigorta Mesleki Deneyim: 20 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli
Yaş: 32 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Yüksek Lisans Sektör: Tekstil, Organizasyon Mesleki Deneyim: 6 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 45 Medeni Durum: Evli Çocuk: 1 Çocuk Lise Sektör: Mobilya Üretim Mesleki Deneyim: 6 yıl Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli	Yaş: 54 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Yüksek Lisans Sektör: Ticaret Mesleki Deneyim: 22 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli	Yaş: 59 Medeni Durum: Bekar Çocuk: Yok Lisans Sektör: Ticaret, Emlak Mesleki Deneyim: 30 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli
Yaş: 31 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Ticaret Mesleki Deneyim: 6 yıl Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli	Yaş: 46 Medeni Durum: Bekar Çocuk: Yok Lise Sektör: Tekstil Mesleki Deneyim: 21 yıl Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli	Yaş: 42 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Hizmet Mesleki Deneyim: 5 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 37 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Ticaret, İşletme Mesleki Deneyim: 16 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli
Yaş: 53 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Lisans Sektör: Muhasebe, Sigorta Mesleki Deneyim: 32 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli	Yaş: 43 Medeni Durum: Evli Çocuk: 3 Çocuk Lisans Sektör: Eczane Mesleki Deneyim: 20 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli	Yaş: 51 Medeni Durum: Evli Çocuk: 2 Çocuk Ön Lisans Sektör: Eğitim Mesleki Deneyim: 16 yıl Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli	Yaş: 50 Medeni Durum: Bekar Çocuk: Yok Lise Sektör: Kuyumcu, İşletmecisi Mesleki Deneyim: 30 yıl Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

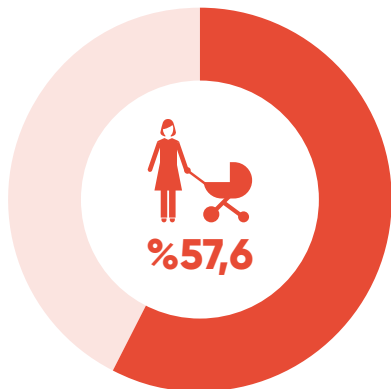
Tablo 1: Odak grup katılımcılarının demografik bilgileri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%62,2'si** evli **%32,8'i** bekârdır. Katılımcıların **%57,6'sının** çocuğu bulunmaktadır. Çocuğu olan girişimci kadınların **%47,2'sinin** 2 çocuğu

%36,8'inin tek çocuğu bulunmaktadır. Katılımcıların ortalama hane halkı sayısı **3,23'tür**. Katılımcıların **%32,4'ünün** hane halkı sayısı 4 **%31,2'sinin** ise 3'tür.

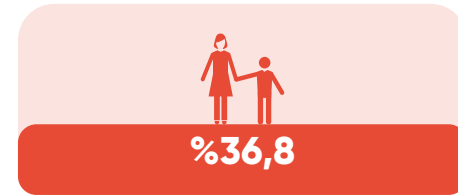


Araştırmaya katılanların **%62,2'si** evli

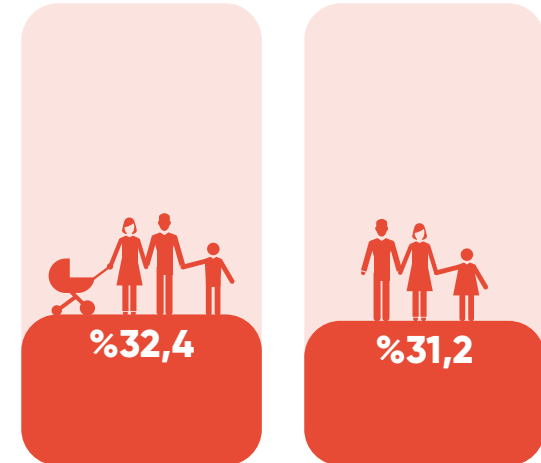


Araştırmaya katılanların **%57,6** tek çocuğu bulunmaktadır

Araştırmaya katılanların **%36,8'inin** tek çocuğu bulunmakta



Araştırmaya katılanların **%47,2'sinin** tek çocuğu bulunmakta



Hane halkı sayısı

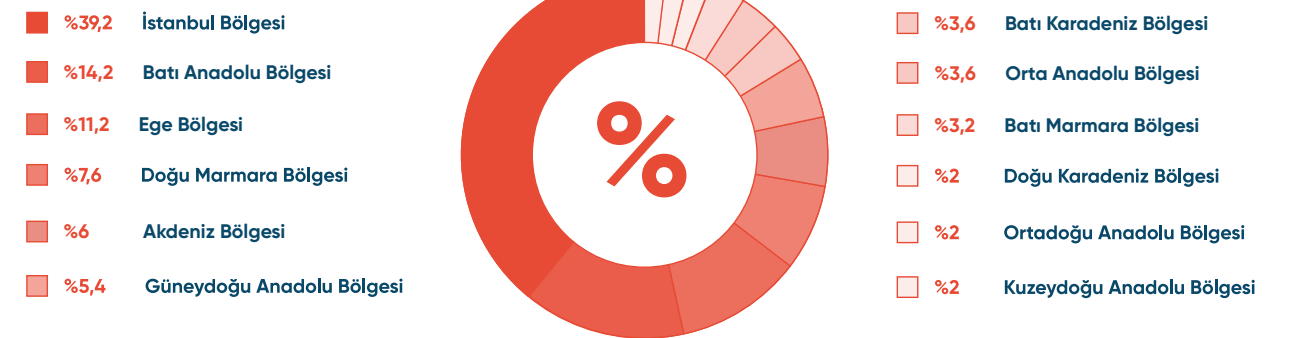
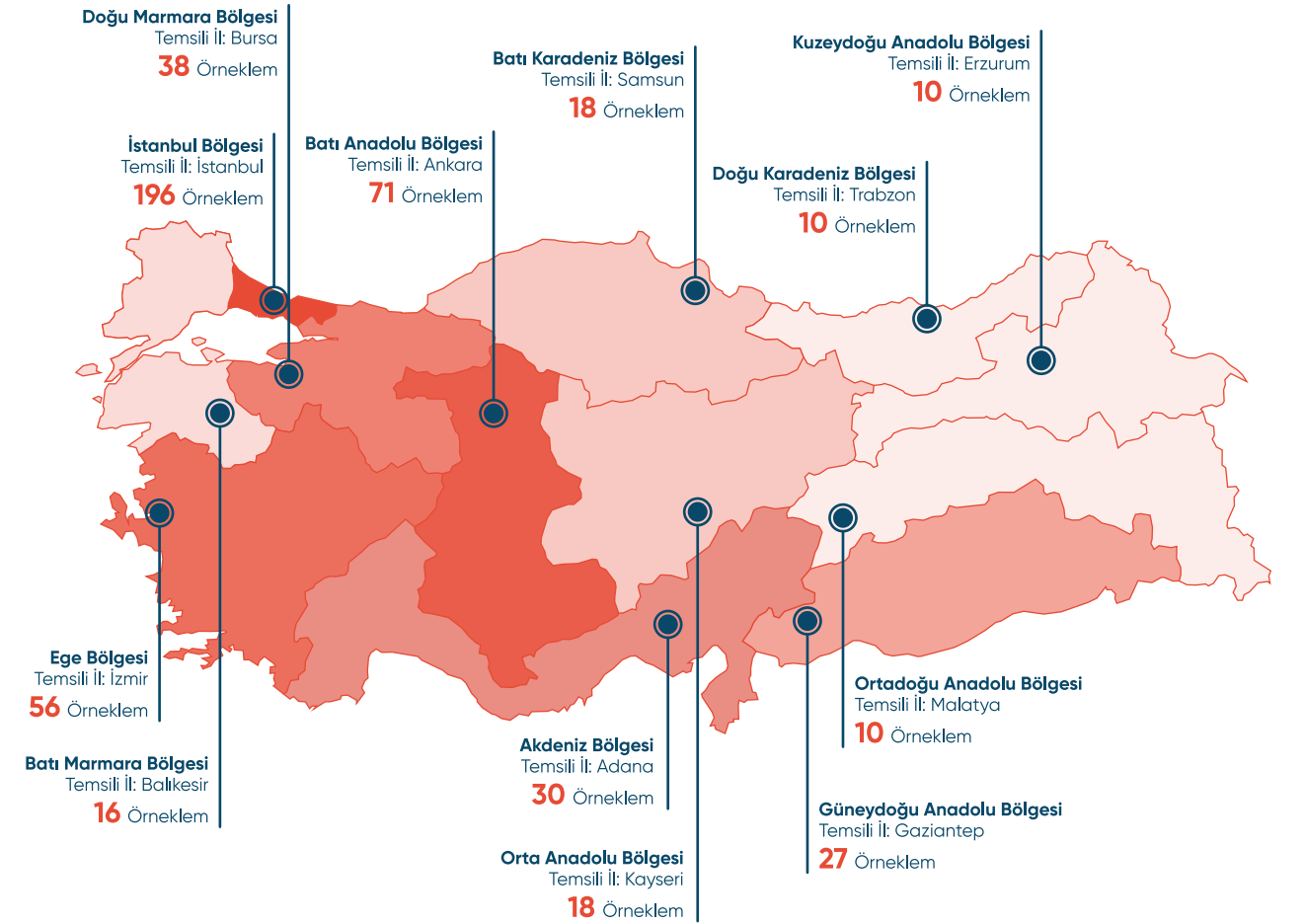
Hane halkı sayısı

2.1. İşletmelerin Özellikleri

Bölgesel Dağılım

Araştırma kapsamına dâhil edilecek bölgeler ve araştırma örneklemleri Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırmasına (İBBS) göre NUTS-1 düzeyinde belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%39,2'si** İstanbul, **%14,2'si** Ankara ve **%11,2'si** İzmir'de bir firma sahibidir (bakınız Tablo 2).



Tablo 2: Katılımcıların Bölgesel Dağılımı



Sektörel Dağılım

Araştırmaya katılan kadınların **%24,4**'ünün toptan-perakende ticaret, **%17,8**'sinin imalat sanayi ve **%9**'unun konaklama ve yemek sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın sahibi olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan girişimci kadınların faaliyet gösterdikleri sektörde ortalama **13,5** yıl çalıştığı görülmektedir.

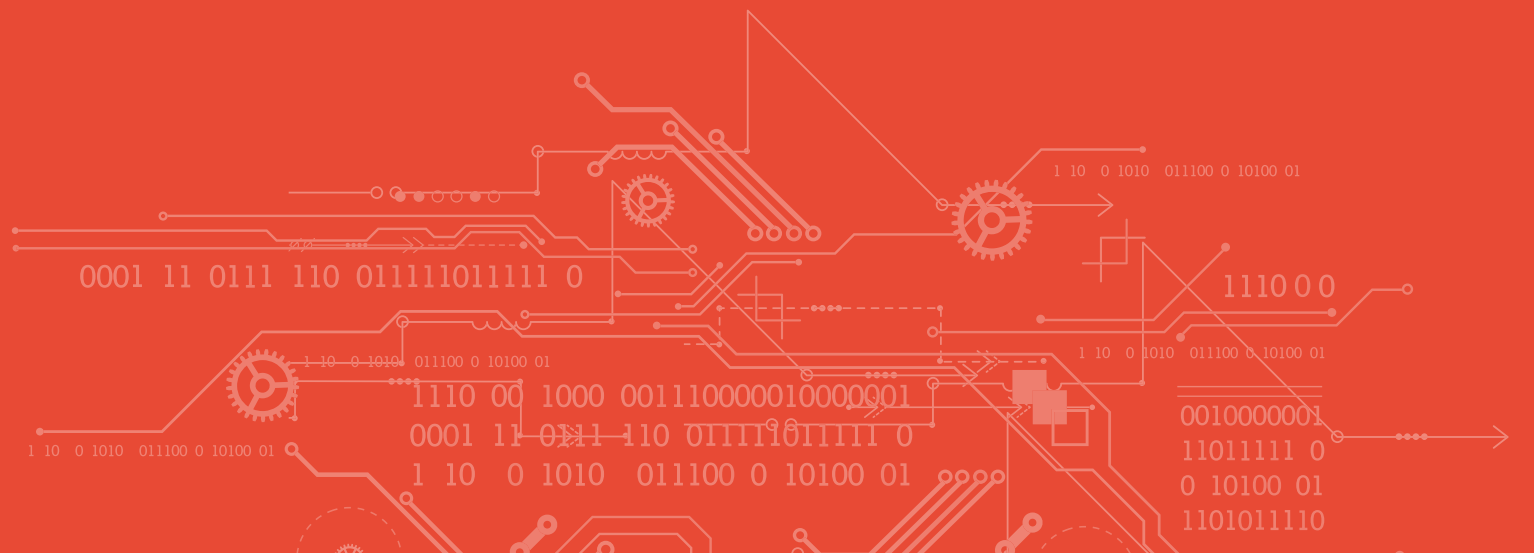
2.2. İşletmelerin Büyüklükleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%54,8**'i çalışan sayısının 1 - 49 aralığında olan küçük ölçekli firma, **%22,6**'sı çalışan sayısı 5 ile 249 arasında olan orta ölçekli firma, **%11,6**'sı çalışan sayısı 250 ve üstü olan büyük ölçekli bir firma sahibidir. Diğer yandan; araştırmaya katılan kadınların **%10,9**'u ise yeni bir fikirle yola çıkan teknoloji ve yazılım üzerine kurulu ve çalışan sayısının az olduğu start-up firma sahibidir. Araştırmaya katılan girişimci kadınların yanında tam zamanlı ya da sürekli çalışan ortalama kişi sayısı **46,94**'tür.

Araştırmaya katılan kadınların **%74,8**'i, işlerinin ve/ya kuruluşlarının kendilerine ait olduğunu, **%16,2**'si aileden devraldıklarını ve **%9**'u ise başkasından devraldıklarını belirtmişlerdir. Girişimci kadınların **%13,2**'si kuruluş sermayesinin finansal kaynağını sadece ailesinden alırken; **%9,6**'sı kuruluş sermayesinin finansal kaynağının hem aile hem de kendi birikimi olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların **%17,2**'sinin kuruluş sermayesinin finansal kaynağı sadece kendi birikimleridir. Kuruluş sermayesinin finansal kaynağı KOSGEB vb. olan katılımcıların oranı ise **%7,6**'dır.



Bulgular 03



Bulgular

3.1. Girişimci Kadınların Girişimci Olma Nedenleri ve Motivasyon Faktörleri

Kadınların girişimci olma motivasyonlarına ilişkin faktörler “iten (push)” ve “çeken (pull)” faktörler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kadınların girişimci olmalarını “iten” faktörler; finansal faktörler (daha fazla para kazanmak için başka iş bulamadığım için vb.) ve “çeken” faktörler ise bağımsız olmaya yaratıcı olmaya dayalı (kendi kendimin patronu olmak meslek hayatımda kendi kararlarımı vermek vb.) faktörlerdir.

Araştırmaya katılan girişimci kadınların girişimci olmalarını belirleyen “iten” ve “çeken” faktörlere ilişkin 19 maddeye verilen cevaplar incelenmiştir (bakınız Tablo 3). Araştırmaya katılan girişimci kadınların en çok “kendi kendimin patronu olmak için” ifadesine katılım gösterdikleri görülmüştür. Bu maddeyi takiben kadınların girişimci olmalarını belirleyen faktörlere ilişkin maddelerden en çok “daha fazla para kazanmak” “meslek hayatımda kendim karar vermek ve sorunlarımı kendim çözmek için” ve “topluma faydalı olmak için” ifadelerine katılım sağladıkları görülmüştür.

Diğer bir deyişle kadınların girişimci olmalarını belirleyen en önemli faktör “kendi kendilerinin patronu olmak” isteği ve “meslek hayatlarında kendi kararlarını kendilerinin vermesi” olduğu görülmektedir. Finansal açıdan “daha fazla para kazanmak için” girişimci olmaya ilişkin ifadeye katılım oranı da oldukça yüksektir.

Araştırmaya katılan girişimci kadınların Türkiye’de girişimciliğe ilişkin maddelere katılım yüzdeleri değerlendirildiğinde; katılımcıların **%92**’si “daha fazla para kazanmak

için”, **%94,2**’si “kendi kendimin patronu olmak”, **%93,6**’sı ise “yeni ve yaratıcı bir şeyler yapmak için” ifadelerine katıldıklarını belirtmiştir.

Katılımcıların **%93,4**’ü “daha iyi bir sosyal statü elde etmek için” ifadesine katılırken; araştırmaya katılan girişimci kadınların **%93,2**’si “finansal açıdan bağımsız olmak için” görüşüne katıldıklarını iletmişlerdir. Araştırmaya katılan kadınların **%93,4**’ü “meslek hayatımda kendim karar vermek ve sorunlarımı kendim çözmek için” ifadesine katıldıklarını belirtirken; katılımcıların **%92,8**’i ise “topluma faydalı olmak için” görüşünü belirtmişlerdir. Araştırma kapsamında görüşülen girişimci kadınların en az katılım gösterdikleri maddeler incelendiğinde; katılımcıların sadece **%49**’unun “ailem istediği için”, **%56,8**’inin ise “aile işini devam ettirmek için” ifadelerine katıldıkları görülmektedir. Girişimci olma nedenlerine ilişkin en düşük katılımın gösterildiği diğer bir ifade de **%46,6** ile “başka iş bulamadığım” ifadesidir.

Araştırmaya katılan kadınların girişimci olma nedenlerinin ağırlıklı olarak “çeken” faktörler olduğu görülmüştür. Diğer yandan “iten” faktör olan daha fazla para kazanmanın da kadınların girişimci olmasında önem taşıdığı görülmektedir. Kadınların girişimci olma nedenlerine ilişkin çalışmalarda; özellikle iş yaşamında toplumsal cinsiyete dayalı stereotipsel ayrımın hâkim olduğu toplumlarda kadınların girişimci olmalarının temel nedeninin kadınların bağımsız olma isteği olduğu görülmüştür (17). Ayrıca çalışmaya katılan girişimci kadınların **%39,8**’inin üniversite ve üstü mezuniyet derecesine sahip olması da motivasyon faktörlerinin sadece finansal ya da materyalist olmadığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Çeken Faktörler	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ortalama Değer (Standart Sapma)
Finansal açıdan bağımsız olmak için	1	0,6	5	71	22,2	4,12 (0,62)
Yeni ve yaratıcı bir şeyler yapmak için	0	1,2	4,8	64	30	4,22 (0,62)
Çalıştığım sektörde uzmanlaştığımı düşündüğüm için	0	1,2	6,6	69	23,2	4,14 (0,58)
Topluma faydalı olmak için	0	0,2	6,8	66	26,8	4,19 (0,57)
Kendi kendimin patronu olmak için	0	0,6	5,2	62	32,4	4,26 (0,57)
Meslek hayatımda kendim karar vermek ve sorunlarımı kendim çözmek için	0	1,2	5,2	65	28,6	4,20 (0,60)
Aile işini devam ettirmek için	5	23	15	42	15	3,39 (1,14)
Daha iyi bir sosyal statü elde etmek için	0	0,8	5,2	71	22,8	4,15 (0,55)
Hayatımı değiştirmek için	0	0,6	8,4	63	27,6	4,17 (0,62)
Ailem istediği için	4	25	22,2	38	11,4	3,28 (1,07)
Kadınların da başarılı olabileceğini aileme ve topluma kanıtlamak için	0	2,6	5,8	69	22,6	4,11 (0,62)
Ailem bana kendi işimi kurmama destek olduğu için	1	5,4	15,4	61	17,6	3,88 (0,79)
Hayalimi gerçekleştirmek için	0	1	8,2	68	22,2	4,11 (0,59)
Devletin sağlamış olduğu teşvik ve desteklerden yararlanmak için	2	11	12,2	60	15,2	3,76 (0,89)
Kadınlara rol model olmak, ilham olmak ve iz bırakmak için	0	0,8	6,6	64	28,4	4,20 (0,60)

İten Faktörler	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ortalama Değer (Standart Sapma)
Başka iş bulamadığım için	7	35	10,6	34	13	3,09 (1,22)
Daha fazla para kazanmak için	0	0,4	7,6	59	32,8	4,24 (0,60)
Çalışma hayatında emeğimin karşılığını alamadığım için	1	13	14,4	56	15	3,70 (0,92)
Çalışma hayatında mobinge uğradığım için	6	21	15,8	42	15,8	3,41 (1,14)

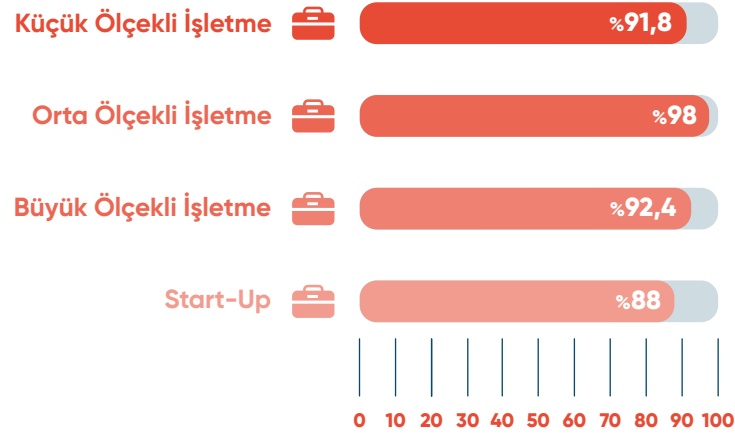
Tablo 3: Girişimci kadınların girişimci olmalarını belirleyen faktörler

3.2. Girişimci Kadınların Girişimci Olma Nedenlerini Belirleyen Etmenler

İşletme Büyüklükleri

Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri sahibi oldukları firmaların büyüklükleri bakımından farklılık göstermektedir. Start-up niteliğinde firma sahibi kadınların **%98'i** "kadınların da başarılı olabileceğini aileme ve topluma kanıtlamak" ifadesine katılmaktadır. Benzer biçimde; start-up sahibi kadınların **%98'i** "kadınlara rol model olmak, ilham olmak ve iz bırakmak için" girişimci olduklarına dair ifadeye katıldıklarını belirtmişlerdir (bakınız Grafik 1).

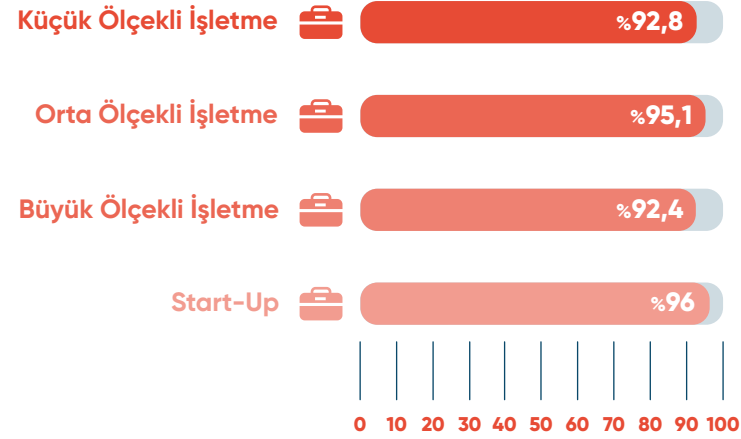
Topluma faydalı olmak için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 2: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

Yeni ve yaratıcı bir şeyler yapmak için

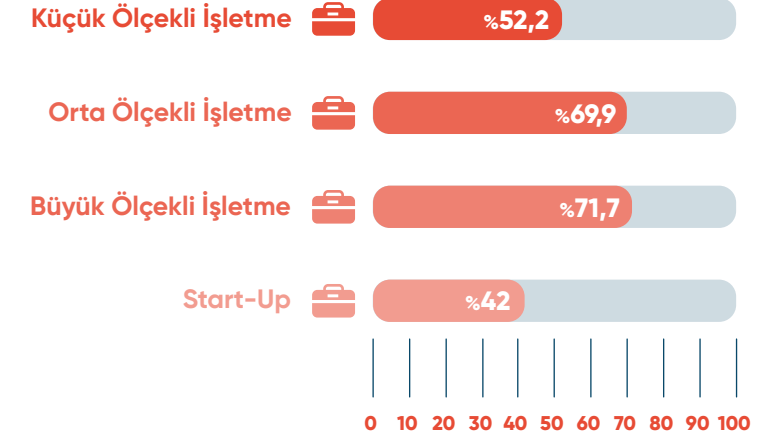


*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 1: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

Orta ölçekli işletme sahibi kadınların **%98'i** girişimci olma nedenlerini "topluma faydalı olmak için"; büyük ölçekli işletme sahibi kadınların **%71,7'i** ise "aile işini devam ettirmek için" girişimci olduklarını (bakınız Grafik 2) belirtmişlerdir.

Aile işini devam ettirmek için

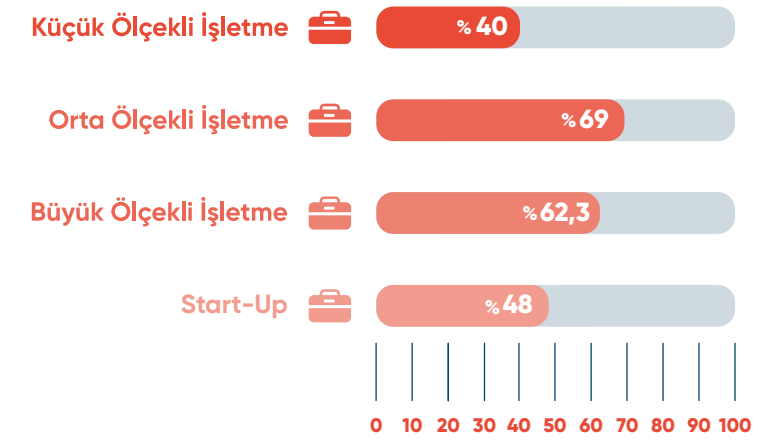


*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 3: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

Start-up firma sahibi kadınların **%96'sının** "yeni ve yaratıcı bir şeyler yapmak için" ifadesine katıldıkları görülmüştür. Start-up kategorisinde bir iş sahibi olan kadınların, start-up firma niteliğine paralel olarak girişimci olma nedenlerinin "yeni ve yaratıcı bir şeyler yapmak" olduğu görülmektedir (diğer grafikler için bakınız Grafik 4, 5, 6, 7).

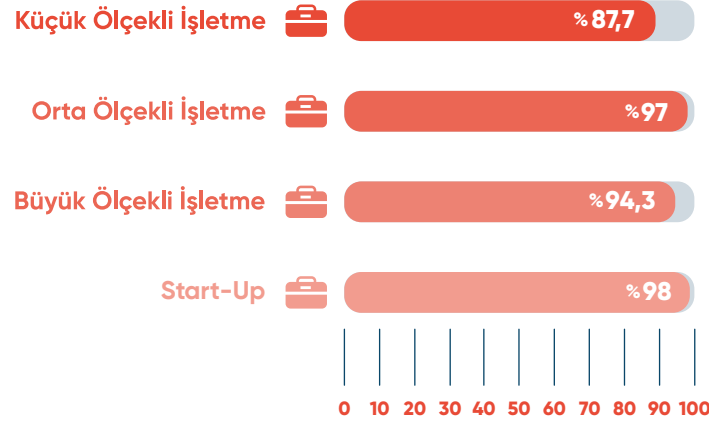
Ailem istediği için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 4: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

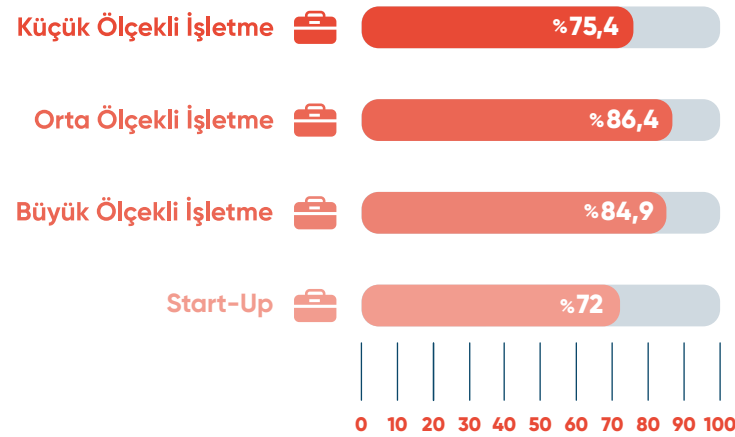
Kadınların da başarılı olabileceğini aileme ve topluma kanıtlamak için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 5: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

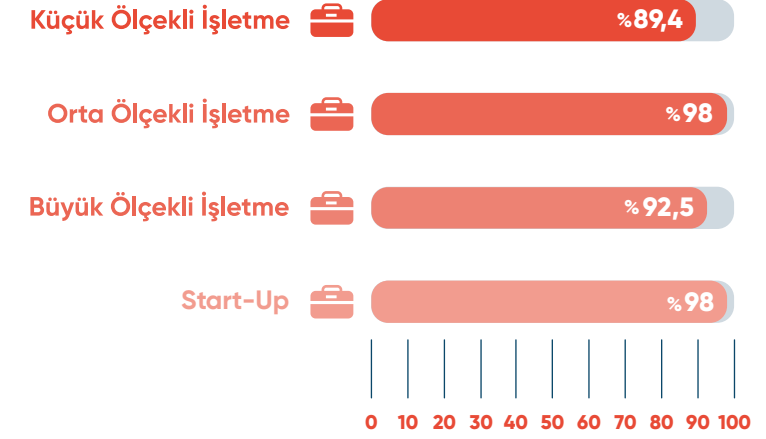
Ailem bana kendi işimi kurmama destek olduğu için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 6: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

Kadınlara rol model olmak, ilham olmak ve iz bırakmak için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

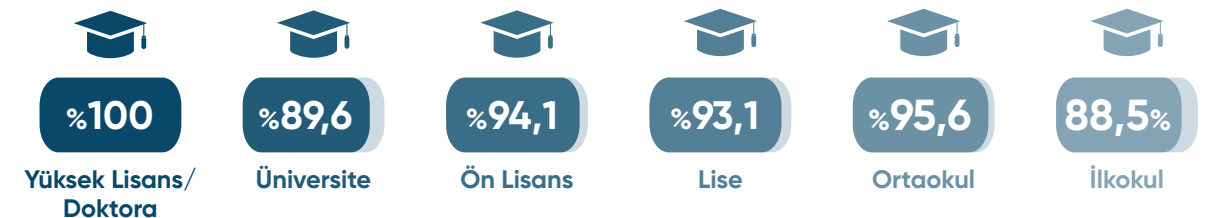
Grafik 7: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

Eğitim Durumları

Araştırmaya katılan girişimci kadınların girişimci olma nedenleri eğitim düzeyleri bakımından da farklılık göstermektedir. Araştırmaya katılan yüksek lisans ve doktora mezunu kadınların tamamı daha fazla para kazanmak için girişimci olduklarını belirtmişlerdir. Çalışmada yüksek lisans ve doktora mezunu kadınların tamamı "kendi kendilerinin patronu olmak için" ve "daha iyi bir statüye sahip olmak için" girişimci olduklarını bildirmiştir. Benzer biçimde; yüksek lisans ve doktora mezunu kadınların tamamı "kadınlara rol model olmak ilham olmak ve iz bırakmak" için girişimci olduklarını ifade etmiştir (bakınız Grafik 8).

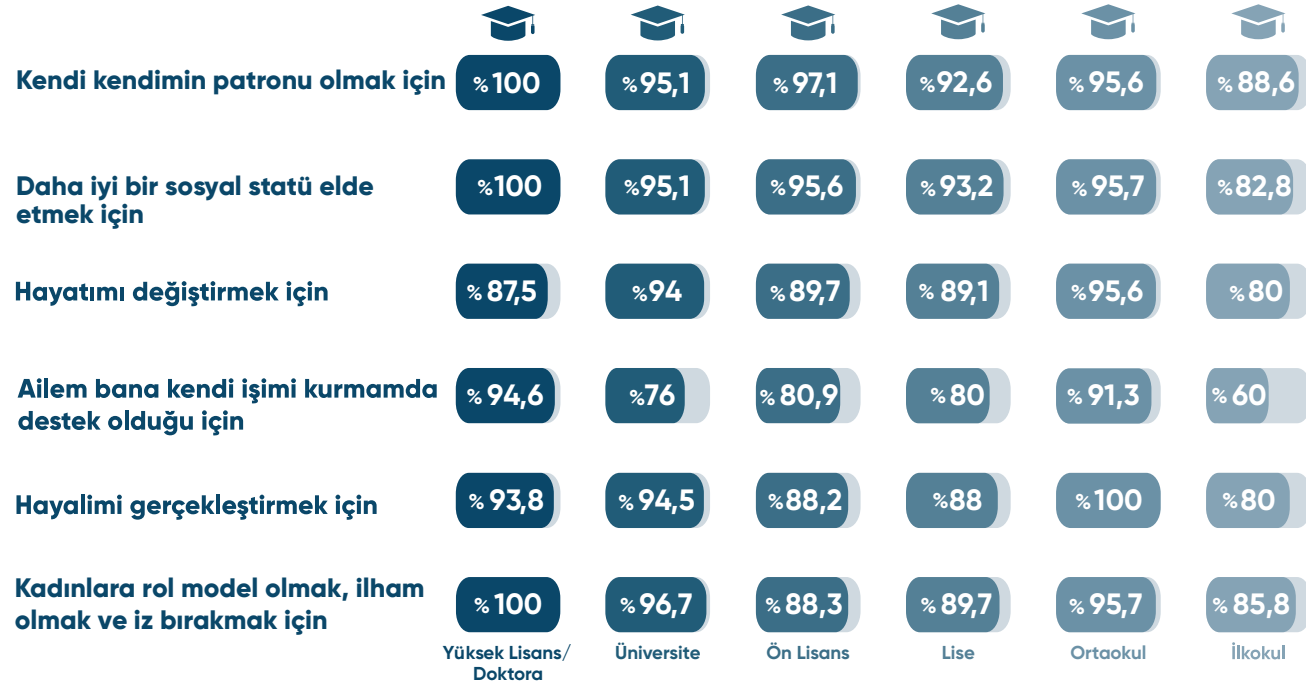
Araştırmaya katılan kadınların eğitim durumları ve sahibi oldukları işletmelerin büyüklükleri arasında da istatistiksel düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Diğer bir deyişle; start-up işletme sahibi kadınların %60'ı, büyük ölçekli firma sahibi kadınların %60,37'si üniversite mezunuyken; küçük ölçekli işletme sahibi kadınların %39,3'ü lise mezunudur. Girişimci kadınların eğitim düzeyi arttıkça start-up ve büyük ölçekli firma sahibi olma olasılıkları artmaktadır (bakınız Grafik 9, 10, 11, 12, 13, 14).

Daha fazla para kazanmak için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 8: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Eğitim düzeyi bakımından farklılıklar



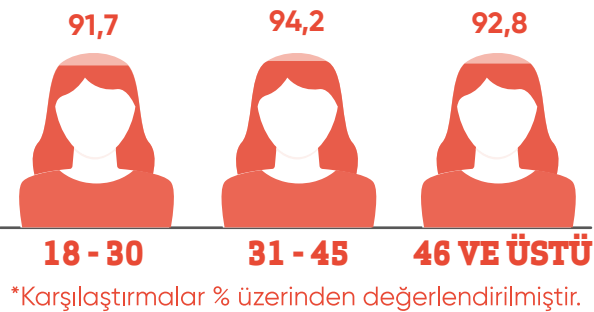
*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 9, 10, 11, 12, 13, 14: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Eğitim düzeyi bakımından farklılıklar

Yaş

Araştırmaya katılan girişimci kadınların yaşı girişimci olma nedenlerini belirleyen faktörlerden biridir. 46 yaş ve üstü yaş grubundaki kadınların **%80,4**'ü çalışma hayatında emeklerinin karşılığını alamadığı için; **%61,8**'i ise aileleri istediği için girişimci olduklarını belirtmiştir. Araştırmaya katılan 31-45 yaş aralığındaki kadınların **%94,2**'si yeni ve yaratıcı bir şeyler yapmak için ve yine aynı yaş grubundaki kadınların **%93,8**'i daha fazla para kazanmak için girişimci olduklarını bildirmiştir. (bakınız Grafik 15, 16, 17, 18, 19, 20).

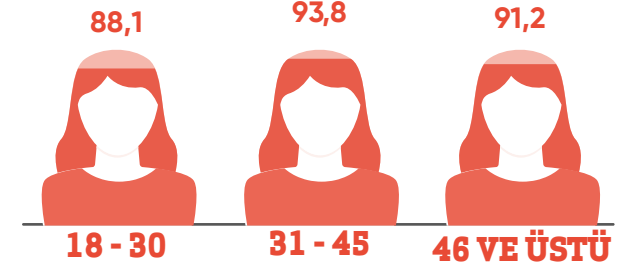
Yeni ve yaratıcı bir şeyler yapmak için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 15: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Yaş grupları bakımından farklılıklar

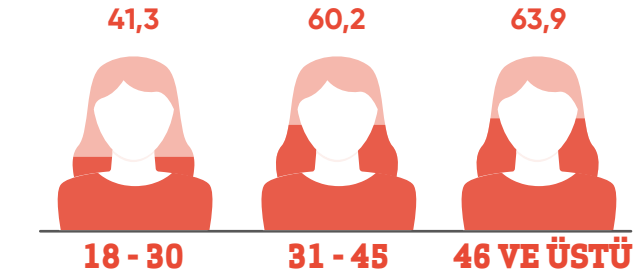
Daha fazla para kazanmak için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 16: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Yaş grupları bakımından farklılıklar

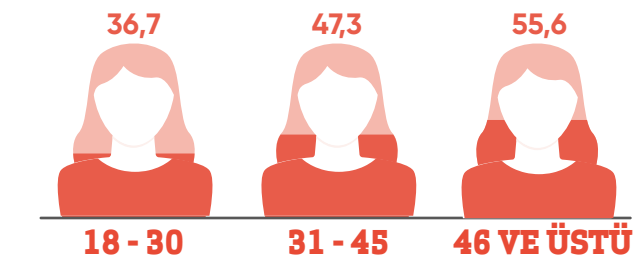
Aile işini devam ettirmek için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 17: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Yaş grupları bakımından farklılıklar

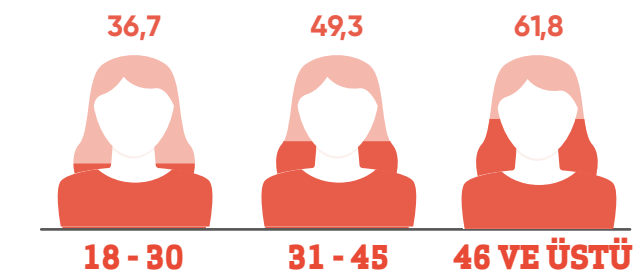
Başka iş bulamadığım için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 18: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Yaş grupları bakımından farklılıklar

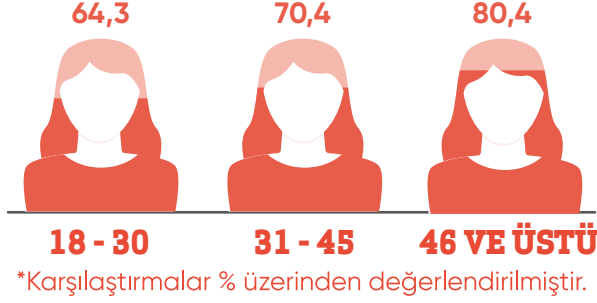
Ailem istediği için



*Karşılaştırmalar % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 19: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Yaş grupları bakımından farklılıklar

Çalışma hayatında emeğimin karşılığını alamadığım için

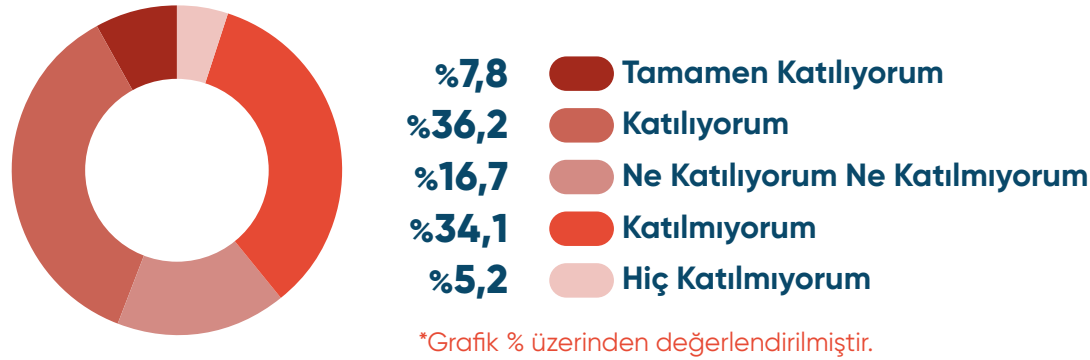


Grafik 20: Girişimci kadınların girişimci olma nedenleri: Yaş grupları bakımından farklılıklar

Girişimci Kadınların Türkiye’de Girişimcilik Ortamına İlişkin Görüşleri

Araştırma kapsamında girişimci kadınların girişimcilik süreçlerindeki deneyimlerine dayalı olarak Türkiye’de girişimcilğe ilişkin görüşleri 5 farklı ifade ile belirlenmiştir. Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%73,8’i** Türkiye’de kadınların girişimci olmalarını desteklediklerini belirtirken katılımcıların **%22,2’si** ise kadınların girişimci olmalarını desteklemediklerini bildirmiştir. Girişimci kadınların **%4’ü** Türkiye’de kadınların girişimci olmalarını desteklediklerini ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmişlerdir. (bakınız Grafik 21).

Bir girişimci kadın olarak Türkiye’de kadınların erkeklere göre girişimci olması daha zordur

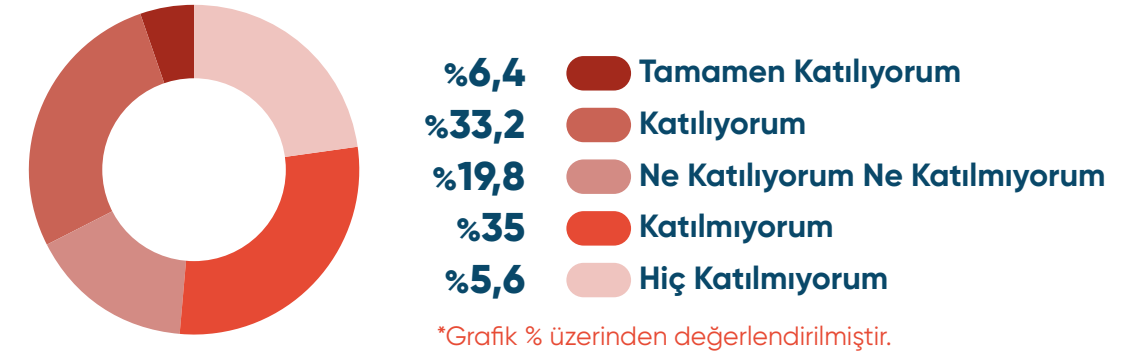


Grafik 21: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%44’ü** bir girişimci kadın olarak Türkiye’de kadınların erkeklere göre girişimci olmasının daha zor olduğunu düşünmektedir. Diğer yandan; girişimci kadınların **%39,4’ü** Türkiye’de kadınların erkeklere göre girişimci olmalarının daha zor olmadığını düşünmektedir. Girişimci kadınların **%16,6’sı** Türkiye’de kadınların erkeklere göre girişimci olmalarının daha zor olduğuna ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmişlerdir.

Girişimci kadınların **%63’ü** Türkiye’de sosyal kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaları için elverişli olduğunu düşünürken; araştırmaya katılan kadınların **%39,6’sı** Türkiye’de sosyal kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaları için elverişli olmadığını düşünmektedir (bakınız Grafik 22).

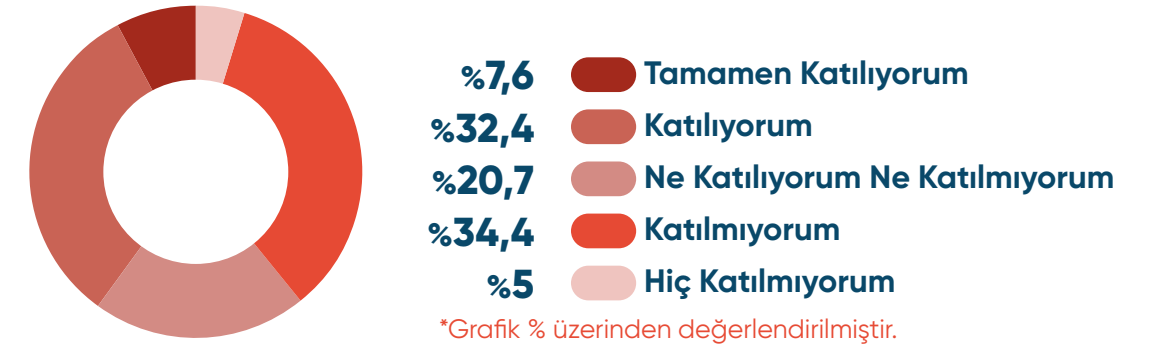
Türkiye’de sosyal, kültürel ve ekonomik durum girişimci kadın olmak için elverişli



Grafik 22: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

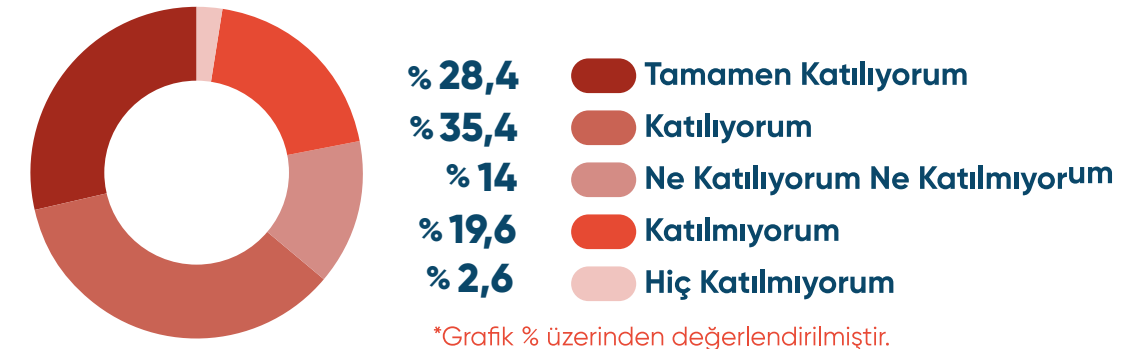
Girişimci kadınların **%40’ı** Türk toplumunun girişimci kadınları desteklemediğini düşünmektedir. Diğer yandan; **%39,4’ü** de Türk toplumunun girişimci kadınları desteklediğini düşünmektedir (bakınız Grafik 23). Katılımcıların **%63,8’i** Türkiye’de kadınların girişimci olmasını desteklediğini belirtmektedir (bakınız Grafik 24) Katılımcıların **%34,2’si** “Türkiye’de kadınların girişimci olması giderek zorlaşmaktadır” ifadesine katıldıklarını bildirmiştir (bakınız Grafik 25).

Türk toplumu girişimci kadınları desteklemiyor



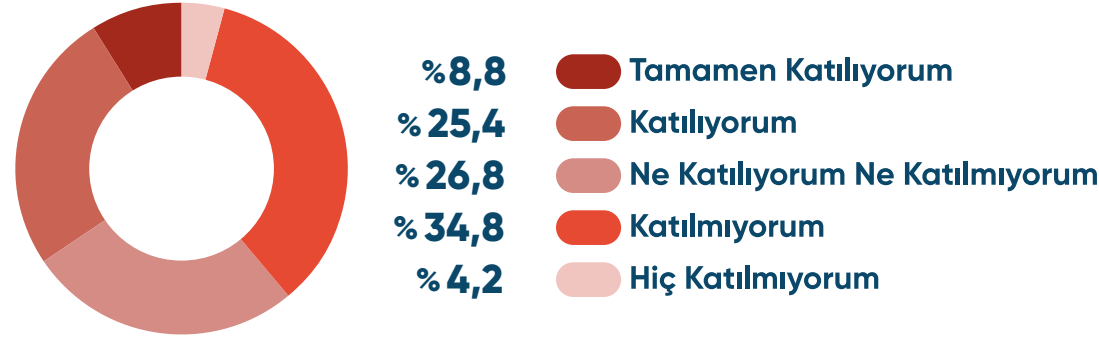
Grafik 23: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Türkiye’de kadınların girişimci olmasını destekliyorum



Grafik 24: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Türkiye’de kadınların girişimci olması giderek zorlaşmaktadır



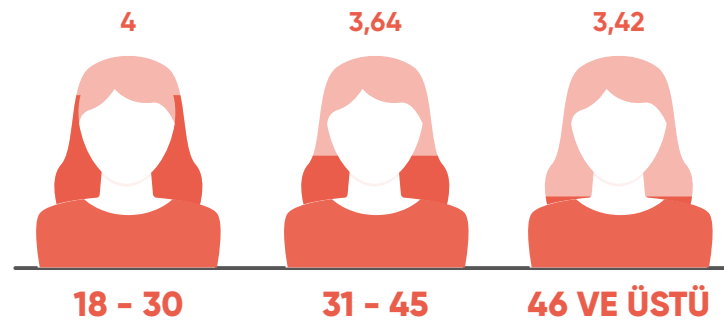
*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 25: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Türkiye’de girişimcilik konusunda toplumsal cinsiyete dayalı farklılıklara ilişkin “ne katılıyorum ne katılmıyorum” seçeneğini tercih edenler katılımcıların **%16** ile **20**’sini oluşturmaktadır. Bu durum araştırmaya katılan her 5 kadından 1’inin Türkiye’de girişimcilik konusunda toplumsal cinsiyete dayalı bir ayrımcılık olup olmadığına ilişkin kararsız kaldığını göstermektedir. Araştırmaya katılan girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ile ilgili ifadelerine katılımlarına ilişkin ortalama değerleri yaş ve eğitim düzeyi bakımından istatistiki olarak farklılıklar göstermektedir. Diğer yandan; girişimci kadınların çocuklarının olup olmaması medeni durumu ve firma büyüklükleri bakımından bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Türkiye’de “kadınların girişimci olmasını destekliyorum” ifadesine katılımlarına ilişkin ortalama değerleri yaş arttıkça düşmektedir. Diğer bir deyişle; 18 ile 30 yaş arasındaki kadınlar diğer yaş gruplarına kıyasla Türkiye’de kadınların girişimci olmasını daha fazla desteklemektedir (bakınız Grafik 26).

Türkiye’de kadınların girişimci olmasını destekliyorum

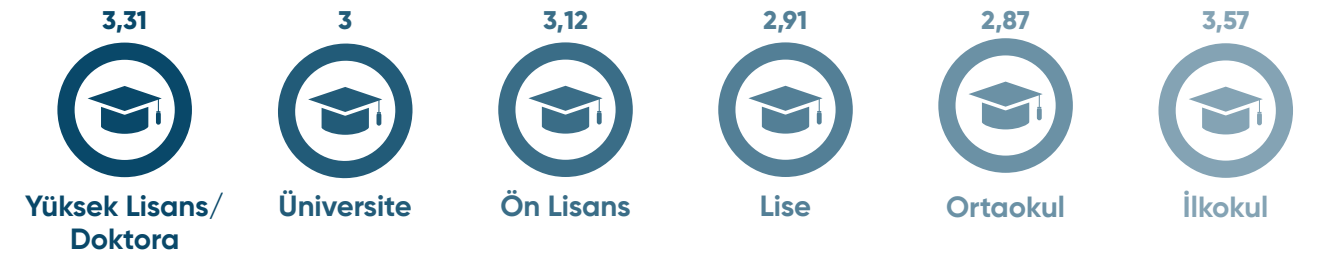


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 26: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri: yaş grupları bakımından farklılıklar

Araştırmaya katılan girişimci kadınların eğitim düzeyleri Türkiye’de sosyal kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaya elverişli olmadığına ilişkin görüşlerini belirlemektedir. Araştırmaya katılan ilköğretim mezunu kadınlar Türkiye’de sosyal kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaya elverişli olmadığını düşünmektedir (bakınız Grafik 27).

Türkiye’de sosyal, kültürel ve ekonomik durum girişimci kadın olmak için elverişli değil



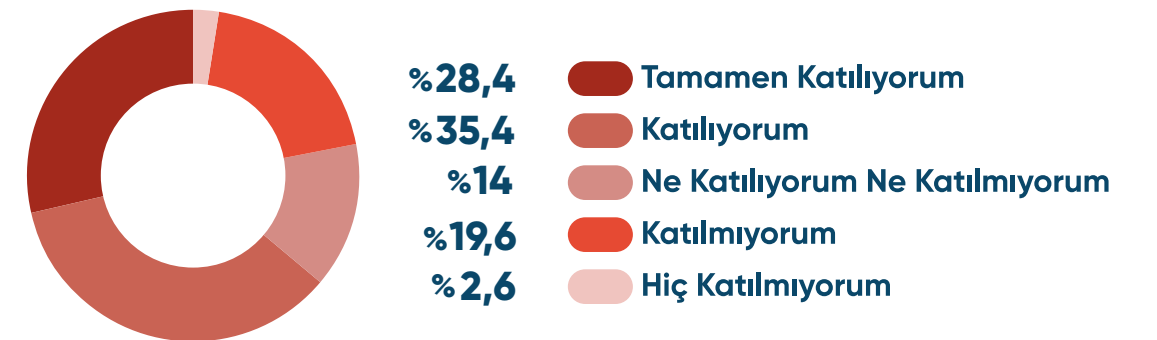
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 27: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri: yaş grupları bakımından farklılıklar

Girişimci Kadınların Türkiye’de Toplumsal Cinsiyete Dayalı Eğitime Erişime İlişkin Görüşleri

Araştırma kapsamında katılımcıların Türkiye’de kadın ve erkeklerin eğitime erişimlerine ilişkin görüşleri 4 farklı ifade ile belirlenmiştir. Katılımcıların **%63,8**’i ‘Türkiye’de kadınların erkeklere göre profesyonel yardım alabilecekleri kişilere ulaşmaları sınırlıdır’ ifadesine katıldığını bildirmiştir. Diğer yandan; aynı ifadeye katılmadığını bildiren katılımcıların oranı ise sadece **%22,2**’dir. Girişimci kadınların **%14**’ü Türkiye’de kadınların erkeklere göre profesyonel yardım alabilecekleri kişilere ulaşmaları sınırlıdır ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir (bakınız Ek Grafik 28).

Türkiye’de kadınların erkeklere göre profesyonel yardım alabilecekleri kişilere ulaşmaları sınırlıdır



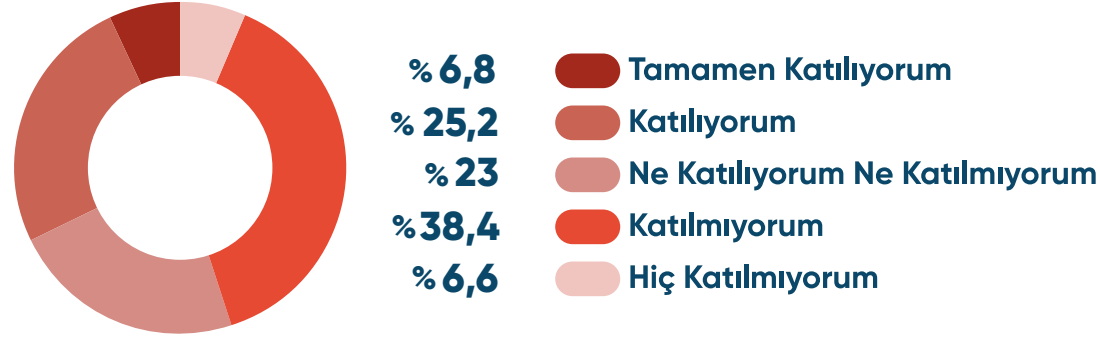
*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 28: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Katılımcıların **%45**’i Türkiye’de erkeklerin kadınlara göre daha iyi bir eğitim alma imkânı olduğunu düşünmediğini bildirmiştir. Diğer yandan; katılımcıların **%32**’si Türkiye’de erkeklerin kadınlara göre daha iyi bir eğitim alma imkânları olduğunu belirtmiştir. Girişimci kadınların **%23**’ü Türkiye’de erkeklerin

kadınlara göre daha iyi bir eğitim alma imkânı vardır ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir. (bakınız Grafik 29)

Türkiye’de erkeklerin kadınlara göre daha iyi bir eğitim alma imkanları vardır

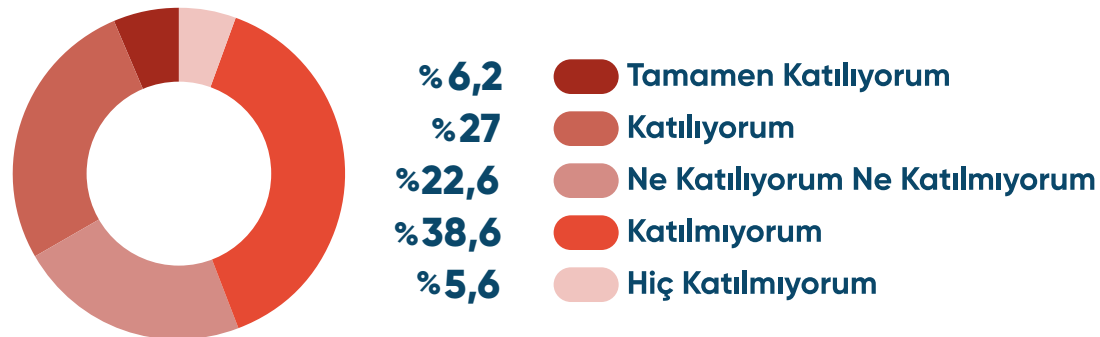


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 29: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%33,2’si** Türkiye’de kadınların erkeklere göre girişimci olmalarını sağlayan sınırlı sayıda eğitim (üniversite, lise vb.) olanağı olduğunu düşünürken; katılımcıların **%44,2’si**, kadınların erkeklere göre girişimci olmalarını sağlayan eğitim olanaklarının sınırlı olmadığını düşünmektedir. Girişimci kadınların **% 22,6’sı** Türkiye’de kadınların erkeklere göre girişimci olmalarını sağlayan sınırlı sayıda eğitim (üniversite, lise vb.) olanağı vardır ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir.

Türkiye’de kadınlara erkeklere göre girişimci olmalarını sağlayan sınırlı sayıda eğitim (üniversite, lise vb.) olanağı vardır

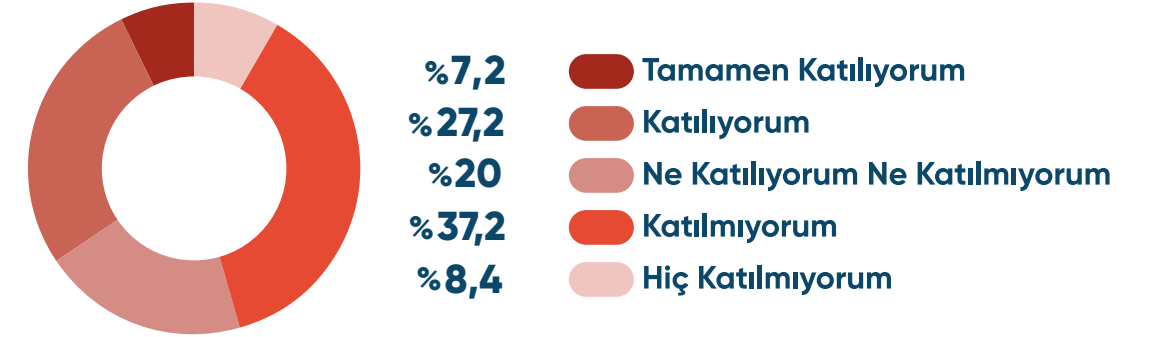


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 30: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Girişimci kadınların **%45,5’i**, Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmalarını, girişimci olmaları önünde engel olarak görmemekte; katılımcıların **%34,4’ü** ise kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmalarını girişimci olmaları önünde engel olarak görmektedir. Katılımcıların **% 20,1** ‘i Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmalarını, “Girişimci olmaları önünde engeldir.” ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir.

Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmaları kadınların girişimci olmalarına engeldir



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 31: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

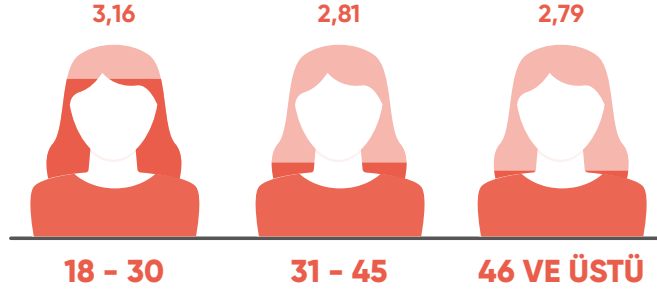
Araştırmaya katılan girişimci kadınların Türkiye’de kadın ve erkeğin eğitim olanaklarına erişimleri ile ilgili ifadelerine katılımlarının ortalama değerleri, yaş ve eğitim düzeyi bakımından istatistiksel olarak farklılık göstermektedir. Diğer yandan; çocuk sahibi olma, medeni durum ve işletme büyüklükleri bakımından farklılıklar olmadığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan ilköğretim mezunu girişimci kadınların diğer kadınlara kıyasla, Türkiye’de kadınların erkeklere göre, profesyonel yardım alabilecekleri bireylere ulaşmalarının sınırlı olduğu ifadesine daha fazla katıldığı görülmüştür. Diğer bir deyişle; ilköğretim mezunu girişimci kadınlar, Türkiye’de kadınların profesyonel yardım alabilecekleri bireylere ulaşmakta sınırlı kaldıklarını düşünmektedir. Yüksek lisans ve doktora mezunu kadınlar ise diğer kadınlara oranla, Türkiye’de kadınların erkeklere göre profesyonel yardım alabilecekleri bireylere ulaşmalarının sınırlı olmadığı görüşündedir.

Benzer biçimde araştırmaya katılan ilköğretim mezunu girişimci kadınların diğer kadınlara kıyasla ‘Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmaları kadınların girişimci olmalarına engeldir’ ifadesine katılım oranları daha yüksektir. Buna göre; ilköğretim mezunu kadınlar, Türkiye’de kadınların daha az eğitilmiş olmalarını kadınların girişimci olmaları için bir engel olarak görmektedir. Aynı ifadeye ilişkin en düşük ortalama değer ise yüksek lisans ve doktora mezunu kadınlarda görülmektedir. Eğitim düzeyi yüksek lisans ve doktora olan kadınlar, Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmasını, kadınların girişimci olmalarını daha az engellediği görüşündedir.

Araştırmaya katılan 46 yaş ve üstü girişimci kadınların, Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmalarının kadınların girişimci olmasına engel olduğu ifadesine katılımı diğer yaş gruplarına kıyasla en yüksektir. Diğer yandan; araştırmaya katılan kadınların yaşları arttıkça, Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmalarının kadınların girişimci olmasına engel olduğuna ilişkin ifadeye katılımları artmaktadır (bakınız Grafik 32).

Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmaları kadınların girişimci olmalarına engeldir



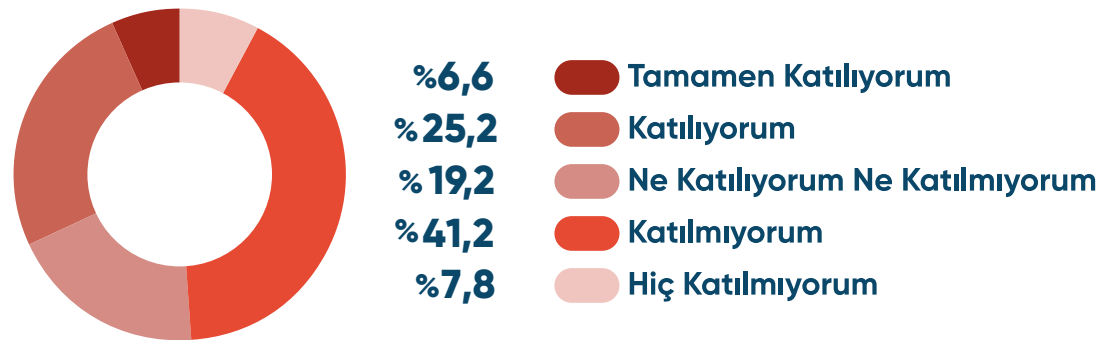
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 32: Girişimci kadınların Türkiye’de toplumsal cinsiyete dayalı eğitime erişime ilişkin görüşleri

Girişimci Kadınların Türkiye’de Hukuki Düzenlemelere İlişkin Görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların Türkiye’de hukuki düzenlemelerin toplumsal cinsiyet bağlamında görüşleri 5 ifade ile belirlenmiştir. Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%31,8**’si “Türkiye’de hukuki olarak kadınların girişimci olmalarına engel durumların olduğunu düşünüyorum” ifadesine katıldıklarını bildirmiştir. Katılımcıların **%49**’u Türkiye’de hukuki olarak kadınların girişimci olmalarına engel durumların olduğunu düşünmediklerini bildirmiştir. Diğer yandan; girişimci kadınların **% 19,2**’si aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir (bakınız Grafik 33).

Türkiye’de hukuki olarak kadınların girişimci olmalarına engel durumların olduğunu düşünüyorum

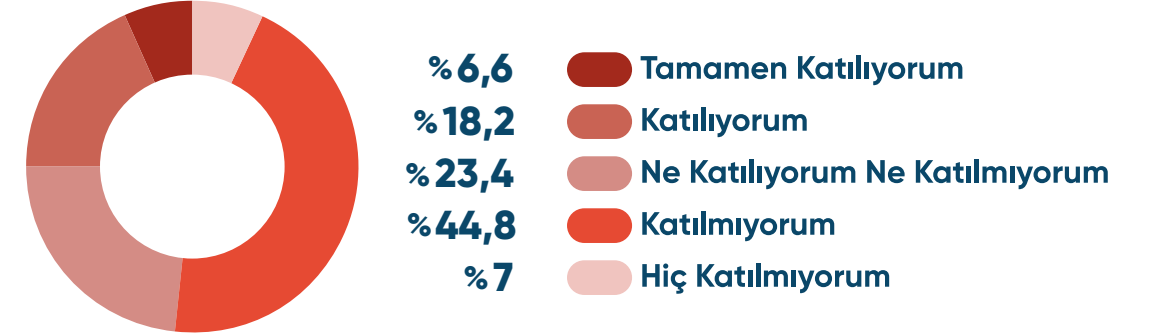


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 33: Girişimci kadınların Türkiye’de hukuki düzenlemelere ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%51,8**’i Türkiye’de girişimci kadınların olması için yeterli devlet desteği olduğunu düşünürken; katılımcıların **%24,8**’si devlet desteğini yetersiz görmektedir. Diğer yandan; katılımcıların **% 23,4**’ü Türkiye’de girişimci kadınların olması için yeterli devlet desteği yoktur ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak belirtmişlerdir (bakınız Grafik 34).

Türkiye’de kadınların girişimci olması için yeterli devlet desteği yoktur

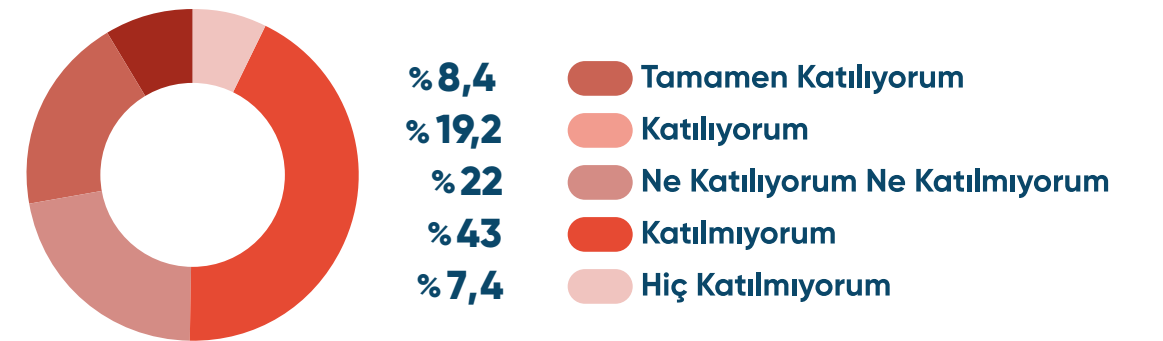


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 34: Girişimci kadınların Türkiye’de hukuki düzenlemelere ilişkin görüşleri

Girişimci kadınların **%50,4**’ü Türkiye’de girişimci kadınları koruyan kanunlar olduğunu düşünmektedir. “Türkiye’de girişimci kadınları koruyan kanunlar yoktur” ifadesine katılımcıların **%27,6**’si katıldıklarını bildirmişlerdir (bakınız Grafik 35).

Türkiye’de girişimci kadınları koruyan kanunlar yoktur

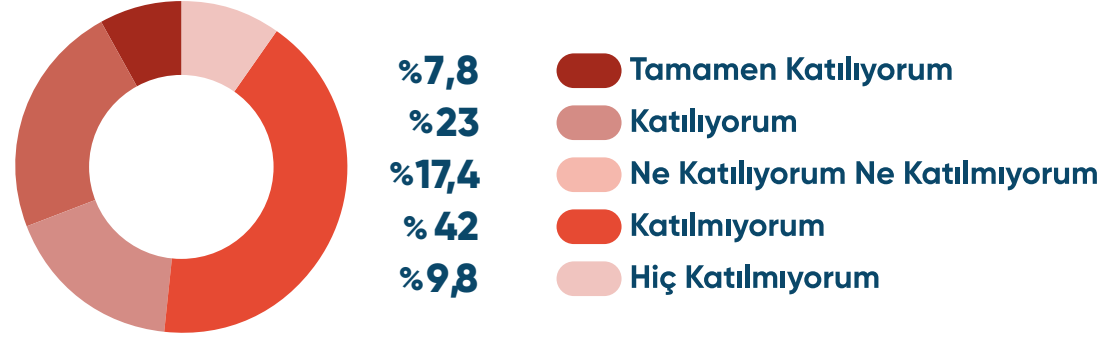


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 35: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Katılımcıların **%51,8**’i Türk hukukunun kadın ve erkeğe ayrımcılık yapmadığı görüşündeyken; **%30,8**’i ayrımcılık yaptığı görüşündedir. Türk hukukunun kadın ve erkeğe ayrımcılık yapmaktadır ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir (bakınız Grafik 36). Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşinden izin almaları gerektiğini düşünenler katılımcıların **%39,4**’ünü oluşturmaktadır. Girişimci kadınların **% 35,8**’i Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşinden izin almaları gerekmediğini bildirmiştir. Katılımcıların **% 25**’i aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak belirtmiştir.

Türk hukuku kadın ve erkeğe ayrımcılık yapmaktadır

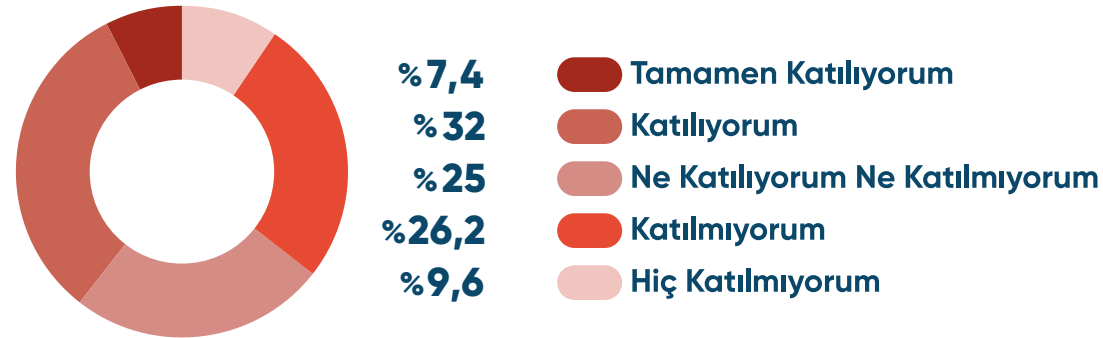


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 36: Girişimci kadınların Türkiye’de girişimcilik ortamına ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%35,8’i** Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşinden izin almaları gerekmediğini ifade etmiştir (bakınız Grafik 37). Genel olarak değerlendirildiğinde; araştırmaya katılan girişimci kadınların çoğunluğunun Türkiye’de kadınların girişimci olmalarına ilişkin hukuki sınırlılıkların olmadığı yönünde görüş bildirirken; katılımcıların **%17,4** ile **%25’lik** bir kısmı Türkiye’de kadınların girişimci olmalarına ilişkin hukuki sınırlılıklar konusunda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir.

Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerekmektedir



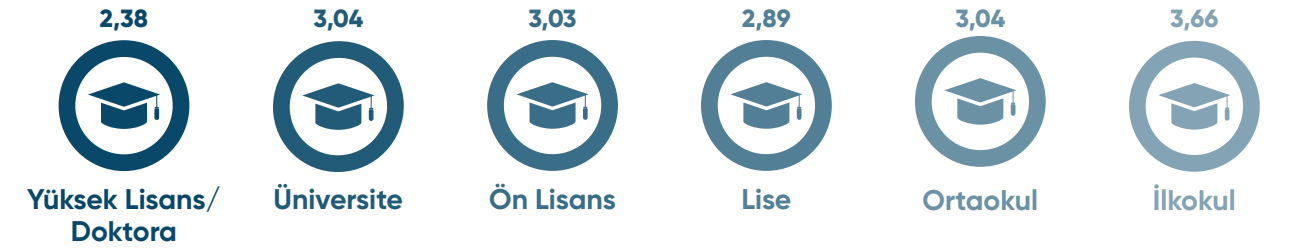
*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 37: Girişimci kadınların Türkiye’de hukuki düzenlemelere ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan kadınların yaş, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, eğitim durumu ve işletme büyüklükleri değişkenlerinin Türkiye’de kadınların girişimci olmalarına ilişkin hukuki sınırlılıklara dair görüşlerine etkisi incelendiğinde; sadece eğitim düzeyinin farklılık yarattığı görülmüştür.

Araştırmaya katılan ilkököl mezunu kadınlar Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerektiği ifadesine diğer kadınlara oranla en yüksek düzeyde katılım göstermektedir. Diğer yandan; yüksek lisans ve doktora mezunu girişimci kadınlar ise diğer kadınlara oranla Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerektiği ifadesine en düşük katılım oranı göstermiştir (bakınız Grafik 38).

Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerekmektedir



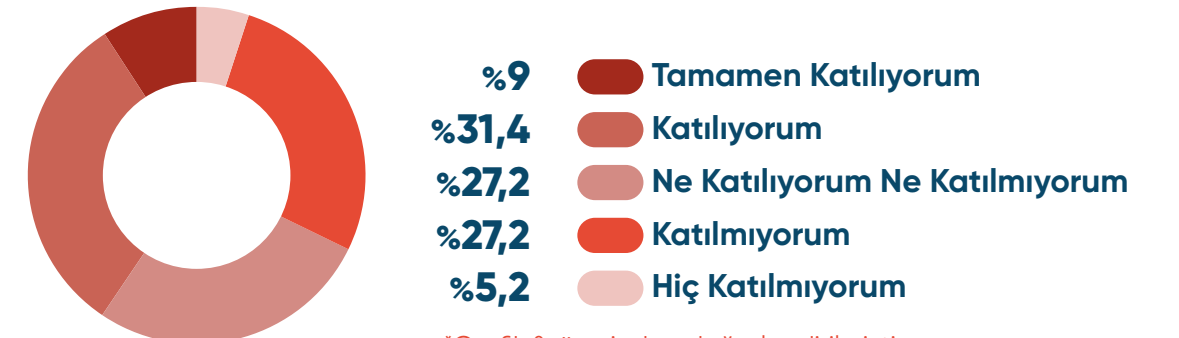
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 38: Girişimci kadınların Türkiye’de hukuki düzenlemelere ilişkin görüşleri: eğitim düzeyi bakımından farklılıklar

Girişimci Kadınların Türkiye’de Kadınların Finansal Kaynaklara Erişimine İlişkin Görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için gerekli finansal kaynaklara erişimlerine ilişkin görüşleri 4 ifade ile belirlenmiştir. Katılımcıların **%40,4’ü** Türkiye’de yüksek vergi ve sigorta masraflarının kadınların girişimci olmalarını zorlaştırdığını düşünmekte; **%32,4’ü** ise zorlaştırmadığını düşünmektedir. Girişimci kadınların **%27,2’si** aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak belirtmiştir (bakınız Grafik 39).

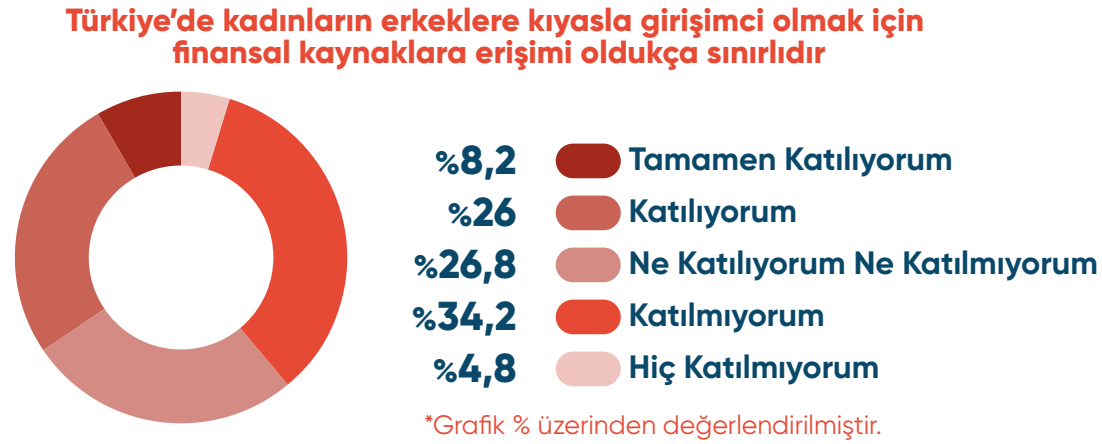
Türkiye’de yüksek vergi ve sigorta masrafları kadınların girişimci olmalarını zorlaştırmaktadır



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 39: Girişimci kadınların Türkiye’de kadınların finansal kaynaklara erişimine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%39'u** Türkiye'de kadınların erkeklere kıyasla girişimci olmak için finansal kaynaklara erişimlerinin sınırlı olmadığını düşünürken; **%34,2'si** Türkiye'de kadınların girişimci olmak için finansal kaynaklara erişimlerinin oldukça sınırlı olduğunu belirtmektedir. Katılımcıların **% 26,8'i** aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak belirtmiştir (bakınız Grafik 40).



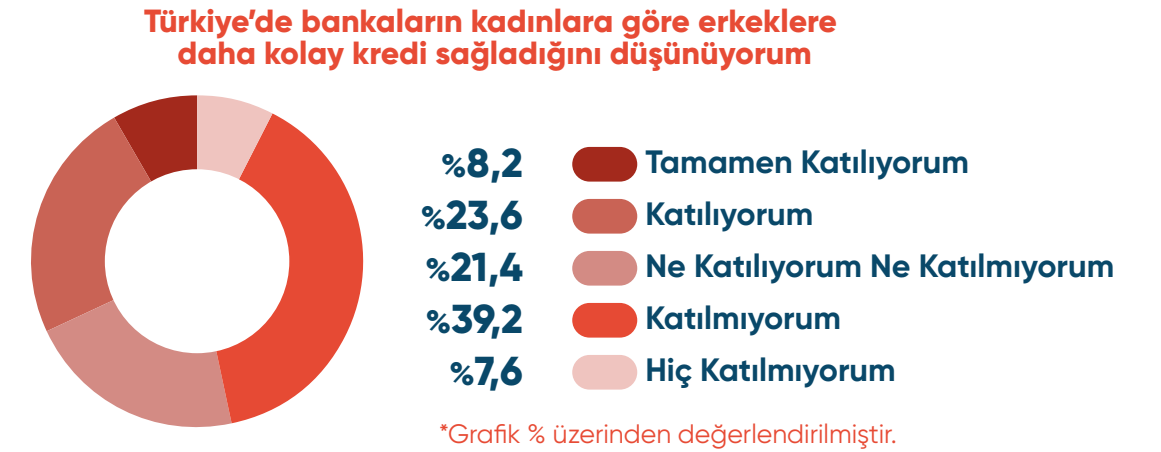
Grafik 40: Girişimci kadınların Türkiye'de kadınların finansal kaynaklara erişimine ilişkin görüşleri

Katılımcıların **% 34,4'ü**, Türkiye'de kadınların erkeklere kıyasla girişimci olmak için sermayeye erişimlerinin oldukça sınırlı olduğunu ifade etmekte; **% 37,4'ü** ise, Türkiye'de kadınların girişimci olmak için sermayeye erişimlerinin sınırlı olmadığı görüşündedir. Girişimci kadınların **% 28,2'si** Türkiye'de kadınların girişimci olmak için sermayeye erişimlerinin sınırlıdır ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak belirtmişlerdir (bakınız Grafik 41).



Grafik 41: Girişimci kadınların Türkiye'de kadınların finansal kaynaklara erişimine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%31,8'i** Türkiye'de bankaların erkeklere daha kolay kredi sağladığını düşünürken; katılımcıların **%46,8'i** bankaların erkeklere daha kolay kredi sağladığı ifadesine katılmadıklarını belirtmiştir (bakınız Grafik 42).



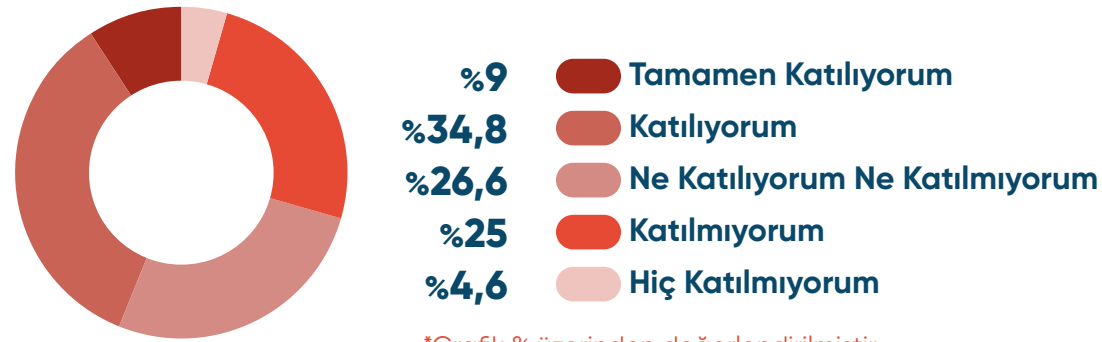
Grafik 42: Girişimci kadınların Türkiye'de kadınların finansal kaynaklara erişimine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan kadınların yaş, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, eğitim durumu ve işletme büyüklükleri gibi faktörler değerlendirildiğinde; Türkiye'de kadınların girişimci olmaları için finansal kaynaklara erişimine dair görüşleri istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar göstermemektedir.

Girişimci Kadınların Türkiye’de Ev – İş Dengesine İlişkin Görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların kendi girişimcilik ve iş süreçlerindeki deneyimlerine dayanarak Türkiye’de kadınların ev ve iş hayatlarındaki toplumsal cinsiyet rollerinin girişimci olmalarına etkisine ilişkin görüşleri sorulmuştur. Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%43,8**i Türkiye’de kadınların erkeklere göre ev-iş hayatını dengeleme konusunda yaşadıkları sorunların girişimci olmalarını engellediğini düşünmektedir. Buna karşın katılımcıların sadece **%29,6**sı Türkiye’de kadınların erkeklere göre ev-iş hayatını dengeleme konusunda yaşadıkları sorunların girişimci olmalarını engellemediğini belirtmiştir. Katılımcıların **%26,6**sı aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir (bakınız Grafik 43).

Türkiye’de kadınların erkeklere göre ev-iş hayatını dengeleme konusunda yaşadıkları sorunlar, girişimci olmalarını engellemektedir

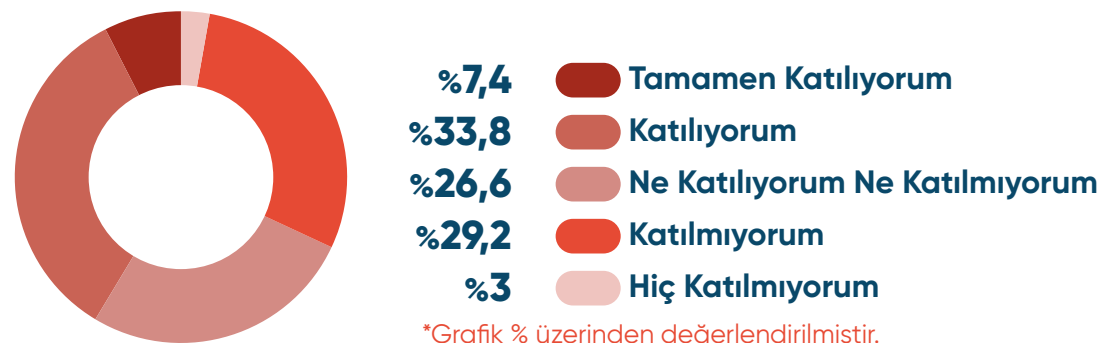


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 43: Girişimci kadınların Türkiye’de ev-iş dengesine ilişkin görüşleri

Türkiye’de kadınların çocuk sahibi olmasının kadınların girişimci olmasını engellediğini düşünenler katılımcıların **%41,2**sini oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%32,2**si ise kadınların çocuk sahibi olmasının kadınların girişimci olmasını engellemediğini düşünmektedir. Girişimci kadınların **%26,6**sı Türkiye’de kadınların çocuk sahibi olmasının kadınların girişimci olmasını engellemektedir ifadesine ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak belirtmiştir (bakınız Grafik 44).

Türkiye’de kadınların çocuk sahibi olması kadınların girişimci olmasını engellemektedir

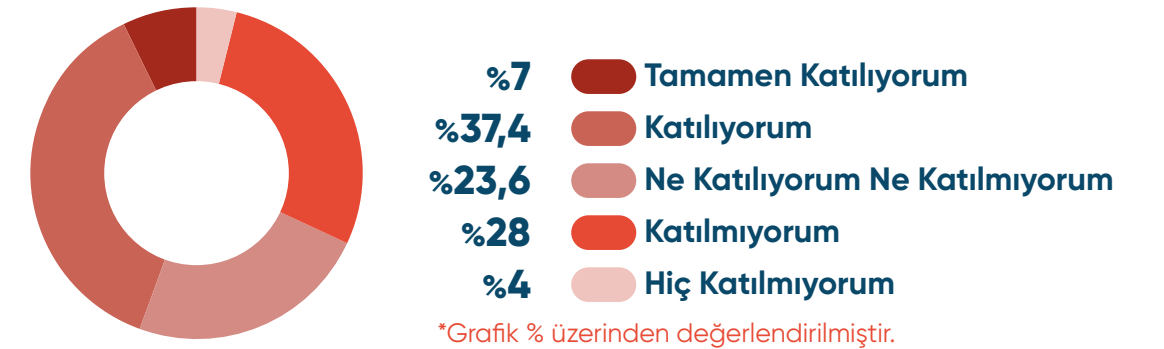


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 44: Girişimci kadınların Türkiye’de ev-iş dengesine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%44,4**ü Türkiye’de kadınların ailelerinden manevi ya da sosyal destek almamalarının onların girişimci olmalarını engellediğini düşünmektedir. Buna karşın; katılımcıların **%32**si ise Türkiye’de kadınların ailelerinden manevi ya da sosyal destek almamalarının onların girişimci olmalarını engellemediğini düşünmektedir. Katılımcıların **%23,6**sı aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir (bakınız Grafik 45).

Türkiye’de kadınların ailelerinden manevi/ sosyal destek almamaları onların girişimci olmalarını engellemektedir.

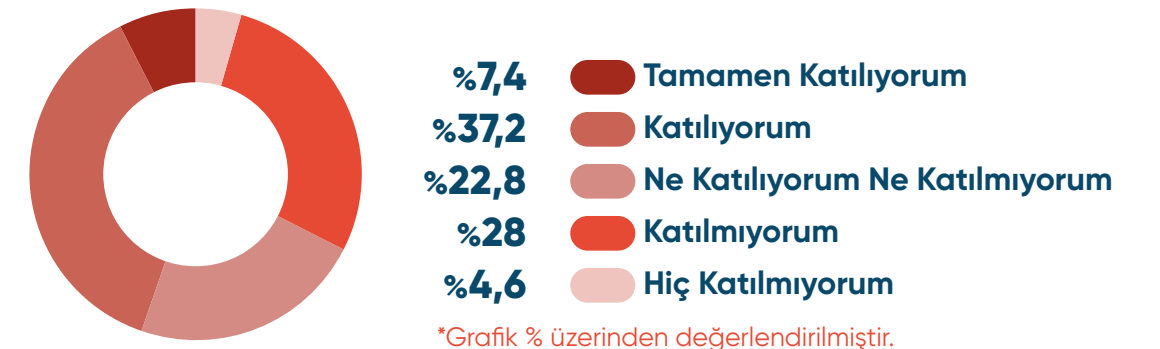


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 45: Girişimci kadınların Türkiye’de ev-iş dengesine ilişkin görüşleri

Katılımcıların **%44,6**sı Türkiye’de kabul görmüş cinsiyet rolleri nedeniyle kadınların girişimci olmalarının zorlaştığını düşünmektedir. Girişimci kadınların **%32,6**sı ise Türkiye’de kabul görmüş cinsiyet rollerinin kadınların girişimci olmalarını zorlaştırmadığı görüşündedir. Girişimci kadınların **%22,8**i aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir (bakınız Grafik 46).

Türkiye’de kabul görmüş cinsiyet rolleri nedeniyle kadınların girişimci olmaları zorlaşmaktadır

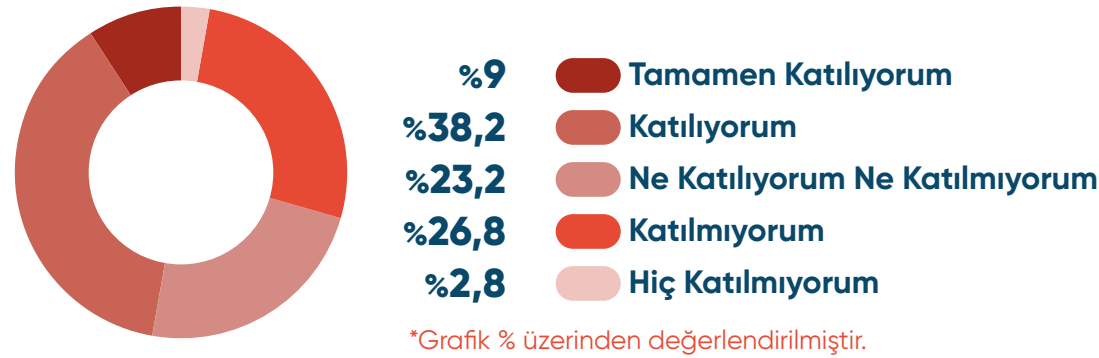


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 46: Girişimci kadınların Türkiye’de kadınları finansal kaynaklara erişimine ilişkin görüşleri

Türkiye’de kadınların eşlerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılama yükümlülüğünün kadınların girişimci olmalarını zorlaştırdığını düşünenler katılımcıların **%47,2’sini** oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%29,6’sı** ise; Türkiye’de kadınların söz konusu yükümlülüğünün kadınların girişimci olmalarını zorlaştırmadığı görüşündedir. Katılımcıların **%23,2’si** aynı ifadeye ilişkin görüşlerini ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak bildirmiştir (bakınız Grafik 47).

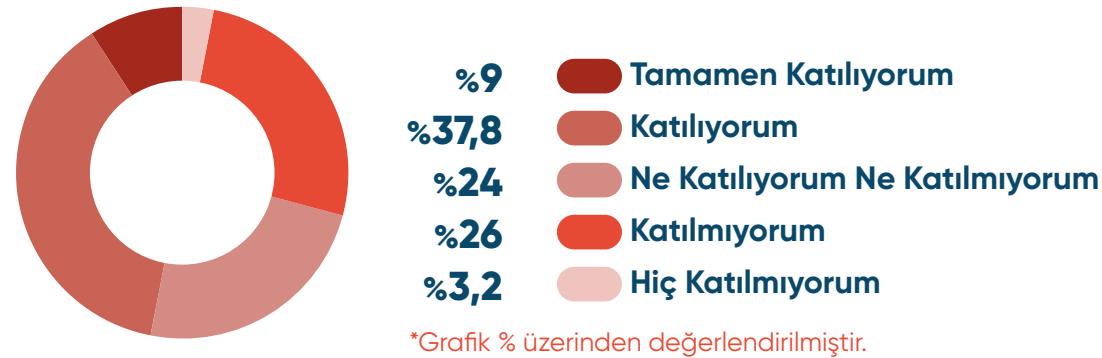
Türkiye’de kadınların eşlerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılama yükümlülüğü kadınların girişimci olmalarını zorlaştırmaktadır



Grafik 47: Girişimci kadınların Türkiye’de ev-iş dengesine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%46,8’i** Türkiye’de girişimci kadınların başarısının ev işlerindeki yükü nedeniyle azaldığını düşünmektedir. Buna karşın girişimci kadınların **%29,2’si** ise Türkiye’de kadınların ev işlerindeki yükünün girişimci kadınların başarısına olumsuz etki etmediği görüşündedir. Diğer ifadelerle paralel olarak girişimci kadınların çoğunluğu kadınların erkeklere göre ev işlerinde daha fazla görev üstlenmesinin hem girişimci olmalarına olumsuz etkinin hem de girişimcilik süreçlerindeki başarılarını olumsuz etkilediklerinin altını çizmektedir (bakınız Grafik 48).

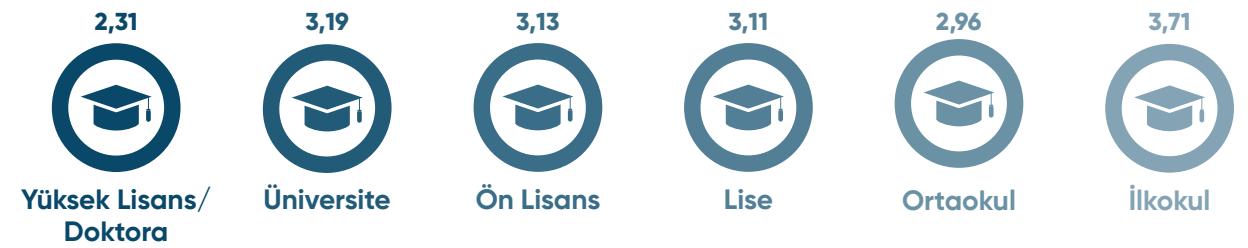
Türkiye’de girişimci kadınların başarısı ev işlerindeki yükü nedeniyle azalmaktadır



Grafik 48: Girişimci kadınların Türkiye’de ev-iş dengesine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan kadınların yaş, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, eğitim durumu ve işletme büyüklüklerinin Türkiye’de kadınların ev - iş yaşamı dengesine ilişkin görüşlerine etkisi incelendiğinde sadece eğitim düzeyleri ve yaş grupları bakımından farklılıklar görülmüştür. İlkokul mezunu katılımcılar diğer katılımcılara kıyasla Türkiye’de kadınların ailelerinden manevi/ sosyal destek almamalarının onların girişimci olmalarını engellediği ifadesine daha fazla katılım göstermektedir. Aynı ifadeye en düşük katılım ise yüksek lisans ve doktora mezunu kadınlarda görülmektedir (bakınız Grafik 49).

Türkiye’de kadınların ailelerinden manevi/ sosyal destek almamaları onların girişimci olmalarını engellemektedir

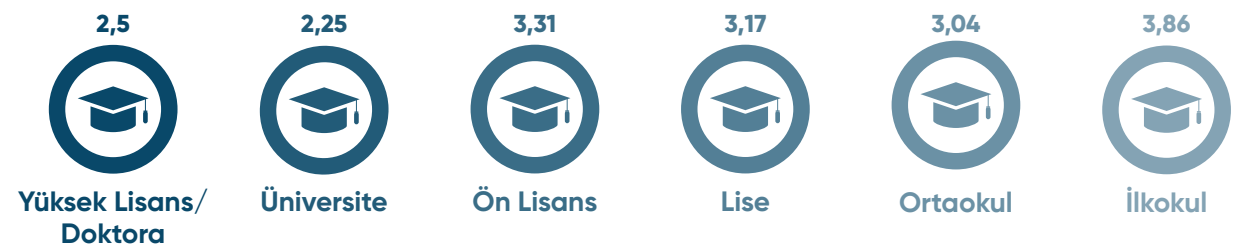


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 49: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: eğitim düzeyi bakımından farklılıklar

Türkiye’de kadınların eşlerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılama yükümlülüğü kadınların girişimci olmalarını zorlaştırmaktadır ifadesine diğer kadınlara kıyasla ilköğretim mezunu kadınların katılım oranı daha yüksektir (bakınız Grafik 50).

Türkiye’de kadınların eşlerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılama yükümlülüğü kadınların girişimci olmalarını zorlaştırmaktadır



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 50: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: eğitim düzeyi bakımından farklılıklar

Girişimci kadınların eğitim düzeyinin, Türkiye’de kadınların ev - iş yaşamı dengesine ilişkin görüşlerine etkisi incelendiğinde; ilkokul mezunu kadınların diğer kadınlara oranla toplumsal cinsiyete dayalı rollerinin girişimci olmalarına engel olması konusunda daha olumsuz düşünülmektedir. Özellikle yüksek lisans ve doktora mezunu kadınların ise bu konuda daha olumlu bir görüşe sahip oldukları görülmüştür.

Yaş grupları ve Türkiye’de kadınların ev - iş yaşamı dengesine ilişkin görüşlerine etkisi incelendiğinde; 18-30 yaş grubunda bulunan kadınlar diğer yaş grubundaki kadınlara kıyasla “Türkiye’de kadınların erkeklere göre ev-iş hayatını dengeleme konusunda yaşadıkları sorunların girişimci olmalarına engeldir” ifadesine en yüksek katılımı göstermiştir. Benzer biçimde 18-30 yaş grubundaki kadınların “Türkiye’de kadınların ailelerinden manevi/sosyal destek almamalarının onların girişimci olmalarına engeldir” ifadesine en yüksek katılımı göstermiştir. Türkiye’de kadınların eşlerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılama yükümlülüğü kadınların girişimci olmalarını zorlaştırdığı ifadesine en yüksek katılım benzer biçimde 18-30 yaş grubundaki kadınlarda görülmüştür.

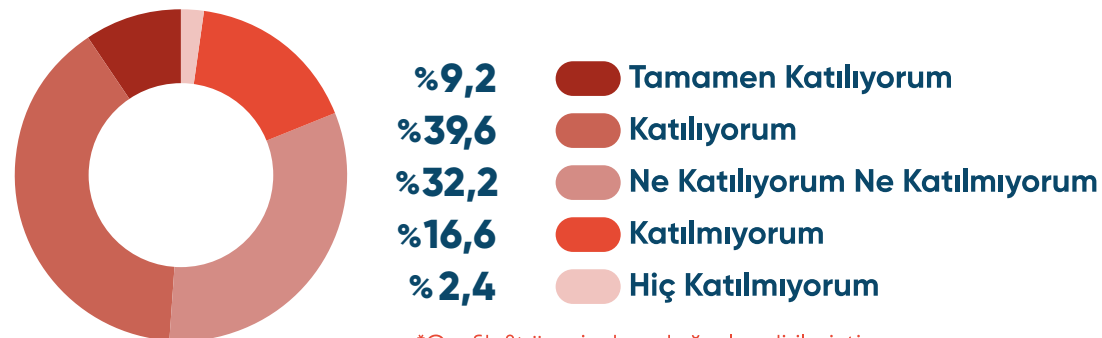
Genel olarak değerlendirildiğinde; 18-30 yaş grubundaki kadınlar Türkiye’de kadınların ev-iş yaşamındaki toplumsal cinsiyete dayalı rollerinin kadınların girişimci olmalarına engel olduğunu düşünmektedir. 18-30 yaş aralığındaki kadınların görüşlerinin temelini evli ve çocuklarının yaşlarının küçük olması ile ilişkili olabileceği düşünülse de araştırmaya katılan 18-30 yaş aralığındaki kadınların sadece **%28,4**’ü evli ve **%20,9**’unun çocuğu bulunmaktadır.

Girişimci Kadınların Tedarik Süreçlerine İlişkin Görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların tedarik süreçlerinde üretici kadın ya da erkekler ile çalışma durumlarına ve tedarik süreçlerinde toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığa ilişkin yaşadıklarına dair görüşleri 5 farklı ifade ile belirlenmiştir. Katılımcıların tedarik süreçlerine ilişkin verdiği yanıtlar genel olarak değerlendirildiğinde; girişimci kadınların tedarik süreçlerinde üretici kadınları daha güvenilir buldukları ve buna paralel olarak da üretici kadınları tercih ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların **%48,8**’i bir girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici kadınları tercih ettiğini belirtmiştir. Araştırmaya katılanların **%19**’u ise tedarik sürecinde özellikle üretici kadınları tercih etmediğini bildirmiştir (bakınız Grafik 51).

Bir kadın girişimci olarak tedarik sürecinde özellikle üretici kadınları tercih ederim

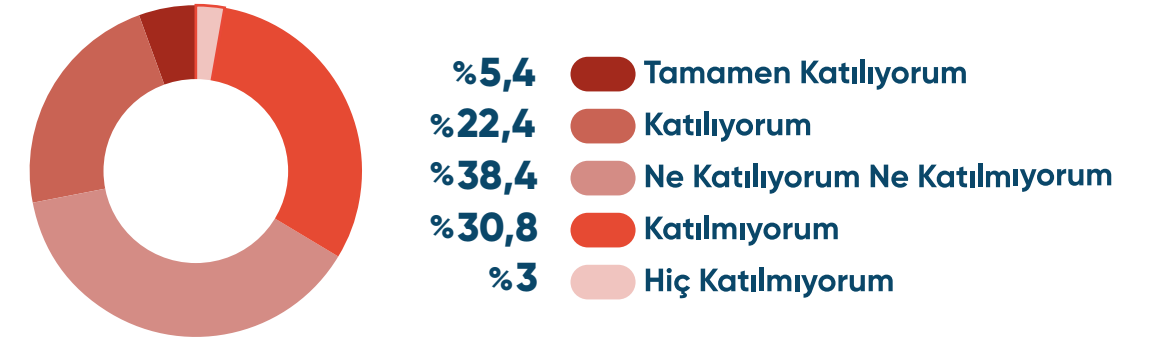


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 51: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri

Tedarik sürecinde erkeklerin üretici kadın olduğu için onları tercih ettiğini düşüneler katılımcıların **%27,8**’ini oluşturmaktadır. Buna karşın; katılımcıların **%33,8**’i ise tedarik sürecinde erkeklerin üretici kadın olduğu için onları tercih ettiğini düşünmemektedir (bakınız Grafik 52).

Tedarik sürecinde erkekler üretici olarak kadın olduğum için beni tercih eder

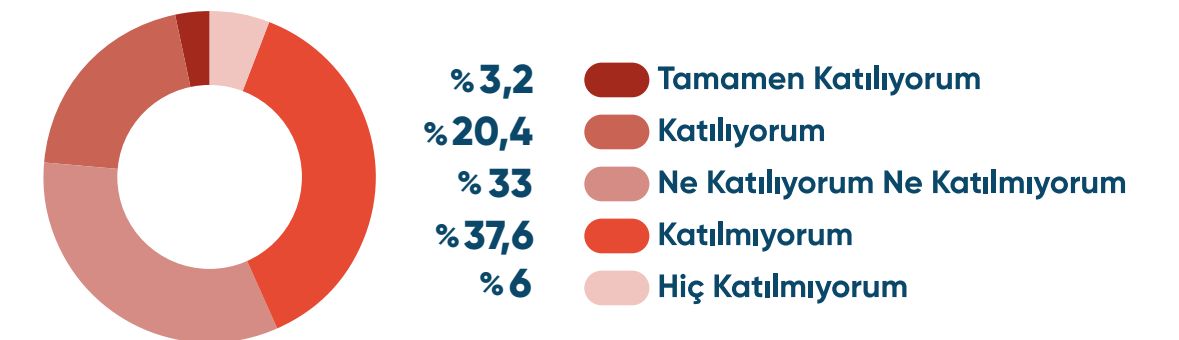


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 52: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%43,6**’sı tedarik sürecinde özellikle üretici erkekleri tercih etmediğini bildirmiştir. Katılımcıların **%23,6**’sı bir girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici erkekleri tercih ettiğini belirtmiştir (bakınız Grafik 53).

Bir girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici erkekleri tercih ederim

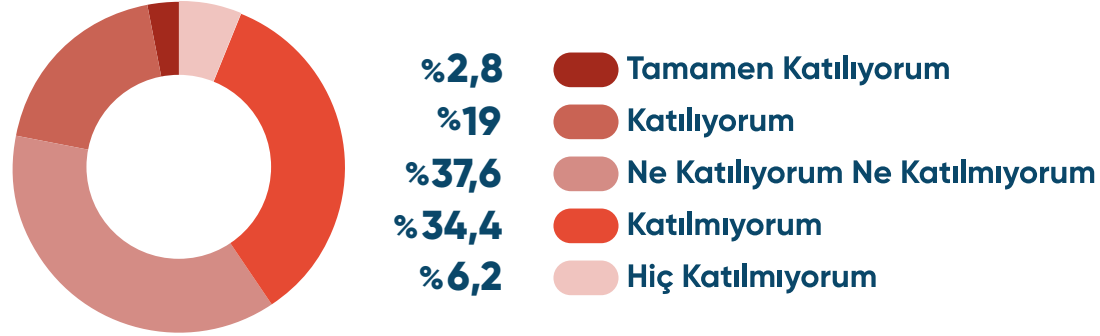


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 53: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri

Tedarik sürecinde üretici erkekleri daha güvenilir bulduğunu bildirenler katılımcıların **%21,8**’ini oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%40,6**’sı tedarik sürecinde üretici erkekleri daha güvenilir bulmadığını bildirmiştir (bakınız Grafik 54).

Tedarik sürecinde üretici erkekleri daha güvenilir buluyorum

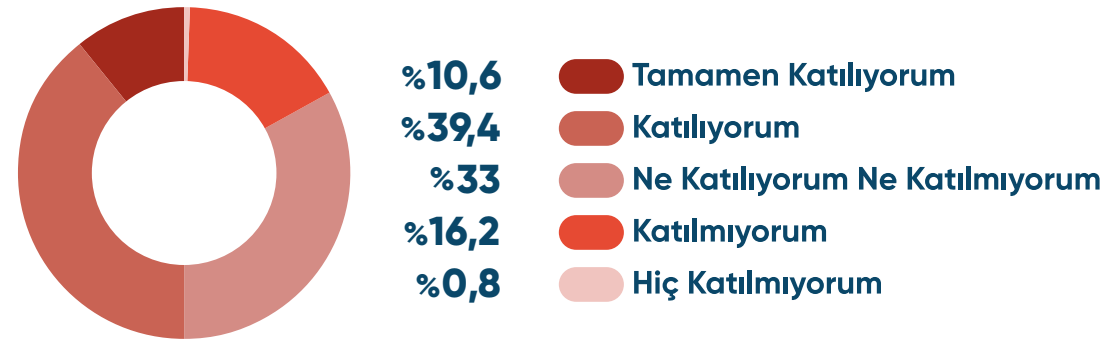


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 54: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri

Katılımcıların %50'sinin tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir bulunduğu görülmüştür. Diğer yandan; katılımcıların sadece %17'si tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir bulmadığını bildirmiştir (bakınız Grafik 55).

Tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir buluyorum



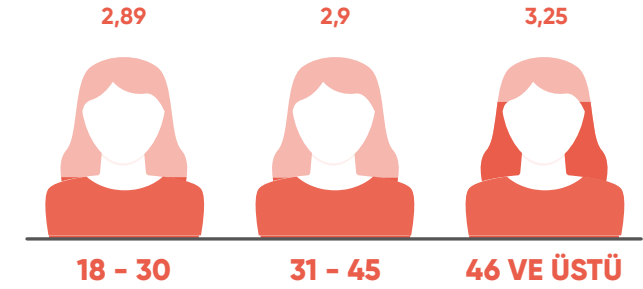
*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 55: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri

Araştırmaya katılan kadınların yaşının, medeni durumunun, çocuk sahibi olma durumunun, eğitim düzeyinin ve sahibi olduğu firma büyüklüklerinin tedarik sürecinde toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığa ilişkin görüşlerine etkisi incelendiğinde; katılımcıların sahibi olduğu firma türü eğitim düzeyleri ve yaş grupları bakımından farklılıklar görülmüştür.

46 yaş ve üstü olan katılımcılar tedarik sürecinde erkeklerin onları üretici kadın olduğu için seçtiğine ilişkin ifadeye katılım oranları diğer yaş gruplarına oranla en yüksektir (bakınız Grafik 56). Tedarik sürecinde özellikle üretici erkekleri tercih ettiklerine ilişkin ifadeye 46 yaş ve üstü katılımcıların diğer yaş grubundaki kadınlara oranla daha yüksek katılım gösterdikleri görülmüştür (bakınız Grafik 57).

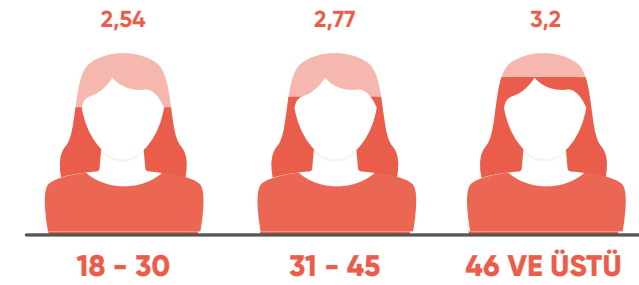
Tedarik sürecinde erkekler kadın olduğum için beni tercih eder



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 56: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: yaş grupları farklılıkları

Bir girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici erkekleri tercih ederim

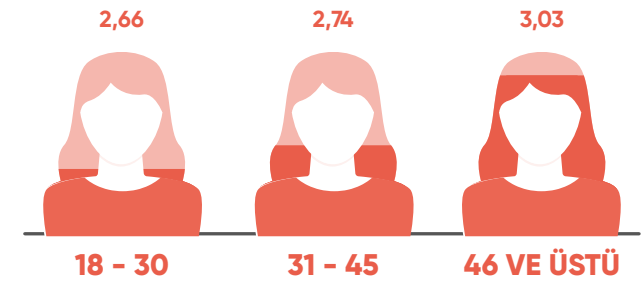


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 57: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: yaş grupları farklılıkları

Buna paralel olarak 46 yaş ve üstü katılımcıların tedarik sürecinde üretici erkekleri daha güvenilir buldukları görülmüştür (bakınız Grafik 58).

Tedarik sürecinde üretici erkekleri daha güvenilir buluyorum

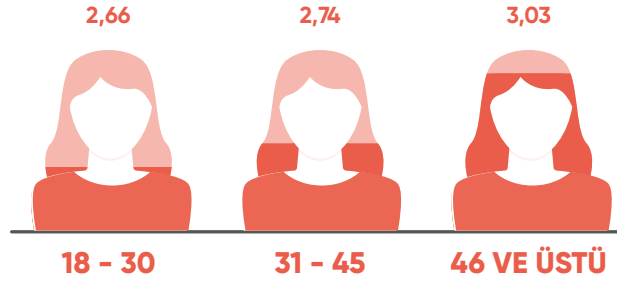


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 58: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: yaş grupları farklılıkları

Buna karşın; 18 - 30 yaş aralığındaki kadınların diğer kadınlara oranla tedarik sürecinde üretici erkekleri daha güvenilir bulunduğu görülmüştür (bakınız Grafik 59).

Tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir buluyorum

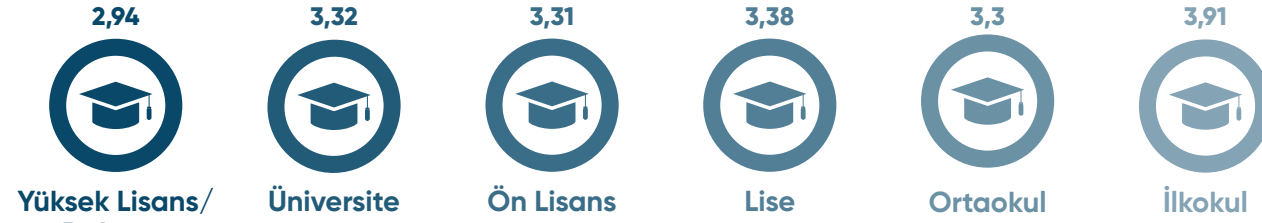


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 59: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: yaş grupları farklılıkları

Katılımcıların eğitim düzeylerinin tedarik süreçlerindeki toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığa ilişkin görüşlerine etkisi "Bir girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici kadınları tercih ederim" ifadesinde görülmektedir. İlkokul mezunu kadınların diğer kadınlara oranla tedarik sürecinde daha çok üretici kadınları tercih ettikleri görülmüştür (bakınız Grafik 60).

Bir girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici kadınları tercih ederim



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 60: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: eğitim düzeyi bakımından farklılıklar

Katılımcıların küçük orta büyük işletme ve start-up sahibi olmasının özellikle tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir buluyorum ifadesine katılımı belirlediği görülmüştür. Küçük işletme sahibi kadınlar diğer kadınlara kıyasla tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir bulmaktadır (bakınız Grafik 61).

Tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir buluyorum



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

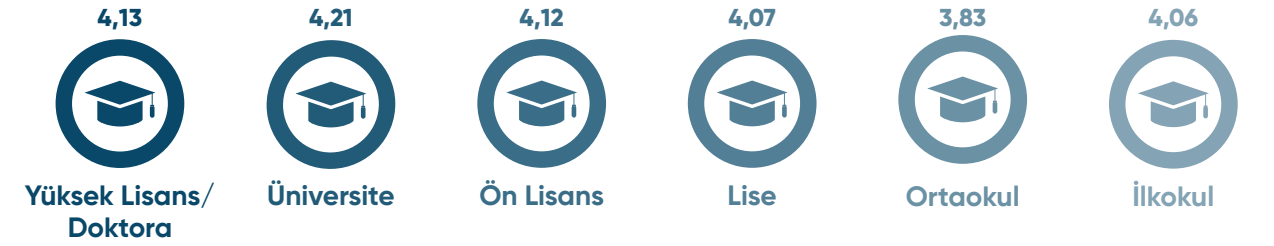
Grafik 61: Girişimci kadınların tedarik süreçlerine ilişkin görüşleri: firma büyüklükleri bakımından farklılıklar

3.3. Girişimci Kadınların Girişimcilik ve İş Süreçlerinde İhtiyaç Duydukları Teknik Konular

Girişimci Kadınların İş Planı Hazırlamadaki Başarılarına İlişkin Görüşleri

Araştırma katılımcılarına iş planı hazırlama sürecinde başarılı olup olmadıklarına ilişkin görüşleri sorulmuştur. Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%96'sı** iş planı hazırlamada başarılı olduğu kanaatini taşımaktadır (bakınız Grafik 63).

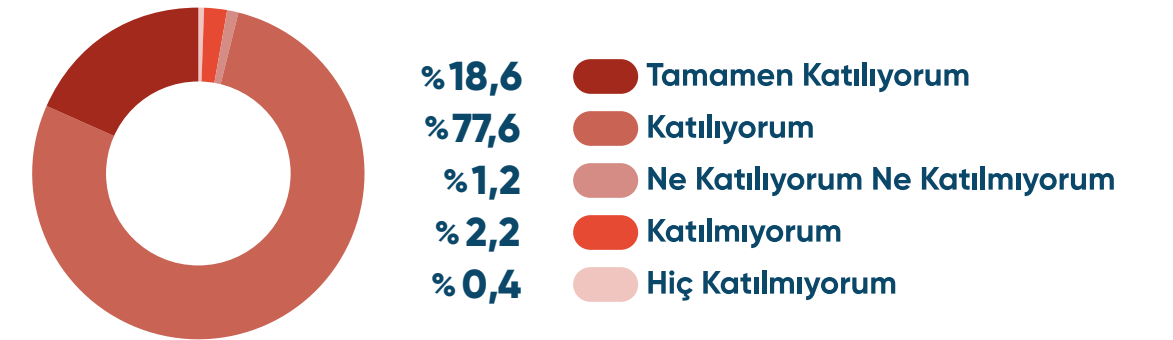
Eğitim düzeyi- iş planı hazırlama ilişkisi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 62: Eğitim düzeyi- iş planı hazırlama ilişkisi

İş planı hazırlamada başarılı olma derecesi algısı



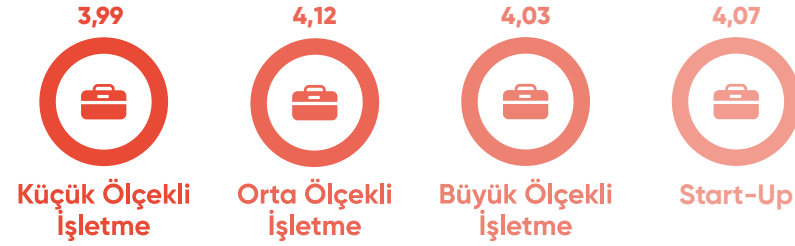
*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 63: İş planı hazırlamada başarılı olma derecesi algısı

Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında lisans yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar iş planı hazırlamada başarılı olduklarını düşünmektedir.

Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında orta ölçekli firma sahibi katılımcılar iş planı hazırlamada en yüksek düzeyde başarılı olduklarına inanırken küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda ortalama diğerlerine göre daha düşüktür (bakınız Grafik 64).

İşletme ölçeği- iş planı hazırlama ilişkisi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

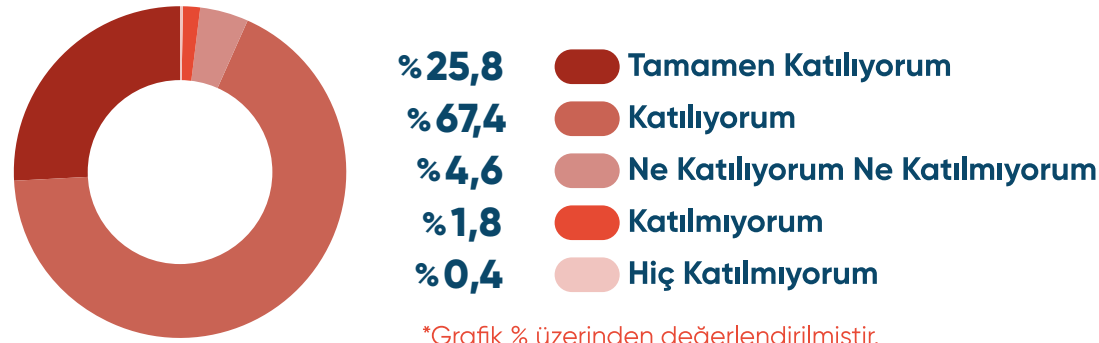
Grafik 64: İşletme ölçeği - iş planı hazırlama ilişkisi

Girişimci Kadınların Süreç İyileştirme Tekniklerini Kullanıp Kullanmadıklarına İlişkin Görüşleri

Araştırma katılımcılarına, iş yönetimi ve aynı zamanda iş geliştirme amaçlı süreç iyileştirme teknikleri kullanıp kullanmadıklarına ilişkin görüşleri sorulmuştur. Buna göre;

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %93'ü iş yönetimi ve iş geliştirme amaçlı süreç iyileştirme tekniklerini kullandıklarını belirtmişlerdir (bakınız Grafik 65).

İş yönetimi, geliştirme amaçlı süreç iyileştirme tekniklerini kullanma derecesi algısı

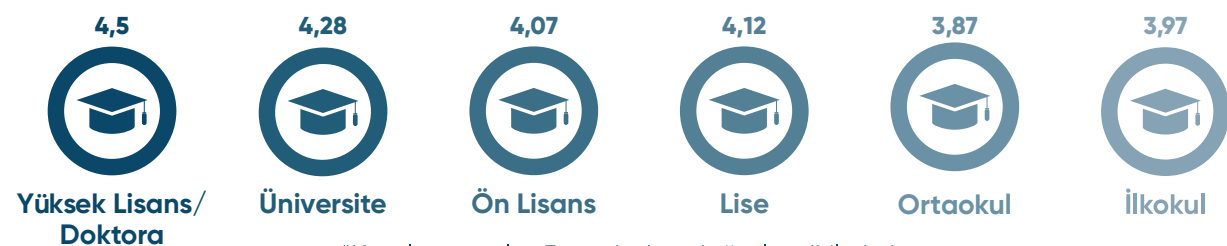


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 65: İş yönetimi, geliştirme amaçlı süreç iyileştirme tekniklerini kullanma derecesi algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında iş yönetimi ve iş geliştirme amaçlı süreç iyileştirme teknikleri kullanma eğilimi algısı yüksek lisans veya doktora mezunu katılımcılarda diğerlerine göre daha yüksek ortalamaya sahiptir (bakınız Grafik 66).

Eğitim düzeyi- süreç iyileştirme tekniklerini kullanma ilişkisi

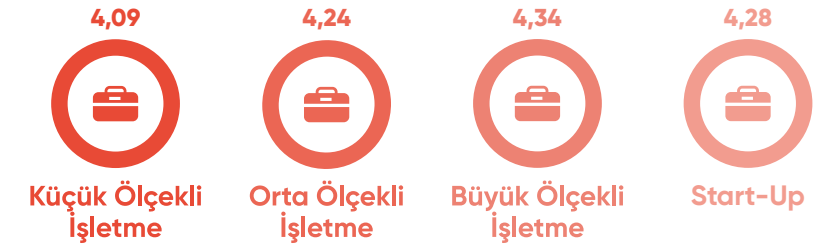


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 66: Eğitim düzeyi- süreç iyileştirme tekniklerini kullanma ilişkisi

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında süreç iyileştirme tekniklerini kullanma büyük ölçekli firma sahibi katılımcılarda en yüksek iken küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda ortalama diğerlerine göre daha düşüktür (bakınız Grafik 67).

İşletme ölçeği- süreç iyileştirme tekniklerini kullanma ilişkisi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

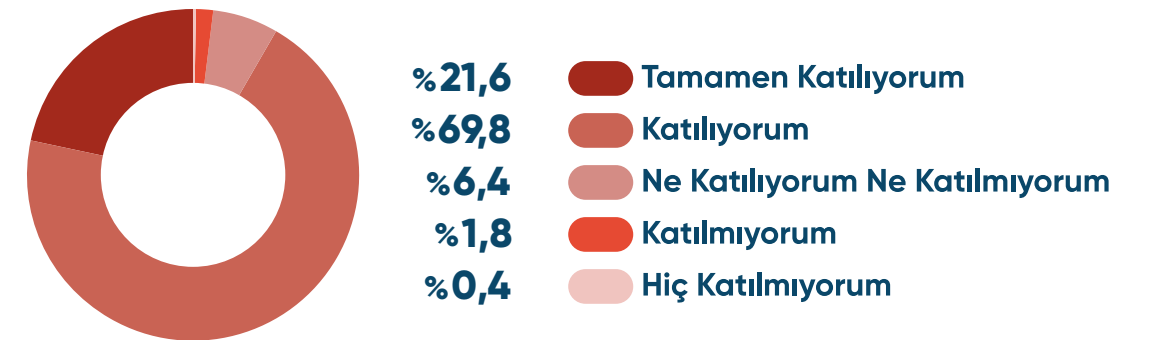
Grafik 67: İşletme ölçeği - süreç iyileştirme tekniklerini kullanma ilişkisi

Girişimci Kadınların Kurumsallaşmayı Öncelikli Bir Konu Olarak Değerlendirmesi

Araştırma katılımcılarına, günümüzde bir girişimcinin önemli gündem maddelerinden biri kabul edilen "kurumsallaşma" kavramı ve bu kavramın öncelikli olarak bilinmesi gereken bir konu olup olmadığı sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %91'i kurumsallaşmanın bir girişimcinin öncelikli olarak bilmesi gereken konulardan bir tanesi olduğunu düşünürken; %9'u ise kurumsallaşmayı öncelikli olarak bilmesi gereken bir konu olarak değerlendirmemişlerdir (bakınız Grafik 68).

Kurumsallaşmanın bir girişimcinin öncelikli bilmesi gereken konu algısı

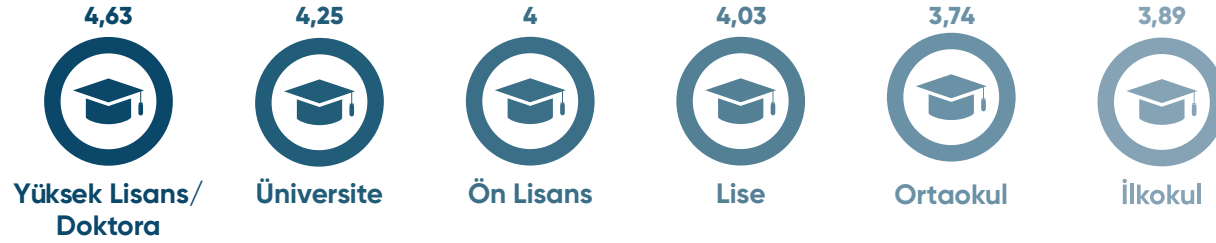


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 68: Kurumsallaşmanın bir girişimcinin öncelikli bilmesi gereken konu algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; kurumsallaşma yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılarda yüksek ortalama bir girişimcinin öncelikli bilmesi gereken bir konu olarak algılanırken en düşük ortalama ortaokul mezunu eğitim düzeyine ait katılımcı grubundadır (bakınız Grafik 69).

Eğitim düzeyi- kurumsallaşmanın öncelikli girişimcilik becerisi olması algısı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 69: Eğitim düzeyi-kurumsallaşmanın öncelikli girişimcilik becerisi olma algısı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında; kurumsallaşma, büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar ve start-up firma sahibi katılımcılarda, daha yüksek ortalama, bir girişimcinin öncelikli bilmesi gereken bir konu olarak algılanırken, en düşük ortalama küçük ölçekli firma sahibi katılımcı grubundadır (bakınız Grafik 70).

İşletme ölçeği- kurumsallaşmanın öncelikli girişimcilik becerisi olması algısı



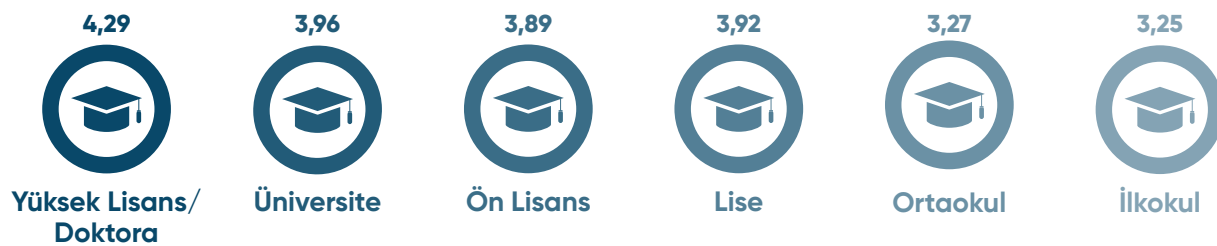
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 70: İşletme ölçeği - kurumsallaşmanın öncelikli girişimcilik becerisi olması algısı

Girişimci Kadınların Finans Yönetimi Eğitimlerine İlişkin Görüşleri

Araştırma katılımcılarının finans yönetimi ve finans yönetiminin en kritik konularından biri olan finansal enstrümanlar konusunda önceden eğitim alıp almadıklarını ilişkin görüşleri sorulmuştur. Buna göre;

Eğitim düzeyine göre finans yönetimi eğitimlerini önceden almış olma

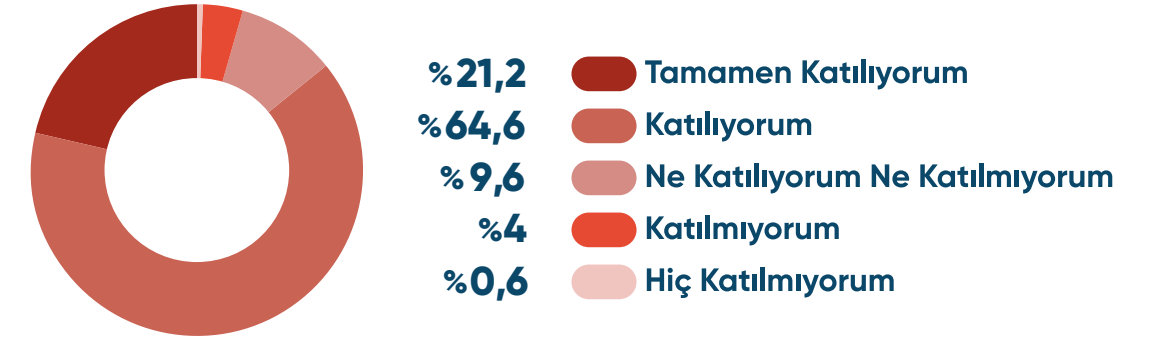


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 71: Eğitim düzeyine göre finans yönetimi eğitimlerini önceden almış olma

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %15'i finans yönetimi ve finansal enstrümanlar ile ilgili tüm eğitimleri almadıklarını belirtmişlerdir (bakınız Grafik 72).

Finans yönetimi ile ilgili önceden gerekli eğitimlerin alınmış olduğu algısı

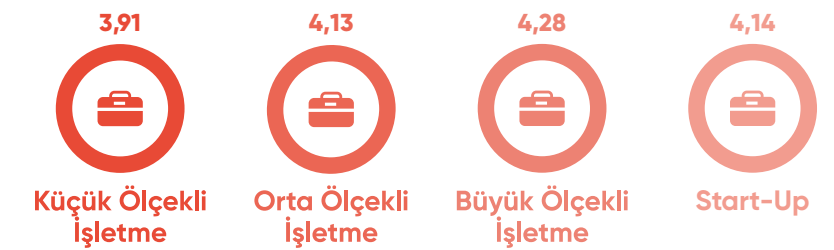


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 72: Finans yönetimi ile ilgili önceden gerekli eğitimlerin alınmış olduğu algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ortaokul mezunu katılımcılar finans yönetimi ve finansal enstrümanlar ile ilgili tüm eğitimleri aldıklarını diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha az düşünmektedir.
- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında da küçük ölçekli firma sahibi katılımcılar finans yönetimi ve finansal enstrümanlar ile ilgili gerekli tüm eğitimleri aldıklarını diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha az düşünmektedir (bakınız Grafik 73).

İşletme ölçeği- finans yönetimi eğitimleri önceden almış olma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

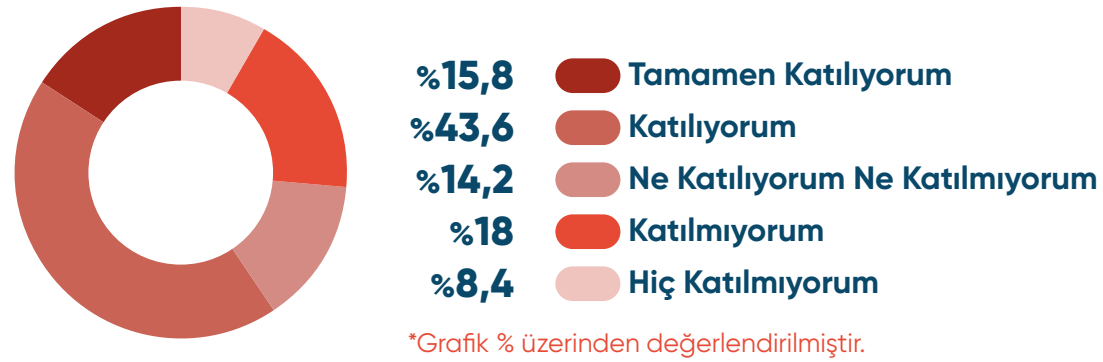
Grafik 73: İşletme ölçeği - finans yönetimi eğitimleri önceden almış olma

Girişimci Kadınların Endüstri 4.0 Kavramına Hakimiyeti

Endüstri 4.0 tüm iş dünyasında olduğu gibi girişimci kadınlar arasında da güncel son yılların en çok konuşulan konularının başında gelmektedir. Katılımcılara endüstri 4.0 kavramına ilişkin bilgilerinin olup olmadığı sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların sadece **%26'sı** endüstri 4.0 kavramın ne olduğu konusunda bilgi sahibi olduklarını ifade etmiş olup; **%74'lük** bir katılımcı grubu ise herhangi bir bilgilerinin olmadığını ya da emin olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Endüstri 4.0 kavramı hakkında bilgi sahibi olma algısı



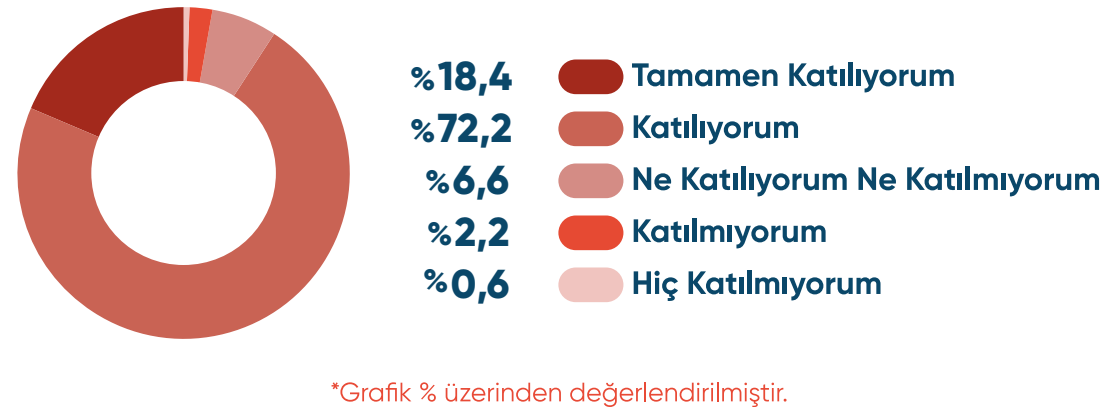
Grafik 74: Endüstri 4.0 kavramı hakkında bilgi sahibi olma algısı

Girişimci Kadınların Proje Planlaması ve Yönetimini Öncelikli Bir Konu Olarak Değerlendirmesi

Araştırma katılımcılarına proje planlaması ile proje yönetimi süreçlerini bir girişimci olarak öncelikli konular arasında görüp görmedikleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%90'ı** proje planlaması ve proje yönetimi konularının bir girişimcinin öncelikli konularından olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir (bakınız Grafik 75).

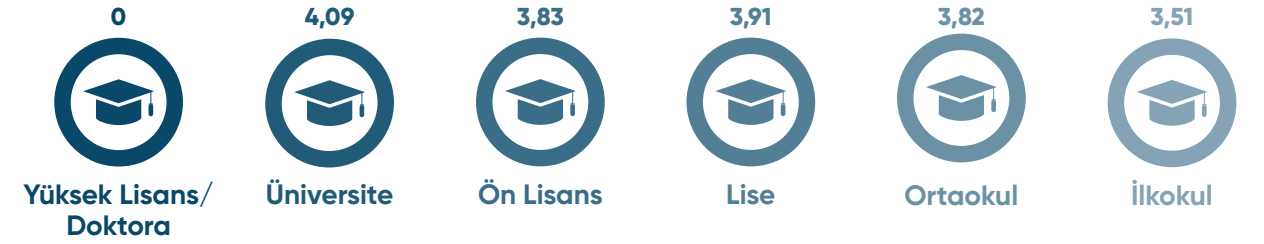
Proje planlaması ve yönetiminin bir girişimcinin öncelikli bilmesi gereken konu algısı



Grafik 75: Proje planlaması ve yönetiminin bir girişimcinin öncelikli bilmesi gereken konu algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında lise/meslek lisesi mezunu katılımcılar en yüksek ortalama ile proje planlaması ve proje yönetimi konularının öncelikli konularından olduğunu

Eğitim düzeyine göre proje planlaması, proje yönetimi eğitimlerinin öncelikli konular olarak algılanması



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 76: Eğitim düzeyine göre proje planlaması, proje yönetimi eğitimlerinin öncelikli konular olarak algılanması düşünülmektedir.

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise; büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar ile start-up firma sahibi katılımcılar diğerlerine oranla daha yüksek bir ortalama da proje planlaması ve proje yönetimini öncelikli konular olarak değerlendirmektedir (bakınız Grafik 77).

İşletme ölçeği- proje planlaması, yönetimi eğitiminin öncelikli olarak algılanması



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 77: İşletme ölçeği - proje planlaması, yönetimi eğitiminin öncelikli olarak algılanması

Girişimci Kadınların Kalite Odaklı Çalışma ve Kalite Yönetimini İşin Kritik Unsuru Olarak Değerlendirmesi

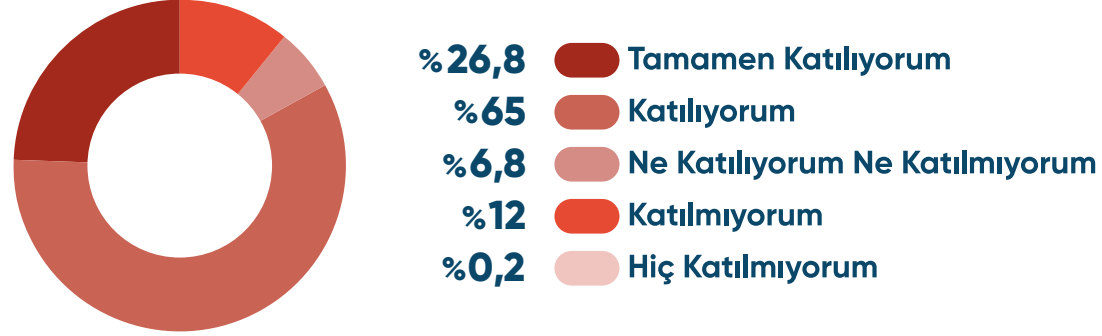
Araştırma katılımcılarına kalite odaklılık kavramı ile kalite yönetimi sürecini işlerinin kritik bir unsuru olarak görüp görmedikleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%98'i** kalite odaklı çalışma ve kalite yönetimini işlerinin kritik unsurlarından olarak değerlendirmektedir (bakınız Grafik 78).

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; yüksek lisans ile doktora mezunu katılımcılar daha yüksek ortalama ile kalite odaklı çalışma ve kalite yönetimini işlerinin kritik unsurlarından olarak düşünmektedir (bakınız Grafik 79).

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında orta ölçekli firma sahibi katılımcılar ile küçük ölçekli firma sahibi katılımcılar kalite odaklı çalışma ve kalite yönetimini işlerinin kritik unsurlarından olarak değerlendirmektedir (bakınız Grafik 80).

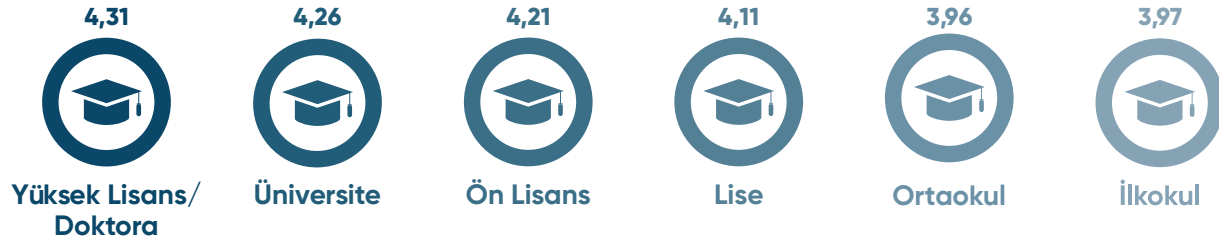
Kalite odaklılık kalite yönetiminin bir girişimcinin öncelikli bilmesi gereken konu algısı



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 78: Kalite odaklılık kalite yönetiminin bir girişimcinin öncelikle bilmesi gereken konu algısı

Eğitim düzeyi- kalite odaklılığa önem verme



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 79: Eğitim düzeyi-kalite odaklılığına önem verme

İşletme ölçeği- kalite odaklılığa önem verme



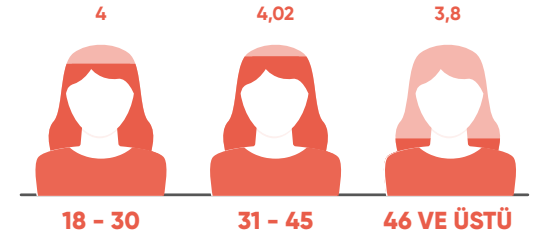
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 80: İşletme ölçeği - kalite odaklılığına önem verme

Girişimci Kadınların Pazar Araştırması Yöntem, Tekniklerini İşlerinde Kullanıp Kullanmaması

Pazarlama iş sürecinin en önemli alt süreçlerinden biri pazar araştırması yöntem ve tekniklerinin etkin şekilde kullanılmasıdır. Katılımcılara hali hazırda pazar araştırması yöntem ve tekniklerini kullanıp kullanmadıklarını belirtmeleri istenmiştir.

Yaşa göre pazar araştırması yöntem ve tekniklerin kullanımı

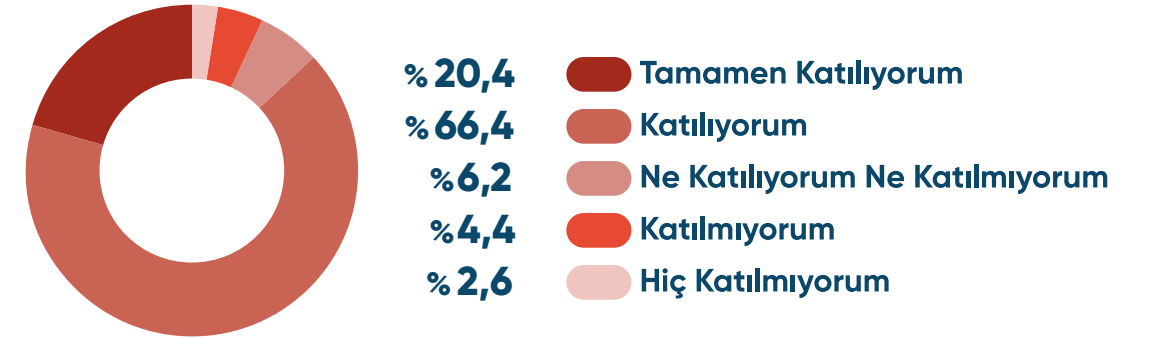


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 81: Yaşa göre pazar araştırması yöntem ve tekniklerin kullanımı

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %15'i, pazar araştırması yöntem ve tekniklerini hâlihazırda işlerinde etkin kullanmadıklarını düşünmektedirler (bakınız Grafik 82).

Pazar araştırması yöntem, tekniklerini işinde hâlihazırda kullanma algısı

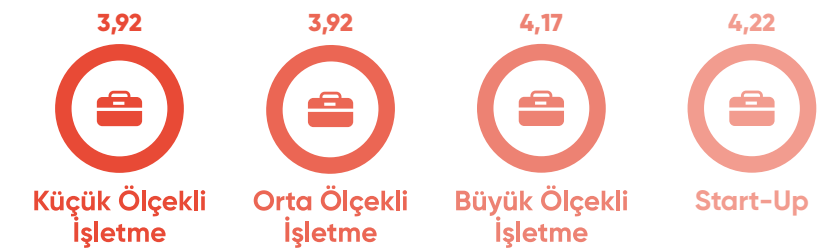


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 82: Pazar araştırması yöntem, tekniklerini işinde halihazırda kullanma algısı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında, büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar ve start-up firma sahibi katılımcılar ortalama en yüksek değerlere sahipken; küçük ölçekli firma sahibi katılımcılar ile orta ölçekli firma sahibi katılımcılarda bu değerler en düşüktür (bakınız Grafik 83).

İşletme ölçeği- pazar araştırması yöntem, teknikleri kullanma

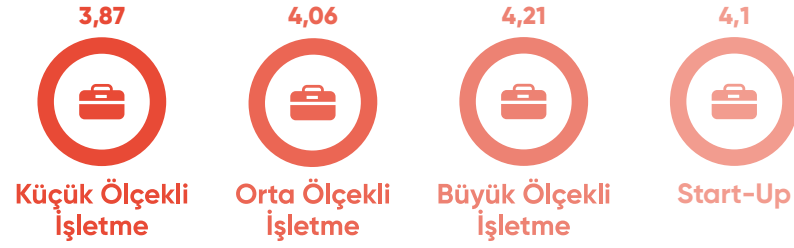


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 83: İşletme ölçeği - pazar araştırması yöntem teknikleri kullanma

- Firma büyüklüğüne göre kıyaslama yapıldığında ise büyük ölçekli firma sahibi katılımcıların ortalaması en yüksektir (bakınız Grafik 84).

İşletme ölçeği- SGK mevzuatı hakkında bilgi sahibi olma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

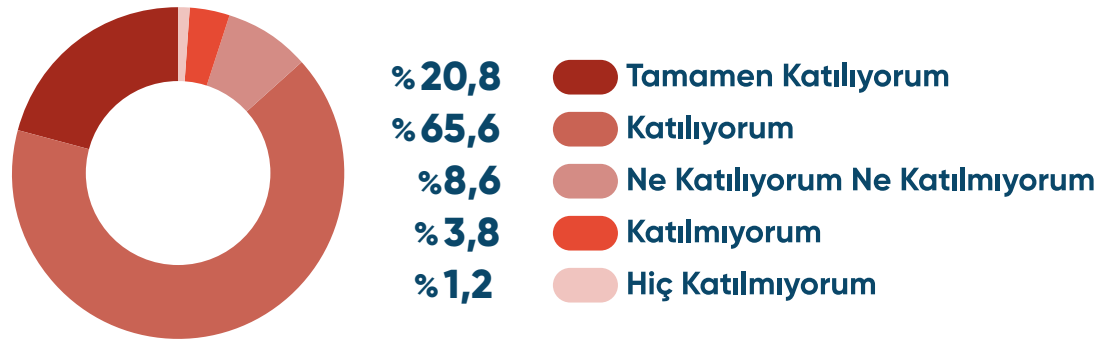
Grafik 84: İşletme ölçeği - SGK mevzuatı hakkında bilgi sahibi olma

Girişimci Kadınların Stratejik Yönetim Uygulayıp Uygulamaması

Araştırma katılımcılarına stratejik planlama ve yönetimin başlıca temel araçları olan yazılı bir vizyon misyon belgesi ile farklı iş süreçlerine ilişkin strateji planlarının olup olmadığı sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %14'ü yazılı bir vizyon misyon belgesi ve strateji planlarının olmadığını belirtmiştir (bakınız Grafik 85).

Yazılı şirket vizyon, misyon belgesi ve stratejik plan mevcudiyeti algısı

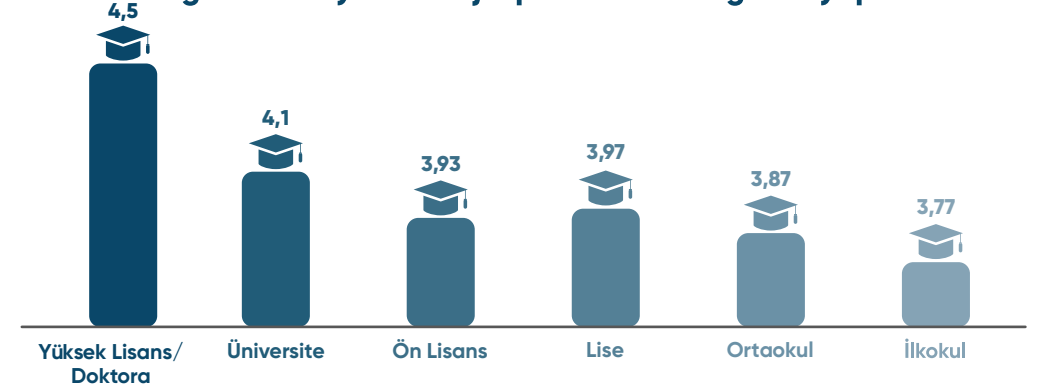


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 85: Yazılı şirket vizyon, misyon belgesi ve stratejik plan mevcudiyet algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılarda daha yüksek ortalama yazılı vizyon misyon belgesi strateji planları mevcut iken; ilkökul mezunu katılımcılarda bu ortalama en düşüktür (bakınız Grafik 86).
- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında büyük ölçekli firma sahibi katılımcılarda ortalama en yüksek iken küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda en düşüktür (bakınız Grafik 87).

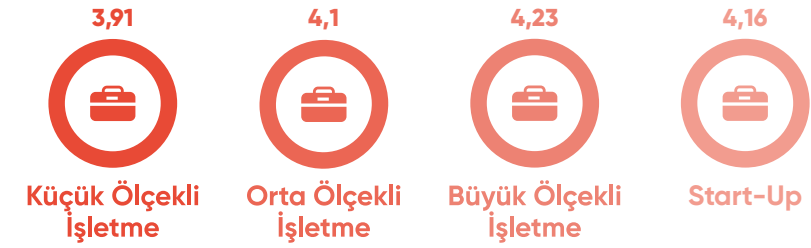
Eğitim düzeyi- stratejik planlama ile ilgili altyapı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 86: Eğitim düzeyi- stratejik planlama ile ilgili alt yapı

İşletme Ölçeği- Stratejik planlama ile ilgili altyapı

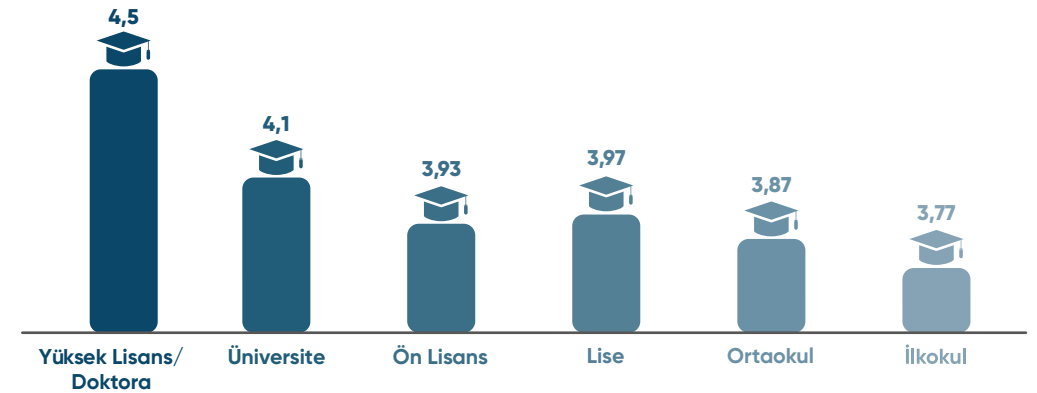


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 87: İşletme ölçeği - stratejik planlama ile ilgili alt yapı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılarda daha yüksek ortalama yazılı vizyon misyon belgesi strateji planları mevcut iken; ilkökul mezunu katılımcılarda bu ortalama en düşüktür (bakınız Grafik 88).

Eğitim düzeyi- stratejik planlama ile ilgili altyapı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 88: Eğitim düzeyi- stratejik planlama ile ilgili alt yapı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında büyük ölçekli firma sahibi katılımcılarda ortalama en yüksek iken küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda en düşüktür (bakınız Grafik 89).

İşletme Ölçeği- Stratejik planlama ile ilgili altyapı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

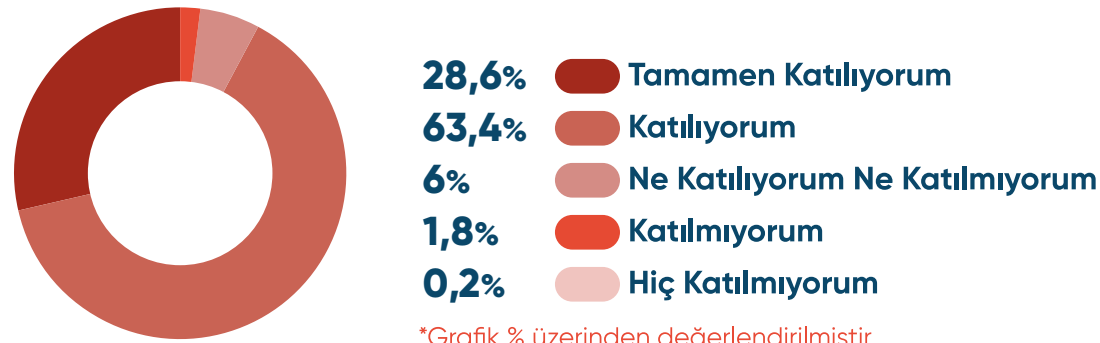
Grafik 89: İşletme ölçeği - stratejik planlama ile ilgili alt yapı

Girişimci Kadınların İşe Alma ve Yerleştirmeyi Girişimcilik Yetkinliği Olarak Değerlendirmesi

İşe alma ve yerleştirme bir girişimcinin performansının önemli unsurlarından biridir. Yanlış işe alım kararları girişimcinin iş performansını da olumsuz etkileyen faktörlerden olabilmektedir. Araştırmaya katılanlara doğru insan kaynağını seçmeyi; bir girişimcinin kritik becerilerinden biri olarak kabul edip etmediklerine ilişkin görüşleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %92'si doğru insanı işe almayı; girişimcinin önemli yetkinliklerinden biri olarak kabul etmektedir (bakınız Grafik 90).

Doğru insanı işe almanın girişimcinin kritik yetkinliği olarak görme algısı

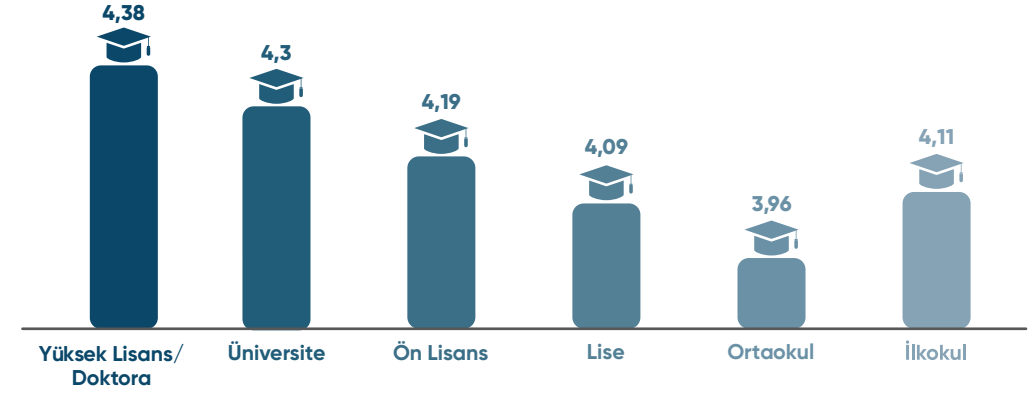


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 90: Doğru insanı işe almanın girişimcinin kritik yetkinliği olarak görme algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar en yüksek ortalama ile işe alma ve yerleştirmeyi girişimcilik yetkinliği olarak düşünürken ortaokul mezunu katılımcılarda bu ortalama en düşüktür (bakınız Grafik 91).

Eğitim düzeyi- girişimcilik becerisi olarak işe alım

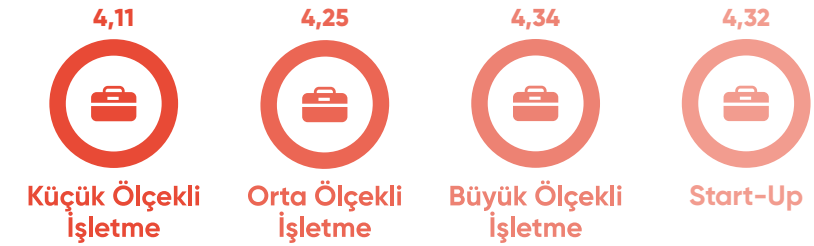


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 91: Eğitim düzeyi- girişimcilik becerisi olarak işe alım

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ortalama tüm firma ölçeğindeki katılımcılar açısından yüksektir (bakınız Grafik 92).

İşletme ölçeği- girişimcilik becerisi olarak işe alım



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

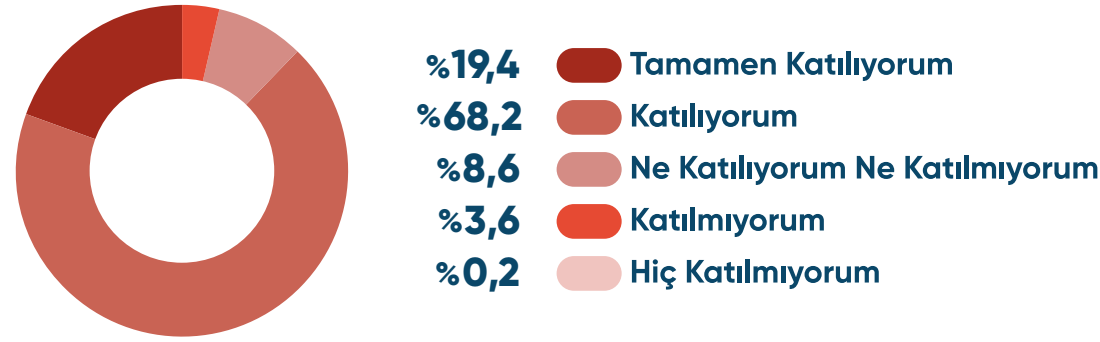
Grafik 92: İşletme ölçeği - girişimcilik becerisi olarak işe alım

Girişimci Kadınlar, Yeni Normal ve İş Geliştirme Becerisi

Yeni normal olarak adlandırılan Covid-19 sonrası iş dünyasında kuralların ve iş modellerinin yeniden tasarlandığı bir süreçte; katılımcılara iş geliştirme ile ilgili becerilere eskiye nazaran daha fazla ihtiyaç duyup duymayacakları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%87'si**; Covid-19 sonrası dönemde iş geliştirme ile ilgili bilgi ve becerilere daha fazla ihtiyaç duyacaklarını belirtmiştir (bakınız Grafik 93).

İş geliştirme becerilerine yeni dönemde daha fazla ihtiyaç duyma algısı

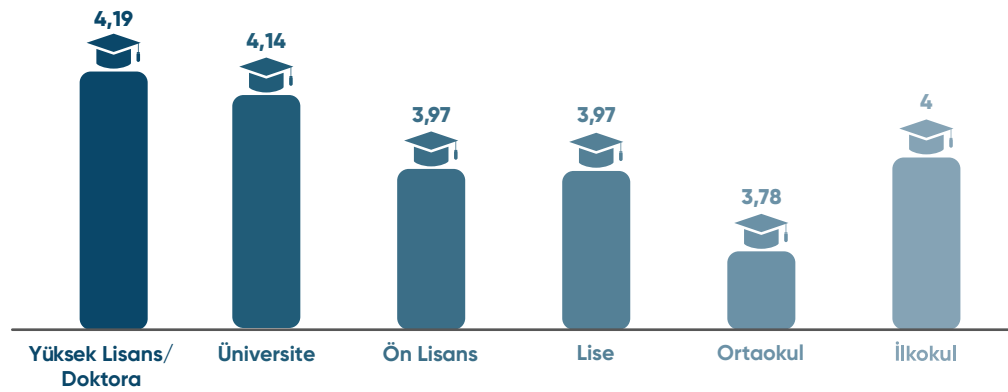


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 93: İş geliştirme becerilerine yeni dönemde daha fazla ihtiyaç duyma algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar en yüksek ortalama ile Covid-19 sonrası dönemde iş geliştirmeye ihtiyaç duyacaklarını düşünürken ortaokul mezunu katılımcılar en düşük ortalama ile Covid-19 sonrası dönemde iş geliştirmeye ihtiyaç duyacaklarını düşünmektedirler (bakınız Grafik 94).

Eğitim düzeyi- Covid-19 sonrası iş geliştirme becerilerine artan ihtiyaç



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

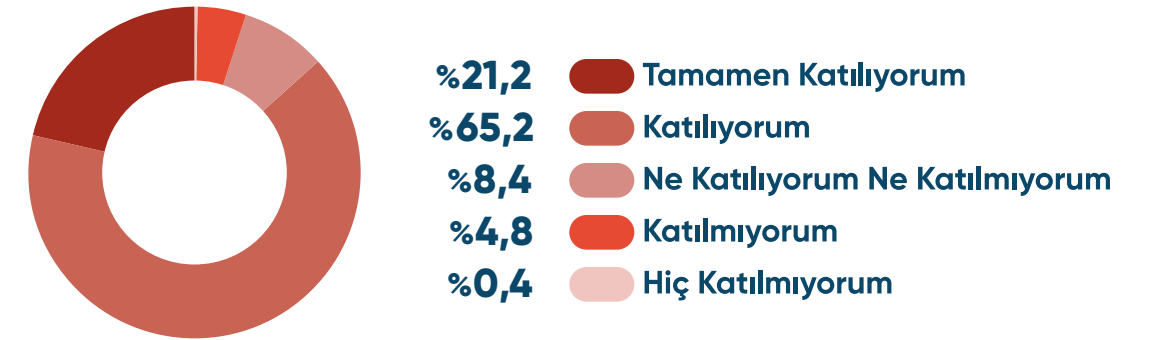
Grafik 94: Eğitim düzeyi-Covid 19 sonrası iş geliştirme becerilerine artan ihtiyaç

Girişimci Kadınların Yeni Normalde Finansal Risk Yönetimi Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Yeni normalde girişimcinin finansal risklerini yönetebilmek için gelişimi iş dünyasında daha da önem kazanan konulardan bir tanesidir. Katılımcılara finansal risk yönetimi konusunda gelişime ihtiyaç duyup duymadıklarına ilişkin görüşleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%86'sı**; Covid-19 sonrası dönemde finansal risklerini nasıl yönetecekleri konusunda kendilerini geliştirmeleri gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 95).

Covid-19 sonrası finansal risk yönetimi becerisi geliştirme ihtiyacı algısı

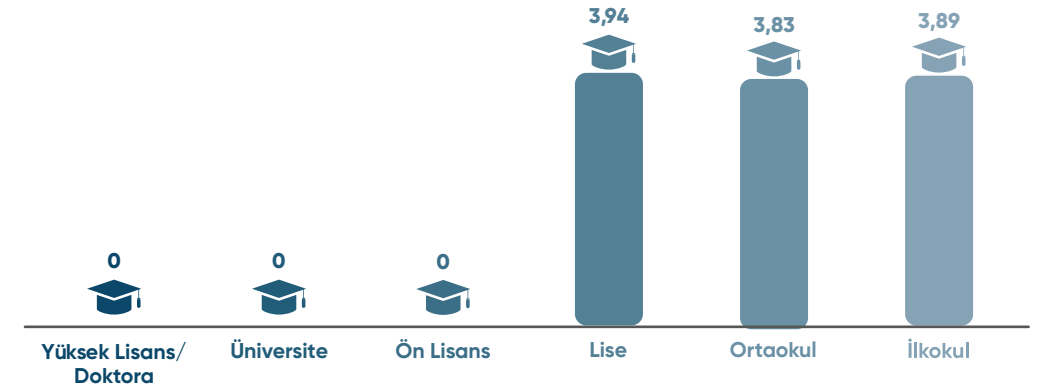


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 95: Covid-19 sonrası finansal risk yönetimi becerisi geliştirme ihtiyacı algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ortaokul mezunu katılımcılar en düşük ortalama ile Covid-19 sonrası finansal risklerini nasıl yönetecekleri konusunda kendilerini geliştirmeleri gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 96).

Eğitim düzeyi- Covid-19 sonrası finansal risk yönetimi becerilerine artan ihtiyaç

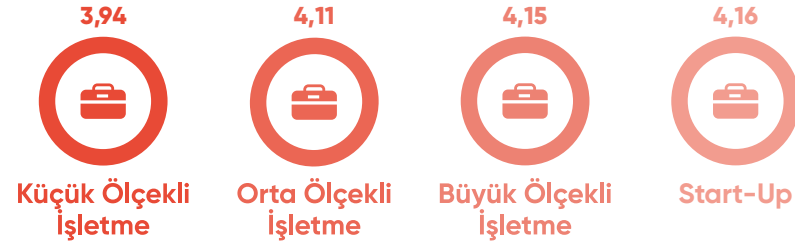


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 96: Eğitim düzeyi-Covid 19 sonrası finansal risk yönetimi becerilerine artan ihtiyaç

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında orta ölçekli firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre Covid-19 sonrası dönemde finansal risk yönetimi konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini daha yüksek bir ortalama değerle düşünmektedir (bakınız Grafik 97).

İşletme ölçeği- Covid-19 sonrası finansal risk yönetimi becerilerine artan ihtiyaç



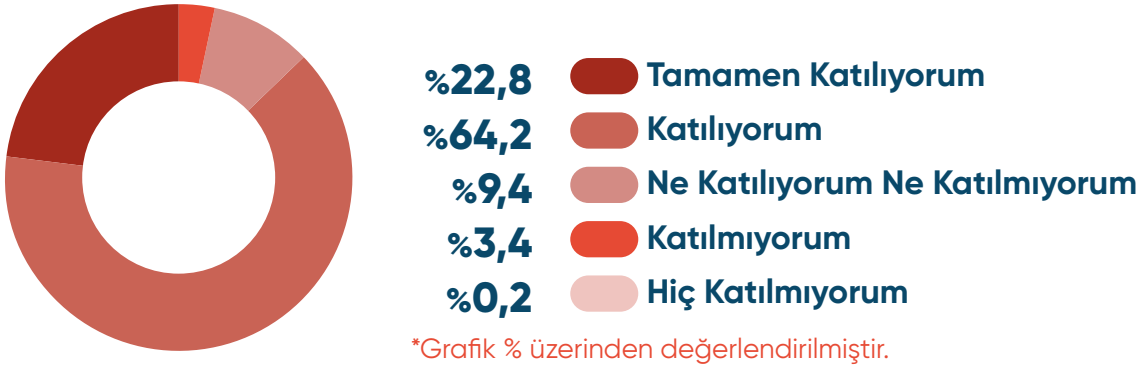
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 97: İşletme ölçeği - Covid-19 sonrası finansal risk yönetimi becerilerine artan ihtiyaç

Girişimci Kadınlar, Yeni Normal, Dijital Kanallar ve E-Ticaret

Dijital kanallar ve e-ticaret; günümüzde girişimci için yeni gelir kanalları ve performans artış fırsatı olarak gündeme gelmektedir. Araştırma katılımcılarına iş alanlarında dijital kanalları kullanma ve e-ticarete önem verme konularında görüşleri sorulmuştur.

Covid-19 sonrası dijital kanallar ve e-ticarete önem verme algısı

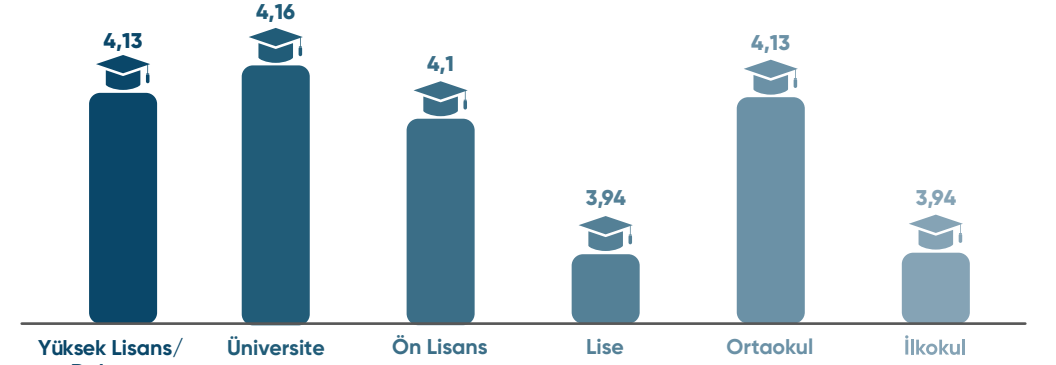


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 98: Covid-19 sonrası dijital kanallar ve e-ticarete önem verme algısı

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%87'si**; Covid-19 sonrası dönemde iş alanında daha fazla dijital kanalları kullanıp e-ticarete önem verme gerektiğini belirtmiştir. Kalan **%13'lük** dilim içerisinde katılımcıların **%9'unun** dijital kanalları kullanarak e-ticarete önem verme konusunda kararsız kaldığı dikkati çekmektedir.
- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında lisans mezunu katılımcılar en yüksek ortalama ile Covid-19 sonrası dönemde iş alanlarında daha fazla dijital kanalları kullanıp e-ticarete önem vermeleri gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 99).

Eğitim düzeyi-dijital kanallar, e-ticarete önem verme



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 99: Eğitim düzeyi-dijital kanallar, e-ticarete önem verme

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında start-up firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek ortalama ile dijital kanalları kullanarak e-ticarete önem vermeleri gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 100).

İşletme ölçeği- dijital kanallar, e-ticarete önem verme



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

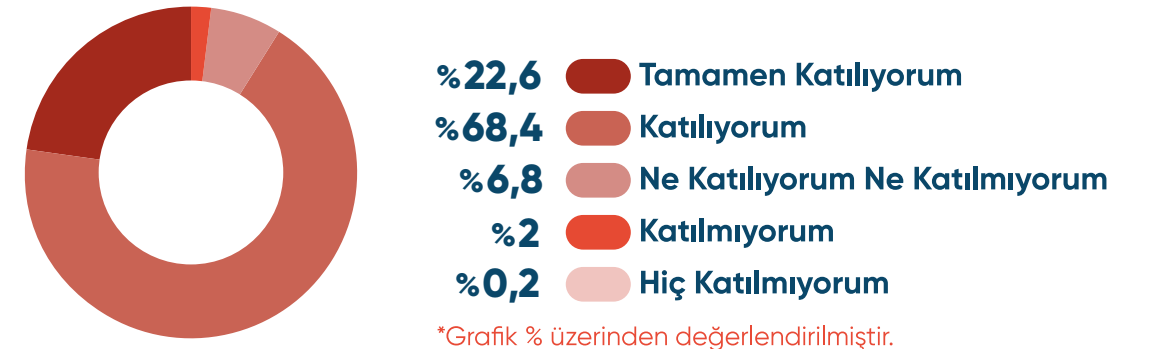
Grafik 100: İşletme ölçeği - dijital kanallar, e-ticarete önem verme

Girişimci Kadınlar, Yönetim Teknikleri ve Girişimci Performansı

Araştırma katılımcılarına çağdaş yönetim teknikleri konusunda eğitim almalarının bir girişimci olarak performansları üzerinde etkili olup olmayacağı sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%91'i** çağdaş yönetim teknikleri konusunda yeni bilgiler elde etmelerinin bir girişimci olarak performanslarını artıracığını düşünmektedir (bakınız Grafik 101).

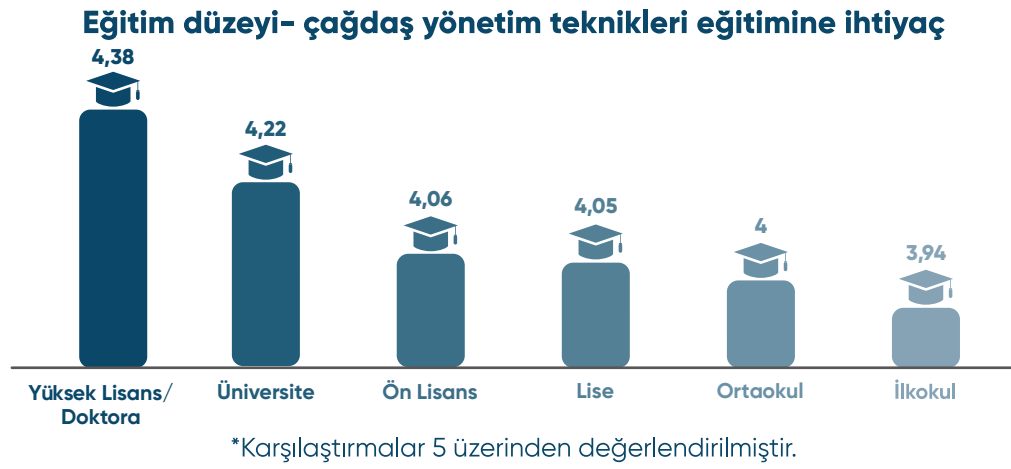
Çağdaş yönetim teknikleri bilgisinin girişimci performansını artıracığı algısı



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 101: Çağdaş yönetim teknikleri bilgisinin girişimci performansını artıracığı algısı

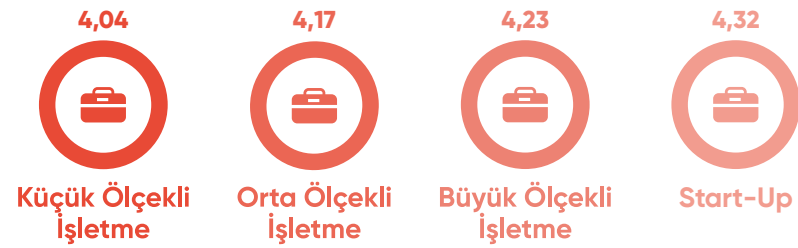
- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar en yüksek ortalama ile çağdaş yönetim teknikleri konusunda eğitim almalarının bir girişimci olarak performanslarını artıracaklarını düşünürken ilkökul mezunu katılımcılar ise en düşük ortalama sahiptir (bakınız Grafik 102)



Grafik 102: Eğitim düzeyi-çağdaş yönetim teknikleri eğitime ihtiyacı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında start-up firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek ortalama ile bir girişimci olarak çağdaş yönetim teknikleri konusunda eğitim almalarının performanslarını artıracaklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 103).

İşletme ölçeği- çağdaş yönetim teknikleri eğitime ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

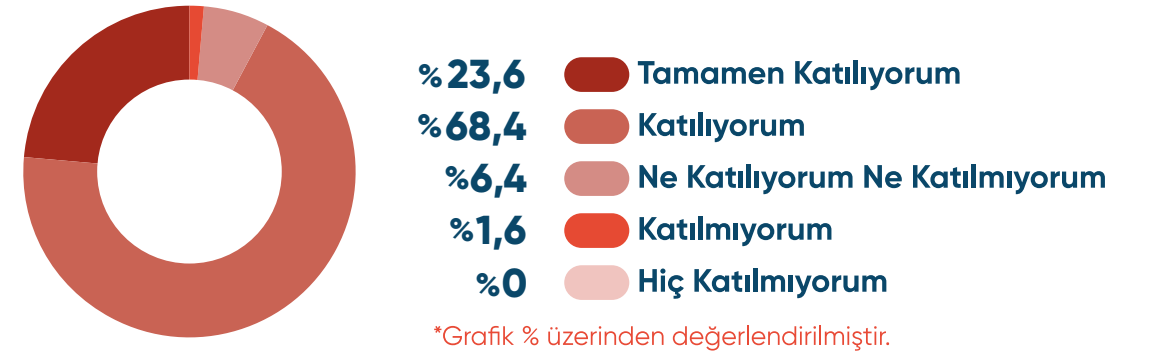
Grafik 103: İşletme ölçeği - çağdaş yönetim teknikleri eğitime ihtiyacı

Girişimci Kadınların Proje Yönetimi Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarına işlerinde başarılı olabilmek için proje yönetimi konusunda yeterli bilgi ve beceriye sahip olup olmadıklarını değerlendirmelerine ilişkin bir soru sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %8'i işlerinde başarılı olmak için proje yönetimi konusunda gerekli bilgi ve beceriye sahip olmadıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 104).

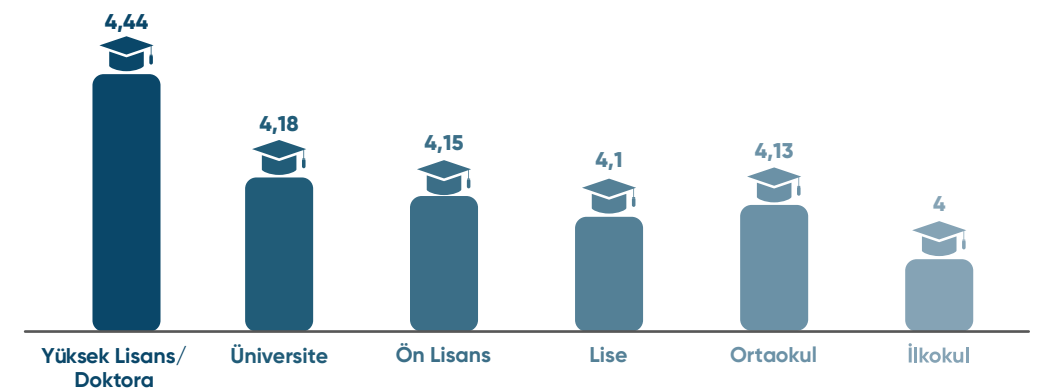
Sahip olunan proje yönetimi bilgisinin iş performansı için yeterliliği algısı



Grafik 104: Sahip olunan proje yönetimi bilgisinin iş performansı için yeterliliği algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar işlerinde başarılı olmak için en yüksek ortalama ile proje yönetimi konusunda gereken bilgi ve beceriye sahip olduklarını düşünürken; ilkökul mezunu katılımcılar en düşük ortalama sahiptir (bakınız Grafik 105).

Eğitim düzeyi- proje yönetimi bilgi, becerisine sahip olma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

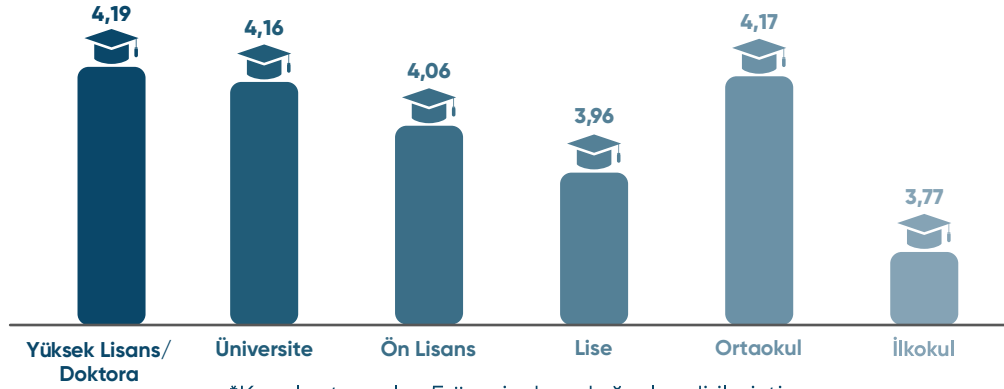
Grafik 105: Eğitim düzeyi-proje yönetimi bilgi, becerisine sahip olma

Girişimci Kadınlar, Dijitalleşme ve İş Yapış Şekilleri Üzerindeki Etkisi

Araştırma katılımcılarından dijitalleşmenin iş yapış şekilleri üzerinde bir etki yaratıp yaratmadığına dair görüşleri istenmiştir.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%85'i** dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirdiğini düşünmektedir. Kalan **%15'lik** oran içinde **%70'lik** bir katılımcı grubu dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirip değiştirmediği konusunda net bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.
- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ilkökul mezunu olan katılımcılar; ortalamaları düşük olmamakla birlikte diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara oranla dijitalleşmenin iş yapış şekillerini daha az değiştirdiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 106).

Eğitim düzeyi- dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirmesi algısı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 106: Eğitim düzeyi-dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirmesi algısı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında küçük ölçekli firma sahibi katılımcılar; ortalamaları düşük olmamakla birlikte diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara kıyasla dijitalleşmenin iş yapış şekillerini daha az değiştirdiğini belirtmişlerdir (bakınız Grafik 107).

İşletme ölçeği- dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirmesi algısı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

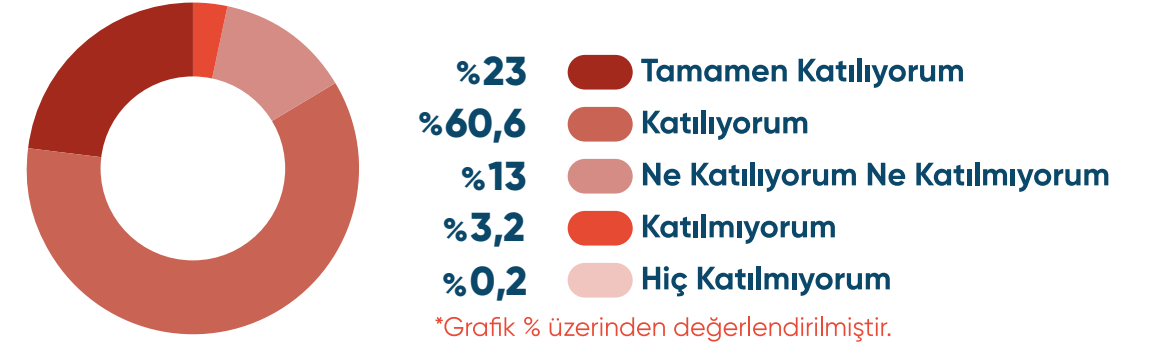
Grafik 107: İşletme ölçeği - dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirmesi algısı

Girişimci Kadınların Aktif Tedarikçi Performans Değerlendirmesi Yapıp Yapmaması

Araştırma katılımcılarına mevcut tedarikçilerinin performans değerlendirmesini aktif olarak yapıp yapmadıkları konusunda görüşleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%16'sı** tedarikçilerinin performans değerlendirmesini aktif olarak yapıp yapmadıkları konusunda emin olmadıklarını veya yapmadıklarını ifade etmişlerdir (bakınız Grafik 108).

Aktif tedarikçi performans değerlendirmesi yapma algısı

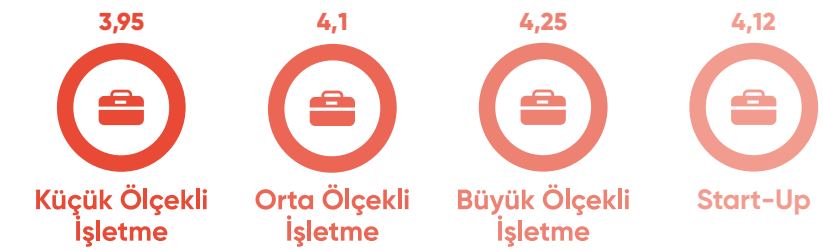


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 108: Aktif tedarikçi performans değerlendirmesi yapma algısı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda ortalama en düşük iken büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar en yüksek ortalamaya sahiptir (bakınız Grafik 109)

İşletme ölçeği- aktif tedarikçi performans değerlendirmesi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

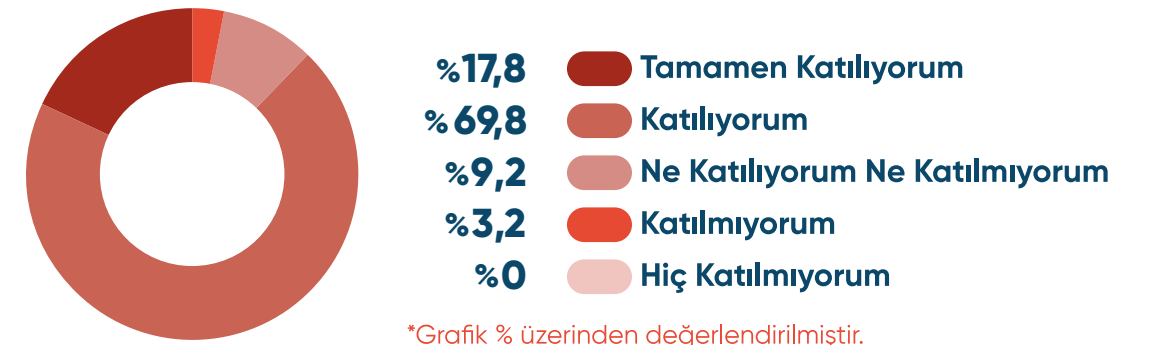
Grafik 109: İşletme ölçeği - aktif tedarikçi performans değerlendirmesi

Girişimci Kadınların Kalite Yönetim Sistemleri Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarından kalite yönetim sistemleri konusunda sahip oldukları bilgi ve becerilerini yeterli görüp görmedikleri irdelenmiştir.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%87'si** kalite yönetim sistemleri konusunda bilgi ve becerilerini geliştirmeleri gerektiğini belirtmiştir (bakınız Grafik 110).

Kalite yönetim sistemleri konusunda girişimci olarak kendini geliştirme algısı

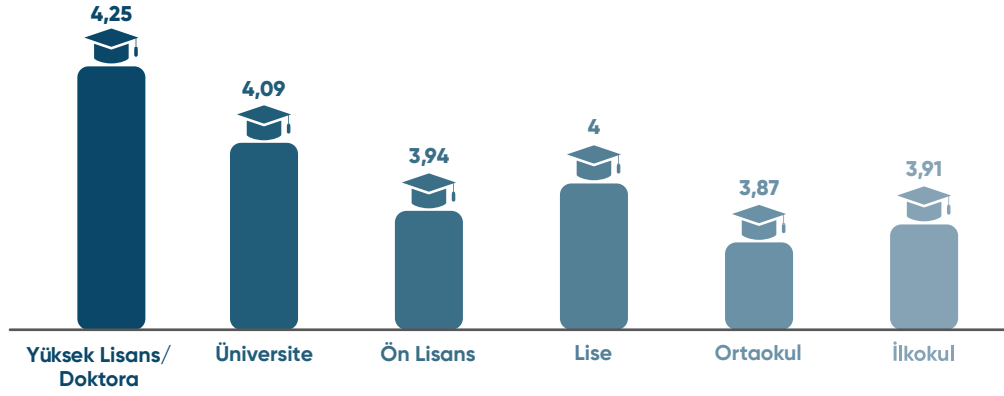


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 110: Kalite yönetim sistemleri konusunda girişimci olarak kendini geliştirme algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ise yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar daha yüksek ortalamayla kalite yönetim sistemleri konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 111).

Eğitim düzeyi- kalite yönetimi konusunda geliştirme ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

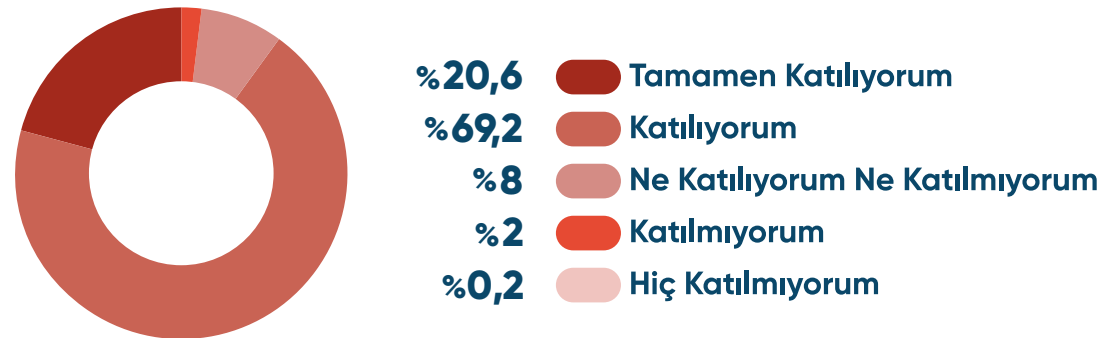
Grafik 111: Eğitim düzeyi-kalite yönetimi konusunda geliştirme ihtiyacı

Girişimci Kadınların Pazarlama Planı Hazırlamadaki Başarı Görüşleri

Araştırma katılımcılarına pazarlama planı hazırlama konusunda kendilerini bir girişimci olarak başarılı bulup bulmadıklarını değerlendirmeleri istenmiştir.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %10'u pazarlama planı hazırlamayı başarılı olduğu bir iş süreci olarak düşünmemekte ya da etkin bir pazarlama planı hazırlayıp hazırlamadığından emin olmadığını düşünmektedir (bakınız Grafik 112).

Pazarlama planı hazırlamada başarı olunduğu algısı



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

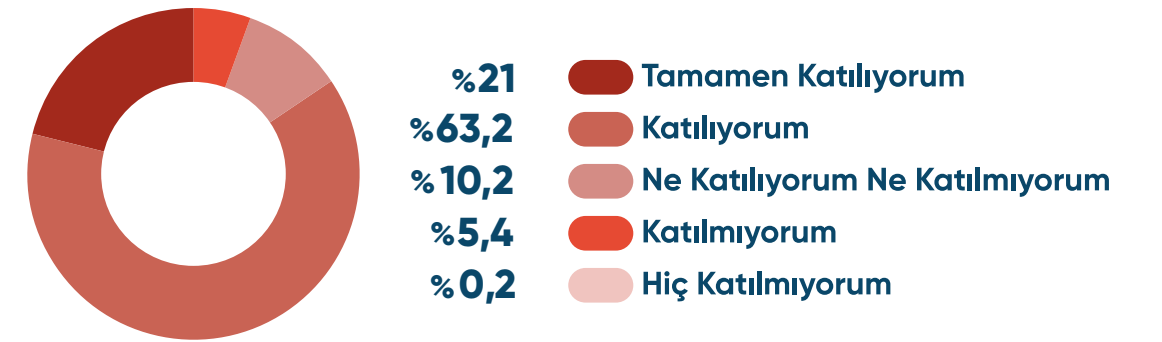
Grafik 112: Pazarlama planı hazırlamada başarı olunduğu algısı

Girişimci Kadınların E-Ticaret Kanallarını Aktif Kullanıp Kullanmadıklarına İlişkin Görüşleri

Ürün hizmet ve iş yapış şekillerinin dijitalleştiği iş dünyasında; e-ticaret girişimcilerin gündem maddeleri arasında ön planda yer almaya başlayan bir iş modelidir. Katılımcılara birer girişimci kadın olarak e-ticaret kanallarını aktif olarak kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %15'i e-ticaret kanallarını aktif olarak kullandığını düşünmemektedir. Aktif olarak kullandığından emin olduğunu düşünenlerin yüzdesi %21 sadece kullandığını düşünenlerin yüzdesi ise %63'tür (bakınız Grafik 113).

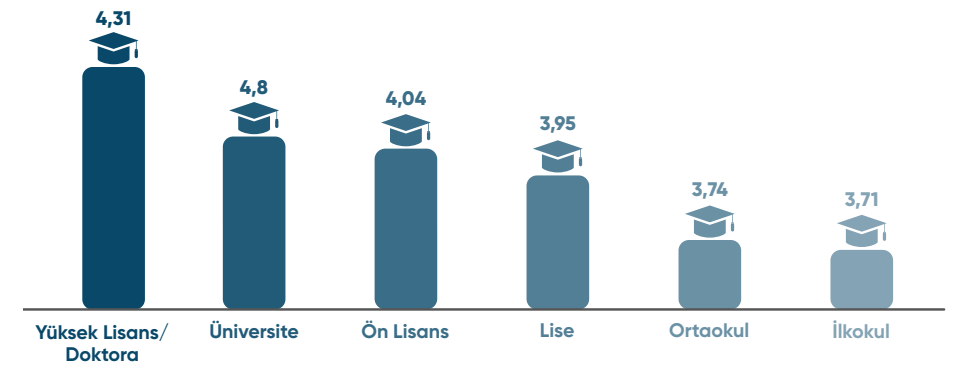
Girişimci olarak e-ticaret kanallarını aktif kullanma algısı



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 113: Girişimci olarak e-ticaret kanallarını aktif kullanma algısı

Eğitim düzeyine göre e-ticaret kanallarını aktif kullanma

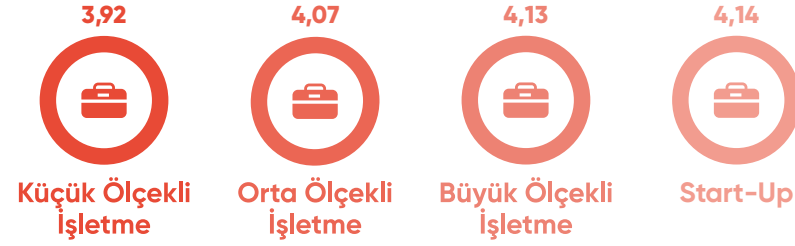


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden dege

Grafik 114: Eğitim düzeyine göre e-ticaret kanallarını aktif kullanma

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; ilkökul mezunu katılımcılar en düşük ortalamayla bir girişimci olarak e-ticaret kanallarını aktif olarak kullandıklarını düşünmektedir.
- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise; start-up firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek bir ortalamayla e-ticaret kanallarını aktif olarak kullandıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 115).

İşletme ölçeği- e-ticaret kanallarını aktif kullanma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

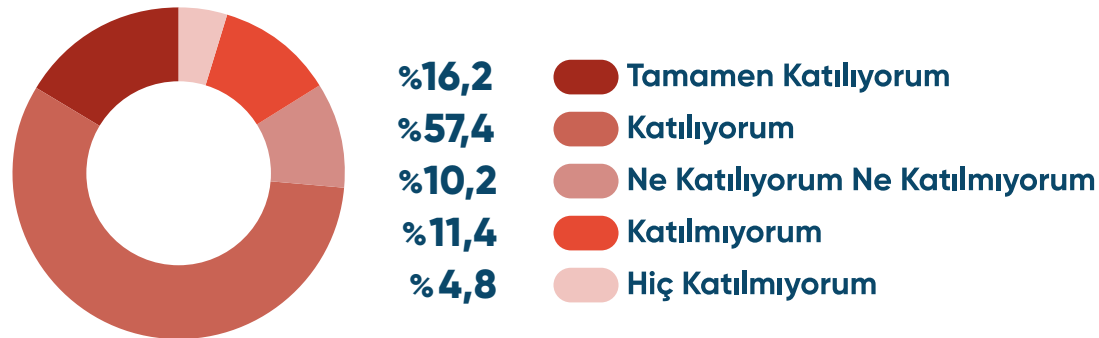
Grafik 115: İşletme ölçeği - e-ticaret kanallarını aktif kullanma

Girişimci Kadınların Dış Ticaret Mevzuatı Eğitimlerine İlişkin Görüşleri

Dış ticaret mevzuatı ihracat ve ithalat süreçlerinde başarılı olmak isteyen girişimciler açısından kritik konulardan biridir. Araştırma katılımcılarına dış ticaret mevzuatı konusunda daha önceden gerekli eğitimleri alıp almadıklarına ilişkin görüşleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%12,5'i** dış ticaret mevzuatı konusunda gerekli eğitimleri almadıklarını düşünmekte ve bu konuda eksik oldukları eğitimleri almaları gerektiğini belirtmektedirler (bakınız Grafik 116).

Dış ticaret mevzuatı ile ilgili önceden tüm eğitimlerin alınmış olduğu algısı

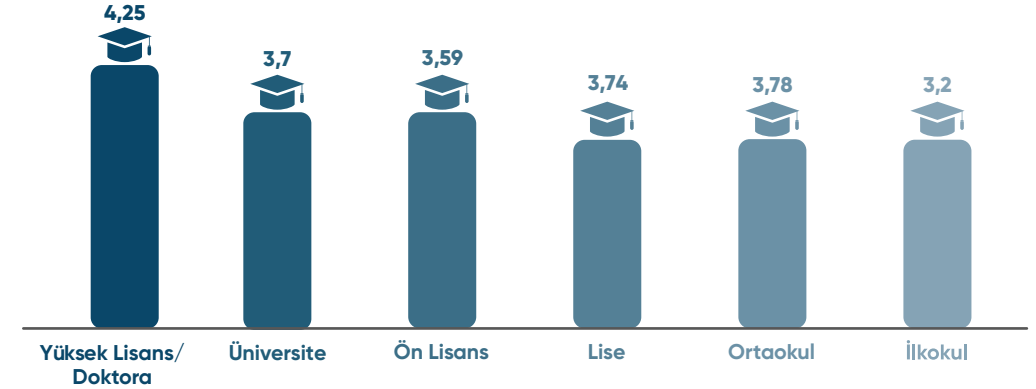


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 116: Dış ticaret mevzuatı ile ilgili önceden tüm eğitimlerin alınmış olduğu algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ise; ilkökul mezunu olan katılımcılar diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara oranla dış ticaret mevzuatı konusunda gerekli eğitimleri almadıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 117).
- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar daha yüksek bir ortalama ile diğer ölçekli firma sahibi katılımcılarına göre dış ticaret mevzuatı ile ilgili tüm gerekli eğitimleri aldıklarını düşünürken; bu kanaat küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda en düşüktür.

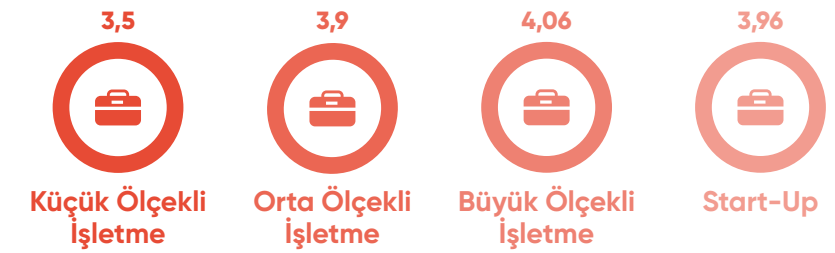
Eğitim düzeyi- dış ticaret mevzuatı bilgisi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 117: Eğitim düzeyi- dış ticaret mevzuatı bilgisi

İşletme ölçeğine göre dış ticaret mevzuatı bilgisi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

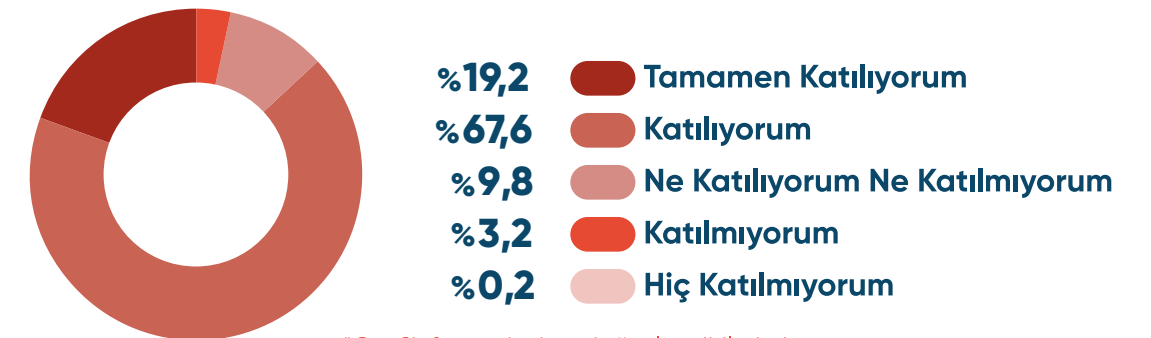
Grafik 118: İşletme ölçeğine göre dış ticaret mevzuatı bilgisi

Girişimci Kadınların Hibe, Teşvik Süreçleri Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarına bir girişimci olarak kamu hibe ve teşvikleri başvuru ve yararlanma koşullarına ilişkin gerekli bilgi ve becerilere sahip olup olmadıklarına ilişkin görüşleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%13'ü** iş alanı ile ilgili kamu hibe ve teşviklerine başvuru ve yararlanma koşulları konusunda gerekli bilgi ve becerilere sahip olmadığını ya da sahip olup olmadığı konusunda emin olmadığını belirtmiştir (bakınız Grafik 119).

Hibe, teşviklere başvurma ve yararlanma konusunda bilgi becerilere sahip olma algısı

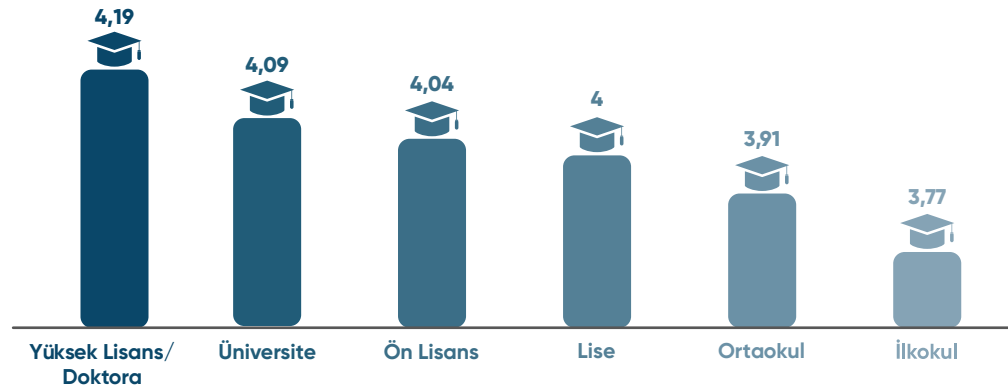


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 119: Hibe, teşviklere başvurma ve yararlanma konusunda bilgi becerilere sahip olma algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar daha yüksek ortalama ile iş alanları ile ilgili kamu hibe ve teşvikleri konusunda gerekli bilgi ve becerilere sahip olduklarını düşünürken; ilköğretim mezunu katılımcılar en düşük ortalama ile iş alanları ile ilgili kamu ve hibe teşvikleri konusunda gerekli bilgi ve becerilere sahip olmadıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 120).

Eğitim düzeyi- hibe, teşviklere ilişkin bilgi sahibi olma

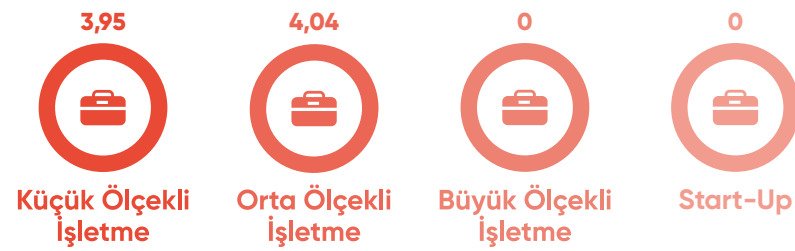


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 120: Eğitim düzeyi-hibe, teşviklere ilişkin bilgi sahibi olma

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise; küçük ölçekli ve orta ölçekli firma sahibi katılımcılar iş alanı ile ilgili kamu hibe ve teşviklere başvuru ve yararlanma koşulları konusunda gereken bilgi ve becerilere yüksek ortalama ile sahip olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 121).

İşletme ölçeği- hibe, teşviklere ilişkin bilgi sahibi olma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

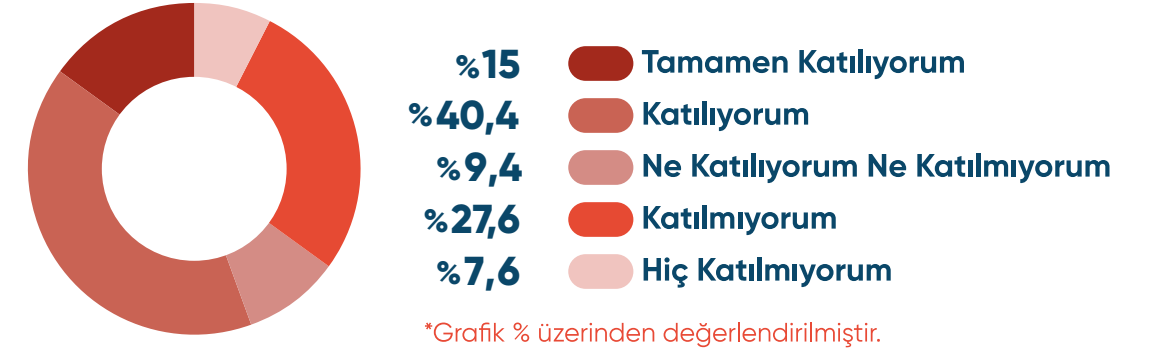
Grafik 121: İşletme ölçeği - hibe, teşviklere ilişkin bilgi sahibi olma

Girişimci Kadınlar ve Ekip Performansının Yönetimi

Araştırma katılımcılarına ekip yönetmeleri halinde ekiplerinde yer alan insan kaynağının bir başka değişle çalışanların performans yönetimini gerçekleştirirken zorlanıp zorlanmadıklarını değerlendirmeleri istenmiştir.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %55'i bir girişimci olarak çalıştıkları ekibin performansını yönetirken zorlandıklarını belirtmiştir (bakınız Grafik 122).

Çalışanların performans değerlendirmesini yaparken zorlanma algısı



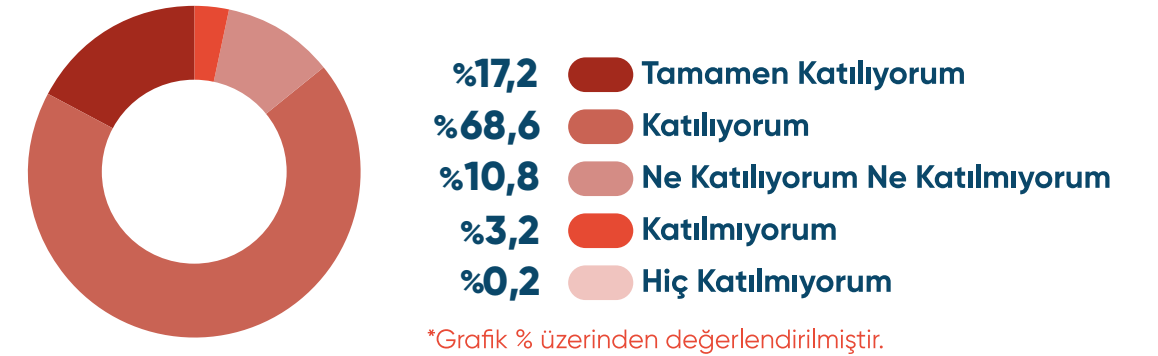
Grafik 122: Çalışanların performans değerlendirmesini yaparken zorlanma algısı

Girişimci Kadınlar, Yeni Normal ve Bütçe Yönetimi

İş potansiyelini artırmak amacı ile çalışan bir girişimci için; etkin bütçe yönetimi verimli maliyet yönetimi yapmak özellikle Covid-19 sonrası süreçte daha da kritik bir beceri haline gelmektedir. Araştırma katılımcılarına etkin bütçe yönetimi konusunu bir girişimci olarak ne kadar kritik bir beceri olarak değerlendirdikleri sorulmuştur.

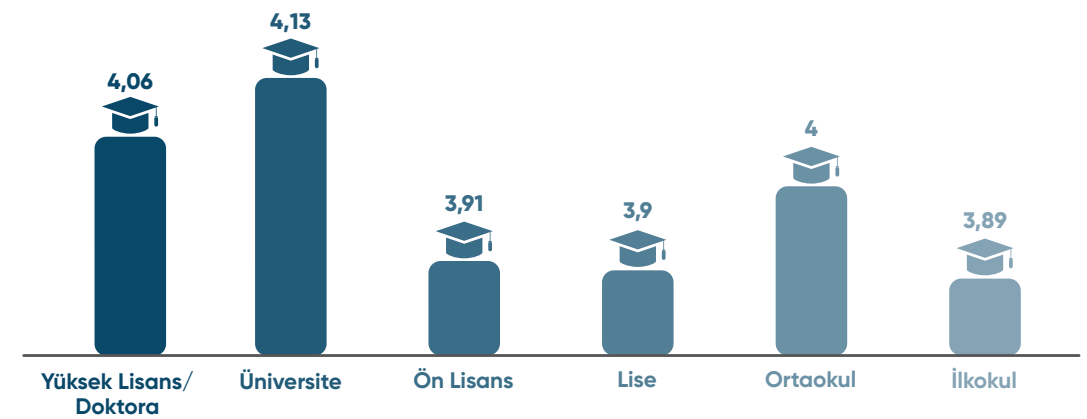
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %85'i Covid-19 sonrası dönemde etkin bütçe yönetiminin daha da kritik hale gelmiş bir girişimcilik becerisi olduğunu belirtmişlerdir (bakınız Grafik 123).

Covid-19 sonrası etkin bütçe yönetimine önem verme algısı



Grafik 123: Covid-19 sonrası etkin bütçe yönetimine önem verme algısı

Eğitim düzeyine göre Covid-19 sonrası bütçe yönetimi bilgisi



Grafik 124: Eğitim düzeyine göre Covid-19 sonrası bütçe yönetimi bilgisinin kritikliği

▪ Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında lisans mezunu olan katılımcılar Covid-19 sonrası etkin bütçe yönetimini; diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara kıyasla daha yüksek ortalama kritik hale gelmiş bir girişimcilik becerisi olarak değerlendirmektedir.

▪ Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise start-up firma sahibi katılımcılar Covid-19 sonrası dönemde bütçe yönetimini en yüksek ortalama bir girişimcilik becerisi olarak düşünürken bu ortalama küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda en düşüktür (bakınız Grafik 125).

İşletme ölçeği- Covid-19 sonrası bütçe yönetimi bilgisinin kritikliği



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

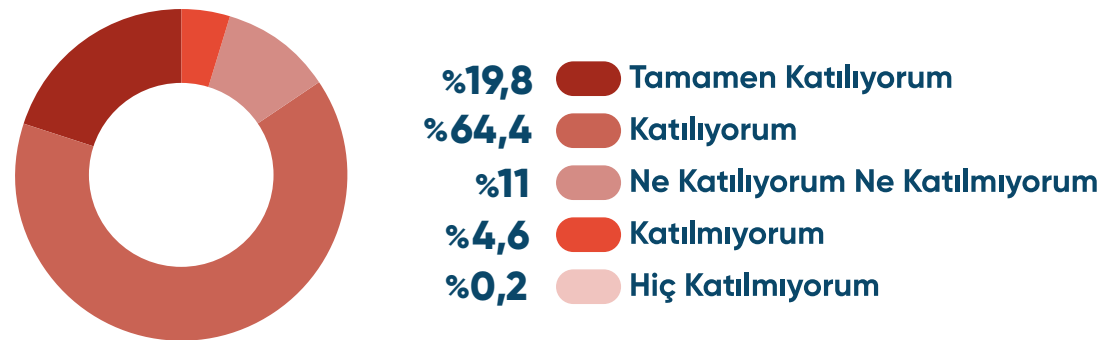
Grafik 125: İşletme ölçeği - Covid-19 sonrası bütçe yönetimi bilgisinin kritikliği

Girişimci Kadınların Tedarikçi Yönetimi Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarına tedarikçi seçme sürecine ilişkin mevcut bilgi ve becerilerini nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur.

▪ Araştırmaya katılan girişimci kadınların %45'i tedarikçi seçimi nasıl yapılır konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 126).

Tedarikçi seçimi konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

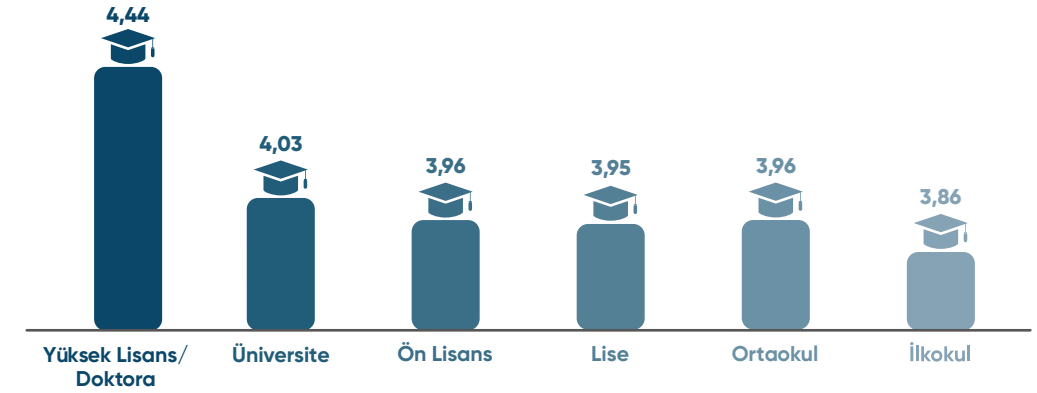


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 126: Tedarikçi seçimi konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

▪ Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ise; ilkökul mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla daha düşük ortalamayla tedarikçi seçimi konusundaki bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini ifade etmişlerdir (bakınız Grafik 127).

Eğitim düzeyi- tedarikçi seçimine ilişkin bilgi ve beceri ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

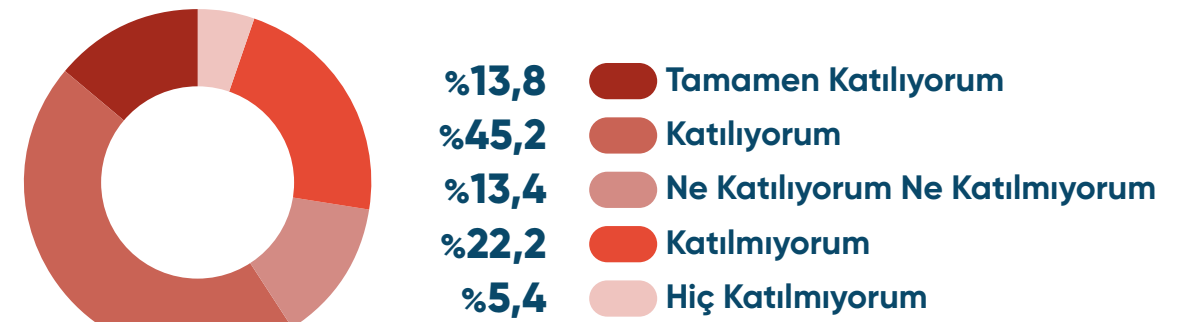
Grafik 127: Eğitim düzeyi- tedarikçi seçimine ilişkin bilgi ve beceri ihtiyacı

Girişimci Kadınlar ve Nakit Akış Yönetimi Bilgisi

Nakit giriş ve çıkışlarının verimli yönetimi bir girişimcinin finansal becerilerinin en başında gelmektedir. Araştırma katılımcılarına bir girişimci olarak nakit akış yönetimi yaparken zorlanıp zorlanmadıkları sorulmuştur.

▪ Araştırmaya katılan girişimci kadınların %59'u; nakit akış yönetiminde zorlandıklarını belirtmiştir.

Nakit akış yönetimi konusunda zorlanma algısı



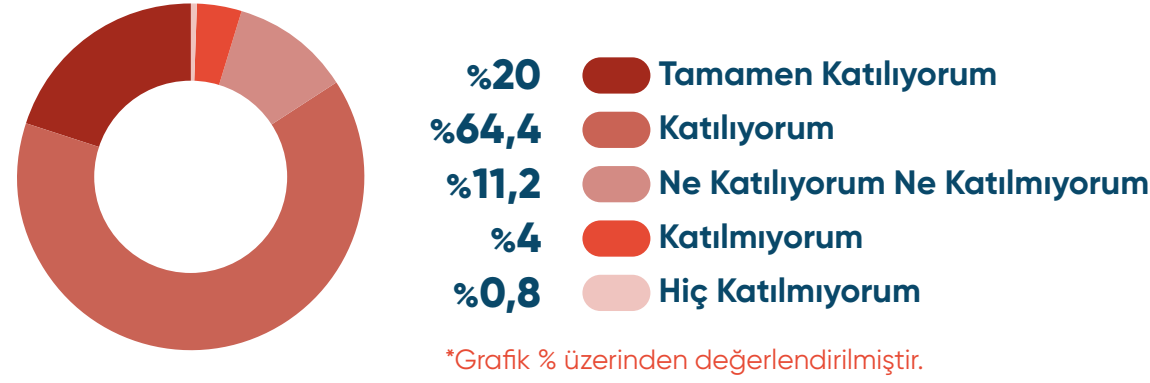
*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 128: Nakit akış yönetimi konusunda zorlanma algısı

Girişimci Kadınlar ve Dijital Teknolojiler

Üretimden hizmete tarımdan perakendeye tüm iş süreçlerinin dijitalleştiği bir iş dünyasından bahsetmek yanlış olmaz. Yeni normal bu dijitalleşmeyi daha da hızlandırıcı bir etki yaratmıştır. Araştırma katılımcılarına işlerinde ihtiyaç duyabilecekleri dijital teknolojiler konusunda tüm eğitimleri alıp almadıklarına ilişkin görüşleri sorulmuştur.

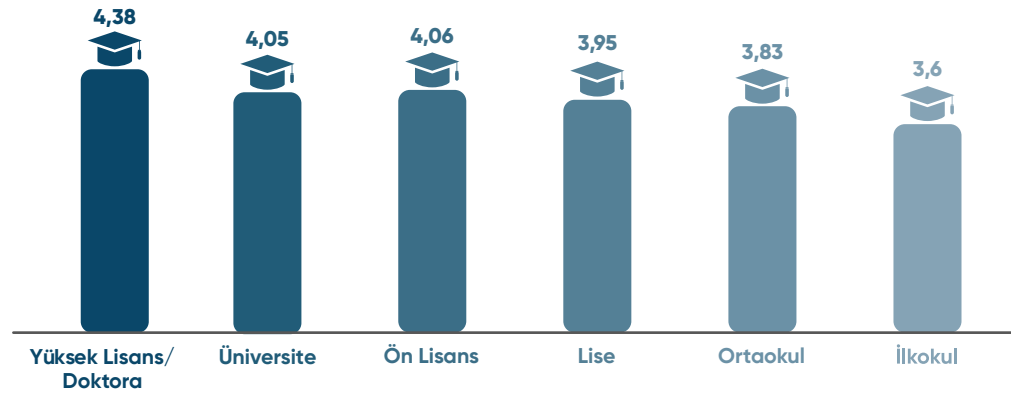
Dijital teknolojiler konusunda eğitimlerin alınması algısı



Grafik 129: Dijital teknolojiler konusunda eğitimlerin alınması algısı

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%84**'ü dijital teknolojiler konusunda tüm gerekleri eğitimleri aldıklarını düşünmektedir.
- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ilkökul mezunu olan katılımcılar düşük ortalamayla; diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılara göre işleri için gerekli olan dijital teknolojiler konusunda daha az eğitim aldıklarını düşünmektedirler (bakınız Grafik 130).

Eğitim düzeyi- işin gerektirdiği dijital teknoloji eğitimleri



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 130: Eğitim düzeyi-işin gerektirdiği dijital teknoloji eğitimleri

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar işlerinin gerektirdiği dijital teknolojiler ile ilgili tüm eğitimleri aldıklarını düşünürken küçük ölçekli firma sahibi ilgili eğitimleri almadıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 131).

İşletme ölçeği- işin gerektirdiği dijital teknoloji eğitimleri



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

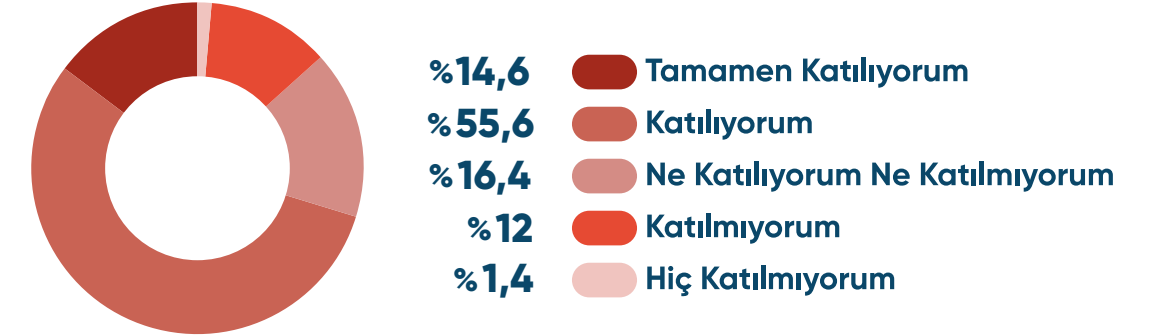
Grafik 131: İşletme ölçeği - işin gerektirdiği dijital teknoloji eğitimleri

Girişimci Kadınların Dijital Pazarlama Stratejileri Konusuna Hakimiyeti

Araştırma katılımcılarından dijital pazarlama stratejileri kavramı konusunun kendileri için yeni bir konu olup olmadığını değerlendirmeleri istenmiştir.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%70**'i; dijital pazarlama stratejilerinin kendileri için yeni bir konu olduğunu düşünmektedir (bakınız Grafik 132).

Bir girişimci olarak dijital pazarlamanın yeni bir konu olması algısı



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

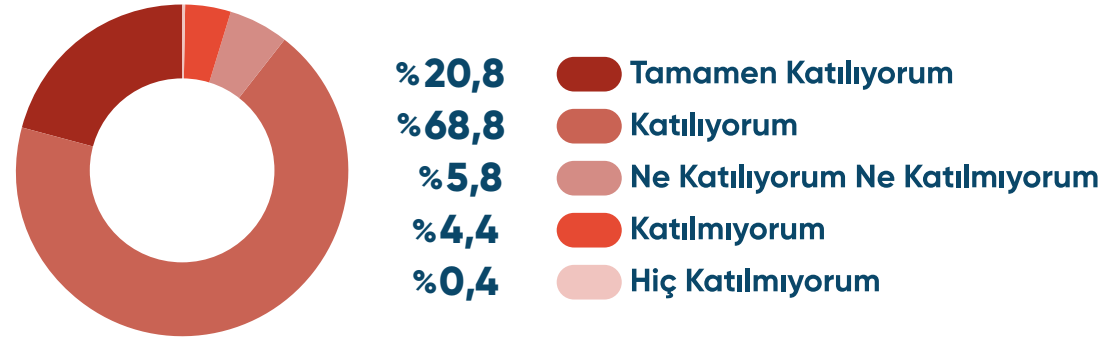
Grafik 132: Bir girişimci olarak dijital pazarlamanın yeni bir konu olması algısı

Girişimci Kadınların Markalaşma Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarına bir girişimci olarak markalaşma konusunda mevcut bilgi ve becerilerini yeterli görüp görmedikleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%89** gibi oldukça yüksek bir yüzde oranı bir girişimci olarak nasıl markalaşım konusunda bilgi eksiklikleri olduğunu markalaşma süreci ile ilgili bilgi ve becerilerini artırma ihtiyacı duyduklarını belirtmiştir (bakınız Grafik 133).

Bir girişimci olarak markalaşma konusunda bilgi ve becerilerini artırma ihtiyacı algısı



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

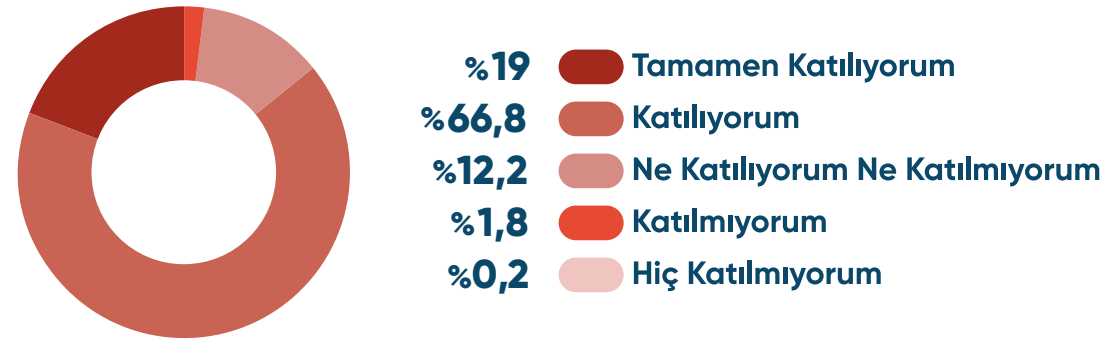
Grafik 133: Bir girişimci olarak markalaşma konusunda bilgi ve becerilerini artırma ihtiyacı algısı

Girişimci Kadınların E-Belge Uygulamaları Konusundaki Bilgisi

Araştırma katılımcılarına; e-fatura, e-irsaliye, e-defter gibi e-belgeler konusunda bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur. Buna göre;

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%14**'ü; işinde mevzuatın öngördüğü e-belgeler (e-fatura, e-irsaliye, e-defter vb.) hakkında ya hiç bilgi sahibi olmadığını ya da sahip olduğu bilgiden emin olmadığını belirtmiştir (bakınız Grafik 134).

İşinde mevzuatın öngördüğü e-belgeler konusunda bilgi sahibi olma algısı

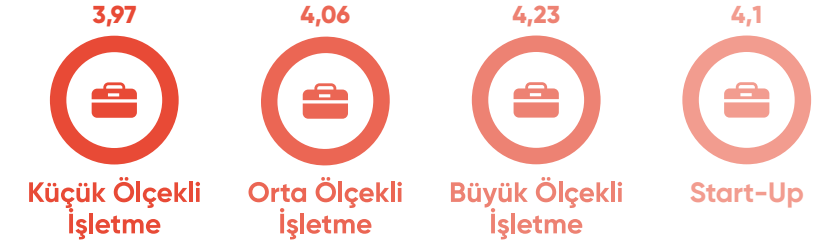


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 134: İşinde mevzuatın öngördüğü e-belgeler konusunda bilgi sahibi olma algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans veya doktora mezunu katılımcılar; e-belge uygulamaları konusunda diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha yüksek ortalamayla bilgi sahip olduklarını düşünmektedir (bakınız S. 57 Grafik 74).
- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında büyük ölçekli firma katılımcıları diğer firma ölçeğindeki katılımcılara nazaran daha yüksek oranda bilgi sahibi olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 134).

İşletme ölçeği- işin gerektirdiği e-belgeler hakkında bilgi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

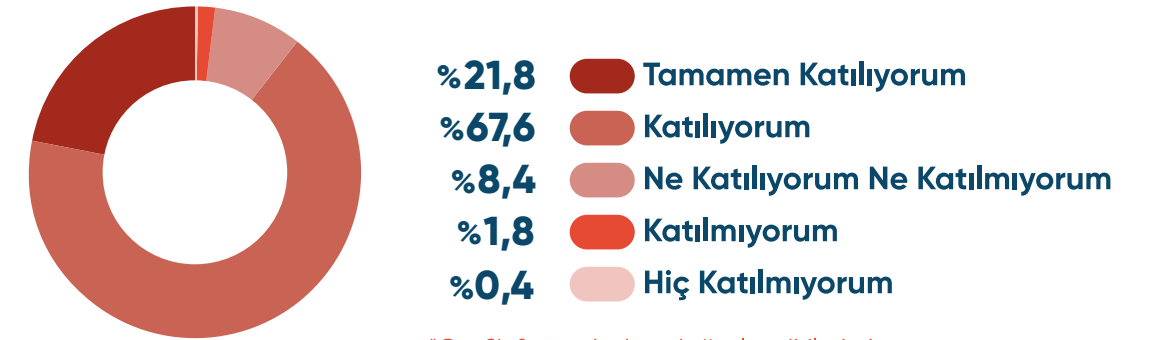
Grafik 135: İşletme ölçeği - işin gerektirdiği e-belgeler hakkında bilgi

Girişimci Kadınların Tedarik Yönetimi Sürecinde Başarılarına İlişkin Görüşleri

Araştırma katılımcılarından tedarik yönetimi iş süreci ile ilgili çalışmalarda bulunurken kendilerini başarılı bulup bulmadıklarına ilişkin görüşleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%10**'u tedarik yönetimi sürecinde kendini başarılı bulmamaktadır (bakınız Grafik 136).

Tedarik yönetimi sürecinde başarılı olma algısı

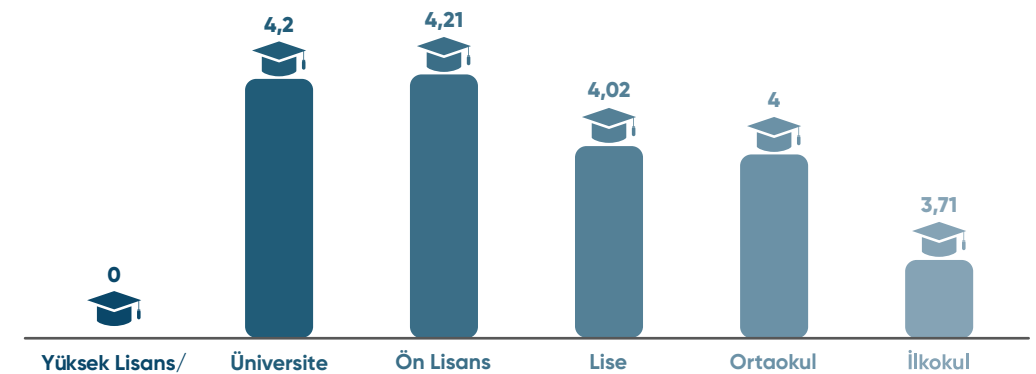


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 136: Tedarik yönetimi sürecinde başarılı olma algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ilkököl mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla tedarik yönetimi sürecinde daha az başarılı olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 137).

Eğitim düzeyi- tedarik yönetiminde başarılı olma

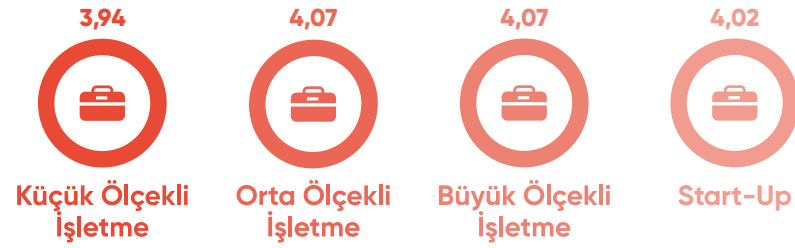


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 137: Eğitim düzeyi- tedarik yönetiminde başarılı olma

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise orta ölçekli ve büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar daha yüksek ortalamayla tedarik yönetimi sürecinde başarılı olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 138).

İşletme ölçeği- tedarik yönetiminde başarılı olma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

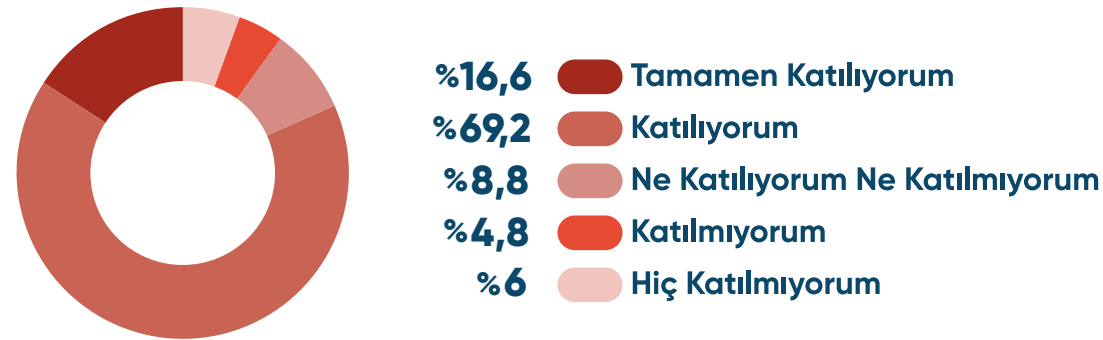
Grafik 138: İşletme ölçeği - tedarik yönetiminde başarılı olma

Girişimci Kadınların Müşteri İlişkileri Yönetimi Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarından müşteri ilişkileri yönetimi sürecinde kullanılan yöntem teknikler araç teknolojiler ile ilgili; bir girişimci olarak bilgi ve becerilerini artırma ihtiyacı hissedip hissetmediklerini değerlendirmeleri istenmiştir.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%85'i** müşteri ilişkileri yönetiminde hangi yöntem araç ve teknolojileri kullanacağı konusunda bilgi ve becerilerini artırması gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 139).

Müşteri ilişkileri yönetiminde bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

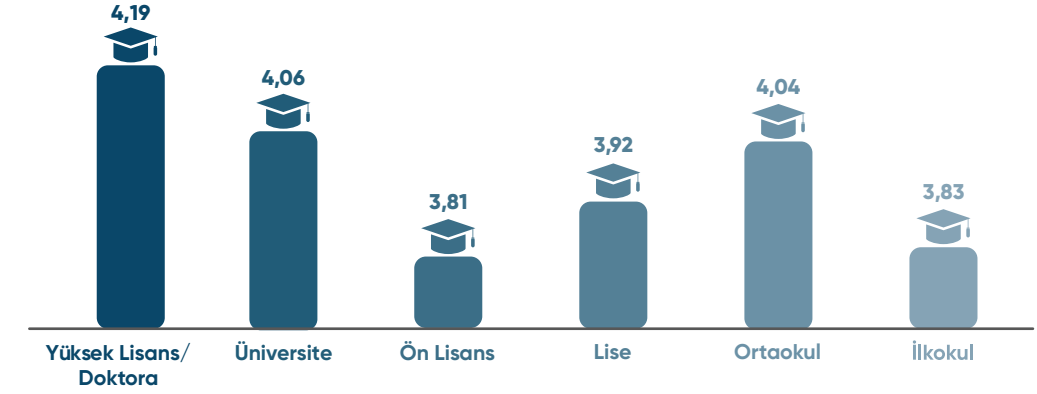


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 139: Müşteri ilişkileri yönetiminde bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ön lisans mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla müşteri ilişkileri yönetiminde hangi yöntem bilgi ve becerileri kullanacağı konusunda yetkinliklerini artırması gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 140).

Eğitim düzeyi- müşteri ilişkileri yönetiminde bilgi ve beceri artış ihtiyacı

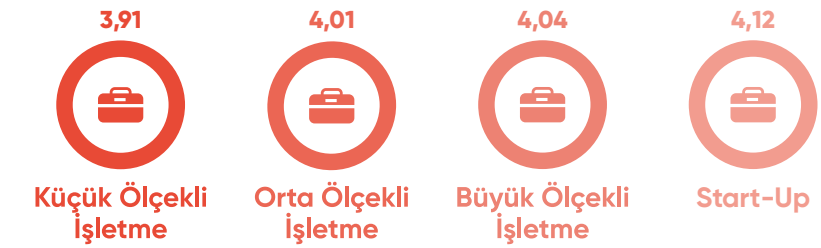


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 141: Eğitim düzeyi- müşteri ilişkileri yönetiminde bilgi ve beceri artış ihtiyacı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında start-up firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek ortalamayla müşteri ilişkileri yönetimi konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 141).

İşletme ölçeği- müşteri ilişkileri yönetiminde bilgi ve beceri artış ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

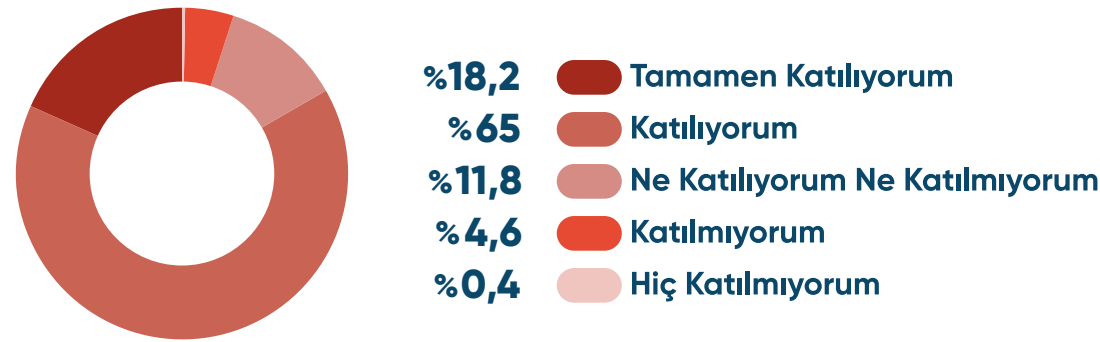
Grafik 141: İşletme ölçeği - müşteri ilişkileri yönetiminde bilgi ve beceri artış ihtiyacı

Girişimci Kadınların Dış Ticaret Teşvikleri Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarından gerek ihracat gerekse ithalat olmak üzere; dış ticaret yaparken bir girişimci olarak yararlanabilecekleri teşviklere ilişkin bilgi ve becerilerini artırma ihtiyacı duyup duymadıklarını belirtmeleri istenmiştir.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%83**'ü ihracat ve ithalat teşvikleri konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini ifade etmişlerdir (bakınız Grafik 142).

İhracat, ithalat teşvikleri konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

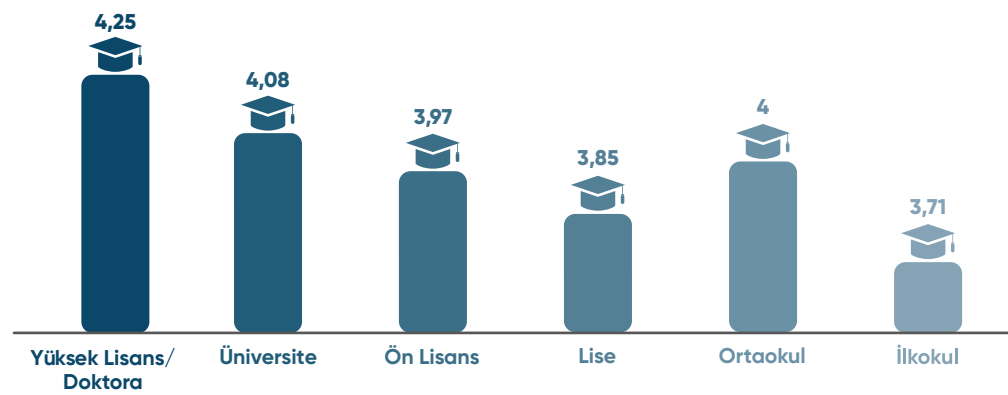


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 142: İhracat, ithalat teşvikleri konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla ithalat ve ihracat teşvikleri konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini daha fazla düşünürken en düşük ortalama ilköğretim mezunu olan katılımcılardadır (bakınız Grafik 143).

Eğitim düzeyi- ihracat, ithalat teşvikleri bilgi ve beceri artış ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

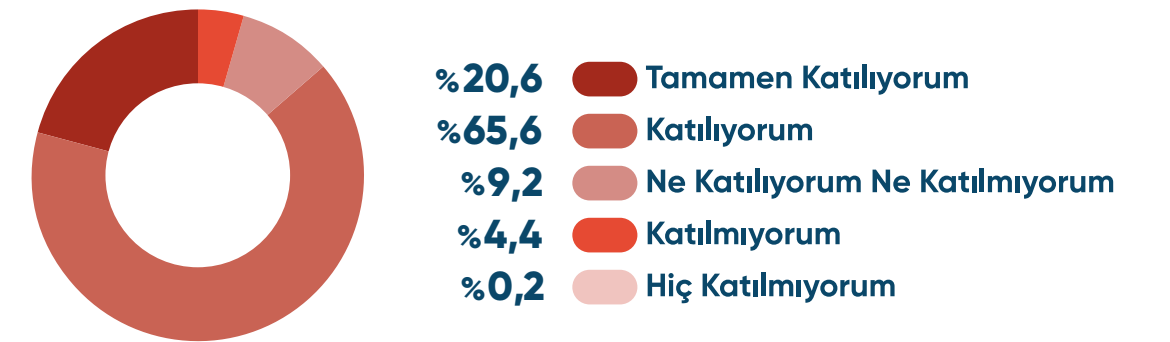
Grafik 143: Eğitim düzeyi-ihracat, ithalat teşvikleri bilgi ve beceri artış ihtiyacı

Girişimci Kadınların Üretim ve Üretim Teknolojileri Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Üretim süreç ve teknolojileri dijitalleşmeyle birlikte güncellenmektedir. Araştırma katılımcılarına üretim süreci ve üretim sürecinde kullanılan yeni nesil teknolojiler ile ilgili olarak bilgi ve becerilerini artırma ihtiyacı duyup duymadıkları sorulmuştur. Buna göre;

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%86**'sı üretim süreci ve teknolojileri konusunda bilgi ve becerilerini artırması gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 144).

Üretim süreç ve teknolojileri konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

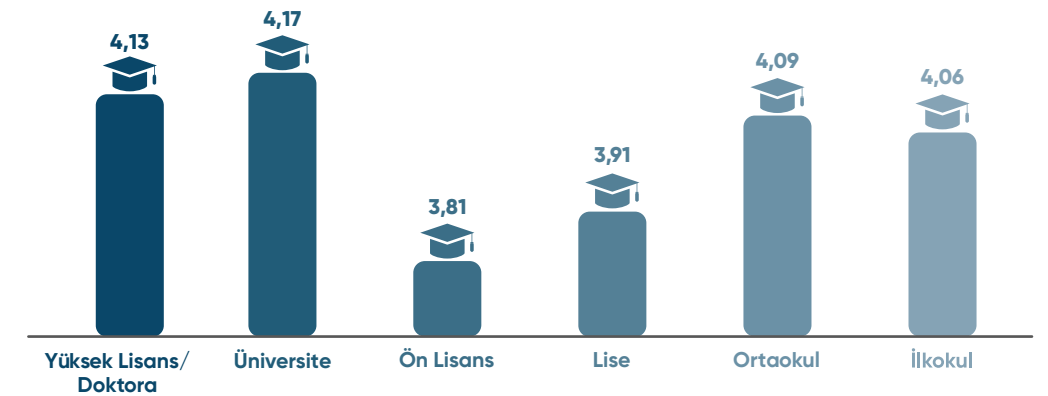


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 144: Üretim süreç ve teknolojileri konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ön lisans mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla üretim ve üretim teknolojileri konusunda bilgi ve becerilerini artırmaya daha az ihtiyaç duymaktadır (bakınız Grafik 145).

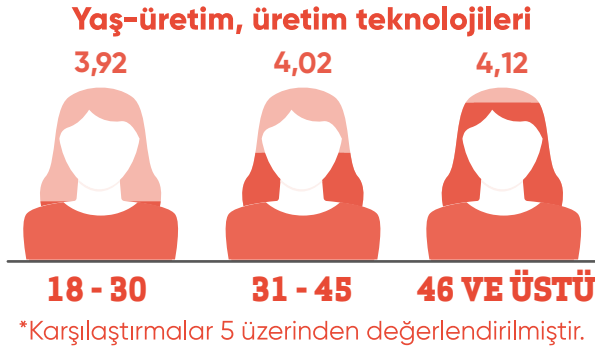
Eğitim düzeyi- üretim, üretim teknolojileri bilgi ve beceri artış ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 145: Eğitim düzeyi-üretim teknolojileri bilgi ve beceri artış ihtiyacı

- Yaşa göre karşılaştırma yapıldığında ise; 46 yaş ve üzeri katılımcılar üretim ve üretim teknolojileri konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini diğer yaş grubundaki katılımcılara göre daha fazla düşünmektedir (bakınız Grafik 146).



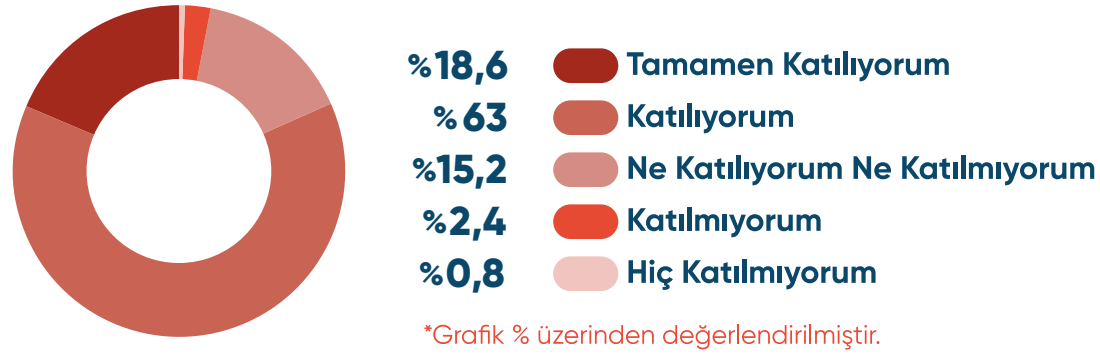
Grafik 146: Yaş - üretim, üretim teknolojileri

Girişimci Kadınlar ve SGK Mevzuatı Bilgisi

Araştırma katılımcılarına çalışma yaşamları sırasında ve sonrasında ihtiyaç duyacakları SGK mevzuatına ilişkin bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%18'i** SGK mevzuatı hakkında hiç bilgi sahibi olmadığını ya da yetersiz bilgi sahibi olduğunu belirtmiştir (bakınız Grafik 147).

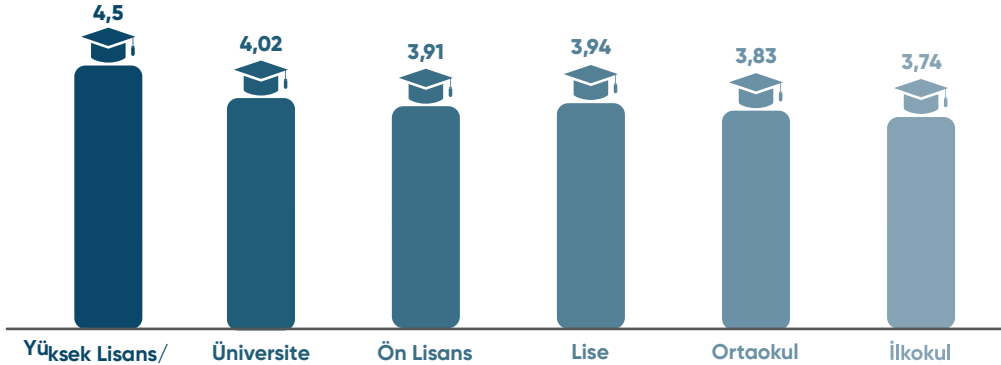
SGK mevzuatı konusunda gerekli bilgi ve becerilere sahip olma algısı



Grafik 147: SGK mevzuatı konusunda gerekli bilgi ve becerilere sahip olma algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ilkököl ve ortaokul mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla SGK mevzuatı konusunda daha az bilgi sahibi olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 148).

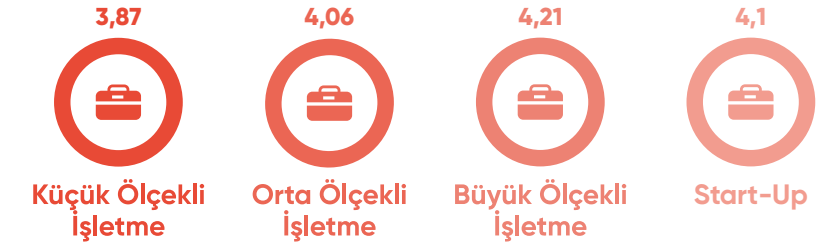
Eğitim düzeyi- SGK mevzuatı hakkında bilgi sahibi olma



Grafik 148: Eğitim düzeyi-SGK mevzuatı hakkında bilgi sahibi olma

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında start-up firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek ortalamayla SGK mevzuatı hakkında bilgi sahibi olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 149).

İşletme ölçeği- SGK mevzuatı hakkında bilgi sahibi olma



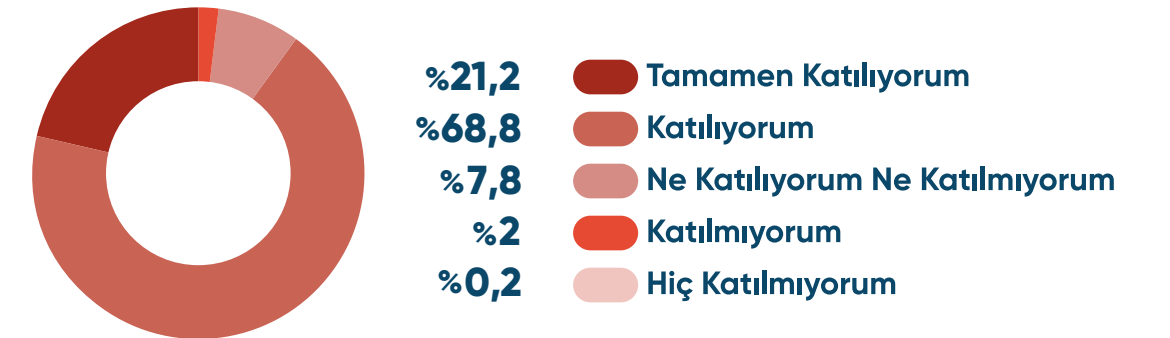
Grafik 149: İşletme ölçeği - SGK mevzuatı hakkında bilgi sahibi olma

Girişimci Kadınların Süreç İyileştirmeyi Öncelikli bir Konu Olarak Değerlendirmesi

Süreç iyileştirme; bir girişimcinin iş süreçleri ile ürün ve hizmetlerini verimli kılmasına olanak sağlayan yöntem teknik ve yaklaşımlardan biridir. Araştırma katılımcılarına; bir girişimci olarak süreç iyileştirmeyi öncelikli konuları arasında görüp görmedikleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%90** gibi yüksek bir yüzdesi bir girişimci olarak iş süreçlerini iyileştirmeyi öncelikli konuları arasında görmektedir (bakınız Grafik 150).

Girişimci olarak süreç iyileştirmeyi öncelikli konu olarak değerlendirme algısı

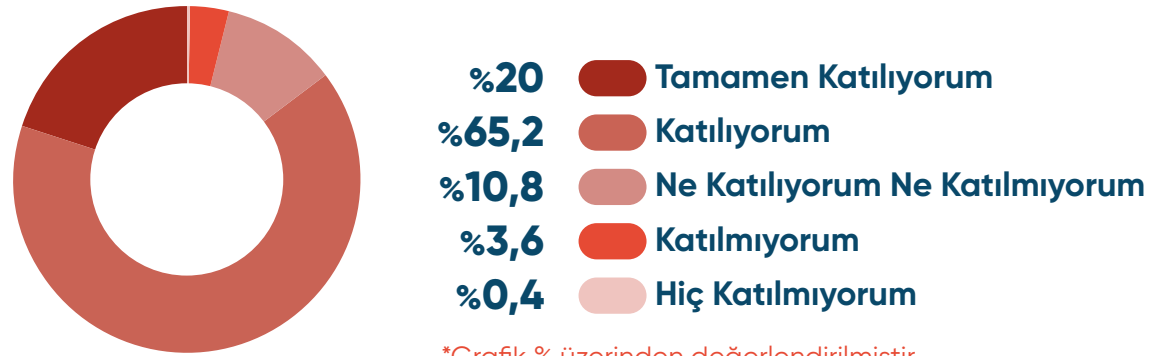


Grafik 150: Girişimci olarak süreç iyileştirmeyi öncelikli konu olarak değerlendirme algısı

Girişimci Kadınlar ve Sosyal Medya Kanallarının Kullanımı

Sosyal medya mecraları; ürün hizmetlerin mevcut ve potansiyel müşterilere duyurulduğu satışının yapıldığı birer pazarlama ve satış kanalı haline gelmiştir. Araştırma katılımcılarına Facebook, Instagram gibi sosyal medya mecralarını ne ölçüde aktif birer pazarlama ve satış kanalı olarak kullandıkları sorulmuştur.

Sosyal medya kanallarının aktif pazarlama, satış kanalı olarak işte kullanılma algısı

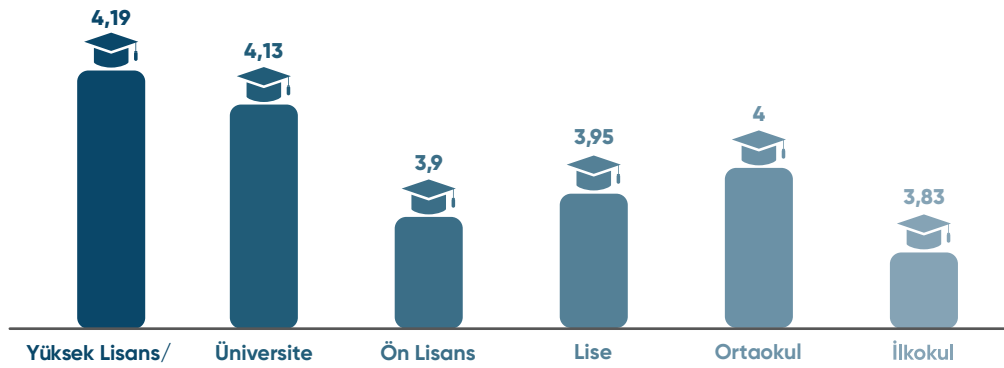


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 151: Dijital teknolojiler konusunda eğitimlerin alınması algısı

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %15'i Facebook, Instagram gibi sosyal medya mecralarını aktif bir pazarlama ve satış kanalı olarak kullanamamakta ya da kullanıp kullanmadığından emin olmadığını belirtmektedir.
- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; ilkokul mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla sosyal medya kanallarını aktif bir pazarlama ve satış kanalı olarak daha az kullandıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 152).

Eğitim düzeyi- pazarlama, satış kanalı olarak sosyal medya algısı

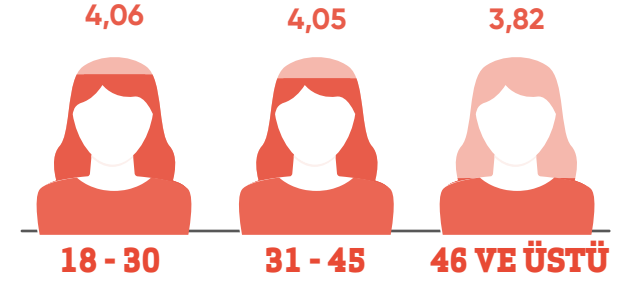


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 152: Eğitim düzeyi-pazarlama, satış kanalı olarak sosyal medya algısı

- Yaş düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; 18-30 yaş arasındaki katılımcılar diğer yaş grubundaki katılımcılara göre sosyal medya kanallarını aktif pazarlama ve satış kanalı olarak daha fazla etkin kullandıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 153).

Yaş-aktif pazarlama, satış kanalı olarak sosyal medya



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

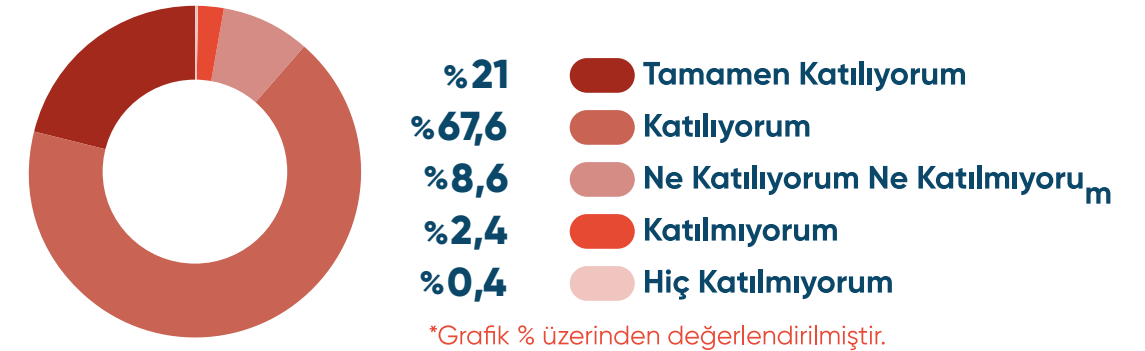
Grafik 153: Yaş - aktif pazarlama, satış kanalı olarak sosyal medya

Girişimci Kadınlar, Ekip Kurma ve Ekipten Verim Alma

Araştırma katılımcılarına ekip kurma ve kurmuş oldukları ekipten yani çalışanlarından birer girişimci olarak kendilerini hedeflerine taşıyacak verimi alma konusunda zorluk yaşayıp yaşamadıkları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %11'i etkin ekip kurmak ve bu ekipten verim almak konusunda zorlandıklarını belirtmiştir (bakınız Grafik 154).

Ekip kurma ve ekipten performans alma konusunda başarılı olma algısı

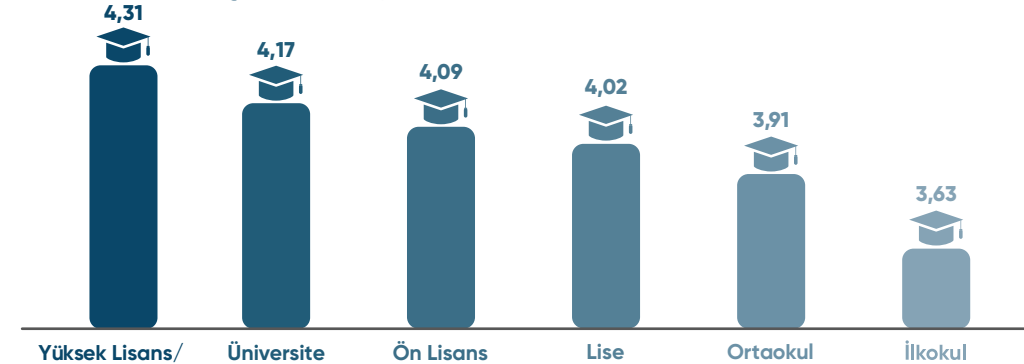


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 154: Ekip kurma ve ekipten performans alma konusunda başarılı olma algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ilkokul mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla etkin ekip kurma ve bu ekipten verim alma konusunda daha az başarılı olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 155).

Eğitim düzeyi- ekibinden performans alma

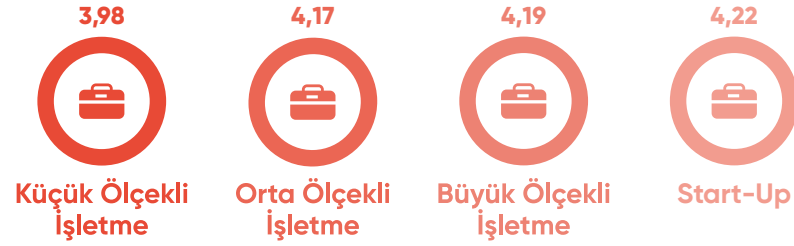


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 155: Eğitim düzeyi-ekibinden performans alma

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise; start-up firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek ortalamayla etkin ekip kurmak ve bu ekipten verim almak konusunda başarılı olduklarını değerlendirmektedir (bakınız Grafik 156).

İşletme ölçeği- ekibinden performans alma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

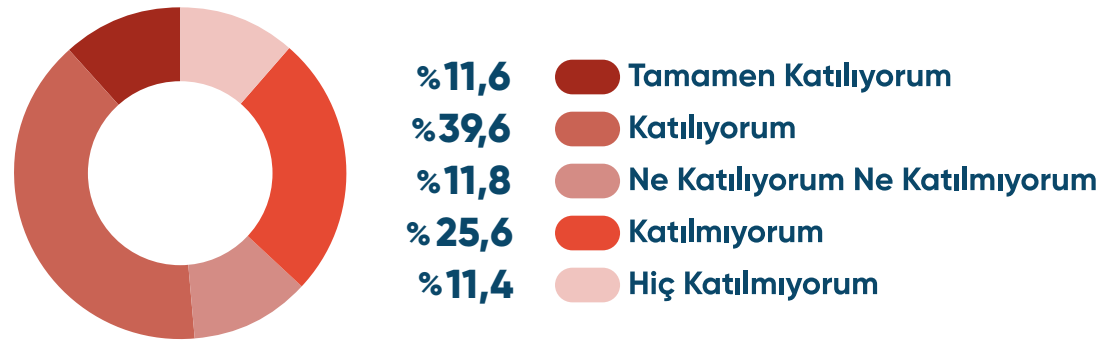
Grafik 156: İşletme ölçeği - ekibinden performans alma

Girişimci Kadınlar ve Stratejik Planlama

Araştırma katılımcılarına stratejik planlama sürecinde bulunurken bir girişimci olarak zorlanıp zorlanmadıkları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %51'i stratejik planlama yapmakta zorlandıklarını belirtmektedir (bakınız Grafik 157).

Stratejik planlama yapmakta zorlanma algısı



*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

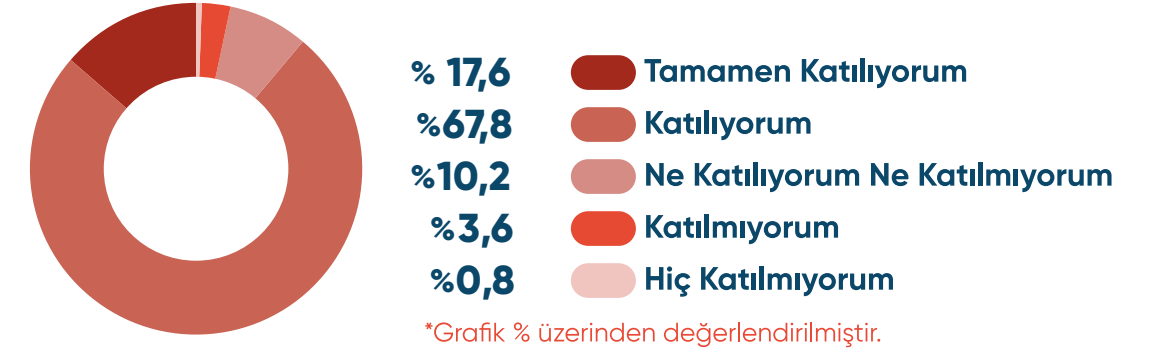
Grafik 157: Stratejik planlama yapmakta zorlanma algısı

Girişimci Kadınların Ücret Yönetimi Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Bir girişimci için doğru insanı işe almak kadar çalışanlarına yönelik sürdürülebilir bir ücret yönetim sistemi kurarak işletmek de eşdeğer derecede önemlidir. Araştırma katılımcılarına; temel ve performansa dayalı ücret sistemleri konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerekip gerekmediği konusundaki düşünceleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %85'i ücret yönetimi ve performansa dayalı ücret sistemleri konusunda bilgi ve becerilerini artırması gerektiği görüşündedir (bakınız Grafik 158).

Ücret yönetim sistemleri konusunda bilgi becerileri artırma ihtiyacı algısı

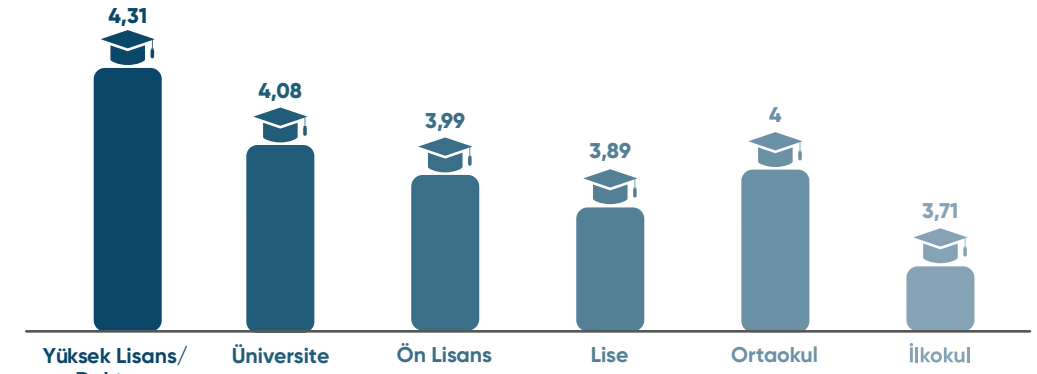


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 158: Ücret yönetim sistemleri konusunda bilgi becerileri artırma ihtiyacı algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; ilkokul mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla ücret yönetim sistemleri konusunda bilgi ve becerilerini artırmayı daha az düşünmektedir (bakınız Grafik 159).

Eğitim düzeyi- ücret sistemleri bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı

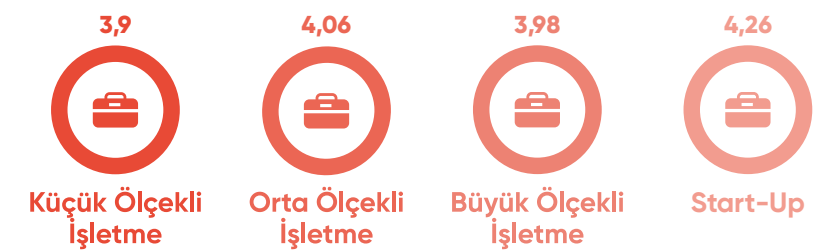


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 159: Eğitim düzeyi- ücret sistemleri bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise; start-up firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılarına göre daha yüksek ortalamayla ücret yönetimi konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 160).

İşletme ölçeği- ücret sistemleri bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

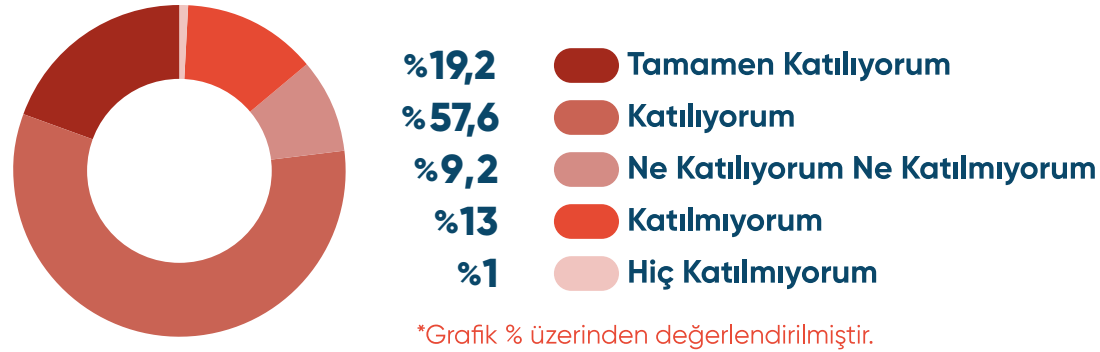
Grafik 160: İşletme ölçeği - ücret sistemleri bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı

Girişimci Kadınlar ve E-Ticaret Siteleri

Araştırma katılımcılarına e-ticaret siteleri olup olmadığı sorulmuştur. Buna göre;

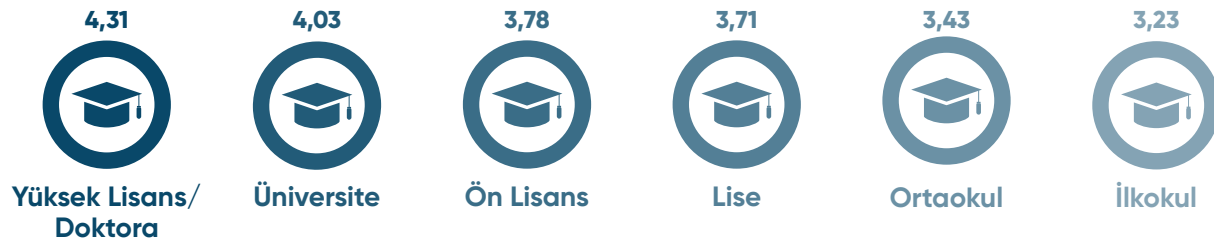
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%76'sı** e-ticaret siteleri olduğunu belirtmişlerdir. E-ticaret sitesi olmadığını belirtenlerin yüzdesel oranı **%14'tür**. Bu soruda katılımcılara e-ticaret kavramından net olarak ne anladıkları sorulmadığından soruyu e-ticaret konusundaki bireysel algıları doğrultusunda cevaplamaları beklenmiştir (bakınız Grafik 161).

Bir girişimci olarak kendisine ait e-ticaret sitesinin mevcut olması



Grafik 161: Bir girişimci olarak kendisine ait e-ticaret sitesinin mevcut olması

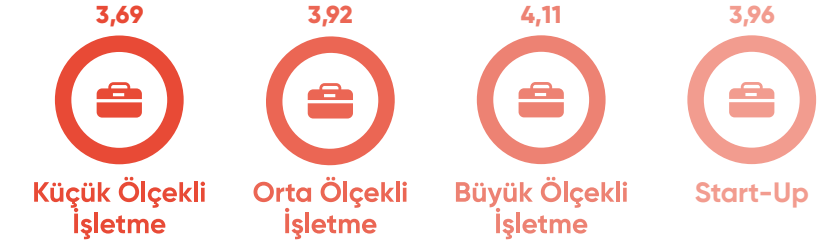
Eğitim düzeyine göre e-ticaret sitesi sahibi olma



Grafik 162: Eğitim düzeyine göre e-ticaret sitesi sahibi olma

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ilkokul mezunu olan katılımcılarda; e-ticaret sitesine sahip olma oranı diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha düşüktür.
- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında ise; büyük ölçekli firma sahibi katılımcılarda e-ticaret sitesine sahip olma ortalaması en yüksek iken küçük ölçekli firma sahibi katılımcılarda bu ortalama en düşüktür (bakınız Grafik 163).

İşletme ölçeği- e-ticaret sitesi sahibi olma



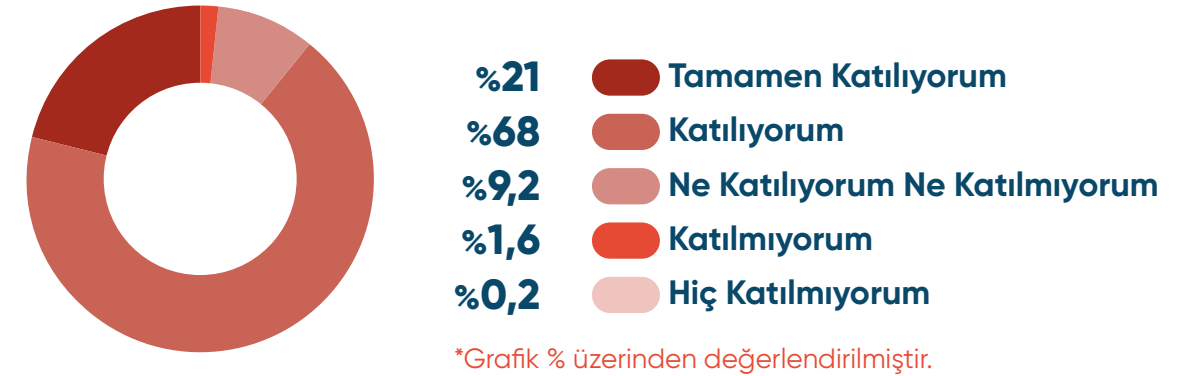
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 163: İşletme ölçeği - e-ticaret sitesi sahibi olma

Girişimci Kadınların İş Geliştirmedeki Başarılarına İlişkin Görüşleri

Araştırma katılımcılarına bir girişimci olarak iş geliştirme sürecine ilişkin kendilerini başarılı bulup bulmadıkları sorulmuştur.

İş geliştirmenin başarılı olunan bir iş süreci olduğu algısı



Grafik 164: İş geliştirmenin başarılı olunan bir iş süreci olduğu algısı

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%89'u** iş geliştirmeyi başarılı oldukları bir iş süreci olarak değerlendirmişlerdir.
- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında; büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek ortalama ile iş geliştirme sürecinde başarılı olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 165).

İşletme ölçeği- iş geliştirmede başarılı olma



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

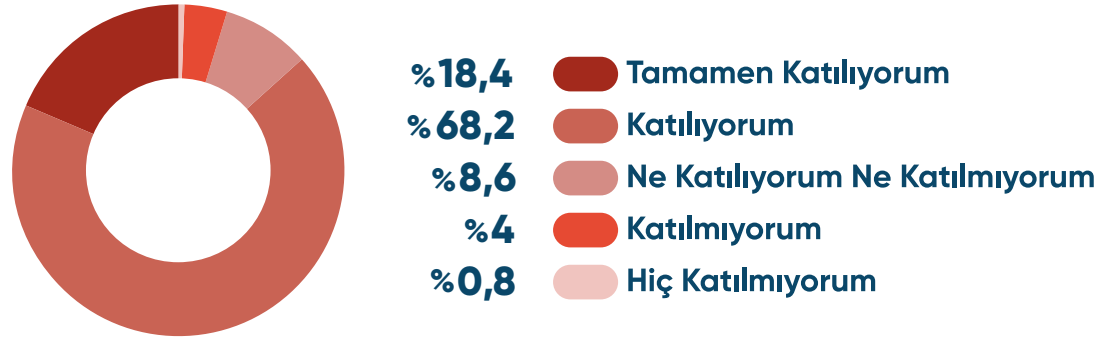
Grafik 165: İşletme ölçeği - iş geliştirmede başarılı olma

Girişimci Kadınların Tedarik Yönetimi Mevzuatı Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarına tedarik yönetimi mevzuatına ilişkin bilgi ve becerilerini artırma ihtiyacı duyup duymadıkları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%86'sı** tedarikçi olarak tedarik yönetimi mevzuatı konusunda bilgi ve becerilerini artırması gerektiği düşüncesindedir (bakınız Grafik 166).

Tedarik yönetimi konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

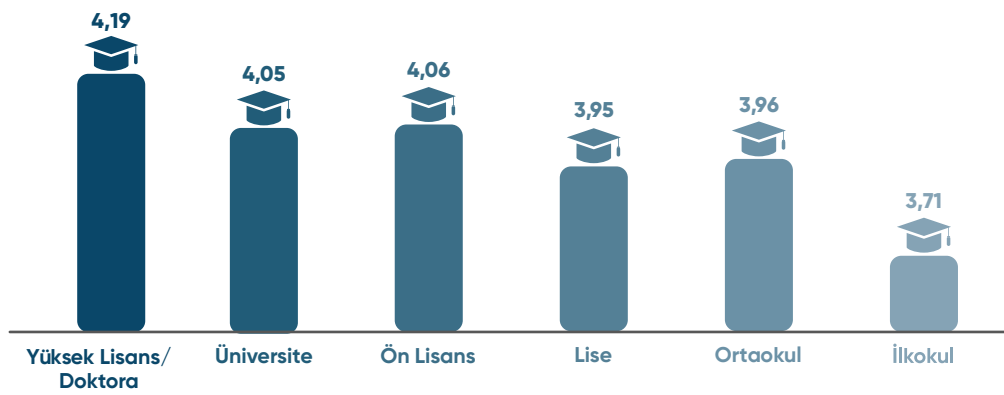


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 166: Tedarik yönetimi konusunda bilgi ve becerileri artırma ihtiyacı algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar tedarik yönetimi mevzuatı konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla daha fazla düşünmektedir. (bakınız Grafik 167).

Eğitim düzeyi- tedarik yönetimi mevzuat bilgi ve beceri artırma ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

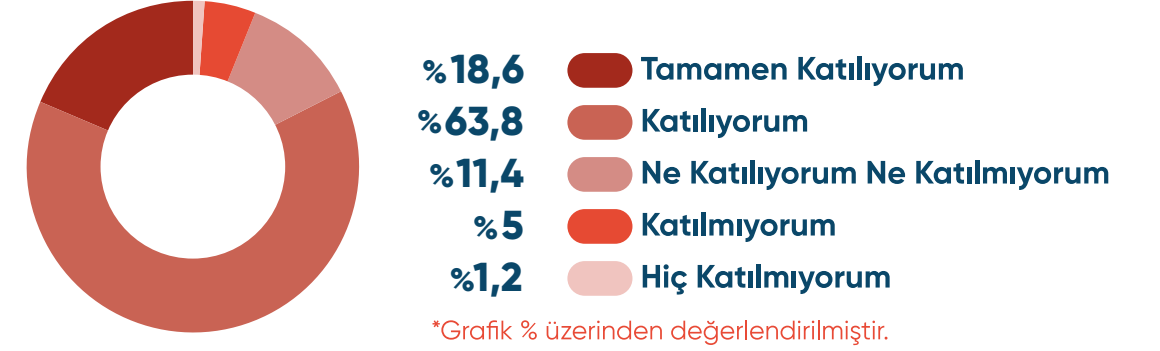
Grafik 167: Eğitim düzeyi-tedarik yönetimi mevzuat bilgi ve beceri artırma ihtiyacı

Girişimci Kadınların E-Belge Eğitimlerine İlişkin Görüşleri

Araştırma katılımcılarına e-belge kullanımı konusunda iş yaşamlarında ihtiyaç duyabilecekleri eğitimleri alıp almadıkları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%17'si** e-fatura e-irsaliye e-defter vb. e-belgelerin kullanımına ilişkin işinde ihtiyaç duyabileceği eğitimleri almadığını belirtmiştir (bakınız Grafik 168).

E-belgeler konusu ile ilgili ihtiyaç duyulabilecek tüm eğitimlerin alınmış olduğu algısı

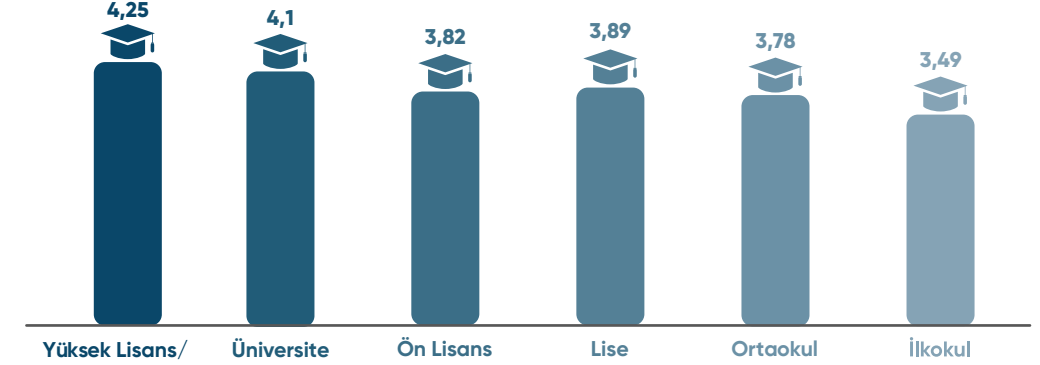


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 168: E-belgeler konusu ile ilgili ihtiyaç duyulabilecek tüm eğitimlerin alınmış olduğu algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında; ilkököl mezunu olan katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla e-fatura e-irsaliye e-defter gibi e-belgelerin kullanımına ilişkin işlerinde ihtiyaç duyabilecekleri eğitimleri almadıklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 169).

Eğitim düzeyi- e-belge kullanım bilgilerini önceden almış olma algısı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 169: Eğitim düzeyi-e-belge kullanım bilgilerini önceden almış olma algısı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar diğer ölçekteki firma sahibi katılımcılara göre daha yüksek ortalama ile işlerinde mevzuatın öngördüğü e-belgeler konusunda bilgi sahibi olduklarını düşünmektedir (bakınız Grafik 170).

İşletme ölçeği- e-belge kullanım bilgilerini önceden almış olma algısı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

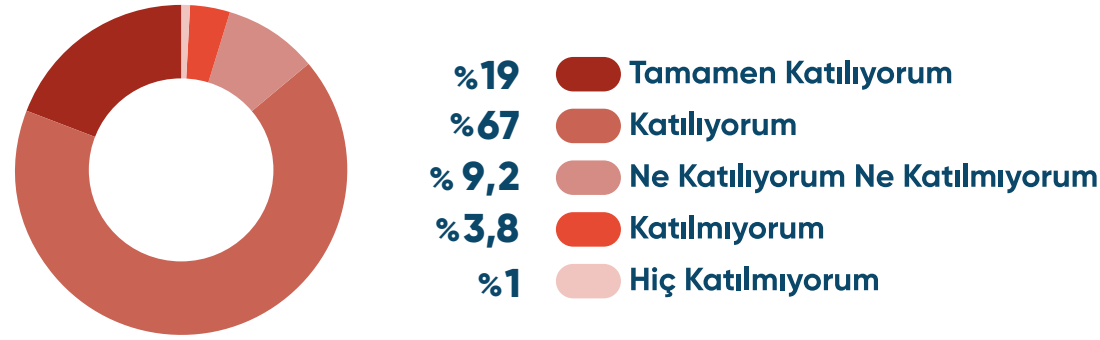
Grafik 170: İşletme ölçeği - e-belge kullanım bilgilerini önceden almış olma algısı

Girişimci Kadınların Kamu İhale Süreci Konusunda Bilgi ve Becerisini Artırma İhtiyacı

Araştırma katılımcılarına kendi iş alanlarını ve sektörlerini ilgilendiren; iş potansiyellerini geliştirmeye yardımcı olabilecek kamu ihale süreçleri ve katılım şartları konusunda bilgi ve becerilerini artırmaya ihtiyaç duyup duymadıkları sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%86'sı** kendi iş alanlarını sektörlerini ilgilendiren kamu ihale süreçleri ve katılım şartları konusunda bilgi ve becerilerini artırması gerektiği görüşündedir (bakınız Grafik 171).

Kamu ihale süreç, katılım şartları konusunda bilgi becerileri artırma ihtiyacı algısı

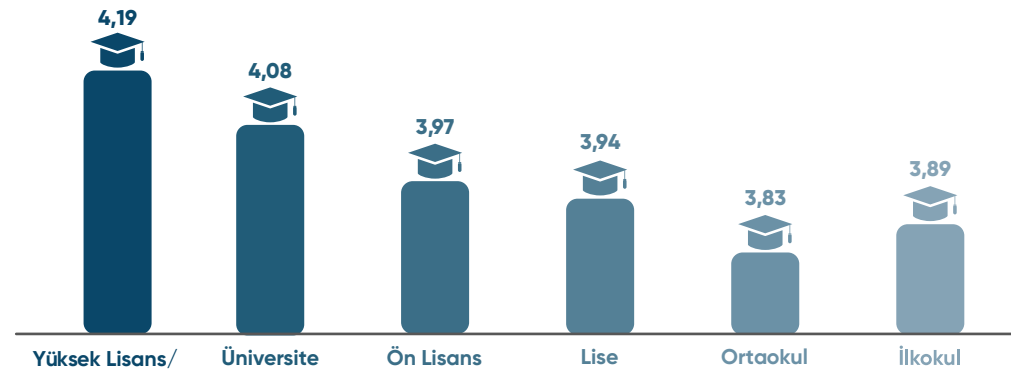


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 171: Kamu ihale süreç, katılım şartları konusunda bilgi becerileri artırma ihtiyacı algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar kamu ihale süreçleri konusunda bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla daha fazla düşünmektedir (bakınız Grafik 172).

Eğitim düzeyi- kamu ihale süreçlerine ilişkin bilgi ve beceri artırma ihtiyacı



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 172: Eğitim düzeyi-kamu ihale süreçlerine ilişkin bilgi ve beceri artırma ihtiyacı

- Firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapıldığında; start-up firma sahibi katılımcılar diğer firma ölçeğindeki katılımcılara göre kamu ihale süreçlerine ilişkin daha fazla derecede bilgi ve becerilerini artırmaları gerektiğini düşünmektedir (bakınız Grafik 173).

İşletme ölçeği- kamu ihale süreçlerine ilişkin bilgi ve beceri artırma ihtiyacı



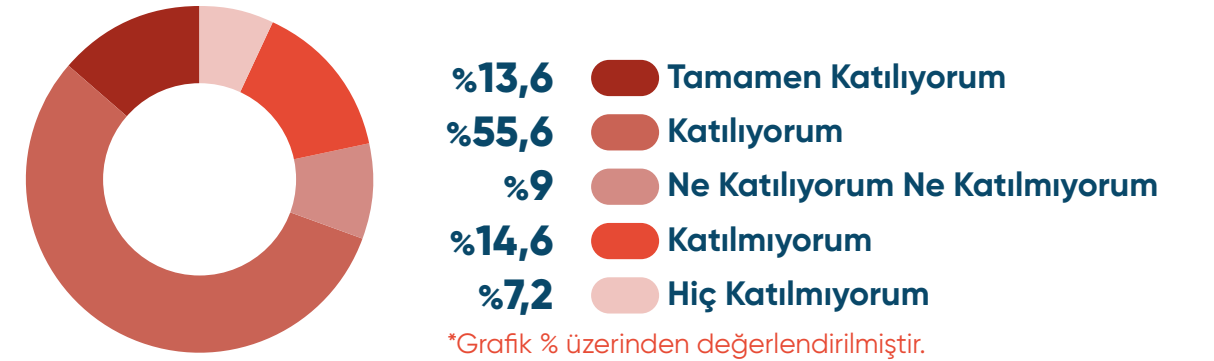
*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 173: İşletme ölçeği - kamu ihale süreçlerine ilişkin bilgi ve beceri artırma ihtiyacı

Girişimci Kadınların Müşteri Memnuniyeti Konusundaki Düşünceleri

Müşteri memnuniyetini aktif olarak ölçmek değerlendirmek ve buna göre strateji belirlemek; bir girişimci için hem mevcut müşterisini korumak hem de yeni müşteriler kazanmak açısından son derece önemli bir husustur. Araştırma katılımcılarına, bir girişimci olarak müşterilerinin memnuniyetini ölçerek değerlendirme yapip yapmadıkları sorulmuştur.

Müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi



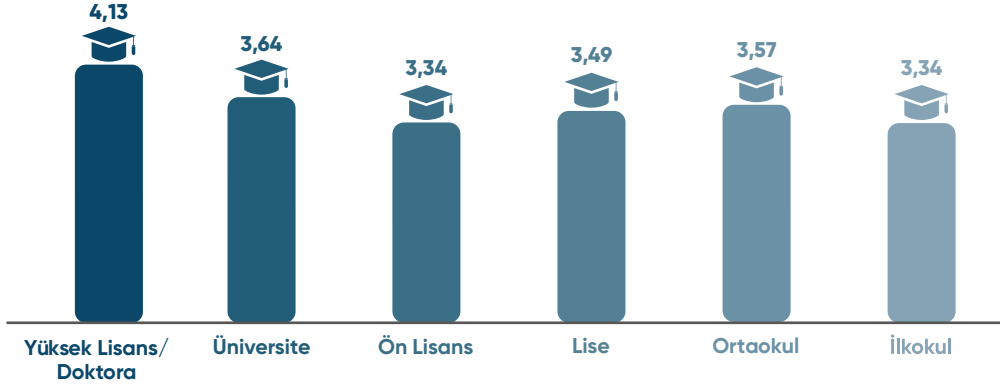
*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 174: Müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%21,8'i** müşterilerinin memnuniyetini aktif olarak ölçüp değerlendirmediklerini; **%9'u** ise ölçüp ölçmediğinden emin olmadığını belirtmiştir.
- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında ilkökul mezunu katılımcılar en düşük ortalama ile müşterilerinin memnuniyetini aktif olarak ölçüp değerlendirdiklerini düşünmektedir (bakınız Grafik 175).



Eğitim düzeyi- müşteri memnuniyetini ölçme, değerlendirme

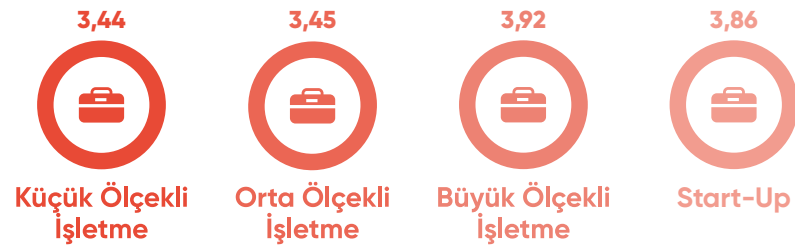


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 175: Eğitim düzeyi-müşteri memnuniyetini ölçme, değerlendirme

- Firma büyüklüğüne göre kıyaslama yapıldığında ise; küçük ölçekli firma sahibi katılımcılar diğer katılımcılara kıyasla daha düşük bir ortalama ile müşteri memnuniyetini ölçüp değerlendirdiklerini düşünmektedir (bakınız Grafik 176).

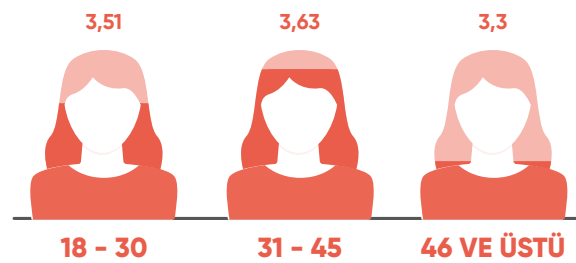
İşletme ölçeği- müşteri memnuniyetini ölçme, değerlendirme



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 176: İşletme ölçeği - müşteri memnuniyeti ölçme, değerlendirme

Yaşa göre müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 177: Yaşa göre müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi

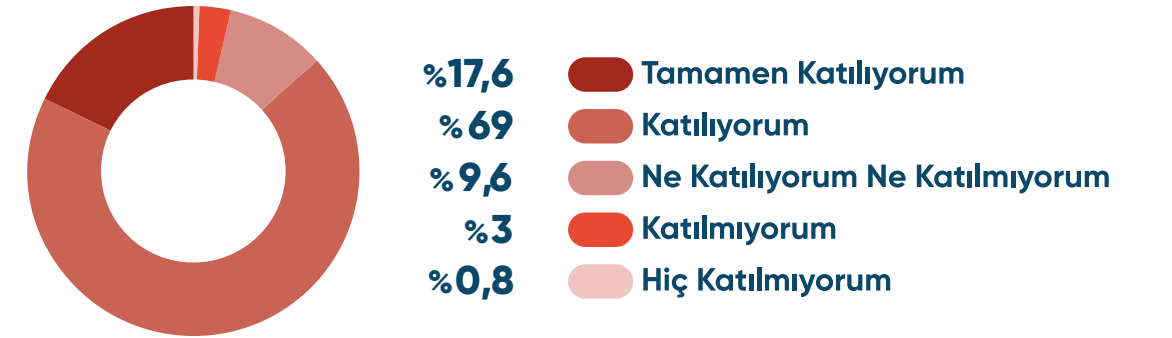
- Yaşa göre karşılaştırma yapıldığında; 46 yaş ve üstü katılımcılar diğer yaş grubundaki katılımcılara göre daha düşük düzeyde müşterilerinin memnuniyetini aktif olarak ölçtüklerini düşünmektedir.

Girişimci Kadınlar ve Vergi Mevzuatı Bilgisinin İşte Kullanımı

Araştırma katılımcılarına; bir girişimci olarak mevcut iş alanlarında vergi mevzuatı ile ilgili ihtiyaç duyabilecekleri konuları bilip bilmedikleri sorulmuştur.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların %10'u vergi mevzuatı ile ilgili işinde ihtiyaç duyabileceği konuları bilip bilmediğinden emin değildir (bakınız Grafik 178).

Vergi mevzuatı konusunda ihtiyaç duyulabilecek bilgilere sahip olduğu algısı

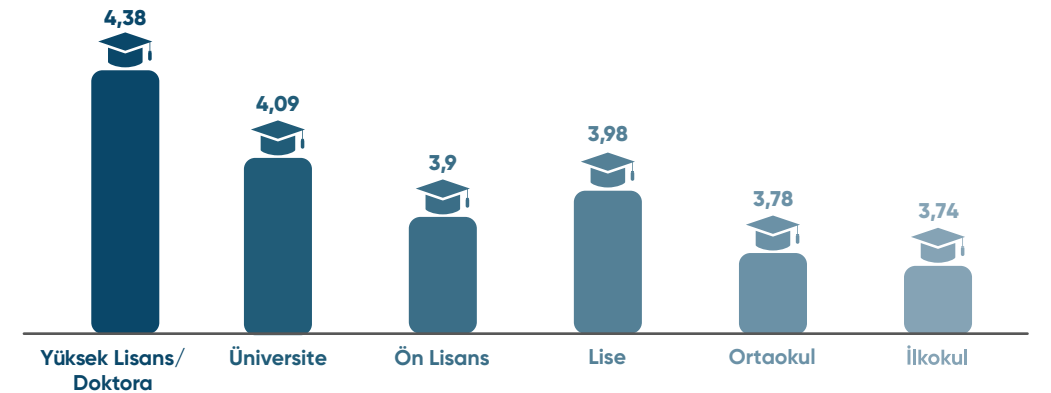


*Grafik % üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 178: Vergi mevzuatı konusunda ihtiyaç duyulabilecek bilgilere sahip olduğu algısı

- Eğitim düzeyine göre karşılaştırma yapıldığında yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla vergi mevzuatı konusunda işi ile ilgili ihtiyaç duyabilecekleri konuları daha yüksek ortalama ile bildiklerini düşünmektedir (bakınız Grafik 179).

Eğitim düzeyi - vergi mevzuatı bilgisi

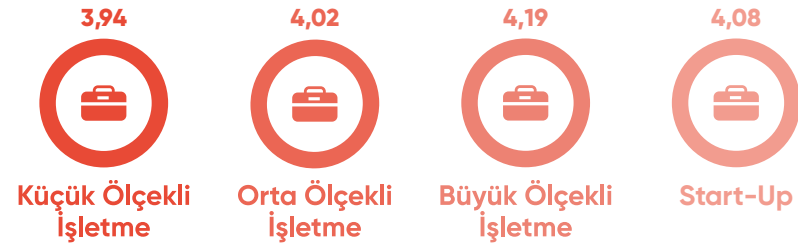


*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 179: Eğitim düzeyi-vergi mevzuatı bilgisi

- Firma büyüklüğüne göre kıyaslama yapıldığında ise büyük ölçekli firma sahibi katılımcılar daha yüksek ortalama vergi mevzuatına ilişkin işlerinde kullanabilecekleri bilgilere sahip olduklarını belirtmişlerdir (bakınız Grafik 180).

İşletme ölçeği- vergi mevzuatı bilgisi



*Karşılaştırmalar 5 üzerinden değerlendirilmiştir.

Grafik 180: İşletme ölçeği - vergi mevzuatı bilgisi

3.4. Girişimci Kadınların Girişimcilik ve İş Süreçlerinde Toplumsal Cinsiyete Dayalı Karşılaştıkları Problemlere İlişkin Deneyimleri: Odak Grup Görüşmeleri

Girişimci Kadınların Sektörleri, Ürettikleri Ürün ve Hizmetler

Odak grup görüşmelerine katılan ve farklı büyüklüklerde firmalara sahip olan girişimci kadınlar, farklı sektörlerde ürün ve hizmet ürettiklerini belirtmişlerdir.



K9

Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Uzun yıllar Tekstilde üst düzey yöneticilik yaptım. 26 yıl kadar bir tekstil şirketinde de son genel müdür yardımcısı olarak da emekli oldum. Üç kuşak bir arada çalıştım. Daha sonra da bu tecrübelerimi kullanabileceğim bir girişimcilik diyeceğim danışmanlık şirketini kurdum”

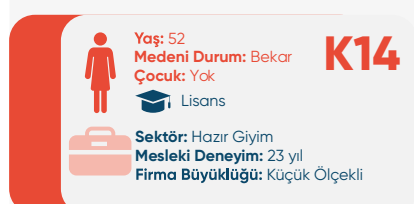


K8

Yaş: 41
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Metal
Mesleki Deneyim: 19 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Ben 2010’un Haziran ayı itibariyle ile girişimci olanlardanım.. Bunun öncesinde uzun yıllar otomatik sektöründe yönetici olarak çeşitli pozisyonlarda görev aldım. 3 yıl önce de kendi işimi kurmak için işten ayrıldım. ...”



K14

Yaş: 52
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Hazır Giyim
Mesleki Deneyim: 23 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Hazır giyim sektöründe 1998 yılından beri hastane kıyafetleri, medikal tekstil ve üniforma imalatı yapmaktayım.”



K19

Yaş: 39
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Eğitim
Mesleki Deneyim: 15 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Ben 15 yıldır eğitimciyim. 2020 şubat ayında bir anaokulu açtım. Anaokulunun kurucu müdürüyüm”

K21

Yaş: 32
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 3 Çocuk
Yüksek Lisans

Sektör: Tekstil, Organizasyon
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Teşekkür ederim sağ olun. Ben Anne-Kız kombin aslında annelerin ve kızların birlikte aynı kumaştan ve aynı tasarımda olan birlikte giyebilecekleri -özel günlerinde doğum günlerinde daha çok kullanıyorlar, kıyafet tasarımları yapıyorum.”

K25

Yaş: 31
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Ticaret
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

“Demir ticareti yapıyoruz. Haddehanemiz var. Türkiye’deki büyük demir bayilerinin de Karadeniz, Doğu Karadeniz bayiliğini yapıyoruz. Kendi araçlarımızla tırlarımızla beraber Doğu Karadeniz ve Doğu Anadolu’dan dağıtım, ürettiklerimizi satış, bu şekilde bir ticaret ağı götürüyoruz”

K31

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Ön Lisans

Sektör: Eğitim
Mesleki Deneyim: 16 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Kreş işletiyorum ben. Çocuklarla ilgileniyorum. Ayrıca kültür mantarı pazarlama işimiz vardı ama eşimle beraber çok ağır bir covid geçirdiğimiz için eşimin artık çalışması yasak. Hala mücadele veriyor. O yüzden onu devretmek zorunda kaldık. Sadece kreşle ilgileniyorum.”

K32

Yaş: 50
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lise

Sektör: Kuyumcu, İşletmeci
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Merhabalar hoş bulduk. Siz de hoş geldiniz. Ben kuyumcuyum 34 yıllık. Aynı zamanda otobüs acentemiz var. Orayla da ilgileniyorum bazı bölümleriyle. Birkaç iş kolumuz daha var ama esaslı olanlar bunlar.”

Girişimci Olma Nedenleri

Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların büyük çoğunluğu bir başkasına bağlı kalmamak kendi deyişleri ile ‘kendi ayaklarım üzerinde durmak’ ve ‘finansal özgürlüklerini’ kazanmak için girişimci olduklarını belirtmiştir.

K5

Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 3 Çocuk
Lise

Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“Neden girişimci oldum, bir başkasına bağlı, bağımlı olmamak adına, kendi ayaklarımın üzerinde kendim yapacağım, kendi bizim tabir ettiğimiz şekilde annem ya da babamın kendi elim benim cebimde olsun istedim”

K1

Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lise

Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“işte para istemek bir markete gideceğin zaman bir alışveriş yapacağın zaman sürekli birilerine bağlı kalmak ciddi anlamda bir dönem sizi artık yormaya başlıyor.”

K6

Yaş: 44
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 1 Çocuk
Lise

Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Bu tamamen kendi ayaklarının üzerinde durabilmek hele ki boşanmış kadınlar özellikler ben kendim adıma söylüyorum çok zorluk çekiyoruz”

K4

Yaş: 28
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Ön Lisans

Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 8 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

“Benim en girişimci olmaya karar verdiğim zamanki hedefim kendi ayaklarımın üzerinde durma isteğimdi.”

Diğer yandan; girişimci kadınların girişimcilik hikâyelerini anlatırken dikkat çeken önemli bir nokta kendilerini erkekler ile kıyaslamalarının girişimci olmaları için motive edici olduğudur.

K27

Yaş: 42
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 5 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“...hırslandıran şey... Babamın büyük amcasının oğlu da baba aileye başvurdu ve amca şunu söyledi. Seninki kız evine gider, benimki oğlan ellerinden getirecek. Onun işi olsun. Seninkinin olmasına gerek yok demişti. Bu o dönemde bana çok ağır bir kelime gelmişti”

K22

Yaş: 45
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lise

Sektör: Mobilya Üretim
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

“Ben dedim eşime ben de çalışayım kendimize bir yer kuralım. Eşim hayır gerek yok. 10 yıl sonra kendimi artık girişimci kadın olarahtan kendime bir yer açmayı düşündüm... Şimdi eşim diyor keşke ilk başlarda da çalışmış olsaydık daha güzel yerlerde daha farklı konumlarda olurduk diyor ama.”

K2

Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul

Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Biz hiçbir yerden destek almıyoruz onu söyleyeyim kendi ayaklarımıza hani çok belki klişe bir laftık küllerimizden doğmaya çalışıyoruz kadın olarak”

K8

Yaş: 41
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Metal
Mesleki Deneyim: 19 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Aile şirketinde babamla birlikte ortak olalım istedim babam bana dokunma dedi. O kendi hani sen kendi yoluna devam et dedi çünkü o 30 yılı aşkın bir firma.”

Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların girişimcilik hikayelerinde dikkat çeken bir diğer ortak nokta da, kadınların bilgi birikimlerini ve bulundukları sektördeki deneyimlerini kullanarak kendi işlerini kurduklarıdır. Çalıştıkları sektörde elde ettikleri birikimin kendi sermayeleri olduğu görülmektedir.

K20

Yaş: 40
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“İngilizlerle bir buçuk yıl çalışıp 17 yıllık profesyonel hayat sonrası kendi şirketimi kurdum... canla başla çalışsa hani az konuşsak bile bireysel olarak bir bütüne katkımız olacaktır diyerek kendi kendimi işime gücüne verdim”

K2

Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul

Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Üretmeye başladık öyle söyleyeyim çalışma demeyeyim de şuna”

K9

Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Profesyonel iş hayatım sonlanma, sonlandırma kararı aldığım dönemde. Bende bir panik başladı aslında. Nasıl zaman geçireceğimi ki ... aslında eşimin şirketi var ve ben orada iş ortamı ama eşimle birlikte de çalışmak istemiyorum. Kendim bir şey yapmak istiyorum. Bir yığın tecrübem var, bir yığın eğitimleri almışım. Bunun bir şekilde verimli bir şeye dönüştürmem gerekiyor”

K7

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Döviz
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Haftanın bir iki günü işte muhasebesini falan baktım şirketin. Sonra bir şeyler yapmalıyım ve kendim için yapmalıyım diyerek kendi işimizin de böyle yan dalı gibi başladığım kuyumcu sektörüne başladım.”

K8

Yaş: 41
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Metal
Mesleki Deneyim: 19 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“...uzun yıllar çalıştıktan sonra profesyonel hayatı yönetip çeşitli pozisyonlarda yönetici olarak görev aldım ve en son pozisyon segment lideri olmuştum ve buna çok fazla taktım ben...Daha sonra aslına bakarsanız çeşitli pozisyonlarda tekrar teklifler aldım işten ayrıldığımın akabinde ama o dönemde aile şirketim yine makine sektörü üzerinde onunla çalışmaya başladım. Fakat orada ben kendi işimi yapmam gerektiğini fark ettim çünkü artık hangi pozisyon olursa olsun beni hiç tatmin etmiyordu. Çünkü böyle içimde bir enerji oluşuyor yani girişimci olmam gerektiğini hissettim”

K9

Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Benim işim gereği çok finans ihtiyacım söz konusu olmadı açıkçası. Çünkü birebir danışmanlık verdiğim için zaten aslında kendi kaynağımı o anlamda kullandırmış oldum”

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“İşte uzun yıllar çalıştıktan sonra artık ben kendi işimi yapmalıyım, yani kendi işimi yönetiyor olmalıyım bana işverenlerim böyle gelmedi fikri çıktı. Yaklaşık bir 7-8 yıl önce kendi şirketimi kurdum, maaşlı personel olmaktan o zaman sıyrıldım.”

K21

Yaş: 32
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 3 Çocuk
Yüksek Lisans

Sektör: Tekstil, Organizasyon
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Bence sermaye para vesaire değil bence kendimiz yani bir iş olur biter ama sürekli senin içinde olan fikir oldukça ve yapma isteğin oldukça her zaman bir şeyler yapabilirsin ve başarılı olabilirsin diye düşünüyorum”

Girişimci kadınların bir kısmı da özellikle sosyal çevrelerinden almış oldukları olumsuz yorumlara ve toplumda var olan kabul görmüş toplumsal cinsiyete dayalı stereotiplere karşı gelmek amacıyla rol model olmak istediklerini vurgulamıştır.



Yaş: 28
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Ön Lisans
Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 8 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

K4

“Çünkü bir şeyleri yapıyorsan yaptığında bir duygu bir başarı elde ettiğin bir şeyi gördüğünde ben yaptım ben ettim işte ben başardım duygusunu hissetmek için onu senin yapman gerekiyor gerçekten yani bir şeyi senin ortaya koymak gerekiyor”



Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lise
Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

K1

“Ve çevrenizdeki kişilerde hani sizi caydırmaya çalışan işte sen bunu yapmak zorunda mısın işte otur çocukların var işte ev hanımıydın niye başına iş açtın diyen kişiler bile sonrasında fikirleri bayağı değişti ve ben bir sürü kadına öncülük yaptım ayna oldum”



Yaş: 44
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 1 Çocuk
Lise
Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K6

“Ve kadınlarla bu şekilde halen de devam ediyor ama dediğim gibi daha sonra zorluklar çektim. Peste etmedim. Dediğim gibi okyanusta boğulmadım derede de boğulmak istemiyorum. O yüzden halen de devam ediyor. “

Girişimci Kadınların Kuruluş Sermayelerini Oluşturan Finansal Destek

Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların kuruluş sermayelerini oluşturan finansal destekler sorulduğunda; ortak bir nokta ortaya çıkmaktadır. Girişimci kadınların genellikle aile üyelerinden özellikle babalarından destek aldıkları görülmüştür.



Yaş: 44
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 1 Çocuk
Lise
Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K6

“Babam yardımcı oldu kredi çekti ilk o zaman”



Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul
Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K2

“Her anlamda eşim ve ailem de sonsuz destekçiler”



Yaş: 59
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans
Sektör: Ticaret, Emlak
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K24

“Çocuklarım dedi devlet memuru olmasın, kendi ayakları üstünde durmayı öğrensinler. Babam bize destek oldu”



Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Yüksek Lisans
Sektör: Ticaret
Mesleki Deneyim: 22 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

K23

“Vallahi bizim de hikayemiz hani çok renkli değil aslında. Hep çünkü aileden destek aldık”



Yaş: 42
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans
Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 5 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K27

“Burayı açarken hem ailemden hem eşimden destek aldım. Asla demeyeyim bankalara bulaşmamaya çalıştım. Desteklerle çevresel desteklerle burayı da açtık.”

Diğer yandan; kendi finansal birikimleri ile işlerini kuran girişimci kadınlar olduğu da görülmüştür.



Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans
Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K13

“15 yaşımdan itibaren ailemden hiç para almadım. Eşimden hiç para almadım. Kendi mağazamı da yine kendi birikimlerle açmıştım. Dikiş dikerdim işte bizim gençliğimizde şimdiki gençler çok şanslı aslında okumaları için ellerine, önlerine tüm imkân seriliyor bizde tam tersi aileler bir bakışı vardı bir an önce kız çocuğudur evlensin yuvasını kursun ve hayatta öyle başlasın devam etsin biz okumak için tırnaklarımızla kazıdık.”

K14

Yaş: 52
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Hazır Giyim
Mesleki Deneyim: 23 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Ben ailemden hiç destek almadan gittim eğitim kısmında dahi destek almadım. Tek şansın orada ablamın olmasıydı. Bir de şey biraz para birikmiştim çalıştığım dönemde.... Ha bu arada ailem varlıklı bir aileydi. Hiçbir zaman yeter ki bana engel olmasınlar diye hiçbir zaman destek istemedim”

K20

Yaş: 40
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Kendi birikimim ama benim o tarafa ayrı bir hikâye. Şöyle, benim, ben yıllarca dediği gibi profesyonel tarafta çalışıyorum ve birazda başarılı ve güzel gitti o süreç diyeyim”

Türkiye’de Kadınlar Neden Girişimci Olmalı?

Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların ‘Türkiye’de kadınlar neden girişimci olmalı?’ sorusuna verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde; kadınların erkeklere kıyasla daha fazla işi aynı anda yürütebildikleri-özellikle ev-iş hayatını dengeleme konusundaki performansları- kadınların daha detaylı düşündükleri ve kendi ayakları üzerinde durmaları gerektiği için girişimci olmaları düşüncesine ilişkin ortak görüşler vardır.

K14

Yaş: 52
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Hazır Giyim
Mesleki Deneyim: 23 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“yapar bence bütün işleri en güzel kadınlar yapar o yüzden biz girişimci olmalıyız yani niye olmayalım ki kesinlikle biz olmalıyız. Çünkü biz sadece iş olarak bakmıyoruz duygu, emek, saat, daha verimli çalışıyoruz kadınların çok daha fazla verimli çalıştığını düşünüyorum ben.”

K8

Yaş: 41
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Metal
Mesleki Deneyim: 19 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Kendi sektörümde girişimci kadınyla henüz karşılaşmadım. Kadın işverenlere özellikle üretim, makine. Kadınlar ya sekreter ya da asistan olarak ya da şey olarak yani muhasebe, finans tür pozisyonlarda çalışıyorlar. Yani olmasını çok isterim çok desteklerim. Çok artsın sayısı çok artsın zaman zaman bu konuda yalnızlık hissetmiyor muyum hissediyorum ama tabi profesyonel yaklaşımla bunu da dışarıya hissettirmemeye gayret ediyorum.”

K10

Yaş: 48
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 28 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Güçlü iş kadınlarının güçlü girişimcilerin sayılarının fazlaşmasına ben hep söylüyorum ve düşünüyorum bunu savunuyorum. Çünkü biz bakın şu anda hepimiz girişimciyiz, profesyonel yönetimci var aramızda ama baktığımız zaman hepimizin belli bir ivmesi var, emeği var. Biz eğer kadınlar ayaklarımızın üstünde iş insanları olarak girişimci olarak fazla sayıda daha fazla sayıda olursak hepimiz birbirimizden çok şey öğreniyoruz, görüyoruz, emek vererek ilerlersek, rol model olursak ki biz rol modeliz şu anda.”

K9

Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Ev işlerinde destek almalılar profesyonel destek almalılar ve iş hayatında olmalılar. Çünkü kadın bir ailenin yetişmesinde bir toplumun yetişmesinde ve var olmasında çok önemli bir etken olduğunu yani kişi olduğunu düşünüyorum erkeklerden daha farklı olarak. Zaten erkekler bu konuda yeri belli. Çalışan kadın çok daha vizyoner çocuk yetiştiriyor, çok daha ailesine katkı sağlıyor Vizyon açısından. Ailesinin ileriye gitmesi açısından daha kaliteli eğitimler alması açısından.”

K13

Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“sabırlı ve özveriler ve önyargılarına ben kadınların daima daha çok güvenmişimdir. Biraz bizim çalışma hayatında yumuşamaya ihtiyacımız var. Yumuşamadan kastım şu, anlayışlı olmaya ve bu acımasızca rekabetçi ortamda kadının eli değmeli ve bir kadın en başta bağımlı olarak yaşamamalı hiç kimseye karşı, maddi olarak. Bu kadını hem maddi olarak güçlendiriyor hem de manevi ve bilgi olarak güçlendiriyor en başta. Kendine güveni çok farklı oluyor”

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Kadınlar kesinlikle girişimci olmalı. Kendi sektörümden söyleyeyim. Çünkü kadın işe daha farklı boyutlardan bakabiliyor yaptığı işte çok daha farklı düşünebiliyor ve biz kadınlar bu topraklarda yetişmiş, doğmuş kadınlar olarak kesinlikle zorluklarla hayata tutunuyoruz. Yani bizim şansımız böyle zorluklarla ayakta durabilmemiz için bu çalışan kadın olsanız bile evdeki anne eş rolünüz hiçbir zaman değişmiyor.”

Girişimci Kadınların Girişimcilik ve İş Süreçlerinde Yaşadıkları Sorunlar

Odak grup görüşmelerindeki kadınların girişimcilik ve iş süreçlerinde yaşamış oldukları sorunlarda bazı ortak noktalar dikkat çekmektedir. Girişimci kadınlar özellikle yakın sosyal çevrelerinin akrabalarının ve arkadaşlarının girişimci kadınlara bakış açıları nedeniyle yaşadıkları zorlukları dile getirmişlerdir.



Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lise

Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

K1

“En basitinden bir işi bir erkek on defa batırsa da tekrardan aile desteği mutlaka olacak ama kadın bir defa batırdım mı onun şansı maalesef çok düşük tekrardan ona destek olabilme zaten şans yok”



Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul

Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K2

“Benim de diğer firmam önceki firmam kapandığı zaman işte böyle çevreden bir baskı gelmişti. İşte artık yeniden başlama hiç değmez vesaire beni çok yıldırma çalışanlar olmuştu.”



Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K9

“Kadınların iş hayatında sürekliliği konusunda aslında şüpheleri var. Bunu hani özel ortamlarda arkadaşlık ortamlarında paylaştığımız bu tarz konuları tartıştığımızda bunu söylüyor arkadaşlar.”



Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lise

Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

K1

“Yani kesinlikle kadın kimliğimiz etki ediyor. Bir erkek olsaydım bu süreçleri bu kadar zor yaşamazdım diye düşünüyorum.”



Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K15

“Biz yırtarak geçiyoruz oradan ve bunu erkeklerin kabul etmesi biraz zor oldu bizim devirde. Benim ölçeğimde iş yapan tek kadını. Aralarındaki tek kadın ama saygıyla bakıyorlar. Çünkü işimi yaparken kadın kimliğim geri plan da onlardan erkeklerden daha çok yorucu işte çalışabiliyorum.”



Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 3 Çocuk
Lisans

Sektör: Eczane
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K30

“Girişimcilik seminerlerinin bir tanesine gittik. O zaman gelen o da bayandı dedi ki işte biz dedi bayan girişimcilerde biraz cesaret eksikliği görüyoruz. Erkekler birazcık daha cesur. Yok dedim nereye erkekler daha cesur. Bu adamlar sabah kalktılar eşlerinin hazırladıkları sofrada kahvaltılarını yaptılar. Eşlerinin hazırladıkları gömlekleri giydiler, çıktılar gittiler, buraya geldiler. Ben kalktım 3 çocuğu doyurdum, kahvaltıyı ortada bıraktım, saçımı yarım yamalak toplayıp buraya geldim. Yani hani biz bir şeyler yapabilmek için diğer erkek çalışanların iki katına yakın bir performans göstermek zorundayız. Çünkü bir de bu yarımlik eksiklik duygusundan da hiç hoşlanmıyorum.”



Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul

Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K2

“Ne yazık ki şu anki Türkiye’de de kadına bakış açısı o. Yani kadının artık k’sinin geçtiği yerde sıkıntı var. Yani o kadın çok güçlü olabilir, finansal gücü olabilir, üretim gücü olabilir ama kadın. Ama kadın.”



Yaş: 40
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

K20

“O yüzden benim önce birinci kural her şey olurdu böyle hani beni kabul ediyorsanız benim ben olacaksam ben istediğim saatlerde çalışıyor olurum. Benim bu konuma karışılmayacak. Yani yeri geliyordu eski şirkette patronlarım arıyordu. Ay kuaförde misin canım sonra arayayım falan diye o kadar alıstırmıştım ki onları. Çünkü bir kadınla çalışıyorlar ve bende işime saygım gereği ne bileyim onları da önemsiyorum. Sporundan ödün vermem kuaföründen ödün vermem. Ben bir kadını çünkü bir erkek oluyor olsam daha farklı olabilir, daha kolay olabilir. Ben hayatımdan çok ciddi ödün veriyorum sonuçta işim için.”

K13

Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Ben kadınların birbirini kadınların en başta kendilerini geliştirmeleri gerekiyor. Girişimcilikte bazı sorunlardan bahsetti arkadaşlar işte desteklerd en bakın en başta devleti bırakın siz aile içinde desteği göremezsiniz. Kadın bir yere geldiyse eşine babasına abisine rağmen gelmiştir.. Arkasında bir büyük bir destekle gelmemiştir. Biraz sabır özveri ile ...”

K11

Yaş: 45
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Fikri ve Sınai Haklar
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Hani böyle çalışıyorsa işte bende bütçeye katkı koyuyorum diye genelde kadının da kendi kurduğu bir cümledir ve hiç sevmemişim kelimedir katkı kelimesi. Kadın katkı koymaz kadın da çalışır emeğini koyar maaşını alır evi geçindirir.”

Girişimci kadınların girişimcilik ve iş süreçlerinde özellikle ‘kadın’ oldukları için erkek aile üyelerinden destek aldıklarını da vurgulamıştır.

K3

Yaş: 31
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“İnşaat işleriyle babam ilgilendi işte yasal prosedürler vergi levhası vs. ticari kısımlarda eniştem devreye girdi yardımcı oldu. Olmasaydılar yapabilir miydik yine yapardık. Belki bir tık daha zorlanırdım ama bizim hayatımızdaki erkekler hayatımızı sadece bir tık kolaylaştırdı”

Diğer yandan; girişimci kadınların çalışma hayatında özellikle çalıştıkları sektör ve sosyal çevrenin baskısı nedeniyle sadece tanıdıklarının yanında ya da tanıdıklarına iş yaptıklarının altını çizmiştir.

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Sanayide iş yaptığım için çok hem kişisel hem bir kadın çalışan olarak tanımadığınız insanların yanında çalışamıyorsunuz. Bizim sektörümüz çok daha ağır. Herkesin yaşadığı sıkıntıları yaşadığımız zorlukları kadın olarak var. O yüzden ben hep tanıdıklarının işlerini yaptım.”

K29

Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Ama işe başlayacağım fakat bu sefer şey toplum baskısı aile baskısı kimin yanında çalışacaksın. Bir erkeğin yanında bir bayan yok ki senin bir rol modelin yok. Onun yanında çalışacaksınız öyle birisi yok. Ne yapıyorsun bu sefer güvenilir bir insan arıyorsunuz işte ailenize söz seni araya koyarak birisinin ileri alıyorum. Yani önümü alarak bir işe girme anlamında.”

K14

Yaş: 51
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Hazır Giyim
Mesleki Deneyim: 23 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Gaziantep’te kadın olmak ekstra bir zor. Bizim sektörde çok kadın yok yani. Hele işletme sahibi hiç yok gibi bir şey. Kurumsallaşmış büyük firmaların dışında işletme KOBİ olarak ve konfeksiyon imalat sektöründe çok rastlanır bir durum değil bu”

Odak grup görüşmelerinde katılımcıların özellikle finansal kaynağa ihtiyaçları olduğunda kredi çekmek için bankaya gittiklerindeki deneyimleri ortak bir noktada kesişmektedir. Girişimci kadınlar sadece ‘kadın’ oldukları için farklı davranıldığına inandıkları bireysel deneyimlerini paylaşmıştır.

K6

Yaş: 44
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 1 Çocuk
Lise

Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“ben senin yerinde olsaydım zaten ben senin yerinde olsaydım kelimesinden oldum olası hep nefret etmişimdir..... bankalara gittiğim zaman inanın bankalarda herhangi hiçbir borcum olmamasına rağmen puanım yüksek olmasına rağmen benden direkt ipotek ama neyin ipoteğini getireceğim....bir çalışanım vardı erkek eleman onunla gittiğim zaman çok farklı bir davranış şekillerini gördüm ama tek başım gittiğimde sanki yokmuşum gibi o hep zoruma gitti yani sonuçta benim bir firmam var bu sigortayı ben ödüyorum vergiyi ben ödüyorum ama gel gelelim bu çok zorlukları çektim.”

K3

Yaş: 31
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“Bankaya gidince muhatap alınamamak kadının aslında onlardaki profili kadın olarak muhatap olarak görünememek ayrımcılık zaten var”

K7

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Döviz
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Hani bankaya gittiğimiz zaman şimdi bir kadına bakışları çok daha farklı bence. Bunu hissediyorum yani. Daha ikinci planda tutuyorlar kadının talebini. Erkek gittiği zaman bütün öz kaynakları neyse ilerleme yolunda daha öndeler gibi hissediyorum ben bankalarda”

Diğer yandan; özellikle bir katılımcının girişimcilik sürecinde yaşadığı sorunlardan yola çıkarak vurgulamış olduğu kadınların temsiliyet sorununa dikkat çekerek kadınların yaşadıkları sorunların temeline temsiliyet sorununun olduğunun altını çizmiştir.

K29

Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Fakat bizim en büyük sıkıntımız ne biliyor musunuz? Tamam ailemizi geçindirmek için bunu yaparız. Aç dururuz çocuklarımızı ailemizi geçindiririz fakat biz temsilde temsilde bizim sıkıntımız var. Yani biz her şeyi ekonomik gücümüz var her şeyimiz var fakat biz temsilde sıkıntı çekiyoruz. Herhangi bir kurumun herhangi bir şeyin başında kadın yok. Bizim sıkıntılarımız..”

Girişimci Kadınların Bir Girişimci Olarak Hissettikleri

Odak grup görüşmelerinde girişimci kadınların bireysel deneyimlerinden yola çıkarak bir girişimci olarak ne hissettikleri sorulduğunda; girişimci kadınların büyük çoğunluğunun kendini güçlü hissettiği görülmüştür.

K4

Yaş: 28
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Ön Lisans

Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 8 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

“ayakta kalabildiğimiz için mutluyum ve güçlü hissediyorum”

K3

Yaş: 31
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“Çok güçlü hissediyorum”

K29

Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Harika hissediyorum şu anda başım dik o kadar güzel imkânlarım var.”

Diğer yandan; katılımcıların bir kısmı da yorgun olduğunun altını çizerek buna karşın yine de kendilerini çok güçlü hissettiklerini vurgulamıştır.

K1

Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lise

Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“yorgun ama yine de güçlü. Hem yılların vermiş olduğu bir yorgunluk var ama kendimi çok güçlü hissettiğim zamanlarda oluyor”

K19

Yaş: 39
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Eğitim
Mesleki Deneyim: 15 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Yeri geliyor tabii ki motivasyonunuz dibe vuruyor. Yeri geliyor tabii ki kaygılar sarıyor hepimizi. Çözümler üretmeye çalışıyoruz. Sorunları çözmeye çalışıyoruz ama yeri geliyor evet öyle şeyler oluyor ki çok motivasyonunuz yükseliyor. Evet yürüyeceğiz diyorsunuz ama o kaygı biter mi? Belki bitmemeli hiç. Belki o bizi aslında motive eden şey bir yandan da”

K6

Yaş: 44
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 1 Çocuk
Lise

Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Gerçekten çok yorgunum. Güçlüyüm ama yoruldum şöyle yoruldum. Aslında engebeli olan her şeyi aşip en zor durumda çıkıp daha tam rahat edeceğimiz anda yürümek tıkanmak zoruma giden de bu benim.”

Odak grup görüşmelerinde katılımcıların duygularını ifade ederken kullandığı diğer kelimeler ‘mutlu’ ve ‘gururlu’dur.

K10

Yaş: 48
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 28 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Türkiye’de o şirkette o zaman baktığımızda sekizinci genç girişimci projesinden olan bendim Bursa’dan. Bu beni çok gururlandırıyor gurur duyarak anlatıyorum her zaman”

K13

Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Şu anda çok mutluyum yani 50 yaş üstünü çok sevdim. Müthiş bir özgürlük verdi bana ya da çok zorlu bir hayatta çalıştığım için belki de.”

K24

Yaş: 59
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Ticaret, Emlak
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Ben girişimci olduğum içinde çok mutluyum. Bütün işlerimi planladığım gibi yapabildiğim için mutluyum”

K26

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lise

Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

“Yeni fabrika yaptırıyoruz. Orada hem üretim kapasite artırma yapacağız inşallah. Yaptıklarımın farkındayım ve bu beni mutlu ediyor”

K28

Yaş: 37
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Ticaret, İşletme
Mesleki Deneyim: 16 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Türkiye şartlarında şu anda zor iki mesleği de yapıyoruz ama mutluyum huzurluyum...”

K25

Yaş: 31
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Ticaret
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

“Çok mutluyum çünkü saatlerimi kendim belirleyebiliyorum ama yine de çocuklu anne olmak yani anne olmak daha doğrusu ve kadın olmak Türkiye’de maalesef çoğu bakımdan insanı yoruyor ve zorluyor ki şunu da söylemek istiyorum ne olursa olsun anne olmak bence iş hayatında bir farklı bir duruma getiriyor insanı.”

Girişimci Kadınların Ev-İş Yaşamı

Odak grup görüşmelerinde girişimci kadınların aile ve iş yaşamındaki sorumluluklarına ilişkin dikkat çeken farklılıklar girişimci kadınların medeni durumları ve çocuklarının yaşları ile ilgilidir. Özellikle çocukları küçük yaşta olan girişimci kadınlar çocuğu büyük olan girişimci kadınlara kıyasla daha fazla sorun yaşadıklarını vurgulamıştır.

K22

Yaş: 45
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lise

Sektör: Mobilya Üretim
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

“...ilk başlarda çalışmaya başladığım zamanlarda çok zorlandım. Çocuğum küçüktü ve iş hayatımızda çok ağır bir sektör”

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Ben iki çocuğumun da kreş yılına kadar 2 2 buçuk yılına kadar evden home ofis çalıştım. Çünkü çocuklarımı kendi bebeklik dönemini büyütmek istiyordum”

K7

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Döviz
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“tabi çocuklar küçük olduğu zaman aktif iş yaşamından geriye çekilen kadınlardan biriyim ve bunun çok kötü dezavantajını yaşadım sonraki dönemlerde. Çünkü en üretken olduğunuz o dönem de yoksunuz. Yani bir şekilde bu hani erkeğin gündeminde olan bir şey değil. Siz annesiniz. Çocuğunuza da çok kıyamıyorsunuz daha da gençtiniz bilemiyorum şimdiki aklım olsa tabi öyle yapmam ama. Daha sonra şimdi çocuklarım çok büyüdü ama 3 2 erkek bir de eşim 3 erkeğin arasında kendi işimizi yapıyoruz.”

Diğer yandan; girişimci kadınların aile ve iş yaşamına ilişkin sorumlulukları nedeniyle zorlandıkları ve bunun da girişimci kadınların kendilerini 'eksik' ya da 'yetersiz' hissetmelerine neden olduğu görülmüştür.



Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 3 Çocuk
Lisans
Sektör: Eczane
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K30

"İşe gidiyorum işim yarım eve geliyorum evim yarım. Bu eksiklik ve yarımlik duygusunu çok fazla hissettim. Yani gerçekten zorlandığımız çok fazla dönem oldu..."



Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans
Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

K29

"pandemi döneminde eve kapandığımızda evde yemek yapmaya başladım ve çocuklar bana şey söyledi ya yaşasın her gün ziyafet çekiyoruz annem yemek yapıyor. Yani buna aslında o zaman o kadar üzülüm ki çocukların buna ihtiyacı var demek ki anneyi evde görmek istiyorlar çünkü çocuklar içinde öyle. Anne biraz daha amaç evde o yemek yapan etrafı toplayan derleyen toplayan kısım. Ama babaya bu genelde söylenmiyor"

Odak grup görüşmelerinde çok az sayıda girişimci kadın eşlerinin özellikle ev işlerinde onlara destek olduğunu belirtmiştir.



Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul
Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K2

"Eşim ama yardımcı oluyo....ama kendime ayırdığım vakit kızım uykuyu uyuduktan sonra evet kendime özel vakti ayırıyorum saat 10'dan sonra benim vaktim"



Yaş: 35
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans
Sektör: Gıda
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K17

"Şöyle benim eşim çok destek oldu. Hani hem bu işi kurmada çok destek oldu hem de her konuda yani yardımcı olmaya çalışıyor ama onunda çok yoğun bir çalışma programı var. Mesela takıldığım konularda babam destek oluyor annem oluyor"



Yaş: 31
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans
Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

K3

"eşim destek oluyor.... Çamaşır varsa asmakta yardım ediyor"



Yaş: 32
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Yüksek Lisans
Sektör: Tekstil, Organizasyon
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K21

"Ev işleri noktasında da eşimde zaten akşam evde yemek olsun veya işte her yer çok temiz olacak şeklinde bir yaklaşım olmadığı için Yemeksepeti sağ olsun diyorum. İyi ki var. O konuda da çok sıkıntı çektiğimi düşünüyorum"

Girişimci kadınların kendilerine gün içinde ayırdıkları zamanın süresi sorulduğunda; genellikle kadınların akşam saat 10'dan sonra vakit ayırdıkları ve bu zaman diliminin de ortalama 1 saat olduğunu belirtmiştir.



Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lise
Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

K1

"1-2 saat mutlaka ayırıyorum. Saat 10'dan sonra da tamamıyla hani derler ya keyfimin kahyası şeklinde artık keyfime bakmaya çalışıyorum o şekilde"



Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans
Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

K29

"Günde bir saat kendime ayırıyorum. Yoksa bu tempoyu kaldıramam. Yani o kendime vakit ayıramazsam bu tempoyu kaldıramam."



Yaş: 28
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Ön Lisans
Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 8 yıl
Firma Büyüklüğü: Büyük Ölçekli

K4

"Eğer 10'dan sonra kimse yorgunluktan bayılıp yatmamışsa zaman ayırabiliyoruz 1 saat 2 saat 3 saat. Yani benim kendime zaman ayırmam gün içerisinde çocuk okuldayken iş yerinde personel sıkıntım yokken. Arkadaşlarımla görüşme işte bir yerlerde oturma bir yere gitme ya da misafir ağırlama."

Ev ve iş yaşamına ilişkin sorumluluklarda az sayıda girişimci kadının ev işleri konusunda dışardan destek alarak kendilerine vakit ayırabildikleri görülmüştür.

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Temizlik çamaşır ütü ve yemeği destek alıyorum kadından. Ama gün içinde kendime zaman eğer yarım saat telefonumu sessize alıp bir kahve içtiysem büyük bir lüks ve de ruhumu çok besliyor. Yürüyüş yapmaya çalışıyorum haftanın belirli günleri sabah erken saatte.”

Odak grup görüşmelerinde girişimci kadınlar eşlerinin desteklerinin yetersiz olduğunu hatta eşlerinin destek sağlamadığını vurgulamıştır.

K13

Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Eşimin desteği şöyle oldu. Evin hiçbir şeyi aksatmadığı müddetçe çalışabilirsin dedi. Eh hani çalışma demiyorum ama önce tabii bir çalışma dönemi de oldu çalışma çalışma diye hala da sorsanız çalışma der”

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“İki çocuğumu işte birisi 10 birisi 6 yaşında ayrıldım ve hani kendim büyütüyorum artık ama hani evliyken bana işlerimde destek oldu mu ev işlerinde evin düzenini sağlama anlamında aksine köstek hani bence birçok kadın bunu yaşıyor. Eşi destek olabiliyorsa çok şanslılar.”

K7

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Döviz
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“evde işleri hani eşimden de beklemeden evdeki işleri kadına yaptırtıyorum çok şükür bunu yapabilecek durumum söz konusu olduğu için. Ama aldığım parayı olduğu gibi bir çalışana bile versem bile kendi verimliliğim kendime zaman ayırma kısmını mutlaka yaparım.”

Girişimci kadınların birçoğu aile yaşamı ve iş yaşamına ilişkin planlamayı yaparken tecrübelerine dayanarak doğru bir zaman planlaması yaptıklarını belirterek kendilerine vakit ayırabildiklerini vurgulamıştır.

K10

Yaş: 48
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 28 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Zaman planlaması yaptığımı düşünüyorum. Şöyle ki çok yoğun bir tempoda çok sosyal ve çok iş hayatı çok yoğun çocukla ama ben her zaman şunu diyorum kendimize zaman ayırdığınız zaman Nihayet arkadaşımın söylediği gibi kendimizi iyi hissediyoruz. Konfor alanı yaratıyoruz kendimize”

K28

Yaş: 37
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Ticaret, İşletme
Mesleki Deneyim: 16 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Planlı bir insanım. Çok daha yani burada olmama rağmen arkadaşlarım ile çok geziyorsun nasıl yetişiyorsun diyor. Yani yapıyorum yapmaya çalışıyorum. Belki bir yetenek mi diyeyim ya da planlı olmak mı diyeyim”

Girişimci kadınların odak grup görüşmelerinde özellikle ev ve iş yaşamındaki sorumlulukların arasında kendilerine ait özel bir zaman ayırmanın her zaman mümkün olmadığı vurgulanmıştır.

K7

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Döviz
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“yani kadınlar belki kendini çok fazla tüketiyor girişimci olduğu zaman çünkü. Kendine ayırdığı zaman çok daha az kalıyor. Daha hem evde anne kimliği hem anne şapkasıyla da yerde olduğu için ya da işte o aileyi çekip çeviren bir kadın olduğu için çok daha çok programları olmalı”

K13

Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Fabrika çok yoğun geçiyor. Akşam 6’ya kadar kendimle ilgili belki çocuklarımla bir telefon görüşmesi belki eşimle ya da arkadaşlarım da telefon görüşmesi işte. Akşamları çok kısa bazen Twitter’a Instagram’a girebiliyorum. Günler oluyor girmedim de oluyor. İşte kanun dersleri alıyorum o çok hoşuma gidiyor. Arada bir saat onu çalabilirsem iyi hissediyorum kendimi. Genelde de zaten geç yatarım bir buçuk 2 gibi yatarım. Yemek yap ertesi gününe hazırla mutlaka biraz ütüm oluyor. Böyle koşturma”

K20

Yaş: 40
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“kendim ayırmıyorum da işimin arasına sıkıştırdığım anlar diyeyim. Özel bir vakit ayırmıyorum bunlar için ve işimin arasına sıkıştırdığım bir vakit yani sporumu bile akşam 8’e alıyorum mesela iste 8’e kadar işte 6’ya kadar arkadaşlar 6’da çıkıyor ben 8’e kadar işimi toparlayıp 8’de sporuma gidiyorum gibi.”

K29

Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Şöyle söyleyeyim zaman ayırma konusunda aileye zaman ayırma konusunda kendimle ilgili olarak söyleyim veya günde 10 saat çalışıyorum. 10 saat çalışıyorum. Aileye zamanla kendi iş olarak eve iş 3 saat ayırıyorum. Ailemle oturacağım akşam saat sadece 3 saat ayırıyoruz ama çok fazla cumartesi çalışıyoruz pazar günü kalıyor.... ayırmıyoruz aslında kendimize çok vakit ayırmıyoruz aslında ayırmak istiyoruz gerçekte”

K1

Yaş: 43
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lise

Sektör: Kişisel Bakım, Kozmetik
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“Şimdi bizim işimiz kendi işimizin patronu olduğumuz için mesela ben sabahleyin yemeğimi yaparken bir yandan telefon görüşmelerimi yapıyorum”

Bir katılımcı ise doğum izninde olması gereken bir zaman diliminde işini bırakamadığı için yaşadıklarını şu şekilde aktarmıştır.

K28

Yaş: 37
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Ticaret, İşletme
Mesleki Deneyim: 16 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“İşte doğum yaptım hatırlıyorum. İlk oğlumdan sonra sezaryenle doğmuştu. Yerde oturdum işte muhasebe notlarını giriyorum oraya şirket arıyorum en son kalktığımda tansiyonum düşmüştü”

Bekâr girişimci kadınların aile ve iş yaşamı dengesinde çok daha rahat oldukları ve de kendilerini ‘özgür’ olarak tanımladıkları görülmüştür.

K8

Yaş: 41
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Metal
Mesleki Deneyim: 19 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Evli değilim çocuğum yok. O nedenle sorunla karşılaşmıyorum çok özgürce yaşıyorum ben hayatı.”

K24

Yaş: 59
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Ticaret, Emlak
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“İşimle ailemle aramda herhangi bir engel oluşturmamak için onu plan yapıyorum. Su saatte şunu yapmalıyım bu saatte bunu yapmalıyım. Buna da bu kadar zaman ayırmalıyım diye. O yüzden çok sıkıntı da yaşamıyorum artık bekar olduğum için ev sorumluluğum çok fazla yok.”

Girişimci Kadınların Geleceğe Dair Plan ve Hedefleri

Odak grup görüşmelerinde girişimci kadınların geleceğe dair plan ve hedeflerinde özellikle toplumdaki diğer kadınlara rol model olmak amacıyla çeşitli etkinliklerde örneğin eğitim vermek vb. yer alacakları vurgulanmıştır.

K29

Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Gelecekteki kendime özel hedeflerim arasında evet kendime daha çok vakit ayırmak ama topluma faydalı işler yapmak konusunda da bazı hedeflerim var. Onun için de böyle ufak ufak adımlar atmaya başlıyorum. Topluma faydalı ve çocuklara faydalı işler yapma konusunda bir hedefim var.”

K10

Yaş: 48
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 28 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Çalışmaya da aynı şekilde devam edeceğim. Benim farklı alanlarda yine kişi bazlı hizmet etmek sektörü sektör olarak demiyorum yani kişilere yardım değil bu tamamen onlara dokunmak iyi hale getirmek rol model olmak çalışmaları içerisinde hep o şekilde ilerlemek istiyorum”

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Gençlerle çalıştığım için genç nesile bir sonraki adımını planlamasını öğretmek istiyorum. Benim mesleğimle ilgili hayallerinin olmasını öğretmek istiyorum. Çünkü onların hayalleri beni yukarı taşıyor.”

Covid-19 Pandemi Sürecinin Girişimci Kadınlar Üzerindeki Etkisi

Odak grup görüşmesine katılan katılımcılar dijitalin yeni anlayış olduğunu dijital dünyaya adapte olmaya çalıştıklarını bu süreçte çalışanlarının sorumluluklarını daha fazla hissetmeye başladıklarını ekonomik anlamda ayakta kalabilmek için gayret ettiklerini ve aynı zamanda sosyal izolasyon kapanma gibi faktörlerin etkisi ile kendilerini bu dönemde geliştirebilmek için de bir fırsat elde ettiklerini belirtmişlerdir.

Ayrıca bu dönemde girişimci kadın olmak ve aynı zamanda anne olmak, çocuk sahibi olmak gibi diğer rollerine de uyum sağlayabilmek için çaba sarfettiklerini de ifade etmişlerdir.



Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul

Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K2

“Yani benim daha önce çalıştığım sektörde olmuş olsaydı bu Covid-19 ciddi etkileyecekti eğitim sektöründeydim okul öncesi bir eğitimde yine koordinatörlük yapıyordum ama ayrılmıştım oradan biz şimdi işte sizde hikâyeyi bildiğiniz için tekrara geçmeyeyim biz aslında üretimin durduğu o covid-19 pandemisinin başladığı dönemde zaten biz başladık. Üretimin de durduğu yerde biz üretime geçtik. Evlerde ürettik. Yani üretmenin illa sahada olması gerekmiyor çünkü bizim amacımız kadınların evde üretmesi güzelleşmesi kendini özgüvenini kazanabilmesi. Az da olsa bir kazanç gelir edebilseydi. Ama tabiki zorlandık çünkü derneğimiz kapalıydı.”



Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K9

“Aslında ben biraz yaşımda gereği bizim nesil gereği biraz teknoloji özürlüydüm hala çok iyi olduğum söylenemez ve gelişmeye açık bir yönüm açıkçası. Pandemi sürecinde malum bu toplantıları ve görüşmeleri dijital yapma yönünde aslında kendimizi geliştirmiş olduk bu alanda. Ve yaptığım işi dijital ortamda da yapabildiğimi gördüm. Pandemide. Çünkü illa yüz yüze görüşmeye gitmeye gerek kalmadan aslında dijital ortamda toplantılarla bunu yapabildiğini gördüm işim adına ve bu konuda geliştirdim.”



Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Döviz
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

K7

“Pandemide kendimize döndük. Kendimizi geliştirdik. işte. Online ortamlarda toplantılar yaptık. Tabii ki bunlar güzeldi ama benim sektörüm için en olumsuz etkilenenlerden birisi benim. Çünkü AVM’de mağazalarım var. Kapalı çarşı ortamlarında mağazalarım var direkt kapatıldık. Yani hiçbir şekilde para kazanma imkânımız olmadı. Bu noktada çok ağır geçirdik. Bizde bu dönemde personelimizi bol bol eğittik”



Yaş: 48
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 28 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

K10

“Bu süreçte aslında hiç kimsenin dünyada hiç kimse hayal etmediği düşünmediği bir krizin içine girdik. Bu bile sağlık açısından olduğu için gerçekten hiçbirimiz hiçbir şey bilmiyorduk. Evde evlere kapandık o süreçte hem anne şapkası hem de iş insanı şapkamızı yürütmek bir süre zarfında o şekil de çalıştık.”



Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Porselen - Seramik
Mesleki Deneyim: 1 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K16

“Ben pandemi süreci bizi nasıl etki etti diyemeyeceğim çünkü biz zaten pandemi ile başladık işe. Bir yıllık bir işletmeyiz demiştik. Şöyle insanlar tabi ki bizi çok etkiliyor pandemi. Atölyeye gelmek istemiyorlar. Kurs anlamında kursiyer bulmak adına zorlanıyoruz. Bu konuda bayağı sıkıntı yaşadık. Aslında tam da bu dönemde ihtiyaç duyulan bir şey.”



Yaş: 32
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Yüksek Lisans

Sektör: Tekstil, Organizasyon
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

K21

“İnsanlar bir organizasyon yapamadılar dolayısıyla bu kıyafetleri giyecek ortamları olmadı. Bu süreçte hem üretim yaptırma aşamasından hem de aslında müşteri bulma konusunda çok sıkıntı çektik yani durdu aslında işler..... yasakların kalkmasıyla tekrar organizasyonlar birliktelikler. Aile içinde olmaya başladıkça siparişleriniz önce yavaştan sonrasında normal seyrine doğru artmaya başladı. Pandemi bu yüzden aslında bu tarz sektörleri çok fazla etkilemiş oldu”

K31

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Ön Lisans

Sektör: Eğitim
Mesleki Deneyim: 16 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Ekonomik anlamda çok büyük sıkıntılar yaşadık. Kapalı kaldık ve destek alamadık yani bu dönem bizler için hiç iyi olmadı maddi manevi”

K29

Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Muhasebe, Sigorta
Mesleki Deneyim: 32 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Bizimle ilgili hiçbir öteleme olmadı biz işimize gitmek zorunda kaldık. Yani eve taşıma gibi bir şansımız olmadı evrakları. Şirketten alıp havalandırma gibi kendimiz çareler üretmeye çalıştık. Evrakları alıp balkonlarda belli yerlerde havalandırdık. Yazma sürecine girdik personellerle beraber o kadar zor bir süreç atlattık ki hala çok dikkat ediyoruz”

K2

Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul

Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Dijitali seviyor muyum hayır sevmiyorum ama kesinlikle buna alışmak zorundayız çünkü yeni dünya düzeni bu. Ve bununla ayakta durmaya da çalışacağız.”

Girişimci Kadınların Teknik Eğitim İhtiyaçlarına İlişkin Algıları

Odak grup görüşmesinin 3. sorusunda katılımcılara aşağıda belirtilen teknik eğitim başlıkları verilmiş bu başlıklardan hangilerini öncelikli gördükleri ve nedenlerini belirtmeleri istenmiştir.

- Pazarlama Markalaşma
- İş Geliştirme Satış
- Dijitalleşme
- Finans Nakit Akış Yönetimi
- Kurumsallaşma ve İnsan Kaynakları, Yöneticilik
- Üretim ve Üretim Teknikleri
- Kalite ve Süreç İyileştirme Süreç Geliştirme
- Dış Ticaret
- Tedarik Yönetimi
- E-Ticaret
- Hibe ve Teşvikler
- Diğer Mevzuat Konuları ile İlgili Eğitim İhtiyaçları
- Diğer

K2

Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Ortaokul

Sektör: Oyuncak Üretim
Mesleki Deneyim: 2 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Kesinlikle e-ticaret yine dediğim gibi dijital ortamlar artık dijital bir yaşam söz konusu olduğu için biz mağazayı açtık ama mağazaya müşteri beklemiyoruz artık. Çünkü kesinlikle e-ticareti çok önemli ve değerli buluyorum şu an onun üzerine bir çalışma yürütüyoruz. E-ticaret çok önemli ve o anlamda tabiki eğitim almak istiyoruz çünkü bilmediğimiz bir şey..... Bunun dışında pazarlama konusunda....”

K5

Yaş: 46
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 3 Çocuk
Lise

Sektör: Hizmet
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“....özellikle pandemiden kaynaklanan e-ticaret dijitalleşme bu bizim bütün hayatımızı etkileyecek ve bundan sonraki hayatımız süreç böyle devam edecek görünüyor. Bir de ben başka bir iş yapsam ihracat yapardım diye düşünüyorum. Bu 3 konu e-ticaret dijitalleşme ve ihracat benim almam gereken eğitimler”

K3

Yaş: 31
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Tekstil
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük/ Orta Ölçekli

“Kesinlikle e-ticaret. İşte örnek veriyorum Trendyol Moda Morpho N11 kesinlikle buralarda bir kayıt oluşturup pazar alanımı genişletmek isterdim.... Birincisi e-ticaret ikincisi kesinlikle üretim “

K9

Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Dijitalleşme aslında yine bu alanda gelişmeye devam etmemiz lazım. Çünkü ihtiyaçlar her geçen gün değişiyor. Buna olan ihtiyaçlar bir değişime uğruyor. Çünkü teknoloji sürekli değişiyor. Siz yerinizde durduğunuz aslında geriye gidiyorsunuz. Onun için bu alandaki gelişime devam etmemiz gerekiyor”

K9

Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Danışmanlık
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“.....hibeler ve fonlar Çünkü kaynaklar artık buraya ihtiyaçlar artık buraya gitmeye başladığı için bu yönde de kaynaklara ihtiyaçları oluyor”

K7

Yaş: 51
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Döviz
Mesleki Deneyim: 30 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Ciddi eğitimlere ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum bir perakendeci olarak. Finans yönetimi konusunda gerçekten girişimciyseniz işletmenin hem muhasebecisiniz işte hem finans müdürsünüz satın almacısınız hem markayı yönetmeniz gerekiyor. Bu pandemi sürecinde bu eğitimlerin büyük bir kısmını aldık ama ne kadar çok eksiklerimiz olduğunu gördük. Tabiki daha çok eksiklerimiz var. Bu noktada dijitalleşme konusunda şirketlere ciddi eğitimler verilmesi gerektiğine inanıyorum ben. Pazarlama konusunda da bu şekilde”

K8

Yaş: 41
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Metal
Mesleki Deneyim: 19 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Bizim sektörümüzde e-ticaret standart ürünler üretenler için çok aktif evet çok güzel. Ama bu süreçte en etkin yöntem çoğu kez de model patent girişimleri yapmak. Aynı zamanda inovatif ürünler üretmek. bu şekilde öne geçmek. Biz bütün enerjimizi bu yönde harcıyoruz.....İhtiyaç üretim üretim teknikleri konusunda bilgilenme”

K13

Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Kişi kendinden bilirmiş işi parayla aram hiçbir zaman iyi olmadı. Hiçbir zaman da değerlendirmeler yapmadım. Aslında keşke öyle bir eğitim olsa parayı nasıl kullanabilirsiniz. Kullanabilirsinizden kastım yatırım yaparsınız anlamında değil. Kendi kendinize bile tutumlu nasıl olabilirsiniz? Paranın en güzel değerlendirme yöntemleri nelerdir? O öğretilir....yani finans yönetimi nakit akış yönetimi”

K13

Yaş: 57
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Sağlık
Mesleki Deneyim: 37 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Gelişmekte olan bir ülkeyiz. Hibe ve teşvikler çok önemli. Aslında birçok konuda KOSGEB’in Devletin Ekonomi Bakanlığı’nın Ticaret Bakanlığı’nın destekleri var. Bunlar hakkında bilgiler verilmeli”

K14

Yaş: 51
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Hazır Giyim
Mesleki Deneyim: 23 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Nasıl sığdıracam bilmiyorum. Şimdi pazarlama markalaşma finans ne bileyim dış ticaret e-ticaret hepsinde bir dijitalleşme var. Bende aynen internetle sonradan tanışanlardanım...Kesinlikle dijitalleşme konusunda eğitim almamız gerekiyor.....Hibe ve teşviklerden bilgimiz olmuyor. Olamıyor çünkü yeterince yoğunuz. Ben işletme sahibiyim ve kendimde çalışıyorum kendi işletmemde.”

K16

Yaş: 53
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: Porselen - Seramik
Mesleki Deneyim: 1 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Er ya da gelecek bizde dijitalleşmeyi öğreneceğiz ama en büyük sıkıntı bizim nesilde bu diye düşünüyorum ve bu konuda yardım istiyoruz tabi ki”

K15

Yaş: 46
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: 2 Çocuk
Lisans

Sektör: İnşaat
Mesleki Deneyim: 21 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Kalite..... finans nakit akışı.....aynı zamanda mühendis kökenli olduğum için pazarlama ve markalaşma konusunda son yıllarda eksikim olduğunu ve bunun geliştirilmesi gerektiğini hissediyorum çünkü kendi şirketimi kurdum.....bir de tedarik yönetimi kurumsallaşma ve İK”

K17

Yaş: 35
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 1 Çocuk
Lisans

Sektör: Gıda
Mesleki Deneyim: 12 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Çok büyük bir eksiklerimden bir tanesi de finans. Finansal şeyi yapamıyorum. Yani kendim bunu yürütemiyorum. Çünkü niye dersiniz muhasebesel tarafı tam bilmiyorum. Bir ön muhasebeye bakan arkadaşımız var normal muhasebeye bakan arkadaşımız var ama kafamda oturtamıyorum..... ayrıca pazarlama ve markalaşma ile teşvikler...”

K20

Yaş: 40
Medeni Durum: Bekar
Çocuk: Yok
Yüksek Lisans

Sektör: Sigorta
Mesleki Deneyim: 20 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Kendi şirketimi kurduğum günden beri en çok geliştirmeye çalıştığım alan markalaşma...içinde girmiş olduğumuz çağ teknoloji çağı ve böyle hızlı akan bir çağ olduğu için uyum sağlamamız adına dijitalleşme için zaten çok önemli ve çabuk adapte olanlar öne çıkacak... ve finansı yönetmek. O para döngüsü çok özellikle benim işimde tamamen bir para yönetimi olduğunu düşünüyorum ve zaten benim işimin en baş şeyi belki o parayı doğru yönetebilmek...”

K19

Yaş: 39
Medeni Durum: Evli
Çocuk: Yok
Lisans

Sektör: Eğitim
Mesleki Deneyim: 15 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Muhasebe benim zorlandığım şey şu oldu. Benim işletme eğitim yok muhasebe eğitimim yok..... Nakit akış yönetimi finans muhasebe”

K21

Yaş: 32
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Yüksek Lisans

Sektör: Tekstil, Organizasyon
Mesleki Deneyim: 6 yıl
Firma Büyüklüğü: Küçük Ölçekli

“Pazarlama markalaşma iş geliştirme satış dijitalleşme hani bu tarz maddelerde açıkçası kolay ilerledik zorluk çekmedim..... tüm maddelere baktığımda üretim ve üretim teknikleri benim için büyük bir sorun..... maliyetlerimi azaltmam ve müşteriye daha hızlı dönüş yapabilmem için aslında konfeksiyon yani seri üretime geçiyor olmam...tedarik maliyet muhasebesi ve finans.... diğer öncelikli konular... Muhasebe konusunda maliyet konusunda ben de zayıfım.”

K23

Yaş: 54
Medeni Durum: Evli
Çocuk: 2 Çocuk
Yüksek Lisans

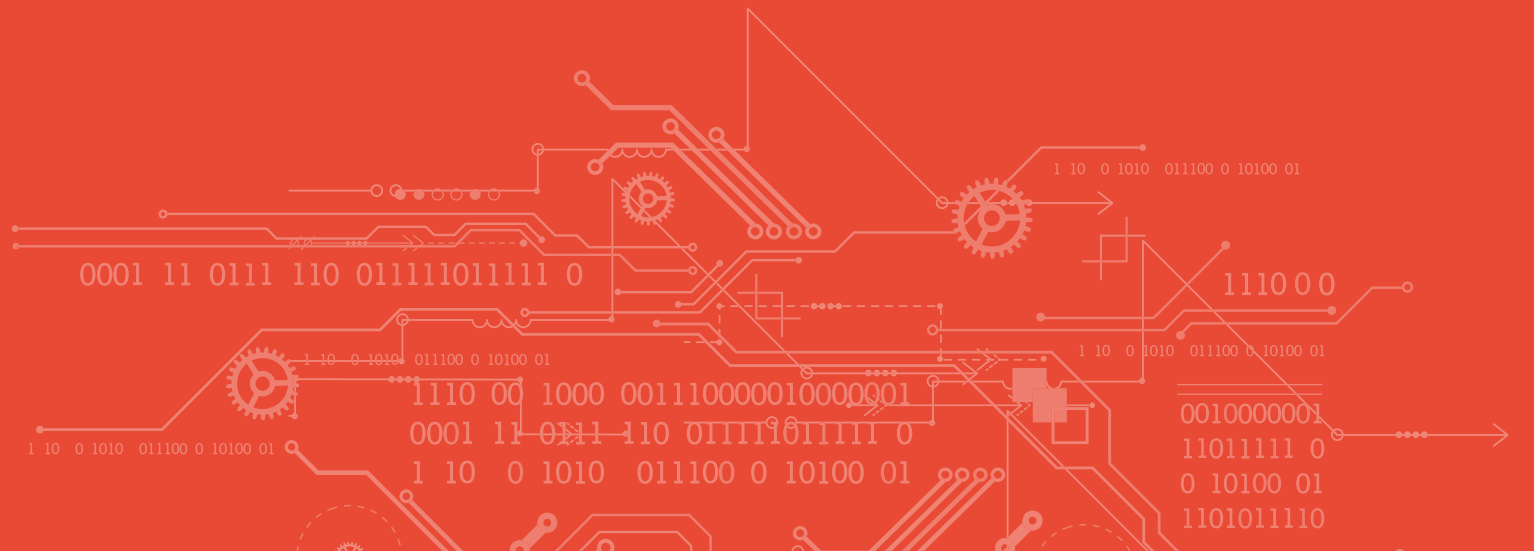
Sektör: Ticaret
Mesleki Deneyim: 22 yıl
Firma Büyüklüğü: Orta Ölçekli

“Pazarlama yaptığım için tabii ki pazarlama reklam finans ve nakit akışı dijitalleşme bunlar benim için çok önemli şeyler....E-ticaret de önemli...”

Dijitalleşme, e-ticaret pazarlama ve markalaşma, finans ve nakit akış yönetimi teknik eğitim ihtiyaç analizinde ilk sıralarda yer alan eğitim başlıkları olarak dikkati çekmektedir.



Sonuç 04



Sonuç

Girişimci kadınların girişimcilik ve iş süreçlerinde toplumsal cinsiyete dayalı karşılaştıkları problemlerinin ya da ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen yüz yüze görüşme ve odak grup görüşmelerinde toplam 532 girişimci kadına ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan girişimci kadınların toplumsal cinsiyete dayalı karşılaştığı en önemli sorun ev ve iş yaşamı dengesi alanında karşımıza çıkmaktadır. Girişimci kadınların yaşlarının, eğitim düzeylerinin ve medeni durumlarının girişimcilik ve iş süreçlerindeki deneyimlerine önemli bir etkisi olduğu görülmüştür.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%62,2** (311)'si evli ve **%57,6** (288)'sının çocuğu bulunmaktadır. Katılımcıların **%36,6** (183)'sı üniversite (lisans) mezunudur.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%24,4**'ü toptan-perakende ticaret, **%17,8**'i imalat sanayi ve **%9**'u konaklama ve yemek sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın sahibi; faaliyet gösterdikleri sektörde ortalama **13,5** yıldır çalışmaktadır. Katılımcıların **%39,2**'si İstanbul'da faaliyet gösteren bir firmaya sahiptir.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%54,8**'i çalışan sayısı 1-49 aralığında olan küçük ölçekli firma, **%22,6**'sı çalışan sayısı 5 ile 249 arasında olan orta ölçekli firma, **%11,6**'sı çalışan sayısı 250 ve üstü olan büyük ölçekli firma sahibidir.
- Girişimci kadınların girişimci olmalarını belirleyen en önemli faktörlerin "kendi kendilerinin patronu olmak", "meslek hayatlarında kendi kararlarını kendilerinin vermesi" ve "topluma faydalı olmak için" olduğu görülmüştür. Benzer biçimde; odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar "kendi ayakları üzerinde durmak" için girişimci olduklarını vurgulamıştır.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların, girişimcilik hikayelerindeki motivasyon faktörlerinin yüz yüze yapılan görüşmelerde yer alan 500 girişimci kadın ile benzer olduğu görülmektedir. Girişimci kadınların "kendi kendilerinin patronu olmak" ve "meslek hayatlarında kendilerinin karar vermesi" için girişimci oldukları görülmüştür.
- Girişimci kadınların girişimci olma nedenlerinin sahibi oldukları işletmelerin büyüklükleri bakımından farklılık gösterdiği görülmüştür. Start-up işletme sahibi kadınların çoğunluğunun kadınların da başarılı olabileceğini ailelerine ve topluma kanıtlamak için girişimci olduğu görülmüştür.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların yaşı girişimci olma nedenlerini belirleyen faktörlerden biridir. 46 ve üstü yaş grubundaki kadınların **%80,4**'ü çalışma hayatında emeklerinin karşılığını alamadığı için girişimci olduklarını bildirmiştir.
- Start-up işletme sahibi kadınların **%60**'ı üniversite mezunudur.

- Türkiye'de kadınların girişimci olmasını desteklediğini bildirenler katılımcıların **%73,8**'idir.
- "Türkiye'de kadınların girişimci olmasını destekliyorum" ifadesine katılmaya ilişkin ortalama değerler yaş arttıkça düşmektedir. 18 ile 30 yaş arasındaki kadınlar diğer yaş gruplarına kıyasla Türkiye'de kadınların girişimci olmasını daha fazla desteklemektedir.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların eğitim düzeyleri Türkiye'de sosyal kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaya elverişli olmadığına ilişkin görüşlerini belirlemektedir. Araştırmaya katılan ilkökul mezunu kadınlar diğer kadınlara kıyasla Türkiye'de sosyal, kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaya daha az elverişli olduğunu düşünmektedir. Benzer biçimde; Türkiye'de kadınların eğitim olanaklarına erişimlerine ilişkin ilkökul mezunu kadınların diğer kadınlara kıyasla daha olumsuz bir görüşe sahip oldukları görülmektedir. Örneğin; ilkökul mezunu girişimci kadınlar Türkiye'de kadınların erkeklere göre profesyonel yardım alabilecekleri kişilere ulaşmalarının oldukça sınırlı olduğunu düşünmektedir.
- Araştırmaya katılan 46 yaş ve üstü kadınlar diğer yaş grubundaki kadınlara kıyasla Türkiye'de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmalarının kadınların girişimci olmasına daha fazla engel olduğunu düşünmektedir.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların çoğunluğunun Türkiye'de kadınların girişimci olmalarına ilişkin hukuki sınırlılıkların olmadığı görüşünde oldukları görülmektedir. Buna karşın; ilkökul mezunu girişimci kadınlar diğer eğitim grubundaki kadınlara kıyasla Türkiye'de kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerektiği ifadesine daha fazla katılmaktadır. Diğer bir deyişle; ilkökul mezunu girişimci kadınlar, kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerektiğini düşünmektedir.
- Türkiye'de girişimciliğe ilişkin girişimci kadınların görüşleri değerlendirildiğinde; katılımcıların ortalama **%45**'i kadınların eğitim düzeylerinin ve eğitim olanaklarına erişimlerinin girişimci olmaları için engel teşkil etmediğini düşünmektedir.
- Girişimci kadınların **%46,8**'i Türkiye'de girişimci kadınların başarısının ev işlerindeki yükü nedeniyle azaldığını düşünmektedir. Benzer biçimde; katılımcıların **%41,2**'si Türkiye'de kadınların çocuk sahibi olmasının kadınların girişimci olmasını engellediği düşüncesindedir. Girişimci kadınların ortalama **%45**'inin ev-iş yaşamı dengesine ilişkin olumsuz bir görüşe sahip oldukları görülmüştür.
- Katılımcıların ev yaşamındaki toplumsal cinsiyete dayalı sorumluluklarının iş yaşamına olumsuz etki ettiğini düşünen girişimci kadınların ilkökul mezunu ve 18-30 yaş grubundaki katılımcılar olduğu görülmüştür.
- Katılımcıların **%48,8**'i bir girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici kadınları tercih etmektedir. Tedarik sürecinde erkeklerin üreticisi kadın olduğu ve onları tercih ettiğini düşünenler katılımcıların **%27,8**'ini oluşturmaktadır. Girişimci kadınların **%43,6**'sı tedarik sürecinde özellikle

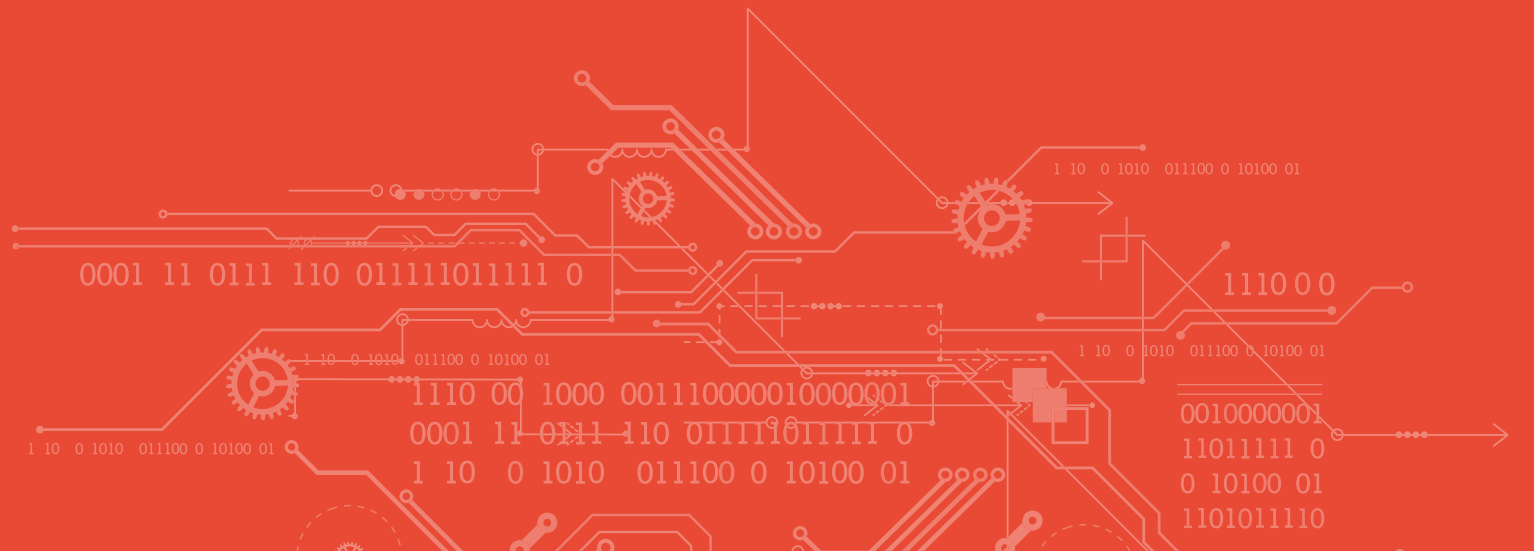
üretici erkekleri tercih etmediğini bildirmiştir. Katılımcıların **%50'si** tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir bulmaktadır.

- Araştırmaya katılan ilkokul mezunu ve 18-30 yaş aralığındaki girişimci kadınların diğer kadınlara oranla tedarik sürecinde daha çok üretici kadınları tercih ettikleri görülmüştür.
- Odak grup görüşmelerinde katılımcıların rol model olmak için de girişimci oldukları görülürken; benzer biçimde ileriye dönük hedefleri arasında da toplumda kadınları girişimci olmaları için teşvik eden sivil toplum kuruluşlarına katılmak ya da kadınların katılabilecekleri yerel eğitimler düzenlemek vardır.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların bir girişimci kadın olarak kendilerini ifade ederken; “yorgun”, “yorgun ama güçlü”, “mutlu” ve “gururlu” kelimelerine vurgu yaptıkları görülmüştür.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar finansal desteklerini genellikle babalarından aldıklarını belirtmiştir. Benzer biçimde; girişimci kadınlar aile üyelerinin baba kardeş ve eşlerinin manevi destek sağladıklarını da vurgulamıştır.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar iş yaşamında belli bir süre deneyim kazandıktan sonra mesleki deneyimlerine dayalı bilgi birikimlerini kullanarak kendi firmalarını kurduklarını vurgulamıştır.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar girişimcilik ve iş süreçlerinde yaşadıkları en önemli sorunun “toplumun bakış açısı” olduğunu vurgulamışlardır. Diğer yandan; birçok girişimci kadın erkelere kıyasla kredi çekmek için bankaya gittiklerinde daha fazla zorluklar ile karşılaştıklarının altını çizmiştir.
- Girişimci kadınların medeni durumu ve çocuklarının yaşı ev ve iş yaşamındaki deneyim ve sorunlarını belirlemektedir. Evli ve küçük yaşta çocuğu olan girişimci kadınlar ev ve iş yaşamındaki sorumluluklarından dolayı zorlandıklarını ve “eksik” hissettiklerini vurgulamıştır.
- Türk ekonomisinde girişimci kadın ekosisteminin büyümesi, girişimci kadınların aktif olarak farklı sektörlerde yer almaları ve ekonomiye katkılarının artması ülke ekonomisi için son derece kritik bir konudur.
- Türkiye'nin farklı bölgelerinde faaliyet gösteren girişimci kadınların geliştirilmesine yönelik stratejilerin oluşturulması ve eğitim programlarının artırılması; sosyal kültürel ve ekonomik faydaları da beraberinde getirecektir.
- Yeni normal olarak adlandırdığımız süreç, girişimci kadınların Türk ekonomisindeki konumlarının güçlenmesi için bir fırsat olarak değerlendirilebilir. İş hedeflerini gerçekleştirebilmek için eğitim-gelişim ihtiyacı hisseden girişimci kadınların pazarlama, markalaşma, iş geliştirme, satış, finans, nakit akış yönetimi, kurumsallaşma ve insan kaynakları yönetimi, üretim ve üretim teknikleri, kalite ve süreç yönetimi, dış ticaret- tedarik yönetimi, e-ticaret, hibe ve teşvikler mevzuat gibi teknik konularda kendilerini geliştirmeleri; bireysel gelişimleri, sektörel ekonomi ve ülke ekonomisi açısından kritiktir.

- Girişimci kadınlar girişimcilik faaliyetlerinde önemli zorluklar ile karşılaşmaktadırlar. Bu zorlukların giderilmesinin bir yolu; girişimci kadınların teknik gelişim ihtiyaçlarının bilimsel yöntemlerle belirlenmesi, eğitimlerin ihtiyaç analizi sonuçları doğrultusunda tasarlanması, yaygınlaştırılması ve rekabet güçlerinin artmasının desteklenmesi ile ülke ekonomisinde daha güçlü hale gelmelerinin zeminin oluşturulmasıdır.



Öneriler 05



Öneriler

Kadınların girişimci olma yaşı erkeklere kıyasla daha geçtir; erkekler genellikle 25-35 yaş aralığında girişimci olurken kadınlar 35-45 yaş aralığında girişimci olmaktadır. Araştırmaya katılan girişimci kadınların da ortalama yaşı 37,8'dir. Kadınların girişimci olmak için mesleki deneyimlerini kullandıkları görülmüştür. Bu kapsamda; kadınların iş yaşamında daha fazla yer alması onların deneyim elde ederek kendi işlerini kurmasını sağlamaktadır. Kadınların iş gücüne katılımı arttırıcı ve sürekliliğini sağlayıcı devlet desteğinin sağlanması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında girişimci kadınların iş ortamında toplumsal cinsiyete dayalı stereotipsel ayrımın önemine vurgu yaparak yaşadıkları sorunların temelini 'kadın' olmak olduğunu dile getirmiştir. Bu kapsamda; toplumda okul öncesi düzeyinden başlamak üzere toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin eğitim içeriklerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Toplumda girişimci kadınların sosyal kabulünün artırılması için girişimci kadınların daha fazla görünür olmaları sağlanmalıdır. Kitle iletişim araçlarında ve sosyal medya aracılığıyla girişimci kadınların hikayelerinin paylaşılarak toplumda diğer kadınlara 'rol model' oluşturulması gerekmektedir.

Girişimci kadınların ev-iş yaşamına ilişkin yaşadığı zorlukların diğer girişimci kadınlar ile paylaşılmasını sağlayan bir sosyal ağ kurulması girişimci kadınlar içinde bulundukları durumun 'bireysel' değil 'toplumsal' bir sorun olduğunun farkına varmaları sağlanabilmesi için önemlidir.

Girişimcilik süreçlerinin sürdürülebilir olması için girişimci kadınları destekleyen kurum ve kuruluşlar erişilebilir destek programları oluşturmalıdır.

Girişimci kadınların 'başarısızlık' ya da 'karşılaştıkları zorlukların' diğer girişimci kadınlar ile paylaşılmasını sağlayan bir sosyal ağ oluşturularak kadınların 'ortak'/'paylaşılan' bir durum ile karşı karşıya kaldıklarının farkına varması sağlanarak motive edilmelidir.

Girişimci kadınların kuruluş sermayelerinin finansal desteğinin çoğunlukla aile ya da bireysel birikim olduğu görülmüştür. Girişimcilik ekosisteminde kadın sayısının artmasının desteklenmesi için vergi indirim ya da bürokratik engellerin kaldırılması vb. devlet tarafından destekler önem teşkil etmektedir.

Eğitim Önerileri

1. Pazarlama ve Markalaşma

- Girişimci kadınların özellikle Covid-19 pandemi süreci sonrasında değişen müşteri deneyimi davranışları ile dijitalleşmenin etkileri de dikkate alındığında hem mevcut ürün hizmetlerinin hem de yeni ürün hizmetlerine ilişkin pazar analizleri, pazar araştırması, ürün yönetimi ile marka yönetimi konularına ilişkin başlıklarda eğitim almaları rekabet güçlerini artırma açısından yararlı olacaktır.
- Bu eğitimlere ilişkin öğretim tasarımları yapılırken eğitim içeriğinde geleneksel kanalların neler olduğu, nasıl kullanılacağı konuları aktarılırken aynı zamanda iş süreçlerinin ve müşteri deneyiminin de dijitalleştiği iş dünyasında dijital kanalların da neler olduğu bu kanalların hangi iş modelleri ile bütünsel olarak kullanılabileceği konuları eğitim içeriklerinde yer almalıdır.

- Markalaşma ve marka bilinci oluşturma bu eğitimler içerisinde önem verilmesi gereken ikinci bir konudur. Girişimci kadınlara marka, marka bilinci, markalaşmanın girişimcinin kurumsallaşması yönündeki etkilerinin iş başarısına yansımaları konularına bu eğitimlerde değinilmesinin yararlı olacağı değerlendirilmektedir.
- Bu eğitim ile girişimci kadınların şu alanlarda rekabet güçlerinin arttırılmasının desteklenmesi hedeflenmektedir.
 - Pazar araştırması marka yönetimi; markalaşma ve iş geliştirme konularında farkındalıklarının artması.
 - Sürdürülebilir ve sonuç odaklı pazarlama stratejilerinin belirlenmesi ve markalarını oluşturmaları açısından temel bilgilerin aktarılması.
 - Mevcut ürün hizmetleri ile yeni ürün hizmetlerinin fiyat, konum, doğru promosyon ve dağıtım stratejileri ile mevcut ve potansiyel müşterilere ulaştırılmasında karşılaştıkları zorlukların giderilmesi açısından kritik bilgi eksikliklerinin giderilmesi.
 - Girişimci kadınların pazarlama performans kabiliyetlerinin artmasının desteklenmesi açısından önemli olan geleneksel ve dijital pazarlama kanallarının neler olduğu konusunda farkındalıklarının artırılmasını desteklenmesi.

2. İş Geliştirme ve Satış

- Hızla dijitalleşen ve e-ticaretin etkisinin arttığı iş dünyasında girişimci kadınların, rekabet güçlerinin ve iş hedeflerine ulaşmalarında iş geliştirme ve satış süreçlerine ilişkin teknik becerilerinin artırılmasını desteklemek önemlidir.
- Araştırma bulguları ve odak grup görüşmeleri de dikkate alındığında; yeni normalde girişimci kadınların modern iş geliştirme ve iş modelleri konusunda bilgilendirilmesi, dijital kanallar başta olmak üzere yeni gelir kanalları oluşturabilmeleri için bilmeleri gereken satış teknikleri konusunda eğitimlerle desteklenmesi faydalı olacaktır.
- Bu eğitimlerde geleneksel iş geliştirme yöntemleri ve satış becerilerinin yanında dijital dönüşümün ortaya koyduğu yeni nesil iş modellerinin dijital satış kanal ve tekniklerinin girişimci kadınlara aktarılması bu eğitimlerin etkinliği açısından önemlidir.

3. Dijitalleşme

- Endüstri 4.0 ile birlikte daha sıklıkla duyar olduğumuz dijitalleşme; Covid-19 pandemi süreci ile birlikte hızla artan, iş yaşamımızın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Finanstan insan kaynaklarına, satın almadan pazarlamaya, müşteri ilişkileri yönetiminden üretime ve planlamaya kadar tüm iş süreçleri dijitalleşmektedir.
- Dijitalleşme ile birlikte müşteriye daha sürdürülebilir müşteri memnuniyeti ve deneyimi sunulmaktadır. Her sektörün ve işletmenin dijital olgunluk düzeyi farklıdır ancak dijitalleşme bilincinin oluşturulması ve girişimci kadınların dijitalleşmenin hakim olmaya başladığı iş dünyasında farkındalıklarının arttırılmasına destek olmak son derece önem arz etmektedir.
- Dijitalleşme eğitiminde ihtiyaçlara uygun olarak hem genel bir dijitalleşme eğitimi hem de daha spesifik sektörel örnekler ile çeşitlendirilmiş bir eğitim tavsiye edilmektedir. Eğitimde bir

yandan Endüstri 4.0 bilinci, dijitalleşmenin önemi ,dijitalleşmenin girişimci kadınların iş ve finansal performanslarına etkilerine değinilirken; aynı zamanda girişimci kadınların işlerini geliştirirken yararlanabilecekleri dijital teknolojiler, veri, veri güvenliği ve siber güvenlik gibi konuların da eklenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Dijitalleşme eğitiminde şu konulara değinilmesi yararlı olacaktır:

a. Endüstri 4.0, dijitalleşme, dijital dönüşüm kavramları ile ilgili katılımcıların bilgilendirilmesi.

b. Endüstri 4.0, ve yeni nesil teknolojilerin girişimci kadınların iş yapma şekillerini ürettikleri ürün ve hizmetlerin yapısını müşterilerine sundukları müşteri deneyimini nasıl değiştirdiğine nasıldönüştürüp etkilediğine ilişkin bilgilerin aktarılması.

c. Girişimci kadınların iş performansları, etkinlik ve yetkinlikleri açısından bilgi sahibi olmaları için faydalı olabilecek; yapay zeka, nesnelerin interneti, akıllı fabrikalar gibi teknolojilere ilişkin farkındalıklarının artması ve vizyonlarının gelişmesini desteklenmesi.

4. Finans ve Nakit Akış Yönetimi

- Araştırma bulguları ve odak grup görüşmeleri dikkate alındığında girişimci kadınlar için bir başka teknik eğitim ihtiyaç konusu finans ve nakit akış yönetimidir.
- Covid-19 pandemi süreci sonrası tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de yaşanan kapanma ve ekonomik zorluklar; girişimci kadınlar açısından da finans yönetimi ve nakit akışı planlamalarını gündemlerinin ilk sıralarına oturtmuştur.

Bu eğitim ile şu faydaların girişimci kadınlara aktarılması hedeflenebilir:

- a.** Finansal yönetimin temel prensipleri konusunda katılımcıların bilgilendirilmesi,
- b.** Mikro ve makroekonomik parametrelerdeki değişimler karşısında girişimci kadınların nakit akış yönetimini ne şekilde yapmaları gerektiğine ilişkin bilgi kural ve yöntemlerin paylaşılması.
- c.** Girişimci kadınların değişen mikro ve makroekonomik konjonktürde finansal risk yönetimini ne şekilde yapmaları gerektiğine ilişkin bilgi, beceri ve önerilerin sunulması.
- d.** Finans yönetimi konusunda yeterli bilgiye sahip olmayan girişimci kadınların bu yukarıda sayılan program tasarımı amaçları ötesinde işletme yönetiminde finansal yönetim bilincifarkındalığını içselleştirmelerine katkı sağlanması.

5. Kurumsallaşma ve İnsan Kaynakları Yönetimi

- Girişimci kadınlar açısından işlerini sürekli ve sürdürülebilir kılmanın ön koşulu; doğru bireyleri işe almaktır. İşe aldıkları bu bireylerden ve oluşturdukları takımlardan maksimum performans elde ederek işlerini kurumsal ve çevik hale getirmektir.
- Rekabetin yoğun olduğu maliyet ve verimlilik yönetiminin girişimcilik ekosistemi açısından son derece önemli olduğu bir dönemde yanlış bireyleri işe almak girişimci kadınlar için hem ekonomik hem de zaman maliyeti açısından olumsuz etkiler doğurabilecek bir unsurdur.

Bu eğitim ile girişimci kadınların şu alanlarda kendilerini geliştirmeleri hedeflenebilir:

- a.** İnsan kaynakları yönetimine ilişkin temel bilgi, beceri ve farkındalıkların kazandırılmasını desteklemek,
- b.** Kendi insan kaynaklarının seçiminde, eğitim ve gelişiminde performanslarının değerlendirilmesinde motivasyon ve çalışan memnuniyetinin bağlılığının sürdürülebilir kılınmasında kritik ve işlerine transfer edebilecekleri bilgilerin aktarılmasını desteklemek.
- c.** Yöneticilik ile ilgili temel bilgi becerilere ilişkin farkındalıklarının arttırılmasını desteklemek.
- d.** Kurumsallaşma kavramının önemi üzerinde durarak etkin yöneticilik, etkin insan kaynakları yönetimi becerilerinin sergilenmesinin; girişimci kadınların işletmelerinin performansına da kurumsallaşma yolculuğuna da etkisini gösteren boyutların neler olduğunu örnekler ile aktarmak.

6. Üretim ve Üretim Teknikleri

Üretim yapan girişimci kadınlara üretim ve üretim tekniklerine ilişkin bir eğitim planlamasının yapılması faydalı olacaktır.

- Otomasyondaki gelişmeler ve yeni nesil teknolojiler üretim planlama ve üretim süreçlerini de değiştirmektedir.
- Bu nedenle dijitalleşme ve hiper otomasyon ile birlikte değişen, yenilenen üretim tekniklerinin girişimci kadınlara aktarılmasını desteklemek; hem planlama hem üretim hem de genel olarak tedarik zinciri yönetimi süreçlerinin etkinliğini ve verimliliğini olumlu yönde etkileyecektir.

7. Kalite Süreç İyileştirme ve Süreç Geliştirme

- Girişimci kadınlar açısından; bir diğer kritik konu bütüncül bir kalite yönetiminin olmaması halinde bu durumun müşteri memnuniyeti ve satış performansı açısından olumsuz etkileridir.
- Girişimci kadınların işletmelerinde iş süreçlerinin yönetiminde görülen problemler; verimlilik azalışları, maliyet artışları, iş birimleri, departmanlar arasında iletişim, koordinasyon ve takım çalışması eksikliklerine neden olabilmektedir. Bu darboğazların orta ve uzun vadedeki yansımaları ise şirket performansının düşmesi ile sonuçlanabilmektedir.
- Araştırma bulguları ve odak grup görüşmesi değerlendirmeleri de girişimci kadınların kalite yönetimi, süreç yönetimi, süreç iyileştirme ve süreç yönetimi konularında bilgi ve becerilerinin artırılmasına yönelik gereksinin duydukları gözlemlenmiştir.

Bu eğitim ile girişimci kadınların şu alanlarda teknik bilgi ve becerilerini geliştirmeleri hedeflenebilir:

- a.** Kalite, kalite odaklılık, kalite yönetimi ve girişimci kadınların başarısı için kritik faktörlerin başında gelen süreç yönetimi ve süreç iyileştirme konularına ilişkin temel bilgi ve becerilerin katılımcılara aktarılmasının sağlanması.
- b.** Girişimci kadınların üretimde ve hizmet sunumunda kalite odaklı iş yapmalarının; müşteri memnuniyeti, ürün-hizmet kalitesi, maliyet optimizasyonu, işletme organizasyonu içerisinde yer alan departmanlar arası etkin koordinasyon başta olmak üzere işletme performansı açısından önemini örnekler ile katılımcılar ile paylaşılması.
- c.** Kalite yönetiminin ve süreç yönetiminin girişimci kadınlar açısından kurum kültürünün ve kurumsallaşma anlayışlarının yapı taşlarından birisi olması gerektiğine ilişkin mesajların verilmesi.

8. Dış Ticaret

- Türkiye'deki girişimci kadınların maliyetler, verimlilik ve özellikle bürokratik mevzuattan kaynaklanan sorunların yanında dış ticaret konusundaki teknik bilgi eksikliği nedeni ile başta ihracat olmak üzere dış ticaret süreçlerine çekimser yaklaştıkları gözlemlenmektedir.

Girişimci kadınlara yönelik hazırlanacak dış ticaret eğitiminde şu konular kritik olacaktır:

- a. Dış ticaret süreci ve mevzuatı ile ilgili girişimci kadınların bilmeleri gereken temel bilgi ve düzenlemelerin katılımcılar ile paylaşılması.
- b. Girişimci kadınların ihracat yetkinliklerinin artmasında kritik olan etkin pazar araştırmasının yapılması, müşteri bulma, teşviklerden yararlanma konularında dikkat edilmesi gereken önemli noktaların, uygulamaların süreçlerin neler olduğunun altının çizilmesi.
- c. Girişimci kadınların ihracat süreçlerinde karşılaştıkları zorlukların ortadan kaldırılması ve iş yaptıkları pazarlarda kalıcı olmalarının sağlanması amacı ile dış

9. Satın Alma-Tedarik Yönetimi

- Girişimci kadınlara yönelik olarak satın alma genel planlaması, satın alma, sipariş yönetimi, satın alma yönetimi-kalite yönetimi ilişkisi ile tedarikçi seçimi ve tedarikçi performans değerlendirme süreçlerinin neler olduğuna ilişkin eğitimlerin gerçekleştirilmesi finansal ve pazarlama performanslarının etkinliği verimliliği açısından da önemlidir.
- Tedarikçiler ile çalışmak durumunda olan bir girişimci kadının tedarikçisini nasıl seçeceğini seçmiş olduğu tedarikçisini hangi kriterlere dayanarak değerlendireceğini bilmesi işinin sürekliliği sürdürülebilirliği açısından ve aynı zamanda rekabet gücünü koruyup güçlendirmesi açısından önemlidir.

Bu eğitim ile şu öncelikli konularda girişimci kadınların rekabet güçlerinin artırılmasına katkı sağlanabilir:

- a. Satın Alma Genel Planlaması
- b. Satın Alma Sipariş Yönetimi Süreci
- c. Tedarikçi Seçme Kriterleri
- d. Tedarikçi Yönetimi
- e. Tedarikçi Değerlendirme Kriterleri
- f. Tedarikçi Performansının Değerlendirilmesi

10. E-Ticaret

- Bu eğitim ile girişimci kadınlar açısından; e-ticaretin ne olduğu, e-ticaretin tarihçesi, e-ticaretin Türkiye ve dünyadaki yeri, girişimci kadınların e-ticareti bir kanal olarak nasıl etkin kullanabileceklerine ilişkin temel bilgi ve becerilerini artırmaları hedeflenebilir.
- Aynı zamanda bu eğitim içeriği hazırlanırken girişimci kadınlar açısından e-ticarette başarılı olmak için neler gerektiğine ilişkin bir yol haritasının da eğitim içeriğinde yer alması faydalı olacaktır.

11. Hibe Teşvik ve Kamu İhale Mevzuatı

- Bu eğitim ile girişimci kadınların iş performanslarını sürdürülebilir kılmak hedeflerini daha etkin şekilde yönetebilmek ve rekabet güçlerini artırabilmek açısından ihtiyaç duyabilecekleri hibe, teşvik mevzuatı başvuru süreci yararlanma koşulları ile kamu ihale mevzuatına ilişkin temel bilgi ve becerilerin aktarılmasının sağlanması hedeflenmelidir.

12. Vergi SGK Mevzuatı

- Vergi SGK mevzuatı konuları açısından girişimci kadınların bilmesi gereken temel bilgiler hangi belgelerin neden ve ne zaman verilmesi gerektiği gibi konuların bu eğitimde katılımcılara aktarılması faydalı olacaktır.
- Eğitim girişimci kadınlara bir yandan vergi ve SGK mevzuatına ilişkin temel bilgiler verilirken aynı zamanda sürecin takibinin nasıl yapılacağı konusunda da katılımcılar için bir yol haritası vermelidir.

13. Müşteri İlişkileri Yönetimi

- Girişimci kadınlara mevcut müşterilerini korumaları, yeni müşterileri ile sürdürülebilir iletişim sağlamaları ve müşteri memnuniyetini sürekli kılmaları için gerekli olan ölçme ve değerlendirme takip amaçlı teknik yöntem ve becerilerin anlatılması ve günlük iş yaşamına transfer edebilecekleri pratik noktaların katılımcılar ile bu eğitimde paylaşılması önerilmektedir.
- Tüm modüllerin içerik detaylarının ilgili hedef kitlenin; eğitim düzeyi yaş ve işletme büyüklüğü gibi değişkenler dikkate alınarak hazırlanması önem arz etmektedir.

Kaynakça

1. <https://turkonfed.org/tr/detail/3507/covid-19un-kadin-girisimciligine-etkileri-raporu>
2. <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>
3. <https://www.unwomen.org/sites/default/files/2021-12/UN-Women-Strategic-Plan-2022-2025-brochure-tr.pdf>
4. <https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf> (sayfa 151)
5. ALBERTİ F. SCİASCİA S. POLİ A. (2004) “Entrepreneurship Education: Notes on an Ongoing Debate” 14th Annual Int. Ent. Conference University of Napoli Federico II 4-7 July Italy.
6. Oakley A. (1985) Sex Gender and Society. Aldershot Hants England : Gower/Maurice Temple Smith.
7. Delphy C. (1993) Rethinking Sex and Gender Women’s Studies International Forum 16 (1) : 1-9.
8. Newman L. K. (2002). Sex gender and culture: Issues in the definition assessment and treatment of gender identity disorder. Clinical Child Psychology and Psychiatry 7(3) 352-359.
9. <https://turkonfed.org/Files/ContentFile/turkonfedtcegundemraporukadinkooperatifleri-4217.pdf>
10. Aksay B. (2019). Türkiye’de Girişimci kadınlığının Son 10 Yılı: Alanyazın Taraması ve Öneriler Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi sayı 35 Denizli s. 35-51.
11. Strapcova K. Voicu B. And Voicu M. (2017). Engendred Housework : a cross-european analysis IRISS Working Papers.
12. https://konda.com.tr/wp-content/uploads/2019/11/KONDA_ToplumsalCinsiyetRaporu.pdf
13. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2020-37221>
14. <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>
15. Bui H.T. Kuan A. and Chu T.T. (2018) “Female entrepreneurship in patriarchal society: motivation and challenges” Journal of Small Business & Entrepreneurship Vol. 30 No. 4 pp. 325-343 doi: 10.1080/08276331.2018.1435841.
16. Shinnar RS Giacomini O and Janssen F (2012) Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. Entrepreneurship Theory and Practice 36(3): 465-494.
17. Itani H. Sidani Y. M. & Baalbaki I. (2011). United Arab Emirates female entrepreneurs : motivations and frustrations Equality Diversity and Inclusion: An International Journal 30 (5) : 409-424.



www.girisimdekadingucu.com

TURKONFED

[f](#) [t](#) [in](#) [o](#) [v](#) /turkonfed

Refik Saydam Caddesi Akarca Sokak N:41 Tepebaşı, Beyoğlu / İstanbul

+90 212 251 73 00 / +90 212 251 58 77 www.turkonfed.org / info@turkonfed.org