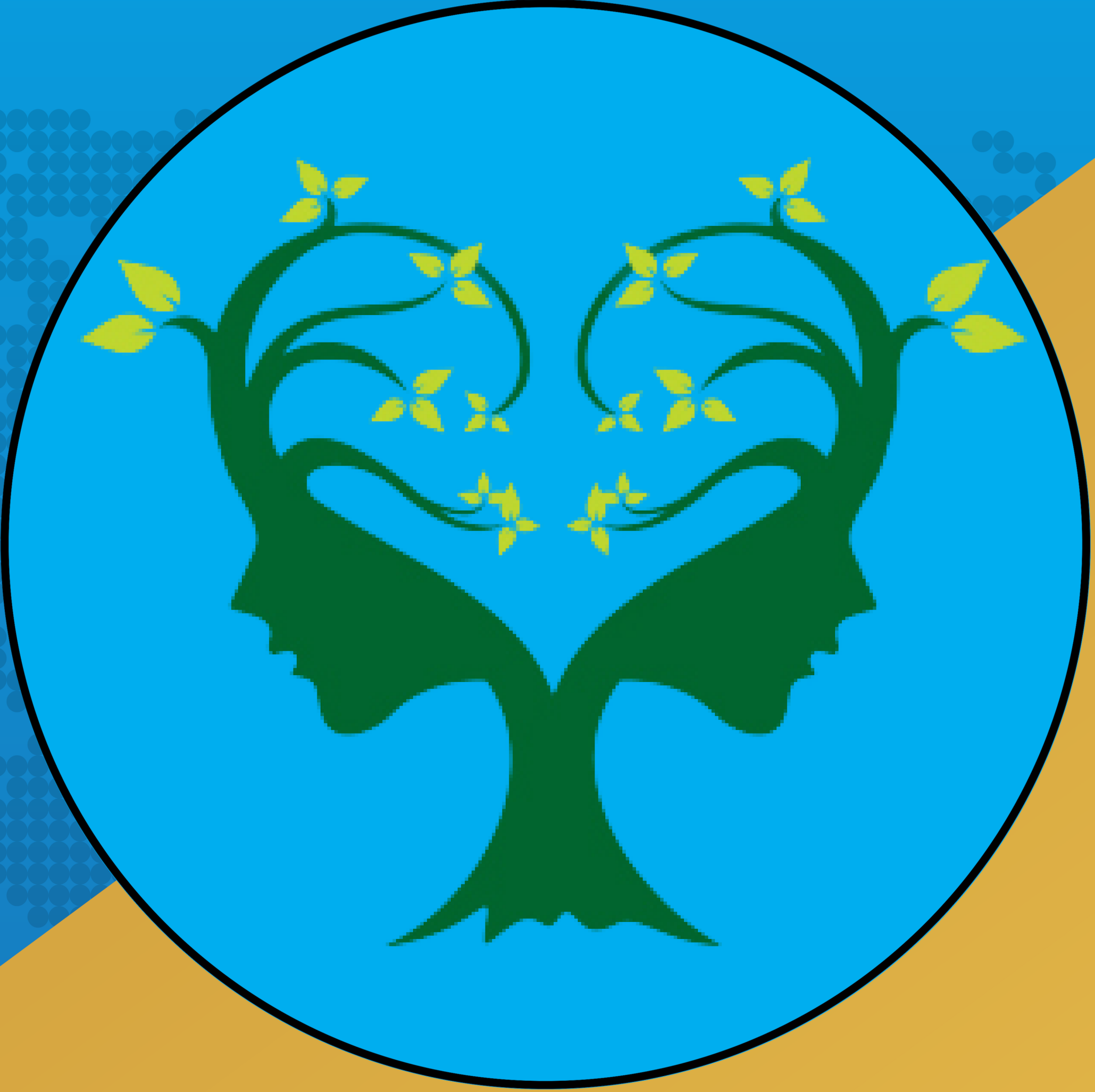


ÜRETEK KADINLARIN

GİRİŞİMCİLİK YOLCULUĞU



İSTANBUL
ÜNİVERSİTESİ



İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ FAKÜLTESİ

E-ISBN: 978-605-72719-0-7

ÜRETen KADINLARIN GİRİŞİMCİLİK YOLCULUĞU

PROJE KOORDİNATÖRÜ

Doç. Dr. Hakan BEKTAŞ

PROJE KOORDİNATÖR YARDIMCISI

Dr. Adviye Damla ÜNLÜ

ARAŞTIRMACILAR

Doç. Dr. Sema ULUTÜRK AKMAN

Doç. Dr. Arif SALDANLI

Doç. Dr. Sema YOLAÇ

Doç. Dr. Abdulkadir TUNA

Dr. Öğr. Üyesi Berrin OKTAY YILMAZ

Ar. Gör. Durdane Tuğçe KİRİKTİR

PROJE AKADEMİK DANIŞMANI

Prof. Dr. Murat ŞEKER

Referans vermek için:

Bektaş, H., vd. (2023). *Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu*, İstanbul: Türkiye Halk Bankası Yayınları.

E-ISBN: 978-605-72719-0-7

Yayınlanma Tarihi: Ocak 2023

Bu eser, Türkiye Halk Bankası A.Ş. ile İstanbul Üniversitesi Teknoloji Transfer Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü arasında imzalanan TTM-KAP-2021-31 nolu Kontratlı Ar-Ge projesi kapsamında hazırlanmıştır. Raporda yer alan bilgiler Türkiye Halk Bankası A.Ş.'nin görüşlerini yansıtmaz ve yazılan sorumluluğu araştırmacılara aittir.

Tüm haklar saklıdır. Bu yayının hiçbir bölümü, yazarların, İstanbul Üniversitesi'nin ve Türkiye Halk Bankası A.Ş.'nin önceden yazılı izni olmaksızın mekanik olarak, fotokopi yoluyla veya herhangi bir şekilde çoğaltılamaz. Eserin bazı bölümleri veya paragrafları, sadece araştırma veya özel çalışmalar amacıyla, yazarlara atıfta bulunarak kullanılabilir.

İçindekiler

Yönetici Özeti	4
1. Kadın Girişimciliği.....	7
2. Araştırma Yöntemi	11
2.1. Nicel Araştırma	11
2.2. Nitel Araştırma	12
3. Araştırma Bulguları.....	13
a. Nicel Araştırma Bulguları	13
Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri	14
İşletmenin Profili.....	18
İşletme Kurma Aşamasında Yaşanılan Zorluklar.....	23
İşletmenin Faaliyetlerini Sürdürürken Karşılaşılan Sorunlar	26
İşletmenin Dijitalleşme Eğilimi.....	27
İş – Yaşam Dengesi.....	29
COVID-19 Pandemisinin Etkisi	31
İhtiyaçlar, Beklentiler ve Öneriler	33
b. Nitel Araştırma Bulguları	35
Katılımcıların Demografik Özellikleri	35
Girişimcilik Motivasyonu.....	38
Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Zorluklar	42
İş-Yaşam Dengesi.....	47
Faaliyetlerini Sürdürme Aşamasında Karşılaşılan Zorluklar ve COVID-19’un Etkisi	51
İhtiyaçlar, Beklentiler ve Öneriler	54
4. Sonuç ve Öneriler	58
Kaynakça.....	62

Yönetici Özeti

Bu rapor, Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından desteklenen ve İstanbul Üniversitesi tarafından yürütülen “**Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu**” başlıklı bilimsel araştırma projesi kapsamında hazırlanmıştır. Bu kapsamda toplumda kadının güçlendirilmesi ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesi amacıyla Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan **Kadın Girişimci Kredisi** ürününü kullananların girişimcilik yolculuğundaki deneyimi ve geleceğe yönelik beklentileri araştırılmış olup; kadın girişimciliğinin yaygınlaşması ve güçlendirilmesi hususunda öneriler sunulmuştur.

Girişimcilik, iktisadi büyüme ve sürdürülebilir kalkınma açısından önemli bir faktör olduğundan politika yapıcılar tarafından girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve girişimcilik ekosisteminin güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Çünkü girişimcilik; yeni işlerin oluşmasında, istihdamın arttırılmasında, yoksulluğun azaltılmasında, refah düzeyinin yükseltilmesinde, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasında, ekonominin rekabet gücünün yükseltilmesinde ve benzeri alanlarda önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayımlanan işgücü istatistikleri incelendiğinde; 2021 yılı üçüncü çeyrek için 15 yaş ve daha yukarı yaştaki kişilerde istihdam edilenlerin 29 milyon 652 bin kişi olduğu saptanmıştır. Bu istatistiklerden hareketle; istihdam edilenlerin %68,5’inin erkek ve %31,5’inin kadın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 15 yaş ve daha yukarı yaştaki nüfusun cinsiyete göre dağılımı neredeyse eşit olmasına rağmen istihdam edilenlerin cinsiyete göre dağılımı arasında büyük bir fark olduğu görülmektedir. İstihdam edilenlerin işteki durumuna bakıldığında ise; işveren ve kendi hesabına çalışanlar yani girişimciler kategorisinde kadın-erkek eşitsizliğinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Aynı veri dönemi için 6 milyon 73 bin işveren ve kendi hesabına çalışan kişi olduğu ve bu kitlenin; %84,4’ünün erkek ve %15,6’sının ise kadın olduğu görülmüştür. Söz konusu istatistikler; kadınların ekonomik ve sosyal hayatta güçlendirilmesi, kadın istihdamının arttırılması ve kadın girişimciliğinin desteklenmesi hususlarına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı On Birinci Kalkınma Planının (2019-2023) “Nitelikli İnsan, Güçlü Toplum” kısmında “İstihdam ve Çalışma Hayatı” ve “Kadın” başlıkları altında “*Toplumsal tüm kesimlerine insana yaraşır iş fırsatlarının sunulması ile başta kadın ve gençler olmak üzere özel politika gerektiren grupların istihdamının artırılması*” ve “*Kadınlara yönelik her türlü ayrımcılığı önlemek, kadınların toplumsal hayatın tüm alanlarında hak, fırsat ve imkanlardan eşit biçimde yararlanmalarını ve güçlenmelerini*

sağlamak” amaçları bulunmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda, Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından 8 Mart 2021 tarihinde Dünya Kadınlar Gününde ilk defa işini kuracak ya da halihazırda işini kurmuş kadın girişimciler için **Kadın Girişimci Kredisi** ürünü tanıtılmıştır. Bu ürün, yeni Koronavirüs hastalığı (Coronavirus Disease – COVID-19) ile değişen ve dönüşen çalışma hayatında kadın girişimcilerin finansmana ulaşması açısından büyük önem arz etmektedir. **Kadın Girişimci Kredisi** ürününün Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulmasını takip eden ilk yedi aylık süre içerisinde 57.000 kadın girişimcinin yararlandığı ve gerçekleşen kredi hacminin ise 5,5 milyar Türk Lirasını aştığı görülmektedir.

Bu proje kapsamında, Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi kullananların, işletme kurma aşamasında ve işletme faaliyetlerini sürdürürken deneyimledikleri, COVID-19 pandemisinin işletmeye etkisi, çalışma yaşam kalitesi bağlamında iş – yaşam dengesine ilişkin algıları ve girişimciliğin geliştirilmesi hususunda ihtiyaçları ve beklentileri araştırılmıştır. Bu süreçte 68 ilden 395 kadın girişimciden anket yoluyla ve 12 ilden 14 kadın girişimciden derinlemesine mülakat yoluyla veri toplanmıştır. Dolayısıyla araştırmada öncelikle nicel, ardından nitel araştırma yöntemi uygulanmış; böylelikle anket yoluyla toplanan veri kümesinin derinlemesine anlamlandırılabilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın öne çıkan bulguları aşağıda yer almakta olup; detaylı bulgular ve öneriler raporda sunulmaktadır.

- Katılımcılara yöneltilen “Girişimci olmanızdaki temel motivasyon nedir?” sorusuna alınan yanıtların %25,8’i **daha fazla gelir elde etmek**, %23,2’si **işveren olma isteği** ve %18’i **toplumda iz bırakma isteği** şeklindedir.
- Katılımcıların %31,4’ü **işletmenin borçlarını ödeme**, %21,4’ü **üretim kapasitesini artırma**, %18,9’u **yeni ekipman yatırımı** ve %15,4’ü **ürün geliştirme** amacıyla kredi kullandığını belirtmiştir.
- Kuruluş aşamasında yaşanan en önemli zorluk **sermaye temini** olarak belirtilmişken; işletmenin faaliyetlerini sürdürürken karşılaşılan en önemli sorun ise **yeni finansman kaynaklarına erişim** olarak ifade edilmiştir.
- Girişimci olmadan önceki dönem ile kıyaslandığında **ev işleri için ayırdığı sürenin azaldığını** belirten katılımcıların oranı %58,5 iken, **işe ayırdığı**

sürenin arttığını ifade eden katılımcıların oranı ise %72,7 olarak hesaplanmıştır.

- Katılımcıların “**Karşıma engeller çıksa da hedeflerime ulaşacağıma inanıyorum**” ifadesine katılım oranının %88,6 olması kadın girişimcilerin psikolojik yılmazlığının yüksek olduğunu göstermektedir.
- Katılımcılar işlerini geliştirmek amacıyla sırasıyla **finans, zaman yönetimi ve satış teknikleri ve pazarlama** alanlarında eğitim ihtiyaçları olduklarını belirtmiştir.
- Katılımcıların girişimci adaylarına yönelik tavsiyeleri sorulduğunda ise alınan yanıtların %27,8’i “**Başarısız olmaktan korkmayın**”, %21,5’i “**Daha fazla araştırma yapın**” ve %16,7’i “**Küçük hedeflerle yola çıkın**” şeklindedir.

Toplumda kadının güçlendirilmesini ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesini odak alan ürün ve hizmetlerinin yanı sıra “**Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu**” başlıklı bilimsel araştırma projesini desteklediği için Türkiye Halk Bankası A.Ş.’ye teşekkür eder, araştırma sonuçlarının tüm paydaşlar için faydalı olmasını dileriz.

Doç. Dr. Hakan BEKTAŞ

Proje Koordinatörü

1. Kadın Girişimciliği

Girişimcilik günümüzde ekonomik kalkınma ve sürdürülebilirliğin sağlanması ile istihdamın artırılması hedeflerinin temelinde yer almaktadır. Bu nedenle ulusal ve uluslararası aktörler girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi amacıyla girişimciliği güçlendirecek politikalar üzerinde hassasiyetle durmaktadır. Söz konusu politikaların başında da kadın girişimciliğinin güçlendirilmesi yönündeki politikalar gelmektedir.

Girişimcilik toplumların refahına önemli katkılar sağlamaktadır ancak toplumdaki belirli bir grubun diğer gruplarla eşit düzeyde girişimcilik faaliyetinde bulunmaması girişimcilikte kapsayıcılığı engellemekte ve yeni işletmelerin ekonomiye ve topluma getirdiği faydaları sınırlamaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, kadın girişimcilerin sayısının erkek girişimcilerin sayısının gerisinde kalması girişimciliğin getireceği faydaları kısıtlayıcı bir etken olarak öne çıkmaktadır. Kadın girişimciliği, istihdam oluşturmada, cinsiyet eşitliğini sağlamada ve yoksulluğu azaltmada önemli bir unsur olduğundan uzun yıllardır özellikle gelişmekte olan ülkeler için ekonomik büyümenin önemli bir boyutunu temsil etmektedir.

Küresel anlamda kadın girişimciliğine bakıldığında Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) verilerine göre tüm işverenler arasında kadınların payı 1991'de %17,3 iken 2018'de %22'nin üzerine yükselmiştir. Ülke gelir grubuna göre yapılan analizler, üst-orta gelirli ülkelerde kadın işverenlerin oranının hızla arttığını ve bunu düşük ve yüksek gelirli ülkelerin izlediğini ortaya koymaktadır (ILO, 2019: 36). Dünya Bankası (2021a) verilerine göre ana sahipleri arasında kadın bulunan küçük, orta ve büyük işletmelerin payı %33'tür. Kadınların üst düzey yönetici olduğu işletmelerin oranı ise %18'dir (Dünya Bankası, 2021b). Aynı veriler, kadınların işletme sahipliğinin ülkelerin gelir düzeyiyle pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Düşük gelirli ülkelerde her dört işletmeden birinin sahibi kadındır. Orta ve yüksek gelirli ülkelerde ise kadınlara ait işletmelerin oranı sırasıyla %36 ve %37'dir. Küresel Girişimcilik Monitörü'nün (GEM) 2020/2021 Raporuna göre, son yıllardaki pozitif trende rağmen girişimcilikte cinsiyet eşitliği uçurumu kapanmamıştır. Halen yeni işletmelerin çoğunluğu erkekler tarafından kurulmaktadır (GEM, 2021: 16). 2016-2020 döneminde, Avrupa Birliği'nde (AB) kadınların %5'inden daha azı, erkeklerin ise %8'i 42 aylıktan¹ küçük bir işletme kurmuş ya da işletmeye başlamıştır. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkelerinde kadınların %9'u, erkeklerin ise %13'ü yeni işler kurarak yönetmeye başlamışlardır.

¹ Kurulum için kaynak ayrılan ve 3 aydan fazla süre maaş ya da ücret ödenmeyen girişimcilik faaliyetleri "yeni doğan"; 3 aydan fazla ve 42 aydan az maaş ya da ücret ödenen girişimcilik faaliyetleri "yeni girişim" olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla 42 aylıktan küçük bir işletme yeni doğan ve yeni girişim girişimcilik faaliyetlerini kapsamaktadır (GEM, 2021).

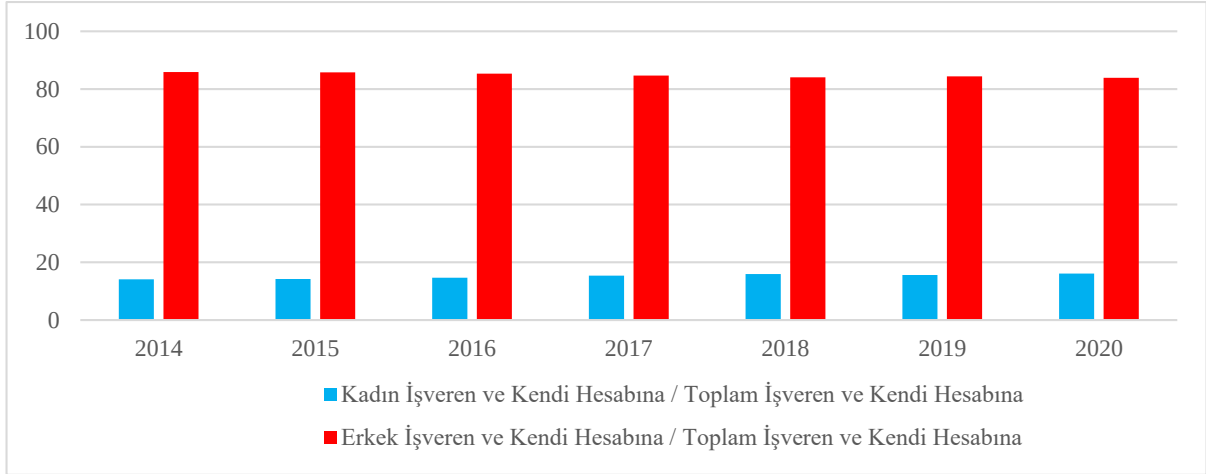
Bu cinsiyet farkı, finansal piyasalardaki engeller, beceri boşlukları ve motivasyonları etkileyen kurumsal koşullar dâhil olmak üzere çeşitli faktörlerden kaynaklanmakta ayrıca ekonomik büyüme için önemli bir fırsatın kaçırılmasına yol açmaktadır (OECD/EU, 2021: 22). Mevcut eşitsizliklerin yanı sıra, 2020 itibarıyla yeni bir işletme kuran veya yürüten kadınların oranında önceki yıllara göre daha keskin bir düşüş yaşanmıştır. Bu durumun COVID-19 pandemisi ile birlikte kadınların ev ve bakım sorumluluklarının artmasıyla yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir (GEM, 2021: 62).

2021 yılında OECD ve Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan “Kayıp Girişimciler” başlıklı rapor, herkesin fikirlerini bir işe dönüştürmek için eşit fırsata sahip olmadığının altını çizmektedir. İş kurma konusunda herkesin 30-49 yaş aralığındaki erkekler kadar aktif olabildiği durumda, AB’de yeni iş kuran ve yöneten 9 milyon, OECD ülkelerinde ise 35 milyon daha fazla girişimcinin olabileceği tahmin edilmektedir. Bir diğer ifadeyle bu durum, eşit fırsatların oluşturulması durumunda AB’de erken aşamada girişimcilik yapan %50, OECD ülkelerinde ise %40 daha fazla girişimci olabileceği anlamına gelmektedir. Girişimciliğin yaygınlaşması açısından kaçırılan fırsatlar, finansmana erişimdeki zorluklar, az gelişmiş ağlar ve kurumsal engeller (çocuk bakımı eksikliği, cesaret kırıcı toplumsal tutumlar vb.) gibi faktörlerden kaynaklanmaktadır. Genellikle birbirleriyle ilişkili olan söz konusu engellerle, kadınlar, göçmenler, gençler, yaşlılar ve işsizler daha fazla karşılaşmaktadır. Nitekim “kayıp girişimciler” olarak kavramsallaştırılan grubun yaklaşık dörtte üçü kadın, yarısı 50 yaşın üzerinde ve sekizde biri 30 yaşın altındadır (OECD, 2021: 8).

Türkiye’de girişimciliğin ölçülmesinde en çok kullanılan tanım, istihdam edilen ve daha önce bir işte çalışmış olan kişileri belirlemeye yönelik Uluslararası Çalışma Örgütü’nün (ILO) Uluslararası İşteki Durum Sınıflamasına (ICSE, 1993) dayanan işveren ve kendi hesabına çalışma tanımıdır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun güncel verilerine göre (2021 yılı III. çeyrek: Temmuz-Eylül) istihdamın %4,5’ini işverenler, %15,9’unu kendi hesabına çalışanlar oluşturmuştur. İstihdamın işteki duruma göre dağılımında erkek işverenlerin oranı %5,7, kadın işverenlerin oranı ise %2’dir. Kendi hesabına çalışan erkeklerin oranı %19,5 iken kendi hesabına çalışan kadınların oranı %8,2’dir. 2014-2020 dönemi incelendiğinde toplam işveren ve kendi hesabına çalışan içinde kadın ve erkek işveren ve kendi hesabına çalışanlar arasındaki farklılığın korunduğu görülmektedir (Grafik 1). Buna karşın 2014 yılında 796 bin olan kadın işveren ve kendi hesabına çalışan sayısı 2020 yılında 904 bine yükselmiş, 2014 yılında 4 milyon 856 bin olan erkek işveren ve kendi hesabına çalışan sayısı 2020 yılında 4 milyon 716 bine düşmüştür. Toplam işveren ve kendi hesabına çalışan sayısı 2014 yılında 5

milyon 652 bin iken 2018 yılında 6 milyon 190 bine yükselmiş daha sonra 2019 ve 2020 yıllarında sırasıyla 5 milyon 962 bin ve 5 milyon 620 bine düşmüştür. 2014-2018 yılları arasında yükselen girişimci sayılarının düşüşünde tüm dünyayı etkileyen COVID-19 pandemisinin etkili olduğu düşünülmektedir.

Grafik 1. Toplam İşveren ve Kendi Hesabına Çalışanlar İçinde Kadın ve Erkek Oranları (2014-2020)



Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Araştırması

Son yıllarda Türkiye’de dahil olmak üzere dünya genelinde kadın girişimciliğinin desteklenmesine yönelik politikaların ön plana çıktığı görülmektedir. Gerek ulusal hükümetlerin gerekse Birleşmiş Milletler (BM), Dünya Bankası ve OECD gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliği yönündeki politikaları, kadın istihdamının artırılmasıyla birlikte kadınların güçlenmesini ve cinsiyet eşitsizliğinin azaltılmasını hedeflemektedir. Nitekim kadın girişimciliğinin desteklenmesi, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında “toplumsal cinsiyet eşitliği” ve” insana yakışır iş ve ekonomik büyüme” (Hedef 5 ve 8) hedeflerinin gerçekleştirilmesinin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır.

Küresel trendlerle uyumlu biçimde Türkiye’de kadın girişimciliğine verilen destekler 1990’lı yıllardan itibaren artmıştır (Sallan Gül ve Altındal, 2016). Dokuzuncu Kalkınma Planında (2007-2013) aktif işgücü politikaları ve istihdamın artırılması kapsamında kadınların girişimci olmalarının desteklenmesi gerekliliği vurgulanmış; Onuncu Kalkınma Planında (2014-2018) kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve kadın girişimcilere özel bütüncül destek programının uygulanması hedefler arasında yer almıştır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı On Birinci Kalkınma Planında (2019-2023) ise kadınların toplumsal hayatın tüm alanlarında eşit hak, fırsat ve imkânlardan eşit biçimde

yararlanmalarını ve güçlenmelerini sağlamak amacıyla uygulanacak politika ve tedbirler arasında, “kadınların ekonomik faaliyetlerinin geliştirilmesi için kadın girişimcilere iş geliştirme süreçlerinde danışmanlık ve rehberlik hizmeti sunulacak, bu alandaki desteklerde kadınlara öncelik verilecektir” ilkesi yer almaktadır.

COVID-19 pandemisi kadın girişimciliğinin desteklenmesi yönündeki politikaların yeniden değerlendirilmesini ve güçlendirilmesini gerektirmektedir. Bunun başlıca nedeni dezavantajlı grupta yer alan girişimcilerin diğer girişimcilerle karşılaştırıldığında daha yoğun olarak işletmelerini kapatmak durumunda kalmalarıdır. Örneğin, OECD/Facebook/Dünya Bankası anketinden elde edilen sonuçlara göre 2020 yılında kadınlar erkeklere göre daha yüksek işletme kapatma oranına sahiptir. Ağustos 2020'de Avrupa'daki kadınların işletmelerini kapattıklarını bildirme durumları erkeklere göre %20 daha fazla olmuştur. (OECD, 2021: 21). Bu durum genellikle konaklama ve kişisel hizmetler gibi pandemiden en çok etkilenen sektörlerdeki işletmelerde, kaynaklara daha az erişimden ve uygunluk kriterleri nedeniyle devlet destek önlemlerine daha zor erişimden kaynaklanmıştır.

Hem faaliyet oranları hem de üstlenilen faaliyet türleri açısından serbest meslek ve girişimcilikte cinsiyetler arasındaki farklılık devam etmektedir. Bu farkın nedenleri çok açık olmamakla birlikte cinsiyet farklılıklarından bazıları, kadınları iş hayatında kısıtlayan kurumsal engellerle açıklanabilmektedir. Bu noktada, kadın girişimciliğine yönelik olumsuz toplumsal tutumlar ve kadınların iş kurmada başarılı olmalarını zorlaştıran piyasa koşulları ön plana çıkmaktadır. Buna karşı kadın girişimciliğinin desteklenmesi için geliştirilebilecek politika önerileri; koçluk ve mentorluk, mikrofinans ve kadın girişimcilik ağlarına ve destek kuruluşlarına destek gibi farklı araçları içermektedir. COVID-19 pandemisi sonrası kadın girişimciliğinin güçlendirilmesi yönündeki politika önerilerinin oluşturulması için öncelikle kadın girişimcilerin iş kurma ve faaliyetlerini sürdürme süreçlerinde karşılaştıkları zorlukların, ihtiyaç ve beklentilerinin tespiti gerekmektedir. Buradan hareketle COVID-19 pandemisinin kadın girişimciler üzerindeki etkisinin araştırılması ve bu kapsamda politika önerilerinin geliştirilmesi, kadın girişimciliğinin COVID-19 benzeri gelecek küresel krizlere karşı güçlendirilmesi yönünde önemli bir adım olacaktır.

2. Araştırma Yöntemi

Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından desteklenen ve İstanbul Üniversitesi tarafından yürütülen “Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu” başlıklı proje ile toplumda kadının güçlendirilmesi ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesi amacıyla Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi ürününü kullananların girişimcilik yolculuğu ve geleceğe dair beklentileri araştırılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın örnekleme birimi Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi ürününü kullanan kişilerdir.

Araştırma kapsamında kadın girişimcilerin profilini ortaya çıkarmak, girişimcilerin iş kurma ve yürütme süreçlerine ilişkin deneyimlerini ve beklentilerini öğrenmek amacıyla internet tabanlı anket tekniği ile veri toplanmıştır. Bu aşamayı takiben ise mülakat yoluyla veri toplanarak anket yoluyla toplanan veri kümesinin derinlemesine anlamlandırılabilmesi amaçlanmıştır. Dolayısıyla araştırma tasarımında öncelikle nicel araştırma, ardından nitel araştırma yöntemi uygulandığından karma yöntemlerden açıklayıcı ardışık desen kullanılmıştır.

2.1. Nicel Araştırma

Araştırmanın bu kısmında nicel araştırma yöntemlerinden tarama deseni kullanılmış ve bu kapsamda kesitsel çalışma yapılmıştır.

Araştırmanın evreni, Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi ürününü kullanan girişimcilerden kısa mesaj servisi (sms) ve e-posta yoluyla iletişime izin veren 21.000 girişimciden meydana gelmektedir. Diğer bir ifadeyle araştırmanın evreninin büyüklüğü 21.000 kişidir. Bu kitle içinde yer alan 21.000 kişi soru formunu doldurmaya davet edilmiş olup; 22.09.2021-29.09.2021 tarihleri arasında gönüllülük esasına göre 395 kadın girişimci çalışmaya katılmıştır. Söz konusu katılımcıların işletmelerinin 68 ilde faaliyet gösterdiği saptanmıştır.

Araştırma kapsamında hazırlanan soru formu demografik, olgusal ve yargısal soruları içermektedir. Soru formunun hazırlanması sürecinde literatür taraması yapılmış, ardından uzman görüşüne başvurulmuş ve pilot uygulama yapıldıktan sonra soru formu nihai halini almıştır. Soru formu; demografik soruları, girişimcilerin iş kurma ve yürütme süreçlerine ilişkin soruları, iş-yaşam dengesi ve beklentilere yönelik soruları kapsamaktadır. Bu aşamada toplanan veri kümesi Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı olan SPSS (Versiyon 28) kullanılarak analiz edilmiştir.

2.2. Nitel Araştırma

Nitel araştırma ile toplanan veri kümesinin daha iyi anlamlandırılması amacıyla araştırmanın bu bölümünde nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji tasarımı kullanılmıştır. Bu kapsamda 02.11.2021 – 02.12.2021 tarihleri arasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak 14 kadın girişimci ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte araştırmanın örnekleme birimi tanımına uygun olup; İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) birinci düzey bölgelerinde hizmet, ticaret ve imalat sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin sahibi kadın girişimciler seçilmiştir. Diğer bir ifadeyle nitel araştırma, 12 ilde yürütölmüştür.

İletişime geçilen kadın girişimcilere araştırmanın kapsamı ve amacıyla ilgili bilgi verilmiş, gizlilik ilkesi açıklanmıştır. Kadın girişimcilerin mülakatlara katılımı gönüllölük esasına uygun şekilde gerçekleşmiştir. Araştırma kapsamında mülakatlar evrimii görüntölü toplantı sistemleri kullanılarak gerçekleştirilmiş olup; katılımcıların girişimcilik yolculuğundaki deneyimleri ve geleceğe yönelik beklentileri anlaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilerin kodlanması ve tematik analizin yapılması sürecinde MAXQDA veri analiz programı kullanılmıştır.

3. Araştırma Bulguları

Araştırma kapsamında Türkiye Halk Bankası A.ř. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi ürününü kullanmış 395 kişiden anket yoluyla ve 14 kişiden de mülakat yoluyla veri toplanmıştır. Araştırma raporunun bu kısmında sırasıyla nicel ve nitel araştırma neticesinde ulaşılan bulgular sunulmaktadır.

a. Nicel Araştırma Bulguları

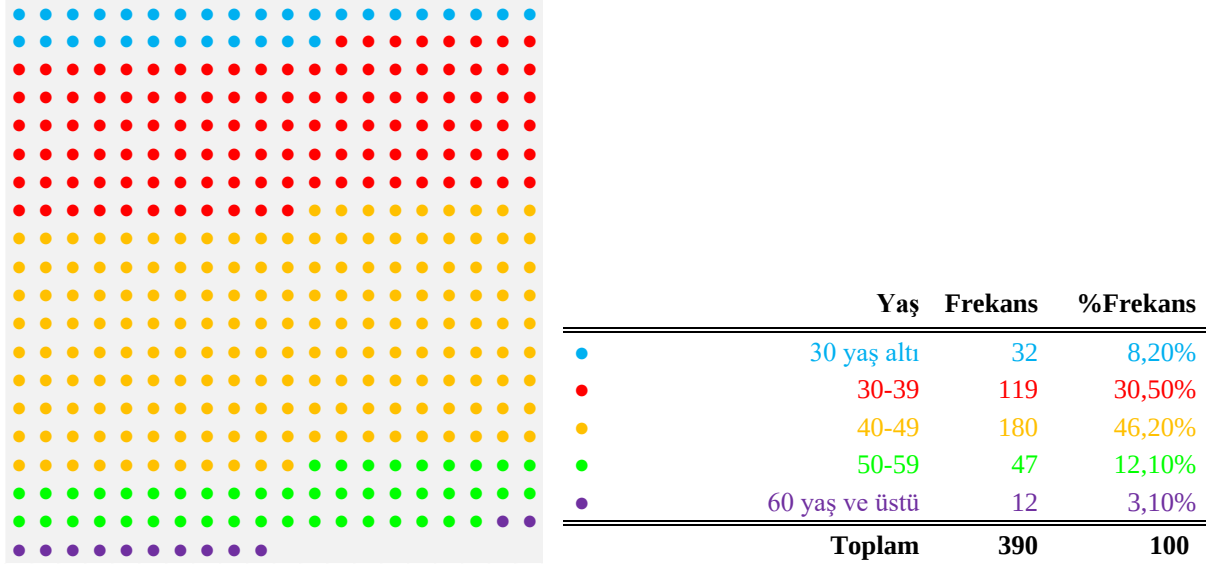
Kadın girişimci kredisi ürünü kullananların girişimcilik yolculuğundaki deneyimlerinin araştırılması amacıyla bir soru formu tasarlanmış ve anket yoluyla veri toplanmıştır. Soru formunda girişimcinin demografik özellikleri, işletmenin profili, işletme kurma aşamasında yaşanılan zorluklar, işletmenin faaliyetlerini sürdürürken karşılaşılan sorunlar, COVID-19 pandemisinin işletme faaliyetlerine etkisi, çalışma yaşam kalitesi bağlamında iş – yaşam dengesine ilişkin durum, girişimciliğin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi hususunda ihtiyaçlar ve beklentiler başlıklarına yönelik maddeler bulunmaktadır.

Araştırma raporunun bu kısmında, 22.09.2021-29.09.2021 tarihleri arasında gnlllk esasına göre araştırmaya katılan 395 kadın girişimciden toplanan veri kümesine ilişkin tanımlayıcı istatistikler sunulmaktadır.

Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaşları 22 ile 71 arasında değişmekte olup; yaş ortalaması 41,7 olarak hesaplanmıştır.

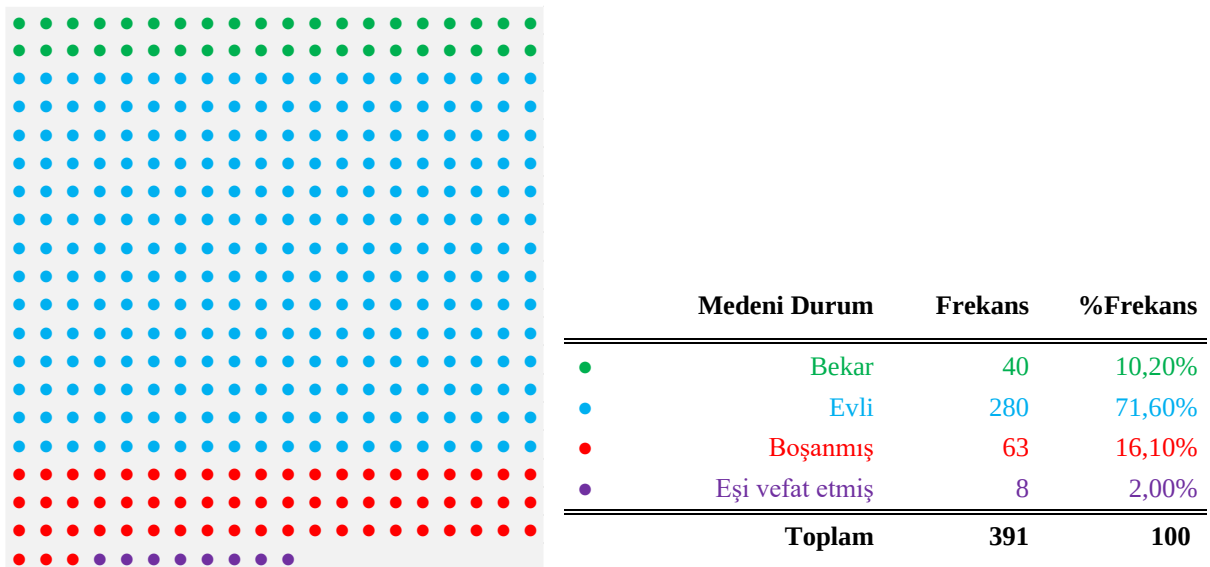
Şekil 1. Yaş Özelliğinin Frekans Dağılımı



Şekil 1 incelendiğinde yaş sorusunu yanıtlayan 390 kadın girişimcinin 299'unun diğer bir ifadeyle %76,7'sinin 30 ile 49 yaş arasında olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların medeni durum sorusuna verdiklerin yanıtların frekansı ve yüzde frekansı Şekil 2'de sunulmuştur.

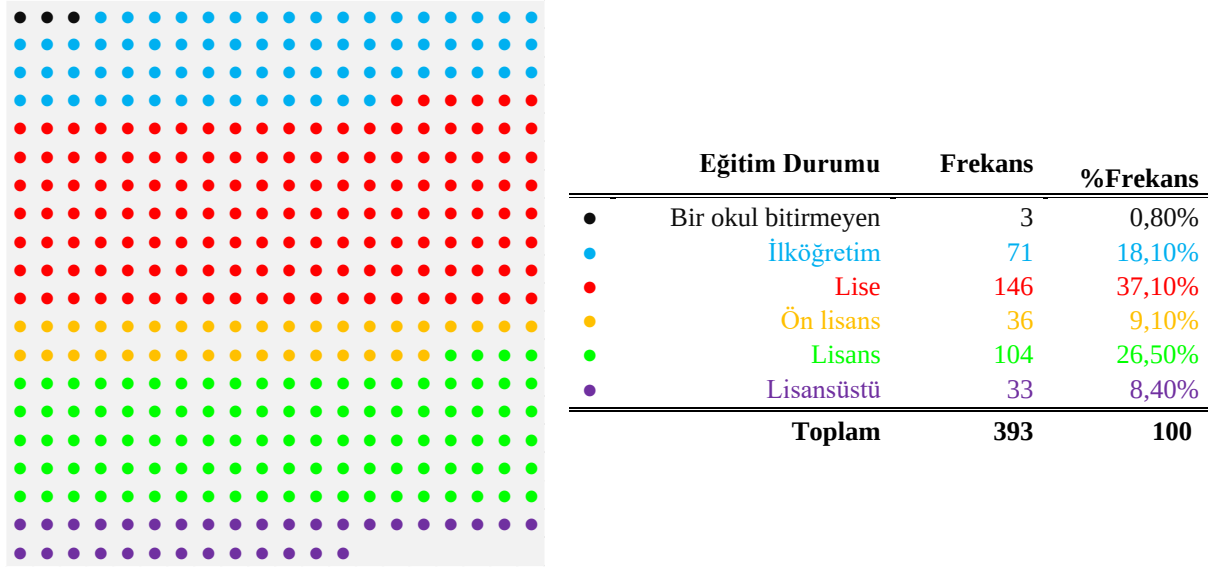
Şekil 2. Medeni Durum Özelliğinin Frekans Dağılımı



Şekil 2'ye göre medeni durum sorusunu yanıtlayan 391 kadın girişimcinin %71,6'sının evli olduğu saptanmıştır. Bu soruda evli yanıtını veren katılımcılara, eşlerinin çalışma durumu sorulmuş ve 259 kadın girişimciden yanıt alınmıştır. Katılımcıların %71,8'inin eşi tam zamanlı ve %5,4'ünün eşi ise yarı zamanlı çalışmaktayken %8,9'unun eşi ise işsizdir.

Araştırmaya katılanların eğitim durumuna ilişkin yanıtları Şekil 3'te sunulmuştur.

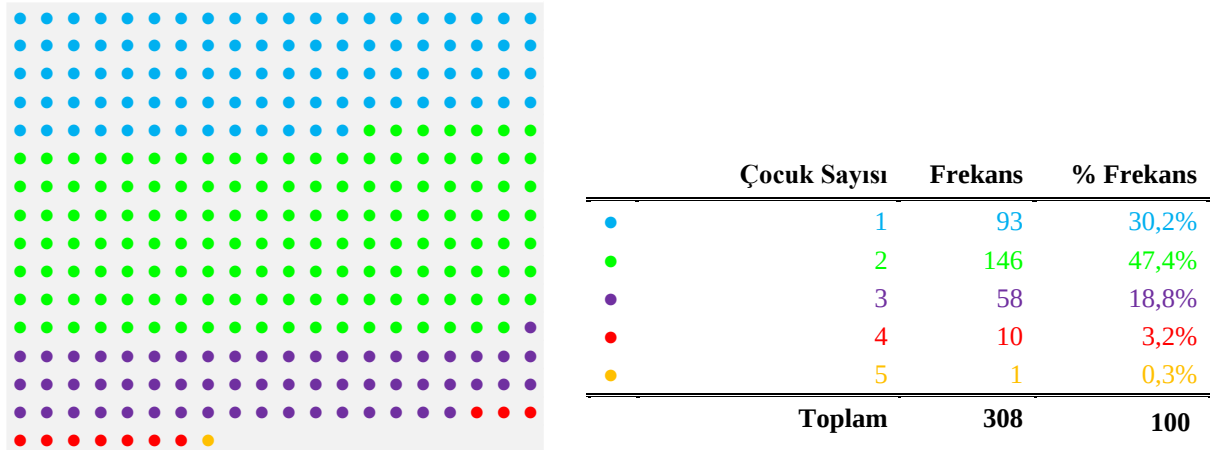
Şekil 3. Eğitim Durumu Özelliğinin Frekans Dağılımı



Şekil 3'te katılımcıların mezuniyet derecesine ilişkin yanıtları verilmiştir ve buna göre 393 katılımcının %44'ünün üniversite mezunu olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların sahip olduğu çocuk sayısı sorulmuş ve 308 kadın girişimciden alınan yanıtlara ilişkin frekans ve yüzde frekans Şekil 4'te sunulmuştur.

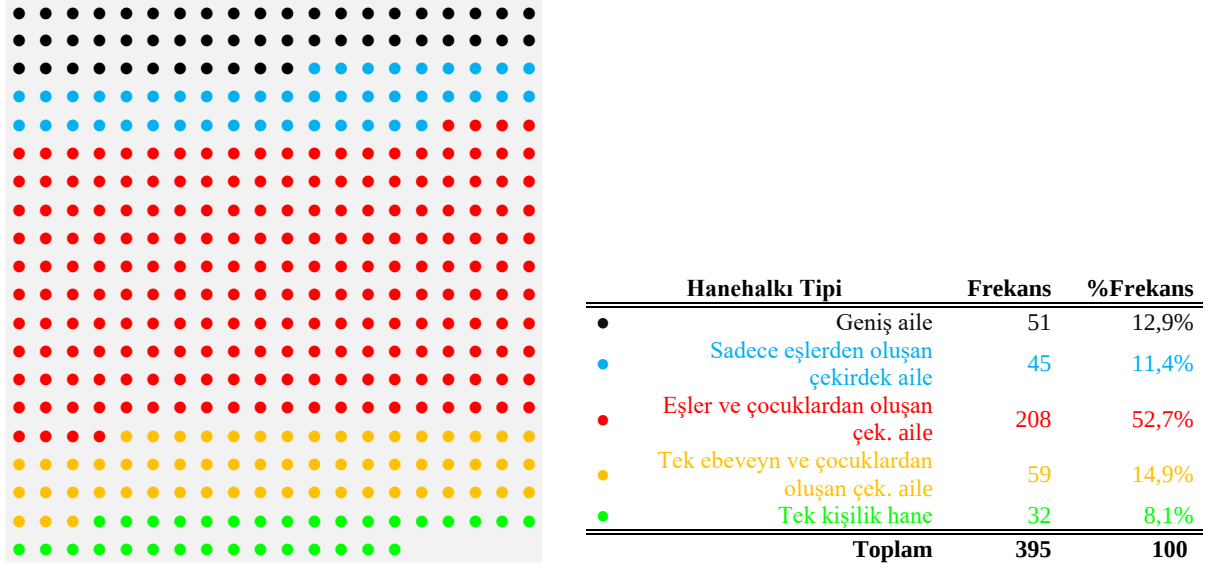
Şekil 4. Çocuk Sayısı Özelliğinin Frekans Dağılımı



Şekil 4'e bakıldığında katılımcıların %30,2'sinin 1 çocuğu olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra toplanan veri kümesi incelendiğinde 68 katılımcının 6 yaşından küçük çocuğu olduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılanlara hanehalkı tipine ilişkin soru da yöneltilmiş olup; alınan yanıtlar Şekil 5'te özetlenmiştir.

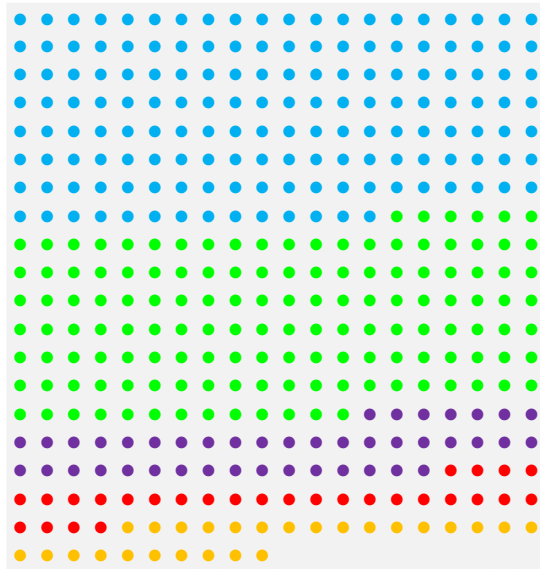
Şekil 5. Hanehalkı Tipi



Şekil 5 incelendiğinde katılımcıların %52,7'sinin hanehalkı tipinin eşler ve çocuklardan oluşan çekirdek aile olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcılardan alınan yanıtlardan hareketle ortalama hanehalkı büyüklüğü ise 3,2 olarak hesaplanmıştır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre 2020 yılında Türkiye'de ortalama hanehalkı büyüklüğü 3,30'dur. Bu açıdan bakıldığında araştırmanın örnekleminde elde edilen değer ile Türkiye'deki ortalama hanehalkı büyüklüğü örtüşmektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin ortalama aylık hanehalkı gelirine ilişkin frekans ve yüzde frekans ise Şekil 6'da sunulmuştur.

Şekil 6. Ortalama Aylık Hanehalkı Geliri

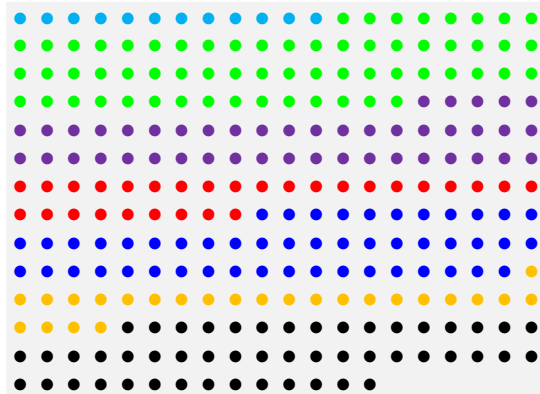


	Ortalama Aylık Hanehalkı Geliri	Frekans	% Frekans
●	10.000 lira ve altı	154	39,5%
●	10.001 – 20.000	139	35,6%
●	20.001 – 30.000	43	11,0%
●	30.001 – 40.000	28	7,2%
●	40.001 lira ve üzeri	26	6,7%
	Toplam	390	100

Şekil 6 incelendiğinde katılımcıların %39,5’inin ortalama aylık hanehalkı gelirinin 10.000 lira ve altında görülmektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere daha önce herhangi bir işte ücretli/maaşlı çalışıp çalışmadığı sorulmuş olup; alınan 390 yanıtın %73,6’sı evet şeklindedir. Bu soruyu takiben ise katılımcılara toplam kaç yıl çalıştıkları sorusu yöneltilmiş ve alınan yanıtlar Şekil 7’de sunulmuştur.

Şekil 7. Önceki İş Deneyimi



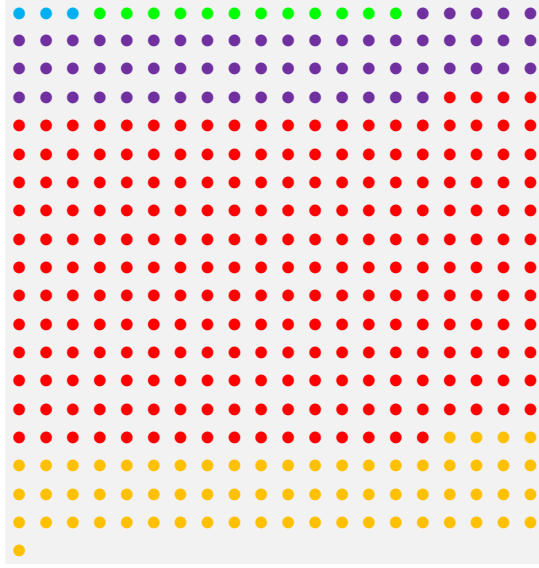
	Deneyim Süresi	Frekans	%Frekans
●	1 yıldan az	12	4,4%
●	1-3 yıl	63	23,0%
●	4-6 yıl	45	16,4%
●	7-9 yıl	29	10,6%
●	10-12 yıl	50	18,2%
●	13-15 yıl	25	9,1%
●	16 yıl ve üzeri	50	18,2%
	Toplam	274	100

Şekil 7 incelendiğinde çalışma hayatındaki deneyim süresi sorusunu yanıtlayanların %45,2’sinin 4 ile 12 yıl arasında tecrübesi olduğu anlaşılmaktadır.

İşletmenin Profili

Araştırma kapsamında kadın girişimcilere işletmelerini ne zaman kurdukları sorulmuş olup; alınan yanıtlar Şekil 8’de sunulmuştur.

Şekil 8. Kuruluş Yılı



	Kuruluş Yılı	Frekans	%Frekans
●	1990 Öncesi	3	0,8%
●	1990 – 1999	12	3,1%
●	2000 – 2009	61	16,0%
●	2010 – 2019	240	63,0 %
●	2020 ve sonrası	65	17,1%
	Toplam	381	100

Şekil 8’e bakıldığında yanıt alınan 381 kadın girişimcinin %63’ünün işletmesini 2010-2019 yılları arasında kurduğu anlaşılmaktadır. Bu soruya alınan yanıtlar incelendiğinde katılımcıların 23’ünün işletmesini 2021 yılında kurduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere işletmesinin hangi ilde faaliyet gösterdiği sorusu yöneltilmiş ve işletmelerin faaliyet gösterdiği illere göre dağılımı Şekil 9’da sunulmuştur.

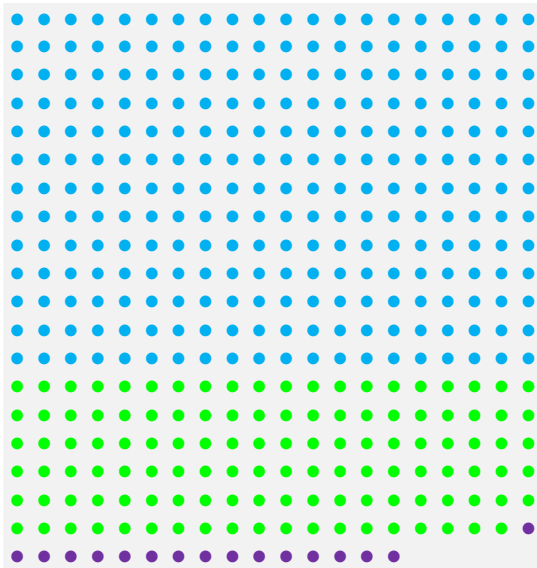
Şekil 9. Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdiği İllere Göre Dağılımı



Şekil 9'a bakıldığından araştırma kapsamında veri toplanan kadın girişimcilerinin işletmelerinin faaliyet göstermediği illerin kırmızı ile gösterildiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla nicel araştırma 68 ilden 395 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Bu işletmelerin %22'si İstanbul'da, %10,3'ü Ankara'da ve %9,8'i İzmir'de faaliyet göstermektedir.

Katılımcıların işletmelerinin yasal statüsüne ilişkin alınan yanıtlar ise Şekil 10'da sunulmuştur.

Şekil 10. İşletmenin Yasal Statüsü

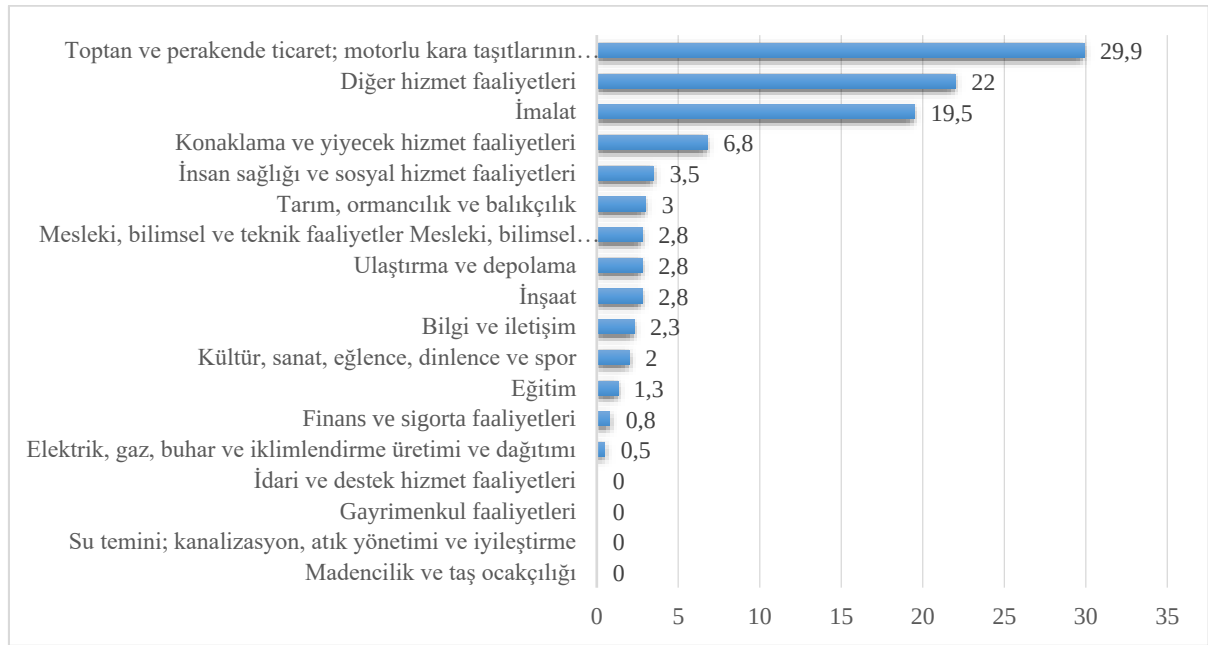


Yasal Statü	Frekans	% Frekans
● Gerçek kişi	260	65,8%
● Limited şirket	119	30,1%
● Anonim Şirket	16	4,1%
Toplam	395	100

Şekil 10 incelendiğinde söz konusu işletmelerin %65,8'inin gerçek kişi ticari işletmesi olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra 395 katılımcının %81'i işletmeyi kendisinin kurduğunu, %8,6'sı ise kurulmuş bir işletmeyi satın aldığını ve %7,1'i ise iş ortağı ile kurduğunu ifade etmiştir.

Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet gösterdiği sektöre ilişkin veriler ise Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflamasına (NACE Rev.2) göre düzenlenmiş ve Şekil 11'de sunulmuştur.

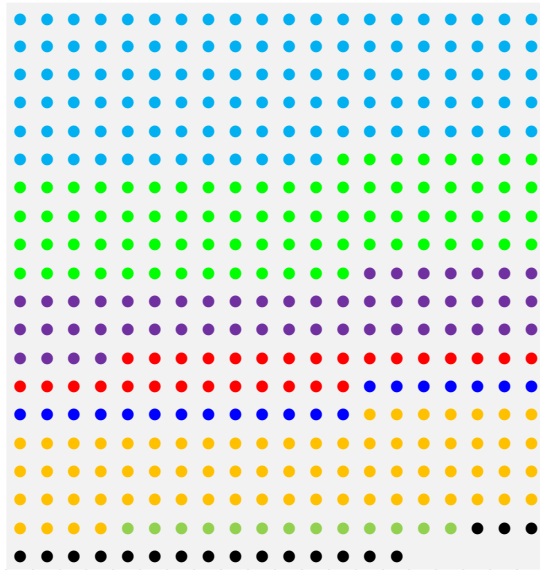
Şekil 11. İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör Dağılımı



Şekil 11 incelendiğinde işletmelerin %29,9'unun toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı alanında, %22'sinin diğer hizmet faaliyetleri ve %19,5'inin imalat alanında faaliyet gösterdiği görülmektedir. TÜİK tarafından yayınlanan 2020 yılı küçük ve orta büyüklükteki girişim istatistikleri incelendiğinde; ekonomik faaliyetlerin istatistiki sınıflamasına (NACE Rev.2) göre 2020 yılında küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin %36,6'sı toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı alanında gösterdiği anlaşılmaktadır.

Katılımcıların işletmelerinin son yıla ait cirosuna ilişkin yanıtların frekans dağılımı Şekil 12'de sunulmuştur.

Şekil 12. Yıllık Ciro Düzeyi

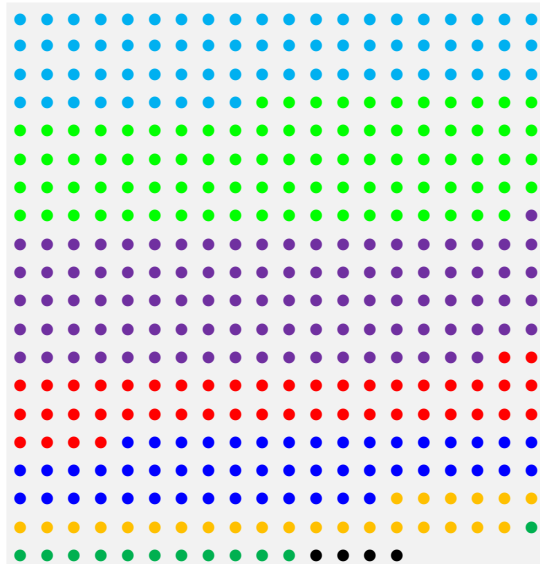


En Son Yıla Ait Ciro	Frekans	%Frekans
100.000 liradan az	112	28,4%
101.000 – 250.000 lira	81	20,5%
251.000 – 500.000 lira	51	12,9%
500.001 – 750.000 lira	29	7,3%
750.001 – 1.000.000 lira	20	5,1%
1.000.001 – 5.000.000 lira	71	18,0%
5.000.001 – 10.000.000 lira	13	3,3%
10.000.000 lira ve üzeri	18	4,6%
Toplam	395	100

Şekil 12 incelendiğinde araştırmaya katılanların %28,4'ü işletmelerinin yıllık cirosunun 100.000 liradan az olduğunu ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılara işletmelerinde istihdam ettikleri kişi sayısı sorulmuş olup; alınan yanıtların frekans dağılımı Şekil 13'te sunulmuştur.

Şekil 13. Çalışan Sayısı



Çalışan Sayısı	Frekans	%Frekans
0	69	17,5%
1	90	22,8%
2-3	99	25,1%
4-5	46	11,6%
6-10	50	12,7%
11-20	25	6,3%
21-49	12	3,0%
50-249	4	1,0%
Toplam	395	100

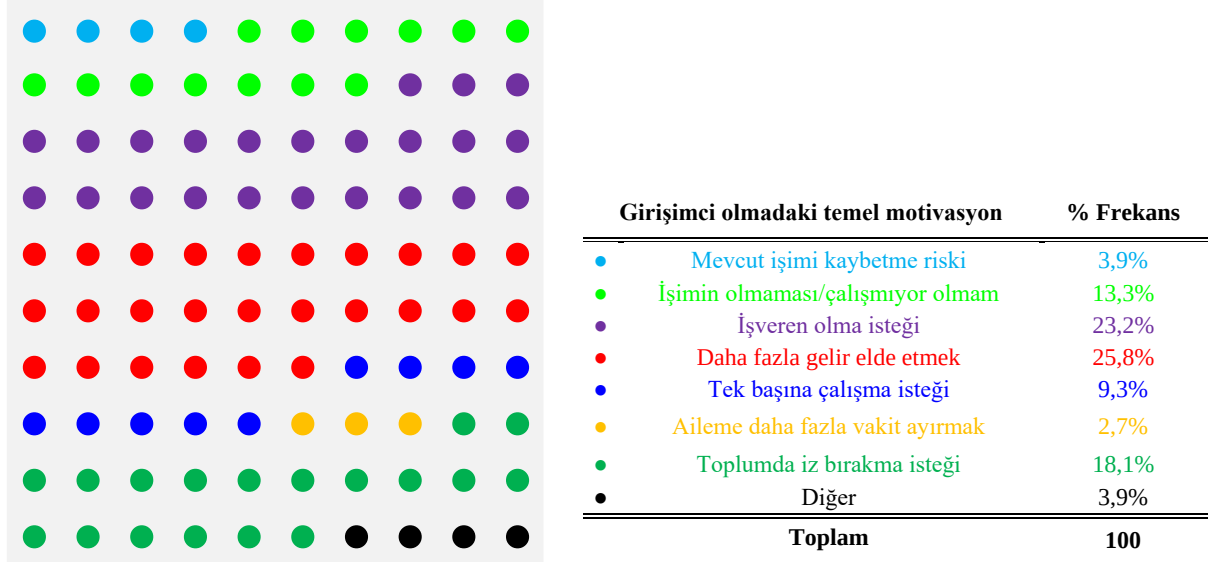
Şekil 13 incelendiğinde katılımcıların %89,7'sinin işletmelerinde çalışan sayısı 10 ve altındadır. Bu bağlamda çalışan sayısı açısından bakıldığında bu işletmeler mikro işletme olarak adlandırılabilir. TÜİK tarafından yayınlanan 2020 yılı küçük ve orta

büyükölükteki girişim istatistikleri altında büyükölük grubuna göre girişim sayısı incelendiğinde; mikro işletmelerin payının %91,9 olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla ulusal istatistikler ile araştırmadan elde edilen oranın örtüştüğu anlaşılmaktadır.

İşletme Kurma Aşamasında Yaşanılan Zorluklar

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerini kurma sürecindeki temel motivasyonu araştırılmış ve alınan yanıtlar Şekil 14'te özetlenmiştir.

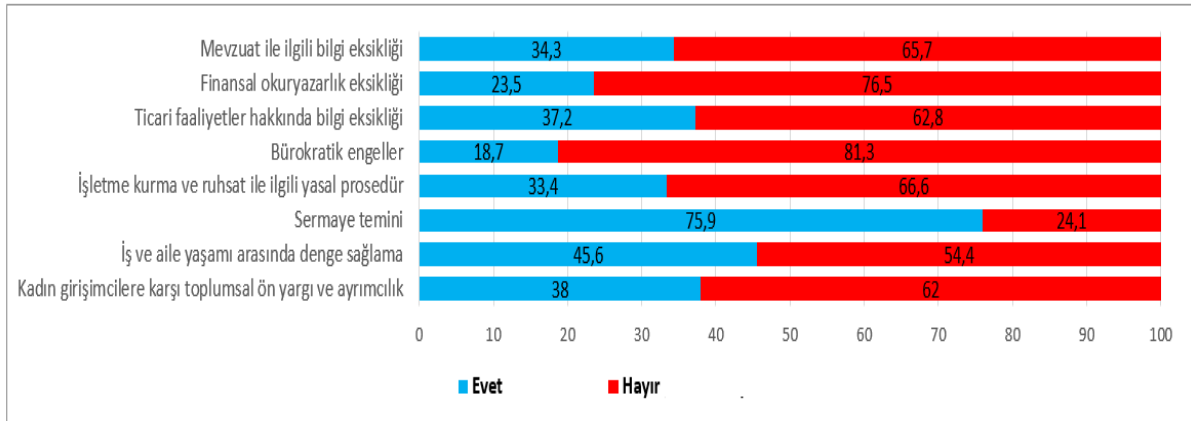
Şekil 14. Girişimci Olmadaki Temel Motivasyon



Şekil 14 incelendiğinde katılımcıların %25,8'i girişimci olmadaki temel motivasyonunun daha fazla gelir elde etmek olduğunu ifade etmiştir. Bu yanıtı sırasıyla işveren olma isteği ve toplumda iz bırakma isteği cevapları takip etmiştir.

Katılımcıların işletmelerinin kuruluş aşamasında yaşadıkları zorluklar sorulmuş ve Şekil 15'te yer alan her bir ifadeye ilişkin yanıtları yüzde frekans olarak sunulmuştur.

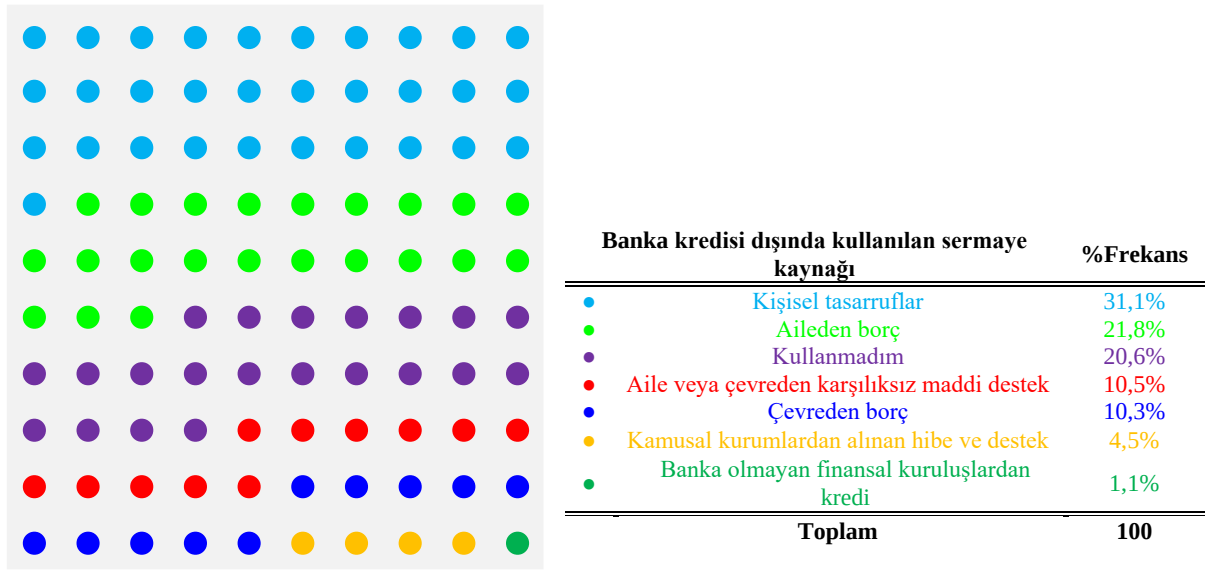
Şekil 15. Kuruluş Aşamasında Yaşanılan Zorluklar



Şekil 15'e bakıldığında katılımcıların kuruluş aşamasında yaşadığı en önemli zorluğun sermaye temini olduğu anlaşılmaktadır. Bu yanıtı ise sırasıyla iş ve aile yaşamı arasında denge sağlama ile kadın girişimcilere karşı toplumsal ön yargı ve ayrımcılık cevapları takip etmektedir.

Kuruluş aşamasında yaşanan en önemli problemin finansman kaynaklarına erişim olduğundan katılımcılara banka kredisi dışında kullandıkları sermaye kaynakları sorulmuş ve alınan yanıtlar Şekil 16'da sunulmuştur.

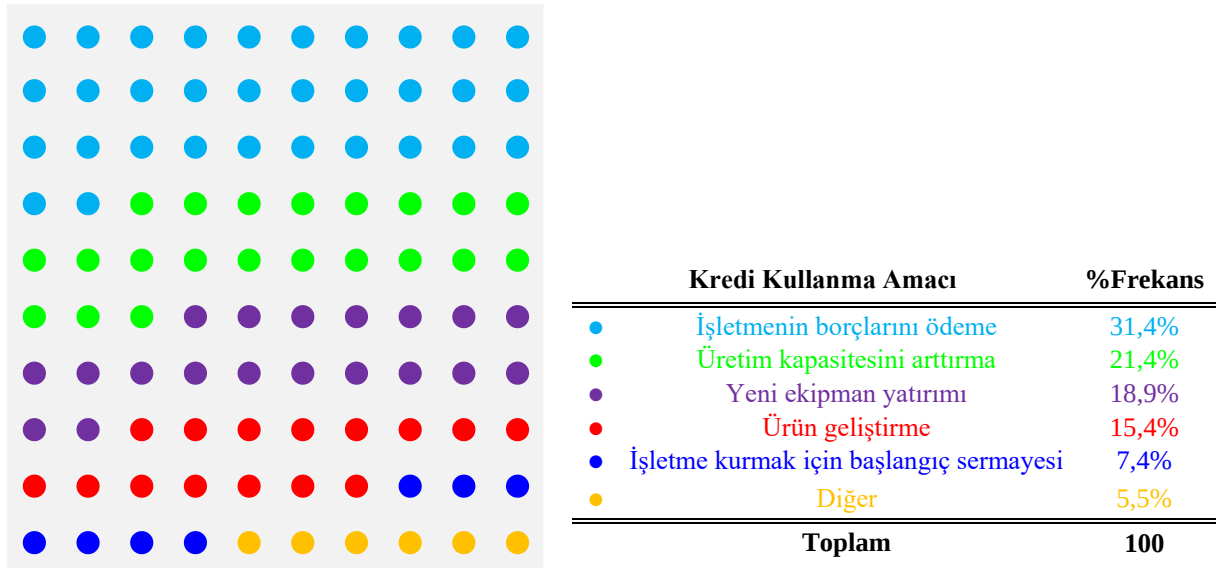
Şekil 16. Banka Kredisi Dışında Kullanılan Sermaye Kaynağı



Şekil 16 incelendiğinde katılımcıların %31,1'inin işletmelerini kurarken banka kredisi dışında kullandığı sermaye kaynağının kişisel tasarruflar olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi ürününü hangi amaçla kullandığı da sorulmuş ve alınan yanıtlar Şekil 17'de sunulmuştur.

Şekil 17. Kadın Girişimci Kredisini Kullanma Amacı



Şekil 17 incelendiğinde katılımcıların %31,4'ü işletmesinin borçlarını ödemek için kadın girişimci kredisi ürününü kullandığını ifade etmiştir. Bu cevabı sırasıyla %21,4 ile üretim kapasitesini artırma ve %18,9 ile yeni ekipman yatırımı takip etmektedir. Bunun yanı sıra Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisinin yıllık cirosuna olumlu katkısı olduğunu belirten katılımcıların oranı ise %75,6'dır.

Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi ürünü 8 Mart 2021 tarihinde duyurulmuş olup; bu dönemde COVID-19 pandemisinin etkileri sürdüğünden dolayı ciro ve istihdama etkisi sınırlı olmuştur. Bu bağlamda katılımcıların sadece %39,5'i kadın girişimci kredisi kullandıktan sonra çalışan sayısını arttırdığını ifade etmiştir.

İşletmenin Faaliyetlerini Sürdürürken Karşılaşılan Sorunlar

Araştırma kapsamında veri toplanırken katılımcılara işletmelerinin faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunları anlamak amacıyla ifadeler yöneltilmiş ve bu ifadelere katılım derecesine ilişkin yüzde frekans dağılımı ise Şekil 18’de sunulmuştur.

Şekil 18. İşletme Faaliyetlerini Sürdürürken Karşılaşılan Sorunlar



Şekil 18 incelendiğinde katılımcıların; %71,5’i yeni finansman kaynaklarına erişimde zorlandığı, %65,8’i faaliyetlerini sürdürmek için gerekli ek sermayeyi bulmada sorun yaşadığı ve %60’ı günlük nakit akışında sorun yaşadığı hususlarındaki ifadelere katıldığını belirtmiştir.

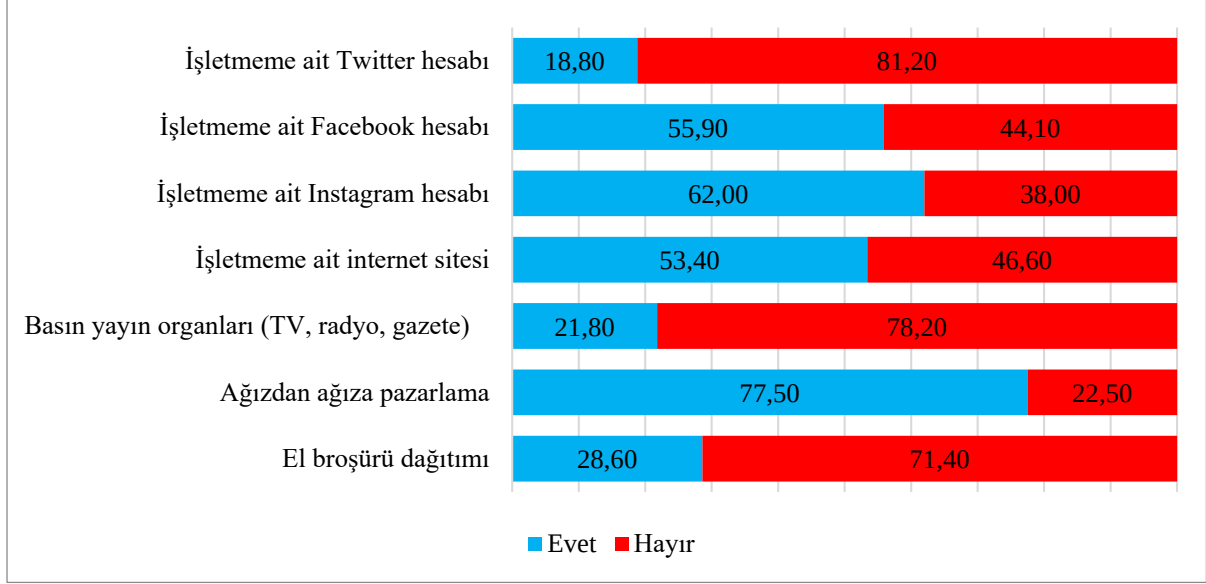
Katılımcılara işletmelerinin ekonomik olarak beklenmedik mecburi bir harcamayı (yıllık cironuzun en az %10’u kadar) borçlanmadan kendi imkanlarıyla karşılayabilme kapasitesi sorulmuş ve alınan yanıtlar incelendiğinde katılımcıların %35,9’unun hayır yanıtını verdiği saptanmıştır.

Söz konusu zorluklara rağmen katılımcıların %88,6’sı “Karşıma engeller çıksa da hedeflerime ulaşacağıma inanıyorum” ifadesine katıldığını belirtmiştir.

İşletmenin Dijitalleşme Eğilimi

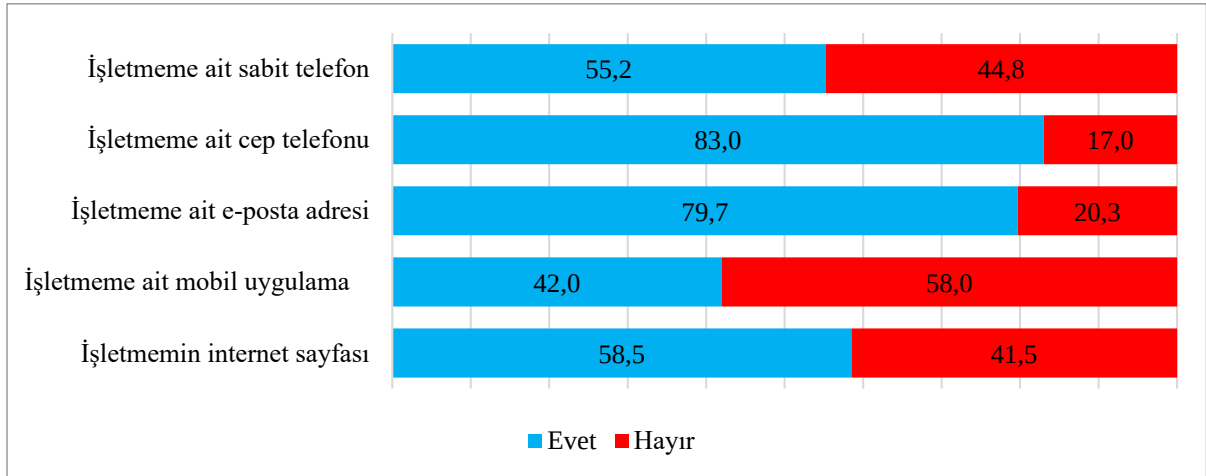
Araştırmaya katılanların işletmelerinin faaliyetlerini hangi kanalları kullanarak duyurduğu sorulmuş olup alınan yanıtlar Şekil 19’da sunulmuştur.

Şekil 19. Pazarlama Kanalları



Şekil 19 incelendiğinde araştırmaya katılanların ağırlıklı olarak ağızdan ağıza pazarlama yoluyla işletme faaliyetlerini duyurduğu görülmektedir. Bu sorunun yanı sıra işletme faaliyetlerini sürdürürken halihazırda sabit telefon, cep telefonu, e-posta adresi, mobil uygulama (aplikasyon) ve internet sayfası araçlarından hangilerini kullandığı da yöneltilmiş olup; alınan yanıtlar Şekil 20’de yer almaktadır.

Şekil 20. İşletme Faaliyetlerini Sürdürürken Kullanılan Araçlar

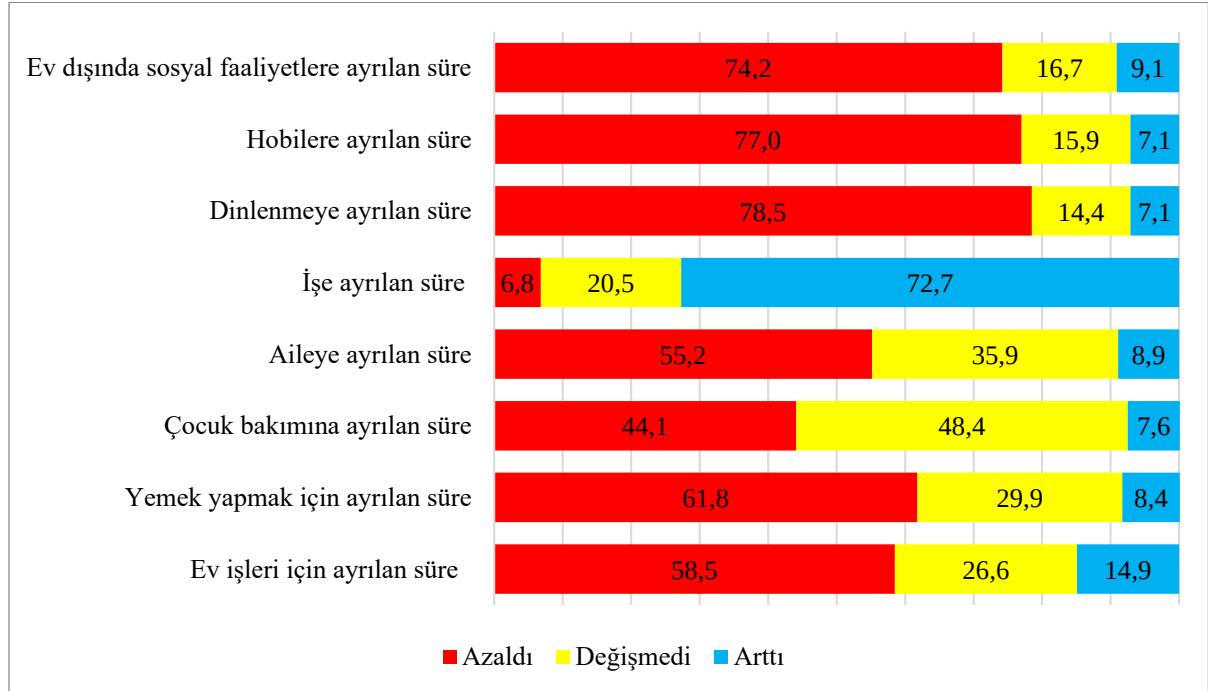


Şekil 20’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %58,5’i işletmelerine ait internet sayfası olduğunu belirtmiştir. İşletmesine ait sabit telefonu bulunmayanların oranının yüksek olmasında ise mobil operatörler tarafından sunulan bütünleşik iletişim çözümlerinin daha avantajlı olmasının etkili olduğu söylenebilir.

İş – Yaşam Dengesi

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından gerçekleştirilen Yaşam Memnuniyeti Araştırması sonuçları incelendiğinde ücretli/maaşlı/evmiyeli kadın çalışanların işe ilişkin sorunları arasında “çalışma saatleri içerisinde kişisel veya ailevi konularla ilgilenmek için bir veya iki saat izin alma” sorununu yaşayanların payının 2019’da %11,7 ve 2020’de %8,8 olduğu saptanmıştır. Bunun yanı sıra, TÜİK tarafından 2016 yılında gerçekleştirilen Aile Yapısı Araştırması sonuçları incelendiğinde Türkiye’de hanedeki küçük çocukların gündüz bakımını üstlenenlerin %86 oranla çocukların annesi olduğu anlaşılmaktadır. Yine TÜİK tarafından 2018 yılında yayınlanan iş ve aile yaşamının uyumuna ilişkin istatistikler incelendiğinde istihdamda yer alan 18-64 yaş grubundaki kadınların %44,2’sinin bakım sorumluluğunun bulunduğu görülmüştür. Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu araştırması kapsamında söz konusu verileri temel alarak yöneltilen “Girişimci olmanızda temel motivasyon nedir?” sorusuna katılımcıların %2,7’si aileme daha fazla vakit ayırmak şeklinde yanıt vermiştir. Dolayısıyla iş ve aile yaşamını dengeleme konusunda yaşanan sorunlar da kadınların girişimcilik yolculuğuna adım atmasında etkili olmaktadır. Bu bağlamda katılımcılara girişimci olmadan önceki dönemle kıyaslandığında Şekil 21’de belirtilen konularda bir değişim olup olmadığı sorulmuştur.

Şekil 21. İş-Yaşam Dengesine İlişkin Göstergeler



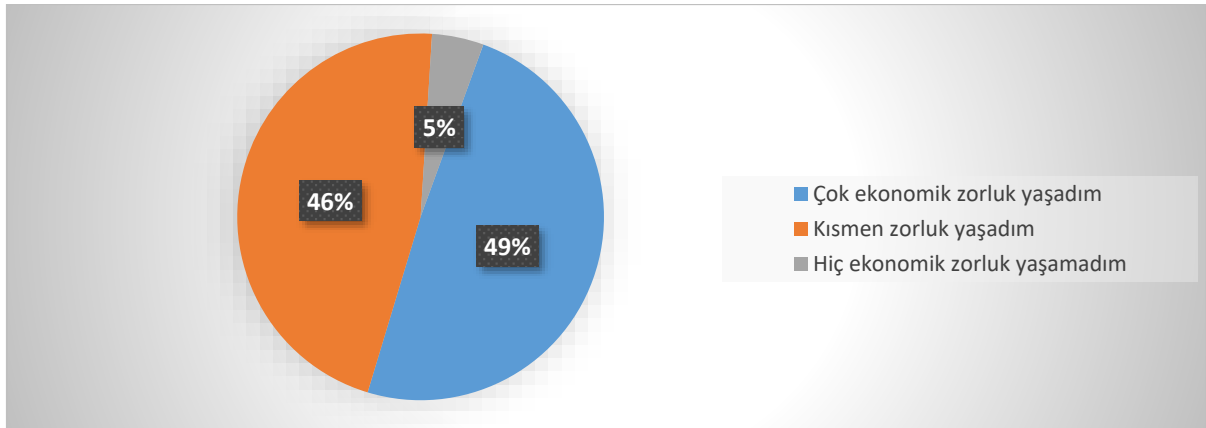
Şekil 21 incelendiğinde aileye ayırdığının sürenin azaldığını belirten katılımcıların oranı %58,5 iken işe ayrılan sürenin arttığını ifade edenlerin oranı ise %72,7'dir. Dolayısıyla iş ve aile yaşamı arasındaki denge sağlamada sorun yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu veriden hareketle, iş-yaşam dengesini olumsuz yönde etkileyen en önemli faktörün ne olduğu sorulmuştur. Yanıtlar incelendiğinde katılımcıların; %58'i "iş ve aile yükümlülüklerim için yeterli zaman olmaması", %19,4'ü "çocuk bakımı" ve %13'ü ev ve işyeri arasındaki mesafenin fazla olması cevaplarını verdiğini saptanmıştır.

COVID-19 Pandemisinin Etkisi

Yeni Koronavirüs hastalığı (Coronavirus Disease - COVID-19), 2019 yılının Aralık ayının sonlarında Çin'in Hubei bölgesinde Wuhan şehrinde nedeni bilinmeyen bir viral pnömoni olan bir solunum yolu hastalığı olarak tanımlanmıştır. Hastalığa ilişkin ilk vakalar, Wuhan Belediye Sağlık Komisyonu tarafından 31 Aralık 2019'da Dünya Sağlık Örgütü'ne - DSÖ (World Health Organization – WHO) bildirilmiş ve hastalık, kısa sürede birçok ülkeye yayılmıştır. Bunun üzerine DSÖ, 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan etmiştir (DSÖ, 2020). Pandeminin ilan edildiği gün Türkiye'de de ilk COVID-19 vakasının saptandığı duyurulmuştur (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020).

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin faaliyetlerine COVID-19 pandemisinin ekonomik etkilerini öğrenmek amacıyla sorular yöneltilmiştir. Grafik 2'de katılımcıların COVID-19 pandemisi sürecinde yaşadığı ekonomik zorluk derecesi üçlü skalada sunulmuştur.

Grafik 2. COVID 19 Pandemisi Sürecinde Yaşanan Ekonomik Zorluk Durumu



Grafik 2 incelendiğinde katılımcıların %49,1'i çok ekonomik zorluk yaşadığını belirtirken hiç ekonomik zorluk yaşamadım diyenlerin oranı %4,6'dır. Dolayısıyla COVID-19 hastalığının yayılmasını önlemek amacıyla uygulanan karantina ve sokağa çıkma kısıtlaması başta olmak üzere COVID-19 ile mücadele tedbirleri ve hastalığın doğurduğu belirsizlik ortamı işletmelerin faaliyetlerini olumsuz etkilemiştir.

Araştırma kapsamında COVID-19 pandemisi süresince ekonomik zorlukla başa çıkmak için herhangi bir destek alınıp alınmadığı sorulmuş ve alınan yanıtların yüzde frekans dağılımı Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. COVID-19 Pandemisi Süresince Alınan Destekler

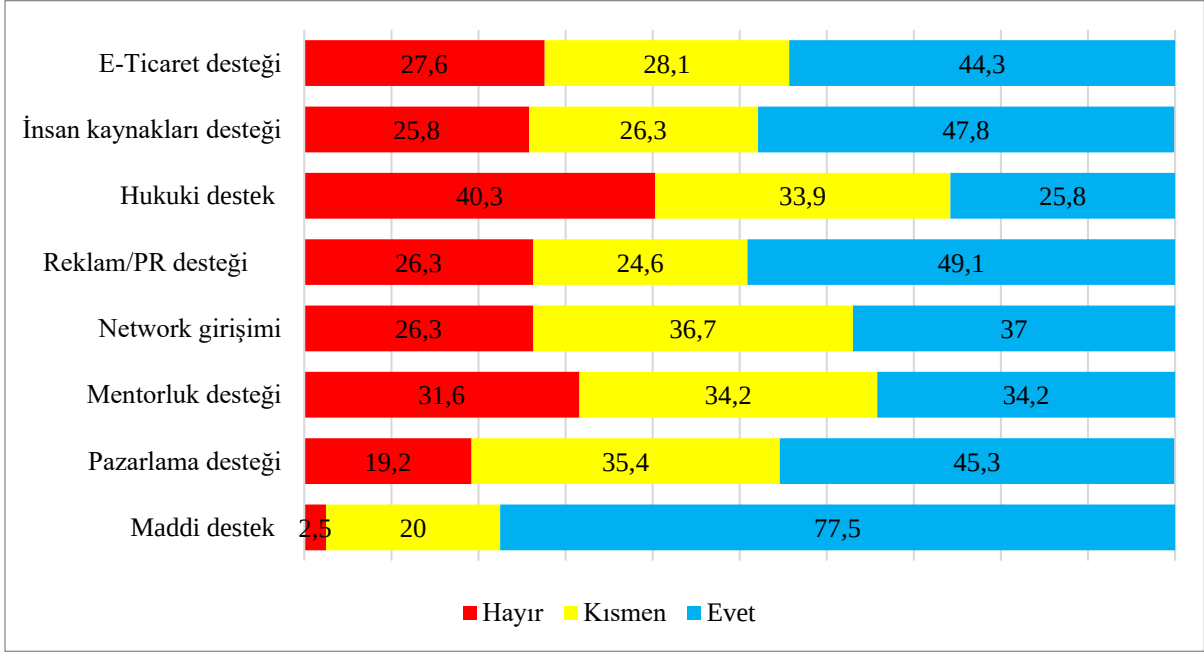
	% Frekans
Kurumsal/ticari kredi	36,3
Bankalardan bireysel kredi	22,8
Herhangi bir destek almadım	15,8
Aileden borç	12,3
Çevreden borç	9,5
Çevre veya aileden karşılıksız maddi destek	2,7
Banka olmayan finansal kuruluşlardan kredi	0,6
Toplam	100

COVID-19'un yaşamın tüm alanlarında olduğu gibi çalışma yaşamı ve iş yapış modelleri üzerinde önemli dönüştürücü etkileri olmuştur. Bu dönemde yüz yüze sunulan birçok hizmet, dijital kanallar üzerinden sunulmaya başlanmıştır. Katılımcıların %11,1'i ilk kez internet üzerinden ürün/hizmet sunmaya başladığını ifade etmiştir. Bunun yanı sıra katılımcıların %14,7'si ise internet üzerinden yaptığı ürün/hizmet iş hacminin arttığını belirtmiştir. Dolayısıyla COVID-19 ile dijitalleşme sürecinin hızlanmış olduğu ve bu değişime adaptasyonun öneminin ortaya çıktığı görülmektedir.

İhtiyaçlar, Beklentiler ve Öneriler

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere Şekil 22’de belirtilen alanlarda desteğe ihtiyaç duyup duymadıkları sorulmuş olup; her bir alana ilişkin yüzde frekans dağılımı Şekil 22’de sunulmuştur.

Şekil 22. İhtiyaç Duyulan Alanlar



Şekil 22 incelendiğinde maddi destek alanında ihtiyacı olduğunu belirten katılımcıların oranının %77,5 olduğu görülmektedir. Bunu takiben en çok ihtiyaç duyulan alanların ise reklam/halkla ilişkiler desteği, insan kaynakları desteği ve pazarlama desteği olarak sıralandığı saptanmıştır.

Katılımcıların girişimlerini geliştirmek amacıyla eğitim almak istediği konuların ne olduğu sorulmuş ve alınan yanıtlar Tablo 2’de yer verilmektedir.

Tablo 2. Talep Edilen Eğitim Programları

	% Frekans
Finans	20,6
Satış teknikleri ve pazarlama	19,2
Zaman yönetimi	15,2
Marka yönetimi	11,8
Muhasebe ve vergi uygulamaları	8,4
Dijital pazarlama	7,1
İş hukuku	5,1
E-ticaret ve ödeme sistemleri	4,7
Gümrük ve dış ticaret uzmanlığı	3,6
İnsan kaynağı yönetimi	3,1
Diğer	1,2
Toplam	100

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcıların %20,6’sı finans alanında eğitim programına katılmak istediğini belirtmiştir. Bu bağlamda kadın girişimcilere yönelik eğitim programları düzenlenerek işletmelerin sürdürülebilirliği için ihtiyaç duyulan alanlarda kadın girişimcilere destek olunabilir.

Araştırmaya katılanların girişimci adaylarına tavsiyeleri sorulmuş ve alınan yanıtlar Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Girişimci Adaylarına Tavsiyeler

	% Frekans
Başarısız olmaktan korkmayın	27,8
Daha fazla araştırma yapın	21,5
Küçük hedeflerle yola çıkın	16,7
Kendinizi sürekli geliştirin	13,6
İçgüdülerinize güvenin	12,4
Hedef belirleyip, odaklanın	8,1
Toplam	100

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların %27,8’inin “başarısız olmaktan korkmayın” şeklinde tavsiye verdiği görülmektedir.

b. Nitel Araştırma Bulguları

Araştırma raporunun bu kısmında, 02.11.2021 – 02.12.2021 tarihleri arasında yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak 14 kadın girişimci ile gerçekleştirilen derinlemesine mülakat bulguları sunulmaktadır.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Görüşmeye katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet gösterdiği iller Şekil 1’de koyu mavi ile vurgulanmıştır. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) temel alınarak belirlenen iller arasından İstanbul’dan üç, diğer illerden birer olmak üzere toplam 14 kadın girişimci ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir.

Şekil 23. Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdiği İller



Şekil 23’e bakıldığında işletmelerin İstanbul, Tekirdağ, Bursa, İzmir, Antalya, Ankara, Samsun, Kayseri, Malatya, Trabzon, Erzurum ve Gaziantep’te faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Yaş	İşletmeyi Kurduğu Yaş	Eğitim Düzeyi	Medeni Durum	Çocuk Sayısı
Katılımcı 1	44	28	Lise	Evli	2
Katılımcı 2	36	31	İlkokul	Evli	2
Katılımcı 3	36	34	Lise	Evli	2
Katılımcı 4	37	26	Lisans	Evli	2
Katılımcı 5	46	40	Lisans	Evli	2
Katılımcı 6	39	27	Yüksek Lisans	Evli	2
Katılımcı 7	24	22	Lisans	Bekar	-
Katılımcı 8	49	40	Lisans	Evli	2
Katılımcı 9	33	31	Yüksek Lisans	Evli	1
Katılımcı 10	43	38	Lisans	Evli	1
Katılımcı 11	37	34	Lise	Evli	2
Katılımcı 12	34	24	Lise	Evli	2
Katılımcı 13	50	38	Lisans	Boşanmış	2
Katılımcı 14	41	37	Lisans	Evli	2

Görüşmeye katılan kadın girişimcilerin yaşları 24 ve 50 arasında değişmektedir. İşletmelerini kurdukları yaşlar ise 22 ve 40 yaşları arasında değişkenlik göstermektedir. Katılımcıların bazıları işletmelerini kurarken çocuklarının yetiştirme süreçlerini göz önünde bulundurduğunu belirtmiştir. Örneğin, şu anda 46 yaşında olan ve çocuklarının doğumundan önce çeşitli iş deneyimleri olan *Katılımcı 5*, çocuklarını kendi büyütmek istediği için çalışmaya uzun yıllar ara verdiğini ve girişimcilğe çocukları büyüdükten sonra karar verdiğini belirtmiştir.

Yapılan araştırmalar, eğitim, deneyim, tutumlar, inançlar ve algılar gibi kaynaklara dayanan beşeri sermayenin yeni girişim başlatma, hayatta kalma ve performansla pozitif olarak ilişkili olduğunu göstermektedir (Brush vd., 2017; Klyver ve Schenkel, 2013). Eğitim yoluyla elde edilen beşeri sermaye, girişimcilik performansının en önemli itici güçlerinden biridir (Millán vd., 2014). Bu araştırma kapsamında görüşmeye katılanların çoğunluğu lisans veya yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların birçoğu girişimcilik öykülerini anlatırken gerek lise gerekse lisans mezuniyetlerinin işletmeleri ile olan ilişkisine dikkat çekmiştir. Örneğin bir tekstil firması sahibi olan *Katılımcı 1*, girişimcilik motivasyonunu açıklarken ticaret lisesi mezunu olduğuna dikkat çekmiş, yetişkinliğine kadar yaşadığı coğrafyada kadınların ticaret yapmalarına yönelik ön yargılar olmasına karşın ticaretle elde ettiği başarı ile lise eğitimini ilişkilendirmiştir. Lisede hazır giyim mezunu olan ve butik sahibi bir kadın girişimci olan

Katılımcı 11 ise işini, eğitimini aldığını vurguladığı alanda imalata geçerek büyötmek istediğini ifade etmiştir.

Bir katılımcı bekar, bir katılımcı boşanmış ve tek ebeveyn olarak yaşamakta olup diğör katılımcıların tümü evlidir ve büyük çoğunluğunun 2 çocuğı vardır. Tek çocuk sahibi olan katılımcı sayısı 2'dir. Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin bu özellikler, kadın girişimcilerin “iş-yaşam dengesi” ve kadın girişimciliğı yazınında önemli bir yeri olan “eş desteğı” konularının incelenmesi açısından önem taşımaktadır.

Tablo 5. Önceki İş Deneyimi ve İşletme Özellikleri

	Önceki İş Deneyimi	Meslek	İşletme Yaşı	Çalışan Sayısı
Katılımcı 1	El İşleri Üretim ve Satış	Tekstil Firması Sahibi	16	4
Katılımcı 2	Kasaplık (Çalışan)	Kasaplık (İşletme Sahibi)	5	-
Katılımcı 3	Ev Kadını	Su Firması Sahibi	2	17
Katılımcı 4	Reklam Ajansı Çalışanı	Reklam Ajansı Sahibi	11	2
Katılımcı 5	Turizm, Çevirmenlik, Satış ve Pazarlama	Restoran Sahibi	6	10
Katılımcı 6	Hastane Yöneticiliğı	Plastik Ambalaj Üreticisi	12	2
Katılımcı 7	Öğrenci	Köpek Tasması Şirketi Sahibi	2	-
Katılımcı 8	Medikal (Çalışan)	Medikal Firması Sahibi	9	3
Katılımcı 9	Ev Kadını/Öğrenci	Kadın Giyim Firması Sahibi	2	-
Katılımcı 10	Pratisyen Hekim	Güzellik Merkezi Sahibi	5	10
Katılımcı 11	Ev Kadını	Butik Sahibi	3	1
Katılımcı 12	Muhasebe	Perde Mağazası Sahibi	10	-
Katılımcı 13	Reklam Ajansı Çalışanı	Reklam Ajansı Sahibi	12	5
Katılımcı 14	Pazarlama (Çalışan)	Ev Dekorasyon Firması Sahibi	4	14

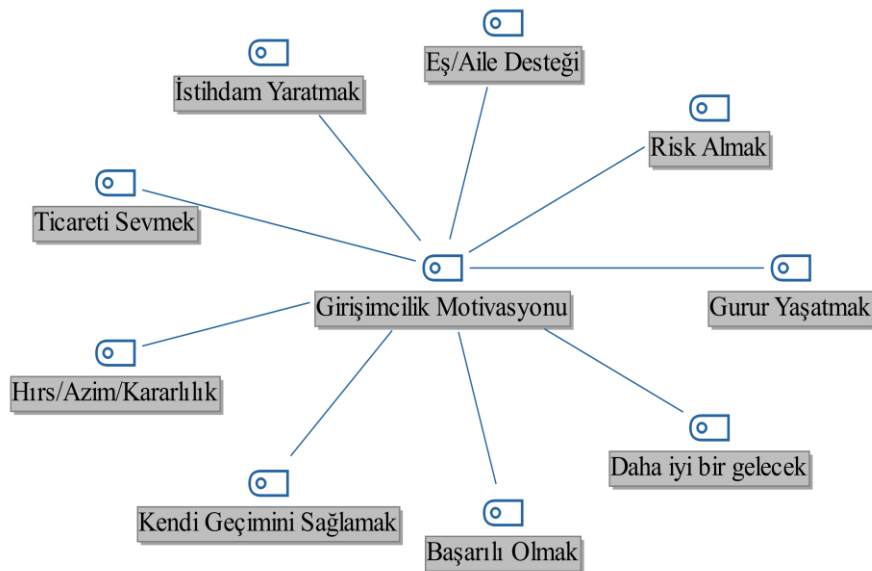
Kadın işletmecilerin mevcut işletmelerini kurmadan önce sahip oldukları iş deneyimleri kadın girişimciliğini etkileyen sosyo-demografik değişkenler arasında yer almaktadır. Çalışmalar kadın girişimcilerin özellikle ilgili sektördeki önceki deneyimlerinin girişimcilik yolculuklarıyla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Bird, 1988; Cansız ve Tekneci, 2018). Görüşmeye katılan kadın girişimcilerin önceki iş deneyimleri ile mevcut işletmelerinin özellikleri incelendiğinde bu ilişkinin büyük oranda geçerli olduğu görölmektedir.

Girişimcilik Motivasyonu

Girişimcilerin girişimci olma yönündeki seçimleri girişimcilik literatüründe tartışılan konuların ilk sırasında yer almaktadır. Kadınların girişimci olmalarını belirleyen faktörler literatürde “itme ve çekme faktörleri” (Gilad ve Levine, 1986), ya da “ihtiyaç girişimciliğı” ve “fırsat girişimciliğı” (Hessels vd., 2008) çerçevesinde açıklanmaktadır. İtme girişimcileri ihtiyaç (gereklilik) temelinde girişime başlarken, çekme faktörünün etkisiyle girişimciliğı başlayanlar mevcut fırsatı kullanırlar. Birisi “rüzgara karşı mücadele ederken” diğeri “elverişli bir rüzgara sahip olur” (Alam, Biswas ve Sulphey, 2021).

Bu araştırmada katılımcıların motivasyon kaynaklarının farklılaştığı görülmekle birlikte girişimci olmada en çok vurgu yapılan motivasyon faktörü “başarılı olma arzusu”dur. Başarı katılımcılar açısından “cesaret ederek başlanan” ve “içindeki cevheri çıkaran” bir işin sonucu olarak görülmüştür. Bu bağlamda başarı, girişimcinin cesareti, iradesi ve tutumundan etkilenen bir olgudur. Katılımcılardan biri bulunduğı bölgenin kadın cinayeti ve kadın yönelik şiddet ile değıl bir kadının başarısı ile anılmasının ne kadar önemli olduğunu vurgulamıştır. Kendi geçimini sağlama isteği, hırs, azim ve kararlılık fırsat girişimciliğinin unsurları olarak katılımcılar arasında ön plana çıkmıştır.

Şekil 24. Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyonları



Önceki işin yarattığı yorgunluk, bakım sorunları (iş-aile dengesi), yaşanılan bölgenin yapısı ihtiyaç girişimcisi (iten faktörler) olarak kadınları motive eden unsurlar iken, daha iyi

bir gelecek, istihdam yaratmak, üretme arzusu, kendi geçimini sağlama isteği, iş insanlığı ve ticareti sevmek fırsat girişimcisi (çeken faktörler) olarak motivasyon konusunda sıklıkla vurgulanmıştır. Katılımcılar arasında çocuklarının geleceğini düşünerek girişimci olduğunu ve onların daha iyi bir eğitim almalarını istediğini belirten bir girişimci düşüncelerini şöyle ifade etmiştir.

“Bazı şeyleri kadınların ispatlaması gerçekten zor oluyor ama eğer işin ucunda çocuklarımız ve gelecekleri varsa eğitimleri varsa iyi ki de girmişim dediğim yol, iyi ki de yapmışım dediğim bir iş” (Katılımcı 2, Kasap).

Birisi ilkokul ve ikisi lise mezunu olan üç katılımcı “çevrenin onunla gurur duyması” konusundaki isteklerinin onlarda motivasyon etkisi yarattığını belirtmişlerdir. Girişimci kadınlardan biri daha önce çalışan olarak bulunduğu sektörde artık girişimci olarak aynı işi yapmaya başlamasında ailesine gurur yaşatma duygusunun ön plana çıktığını belirtmiştir.

"Bir evlat olarak babama yaşatabileceğim en büyük gururu yaşatmaya çalıştım hep, işimizle aile düzenimizle" (Katılımcı 2, Kasap).

Kendi geçimini sağlama isteği de katılımcılar arasında öne çıkan motivasyon faktörü arasında yer almaktadır. Kadınlar kendi işleri olduğunda hayatlarını daha iyi yönetebileceklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar arasında bu düşünceyi hem kendine ait bir işe sahip olma arzusu hem de çalışkanlık, azim, başarıma duygularıyla açıklayanlar vardır.

“Sadece kendi firmam bana ait olsun istedim, o şekilde kurdum. Yani emin olun o çalıştığım firmadan ayrıldım da aslında kendi firmamı kurdum. Artık ben kendim kazanacağım” (Katılımcı 8, Medikal Firması Sahibi).

“Ben iki ay süre zarfında bütün müşterileri tanıdım, müşteriler de beni çok sevdi, iletişim çok güzel oldu, birazcık da çalışkanlık var, işte ben bu işi yaparım, işte azimliyim, başarabilirim, işte evde oturmak istemiyorum, kendi paramı kendim kazanmak istiyorum gibi gibi düşüncelere de girince başardık, o şekilde girdik” (Katılımcı 12, Perde Mağazası Sahibi).

Katılımcılar arasında aile desteği ve özellikle eş desteğinin önemli bir rolü olduğu vurgulanmaktadır. Literatürde kadınların işletmelerini kurarken eş desteğinin önemli bir motivasyon kaynağı olduğuna dikkat çekilmektedir (Rasool, Zubair ve Anwar, 2019). Vălimăki ve arkadaşları (2009) girişimci kadınların eşlerini sınıflandıran bir tipoloji geliştirmişlerdir. Buna göre belirleyici, destekleyici, araçsal, esnek ve verimsiz olmak üzere beş tür vardır. Nikina ve arkadaşları da (2015) kurucu ortaktan destekleyiciye kadar değişen süreçte bir eş desteğinin sürekliliğinden söz ederler (verimsiz ve destekleyici olmayan/kararsız; belirleyici ve kurucu ortak; destekleyici, araçsal, esnek ve destekleyici). Görüşmeye katılan kadın girişimcilerin bir kısmının eşleri kurucu ortak/belirleyici niteliğindeyken katılımcıların büyük çoğunluğu eşlerinin destekleyici olduğunu belirtmiştir.

Babasının sermaye konusunda desteği ile işini kurduğu belirten bir kadın girişimcinin yanı sıra eşinin en büyük motivasyon kaynağı olduğunu belirten girişimciler de bulunmaktadır. Katılımcılardan biri düşüncelerini şöyle dile getirmiştir.

“Benim en büyük motivasyonum eşim. Benim bu işi yapabileceğimi düşündü ve ben bu işe başlarken çok korkarak başladım” (Katılımcı 1, Tekstil Firması Sahibi).

Ev hanımı iken iş kurmaya karar veren bir katılımcı ise eşinin desteğinin girişimci olmaya karar vermesinde olumlu etkisi olduğunu belirtmiştir.

“Ev hanımlığı gerçekten çok zor bir sektör. Yani sürekli boş yere hizmet etmektense kendim için faydalı bir şey yapmak istedim. Sonra bunu eşimle paylaştığımda beni destekledi, ne yapsak diye oturduk, düşündük” (Katılımcı 11, Butik Sahibi).

Bir başka katılımcı ise eşinin destekleyici olduğunu ve başaracağına inandığını ifade etmiştir.

“Eşim toptanda çalıştığı için bir yer devrediliyormuş dedi bana, çok güzel sen bunu yapabilirsin, başarabilirsin dedi.... Bir dene dedi, yani eşimin sayesinde oldu diyebilirim size” (Katılımcı 12. Perde Mağazası Sahibi).

Görüşmeye katılan girişimci kadınlar arasında risk almak önemli bir motivasyon kaynağı olarak görülmektedir ve katılımcılar tarafından risk “ayaklarının yere bastığını hissetmek” ve “paradan da önemli olanın bu riski almak ve bu işe başarmak” ile ilişkilendirilmiştir. Girişimcilikte risk almaya yatkın olmak finansal açıdan zarar tehlikesini ve sosyal açıdan da başarısızlığı göze almak demektir (Kayalar ve Ömürbek, 2007). Görüşmeciler arasında sosyal kayıpların çok önemsendiği ve en az finansal açıdan uğranılacak zarar kadar vurgulandığı görülmektedir.

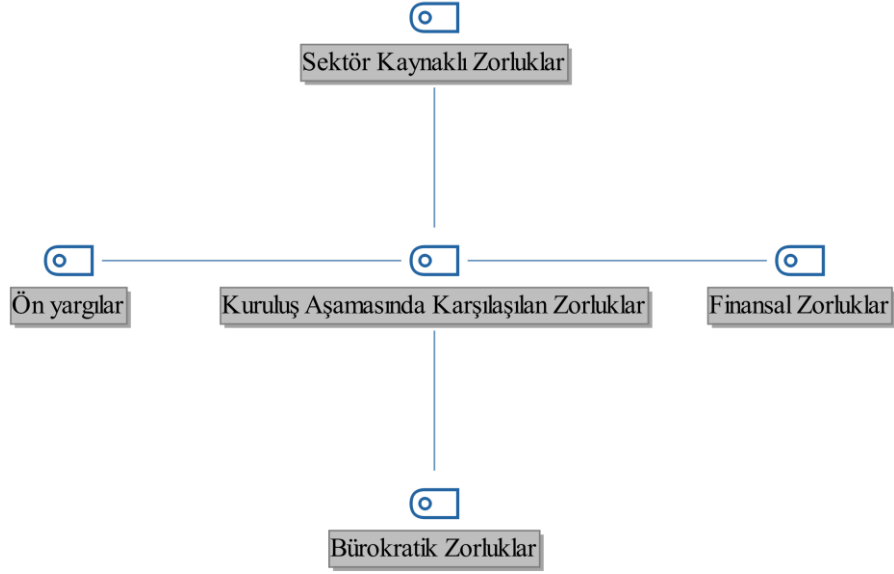
İş-yaşam dengesi kurmaya çalışmak katılımcılar arasında bir motivasyon kaynağı olarak görülmektedir. Daha önceki işlerini çocuklarının bakımı konusunda yaşadıkları sorunlardan dolayı bırakan kadınlar, tekrar işe dönme arzusu taşımışlardır.

İhtiyaç faktörü ya da iten faktörler bireylerin girişimci olmasında önemli bir etkidir. Katılımcılar arasında yaşanan bölgenin yapısından dolayı girişimci olduğu belirlenler bulunmaktadır. Bu katılımcılar yaşadıkları bölgede kadınlara yönelik toplumsal baskı olmadığını ve kendilerini daha özgür hissettiklerini belirterek bu yapının bir işletme kurmada onların motivasyonunu artırdığını ifade etmişlerdir. Kadınları girişimci olmaya iten faktörler açısından yaşanan yerin toplumsal yapısının etkili olduğu görülmektedir.

Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Zorluklar

Girişimci kadınların iş kurma aşamasında birçok zorlukla karşılaştıkları görülmektedir. Bu zorluklar genel olarak ön yargılar, finansal, bürokratik ve sektör kaynaklı zorluklar şeklinde değerlendirilebilir.

Şekil 25. Kuruluş Aşamasında Karşılaşılan Zorluklar



Kadınların işlerini kurma aşamasında en çok ön yargılarla mücadele etmek durumunda kaldıkları görülmektedir. Toplumsal cinsiyet rollerine ve patriarkal yapıya dayalı olarak belirlenen ön yargılarla öncelikle kendi ailesinde karşılaşılan katılımcılar bulunmaktadır.

“Ailemin yüzde doksanı okumuş insanlar ama bayan ticaret yapmaz, maalesef bu geçiyor. Yani ne kadar eğitilmiş olurlarsa olsunlar erkek ataerki ailelerde olduğumuz için kabullenilmedi” (Katılımcı 1, Tekstil Firması Sahibi).

Aile dışında toplumun da kabul ettiği ön yargılar görüşmecilerin birçoğunun da belirttiği gibi kadınlar iş gücü piyasasında yer alabilmek için “erkek gibi” davranmak durumunda bırakmıştır.

“Çünkü bu ticarete sadece sanki erkekler ticaret yapabilirmiş gibi bir algı var maalesef” (Katılımcı 4, Reklam Ajansı Sahibi).

Katılımcılardan biri erkek beklenirken bir kadın işyeri sahibi ile görüşmek durumunda kalan müşterinin ilk tepkisini şöyle dile getirmiştir.

“aaa...hanım , siz mi yani nasıl olur” (Katılımcı 4, Reklam Ajansı Sahibi).

Erkek gibi davranma durumunu “kendi cinsiyetiniz yok” şeklinde açıklayan bir katılımcı akşam eve döndüğünde ise kadın ve anne kimliğini tekrar giymesi gerektiğini belirtmiştir.

“Sizi zorluyorlar işte, ilk önce cinsiyetinizi yok ediyorsunuz işe başlarken. Kesinlikle eğer yükselmek istiyorsanız da cinsiyetiniz yok. Bir erkek oluyorsunuz. Kendinizi kanıtlıyorsunuz. Ondan sonra kendinize kadın olduğunuzu hissettirmek o kadar zor ki. Bakın orada şeysiniz, ilk erkeksiniz. Eve gelip kadın ve anne olmak zorundasınız” (Katılımcı 1, Tekstil Firması Sahibi).

Kadınlar bir işletme kurarak girişimci olsalar bile toplumsal cinsiyet rollerine göre şekillenen toplumsal yapı onların kadınlara atfedilen rollere göre hareket etmesini beklemektedir. Katılımcılardan bazıları işgücü piyasasında kendilerini kabul ettirmek için belirli bir süre geçmesi gerektiğini ve ilk başlarda müşteri ile bir akşam yemeğine bile gidemediğini ifade etmiştir.

" Bir sürenin geçmesi gerekiyor, insanların seni kafalarında oturması gerekiyor vs. Ben çok isterdim o dönemlerde, mesela birisiyle görüşüyorsun hadi bir akşam yemeğine gidelim. Erkekler çok rahat alıp götürür, ben yapamam” (Katılımcı 8, Medikal Firması Sahibi).

Katılımcılardan biri ise yaptığı iş gereğince atölyeye gitmesi gerektiği halde bu işi bir erkek çalışanın yaptığını belirtmiştir.

“Ama hani kadın olarak her ortama girip çıkmak biraz zor oldu. Hatta biz bu süreci böyle yani mesela arkadaşımın bir atölyeye mesela her atölyeye girip çıkamıyoruz. Ve çıkamadık da...bizim üretimimizi yardım edecek bir erkek vasıtasıyla yapmak durumunda kaldık. Yani sektör her ne kadar kadın ürünleri olsa da üretimi yani kumaşından üreticisine işte satıcısına kadar sektörde bir erkek hakimiyeti var” (Katılımcı 9, Kadın

Katılımcıların birçoğu çalışma yaşamında güçlenmeye ve bulundukları sektörde kendini kabul ettirmeye başladıkça, ön yargıların azalmaya başladığını belirtmiştir. Özellikle işletmelerini kurma aşamasında ve ilk yıllarda kadınların kendilerini kabul ettirmek ve ön yargılarla mücadele etmek durumunda kaldıkları görülmektedir. Katılımcılar “başaramayacaksın” “bu iş sana uygun değil” diyenlerin zaman içinde görüşlerini değiştirdiklerini ve onların başarılarını kabul ettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların işletmelerini kurma aşamasında karşılaştıkları finansal zorluklar üstesinden gelinmesi gereken önemli bir sorun olmuştur. Bu zorluklar arasında en çok vurgulanan sermaye teminidir. Hem sermaye bulmak hem de buldukları sermayeyi verimli bir şekilde kullanmak çok da kolay olmamıştır. Katılımcılardan biri bu durumu şöyle dile getirmiştir.

"3 ay sürdü, tabii kurulma aşamasında babamın verdiği sermayeyi o kadar yanlış yerlere vermişim ki benim elimde çok az bir miktarda para kalmıştı" (Katılımcı 1, Tekstil Firması Sahibi).

Katılımcıların birçoğu finansal zorlukların işletmeyi kurduktan sonra üretime geçme ve bunu sürdürme aşamalarında büyük bir sorun olduğunu belirtmiştir. “Güven oturtmanın” önemli bir aşama olduğu, hem bankalarda hem müşterilerde ve çevrede bu güveni oturtmanın yıllar sürdüğü ifade edilmiştir.

"O güveni hem bankalarda hem çevre hem müşteride oturtabilmek benim yıllarımı aldı. Gerçekten çok zordu. Hele kendi bölgemizde erkek egemen bir dünyada. Bir de belli bir çizginiz varsa onu asla aşamıyorsunuz. Onu oturtabilmek o kadar güçlü ki. Çok zorluklar yaşadım" (Katılımcı 8, Medikal Firması Sahibi).

Katılımcılar arasında kuruluş aşamasında Halkbank’ın desteğinin önemli olduğunu belirtenler olmuştur.

“Hani üretimimizi bizim kendi bünyemizde yapmak zorunda kaldık. Çünkü az adetli olduğumuz için kimse üretmeye yanaşmıyor veya işte iki katı, üç katı paralar teklif ediyorlardı ve hani aslında istemesek de yaşadığımız bu süreç bizi atölye kurma noktasına getirdi. Bu atölye kurma noktasında da aslında Halkbankası ile bu yüzden iş birliği yapmak durumunda kaldık” (Katılımcı 9, Kadın Giyim Firması Sahibi).

Ticaretin çok farklı bir süreç olduğunu belirten girişimci kadınlar, her gün farklı bir deneyim kazandıklarını ve kuruluş aşamasında yaşanan finansal zorluklarla baş etme deneyiminin de sonraki süreci yürütmede katkısı olduğunu belirtmişlerdir.

Kuruluş aşamasındaki zorluklar arasında yer alan bürokratik zorluklar katılımcıların dikkat çektiği sorunlardan biri olmuştur. Bakanlıklarda, vergi dairesinde yürütülmesi gereken işlerin motivasyonu düşürmemesi gerektiği, işe başlamadan önce bu süreci araştırmak gerektiği ayrıca vurgulanmıştır.

Katılımcılar kuruluş aşamasında seçtikleri sektörden kaynaklanan zorluklar yaşamış ve bu zorluklarla mücadele etmek durumunda kalmışlardır. Bu zorluklar arasında kadın girişimcilerin erkek egemen sektörlerde işletme kurmaları ön plana çıkmaktadır. Birçok katılımcı yoğun olarak erkeklerin çalıştıkları sektörlerde kadın işletme sahibi olarak kendilerini kabul ettirme konusunda büyük çaba harcadıklarını ifade etmişlerdir.

"Ama şunu öğrendim, çok zorlandım çünkü işim tekstil, tamamen erkeklerin elinde, bakın tamamen ve sizin kadın olarak kendinizi kabullendirmeniz için çok uğraşmanız lazım” (Katılımcı 1, Tekstil Firması Sahibi).

Bulundukları sektörden dolayı erkeklerin dilini konuşmak zorunda kaldıklarını belirtenler olmuştur.

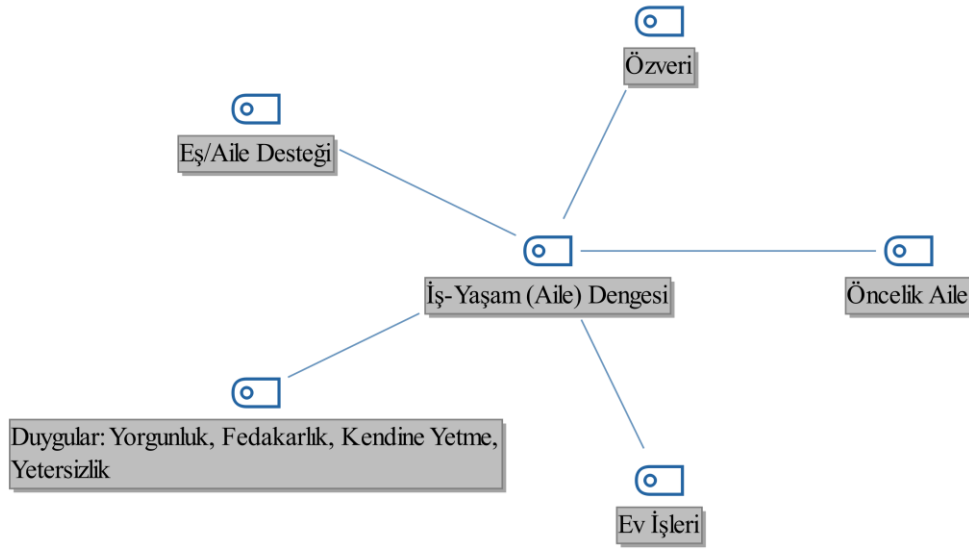
"Dediğim gibi ilk başta erkekle çalışmak yani erkek aşçılarla çalışmak, onların jargonun konuşmak, onların içine girmek benim için çok yıpratıcı oldu” (Katılımcı 5, Restoran Sahibi).

Katılımcılar arasında erkek egemen sektörlerde iş kurma aşamasında genç olmanın dezavantajını yaşadığını belirtenler olmuştur. “Nereden çıktı bu”, “bu sektörde ne işin var”, “kocan çalışsın sen niye çalışıyorsun” gibi ayrımcılık ve dışlama içeren ifadelerle karşılaşan kadınlar, pes etmediklerini ifade etmişlerdir.

İş-Yaşam Dengesi

Kadınların işgücüne katılmalarını engelleyen en önemli faktörlerden biri ev işlerinin ve ailede bakım sorumluluklarının kadınların işi olarak görülmesidir. Genel olarak ev işlerini (yemek, temizlik, ütü gibi) ve bakım işlerini (çocuk, yaşlı, engelli, hasta) kadınların yerine getirmesi gerektiği toplumsal bir norm olarak kabul edilmektedir. Görüşmeye katılan girişimci kadınlar arasında iş-yaşam dengesi kurma konusunda zorlandıklarını belirtenler bulunmaktadır.

Şekil 26. İş-Yaşam Dengesi



Özellikle çalışmayan kadınların girişimci olarak çalışma yaşamına katıldıktan sonra daha çok zorlandıklarını ifade ettikleri görülmüştür. Zaman zaman önceliği aileye vermek durumunda kalan katılımcıların büyük çoğunluğunun ev işi ve bakım yükümlülükleri hafiflememiştir. Ancak birçoğu bu işleri yardımcı/bakıcı, eş desteği ve aile büyüklerinin yardımı ile çözdüklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar arasında ücret ödeyerek kreş, ücretli bakıcı, aralıklı olarak bakım ve ev işlerinde destek alanların yanı sıra özellikle çocuk bakımı konusunda aile büyüklerinin yardımını alanlar bulunmaktadır. Katılımcılardan biri sözleri ile kadınların iş-yaşam dengesi konusunda yaşadıkları zorlukları özetlemiştir.

"Kreşe başlayınca çocuğum biraz daha rahat ettim ama işte Türkiye'deki kadınların bence en büyük handikapı bu. Yani işle aileyle iş konusuna paralel götürmek çok zor. Çünkü sizin sorumluluklarınız çok fazla. Evde bambaşka bir işiniz var. Çocuklarımızın yetişmesi gerekli. Evinizin düzenin olması gerekir ama bunun dışında da işte oldukça katı ve sert şekilde geçmek zorunda. Yani hepsini bir harmanlamak çok zor, çok yıpratıcı ama kadınların gerçekten böyle bir yeteneği var. Ben ona inanıyorum. O yüzden hepsini bir arada yapabilme gücümüz var" (Katılımcı 5, Restoran Sahibi).

Katılımcılar arasında aile büyüklerinin desteğinin önemli bir yer tuttuğu görülmüştür. Özellikle çocuk bakımı konusunda büyükanne desteği kadın girişimciler tarafından güvenilir birinden destek almak şeklinde yorumlanmıştır. Çocukları doğduktan sonra bu desteği alan kadınlar daha çabuk ve gönül rahatlığı ile kendi işleri ile ilgilenebildiklerini belirtmişlerdir. Ancak bazı katılımcıların çocuklarını doğar doğmaz bakıcıya bıraktıkları ve çok küçük yaşta kreşe başlatmak zorunda kaldıkları için bu durumun onları bir ölçüde rahatsız ettiği anlaşılmaktadır. Çocukları daha büyük yaşta kreşe başlayan katılımcıların kendilerini daha mutlu hissettikleri anlaşılmıştır. Ancak "eşim çocuğumuza baktı" "çocuğumuzun bakımında büyük rol üstlendi" diyen görüşmeciye rastlanılmamış, eşlerin çocuk bakımı konusunda daha çok sınırlı sorumluluk üstlendikleri görülmüştür.

Katılımcıların birçoğu ev işleri konusunda eşinin destek olmaya çalıştığını özellikle işten eve döndükleri zaman yemek hazırlanması, çocuklarla ilgilenilmesi konusunda eşinin yardım ettiğini ifade etmiştir. Girişimci kadınların eşlerini sınıflandıran tipolojilerde "destekleyici/destekleyen eş" önemli kategoridir ve görüşmeye katılan katılımcıların birçoğu eşinin desteğini vurgulamıştır.

"Ama sağ olsun bu konuda eşimle çok iyi paslaşırız. Kim fırsat bulursa birbirini dinlendirmeye çalışır. Evde de yine aynı şekilde ortak devam ediyor" (Katılımcı 2, Kasap).

Katılımcılar arasında eş desteğini sadece evdeki işlerin yerine getirilmesi olarak değil, manevi olarak verilen destek olarak değerlendirenler olmuştur.

"Eşinizin size sen bunu yapabilirsin, ben senin her zaman arkadayım demesi bence en büyük şey yani o saatleri paylaşmaktan ziyade sizin psikolojik olarak birinin arkasında olduğunu hissetmesi, hissetmeniz bence en önemli şey. Dediğim gibi benim eşim de çok yoğun çalıştığı için bana hiçbir zaman işte bu çocukları beni alırım, yemekleri ben hallederim. Hiç öyle bir şey olmadı ama psikolojik olarak ben arkadayım yaparız, bir şekilde çözeriz. Ben o güvenceyi aldığım için bu işleri bir şekilde hallettim" (Katılımcı 5, Restoran Sahibi).

Katılımcılar iş-yaşam (aile) dengesini kurmaya çalışırken, duygularından da söz etmiştir. Hissettikleri duygular arasında "yorgunluk", "yetersizlik", "fedakarlık", "özverili olma", "mükemmeliyetçilik", "kendine yetme" gibi hem olumlu hem de olumsuzluk içeren duyguların bulunduğu görülmüştür. Genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların birçoğu iş-yaşam (aile) dengesini kurmaya çalışırken tüm işlerin (hem iş hem ev) üstesinden gelme sürecinde "mükemmel olmak", "fedakar olmak", "özverili olmak" gibi duygular hissettiklerini belirtmiştir.

"Bir tabir vardır tirim tirim, her şey tirim tirim olsun işte o da olsun kahvaltıları olsun, her şeyleri eski düzende gitsin diye ben kendimi çok zorladım. Hani onlar beni çok yormadılar ama ben kendi kendimi çok yordum. Sonrasında tabii ki zamanla ben alıştım bir şeylerin artık eskisi gibi olmayacağını kabullenmem gerektiğine" (Katılımcı 14, Ev Dekorasyon Firması Sahibi).

Katılımcılardan biri özveride bulunma durumunu şöyle dile getirmiştir.

"Ben uykumdan feragat ettim sabahın beşinde kalktım, evimin yemeğini yaptım, çocuklarımın düzeni sağladım, uyumadım. Kendi kişisel olarak bütün işler derken çok özveride bulundum" (Katılımcı 5, Restoran Sahibi).

Katılımcılar arasında iş-yaşam (aile) dengesini sağlama konusunda hissedilen duygular arasında bulunan "kendini yetersiz hissetme" halinin hem fiziksel hem de psikolojik olarak zorlanıldığında hissedildiği görülmüştür. "Acaba yetebiliyor muyum" sorusu kadınların zihnini

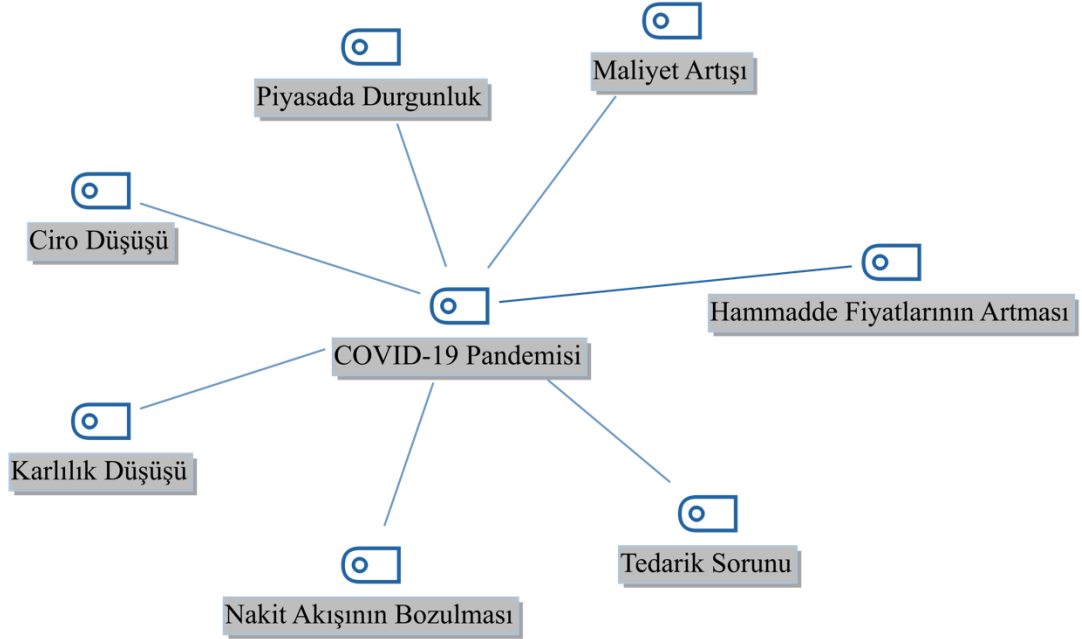
meşgul etmektedir. Katılımcılar ilk başlarda daha yoğun yaşadıkları bu duyguların zamanla daha azaldığını belirtmişlerdir. İşlerinin kuruluş aşamasında ve ilk yıllarda iş-yaşam (aile) dengesini sağlamak onlar için daha zor olmuştur. Özellikle çocukların büyümeye başlaması ve bazı ev işlerine yardım etmeleriyle birlikte (sofra hazırlamak, evi düzenlemek gibi) katılımcıların ev işlerine ayırdıkları zaman biraz da olsa azalmaya başlamıştır. Katılımcılar arasında eşlerinin ve çocuklarının bu süreçte anlayışlı olduklarını vurgulayanlar da olmuştur.

Faaliyetlerini Sürdürme Aşamasında Karşılaşılan Zorluklar ve COVID-19'un Etkisi

Katılımcılar faaliyetlerini yürütürken karşılaştıkları zorluklardan bahsederken genellikle finansal zorluklara değinmişlerdir. Bunlar arasında nakit akışının sağlanması konusunda yaşanan zorluklar ve hammadde fiyatlarının yükselmesi ön plana çıkmaktadır. Cinsiyetlerinden kaynaklanan bir sorun yaşıyıp yaşamadıkları sorulduğunda katılımcıların büyük bir çoğunluğu iş kurma aşamasında işletmelerinin dahil olduğu sektördeki ön yargılara dayanan bir ayrımcılıkla karşılaştığını belirtirken faaliyetlerini sürdürme aşamasında ayrımcılıkla mücadelelerinin başarıyla sonuçlandığını ve artık cinsiyet kaynaklı bir ayrımcılıkla karşı karşıya kalmadığını belirtmiştir.

Katılımcılar faaliyetlerini sürdürme aşamasında karşılaşılan zorlukları aktarırken büyük ölçüde COVID-19'un işletmeleri üzerindeki etkilerini vurgulamışlardır. Dünya Sağlık Örgütü'nün, Mart 2020'de COVID-19'u küresel bir salgın olarak ilan etmesinin ardından dönemsel olarak uygulanan sokağa çıkma kısıtlamaları, seyahat kısıtlamaları ve bazı sektörlerle yönelik faaliyetlerin sınırlandırılması ya da durdurulması gibi önlemler küresel ekonomi üzerinde büyük bir etki oluşturmuştur. Araştırmalar küçük işletmelerin ve işe yeni başlayanların COVID-19 pandemisi sırasında önemli bir gelir kaybına ve yüksek bir temerrüt riskine maruz kaldıklarını ortaya koymaktadır (OECD, 2020; Rashid ve Ratten, 2021). Pandemi, dünyanın farklı bölgelerindeki işletmelerin faaliyetlerini etkilediği gibi bu araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmeler üzerinde önemli bir etkide bulunmuştur.

Şekil 27. COVID-19 Pandemisinin İşletmeler Üzerindeki Etkisi



Katılımcılar COVID-19'un işletmelerine olan etkilerini nakit akışının bozulması, tedarik sorunu, hammadde fiyatlarının artması, piyasada durgunluk, maliyet artışı, ciro ve karlılık düşüşü şeklinde belirtmişlerdir. Genel çerçeve bu şekildeyken sektörlere göre pandeminin ciro artışını sağladığını belirten katılımcılar da olmuştur. Bununla birlikte dışarı çıkma yasaklarının ciro anlamında işletmelerine olumlu yansıdığını belirten bu katılımcılar, paydaşlarının finansal problemlerinden dolayı nakit akışı sorunlarıyla karşılaştıklarını eklemişlerdir.

Yapılan görüşmelerde pandeminin iş-yaşam dengesine etkisi avantajlar ve dezavantajlar açısından değerlendirilmiştir. Buna göre aileye, bakım sorumluluklarına ve ev işlerine daha fazla zaman ayırmayı, iş yerinin kapanmasıyla veya çalışma saatlerinin azalması ile evde daha fazla dinlenme imkânı vermesini, dışarı çıkma yasaklarının sağladığı avantajlar olarak değerlendiren katılımcılar olmuştur. Bunun yanı sıra dışarı çıkma yasakları döneminde faaliyetine devam eden işletme sahiplerinin COVID-19 riski nedeniyle çocukları ile aralarına mesafe koymak zorunda olmaları pandeminin dezavantajları arasında belirtilmiştir.

Pandemi katılımcıların gelecek planları üzerinde de etkili olmuştur. Katılımcılara gelecek planları sorulduğunda birçoğu şu an odak noktalarının işletmelerinin mevcudiyetini korumak olduğunu dile getirmiştir.

“Yani pandemi olmasaydı şu anda size şöyle cevap verebilirdim, her şey harika, ikinci şubeyi açacağım diye cevap verebilirdim ama şu anda ne yazık ki bu pandeminin izlerini üstünüzden atmak derdindeyiz. Birazcık borca girdik, o borçları temizleyip şu anda işletmeyi, tekeri döndürme derdindeyiz” (Katılımcı 5, Restoran Sahibi).

Katılımcıların birçoğu pandemi sürecinde karşılaştığı finansal zorluklarla mücadele için devlet ve banka desteklerinden faydalandığını belirtmiştir. Girişimcilik yolculuğunda Türkiye Halk Bankası A.Ş.’nin kadın girişimci kredisinden yararlanan katılımcılar bu krediler ile; borç ödeme, nakit akışını sağlama, hammadde alımı, araç alımı, istihdam sağlama, sermaye artırımını, işi büyütmeye, etkileyici pazarlama yapma ve kredi notunu yükseltme gibi farklı ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Katılımcıların kadın girişimci kredisinden duydukları memnuniyeti belirlemek üzere sorulan sorulara genellikle olumlu yanıtlar verdikleri görülmüştür. Kredi kullanım süreçlerinde ilgili personelin desteklerinin öneminin altı çizilmiş, bundan duyulan memnuniyet ifade edilmiş ve kredinin kadın girişimciler için önemi “can suyu olduğu”, “nefes aldırıcı” veya “ilaç gibi geldiği” gibi ifadelerle dile getirilmiştir.

“Kadın girişimcilik için kullandığım kredi gerçekten nefes aldırdı bana o süreç içinde” (Katılımcı 2, Kasap).

Pandeminin belirsizliği ve öngörülemezliği, nedeniyle oluşan olumsuz tabloya rağmen kadın girişimciler işletmelerini krizden kurtarmaya ve faaliyetlerini sürdürmeye yönelik iyimser bir tutumu yansıtmışlardır. Bunun yanı sıra dijitalleşmeye geçiş sürecine yönelik bir farkındalık kazandıklarını vurgulamışlar ve dijital dönüşümü merkeze alan uzun dönemli gelecek planlarından bahsetmişlerdir.

İhtiyaçlar, Beklentiler ve Öneriler

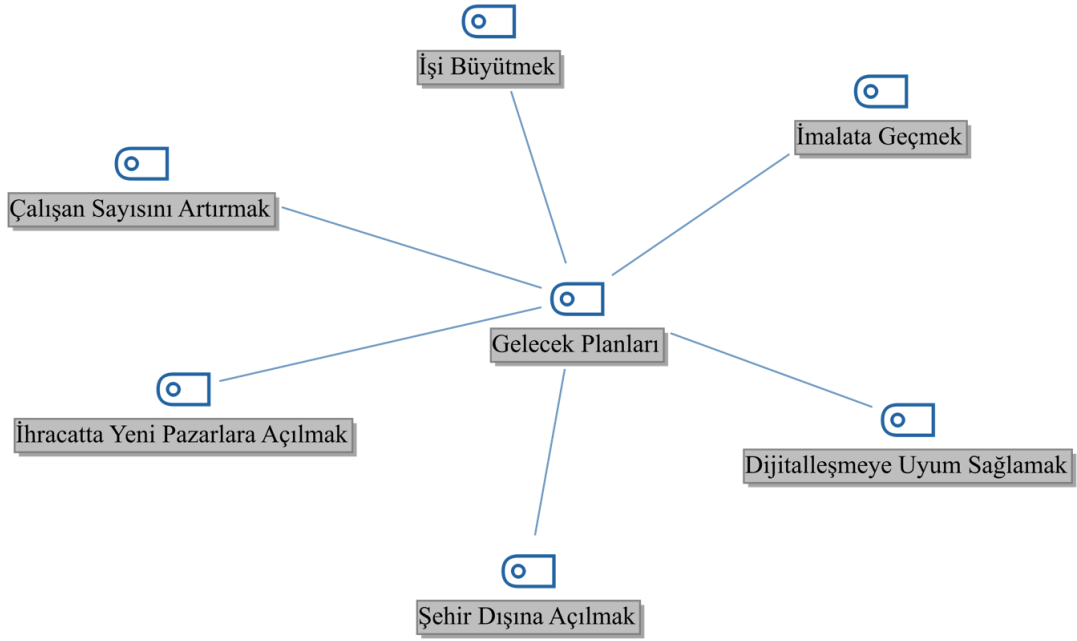
Katılımcılar kadın girişimci kredisi dışında makine alım desteği kredisi, kredi limitlerinin yükseltilmesi, sıfır faizli kredi sağlanması, personel istihdam desteği kredisi, hammadde desteği kredisi, hayvansal kredi desteği gibi alanlarda ihtiyaç ve beklentilerini belirtmişlerdir. Finansal destek dışındaki ihtiyaç ve beklentileri sorulduğunda farklı konularda eğitim talebinde bulunmuşlardır. Katılımcıların yarısından fazlası işletmelerini kurmadan önce Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) girişimcilik eğitimini aldığını belirtmiştir. Dolayısıyla kadın girişimcilerin bu deneyimleri, eğitim yönündeki beklenti ve talepleri üzerinde etkili olmuştur. Genç girişimcilere yönelik temel ticaret bilgisi eğitimi ve mentorluk uygulaması üzerinde durulmuştur. Bunun yanı sıra sosyal medya yönetimi, dijital pazarlama, etkili pazarlama, e-ticaret ve genel anlamda dijitalleşme üzerine eğitim talepleri olmuştur.

“Benim en büyük eksiğim şu anda ne yazık ki medya yani bu şey hesapları yönetebilmek, dijital pazarlama bu konuda eksiğim, profesyonellerle çalıştım ama şu anda onlara ödeyebilecek ne yazık ki bütçe ayıramıyorum hep o bütçelerle götürdüm ama ben bu işi kendim yapmak istiyorum ama onun için de inanın her gün kızıma soruyorum, nasıl yapacağım, nasıl edeceğim, şöyle mi yapacağım diye” (Katılımcı 5, Restoran Sahibi).

İşletmelerini Türkiye’nin farklı şehirlerinde kuran kadın girişimciler talep edilen eğitimlerin çevrimiçi platformlarda gerçekleştirilmesinin de önemini belirtmişlerdir. Görüşmeye katılan kadın girişimcilerin söz konusu talepleri dünyanın farklı bölgelerinden gelen taleplerle uyumludur. Bu talepler sonucunda örneğin İrlanda’da “Büyümeye Geçiş” programlarındaki grup koçluğu ve akran öğrenimi oturumları da dâhil olmak üzere, kadınların girişimcilik destek programları dijital hale gelmiş, çevrimiçi bir toplantı platformuna taşınmıştır. Fransa’daki Force Femmes gibi, faaliyetlerini genişletmek için çevrimiçi hareketi kullanan ağ örnekleri de bulunmaktadır. Söz konusu ağ, 45 yaş üstü kadınlar için girişimcilik üzerine bir dizi sanal web semineri ve ileri yaştaki kadınlar için dijital girişimcilik üzerine sanal bir konferans başlatmıştır. İrlanda ve Fransa’daki bu örnekler desteklerin dijital ortamda sunulmasının iyi örnekleri arasında yer almaktadır.

Kadın girişimcilerin ihtiyaç ve beklentileri arasında yer alan bir diğer konu kadın girişimciler arasında bir iletişim ağının kurulmasıdır. Bu bağlamda katılımcılar tarafından tecrübe paylaşımının önemine dikkat çekilmiştir. Bu iletişim ağının mentorlük mekanizması işlevinin yanı sıra girişimcilerin işlerini sürdürebilmeleri için önem taşıyan networklerin kurulması ve bir ticari bir dayanışma oluşturulması işlevi de vurgulanmıştır.

Şekil 28. Kadın Girişimcilerin Uzun Dönemli Gelecek Planları



Görüşmeye katılan kadın girişimcilerin uzun dönemli hedefleri arasında; imalata geçiş, dijitalleşmeye uyum sağlamak, şehir dışına açılmak, ihracatı yeni pazarlarla geliştirmek, çalışan sayısını artırmak ve nihayetinde işi büyütmek bulunmaktadır. Bazı katılımcılar işi çocukların bu yönde bir eğitim almasıyla büyütmeye hedefinde olduklarını belirtmiştir. Bu katılımcıların hedefi aileleriyle işi büyütmek ve işletmelerini çocuklarına miras bırakmaktır.

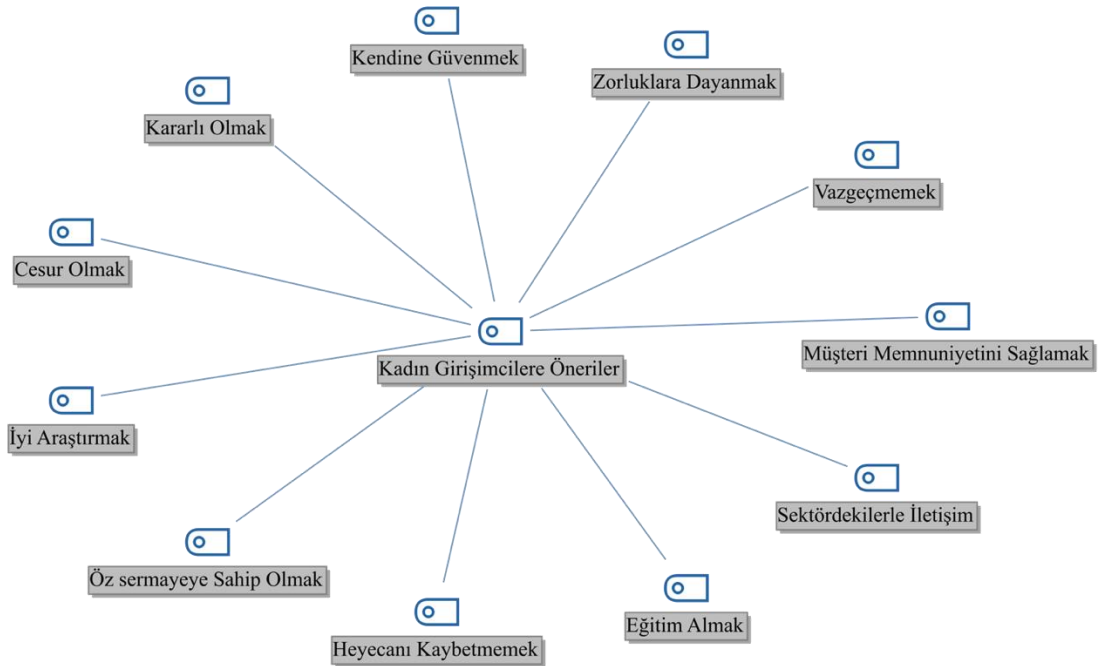
“Baktım...elimdeki malı satacağım ama yerine koyabilecek bir meblağ kalmıyor, kenarda durdum...kurmak istiyorum ama onun için biraz daha genç, daha aktif oğlumu bekliyorum. Onu onun üzerinden yapacak. Aile şirketi olarak büyüterek” (Katılımcı 1, Tekstil Firması Sahibi).

Kadın girişimciler kadın istihdamını destekleme yönündeki hassasiyetlerini özellikle vurgulamışlardır. *Katılımcı 12*, kadın istihdamını destekleme hedefinin yanı sıra halihazırda çevresindeki kadın esnafa verdiği desteği şu sözlerle anlatmıştır:

“Bununla birlikte tabii ki benim kanalım üzerinden para kazanan bir atölyem var, atölyede dört kadın para kazanıyor...karşıda çaycımız var, müşteri geldiğinde oradan söylüyorum. Kahvemi buradan yapayım, aman dışarıdan yemeyeyim demiyorum, öğle yemeğimi evde yiyebilirim ama öyle yapmıyorum. Esnaf bayan arkadaşlarım var, onlardan söylüyorum. Bunun bilincinde olduğumuzda da destek oluyoruz aslında” (Katılımcı 12, Perde Mağazası Sahibi).

Görüşmelerin sonunda katılımcılara girişimcilik yolculuğuna başlama düşüncesinde olan kadınlara nasıl önerilerde bulunabilecekleri sorulmuştur. Bunlar arasında “vazgeçmesinler”, zorluklar karşısında “pes etmesinler” önerisinde bulunan katılımcıların sayısı oldukça fazladır.

Şekil 29. Kadın Girişimcilere Öneriler



Yukarıda bahsedilenler dışındaki öneriler arasında başlamadan önce ilgili sektörün iyi araştırılması, mümkünse sektördekiyle iletişim kurulması, girişimcilik eğitimi alınması ve bir miktar öz sermayeye sahip olunması gibi hususlar belirtilmiştir. Bunun dışında girişimcilik özellikleriyle uyumlu şekilde cesaretli, kararlı ve hırslı olunması gibi kişilik özellikleri vurgulanmıştır.

4. Sonuç ve Öneriler

Girişimcilik; yeni işlerin oluşmasında, istihdamın arttırılmasında, yoksulluğun azaltılmasında, refah düzeyinin yükseltilmesinde, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasında, ekonominin rekabet gücünün yükseltilmesinde ve benzeri alanlarda önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, iktisadi büyüme ve sürdürülebilir kalkınma açısından girişimciliğin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması önem arz etmektedir. Türkiye’de işveren ve kendi hesabına çalışan sayısının Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan 2021 yılı üçüncü çeyrek istatistiklerine göre 6 milyon 73 bin olduğu ve bu kitlenin %84,4’ünün erkek ve %15,6’sının kadın olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle girişimciler kategorisinde kadın erkek eşitsizliğinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve girişimciliğin geliştirilmesi ön plana çıkmaktadır.

Kadınlar işgücü piyasasına girdiklerinde hem çalışma hayatındaki hem ev bakım faaliyetlerinden dolayı üstlendikleri yük katlanarak artmaktadır. Bu bağlamda toplumsal roller ve istihdam önündeki diğer engeller, kadın istihdam oranına da yansımaktadır. TÜİK istatistiklerine göre 2021 yılı üçüncü çeyrekte kadın istihdam oranı %28,2 olarak gerçekleşmiş olup; bu oran erkeklerde %63 düzeyindedir. Yine TÜİK istatistiklerine göre 2019 yılında, hanesinde 3 yaşın altında çocuğu olan 25-49 yaş grubundaki kadınların istihdam oranı 26,7 iken erkeklerde bu oranın %87,3 olduğu saptanmıştır. Ayrıca aynı veri dönemi için çalışma hayatında kalma süresi kadınlarda 19,1 yıl ve erkeklerde 39 yıl olarak hesaplanmıştır. Söz konusu istatistiklerden hareketle; 15 ve daha yukarı yaştakilerin yaklaşık yarısını oluşturanların kadın nüfusunun işgücüne katılma oranının ve istihdam oranının yükseltilmesinin yoksulluğun ortadan kaldırılması, eşitsizliklerin azaltılması, ekonominin güçlenmesi ve sürdürülebilir kalkınma için önem arz ettiği söylenebilmektedir. Bu bağlamda kadın girişimciliğinin yaygınlaşması ve güçlendirilmesi daha da önem kazanmaktadır.

Bu proje kapsamında Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi kullananların, işletme kurma aşamasında ve işletme faaliyetlerini sürdürürken deneyimledikleri, COVID-19 pandemisinin işletmeye etkisi, çalışma yaşam kalitesi bağlamında iş – yaşam dengesine ilişkin algıları ve girişimciliğin geliştirilmesi hususunda ihtiyaçları ve beklentileri araştırılmıştır. Bu süreçte 68 ilden 395 kadın girişimciden anket yoluyla ve 12 ilden 14 kadın girişimciden derinlemesine mülakat yoluyla veri toplanmıştır. Bu kapsamda araştırmada öncelikle nicel, ardından nitel araştırma yöntemi uygulanmış; böylelikle anket yoluyla toplanan veri kümesinin derinlemesine anlamlandırılabilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında ulaşılan başlıca bulgular incelendiğinde; katılımcıların girişimci olmadaki temel motivasyonlarının daha fazla gelir elde etmek ve işveren olma isteği olduğu görülmüştür. Dolayısıyla katılımcıların girişimci olmalarını belirleyen temel faktörler, fırsat girişimciliği çerçevesinde açıklanabilmektedir. TÜİK ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Türkiye Ofisi arasında yapılan işbirliği protokolü kapsamında hazırlanan “Cinsiyete Dayalı Ücret Farkının Ölçümü” başlıklı raporda, 2018 yılı verilerine dayanarak cinsiyete dayalı ücret farkının %15,6 olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra raporda, cinsiyete dayalı ücret farkının yaşa göre artış gösterdiği ve bu farkın 20’li yaşlarda düşük seyrederken 30’lu ve 40’lu yaşlarda kadınlar aleyhine arttığı anlaşılmaktadır. Söz konusu yaşların çalışma hayatında genellikle terfilerin gerçekleştiği ve kadınların evlilik, doğum ve bakım sorumlulukları nedeniyle çalışma hayatına ara verdiği dönemlere denk geldiği düşünülmektedir (ILO ve TÜİK, 2020). Bu bulgular da araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir. Bu bağlamda Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı On Birinci Kalkınma Planının (2019-2023) “Nitelikli İnsan, Güçlü Toplum” kısmında “Kadın” başlığı altında “*Kadınlara yönelik her türlü ayrımcılığı önlemek, kadınların toplumsal hayatın tüm alanlarında hak, fırsat ve imkanlardan eşit biçimde yararlanmalarını ve güçlenmelerini sağlamak*” amacı doğrultusunda kadın girişimciliğinin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Araştırma kapsamında ulaşılan dikkat çekici bir diğer bulgu ise katılımcıların işletmelerini kurma aşamasında yaşadığı en büyük zorluğun sermaye temini olduğu ve işletme faaliyetlerini sürdürürken karşılaşılan en önemli sorunun yeni finansman kaynaklarına erişim olduğudur. Bunun yanı sıra katılımcıların %20’si finans alanında gerçekleştirilecek eğitim programlarına katılmak istediğini belirtmiştir. Bu bulgulardan hareketle, finansal kapsayıcılığın artırılması gerektiği anlaşılmaktadır. Çünkü Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ), TÜİK Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistiklerine göre 2020 yılında toplam girişim sayısının %99,8’ini ve istihdamın %72’sini oluşturmasına rağmen Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) verilerine göre krediler içerisinde KOBİ kredilerinin payı %24’tür. Bunun yanı sıra Dünya Bankası Küresel Findex veritabanı incelendiğinde 2017 yılı verilerine göre Türkiye’de 15 ve yukarı yaştakiler için banka hesap sahipliği oranı erkeklerde %83 iken kadınlarda %54 olarak raporlanmıştır. Bu bağlamda, karar alıcılar tarafından COVID-19 pandemisinin hızlandırdığı dijitalleşme süreci ile çalışma yaşamında meydana gelen dönüşümlerin, finansal okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesine duyulan ihtiyacın ve finansal sisteme erişiminin kolaylaştırılmasına yönelik beklentilerin göz önünde bulundurulması gerektiği anlaşılmaktadır.

COVID-19 pandemisi ile çalışma yaşamındaki değişim ve dönüşümler çalışanların iş ve kişisel hayatı arasındaki etkileşime odaklanılmasının önemini arttırmıştır. Çünkü bu dönemde çalışanlar için işin mesai saati dışına taşması, daha uzun saatler çalışılması, yükselen iş yükü ve artan zaman baskısı nedeniyle iş-yaşam dengesi olumsuz yönde etkilenmiştir. Özellikle çift kariyerli aileler ve çalışan annelerin bulunduğu aileler için iş ve aile çatışması düzeyi oldukça yükselmiştir. Bu bağlamda, araştırma kapsamında katılımcılara zaman kullanımı alışkanlıklarına yönelik de soru yöneltilmiş olup; böylelikle çalışma yaşam kalitesi kapsamında iş-yaşam dengesi boyutu incelenmiştir. Katılımcıların %74,7’si işe ayırdığı sürenin arttığını, %55,2’si ise aileye ayrılan sürenin azaldığı belirtmiştir. Bu bulgu, toplumsal roller nedeniyle ev işlerinin ve ailede bakım sorumluluklarının kadınların işi olarak görüldüğünden dolayı iş ve aile yaşamının uyumlaştırılmasının ve çalışma yaşam kalitesi kapsamında esnek çalışma modellerine yönelik politikaların gündeme alınmasının kadın istihdamı açısından önemini ortaya koymaktadır. TÜİK tarafından yayınlanan 2021 yılı üçüncü çeyrek işgücü istatistikleri incelendiğinde işgücüne dâhil olmayan 15 ve yukarı yaştaki kadın nüfusunun 21 milyon 222 bin olduğu ve yaklaşık %48’inin ev işleriyle meşgul olduğundan işgücüne dâhil olmadığı sonucu da araştırma bulgularını destekler niteliktedir. Bu bağlamda Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı On Birinci Kalkınma Planının (2019-2023) “Nitelikli İnsan, Güçlü Toplum” kısmında “İstihdam ve Çalışma Hayatı” başlığı altında “*Kadınların işgücüne ve istihdama katılımlarının artırılmasını teminen bakım hizmetlerine erişimin kolaylaştırılması başta olmak üzere iş ve aile yaşamını uyumlaştırılan uygulamalar dinamik bir biçimde hayata geçirilecektir*” politikası doğrultusunda kadın girişimciliğinin güçlendirilmesinde iş-yaşam dengesi için çeşitli programların sunulması önem arz etmektedir.

Araştırma kapsamında ulaşılan başlıca bulgulardan hareketle kadın girişimciliğinin geliştirilmesi amacıyla önerilen hususlar ise şu şekildedir:

- Kadın girişimcilere sunulacak kredi ve destek türlerinin artırılması ve çeşitlendirilmesi
- Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kredi imkânlarından yararlanarak girişimcilik faaliyetlerini sürdüren başarılı kadın girişimcilerin ödül töreni ile kamuoyuna duyurulması

- Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisini kullanan kadınların cesaretlendirilmesi ve desteklenmesi amacıyla Türkiye Halk Bankası A.Ş. ürün ve hizmet alımlarında kadın girişimcilerin önceliklendirilmesi
- Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisi ürünlerini kullananlar arasında bir ağ platformu kurulması
- Türkiye Halk Bankası A.Ş. tarafından sunulan kadın girişimci kredisini kullananlara talep etmeleri halinde ücretsiz danışmanlık ve mentörlük hizmeti sağlanması
- İş ve aile yaşamını uyumlaştırmaya yönelik kreş ve bakım hizmetleri için kredi ve destek sunulması
- Kadın girişimcilerin kendilerini geliştirmeleri için yaşam boyu öğrenme kapsamında üniversitelerle yapılacak iş birliği ile sertifika programlarının düzenlenmesi
- Türkiye’de kadın girişimciliğinin geliştirilmesinde istatistiksel veritabanının oluşturulması, veriye dayalı bilimsel çalışmaların gerçekleştirilmesi ve karar süreçlerine altlık sağlaması amacıyla Banka bünyesinde Halkbank Kadın Girişimciliği Uygulama ve Araştırma Merkezi kurulması

Kaynakça

Alam, M. S., Biswas, K. ve Sulphrey, M. M. (2021). A case study on the entrepreneurial process of push and pull women entrepreneurs. *South Asian Journal of Business and Management Cases*, 10(2), 207–217.

Bird, B. (1988) Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–53.

Brush, C., Ali, A., Kelley, D. ve Greene, P. (2017). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more? *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 105-113.

Cansiz, M. ve Tekneci, P. D. (2018). Innovative and technology-based women entrepreneurs in Turkey: Capital and performance. *Journal of Economy Culture and Society*, 57, 151-183.

DSÖ-Dünya Sağlık Örgütü. (2020). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen>

Dünya Bankası. (2021a). *Firms with female participation in ownership*. Erişim adresi https://data.worldbank.org/indicator/IC.FRM.FEMO.ZS?name_desc=false

Dünya Bankası. (2021b). *Firms with female top manager*. Erişim adresi <https://data.worldbank.org/indicator/IC.FRM.FEMM.ZS>

GEM. (2021). *2020-2021 Global report*. Erişim adresi <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>

Gilad, B. ve Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 45–53.

Hessels, J., van Gelderen, M. ve Thurik, A. R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339.

ILO. (1993). *Resolution concerning the international classification of status in employment (ICSE)*. Erişim adresi https://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/standards-and-guidelines/resolutions-adopted-by-international-conferences-of-labour-statisticians/WCMS_087562/lang--en/index.htm

ILO. (2019). *Women in business and management: The business case for change*. Erişim adresi https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_700953.pdf

ILO ve TÜİK (2020). *Cinsiyete Dayalı Ücret Farkının Ölçümü Türkiye Uygulaması*. Erişim adresi https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_756659.pdf

Karadeniz, E. E. (2019). *Türkiye’de Girişimcilik ve Uluslararası Karşılaştırma*. Erişim adresi http://yuvam.yeditepe.edu.tr/pdf/girisimcilik_raporu_2019.pdf

Kayalar, M. ve Ömürbek, N. (2007). Girişimci adaylarının risk almaya yatkınlık özelliğinin cinsiyet bağlamında incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (1), 185-200.

Klyver, K. ve Schenkel, M. T. (2013). Access to use: Exploring the impact of resource combinations on nascent entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 51(4), 539-556.

Millán, J. M., Congregado, E., Concepción Román, C., van Praag, M. ve van Stel, A. (2014). The value of an educated population for an individual's entrepreneurship success. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 612-632.

Nikina, A., Shelton, L. M. ve LeLoarne, S. (2015). An examination of how husbands, as key stakeholders, impact the success of women entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(1), 38–62.

OECD. (2020). *Economic outlook, volume 2020 issue 2*. Erişim adresi <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/39a88ab1-en/index.html?itemId=/content/publication/39a88ab1-en>

OECD/EU. (2021). *The missing entrepreneurs 2021: Policies for inclusive entrepreneurship and self-employment*. Erişim adresi <https://www.oecd.org/industry/the-missing-entrepreneurs-43c2f41c-en.htm>

Rashid, S. ve Ratten, V. (2021). Entrepreneurial ecosystems during COVID-19: the survival of small businesses using dynamic capabilities. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(3), 457-476.

Rasool, I., Zubair, A., & Anwar, M. (2019). Role of perceived self-efficacy and spousal support in psychological well-being of female entrepreneurs. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 34(4), 899–917.

Sallan Gül, S. ve Altındal, Y. (2016). “Türkiye’de kadın girişimciliğinin serüveni: Başarı mümkün mü? *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1361-1377.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)*. Erişim adresi https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/09_RekabetHukukuvePolitikaları.pdf

T.C. Kalkınma Bakanlığı. *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*. Erişim Adresi https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Onuncu_Kalkinma_Plani-2014-2018.pdf

T.C. Sağlık Bakanlığı, (2020). *COVID-19 Bilgilendirme Platformu*. <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66494/pandemi.html>

TÜİK. (2021). *İşgücü istatistikleri*. Erişim adresi <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=istihdam-issizlik-ve-ucret-108&dil=1>

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. *On Birinci Kalkınma Planı* (2019-2023). Erişim Adresi <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf>

UN Department of Economic and Social Affairs. (2021). *Sustainable development*. Erişim Adresi <https://sdgs.un.org/goals>

Välimäki, S., Lämsä, A. ve Hiillos, M. (2009). The spouse of the female manager: Role and influence on the woman's career. *Gender in Management*, 24(8), 596–614.

PROJE EKİBİ

Doç. Dr. Hakan BEKTAŞ

Proje Koordinatörü

Hakan Bektaş, lisans eğitimini 2005-2009 yılları arasında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü'nde tamamladı. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Teknoloji ve Sanayi İktisadi Bilim Dalı'nda sunduğu "Türk Bankacılık Sektöründe Finansal Güç Derecelerinin İstatistiksel Yöntemlerle İncelenmesi" başlıklı teziyle 2011 yılı İktisadi Araştırmalar Vakfı Ünal Aysal tez ödülüne layık görüldü. 2010 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaya başlayan Bektaş, 2015 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalında doktora eğitimini tamamladı. Bektaş, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü İstatistik Anabilim Dalı'nda çalışmakta ve aynı zamanda İktisat Fakültesi Dekan Yardımcılığı ile İktisat Fakültesi İstatistik Araştırma Merkezi Müdür Yardımcılığı görevlerini yürütmektedir. Ulusal ve uluslararası indekslerce taranan bilimsel dergilerde yayımlanmış makaleleri bulunan Bektaş, birçok ulusal bilimsel projede de yürütücü ve araştırmacı olarak görev aldı. Bektaş'ın başlıca çalışma alanları arasında faktör analizi, endeks uygulamaları, demografi ve çalışma yaşam kalitesi yer almaktadır.

Dr. Adviye Damla ÜNLÜ

Proje Koordinatör Yardımcısı

Adviye Damla Ünlü, lisans eğitimini Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümünde, yüksek lisans eğitimini Marmara Üniversitesi Avrupa Birliği Enstitüsü AB Siyaseti ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalında ve doktora eğitimini İstanbul Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler (İktisat) Anabilim Dalında tamamlamıştır. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde görev yapmaktadır. Ulusal ve uluslararası indekslerce taranan bilimsel dergilerde yayımlanmış makaleleri bulunan Ünlü, birçok bilimsel projede araştırmacı olarak görev almıştır. Ünlü'nün çalışma alanları arasında toplumsal cinsiyet çalışmaları, barış araştırmaları, feminist dış politika ve silahsızlanma, Avrupa Birliği yer almaktadır.

Doç. Dr. Sema ULUTÜRK AKMAN

Araştırmacı

Sema Ulutürk Akman, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümünden mezun oldu. Ekonometri Bilim Dalında yüksek lisans, Ekonometri Anabilim Dalında doktora yaptı. 2016 yılında Nicel Karar Yöntemleri dalında doçent unvanı aldı. Halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü İstatistik Anabilim Dalında öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Üniversite kaynaklı ve dış kaynaklı çok sayıda araştırma projesinde proje yürütücüsü ve araştırmacı olarak görev aldı. Başlıca çalışma alanları arasında kategorik veri analizi, endeks uygulamaları, anket tasarımı ve uygulamaları konuları yer almaktadır.

Doç. Dr. Arif SALDANLI

Araştırmacı

Arif Saldanlı, 1981 yılında İzmir’de doğdu. İlk-Orta ve Lise öğrenimini İzmir’de tamamladı. Lisans öğrenimini 2003 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesinde tamamlayan Saldanlı, yüksek lisans öğrenimini 2006 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Para Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar Yüksek Lisans programında tamamladı. Doktora öğrenimini 2012 yılında İstanbul Üniversitesinde Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında tamamladı. 2020 yılında finans alanında doçentlik unvanı alan Saldanlı, halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, İşletme Bölümünde görev yapmaktadır. Saldanlı’nın finans ve bankacılık alanlarında yayınlanmış çok sayıda ulusal ve uluslararası makale, bildiri, kitap bölümü çalışması bulunmaktadır.

Doç. Dr. Sema YOLAÇ

Araştırmacı

Sema Yolaç, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümü’nden 1992 yılında mezun oldu. Yüksek lisans ve doktora derecesini İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat programında tamamladı. Yüksek lisans tezi “*Sanayide Yoğunlaşma ve Türkiye Uygulaması*”, doktora tezi ise “*Piyasa Yapısını Belirleyen Faktörler, Performansın Ölçümü ve Türkiye İmalat Sanayiinde Bir Uygulama*” ismini taşımaktadır. 1992 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladı. Halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalında görev yapmaktadır. Ulusal ve uluslararası alanda makale ve kitap bölümleri yayınlanmıştır. Örgütsel Davranış, Stratejik Yönetim ve Girişimcilik araştırma alanları arasındadır. Lisans ve yüksek lisans seviyesinde İnsan Kaynakları Yönetimi, İşletme, Örgütsel Davranış, Uygulamalı Girişimcilik ve Yönetim ve Organizasyon dersleri vermektedir.

Doç. Dr. Abdulkadir TUNA

Araştırmacı

Abdulkadir Tuna, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İngilizce İktisat Bölümü’nden 1999 yılında mezun oldu. Yüksek lisans ve doktora’yı aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde tamamladı. İstanbul Üniversitesi Bankacılık Bilim Dalı Başkanı ve Bankacılık Araştırma Merkezi Müdürü’dür. Başta İstanbul Üniversitesi olmak üzere çeşitli üniversitelerde bankacılık ve finans konularında lisans ve yüksek lisans düzeylerinde dersler vermektedir. 2003 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu Tasarısı TBMM Bütçe Plan Komisyon üyeliği, 2005 yılında DPT 9. Kalkınma Planı Finansal Hizmetler Özel İhtisas Komisyon üyeliği, 2008 yılında T.C Ulaştırma Bakanlığı İntermodal Finansman Özel İhtisas Komisyonu üyeliği ve 2012 yılında T.C Kalkınma Bakanlığı 10. Kalkınma Planı Finansal Hizmetler Özel İhtisas Komisyon üyeliği yaptı.

Dr. Öğr. Üyesi Berrin OKTAY YILMAZ

Araştırmacı

Berrin Oktay Yılmaz, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü öğretim üyesidir. Yüksek Lisansını İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne bağlı Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı'nda tamamlamıştır. Doktora eğitimini İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı'nda "Avrupa Birliği'nin Toplumsal Cinsiyet Politikalarının Değerlendirilmesi" başlıklı teziyle 2009 yılında tamamlamış ve doktora derecesini almıştır. Sosyal Politika, toplumsal cinsiyet ve sosyal politika, Avrupa Birliği'nin toplumsal cinsiyet politikaları, bilimsel araştırma yöntemleri, feminist yöntem alanlarında lisans ve lisansüstü düzeyde Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Kadın Çalışmaları Yüksek Lisans Programı, Avrupa Birliği Yüksek Lisans Programı ve Sosyal Politika ve Sosyal Hizmetler Yüksek Lisans Programı'nda dersler vermektedir. Toplumsal cinsiyet ve kadın çalışmaları alanında yazılmış ulusal ve uluslararası yayınları ile araştırmacı olarak yer aldığı proje çalışmaları bulunmaktadır.

Ar. Gör. Durdane Tuğçe KİRİKTİR

Araştırmacı

Durdane Tuğçe Kiriktir, 1993 yılında Hatay'da doğdu. Orta öğretimini Dört Yol Süleyman Demirel Anadolu Lisesi'nde tamamladı. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nü 2016 yılında bölüm ikincisi olarak tamamladı. 2017 yılında Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans Programına başladı. 2019 yılında İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi İşletme Bölümü Muhasebe Anabilim Dalı'nda Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı. Yüksek Lisansını 2020 yılında denetim alanında yaptığı tez çalışması ile tamamladıktan sonra aynı yıl İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Doktora Programına başladı ve halen İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi'nde doktora öğrencisi ve Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya devam etmektedir.

Prof. Dr. Murat ŞEKER

Proje Akademik Danışmanı

Murat Şeker, Yükseköğrenimini İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde 2003 yılında tamamladı. Florida State University'de sürdürdüğü tez çalışmaları sonucunda, 2009 yılında Doktor unvanı aldı. Yurtdışında bulunduğu sürede bir araştırma kuruluşu olan Florida Tax Watch'de asistan olarak çalıştı. 2011 yılında "Happiness Economics" konulu TÜBİTAK projesi ile Florida State University'de, 2016 yılında ise Fulbright Senior Scholar olarak Georgia State University'de misafir öğretim üyesi olarak bulundu. UNDEF, ILO, IBP, Avrupa Birliği, TÜBİTAK ve Kalkınma Ajansları başta olmak üzere ulusal ve uluslararası projelerde yürütücü, danışman, uzman ve araştırmacı olarak görev aldı. Şeker, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Bölümü'nde görev yapmakta olup, aynı zamanda İstanbul Üniversitesi Şehir Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin direktörüdür.

ÜRETEK KADINLARIN

GİRİŞİMCİLİK YOLCULUĞU



İSTANBUL
ÜNİVERSİTESİ



İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
İKTİSAT FAKÜLTESİ

E-ISBN: 978-605-72719-0-7