



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.



ORDU VE GİRESUN İLLERİNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ RAPORU

EuropeAid/136543/IH/SER/TR



HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE KADINLARA YÖNELİK EĞTİM ve GİRİŞİMCİLİK HAREKETİ OPERASYONU



İNSAN KAYNAKLARININ
GELİŞTİRİLMESİ
PROGRAM OTORİTESİ



WIG Türkiye
WIG



ÇSGB
ÇELEBİ VE
SÖZÜM GRNK
BAKANLIK



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir



HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE KADINLARA YÖNELİK EĞİTİM ve GİRİŞİMCİLİK HAREKETİ OPERASYONU

ORDU VE GİRESUN İLLERİNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ RAPORU

EuropeAid/136543/IH/SER/TR

Ocak 2017, ANKARA

This publication is funded by the European Union and The Republic of Turkey. The content of this publication is the sole responsibility of Consortium led by WYG Turkey and in no way reflect the views of the European Union and The Republic of Turkey

KISALTMA LİSTESİ

CEDAW	Kadına Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi
RYP	Rekabetçilik ve Yenilikçilik Programı (EU)
COSME	İşletmelerin ve Kobilerin Rekabet Edebilirliği Programı
DOKA	Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı
EBAN	Avrupa Melek Yatırımcı Ağı
EBRD	Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası
EIP	Girişimcilik ve Yenilikçilik Programı (EU)
EU	Avrupa Birliği
FEI	Kadın Girişimcilik Endeksi
GATE	Hazır Giyim Eğitimi ve Girişimcilik Hareketi
GEDI	Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Enstitüsü
GEM	Küresel Girişimcilik İzleme
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
ISKUR	Türkiye İş Kurumu
KAGIDER	Kadın Girişimcileri Derneği
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
ÇSGB	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
SME	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
TDE	Teknik Destek Ekibi
TGMP	Türkiye Grameen Mikrokredi Projesi
TISVA	Türkiye İsrafı Önleme Vakfı
ToR	Şartname
TUBITAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TURSEFF	Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansman Programı
TUİK	Türkiye İstatistik Kurumu
BM	Birleşmiş Milletler

İÇİNDEKİLER

1.GİRİŞ.....	5
2.YÖNETİCİ ÖZETİ.....	7
3.ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ VE HEDEF GRUP	10
3.1. Hedef grup.....	10
3.2. Metodoloji.....	11
3.3. Anket Ekibi:	13
3.4. Veri Toplama ve Verilerin Analizi	13
4.ANKET KATILIMCILARININ PROFİLİ	14
4.1. Katılımcıların Yaş Düzeyi.....	14
4.2. Medeni Durum	14
4.3. Çocuk Sayısı.....	14
4.4. Katılımcıların Eğitim Durumu	15
4.5. Ebeveyn Eğitim Durumu	15
4.6. Baba Mesleği	16
4.7. Anne Mesleği	17
4.8. Deneyim ve İş Geçmişi (Anket Bölüm 2)	18
4.9. Girişimcilik Potansiyeli	19
4.10. Kadın Girişimciliğini Etkileyen Faktörler (Anket Bölüm 5).....	21
5.SAHA ARAŞTIRMASINDAN ELDE EDİLEN SONUÇLAR.....	26
5.1 Bölgede İşyeri Kurarken Katılımcıların Karşılaştığı Sorunlar.....	26
5.2 Katılımcıların Mevcut Destek Programlarından Yararlanma Durumu.....	29
5.3. Eğitim İhtiyacına Yönelik Algılar	30
5.4. Motivasyon Faktörleri.....	34
6.VAKA ÇALIŞMALARI.....	36
7.ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN BAŞLICA BULGULAR	51
8.SONRAKİ ADIMLAR	52
9.ÖZET	55
10.EKLER	56
EK 1: Türkiye’de Ve Avrupa Birliği’nde Kadın Girişimciliği.....	56
1.1. Türkiye’de Kadın İstihdamında Mevcut Durum.....	56
1.2 Kadın İstihdamının Önündeki Engeller.....	58
1.3 Girişimcilik Kavramı Ve Kadın Girişimciliği	60
EK 2: Türkiye’de Kadın Girişimcilere Yönelik Destek Programları Ve Sağlayıcı Kurumlar..	74
2.1 Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) Kaynaklı Kadın Girişimcilere Destek Paketi. 74	
2.2 DOKA - Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı	74
2.3 KOSGEB Destekleri.....	74
2.4 AR-GE, İnovasyon Ve Endüstriyel Destek Programı	76
2.5 İŞKUR Destekleri	77
2.6 TÜBİTAK Destekleri.....	77
2.7 AB Rekabet Edebilirlik Ve Yenilik Çerçeve Programı (CIP).....	77
2.8 TURSEFF Kredisi (Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansman Kredisi)	78
2.9 MİKRO-KREDİ	78
2.10 T.C. Bilim Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Destekleri	78
2.11 Girişim Sermayesi.....	79
2.12 Melek Yatırımcı Ağı.....	79
Ek 3: Anket Soruları.....	81

1.GİRİŞ

Bu rapor, Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından desteklenen ‘Hazır Giyim Sektöründe Kadınlara Yönelik Eğitim ve Girişimcilik Hareketi Operasyonu’kapsamında hazırlanmıştır. Projenin amacı, mesleki ve girişimcilik becerilerini geliştirerek kadınların istihdam edilebilirliğinin artırılması ve kadın girişimciliğinin desteklenmesidir. Proje, Doğu Karadeniz bölgesinde Ordu/Giresun illerindeki kadınlar arasında girişimciliğin teşvik edilmesi ve geliştirilmesine odaklıdır. Bu anlamda girişimcilik yalnızca hazır giyim sektöründe değil daha geniş anlamı ile ele alınmaktadır.

Projenin nihai amaçlarında yerel sorunların ele alınması için Ordu ve Giresun illerinde kadın girişimciliğine yönelik mevcut durumu ortaya koyan bir saha araştırması yapılmıştır. Bu araştırmanın bölgedeki girişimcilik potansiyeli ve daha da önemlisi bu potansiyelin gerçekleştirilmesinin önündeki sosyal, kültürel ve finansal kısıtlamaları anlamaya yardımcı olması amaçlanmıştır. Bu araştırma, uluslararası bir uzmanın gözetiminde yerel uzmanlardan oluşan bir ekip tarafından tasarlanmış ve Ağustos-Ekim 2016 tarihleri arasında sahada uygulanmıştır. Sosyal taraflarla yakın işbirliği içerisinde olan anket ekibi, girişimci veya potansiyel girişimci 61 kadın katılımcı belirlemiş ve anket soruları ve yüz yüze görüşme tekniği ile saha çalışması yapılmıştır. Bu raporda sürecin özeti verilmektedir.

Raporda çalışmada ortaya çıkan kilit unsurlar aşağıdaki çerçevede sunulmaktadır:

Giriş;

Yönetici Özeti;

Metodoloji;

Araştırma Sonuçları

Kilit Bulgular

Sonraki Adımlar

Özet.

Raporun büyük kısmı Türkçe sunulmakla birlikte Yönetici Özeti İngilizce ve Türkçe olarak sunulmaktadır. Araştırmadan elde edilen başlıca bulguların sunulmasını amaçlayan bu bölüm, ana rapordan ayrı olarak özet bulguları sunmaktadır.

Bağlama ilişkin daha fazla bilgi raporun eklerinde sunulmaktadır:

Ek 1: Türkiye ve AB bağlamında Kadın Girişimciliği;

Ek 2: Ordu/Giresun illerinde Kadın Girişimcilere Yönelik Sunulan Finansman/Destek;

Ek 3: Anket Soruları;

Ek 1 ve 2, raporun genelinden bağımsız olarak konuyla ilgili detaylı bir arka plan bilgisi sunmaktadır. Ek 3 arka plan dokümanı olarak sunulmaktadır.

2.YÖNETİCİ ÖZETİ

GATE projesinin 3 odak noktası bulunmaktadır:

- Hazır giyim sektöründe eğitim ve girişimcilik eğitimleri vasıtasıyla kadınların istihdam edilebilirliğinin artırılması;
- Görünürlük ve iletişim faaliyetleri vasıtasıyla kadınların Türkiye işgücü piyasasına katılımının önemine yönelik farkındalığın artırılması;
- Yerel kurumlarla iletişim ağı geliştirilmesi ve bu ağ vasıtasıyla uluslararası iyi uygulamaların ortaya konması.

Proje, Ordu merkez olmak üzere Doğu Karadeniz Bölgesi'nde uygulanmaktadır. Ocak 2016'da başlayan projenin bitiş tarihi Eylül 2017'dir.

Girişimcilik eğitimi çerçevesinde Ağustos-Ekim 2016 tarihleri arasında bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda sosyal taraflardan alınan isimlerden oluşan, hali hazırda girişimci olan veya girişimci olmayı düşünen 61 kadın katılımcı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları, proje kapsamında Mart 2017 tarihinden itibaren verilmesi planlanan girişimcilik eğitimlerinin tasarımı ve uygulanmasında kullanılacaktır.

Araştırma çıktılarını Avrupa örnekleriyle karşılaştırabilmek adına rapora Türkiye'de ve AB'de kadın girişimciliğinin incelendiği bir bölüm eklenmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgular, daha önce kadın girişimciliği üzerine yapılmış çalışmalarda tespit edilmiş olanlarla büyük ölçüde örtüşmektedir. Aslında Ordu ve Giresun illerinde kadınların iş kurlmalarının önündeki engeller Türkiye bağlamından çok da farklı değildir ve AB'deki potansiyel kadın girişimcilerin karşılaştıkları engellerle de benzerlikler bulunmaktadır. Genel olarak karşılaşılan sorunlar 3 ana başlık altında toplanabilir:

1) Destek eksikliği

- Sosyokültürel çatışma;
- Aileden ve toplumdaki yetersiz destek ve olumsuz tepki;
- Kadın girişimcilerden desteğin az olması,

2) Bilgi Eksikliği

- Bilgi ve deneyim eksikliği;
- Girişimcilik için koşulların uygun olmaması;
- Girişimciliğe yönelik eğitimin yetersiz olması,

3) Finansman Eksikliği/Ticari koşulların uygun olmaması

- Sermaye eksikliği;

- Piyasadaki dengesizlikler;
- Ödeme zorlukları;
- Rekabet sorunları;
- Piyasada mevcut müşteri sayısının azlığı;
- Yasal ve bürokratik prosedürlerin fazla olması;
- Ekonomik krizden kaynaklı fiyat, maliyet ve üretim sorunları.

Bu bulgular aslında yeni değildir. Ek 1’de yer alan karşılaştırmalı çalışmalar ile güçlü bağlantılarının yanı sıra birçok açıdan sadece kadın girişimciliğiyle değil genel olarak girişimcilik ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Bu açıdan saha araştırmasında, Ordu ve Giresun illerinde başka yerlerde de karşılaşılan aşağıdaki sorunlar ortaya konmaktadır:

Yetersiz Destek: Bu konu, saha çalışması boyunca gündeme gelmiştir. Bunun altındaki sosyokültürel boyut AB ülkelerinden çok Türkiye’ye özgü bir olgu gibi gözükmemektedir. Ancak kurumsal desteğin az olarak algılanması Ordu/Giresun bağlamında oldukça şaşırtıcıdır. Ek 2’de bölgede kadın girişimcilere yönelik mevcut destekler özetlenmektedir. Kadınların çoğu özellikle KOSGEB tarafından sunulan girişimcilik eğitimlerine katılmıştır.

Hali hazırda girişimci olan veya girişimci olmayı düşünen katılımcıların çoğu ihtiyaç duydukları eğitim konularına ilişkin bir fikir sahibi olmasına rağmen ve bu eğitim ihtiyaçlarının çoğu mevcut eğitim programlarında bulunmamaktadır. Buradan şu sonuç çıkarılabilir; eğitim programları hazırlanırken ihtiyaca yönelik konular yeterince ele alınmıyor veya potansiyel girişimcilerin süreç ilerledikçe ihtiyaçları doğrultusunda farkındalıkları artıyor. GATE projesi kapsamında Mart 2017’de başlayacak girişimcilik eğitimlerinde bu konular daha kapsamlı ele alınacak ve eğitim sonrası destek verilmesine dikkat edilecektir.

Bilgi eksikliği: Bu konu bir açıdan desteğin az olması ile bağlantılıdır. Yereldeki kurumlardan bilgi alınması mümkündür. Belki de buradaki sorun bilgi eksikliği değil bilgi kaynaklarının bilinmemesi olabilir. Destekleyici kurumların hangileri olduğu hakkında farkındalık artırılmasıyla bu soruna çözüm bulunabilir. Ancak yine de katılımcıların bilgi ihtiyaçları, iş kurma süreçlerinde ilerledikçe değişebilir. Girişimcilik konusunda daha somut adım atmak isteyen eğitim katılımcılarına danışmanlık verilerek de bu sorunun aşılması mümkündür.

Finansman eksikliği: Hemen hemen her girişimci finans kaynaklarına erişim konusundan şikâyet etmektedir. Aslında Ordu ve Giresun illerinde kadın girişimcilere yönelik çeşitli finans olanakları bulunmaktadır. Bunlar Ek 2’de verilmiştir. Gerekli adımı atma cesaretine sahip olmak önemli bir unsurdur. Katılımcıların ödemeyle ilgili sorunlar gibi dile getirdikleri bazı konular eğitimde ele alınabilir. Her ne kadar saha çalışmasında katılımcılar işletme finansmanı ve planlama konularının ele alındığını belirtse de tam olarak anlaşılmadığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim ihtiyaç ve düzeylerine göre uyarlanmış eğitim verilmesi gelecekte uygulanacak eğitim programlarının önceliği olmalıdır. GATE projesi kapsamında Mart 2017’de verilecek eğitimlerde bu konu ele alınacaktır.

Saha çalışmasından elde edilen bulguların büyük kısmı girişimciliğin olumsuz açalarına odaklanmıştır. Girişimcilik zorlu bir süreç olduğundan bu sonuç kaçınılmazdır. Zorlukların önceden bilinmesi bazı durumlarda potansiyel girişimcileri vazgeçirmekte bazı durumlarda ise yola daha kararlı olarak devam etmelerini sağlamaktadır. Bu raporda işlerini kurmuş ve başarılı bir şekilde devam etmekte olan üç başarı hikâyesine yer verilmiştir. Bu başarı hikâyeleri, benzer birçok kadın için girişimciliğin finansal ve ruhsal açıdan yapmaya değer ve karlı olduğunu göstermektedir. Bu kadınların anlattıklarından çok ilginç hikâyeler ortaya çıkmaktadır. Bunların hiçbiri çok büyük oranlarda finansman desteği almadan (iki örnekte 30-40.000 TL KOSGEB desteği) farklı sektörlerde başarı elde etmeye devam etmektedir. İlk örnekte bir butik, ikincisinde çocuk ayakkabıcısı ve son örnekte ise restoran işleten üç kadın işletmeci ile görüşülmüştür. Tülin Aydemir, giyim sektöründe işletme açmadan önce yerel piyasada uygun olmadığını gördüğü bir iş fikrinden vazgeçmiş, kendine güveni ve insanlarla ilişki kurmaktaki başarısı ile iyi bir müşteri portföyü oluşturmuştur. Giresun'dan Berna Koç, vaka çalışmasındaki en genç kadındır ve ailesinden ve çevresinden çok fazla destek görmemesine rağmen akşamları evine huzurlu gittiğinden bahsetmekte ve kendi işinin patron olmaktan duyduğu mutluluğu dile getirmektedir. Son olarak Gülşen Çapkın, Ordu'da ev yemekleri lokantasını işletirken risk almaktan ve heyecandan ne kadar hoşlandığını anlatmaktadır.

Ordu ve Giresun illerinde Kadın Girişimciliği Raporu, bölgede kadın girişimciliğine yönelik potansiyelin yanı sıra kadın girişimciliğin önündeki engelleri ortaya koymaktadır. Bu raporda elde edilen bulgular GATE projesi kapsamında kullanılacak ve projenin girişimcilik eğitimlerinin tasarımında dikkate alınacaktır.

1. INTRODUCTION

This report was prepared as part of the “Technical Assistance for Garment Training and Entrepreneurship Initiative” financed by European Union (EU) and Republic of Turkey. The objective of the project is to increase the employability of women and to support women entrepreneurship by improving their vocational and entrepreneurial skills. The project focuses on encouraging and improving the entrepreneurship among women in Ordu and Giresun provinces in Eastern Black Sea Region. In this context, entrepreneurship is approached not only in ready-made garment sector but in a wider sense.

A field research which revealed the current situation of women entrepreneurship in Ordu and Giresun provinces was conducted to tackle local problems in the final goals of Project. Through this research, it is aimed to help understanding the social, cultural and financial limits to the entrepreneurship potential in the region and more importantly the execution of this potential. This research was designed by a team consisting of local experts under the supervision of an international expert and was conducted in the field in August-October 2016. Being in close cooperation with the social parties, the survey team determined 61 woman participants, who are entrepreneurs and potential entrepreneurs, and conducted the field work through survey questions and face-to-face interviews. The summary of process is given in this report.

The key elements of the work are presented in the following framework:

Introduction;

Executive Summary;

Methodology;

Research Results

Key Findings

Next Steps

Summary.

Most parts of the report are submitted in Turkish, but the executive summary is submitted in English and Turkish as well. This section, which aims to present the main findings obtained in the research, provides summary findings different from the main report.

Further information regarding the context is presented in the annexes of the report:

Annex 1: Women Entrepreneurship in Turkey and EU;

Annex 2: Finance/Support provided for Women Entrepreneurs in Ordu and Giresun provinces;

Annex 3: Survey Questions;

Annexes 1 and 2 provide a depth background concerning the subject separately from the overview of the report. Annex 3 is provided as a background document.

2. EXECUTIVE SUMMARY

GATE project has 3 foci:

- strengthening the employability of women through RMG training programmes and entrepreneurship training programmes;
- raising awareness about the impact of women's participation in labour market through visibility and communication activities;
- establishing communication network with local institutions and revealing international good practices through this network

The project is being implemented in Ordu as operation base in Eastern Black Sea Region. The project, which started in January 2016, will end in September 2017.

A survey was conducted as part of entrepreneurship training in August-October 2016. Within this context, after the list of names was obtained from social parties, face-to-face interviews were conducted with 61 women, who are already entrepreneurs or would like to be entrepreneurs. The survey findings will be used for the design and implementation of entrepreneurship training programme planned to be delivered as of March 2017 within the scope of the project.

Another section reviewing women entrepreneurship in Turkey and EU was added to the report to compare the survey outputs with the samples in Europe.

The findings obtained from the survey greatly correspond with those which were determined in the previous studies made on women entrepreneurship. In fact, the obstacles against women who want to start up their own business in Ordu and Giresun are not so much different than the situation throughout Turkey and have some similarities with the obstacles with which potential women entrepreneurs face in the EU. The problems generally encountered can be collected under 3 main titles:

1) Lack of support

- Socio-cultural conflict;
- Inadequate support and negative reaction from family and society;
- Lack of support from women entrepreneurs,

2) Lack of knowledge

- Lack of knowledge and experience;
- Inconvenient conditions for entrepreneurship;
- Lack of entrepreneurship training,

3) Lack of financing/inconvenient commercial conditions

- Lack of funding;

- Imbalances in the market;
- Difficulties in payment;
- Competition issues;
- Lack of current clients in the market;
- Legal and bureaucratic procedure burden;
- Price, cost and production problems caused by economic crisis.

In fact, these findings are not recent. Apart from their strong links with comparative studies included in Annex 1, findings not only on women entrepreneurship but also generally on entrepreneurship were obtained. In this respect, the following problems encountered in other places are also set forth in Ordu and Giresun provinces:

Lack of Support: This issue came up during the field study. The socio-cultural dimension hereunder seems like a case more specific to Turkey than EU countries. However, the fact that institutional support is perceived as inadequate, is quite surprising in Ordu and Giresun. Available supports for women entrepreneurs in the region are summarized in Annex 2. Most of the women attended especially the entrepreneurship training sessions provided by KOSGEB.

Although most of the participants who are entrepreneurs or intentional entrepreneurs have idea concerning the training subjects that they need, most of these training needs are not included in the current training programmes. Thus, it can be inferred that subjects intended for needs are not discussed in detail during the preparation of training curricula or the awareness of potential entrepreneurs increases in line with their needs as process goes by. These subjects will be addressed more extensively in entrepreneurship training programmes to start in March 2017 as part of GATE project and provision of support after the training will also be considered.

Lack of knowledge: This issue is associated with the inadequacy of support in a sense. It is possible to obtain information from local institutions. Maybe the problem here is not caused by lack of knowledge, but is caused by the fact that knowledge sources are not known. This problem can be solved by raising awareness on supportive institutions. However, information needs of participants may change as start-up processes progress. It is also possible to overcome this problem by providing consultancy services to the participants of training, who want to take more concrete steps on entrepreneurship.

Lack of financing: Almost all entrepreneurs are complaining about access to financial resources. In fact, there are various financial opportunities for women entrepreneurs in Ordu and Giresun provinces. These are stated in Annex 2. Having a courage to take necessary steps is an important element. Some issues about which the participants mentioned such as difficulties in payment can also be discussed in the training. Although the participants in the field study stated that business finance and planning issues were addressed, it is seen that these subjects were not understood precisely. Delivering a training which is adapted based upon the training needs and level of participants should be the priority of training programmes to be implemented in the future. This issue will be addressed in the training to be delivered in March 2017 as part of GATE project.

Most of the findings obtained in the field study focus on negative aspects of entrepreneurship. As entrepreneurship is a difficult period, this result is inevitable. Foreseeing the difficulties sometimes stops potential entrepreneurs or makes them continue their way more decisively. Three success stories in which women who started up their own business and are successful are included in this report. These success stories show that entrepreneurship is financially and psychologically valuable and profitable for many women. Many interesting stories have been told by these women. All these women continue reaching success in various sectors without receiving significant amount of financial support (TL 30-40.000 KOSGEB support in two examples). Three women, who manage a boutique in the first example, a children shoe store in the second one and a restaurant in the third one, were interviewed. Before starting up her own business in ready-made garment sector, Tülin Aydemir gave up a business idea as she considered it as inconvenient in the local market, but then created a good customer portfolio with her self-confidence and success in establishing relationship with people. Berna Koç from Giresun is the youngest women in the case study and mentions that she goes home with a clear conscience every evening even if she is not supported by her family and circle and expresses her gladness to be her own boss. Gülşen Çapkın tells that she is glad to take risks and be excited while managing her homemade food restaurant.

Women Entrepreneurship Report in Ordu and Giresun provinces reveals the obstacles against women entrepreneurship as well as the potency for women entrepreneurship in the region. The findings obtained in this report will be used within the scope of GATE project and considered in the design of project's entrepreneurship training programmes.

3.ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ VE HEDEF GRUP

Giresun ve Ordu'da yerel ekonomik faaliyetlerin önemli bir kısmı, fındık üretimi başta olmak üzere tarıma dayanmaktadır. Bununla birlikte, fındık üretimi önemli bir gelir kaynağı olsa da, tarım sektöründe çalışan kadınlar herhangi bir sosyal güvenlik olmaksızın ücretsiz aile işçisi olarak çalışmaktadırlar. Bu proje kayıtlı ve ücretli işlerde becerilerini geliştirebilecekleri bir sektörde kadın istihdamını artırmak için bir olanak sunmayı amaçlamaktadır. Burada en uygun seçenek, Türkiye genelinde sektörde çalışanların yarısına yakınına yakınına kadınların oluşturduğu ve bölgenin giderek büyüyen iş sektörü olan hazır giyim sektörüdür.

Bu nedenle, her iki ildeki kadınlar için alternatif istihdam olanakları gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de kadın istihdamı ve kadın işgücüne katılım oranını artırma potansiyeli göz önüne alındığında, hazır giyim sektörünün yerel kapasitesini artırmak suretiyle, kadın istihdamının sektörde teşvik edilmesi bir seçenek olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, bu düşünce tarzını takiben yapılan bu proje, kadın istihdamını artırmak ve aynı zamanda bölgesel büyüme ve istihdam yaratmada kolaylaştırıcı olarak teşvik etme hedeflerini gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır.

Veri analiz değerlendirmeleri, kadın girişimcilere daha fazla potansiyel sağlamaya yönelik olarak yapılmıştır. Kadın girişimciliği konusunda, Giresun ve Ordu illerinde yapılan saha araştırması sonuçları, projenin ilk çıktısı olan Kadın Girişimciliği Raporu'nda kullanılmıştır. Bölgedeki kadınların karşılaştıkları zorlukların yanı sıra, bu sorunların üstesinden nasıl gelmesi gerektiği konusunda da öneriler sunulmaktadır.

Saha araştırmasının önemli bir özelliği, bu alan araştırmasının ilk kez yapılmasıdır. Sadece hedeflenen kadınlara odaklanması itibarıyla, sürdürülebilir istihdam ihtiyaçları saha çalışmasının önemini ortaya çıkarmaktadır. Anketler özellikle sürdürülebilir istihdam için farklı statülerdeki farklı kadın gruplarının girişimcilik ile ilgili konulardaki ihtiyaçlarını anlamak için hazırlanmıştır.

3.1. Hedef grup

Projenin genel amacı "kadınların mesleki ve girişimcilik becerilerini geliştirerek kadın istihdam edilebilirliğini desteklemek ve kadın girişimciliğini desteklemek" olduğu için bu projenin ana hedef grupları şöyle belirlenmiştir:



Bu kadın gruplarının eğitim faaliyetlerinden faydalanacağı göz önüne alındığında, eğitim ihtiyaç analizi sürecinde de yer almalarına önem verilmiştir. Ayrıca girişimcilik eğitimleri de hedef gruplara yöneliktir. Bu şekilde, hedef grupların emek piyasalarına entegrasyon gereksinimleri karşılanacak, eğitim faaliyetlerinden ve seminerlerden yararlanmalarına ve iş kurma girişimleri için kapasite geliştirmelerine olanak sağlanacaktır.

İlk adım olarak, saha çalışmasının kapsamını ortaya koymak için çalışma grubu oluşturulmuştur. Grup, 2 saha araştırması ve veri analiz uzmanı ve 1 girişimcilik uzmanından oluşmaktadır.

Saha çalışmaları kapsamında, teknik destek ekibi tarafından “metodoloji belgesi” hazırlanmıştır. Bu metodoloji belgesi, araştırmaların nasıl yürütüleceği, hangi araçların hangi zaman çerçevesinde ve hangi verilerin analiz edileceği ile ilgili olarak nasıl detaylandırılacağını açıklayan bir doküman niteliğindedir. Metodoloji belgesinin detayları aşağıda sunulmuştur.

3.2. Metodoloji

Yukarıda da ana hatlarıyla belirtildiği gibi, saha araştırması kapsamının belirlenmesine paralel olarak Anket Ekibi oluşturulmuştur. Ekip, bölgedeki potansiyel ihtiyaçları belirlemek için Ordu ve Giresun’da çeşitli kurum ve kuruluşlarla kadın girişimciliği konusunda toplantılar yapmıştır.

Bu kapsamda paydaşlara kadın girişimciliği raporu ve saha çalışması hakkında bilgi verilmiştir. Buna ek olarak, katılımcılardan, araştırmanın metodolojisi ve uygulanması ile ilgili görüş istenmiştir.

Aşağıdaki paydaşlarla toplantılar gerçekleştirilmiştir:

- Ordu Ticaret ve Sanayi Odası
- Ordu Kadın Girişimciler Kurulu
- Giresun KOSGEB
- Ordu KOSGEB
- Giresun Esnaf ve Sanatkarlar Odası
- Ordu Esnaf ve Sanatkarlar Odası
- Giresun DOKA Ofisi



Ordu Ticaret ve Sanayi Odası Kadın Girişimciler Kurulu ile yapılan toplantı.



Ordu 'da kadın girişimciler ve potansiyel girişimcilerle bir araya gelinip, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri hakkında bilgi edinilmiştir.

Bu saha çalışmasında Giresun ve Ordu illerinde yaşayan 61 kadın ile yüz yüze görüşme tekniği ile anket yapılmıştır (Anket soru formu için bkz. Ek 3). Katılımcılara KOSGEB, Giresun Esnaf ve Sanatkarlar Odası, Ordu Esnaf ve Sanatkarlar Odası'ndan alınan liste doğrultusunda ön telefon görüşmesiyle ulaşılmıştır. Bu katılımcılar hali hazırda iş kurmuş veya iş kurmak isteyen kadınlardır. Giresun ilinde 30, Ordu'da ise 31 görüşme yapılmıştır. Örneklemin girişimciliğin farklı aşamalarında olan kadınlardan oluşmasına dikkat edildiğinden, nihai olarak potansiyel girişimci 8 kadın, girişimci olmak isteyen 10 kadın, yeni bir girişime başlamış 9 kadın, yeni girişim sahibi 15 kadın, kurulu işletme sahibi 17 kadın ve işletmelerini kapatmış 2 kadın ile görüşme yapılmıştır.

Bu araştırmanın yöntemi, anket uygulaması ve vaka incelemesi olarak belirlenmiştir. Bu saha araştırması, kadın istihdamı için iş kurma fırsatları, engeller ve potansiyelleri, kadın girişimcilerin kadın istihdamına ilişkin görüşlerini yansıtmasının yanı sıra kadınların ev dışında, çalışmaya yönelik isteklilik ve tutumları ile birlikte bölgede kadın girişimciliği konusundaki sosyokültürel bakış açısı hakkında da bilgi edinmeyi amaçlamıştır.

Yapılan çalışma, kadınların istihdam edilebilirliğini ve girişimcilik kapasitesini güçlendirmeye yönelik eğitim faaliyetlerini kapsayan Sonuç 1 çerçevesinde, doğrudan kapasite inşası açısından önemli hale gelen projenin hedef kitleyle bağlantılıdır. Hazırlık ve uygulama aşamaları, anket uygulaması ve saha araştırmasının yapılması, başarı hikâyeleri için yapılan yüz yüze görüşmeler ve eğitim programlarının belirlenmesini kapsayacak şekilde tamamlanmıştır. Düzenlenecek eğitimlerde sadece hazır giyim sektörüne değil, aynı zamanda kadınların girişimcilik kapasitesine de odaklanılacaktır. Dolayısıyla belirlenen yöntem ile bölgede kadın girişimciliği kapsamında karşılaşılan engellerin belirlenmesi ve çözüm önerilerinin sunulması hedeflenmiştir.

3.3. Anket Ekibi:

Yukarıda da ana hatlarıyla belirtildiği gibi, anketlerin uygulanması kapsamında profesyonel bir Anket Ekibi oluşturulmuştur. Anket Ekibi, Teknik Destek Ekibine ek olarak Araştırma ve Veri Analizi Uzmanlarından ve Girişimcilik uzmanından oluşmaktadır.

3.4. Veri Toplama ve Verilerin Analizi

Anketlerin Hazırlanması

Metodoloji belirlendikten sonra anket soruları belirlenmiştir. Anketler esas olarak açık uçlu sorular içermektedir. Anketlerin sonuçlandırılmasıyla beraber kadının istihdamı ve girişimcilik konusunda uzman ekibin görüşlerine de yer verilmiştir.

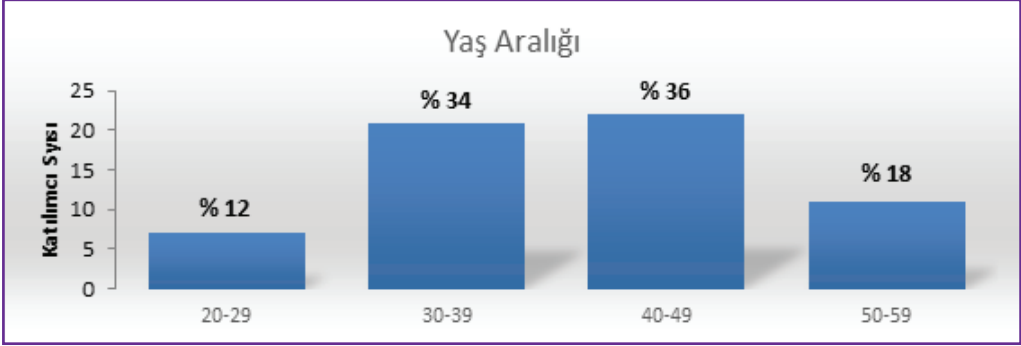
Görüşmeciler tarafından doldurulan anketler, uzmanlar tarafından değerlendirilmiştir. Toplanan veriler bulgular bölümünde detaylı bir şekilde anlatılmaktadır.

Saha çalışması sırasında karşılaşılan tüm sorunlar Saha Araştırmacıları tarafından belirlenip, gerekli önlemler alınmıştır. Tüm anketler yüz yüze teknikle uygulanmıştır.

4. ANKET KATILIMCILARININ PROFİLİ

4.1. Katılımcıların Yaş Düzeyi

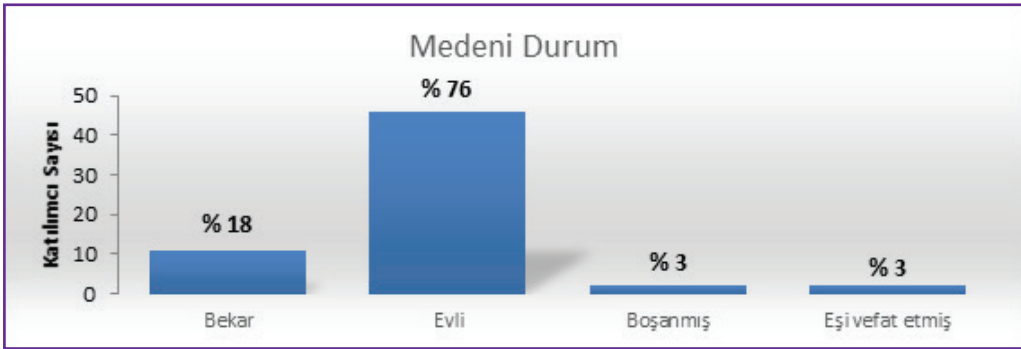
Katılımcılardan 21 kişi 30-39 yaş aralığında, 22 kişi 40-49 yaş aralığındadır. 20-29 yaş aralığında olan kadınların sayısı ise 7, 50 yaş üstü kadınlar ise 11 kişidir. Aşağıdaki grafikte ayrıca katılımcıların yaş aralığı yüzde olarak gösterilmiştir.



Grafik: 1 Yaş Aralığı

4.2. Medeni Durum

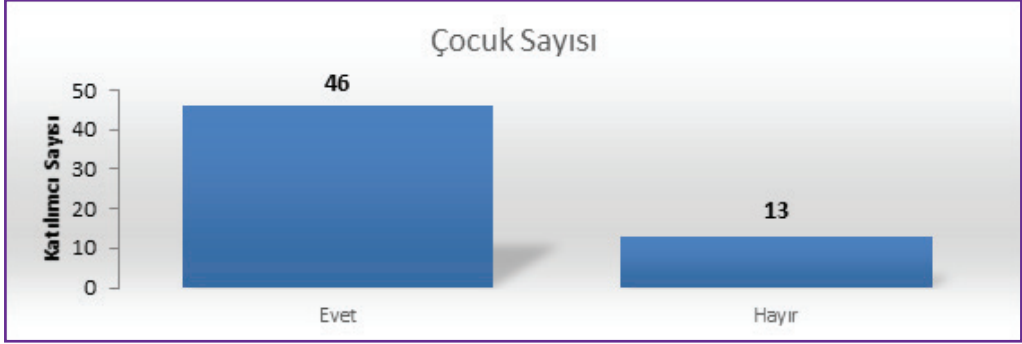
Katılımcılardan 46'sı evli, 11'i bekâr, 2'si boşanmış ve 2'si de eşinin vefat ettiğini belirtmiştir. Buna göre, yüzde olarak aşağıdaki grafikte görüldüğü üzere % 76'sı evli ve % 18'i de bekâr, % 3'ü ise boşanmış ve % 3'nün eşi vefat etmiştir.



Grafik: 2 Medeni Durumu

4.3. Çocuk Sayısı

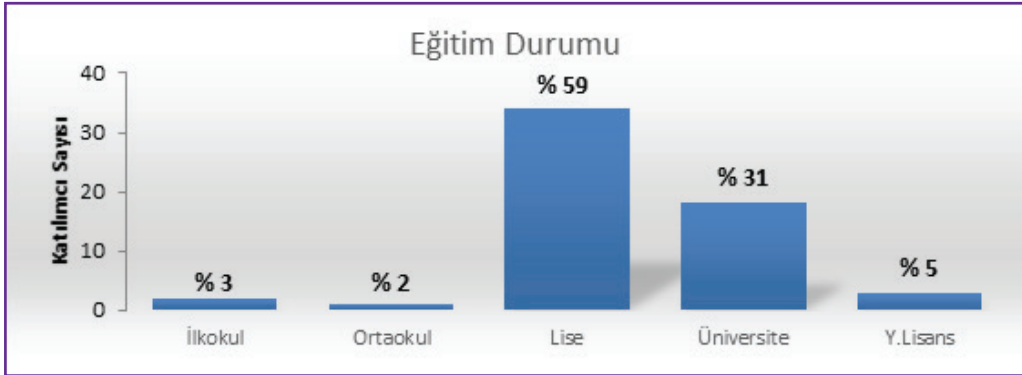
46 katılımcı 1 veya 1'den fazla çocuğunun olduğunu belirtmiştir. Çocukları olan 46 katılımcının 36'sının kurulu bir işletme sahibi, yeni girişimci ve yeni girişime başlayan kadınlardan oluştuğu tespit edilmiştir.



Grafik: 3 Çocuk Sayısı

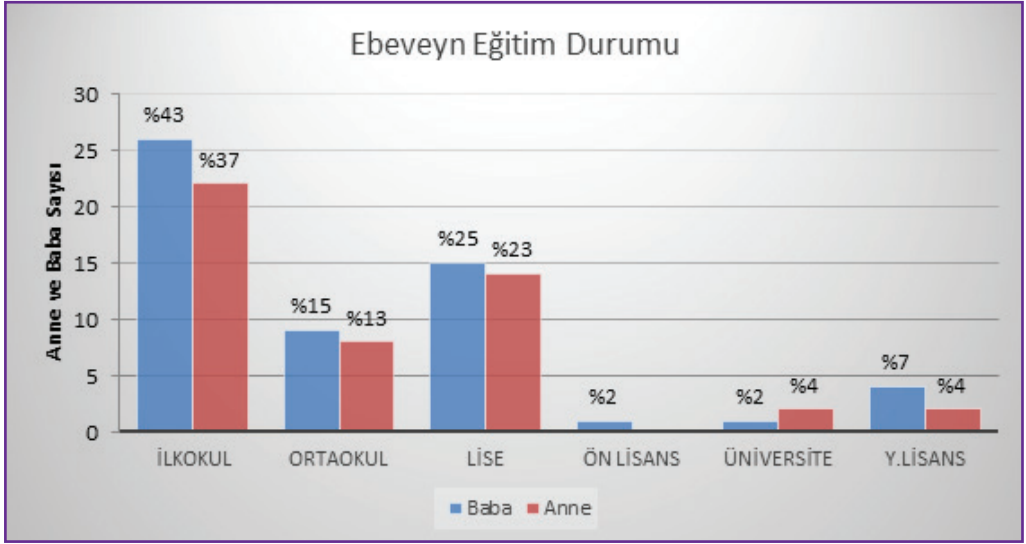
4.4. Katılımcıların Eğitim Durumu

Katılımcılardan 36'sı lise, 18'i üniversite, 3'ü yüksek lisans, 3'ü ilkokul, 1'i de ortaokul mezunudur. Aşağıdaki grafikte yüzdeler ile de görüldüğü üzere, katılımcıların % 59'i lise, %36'sı üniversite ve yüksek lisans mezunu, %5'i ise ilkokul ve ortaokul mezunudur.



Grafik: 4 Eğitim Durumu

4.5. Ebeveyn Eğitim Durumu

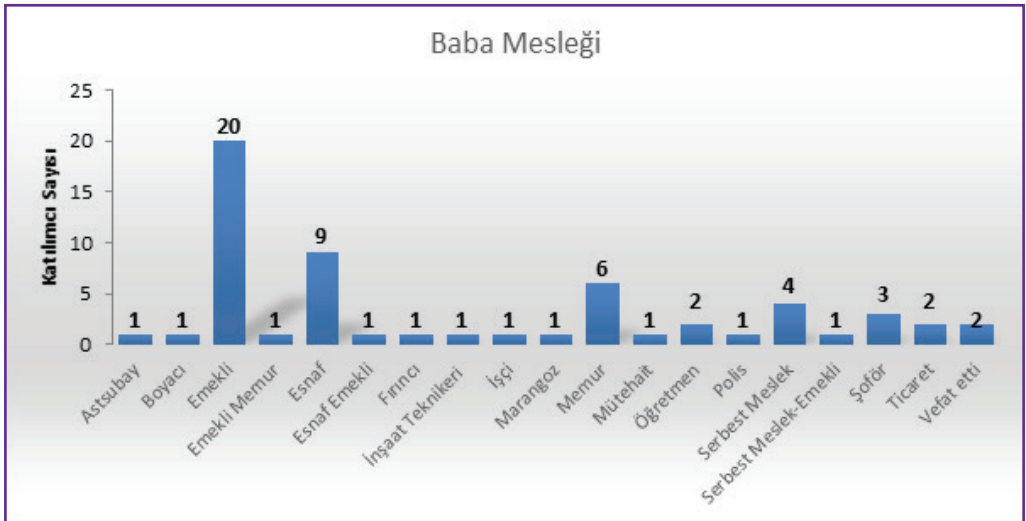


Grafik: 5 Ebeveyn Eğitim Durumu

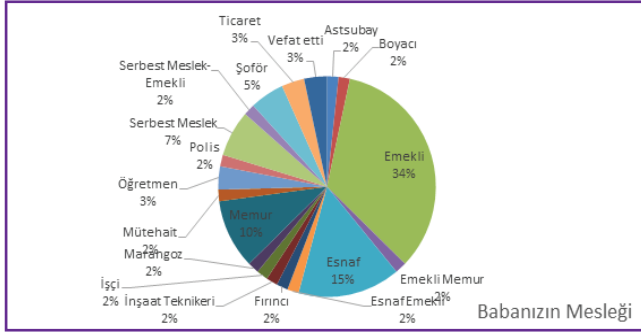
Katılımcıların ebeveynlerinin eğitim durumunu yüzdelik olarak gösteren grafik aşağıdaki gibidir:

4.6. Baba Mesleği

Yukarıda özetlenen eğitim durumlarıyla orantılı biçimde katılımcıların babalarının meslek durumunu gösteren grafik aşağıdaki gibidir, grafikte katılımcı sayıları belirtilmiştir:

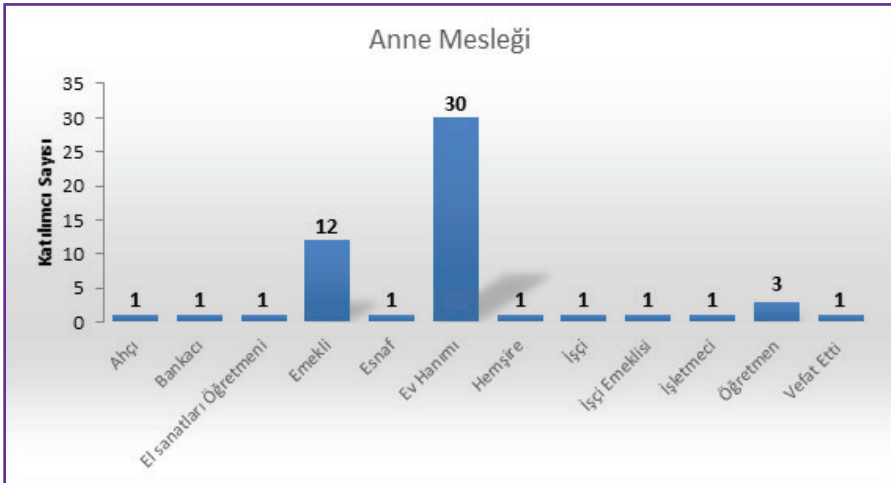
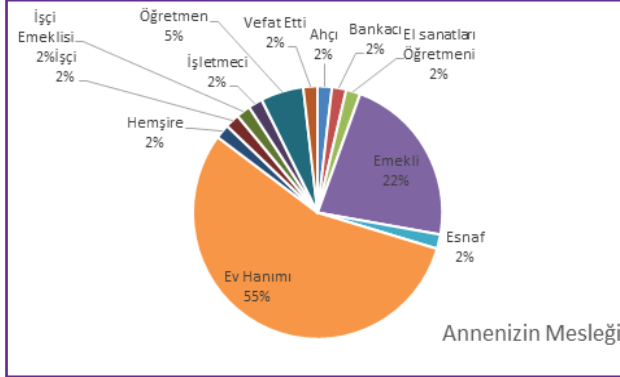


Grafik: 6 Baba Mesleği



4.7. Anne Mesleği

Katılımcıların annelerinin meslek durumunu gösteren grafik aşağıdaki gibidir:

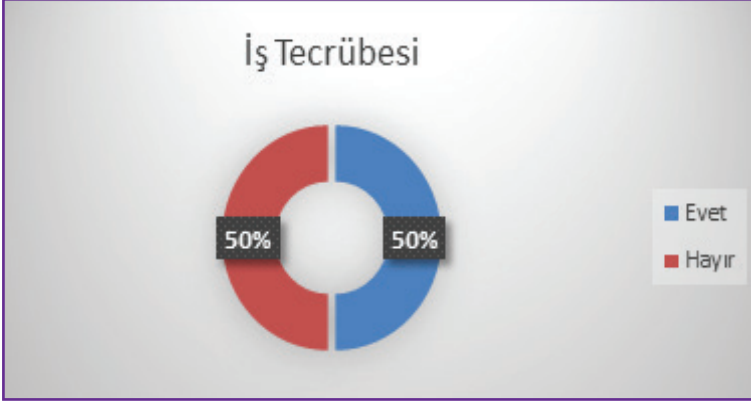


Grafik: 7 Anne Mesleği

4.8. Deneyim ve İş Geçmişi (Anket Bölüm 2)

Anketin bu bölümünde katılımcıların mesleki deneyimleri, iş alanındaki nitelik ve becerileri ile ilgili bilgi alınması amaçlanmıştır.

4.8.1 Herhangi bir iş tecrübeniz var mı?



Grafik: 8 İş Tecrübesi

Anket katılımcılarının sadece yarısı iş tecrübesi olduğunu belirtmiştir. İş tecrübesine sahip olanların % 75'i ise bu tecrübenin kaynağı olarak ailesi veya akrabasının yanında çalışmış olmasını ifade etmiştir.

4.8.2 Sanayi/İmalat sektöründe çalışma geçmişiniz var mı?

Ordu ve Giresun'da ankete katılan kadınlardan %74'ünü sanayi/imalat sektöründe bir çalışma geçmişi olmadığını beyan etmiştir.

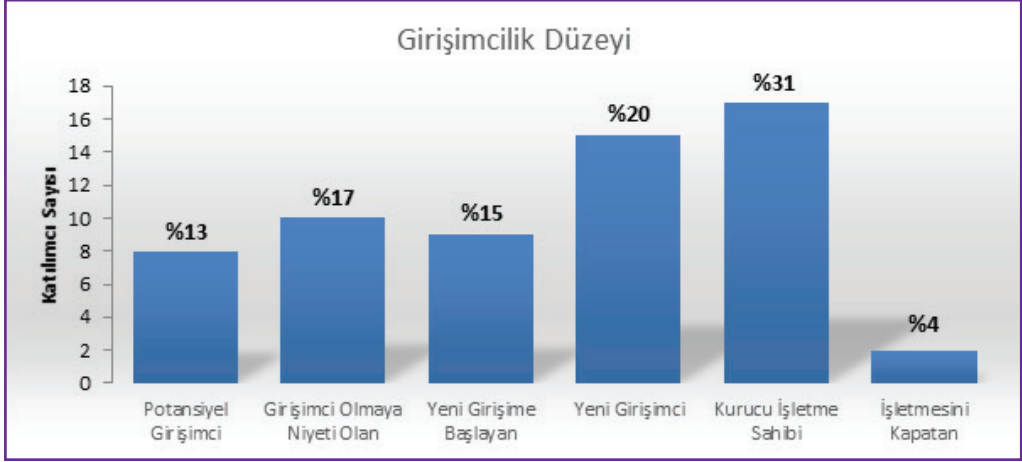


Grafik: 9 Sanayi-İmalat Sektöründe Çalışma Geçmişiniz var mı?

4.9. Girişimcilik Potansiyeli

4.9.1 Katılımcıların Girişimcilik Düzeyi (Anket Bölüm 1B)

Anket çalışması sonucu katılımcıların girişimcilik düzeyi ve bu düzeylerde kaç katılımcının olduğu sayısı aşağıdaki şekilde sunulmuştur. Buna göre, ankete katılan 61 katılımcının, 17'sinin kurulu bir işletme sahibi olduğu, 15'inin yeni girişimci olduğu, 10'unun girişimci olmaya niyeti olduğu, 9'unun yeni bir girişime başladığı, 8'inin potansiyel girişimci olduğu ve 2'sinin ise işletmesini kapattığı sonucu ortaya çıkmıştır. Aşağıdaki grafikte, bu sayılara ek olarak, yüzdelik olarak katılımcıların girişimcilik düzeyi gösterilmiştir.



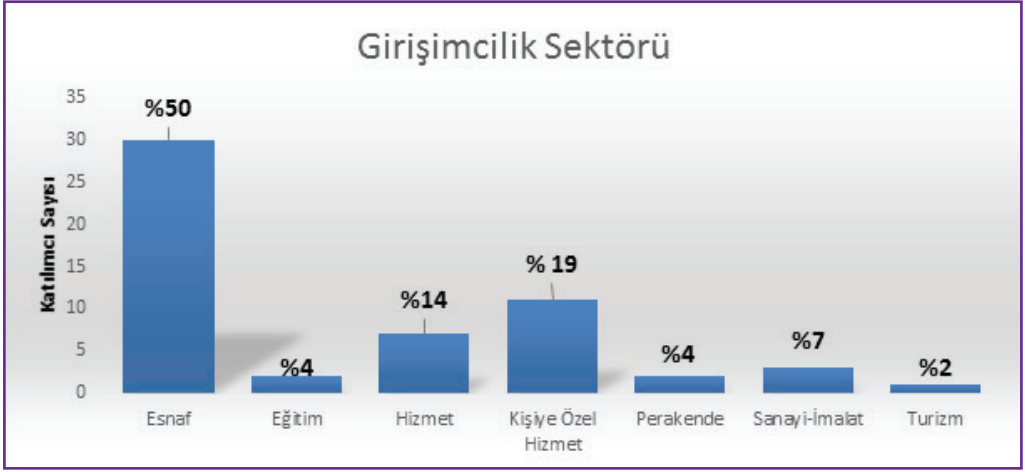
Grafik: 10 Girişimcilik Düzeyi

Katılımcıların KOSGEB ve diğer Girişimcilik desteklerinden destek alıp alınmadığı sorulduğunda; görüşülen 15 yeni girişimcinin 12'si girişimcilere verilen desteklerden haberdar olduğunu belirtmiştir. 12 yeni girişimciden 9'unun KOSGEB desteğine başvurduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Diğer yandan potansiyel girişimci ve girişimci olmaya niyeti olan 18 kadının sadece 4'ü girişimcilere verilen desteklerden haber olduğunu belirtmiştir. Kurulu bir işletmesi olan 18 kadın girişimciden 12'si girişimcilere verilen desteklerden haberdar olduğunu ve sadece 5'i KOSGEB ve banka kredisi gibi desteklerden yararlandığını belirtmiştir. Son olarak, 24 katılımcının KOSGEB ve İşKUR'da Girişimcilik Eğitimlerine katıldığı ve 20'sinin de kendine ait bir girişiminin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

4.9.2 Girişimcilik Sektörü (Anket Bölüm 1B)

Katılımcıların girişimcilik sektörü dağılımındaki çalıştıkları veya çalışmak istedikleri faaliyet alanları aşağıdaki grafikte sunulmuştur. Buna göre, 30 katılımcının esnaf olarak kendi iş yerlerini işlettiği, 11 katılımcının kişiye özel hizmet sektöründe bir işletmeye sahip olduğu, 7 katılımcının hizmet sektöründe faaliyette bulunduğu, 3 katılımcının sanayi ve imalat alanında bir işletmesi olduğu, 2 katılımcının eğitim alanında çalıştığı, 2 katılımcının perakende alanında ve 1 katılımcının ise turizm alanında faaliyet gösterdiği veya faaliyet göstermek istediği ortaya çıkmaktadır.

Katılımcıların kurdukları ve kurmak istedikleri sektör dağılımı yüzdeler olarak aşağıdaki gibidir.



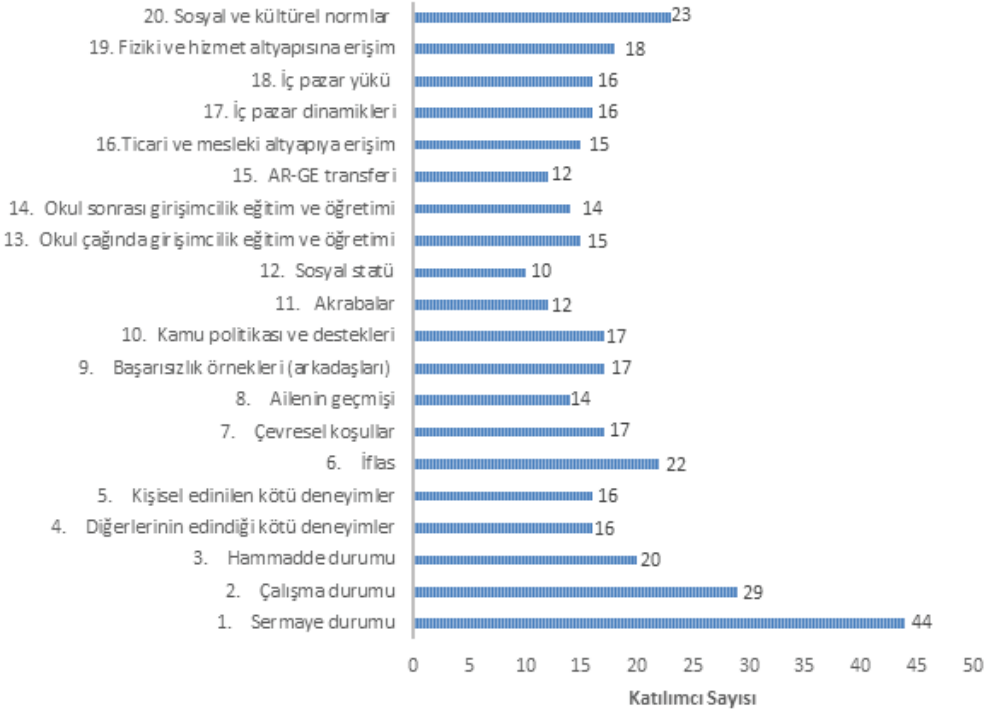
Grafik: 11 Girişimcilik Sektörü

Katılımcıların % 53'ü esnaf, % 20'si kişiyeye özel hizmet veren bir işletme sahibi, kalan % 27'sinin ise sanayi-imalat, perakende, eğitim ve turizm alanlarında iş yapan veya yapmak isteyen kadınlar olduğu ortaya çıkmıştır.

4.10. Kadın Girişimciliğini Etkileyen Faktörler (Anket Bölüm 5)

Kadın girişimciliğini etkileyen farklı faktörleri hem faaliyet gelişimi hem de iş kurmuş olanlar açısından kuruluş ve işleyiş süreçleri dâhilinde ayrı olarak irdelemek önem arz etmektedir. Kadın girişimciliği faaliyetlerinin gelişimi açısından sermaye durumu en önemli faktör olarak belirtilmiştir. Bunun yanında, çalışma durumu, sosyal ve kültürel normlar da katılımcılar tarafından önemli olarak değerlendirilmiştir. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır

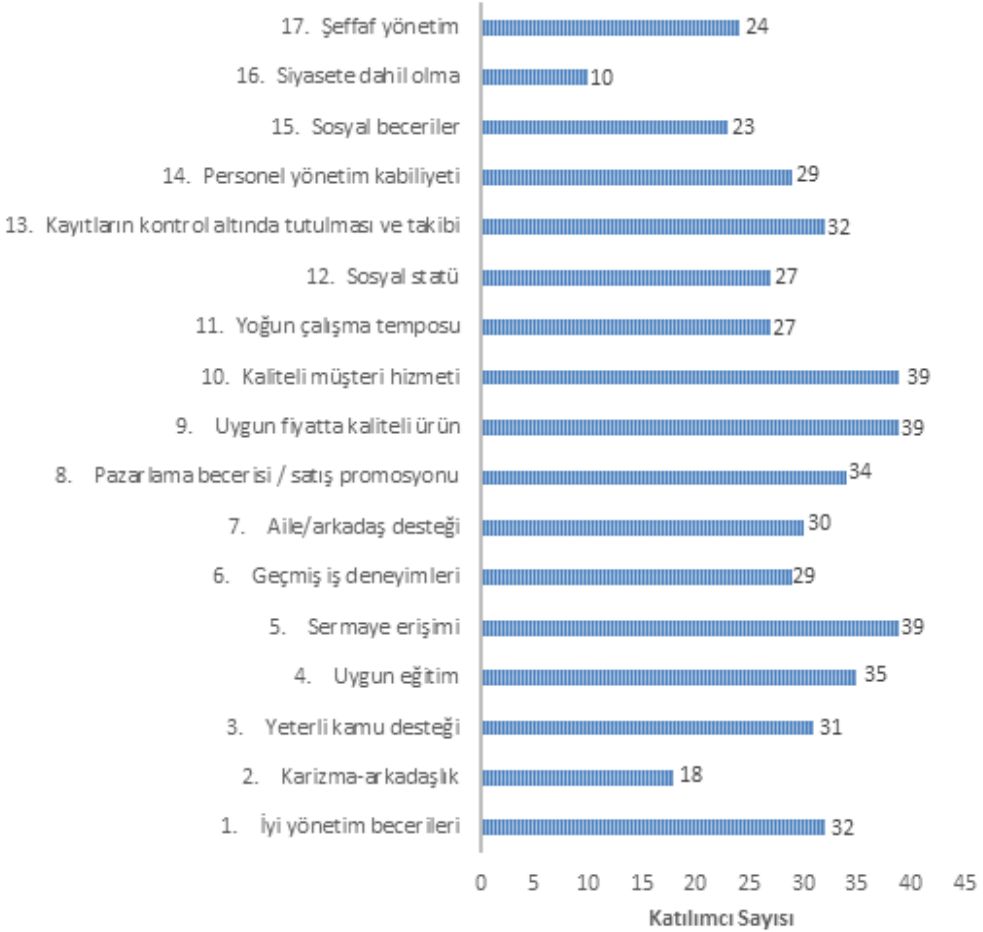
KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ FAALİYETLERİNİN GELİŞİMİ KONUSUNDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER



Grafik: 12 Kadın Girişimciliği Faaliyetlerinin Gelişimi Konusunda Etkili olan Faktörler

Kadın girişimciler açısından iş kurma ve sonrasındaki süreçle ilişkin en önemli faktörler, sermaye erişimi, kaliteli müşteri hizmeti, uygun fiyatta kaliteli ürün olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte uygun eğitim, pazarlama becerisi/satış promosyonu, kayıtların kontrol altında tutulması ve takibi ve yeterli kamu desteği katılımcıların yarısından fazlası tarafından önemli olarak ifade edilmiştir. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.

İŞ KURMA SÜRECİ VE SONRASINDAKİ FAKTÖRLER



Grafik: 13 İş Kurma Süreci ve Sonrasındaki Faktörler

Katılımcıların büyük çoğunluğu kadın girişimciliğini engelleyen mesleki kısıtlamalara ilişkin girişimcilik eğitimine yönelik tanıtım ve bilgi eksikliğinin en önemli faktör olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte eğitim ile iş arasındaki bağlantının eksikliği, yetersiz müfredat ve eğitim programları, iş olanakları ve kariyer hedefleri konusunda bilgi yetersizliği ve eğitilmiş öğretmen eksikliğinin de önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ ENGELLEYEN MESLEKİ KISITLAMALAR



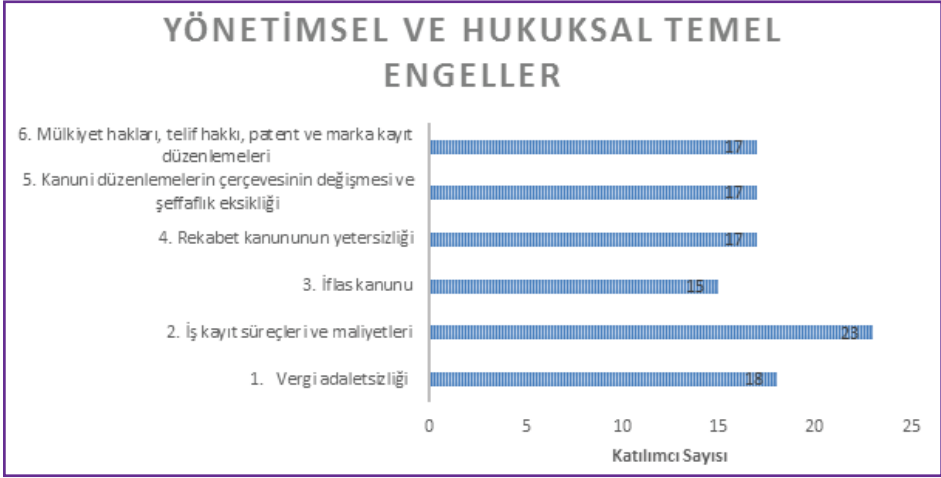
Grafik: 14 Kadın Girişimciliğini Engelleyen Mesleki Kısıtlamalar

Katılımcılar karşılaştıkları veya karşılaşılabilecekleri en temel problemleri; nakit sıkıntısı veya diğer finansal problemler olarak belirtmişlerdir. Katılımcılar kadın girişimlerinin önündeki finansal engeller ile ilgili olarak finansal destek almak için yapılan başvuruların çok uzun bekleme sürelerine sahip olması ve sonucunun belirsiz olmasını önemli bir sorun alanı olarak belirtmişlerdir. Bununla birlikte, verilen mikro kredilerin yetersiz/az oluşu ve başlangıç sermayesinin bulunmasında yaşanan zorluklar da kadın girişimciliği için finansal anlamda diğer sorun alanları olarak ifade etmişlerdir. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.

KARŞILAŞILAN VE/YA KARŞILAŞILABİLECEK TEMEL PROBLEMLER VE ENGELLER



Grafik: 15 Karşılaşılan ve/ya Karşılaşılabilecek Temel Problemler ve Engeller



Grafik: 16 Yönetimsel ve Hukuksal Temel Engeller

Katılımcıların iş geliştirme sürecinde yönetimsel ve hukuksal olarak yaşadıkları en temel sorun iş kayıt süreçleri ve maliyetleri olarak belirtilmiştir. Yukarıdaki grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.

Destek hizmetlerindeki temel kısıtlayıcı unsurlarla ilgili katılımcıların değerlendirmeleri aşağıdaki grafikte sunulmuştur. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.

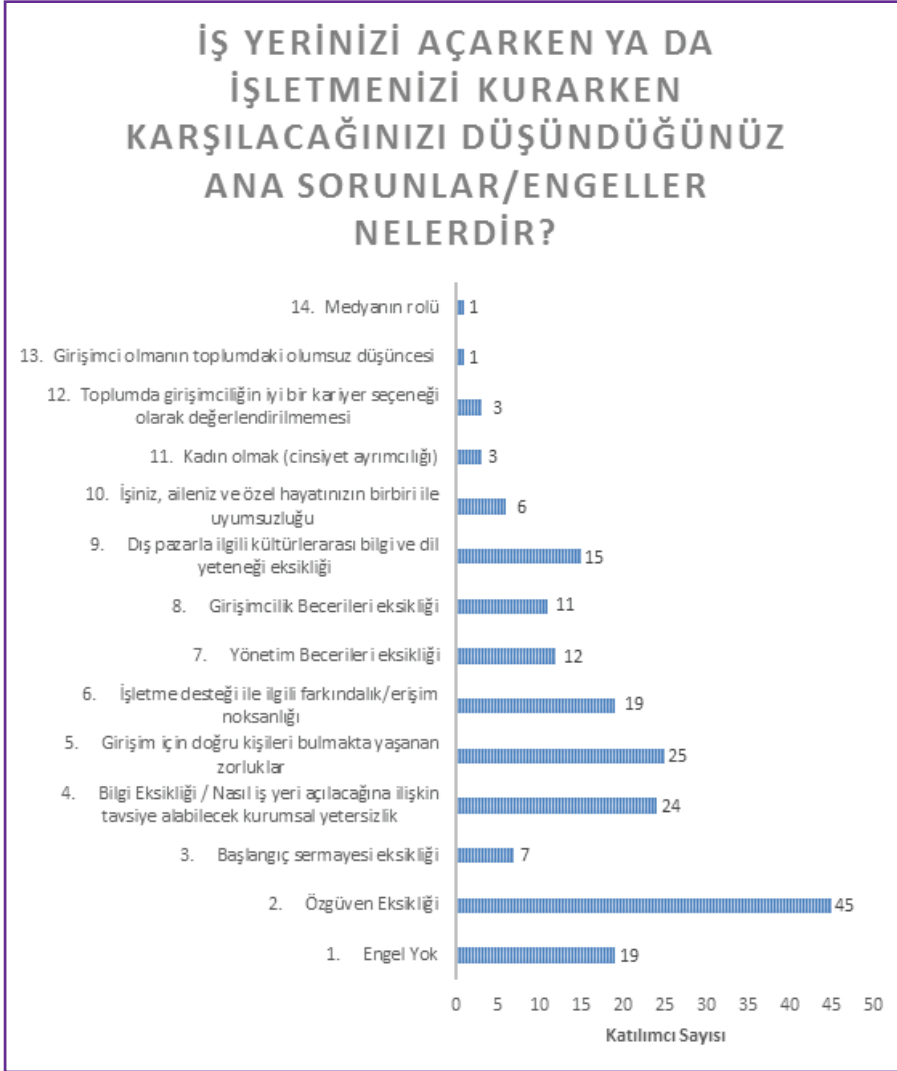


Grafik: 17 Destek Hizmetlerindeki Temel Kısıtlayıcı Unsurlar

5.SAHA ARAŞTIRMASINDAN ELDE EDİLEN SONUÇLAR

5.1 Bölgede İşyeri Kurarken Katılımcıların Karşılaştığı Sorunlar

Aşağıdaki grafikte de görüldüğü üzere 61 katılımcının 45'i iş yeri kurmada en büyük engel olarak özgüven eksikliği olduğunu belirtmişlerdir. Girişimci olmak için gereken en önemli konulardan biri olarak, katılımcılar girişimcilik bilgisi ve bilgi alabilecekleri kişilerin eksikliğini ifade etmişlerdir. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.



Grafik: 18 İş yerinizi açarken ya da işletmenizi kurarken karşılaçağınızı düşündüğünüz ana sorunlar/engeller nelerdir?

Bölgedeki girişimcilik fırsatları, 48 katılımcı tarafından ticari ve kültürel açıdan teşvik edici bulunmamıştır. Bunun yanında aşağıda belirtilen hususların da girişimciliği engelleyen faktörlerden olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmiştir:

- Kadın olmak,
- Sermaye kaynaklarının yetersiz olması,
- Coğrafi yapının zorlukları,
- İşletmelerin kazancı bölmek istememeleri,
- Toplum desteğinin az olması,
- Kamu desteğinin görünürlük faaliyetleri için yetersiz olması.

İç pazarın girişimcilere açık olup olmaması ile ilgili soruya katılımcılar aşağıdaki ifadeler ile cevap vermişlerdir:

- İç pazar dinamiklerinin işletmenin iş koluna göre değişmesi,
- İç pazarın yeni girişimcilere açık olmaması,
- Nakliye sorunu,
- Sağlık sektöründe iç pazarın elverişli olduğu ancak yatırım ve teşviklerin yeterince yapılmadığı,
- Yemek sektöründe rekabetin fazla olması,
- Bazı sektörlerin ise gelişmekte olması (ör: eğitim, mobilya).

Katılımcılardan işletme sahibi olanların büyük bir çoğunluğu bölgedeki fiziki koşulların (coğrafi, hammaddelerin nakliyesi, iklim vb.) girişimciliğe olumsuz etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu sosyokültürel yapının kadın girişimciliğine olan etkisini olumsuz olarak nitelendirmiştir. Kadın girişimciliğinin gelişmemesinde etkili olan faktörlerle ilgili olarak katılımcılar yönetim becerileri eksikliğinin en önemli unsur olduğunu belirtmiştir.

Kadınların rol ve becerilerine yönelik kişiselleştirilmiş önyargılar, kişisel ve ailevi sorumluklara olan bağlılık kadın girişimciliğinin engellenmesinde etkili olan diğer önemli faktörlerdir. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.



Grafik: 19 Kadın Girişimciliğinin Engellenmesinde Etkili olan Faktörler

5.2 Katılımcıların Mevcut Destek Programlarından Yararlanma Durumu

Anketin 3. Bölümü'nde katılımcıların girişimcilik eğitimlerine katılımları ve destek mekanizmaları hakkında bilgi düzeyleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Buna ek olarak bölgenin iç pazar dinamikleri ve sosyoekonomik durumunun kadın girişimciliği üzerindeki etkileri hakkında katılımcılara açık uçlu sorular sorulmuştur. Bu kısımda dikkat çeken bir husus, katılımcıların yarısının girişimcilere sağlanan finansal destek mekanizmalarını bilmiyor olmasıdır. Bilenlerin de KOSGEB desteği konusunda bilgilerinin eksik olduğu tespit edilmiştir.



Grafik: 20 Girişimcilere sağlanan finansal destek mekanizmalarını biliyor musunuz?

61 katılımcının 28'i girişimcilik konusunda çeşitli eğitim, seminer ve kurslara katıldığını belirtmiştir. Bu gruptaki katılımcıların çoğunun KOSGEB'in Girişimcilik Kursu'na katıldığı anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra Kadın Girişimciler Kurulu aracılığı ile özellikle Ordu'da bulunan kadınlar Ordu Ticaret ve Sanayi Odası'nın düzenlemiş olduğu çeşitli etkinliklere katılmışlardır.



Grafik: 21 Girişimcilikle ilgili kamu politikalarına ve desteklerine ilişkin bilginiz var mı? Herhangi bir program/eğitim ya da toplantıya katıldınız mı?

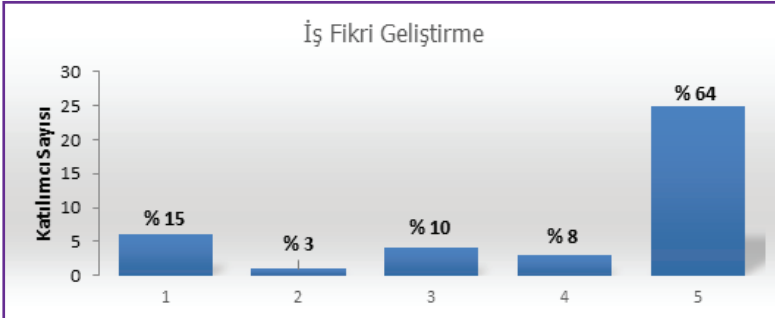
5.3. Eğitim İhtiyacına Yönelik Algılar



Grafik: 22 Hangi Konuları Öğrenmek İstersiniz?

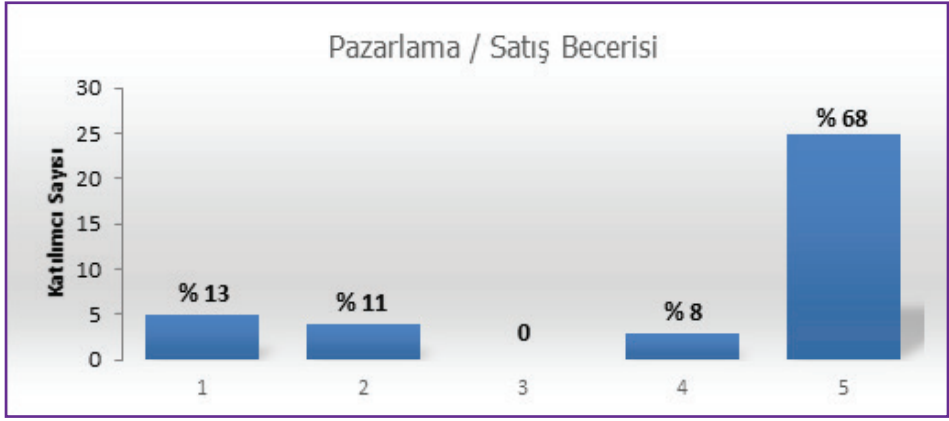
Eğitim ihtiyacının daha somut biçimde belirlenerek eğitim programının buna göre tasarlanabilmesine yönelik olarak bir dizi soru yöneltilmiştir. Araştırma sırasında, katılımcılardan sorulan soruların değerlendirilmesinde 1 ile 5 arasında puan verilmesi istenmiş, sorulan soruların önemini ortaya çıkarılması için sorulan sorularda en yüksek 5, en düşük 1 olarak değerlendirmeleri istenmiştir. Eğitim programına dâhil edilebilecek modüllerin zorunlu ve isteğe bağlı olanlar olarak ayrılması mümkündür. Buna göre; araştırma sırasında elde edilen veriler değerlendirildikten sonra ortaya çıkan sonuca göre, eğitim programında yer alması gerekli olan modüller şunlardır:

İş Fikri Geliştirme: Aşağıda da görüleceği gibi araştırma sırasında elde edilen bulgulara göre eğitimlere katılan girişimcinin kendi işini kurmasında en önemli unsurlardan biri olan doğru iş fikrinin geliştirilmesi konusunda, eğitim sırasında teorik ve pratik olarak tüm teknik ve yöntemlerin anlatılması gerekmektedir.



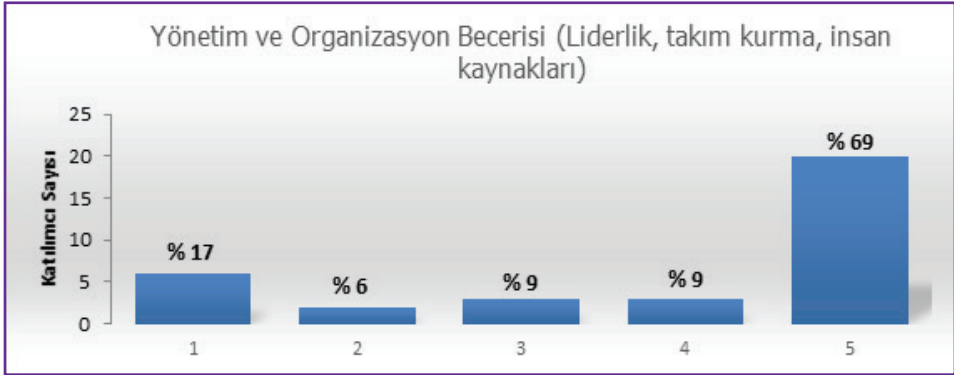
Grafik: 23 İş Fikri Geliştirme

Pazarlama/Satış Becerisi Geliştirme: Aşağıda da görüleceği gibi araştırmalar sırasında elde edilen bulgulara göre katılımcıların özellikle belirttikleri gibi pazarlama ve satış becerilerinin artırılması yönünde çalışmalar yapılmalıdır.



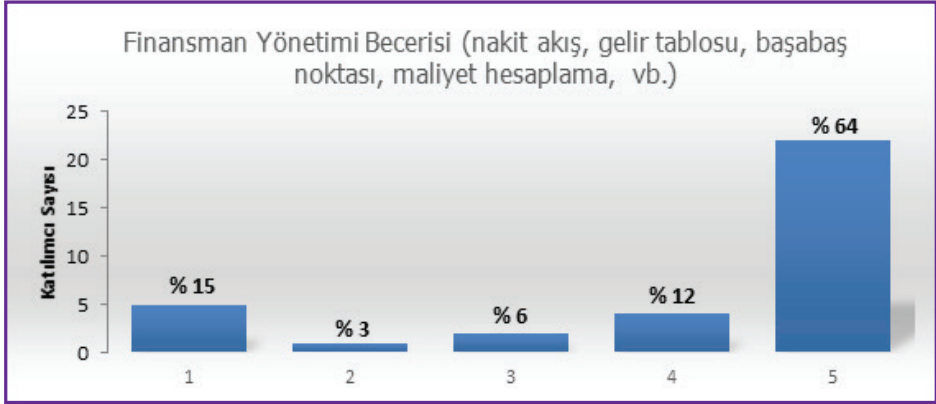
Grafik: 24 Pazarlama / Satış Becerisi

Yönetim ve organizasyon becerisi (Liderlik, takım kurma, insan kaynakları): Aşağıda da görüleceği gibi araştırma sırasında elde edilen bulgulara göre katılımcıların üzerinde özellikle durdukları bu konuda da bilgi ve becerilerin artırılması gerekmektedir.



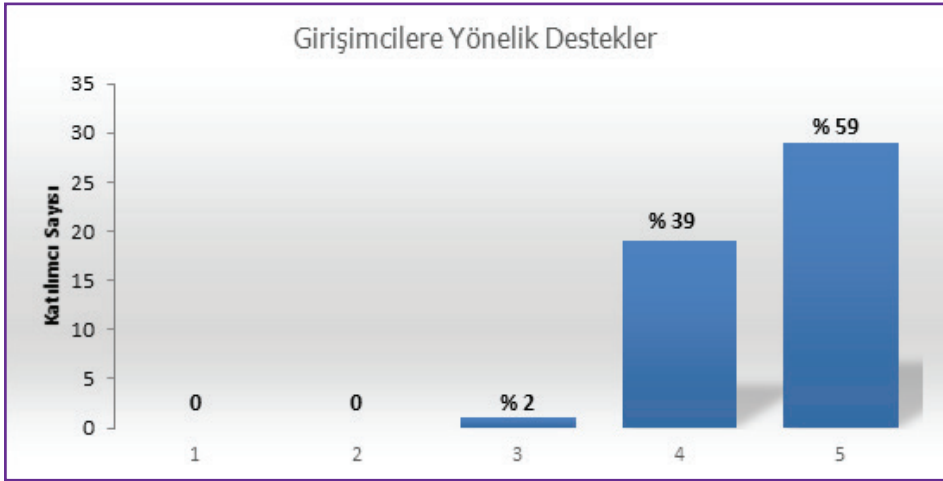
Grafik: 25 Yönetim ve Organizasyon Becerisi

Finansal planlama: Aşağıda da görüleceği gibi araştırma sırasında elde edilen bulgulara göre KOSGEB Girişimcilik eğitimlerine katılan katılımcıların değerlendirmelerine göre, finansal analiz, raporlama ve planlama, teknik-analitik kısımları en az anlaşılan bölümlerdir. Bu modülde, finansal alternatifler karşılaştırmalı biçimde sunulmalı, analiz ve planlama teknikleri üzerinde uygulamalı çalışmalar yürütülmesi önemlidir.



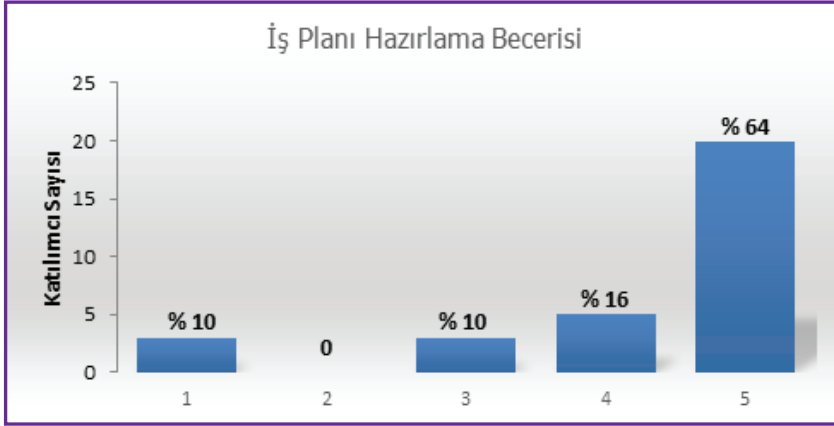
Grafik: 26 Finansman Yönetimi Becerisi

Girişimcilere Yönelik Destekler: Aşağıda araştırma sonuçlarını gösteren grafikte de görüleceği gibi araştırmasında elde edilen bulgulara göre ve özellikle bu eğitilmiş katılımcıların vermiş olduğu yanıtlara göre, katılımcıların çoğu girişimcilere verilen desteklerle ilgili daha detaylı bilgi talep etmiştir. Eğitimlerde bu konuda da bilgi verilmelidir.



Grafik: 27 Girişimcilere Yönelik Destekler

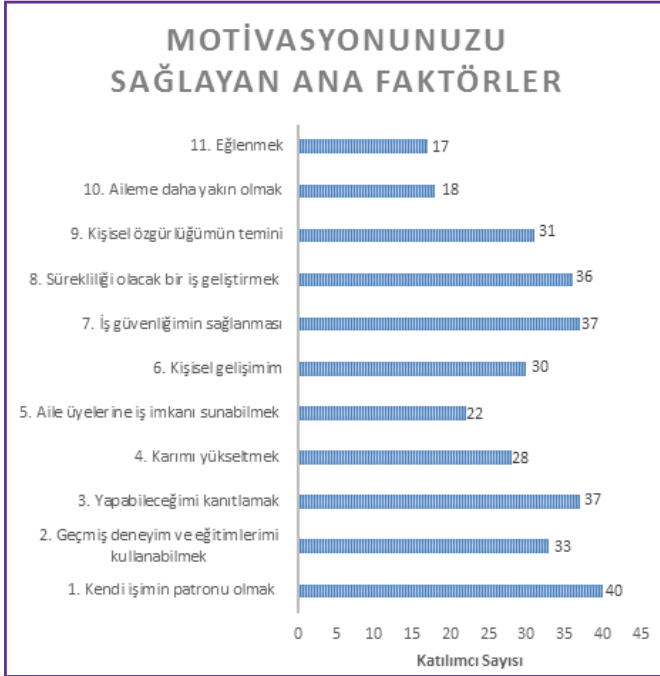
İş Planı Hazırlama: Aşağıda da görüleceği gibi araştırma sırasında elde edilen bulgulara göre kadınların üzerinde durduğu bir başka önemli konu da iş planı hazırlamaktır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, KOSGEB desteğini almak için ön koşul olan bu iş planlarını belli bir bedel karşılığında dışarıdan aldıkları destekle tamamlayarak başvuru yaptıklarını belirtmişlerdir. Görüşmelerde özellikle belirtilen bu konuda daha kapsamlı bilgi verilerek, proje kapsamında verilecek olan eğitimlere katılan kişilerin iş planlarını kendilerinin hazırlayabilmeleri konusunda ayrıca özen gösterilmesi önemlidir.



Grafik: 28 İş Planı Hazırlama Becerisi

5.4. Motivasyon Faktörleri

Raporun bu bölümünde, girişimcilik sürecinde etkili olan toplumsal, ekonomik, yönetsel ve hukuksal faktörler, kaygılar, endişeler, mesleki ve destek hizmetlerindeki kısıtlayıcı unsurlar ve motive / demotive eden faktörler ile ilgili bulgular sunulmuştur. Grafikteki sayılar katılımcı sayısıdır.



Grafik: 29 Motivasyonunuzu Sağlayan Ana Faktörler

Yukarıdaki grafikte de görüldüğü gibi kadınların, girişimci olmalarında motive edici en önemli unsurlar şunlardır:

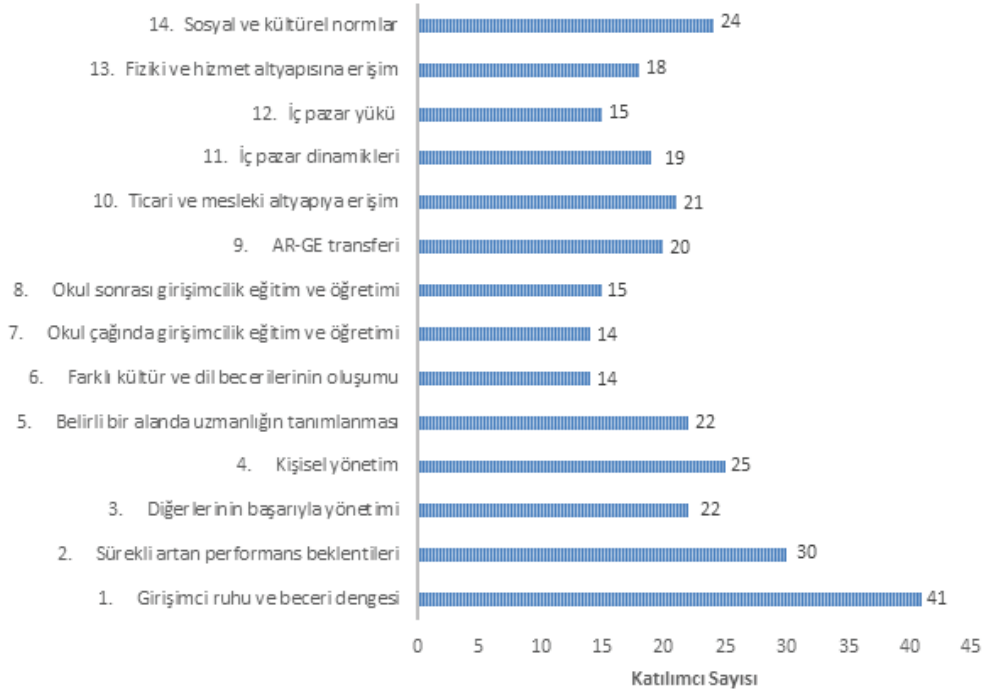
- Kendi işinin patronu olmak
- İş güvenliğini sağlamak
- Yapabileceğini kanıtlamak
- Sürekliliği olacak bir iş geliştirmek
- Geçmiş deneyim ve eğitimlerini kullanabilmek
- Kişisel özgürlüğü temin etmek
- Kişisel gelişimi arttırmak

İşletmelerini kurduktan sonra katılımcıların motivasyonlarını bozan faktörler aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Başarısız olma korkusu
- İşlerin yolunda gitmemesi
- Bilgi eksikliği
- Kar-zarar hesaplamalarının yanlış yapılması
- Finansal bilgi eksikliği
- İnsanların verdikleri sözleri tutmamaları
- Sosyal ve kültürel normlar
- Vaat edilen desteklerin verilmemesi
- Beklentilerin karşılıksız çıkması
- Sermaye temini
- Müşteri beni benimser mi, bu iş tutar mı endişeleri

İş kurma aşamasında birden fazla faktörün önemli olduğu katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Katılımcıların çoğu tarafından bu faktörlerden 'girişimci ruhu ve beceri dengesi' en önemli faktör olarak ifade edilmiştir. Bunun yanında, sürekli artan performans beklentileri, belirli bir alanda uzman olmak ve kişisel yönetim öne çıkmaktadır.

İŞ KURMA AŞAMASINDAKİ ÖNEMLİ FAKTÖRLER



Grafik: 30 İş Kurma Aşamasındaki Önemli Faktörler

6.VAKA ÇALIŞMALARI

Bu raporun büyük kısmında bir iş kurmanın önündeki engellere odaklanılmakla birlikte bu cesur adımı atıp başarılı olmuş kadın örneklerine yer verilmiştir. Bu kadınların deneyimleri son derece ilham vericidir:

6.1 Tülin Aydemir – Tülince Butik Giresun

Tülin Aydemir, 1968 İstanbul doğumlu, 4 çocuklu bir ailenin ortanca çocuğudur. Çalışan anne ve babanın çocuğu olarak, küçük yaştan itibaren kendi ayakları üstünde durmaya çalışan bir kişi olmuştur. Tülin Hanım'ın ilginç hikâyesi okula öğretmen şiddetinden dolayı devam edememesinden başlamaktadır. İlkokulu bitirip, bir daha okula dönmek istememiştir.

Tülin Aydemir, 17 yaşında iş hayatına atılır. Trikotaj atölyesinde rümeviz ustası olarak, kalite kontrol, ütü, makastarlık yapar. İlerleyen yıllarda, kendi mahallesinde bir kuyumcu imalathanesinde 10 yıl part-time çalışmaya başlar ve montaj ve kaynak ustası olarak emek verir. Aynı zamanda da bir ilaç fabrikasında çalışmaya devam eder.

Daha sonra pazarlama işine geçer ve Japon sobaları satan bir firmada işe başlar. Dış teknisyenliği ile iş hayatına tekrar devam eder.

Çalışan anne babanın çocuğu olan Tülin Hanım, iş hayatının yanı sıra, aynı zamanda evde de kardeşlerinin bakımını ve de ev işlerini üstlenmek zorunda kalmıştır.

İstanbul'da evlendikten sonra ise, uzun bir süre çalışmamış ve 3 çocuk büyütüştür.

3 yıl önce amatör olarak takı tasarımına başladığını ve yazın yazlık yerlerde ve sosyal çevresinde yaptığı takıları satmaya başladığını belirtmiştir. 2 yıl önce eşinin Giresun'a yerleşmek istediğini söylemesi üzerine birlikte gelmeye karar vermişlerdir. Bunun üzerine Tülin hanımda Giresun'da bir iş kurma fikri canlanmıştır. Bu düşünce ile Giresun'da ne yapacağı konusunda ön bir araştırma yapmak ister ve bu sebeple Giresun'a gelir.



Daha önce Giresun merkeze hiç gelmediğini belirten Tülin Hanım, hiç bir iş fikrinin olmadığını, iş alanı anlamında ne yapılabileceği konusunda ön araştırma yapmak için geldiğini belirtir.

Araştırmaya başladığını, öncelikli olarak takıcılık konusunda bir araştırma yaptığını ve esnaf ve sanatkârlar odasına giderek bilgi aldığını anlatıyor. 15 tane takı dükkânı olduğunu öğrenince bu alandan vazgeçtiğini belirtiyor. Aynı dönemde girişimcilik kursunun varlığından haberdar olduğunu ve Giresun'a geldiği hafta İŞKUR'un Girişimcilik Kursu hakkında bilgi edindiğini söylüyor.

Bunun üzerine, kendisinin de bu kursa başladığını ancak öğle paydoslarında ve akşam dersten sonra şehir merkezine inerek araştırma yapmaya devam ettiğini belirtiyor. Araştırmayı kadınlara özel olarak yapmaya başladığını anlatan Tülin hanım, ticari hayat ve alışveriş konusunda özellikle kadınlardan fikir almak istediğini anlatıyor. Otobüs duraklarında, pastanelerde, parklarda, kermeslerde yani kadınların grup olarak buldukları mekânlarda kadınlar ile konuştuğunu ve kadınların ne istediğini anlamaya çalıştığını söylüyor. Giyim sektöründe son derece eksiklik olduğunu fark ettiğinden bahsediyor ve bu durumun da iş fikrinin gelişmesinde olanak sağladığını ifade ediyor.

Tülin hanım, kendisinin de giyime meraklı olduğunu ve İstanbul'da da gümrükten giyindiğini belirtiyor. Giresun'a da buradan malları getirip, satabileceğini fark etmesi ile Tülin hanım'ın girişimcilik hikâyesi başlıyor.

10 kişinin katıldığı İŞKUR Kursu'ndan kendisi ile birlikte 1 kişinin daha mezun olabildiğini belirtiyor. İŞKUR kursuna giderken dükkânını tuttuğunu ve iş planını da yaptığı araştırma ile oluşturduğunu ve kursun bitiminde de eğitmen ile paylaştığını belirtiyor. Eğitmenin de kendisine güç verdiğini ifade ediyor. İlk olarak başlarken kendine ve insanlarla olan ilişkisine güvendiğini belirtiyor. Pazarlama konusunda da ikna edici gücüne güvendiğini ekliyor. Gümrük mallarının satışı konusunda insanların ilk dönemlerde ön yargılı olduğunu ve ikna yeteneği ile bu ön yargıları da yıktığından bahsediyor.



Tüm bu birikimleriyle Giresun'da mağazasını açıyor ve ilerleyen dönemde daha da büyüyerek Balançak'ta da bir mağaza açtığını belirtiyor.

Tülin Hanım KOSGEB'den 30.000 TL'lik hibe başvurusunun kabul edildiğini ve destek sürecinin devam ettiğini ifade ediyor. Genel olarak eşinin desteğinin çok önemli olduğunu ve bu süreçte beraber çalıştıklarını, beraber birçok şeyi planladıklarını ve hayata geçirdiklerini, anlatıyor.

1 yıl içerisinde çok farklı çevrelerden müşteri profiline ulaştığını belirten Tülin hanım, reklam konusunda ise, kendisinin bir el broşürü bastırıldığını ancak bundan ziyade insanların birbirine anlattıklarını ve bu sayede birbir müşterilerinin arttığını anlatıyor. Şu anda Giresun'da kadınların %3'üne ulaştığını ifade ediyor.

Doğa ile iç içe yaşamak için geldikleri Giresun'da, istihdam sağlayarak yerel ekonomiye de katkıda bulunan Tülin Hanım, var olan işletmesinin yanı sıra farklı sektörlerde de iş fikirleri olduğunu belirtiyor.

6.2 Berna KOÇ – SNN Kids (Çocuk Ayakkabısı Mağazası)

Berna Koç, Giresun'da yaşayan, 39 yaşında evli ve iki çocuk annesi girişimci bir kadındır. Lise döneminde babasının fırınında çalışırken ilk iş tecrübesini deneyimlediğini anlatarak hikâyesine başlıyor.

Berna Hanım, 20 yıl boyunca hiç çalışmadığını belirtiyor. Çocuk ayakkabısı mağazası fikrinin ise kendi çocukları için ayakkabı bulmakta sıkıntı çekmeleri ile geliştiğini ifade ediyor. Bu fikir ile neler yapabileceğini araştırırken KOSGEB ile tanıştığını ve sonrasında Tirebolu'da açılan KOSGEB Girişimcilik Kursu'na başladığını anlatıyor. Kursa devam ederken çocuk ayakkabısı satışı, mal temini ve gerekli konularda araştırma yapmaya başladığını belirten Berna Hanım, kurs bitiminde hemen işletmesini açmaya karar veriyor. Aynı zamanda KOSGEB Hibe Programı'na da başvuran Berna Hanım'ın 42.000 TL'lik hibesi şu anda onaylanmış durumda.

Farklı başlıklarda yapılacak hibenin işçi yardımı, kira yardımı ve iş yeri maliyetlerine harcanacağını belirtiyor.



Berna Hanım pes eden birisi olmadığını ve bu süreçte de hiç pes etmeyi düşünmediğini söylüyor. 7 ay önce açtığı mağazanın gidişatı için öncelikle bir kış sezonunun geçirilmesi gerektiğini belirtiyor.

**“Eve çok huzurlu
gidiyorum.”**

Aile hayatında nasıl bir tepki ile karşılaştığını sorduğumuzda, çocuklarının ilk olarak destek olduğunu, sonrasında da değişen ev düzeni ile onların da kendilerini adapte ettiğini belirtiyor. Genel olarak ise, çevresinden çok fazla destek görmediğini ancak kadınlardan daha çok destek aldığını anlatıyor. Yakın aile mensuplarının “bu yaştan sonra ne gerek var” şeklinde tepkiler gösterdiklerini de ekliyor. Ancak kendisini bu işe atıldığı için kendini çok iyi ve pozitif hissettiğini ifade ediyor. Henüz yeni bir işletme olmasından dolayı herhangi bir kriz yaşamadığını da ekliyor.

Müşterilerden çok olumlu tepkiler aldığını anlatan Berna Hanım Giresun’da çocuk ayakkabısı mağazasının önemli bir eksiklik olduğunu vurguluyor. Genellikle, kaliteli çocuk ayakkabısı için müşterilerin Ordu veya Trabzon’a gittiklerini ancak SNN Kids ile müşterilerin artık buradan alışveriş yaptıklarını belirtiyor. Bu konu ile ilgili olarak mevsim değişiklikleri ile ürünlerin hemen teminine dikkat ettiklerini ve hızlı bir şekilde mal getirdiklerini ifade ediyor. Müşterilerin ihtiyacına göre ürün çeşitliliğine de özen gösterdiklerini ekliyor. Ordu’dan da müşterilerin geldiğini belirtiyor.

Berna Hanım bir işletme açmak için öncelikle sermayenin olması gerektiğini belirtiyor. Giresun’daki diğer kadın girişimciler ile iletişim halinde olduğunu da belirten Berna Hanım, kadın girişimcilerin sayısının da arttığını ifade ediyor. Girişimcilerin kadın olmalarını da özellikle desteklediğini ekliyor. Son olarak, SNN Kids olarak bir sezon geçirmek istediğini ve emin adımlarla piyasaya tutunmak istediğini belirtiyor.

6.3 Gülşen Çapkın – Gülşen’in Mutfacı (Restoran)

Gülşen Hanım Ordu’da yaşayan evli, iki çocuklu ve memur eşi bir kadın girişimcidir. Ordulu olan Gülşen Hanım eşinin mesleği dolayısı ile farklı kentlerde yaşadıklarını söyleyerek hikayesini anlatıyor. Aslen inşaat teknikeri olan Gülşen Hanım, Ordu’dan önce yaşadıkları Manisa’da özel bir hastanede insan kaynakları müdürü olarak çalıştığını belirtiyor.

Ordu’ya 2 sene önce taşındıklarını belirten Gülşen Hanım, bir süre iş aradığını ve istediği gibi bir iş bulamadığını ve böylelikle kendi işini kurmaya karar verdiğini anlatıyor. Gülşen Hanım, ilk olarak KOSGEB’e giderek girişimcilik kursuna katıldığını belirtiyor. Gülşen Hanım’ın girişimcilik hikayesi ise KOSGEB kursunu bitirdikten 7-8 ay sonra başlıyor. Kurstan çok yararlandığını belirten Gülşen Hanım, sıfır maliyet ile işe başladığını anlatıyor. Açılış sürecinde tadilat işi ile ilgili bir destek aldığını belirtiyor. KOSGEB sürecinin detaylı ve zorlu olmasını doğru bulduğunu belirten Gülşen Hanım, bunun yanında KDV ve stopaj konusunda kadın girişimcilere destek verilmesi gerektiğinin de altını çiziyor.

İş fikri olarak restoran açmak istediğini belirten Gülşen Hanım bunun için işletmesini kurmadan önce, çevre illerde, restoranlarda staj yaptığını ve bu restoranlarda kısa süreli araştırmalar yaptığını anlatıyor. Bu restoranların sahipleri ile tek tek görüştüğünü, malzeme temini, organizasyon ve mutfak konusunda detaylı bilgi aldığını ifade ediyor.

Sonrasında, Ordu'da da 2 hafta bir restoranda çalıştığını belirtiyor. Çeşitli restoranlarda çalışıp, araştırmasını bitirdikten sonra kendi işletmesini lokantadan ziyade ev yemekleri konusunda planladığını ifade ediyor. Bu konuda da Giresun'daki ev yemeği yapan restoranlardan çok yararlandığını anlatıyor.

Konsept olarak günlük ev yemekleri yaptığını belirten Gülşen Hanım mutfak için alışverişini de pazardan almaya özen gösterdiğini ve özellikle kadınlardan alışveriş yaptığını vurguluyor.

İşi öğrendikten ve sistemi oturtuktan sonra iş bölümü konusunda daha da uzmanlaştığını belirtiyor. İlk dönemde yapılan yemeklerin gün sonunda bitmesi konusunda endişelerinin olduğunu anlatıyor. Şu anda ise pazarlama konusunda sıkıntı yaşadığını belirtiyor. Bunun da genel olarak piyasadaki durgunluktan dolayı olduğunu ifade ediyor. Bu sürecin aynı zamanda iş geliştirme ve yatırım çalışmalarını da engellediğini belirtiyor. Müşteri profilinin ise çoğunlukla esnaf olduğunu, bunun yanında banka çalışanları ve yurt öğrencilerinin de restorana geldiğini belirtiyor.

“Hayalim Gülşen’in Mutfağı’nın bilinmesi, duyulması ve 2., 3., 4. Şubelerinin açılması”

Kadınlara genel olarak ekonomiye katılması ve kalkınmaya etkisinin artırılması için kendi işletmesinin bünyesinde de kadın istihdamına daha çok yer vermek istediğini belirtiyor. Bununla ilgili olarak, hayalinin kendi mutfağında Ordu'da

yaşayan ve farklı memleketi olan kadınların Gülşen'in Mutfağı için yöresel yemekleri yapması olduğunu anlatıyor.

İŞKUR'dan yanında çalışan 2 kişi için sigorta desteği aldığını ifade ediyor. KOSGEB'den de kira desteği aldığını belirtiyor. Destekler artarsa daha fazla kadını da istihdam etmek istediğini de ekliyor.



Bu süreçte ailesinden ve de özellikle eşinden çok destek aldığını belirten Gülşen Hanım, çocuklarının ve ailesinin desteği ile güven içinde işe devam ettiğini belirtiyor. Hatta bazen çocuklarının da yanında kendisine destek olduğunu ifade ediyor. Kendisinin de işin her sürecinde aktif olarak çalıştığını belirtiyor.

**“Heyecanı ve risk almayı seviyorum,
eşim izin verse yamaç
paraşütü bile yapacağım.”**

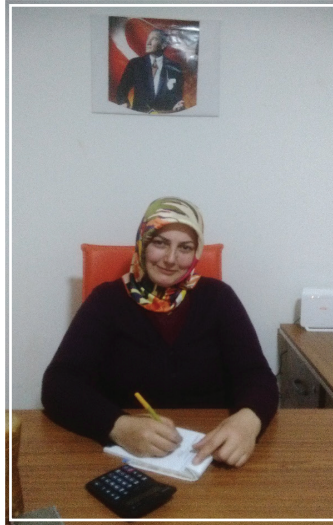
Ordu genelinde kadın girişimcilerin bir networku olmadığını ve diğer kadın girişimciler ile çok iletişimde olmadıklarını ifade ediyor. Özellikle bilgi paylaşımı konusunda kadın girişimciler arasında bir iletişim ağının olmasının çok iyi olacağını belirtiyor. Kendisine danışmak için birçok girişimci adayının geldiğini ve bu kişilere tavsiyeler verdiğini, tecrübelerini paylaştığını anlatıyor. Gülşen Hanım işini, evlatları gibi gördüğünü ve her zaman işin başında olunmasının çok önemli olduğunu ifade ediyor. Bununla birlikte, kendine güvenin çok önemli olduğunun da altını çiziyor. Son olarak, finansal anlamda kadın girişimcilere özel vergi ve sigorta muafiyeti gibi desteklerin olmasının çok önemli olduğunu belirtiyor. Bununla birlikte, Gülşen Hanım, özellikle yerel ekonomik dinamiklerin kadın girişimcileri ciddi olarak etkilediğini ve bu konuda özel önlemler alınmasının ya da özel teşvikler verilmesinin gerekli olduğunu savunuyor.

6.4 Fatma YAZICI - TRABZONE silver&jewellery-Trabzon

Fatma Yazıcı, Trabzone Silver & Jewellery Kazaziye ve Hasır Üretim Atölyesini ortağı Sevgi Onur ile birlikte 05.01.2016 da açmıştır. Yaptığı iş kuyumculuk sektörünün alt kolu olan Trabzon'a özgü tarihi ve yöresel bir el sanatı olan Kazaziye ve Hasır üretimidir.

Sektörü iyi bilmesi, işyerini açmasında önemli bir etken olmuş, başka bir AB Projesi olan İSKEP (İstihdam için Koordinasyon ve Eğitim” projesi kapsamında katıldığı UGE Eğitimi ve adım atması için kendisini ayağa kaldıran bu projedeki eğitmeni Abidin İÇDEN'in çok önemli katkıları olduğunu belirtmektedir. Oğlu için dimdik ve güçlü ayakta durabilme isteğinin en büyük motivasyon kaynağı olduğunu ifade etmektedir.

İşi bilmek ve üretebiliyor olmak başlangıç noktası olmuş, eğitimler sonrasında kendi işini yönetmek konusunda tecrübesiz de olsa ticari hayata atılmak ve aldığı eğitimlerde öğrendiklerini uygulama zamanı geldiğine karar vererek işyerini açmıştır.



Atölyesini açarken KOSGEB “ Yeni Girişimci Desteği “ programından yararlanmış ve 50.000 TL hibe desteği almış olup işletmesinin başlangıç sermayesi 15.000 TL dir.Aldığı hibe desteğinin katkısının önemli olduğunu ifade etmektedir.Buna karşın üretim yapan bir işletmesi olması ve değerli metaller kullanılmasından dolayı hammadde giderlerinin yüksek olduğunu ,KOSGEB mevzuatı gereği bunların destek kapsamında yer almadığını ,bu konuda da destek verilmesini istediğini anlatmıştır.

Hammaddeye ve müşteriye ulaşmak için farklı kanallar kullanmaktadır. Ürünlerinin pazarlamasını yaparken birebir müşteriler, sosyal medya, web sitesi ve sosyal çevre olanaklarından yararlanmaktadır.Müşteriye ulaşmak için yakın çevre ile iletişim ile birebir görüşmeler yaparak çalışmaya başlamış ve sonrasında sosyal medya araçlarını ağırlıklı olarak kullanmaya başlamıştır .TRABZONE marka patentini ve web sitesini alarak pazarlama çalışmalarını etkin olarak devam ettirmiştir. Pazarlama için şehir dışında talebin yoğun olduğu farklı illere gidip müşterilerle bire bir görüşerek müşteri profilini geliştirmekte, sektörel fuarlara katılmaktadır.

Halen atölyesinde kendisi dahil 3 kişi çalışmakta olup 3 tane de stajyer öğrenci bulunmaktadır. Yaklaşık 40 civarı evhanımı da evden çalışarak işletme için üretim yapmaktadır. Üretim yapan bir işletme oldukları ve el işçiliği gerektirdiği için fason işçilik üretimin büyük bir kısmını kapsadığını, ev hanımlarıyla çalıştıkları için kısmen de olsa zamanında ürün teslim almak konusunda sorunlar yaşadığını ifade etmiştir.

İşe başlama sürecinde destekleyenler yapabilirsin, başarısın sen güçlü bir kadınsın diyenlerin yanı sıra aksi yönde (Kadın başına ne işin var, ne yapacaksın, elalem ne der vb.) eleştiriler de aldığını söyleyen Fatma Yazıcı, “iş hayatı zordur, riske girme, otur evinde yap işyeri açacaksın ne olacak, bunun vergisi var, kirası var sigortası var vb., onca kisiyle uğraşma boşuna” diyen kişilerle karşılaştığını anlatmıştır

Kendi işinin sahibi olmanın kendisini mutlu ve huzurlu hissetmesini sağladığını, çevresindeki kadınlara örnek gösterilip takdir edildiğini, kendini daha güçlü, dik ve kararlı hissettiğini anlatmıştır. Sıradan bir ev hanımıyken çevremdekilerin patronice diye seslenişi onun için gurur verici olmaktadır, özgür ve kendinden emin hissettiğini ve çevresindeki insanları daha iyi tanımaktadır.

Kendi işini kuracak kadınlara sevdikleri yapmak istedikleri işi araştırmalarını, asla pes edip vazgeçmemelerini, mücadeleci olmalarını önermektedir.Hayatın kendilerinin olduğunu, onların başkalarını değil kendilerini mutlu etmek için çalışmaları gerektiğini; kendileri mutlu olmadıkça kimseyi mutlu edemeyeceklerini söylemektedir.

6.5 ZÜLEYDA ÇELEBİ – Hırdavat İşi -Ordu

Züleyde Çelebi Hırdavat sektöründe bir işyerinin sahibi, 1976 yılında işini kurmuş. O dönemde çocuğu küçük olmasına rağmen kendi işini yapmaya karar vermiş.Züleyde hanım orta gelirlili bir aileden geliyor, ticaret lisesinde okumuş ve çalışma hayatına muhasebeci olarak başlamıştır. 4 yıllık muhasebecilik sonrası 8 yıl kadar da idareci olarak çalışmış ve sonrasında işyerini kurmuştur.Sektörü seçmesinin en önemli nedeninin bu alandaki tecrübesi olduğunu anlatmıştır, çalıştığı işletmeler saç, profil gibi alanlarda faaliyet göstermektedir, Hırdavat alanında bölgede bir ihtiyaç olduğunu gözlemleyerek işe başlamıştır.

İş için gerekli sermayeyi eşi sağlamıştır. İşletmenin çalışan sayısı yıllar içinde dönemsel olarak ihtiyaca göre değişim göstermektedir.Halen 6 kişi istihdam edilmekte olup emekli olan eşi de kendisi ile çalışmaya başlamıştır.

Halen hırdavat işi yapan işletmesinde hilti / kompresör/kayış vb gibi teknik malzeme-ekipman ağırlıklı 10.000 den fazla çeşit ürün bulunmaktadır.Eskiden bu ürünlerin kayıtlarının elle tutulması gerekirken kendini geliştiren işletme günümüzde RF Barkod sistemi ile çalışmakta olup bunun bölge ve sektör için ilk olduğunu ifade etmektedir.

İşletmenin pazarlama süreçlerini dönemin ihtiyaçları ve süreçlerin gerekliliğine göre belirlenmektedir. İlk yıllardan günümüze dek kullandıkları en önemli pazarlama aracı birebir müşteri ziyaretleridir, dönemsel olarak katalog ve internet / sosyal medya kanalları da kullanılmaktadır. İşletme ürün çeşitliliğini arttırdıkça müşterilerin referansı ile gelen yeni müşterilerin sayısı ve Pazar payı da artmıştır. İl bazında sektör pazar payının en büyük oranının kendilerine ait olduğunu ifade eden Çelebi, daha önceleri bölgesel de çalıştıklarını ancak artık ağırlıklı olarak il bazında hizmet verdiklerini anlatmıştır.

Kendi işletmesinin sahibi olup kendi ayakları üzerinde durmanın mutluluk verici olduğunu söyleyen Züleyde Çelebi, işletmesini kurmak isteyen kadınların yapacakları iş sevmesi gerektiğini belirtmiştir, her aşamada kararlı davranmayı, finansal konularda dikkatli olmayı ve planlı hareket etmeyi önermektedir.

6.6 ÇİĞDEM TUNCER - Çiğdem Home -Ordu

Çiğdem Tuncer Ordu'da yaşayan 36 yaşında bir girişimci kadındır. Ev tekstil alanında faaliyet gösteren işletmesini 2009 da kurmuştur.Pazar araştırması yaptığı şehirde işini kurmaya bu araştırma sonuçlarına göre sektörde bir ihtiyaç olduğunu görerek karar vermiştir. Döşemelik kumaş ve perde işletmenin temel ürünleridir.

İşletmenin kuruluş aşamasında kendi öz sermayesinin yanında kredi çekerek çalışmalarına başlamıştır. Sürecin ilerleyişi boyunca tüm ailesi ve eşinden gördüğü desteğin kendisi için önemli bir motivasyon olduğunu anlatmıştır.

Pazarlamaya ilişkin olarak şirketin kuruluş döneminde müşteri ziyaretleri, birebir görüşme yöntemini kullanmıştır.Broşür ve katalog da kullanılan araçlar arasındadır. İşletme yıllar içinde bölgede tanınır hale gelmiş, müşterilerden alınan referanslar da kullanılmaya başlanmıştır.Bir dönem web sitesi üzerinden de pazarlama ve tanıtım çalışmaları yapılmıştır ancak web sitesi artık kullanılmamaktadır.Sosyal medya etkin olarak kullanılarak tanıtım yapılmaktadır, Facebook ve Instagram sayfaları bulunmaktadır.

İlk yıllarda 1 kişi çalıştıran işletmede halen 4 kişi istihdam edilmektedir. Kalifiye eleman bulma konusunda güçlük çektiğini anlatmıştır. Dönemsel olarak İşkur' dan kalifiye eleman bulmak için destek almıştır.

Kendi işini yapmak isteyenlere en önemli önerisinin işi benimsemek olduğunu söylemiştir. İşini benimseyip severek yapmanın başarının anahtarı olduğunu belirtmiştir.

6.7 MELİKE ERTEKİN- Antep'li Üstad- Ordu

Melike Ertekin iş hayatına lojistik uzmanı olarak başlamış, Antep de eşi tarafından 2009 da kurulan işletmeyi 2011 de memleketi olan Ordu ya taşındıktan sonra devralmıştır, Antep'li Üstad adında bir pastane işletmektedir. Ağırlıklı olarak Antep fıstığı dolgulu ürünler satan işletme, Ordu'ya taşındıktan sonra baklava / kurabiye gibi ürünlerinde fındık ve fındık unu da kullanmaya başlamıştır. Günlük olarak üretilen ürünler, perakende olarak işletmede satılmakta ayrıca hastane ve okullara da toptan ürün satışı gerçekleştirilmektedir, etkinlik ve düğünlere catering hizmeti de sağlanmaktadır. Üretimde katkısız hammaddelerin kullanımının diğer işletmelerden ayırt edici en önemli özellikleri olduğunu ifade etmektedir.

İşletme kuruluş aşamaları dahil herhangi bir dönemde kredi vb bir destek almamıştır, kendi ve eşi dahil toplam 4 kişi çalışmaktadır. Ailesi ve çevresindekiler kendisine her konuda destek olmuştur. Kalifiye ve işini doğru biçimde yapan eleman bulmanın sektörde bir sıkıntı olduğunu ve dönemsel olarak sorun yaşadıklarını ancak halen devam eden elemanları ile uzun süredir birlikte çalıştıklarını anlatmıştır.

Pazarlama için işe başladıklarında ilk olarak kendi tanıdıklarından destek aldıklarını ,sonra ürünleri tanıdıkça birbirlerine tavsiye eden kişiler sayesinde müşteri potansiyelinin günden güne artış gösterdiğini ifade etmiştir. 2011 den itibaren radyo reklamları veren işletme sahibi yararlı olduğunu ve çok sayıda müşteri dönüşü aldıklarını halen dönem dönem reklam yaptırdıklarını anlatmıştır. Bir dönem web sitesi kullanmakla birlikte sosyal medya kanallarının artık daha çok önem taşıdığını ve Facebook /Instagram sayfalarından takip edip görerek gelen çok sayıda müşterileri olduğunu anlatmıştır. Pastane şubeleşmek için çalışmalar başlatmıştır, görüşmeler yapılmaya devam etmektedir.

Kendi işini yapmanın toplumdaki duruşunu değiştirdiğini, var olduğunu daha net hissedip kendisine daha çok güvenmeye başladığını ve kendini daha doğru ifade ettiğini, kadın eli değdiğinde işin daha farklı bir bakış ile yürütüldüğünü düşündüğünü anlatmıştır. Daha önce farklı bir sektörde çalışırken gıda sektörüne geçiş yaptıktan sonra daha mutlu ve keyifle işini severek çalıştığını söylemektedir.

İş kurmak isteyen kadınlara işlerini yürütmek için azla yetinmeyi bilmeyi, işin her aşamasını kontrol altında tutmayı , özellikle kuruluş aşamasında lüks bir düzenleme yapmak yerine gerçekten gerekli olan şeyleri net bir araştırma yaparak belirleyerek satın alma yapmayı ,kredi/destek almışsa bunu doğru planlayarak kullanmayı önermektedir. Pazarlama çalışmalarını da ilk günden itibaren ihmal etmeyerek işleri için sosyal medya -radyo reklamı vb araçları sıkça kullanmanın müşteri portföyünü büyütmek için önem taşıdığını anlatmıştır.

6.8 MİHRİBAN YUVA – Mehtap Modaevi -Ordu

Mihriban Yuva 1991 de Modaevini açmıştır. Kişiye özel kıyafet dikimi yapan modaevi ağırlıklı olarak abiye kıyafetler üzerine hizmet vermektedir. Eşinden boşanan ve kendi ayakları üzerinde durabilmek için bir işyeri açmaya karar veren Mihriban Yuva' nın 2 çocuğu bulunmaktadır. Terzi dükkanı olarak başladığı işyerinin açılış sürecinde kendine ait bir özsermayesi olmadığından ailesi ve yakınlarından borç almış ayrıca ailesinin kendinin de hissesi olan arazilerini teminat

göstererek bankadan kredi çekmiştir. O dönemde toplam 15.000 TL lik bir sermaye ile işe başlamış,koşullar gereği ikinci el makinalar almıştır.İşletmenin ihtiyaçları doğrultusunda dönemsel olarak banka kredisi kullanmıştır,ayrıca 2017 yılı içinde KOSGEB tarafından verilen faizsiz kredi desteği programından yararlanmıştır.

2009 yılında farklı bir sektörde işletme açmayı planladığı için Ordu Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği bünyesinde AB/TESK Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi Projesi II kapsamında düzenlenen girişimcilik eğitimlerine katılmıştır,ancak yeni bir işletme açmaktan vazgeçerek işini geliştirme kararı almış ve aynı sektörde işine devam etmiştir.Aldığı eğitimlerin, özellikle iş planı hazırlama ile ilgili öğrendiklerinin işini geliştirmekte katkı sağladığını belirtmiş olup daha sonrasında bilgisayar okur yazarlığı alanında da eğitim aldığını anlatmıştır.

Mihriban Yuva 'nın modaevindeki çalışan sayısı kuruluştan itibaren dönemsel olarak değişmektedir. Günümüze dek en fazla 6 personel ile işlerini devam ettirmiştir, stajyer de çalıştırmıştır. Uzun yıllardır aynı işi yaptığından artık emekli olmuştur.Emeklilik sonrasında da çalışmaya devam etmekte ancak personel çalıştırmamaktadır.Personelle ilgili karşılaştığı en önemli sorunun kalifiye eleman bulunamaması olduğunu anlatmıştır.



Pazarlama süreçlerini işini kurduğu zamandan beri ağırlıklı olarak kendisinin yürüttüğünü anlatmıştır. İlk dönemlerde tanıdığı kişiler için giysi dikerek çalışmalara başlamış, sonrasında şehirde tanındıkça mevcut müşterilerin referansı ile çok sayıda yeni müşterisi olmuştur.İlk dönemlerde broşür ve katalog gibi araçlardan da yararlanmıştır.

Kendi işini yürütenin bir kadın olarak kendisine sağladığı en önemli faydanın insan ilişkilerindeki yaklaşımının değişmesi ve daha çok sayıda insanla tanışmak olduğunu anlatmıştır, edindiği tecrübeler sayesinde artık insanları daha iyi tanıyıp anlayabildiğini belirtmiştir.Öte yandan işindeki kazançları sayesinde çocuklarını iyi olanaklar vererek okutma şansı bulabildiğini anlatmıştır. Kadınların güçlendirilmesini amaçlayan Ordu Kadını Güçlendirme Derneği adlı bir sivil toplum örgütünde ve Ordu Kent Konseyi Kadın Meclisi'nde Başkan olarak görev yapmıştır. Kadınların iş hayatında ve toplumsal hayatta söz sahibi olması için çeşitli projeler geliştirmeye devam etmektedir.

Kendi işini yürüten bir kadın olarak kendisine sağladığı en önemli faydanın insan ilişkilerindeki yaklaşımının değişmesi ve daha çok sayıda insanla tanışmak olduğunu anlatmıştır, edindiği tecrübeler sayesinde artık insanları daha iyi tanıyıp anlayabildiğini belirtmiştir. Öte yandan işindeki kazançları sayesinde çocuklarını iyi olanaklar vererek okutma şansı bulabildiğini anlatmıştır. Kadınların güçlendirilmesini amaçlayan Ordu Kadını Güçlendirme Derneği adlı bir sivil toplum örgütünde ve Ordu Kent Konseyi Kadın Meclisi'nde Başkan olarak görev yapmıştır. Kadınların iş hayatında ve toplumsal hayatta söz sahibi olması için çeşitli projeler geliştirmeye devam etmektedir.



İşlerini kurmak isteyen kadınlara en önemli önerisi, yapmak istedikleri işte uzmanlık kazanmalarınıdır. Kendisinin dikiş konusundaki uzmanlığı sayesinde başarılı olduğunu, bir işi yapmak isteyen öncelikle eğitim alarak ve o konuda tecrübe edinerek başlaması gerektiğini söylemiştir. İş sevecek yapmanın başarıyı sağladığını anlatmıştır. Eğitimi ihmal etmeden sürekli kendilerini geliştirmeleri gerektiğini anlatmıştır.

6.9 NURCAN KARAKOYUN – Nurcan Organizasyon- Ordu

Nurcan Karakoyun, İşletme bölümü mezunudur. İlk olarak sektörü ve dikişi iyi bilen bir ortak ile birlikte 1991 yılında çeyiz dükkanı açmış, ortağının taşınması nedeniyle sektör değiştirmeye karar vererek etkinlik organizasyon hizmetleri vermeye başlamıştır. Özellikle doğumgünü, düğün gibi organizasyonlara etkililiğin planlaması, salon süslemesi ve talep halinde eğlence hizmetleri vb destekler sağlayan bir işi bulunuyor. İlk dönemlerde bu alanda ilde bulunan talebi ve hiç bir işletme olmadığını yaptığı araştırmaya göre belirleyerek bu alanda çalışmaya başlamıştır.

Pazarlama süreçlerinde ağırlıklı olarak müşteri referanslarının yararlı olduğunu anlatmaktadır. İlk dönemlerde bu işi şehirde yapan tek kişi olması önemli bir Pazar avantajı elde etmesini sağlamıştır, ancak günümüzde sektörde küçük ve büyük ölçekli yeni işletmelerin açılması ile sektörde rekabet artmıştır. Günümüzde en etkin araçların internet ve sosyal medya olduğunu belirtmekte olup işi için bu araçları etkin olarak kullanmaktadır.

İşletmenin kuruluş aşamasından itibaren çalışan sayısı dönemsel olarak değişiklik göstermektedir. Halen kendisi hariç 1 kişiyi istihdam etmektedir. Organizasyon yoğunluğu olan aylarda part –

time çalışan sayısı 15 e dek çıkmaktadır. Çalışanların part-time çalışmasından kaynaklı sorunları işbaşında onlarla birlikte organizasyon hazırlığında çalışarak ve bizzat eğitim vererek çözmektedir.

Ailesi ve arkadaşlarının işin her aşamasında kendisine destek olduğunu anlatmıştır.Bir işi yönetmenin kendisine kazandırdığı en önemli özelliklerin insanları tanımak, kendine güvenmek olduğunu anlatmıştır.

İşletmesini açmak isteyen kadınlara işe başlamadan önce iyi bir Pazar araştırması yapmalarını, sektörlerini iyi bilmelerini ve bazı sektörlerde işin gelişimini çok etkilediği için işyerlerini açacakları yer seçiminde dikkatli davranmalarını önermektedir.

6.10. GÜLİMSER ÇAKIR-GD Güzellik -Trabzon

Gülümser Çakır,2015 Aralık ayında Trabzon'da işletmesini kuran bir kadın girişimcidir.Sektördeki 18 yıllık deneyiminden sonra işyerinden istifa ederek 3 ay sektör araştırması yapmış kadın kuaförlerini erkek berberlerini incelemiş ve nerede işyerini açması gerektiğini bulabilmek için şehirde halk yoğunluğu olan bölgeleri incelemiştir.Ailesinin işyeri açma sürecinde kendisine önemli destekleri olduğunu anlatmıştır.Girişimcilik eğitimine de katılan Çakır, 200.000 TL başlangıç sermayesi ile açtığı işyeri için” KOSGEB Yeni Girişimci Desteği “ programından 38.000 TL hibe almıştır.

İşletmesini yönetirken en önem verdiği konulardan biri çalışanların eğitimidir.Daha önce kendisinin de bu sektörde eğitmen olarak çalışmasının getirdiği tanışıklıklar sayesinde her ay çalışanlarına farklı sektörel konularda eğitimler aldırmakta ya da kendisi eğitim vermektedir.Yurtiçi ve yurtdışından eğitimcilerin verdiği bu eğitimlerin hizmet kalitesini ve çalışan bağlılığını arttırdığını düşünmektedir.Bu çalışmaları sosyal medya hesaplarında yayınlamış veya gazetelerde yaptığı röportajlarda bahsetmiştir,bu süreçlerin müşterilerin güvenini arttırdığını gözlemlemiştir.

İşletmede halen 6 çalışan istihdam edilmekte olup, 1 çalışan için İşkur İşbaşında eğitim programı kapsamında destek alınmıştır.Çalışan kişi sayısını arttırarak şubeleşmek kısa dönem hedefleri arasındadır.KOSGEB den aldığı desteğin önemli bir katkı sağladığını anlatmıştır,ancak desteklerin standart bir meblağ olarak belirlenmesi yerine sektörel ihtiyaçlar doğrultusunda işletmeye özgü olarak tasarlanmasının yerinde olabileceğini ifade etmiştir.

Pazarlama için işletmesini açma aşamasından itibaren çeşitli faaliyetler yapmıştır.Broşür dağıtmanın başlangıç aşamasında yararlı olmakla birlikte günümüzde sosyal medyanın daha etkin bir tanıtım yöntemi olduğunu düşünmektedir.GD Güzellik Merkezi web sitesi,Twitter/Instagram/Facebook sayfaları yoluyla müşterileri ve potansiyel müşteriler için bilgi paylaşımı yapmaktadır.Bunların yanında işletme sahibi Gülümser Çakır yerel bir gazetede cilt bakımı ile ilgili yazılar yazmakta olup müşterilerin kendisine ulaşmasında bunun da yararı olduğunu anlatmıştır. Bir diğer önemli noktanın ise hizmet kalitesinden memnun olan müşterilerin tavsiyeleri olduğunu ifade etmiştir.

Kendi işini kurmak isteyen kadınlara en önemli tavsiyesinin iyi bildikleri bir sektörde iyi bir ön araştırma yaparak işe başlamaları olduğunu söylemiş önce kendilerine inanmaları gerektiğini başarının ardından geleceğini anlatmıştır.

7.ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN BAŞLICA BULGULAR

Saha çalışmasından, kadınların Ordu ve Giresun'da iş kurarken ve yürütürken karşı karşıya kaldıkları sorunlarla ilgili çeşitli bulgular elde edilmiştir. Bunlar 3 grup altında toplanabilir:

Bunlar:

1) Destek Eksikliği:

- Kadın kimliği ve kişiliğine bağlı bireysel sorunlar;
- Sosyokültürel çatışmadan kaynaklanan sorunlar,
- Aile ve toplum desteğinin yetersizliği ve olumsuz tepkiden kaynaklanan sorunlar
- Kadın girişimcilerden desteğin az olması

2) Bilgi Eksikliği:

- Girişimcilik bilgi ve deneyiminin yetersizliği,
- Girişimcilik koşullarının uygun olmaması,
- Girişimcilik eğiliminin yetersizliği,

3) Finansman Eksikliği/Olumsuz Ticari Koşullar;

- Sermaye yetersizliği,
- Piyasanın dengesiz olması,
- Ödemelerde karşılaşılan sorunlar,
- Rekabette karşılaşılan sorunlar,
- Pazardaki müşterilerin az olması,
- Yasal ve bürokratik prosedürlerin fazla olması
- Ekonomik kriz nedeniyle; fiyat maliyet ve üretimde karşılaşılan sorunlar.

Bu bulgular aslında yeni değildir. Ek 1'de yer alan karşılaştırmalı çalışmalar ile güçlü bağlantılarının yanı sıra birçok açıdan sadece kadın girişimciliğiyle değil genel olarak girişimcilik ile ilgili bulgularla paralel biçimde tespitler sunmaktadır. Bu açıdan saha araştırması, Ordu ve Giresun illerinde başka yerlerde de karşılaşılan aşağıdaki sorunları ortaya koymaktadır:

Yetersiz Destek: Bu konu saha çalışması boyunca gündeme gelmiştir. Bunun altındaki sosyokültürel boyut AB ülkelerinden çok Türkiye'ye özgü bir olgu gibi gözükmektedir. Ancak kurumsal desteğin az olarak algılanması Ordu/Giresun bağlamında oldukça şaşırtıcıdır. Ek 2'de bölgede kadın girişimcilere yönelik mevcut destekler özetlenmektedir. Kadınların çoğu özellikle KOSGEB tarafından sunulan girişimcilik eğitimlerine katılmıştır.

Katılımcıların çoğu, çeşitli girişimcilik aşamalarında olmakla birlikte, eğitim ihtiyaçlarına ilişkin net bir fikir sahibidir ve bu eğitim ihtiyaçlarının çoğu mevcut eğitim programlarında kapsamaktadır.

Buradan Şu sonuç çıkarılabilir; katılımcıların ilgilendikleri konular eğitimlerde yeterince ele alınmıyor veya sonraki bir aşamada tam olarak neye ihtiyaçları olduğu fark ediliyor olabilir. GATE projesi kapsamında Mart 2017’de başlayacak girişimcilik eğitimlerinde bu konular daha kapsamlı ele alınacak ve eğitim sonrası destek verilmesine dikkat edilecektir.

Bilgi Eksikliği: Bu konu bir açıdan desteğin az olması ile bağlantılıdır. Yereldeki kurumlardan bilgi alınması mümkündür. Belki de buradaki sorun bilgi eksikliği değil bilgi kaynaklarının bilinmemesi olabilir. Destekleyici kurumların hangileri olduğu hakkında farkındalık artırılmasıyla bu soruna çözüm bulunabilir. Ancak yine de katılımcıların bilgi ihtiyaçları, iş kurma süreçlerinde ilerledikçe değişebilir. Girişimcilik konusunda daha somut adım atmak isteyen eğitim katılımcılarına danışmanlık verilerek de bu sorunun aşılması mümkündür.

Finansman Eksikliği: Hemen hemen her girişimci finans kaynaklarına erişim konusundan Őikayet etmektedir. Aslında Ordu ve Giresun illerinde kadın girişimcilere yönelik çeşitli finansman olanakları bulunmaktadır. Bunlar Ek 2’de verilmiştir. Gereklisi atma cesaretine sahip olmak önemli bir unsurdur. Katılımcıların demeyeyle ilgili sorunlar gibi dile getirdikleri bazı konular eğitimde ele alınabilir. Her ne kadar saha çalışmasında katılımcılar işletme finansmanı ve planlama konularının ele alındığını belirtse de tam olarak anlaşılmadığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim ihtiyaç ve düzeylerine göre uyarlanmış eğitim verilmesi gelecekte uygulanacak eğitim programlarının önceliği olmalıdır.

8.SONRAKİ ADIMLAR

Saha çalışmasından elde edilen bulgular, Ordu ve Giresun illerinde kadın girişimciliğinin daha fazla geliştirilmesini hızlandırmak ve desteklemek için yapılması gerekenlere dair önemli ipuçları sunmaktadır. Araştırmamızın bulgularının GATE projesi kapsamında sektöre yönelik girişimcilik eğitiminin içeriğini oluşturmak için kullanılması hedeflenmektedir.

Araştırmamızın bulguları esasen yerel düzeydeki sorunların genel olarak Türkiye’de girişimcilik ve kadın girişimciliği açısından tespit edilen sorunlarla epeyce örtüşmekte olduğunu göstermektedir. Bu açıdan da öncelikli olarak Ordu ve Giresun özelinde uygulanmak üzere tasarlanacak eğitimin daha sonraki dönemlerde yaygınlaştırılabilmesi ve farklı yerelerde de uygulanabilmesi için sorun alanları dâhilinde ihtiyaca odaklı biçimde, belirli hedefler çerçevesinde kurgulanması önem arz etmektedir.

Önerilecek içerik son kertede kadın girişimciliği açısından iyi örnek ve uygulamaların ortaya çıkabilmesini hedefleyecek biçimde kurgulanmalıdır. Bu açıdan Hırvatistan merkezli Güneydoğu Avrupa Girişimci Öğrenme Merkezi (Southeast European Centre for Entrepreneurial Learning (SEECCEL)) tarafından geliştirilen modele değinmek önemlidir. SEECCEL, 2011 yılında İsveç Uluslararası Kalkınma İşbirliği Ajansı (SIDA) finansmanı ile Kadın Girişimciliği – Güneydoğu Avrupa Bölgesi (9 ülke) için Bir İş Yaratma Motoru” başlıklı proje çerçevesinde kadın girişimciliğinde en iyi politika uygulamalarının teşvik edilmesini hedefleyen bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın araştırma kısmında Türkiye’yi de içeren 9 ülkedeki kadın girişimciliği açısından yapılan değerlendirmede kadın girişimciler için mevcut programlar dâhilinde çok sayıda eğitim sunulmasına rağmen bu eğitimlerin sistematik biçimde ihtiyaç temelli olarak kurgulanmadığı, girişimci kadınların sorunlarına çözüm sunabilecek biçimde geliştirilmediği tespit edilmiştir¹.

Bu bağlamda, Ordu ve Giresun özelinde yürüttüğümüz araştırmanın bulgularının bir kısmına benzer biçimde, kadın girişimciler açısından üç temel alanda eğitim ihtiyacının söz konusu olduğu görülmektedir: müşteri odaklı hizmet, liderlik ve motivasyon, finansman ve mali kontrol. Yürütülen araştırma ve değerlendirme süreçleri neticesinde kadın girişimciliğinin teşvik edilebilmesi ve iyi uygulamaların ortaya çıkabilmesi için SEECCEL tarafından bir eğitim modülü geliştirilmiş ve ayrıca değerlendirme uygulamasına yönelik olarak da bir dizi iyi örnek kriteri ortaya konmuştur². Aşağıda betimlenecek taslak eğitim içeriğine bir temel oluşturması açısından SEECCEL’in önerdiği eğitim modülünün bileşenleri Tablo 1’de özet halinde sunulmaktadır.

¹ SEECCEL, “Women Entrepreneurs –Training Needs Analysis: A Systemic Approach in the Western Balkans, Turkey and Moldova”, Zagreb: SEECCEL, 2015a

² SEECCEL, “Women Entrepreneurship – A Job Creation Engine for South Eastern Europe: Training Modules and Good Practice Criteria”, Zagreb: SEECCEL, 2015b

Tablo 1: SEECEL WE Eğitim Modülü

Modül	Beklenen Çıktılar	Modül Konuları
Müşteri Odaklı Hizmet	<ul style="list-style-type: none"> ■ Müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi ■ Hedef müşterilerin belirlenmesi ■ Özgün Değerin yaratılması ■ Markanın değerinin anlaşılması ve marka sürecinin gözden geçirilmesi ■ Farklı promosyon yaklaşımlarının tanımlanması ve etkin biçimde kullanılması ■ Müşteri İlişkileri Yönetimi ile yararların gözden geçirilmesi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Müşteri kimdir? 2. Özgün Değer Yaratılması 3. Marka çalışması 4. Müşteriyle sürdürülebilir ilişkilerin geliştirilmesi
Finansal Okur-yazarlık	<ul style="list-style-type: none"> ■ Temel finansal kavramların öğrenilmesi ■ Finansal araş ve hizmetlerin gözden geçirilmesi ■ Uzun dönemli finansal planlamanın öğrenilmesi ■ Bütçe, borç ve risk kavramlarının anlaşılması ■ Finansal trendleri ve yeni yöntemleri takip etme ■ Finansal bilgilerin ve bilgi kaynaklarının kredibilitelerini eleştirel biçimde değerlendirebilme ■ İşletme finansını uygun biçimde yönetebilme 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Finansa Giriş 2. İşletme Finans Yönetimi 3. Finansal Araç ve Hizmetler 4. Mali Kontrol
Liderlik ve Motivasyon Becerilerinin Geliştirilmesi	<ul style="list-style-type: none"> ■ Stratejik yönetim süreci ve liderliğin gözden geçirilmesi ■ Duruma uygun liderlik biçimini belirleyebilme ■ Uzun dönem planlama ile vizyon, misyon, hedeflerin önemini kavrama ■ Bir strateji geliştirebilme ve uygulayabilme ■ İşletmenin başarısında insan kaynakları yönetiminin değerinin anlaşılması ■ İnsan kaynakları planlaması ve geliştirilmesinin uygulanabilmesi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stratejik Yönetim Süreci 2. Stratejiden Uygulamaya 3. İnsan Kaynakları Planlaması 4. İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi

Kaynak: SEECEL, 2015a.

SEECCEL, iyi örneklerin tespit edilebilmesi için rekabetçilik, istihdam yaratma, sürdürülebilirlik gibi bir dizi genel ölçütün yanı sıra, yukarıda betimlenen eğitim modülü temelinde bir dizi kriter geliştirilmesini önermektedir. Örneğin, finansal okuryazarlık açısından iyi örneklerin kârlılık, bütçeleme ve mali kaynaklara erişim ve risk yönetimi üzerinden değerlendirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu değerlendirme için üç yıl boyunca istikrarlı biçimde kâr elde ediyor olması, borç yönetimini kaynaklara kesintisiz erişimi sağlamaya yönelik yenilikçi yöntemlerle gerçekleştirmesi ve finansal gelişmeler ışığında riskleri öngörerek önlem alabilmesi gibi somut kriterlerin uygulanarak iyi örneklerin tespit edilmesi önerilmektedir.

Yukarıda sunulan çerçeveye Ordu ve Giresun illerinde yürütülen saha çalışmasından elde edilen bulguların özellikle finansman eksiklikleri ve olumsuz ticari koşullar başlığı altında sıralanan sorunları gidermeye yönelik olarak kurgulanabileceğini göstermektedir. Bunun yanında, bilgi eksikliğinden kaynaklanan sorunların giderilmesi için de mutlak surette mevcut programların iyileştirilmesi ya da yeni bileşenlerle zenginleştirilmesi gerekmektedir. Örneğin, kadın girişimciler arasında kurulabilecek bir mentorluk sistemi ya da iletişim ağı süreç ilerlediğinde sorun yaşayan ve bilgiye ihtiyaç duyan kadın girişimcilerin kendilerinden önce bu süreçlerden geçmiş olan mentorları sayesinde bilgilendirilmeleri söz konusu olabilir. Bu açıdan da kurgulanacak eğitim programının yanı sıra daha enformel bilgi alışverişi sağlayabilecek iletişim platformları, mentorluk sistemleri gibi bileşenlerin işlevsel kılınması önemli görünmektedir. Böyle bir yapılanma destek eksikliği başlığı altında dile getirilen “kadın girişimcilerden desteğin az olması” sorununa da cevap verebilmeyi de olanaklı kılabilmektedir. Sorun alanlarında sosyokültürel unsurlar bağlamında sözü edilen zorlukların girişimciilek eğitimleri ve programları kapsamında doğrudan çözümlenebilmesi söz konusu değildir. Özellikle toplumsal cinsiyet normlarının doğrudan yansımaları olarak ortaya çıkan bu durum farklı eşitsizlikler üzerinden toplumsal yapı ve ilişkilere etki etmektedir. Örneğin, hane içi iş bölümünün bakım yükü açısından kadına biçtiği rol ve sorumluluklar dâhilinde ortaya çıkardığı durumun, kadının hane dışında ekonomik faaliyette bulunmasını kolaylaştırabilecek kamusal bakım ve destek mekanizmaları mevcut olmadıkça aşılabilmesi söz konusu olmamaktadır. Ya da toplumun geleneksel normları ve kültürü çerçevesinde kadının çalışmasına dair algısı ve tutumunun hızlı biçimde değişmesini beklemek çok gerçekçi değildir. Bu ve benzeri unsurların dönüşümü için salt kadınlara yönelik değil, toplumun tüm kesimlerini içerecek biçimde kurgulanacak cinsiyet eşitliği eğitimlerinin farklı yöntemlerle sunulması etkiye bulunabilir.

Katılımcılar tarafından dile getirilen unsurların birçoğunu ele alacak en gerçekçi çözüm, algılanan ihtiyaçlara odaklı bir eğitim programı geliştirilmesidir. Böyle bir eğitim programı aşağıdaki konuları içerecektir:

Tablo 2: Örnek Modüler Eğitim İçeriği

Konusu	Süresi (saat)
Girişimcilik niteliklerinin sınanması, İş fikrinin geliştirilmesi (Sınıf içi)	6
Yaratıcılık Egzersizleri (Sınıf içi)	2
Pazar araştırması (Sınıf içi)	4
Pazarlama planı (Sınıf içi)	6
İş planının yazılması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar	2
Üretim Planı (Sınıf içi)	4
Pazar araştırması (Atölye Çalışması)	4
Pazarlama Planı (Atölye Çalışması)	2
Yönetim Planı(Sınıf İçi)	2
Finansal Plan (Sınıf içi)	6
Üretim Planı (Atölye Çalışması)	4
İş planının yazılması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar	2
Yönetim Planı (Atölye Çalışması)	4
Finansal Plan (Atölye Çalışması)	6
İş planının yazılması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar	6
İş planının yazılması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar	5
İş planının yazılması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar	5
Ana Modüller Toplam	70

Elbette ki bölgede mevcut girişimcilik eğitimleri büyük ölçüde KOSGEB tarafından verilmektedir. Bu programlar oldukça kısadır ve girişimciliğin nasıl bir şey olduğuna dair kısa bir izlenim oluşturmaktadır. Yukarıdaki modülleri içeren daha uzun – ancak çok uzun olmayan –bir program kadınların iş kurmak için ne yapabilecekleri ve ne yapmaları gerektiğini anlamalarına daha fazla yardımcı olacaktır. Bu yaklaşımla, iş kurmaya gerçekten niyetli olan kadınlar fikirlerini geliştirmek ve hem kendilerine hem de geleceğe odaklı olarak düşüncülerini netleştirmek için uzmanlarla bire bir temas kurma fırsatı bulabilecektir. Bu hizmet, verilecek ana eğitime ek olarak takip hizmetleri şeklinde tasarlanabilir.

9.ÖZET

Saha çalışmasından, Ek 1’de yer alan karşılaştırmalı literatür taramasından çok az farklı bulgular elde edilmiştir. Bu durum, Ordu ve Giresun illerinde kadın girişimciliği sorununun Türkiye’nin ve AB’nin geneline benzer olduğunu göstermektedir. Finansal kaynaklara erişim, girişimcilik bilgisi, aile ve toplumdan desteğin az olması gibi faktörler Türkiye’de kadın girişimcilerin en sık karşılaştıkları zorlukların başında gelmektedir. Yine de raporda yer verdiğimiz başarı hikâyelerinden görülebileceği gibi kadınların iş kurarak başarılı olmaları mümkündür.

GATE projesi kapsamında Ordu ve Giresun’da potansiyel kadın girişimcilere verilecek girişimcilik eğitimlerinin tasarımı ve uygulanmasında bu saha çalışmasının bulgularından faydalanılacaktır. Böylece geçmiş deneyimlerden ders çıkarılacak ve mümkün olduğunca ötesine geçilecektir.

GATE TAT

Ocak 2017

10.EKLER

EK 1: Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde Kadın Girişimciliği

1.1. Türkiye’de Kadın İstihdamında Mevcut Durum

Türkiye’de kadınların işgücüne katılımı erkeklere nazaran daha geridedir. Özellikle tarımın çözülmesi ve kente göçle birlikte işgücü dışında kalmalarından dolayı ve küresel ekonomik krizlerin de etkisi ile son yirmi yıllık dönemde kadınların işgücüne katılım oranlarında sürekli bir düşüşün yaşandığı da bilinmektedir. Çalışma hayatı kadınlara sadece ekonomik özgürlük sağlamamakta, bunun yanı sıra özgüvenlerini ve toplumsal saygınlıklarını arttırmakta, aile içindeki konumlarını da iyileştirmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, kalkınma amaçları kapsamında kadınların işgücüne katılımlarını arttırmak için çeşitli hedefler tayin etmiştir. Hükümet tarafından hazırlanan “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008-1013” kapsamında, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamaya yönelik temelde üç hedef belirlenmiştir. Kadınları işgücü piyasasından alıkoyan en önemli nedenler tespit edilmiş ve bu nedenlerin giderilmesine yönelik çözümler geliştirilmiştir. Kadın girişimciliğinin artırılması, çocuk ve yaşlı bakım hizmetlerinin yaygınlaştırılması, geleneksel yapıların yaygınlığını azaltma, kadın-erkek eşitliğini sağlama, kadınların çalışma hayatında karşılaştığı her türlü ayrımcılığı ortadan kaldırma söz konusu ulusal eylem planında ön plana çıkan tedbirlerin başında gelmektedir.³

Ülkemizde kadınların çalışma hayatına katılımları, diğer ülkelerle kıyaslandığında çok geride bulunmaktadır. 2015 yılı itibarıyla, Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde kadınların istihdam oranı % 64,3 iken, Türkiye’de % 31’dir (Tablo 1).

Tablo 1. Mevsim etkilerinden arındırılmamış temel işgücü göstergeleri, Eylül 2015 - 2016

	Toplam		Erkek		Kadın	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
15 ve daha yukarı yaşta kiler	(Bin)					
Nüfus	58 054	58 914	28 672	29 126	29 383	29 787
İşgücü	30 259	31 087	20 780	21 121	9 479	9 966
İstihdam	27 156	27 564	18 939	19 147	8 218	8 417
Tarım	5 825	5 657	3 100	3 039	2 725	2 618
Tarım dışı	21 331	21 907	15 839	16 108	5 492	5 798
İşsiz	3 103	3 523	1 842	1 974	1 261	1 550
İşgücüne dahil olmayanlar	27 795	27 826	7 891	8 005	19 904	19 821
	(%)					
İşgücüne katılma oranı	52,1	52,8	72,5	72,5	32,3	33,5
İstihdam oranı	46,8	46,8	66,1	65,7	28,0	28,3
İşsizlik oranı	10,3	11,3	8,9	9,3	13,3	15,5
Tarım dışı işsizlik oranı	12,4	13,7	10,2	10,7	18,3	21,0
15-64 yaş grubu						
İşgücüne katılma oranı	57,0	57,8	78,1	78,2	35,9	37,4
İstihdam oranı	51,1	51,2	71,1	70,8	31,0	31,4
İşsizlik oranı	10,5	11,6	9,0	9,5	13,6	15,9
Tarım dışı işsizlik oranı	12,5	13,7	10,2	10,7	18,5	21,1
Genç nüfus (15-24 yaş)						
İşsizlik oranı	18,5	19,9	15,8	16,6	23,5	25,6
Ne eğitimde ne istihdamda olanların oranı ⁽¹⁾	25,7	25,8	15,8	16,4	35,8	35,3

Tablodaki rakamlar yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

(1) Çalışmayan ve eğitimde (örgün ve yaygın) olmayan gençlerin, toplam genç nüfus içindeki oranıdır.

Kaynak: TÜİK Temel İşgücü Göstergeleri, 2016

³ Adem Korkmaz & Gülsüm Korkut, “Türkiye’de Kadının İşgücüne Katılımının Belirleyicileri”, SDÜ İBBF Dergisi 17-2, 2012

Yıllara göre işsizlik oranları da gösteriyor ki kadınlarda işsizlik oranı, erkeklerden daha fazladır. Bu durum yıllar içinde azalmak yerine mevcut halini korumuş ve hatta 2000'li yılların başında % 11 olan bu oran 2016 yılında % 11,6'a yükselmiştir. Bu oran erkeklerde %9,5 iken kadınlarda %15,9'a yükselmektedir. Mevcut en güncel TÜİK verilerine bakıldığında kadınların işgücüne katılım oranı (%37,4) da halen erkeklerin (%78,2) çok gerisinde kalmaktadır.

Kadın istihdamının sektörel dağılımına bakıldığında yine toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin tezahürü dikkat çekmektedir.

Tablo 2: Kadın İstihdamının Sektörel Dağılımı (%)

	Tarım			Sanayi			Hizmetler		
	1995	2005	2013	1995	2005	2012	1995	2005	2013
Dünya	45,6	40,3	31,8	16,1	15,5	23,0	38,3	44,2	45,1
Türkiye	71,0	52,0	37,0	10,0	15,0	15,0	19,0	33,0	48,0

Kaynak: ILO

Türkiye'de kadın istihdamında cinsiyetçi yapının varlığını sürdürdüğü ortadadır. "Kadın işi-erkek işi" ayrımı, kadınların belli sektörlerde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Kadınlar ağırlıklı hizmetler, imalat sanayinin emek-yoğun kesimlerinde ve tarım sektöründe istihdam edilmekte, cinsiyetçi ayrım, işte yükselme, mesleklere göre dağılım bulgularında da açıkça gözlenmektedir. Bu ayrımın, çalışma biçimleri bakımından yarattığı önemli sonuçlar mevcuttur. Kadınlar sosyal güvenlikten yoksun olarak çalışmakta, iş yaşamında karşılaştıkları ayrımcı muameleler karşısında korunaksız kalmaktadır.⁴

Bu veriler doğrultusunda, Türkiye'nin 2023 yılı hedeflerine giden yolda kadınların kilit rol oynayacağı kalkınma planları arasında yer almaktadır.

Tüm dünyada kadınlara karşı ayrımcılığın önlenmesi ve kadın istihdamının artırılması konusunda çeşitli belge ve politikalar mevcuttur. BM'nin CEDAW sözleşmesini 1985 yılında Türkiye de imzalayarak taraf olmuştur. Ayrıca Pekin Deklarasyonu'nda cinsiyet eşitliği konusuna vurgu yapılmış, Türkiye ILO'nun kadın erkek eşitliğine ilişkin ve ayrımcılık karşıtı sözleşmelerini de kabul etmiştir.

Ülkemizde 10. Kalkınma Planında yer alan ana amaçlar kapsamında; işgücü piyasasında zorluklarla karşılaşan kadınlar için fırsat eşitliği sağlanması, kadınların işgücüne ve istihdama katılımlarının artırılması amacıyla çocuk ve diğer bakım hizmetlerine erişimlerinin kolaylaştırılması; kadınların ekonomik ve sosyal hayata katılımlarını artırmak için bu kesime yönelik mesleki eğitim imkânları geliştirilerek istihdam edilebilirliklerinin artırılması, kadın girişimcilere özel bütüncül bir destek programının uygulanması program bileşenleri olarak yer almaktadır (10. Kalkınma Planı, 2014-2018).

⁴ Ecevit, Y. İşgücü Piyasasında Toplumsal Cinsiyet Eşitliği El Kitabı, İŞKUR, 2010; Türkiye'de Kadın Emeği ve İstihdamı: Sorun Alanları ve Politika Önerileri II, KEİG, Mayıs 2013.

Türkiye’de kadınların işgücü piyasasına katılımını teşvik etmek için birçok girişim başlatılmıştır. Tüm bu girişimlere rağmen, kadınların, özellikle nitelikleri az olan kadınların büyük bir kısmı gayri resmi ya da işgücü dışında istihdam edilmektedir. Aşağıdaki bölümde kadınların işgücüne katılımlarının ve istihdamlarının önündeki başlıca engeller özet bir çerçevede sunulmaktadır.

1.2 Kadın İstihdamının Önündeki Engeller

Türkiye’de kadınların işgücüne katılımı önündeki engeller arasında toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayalı bakım sorumlulukları, aile ve toplumsal yapı, düşük eğitim düzeyleri, yasal düzenlemeler, sosyoekonomik faktörler ve emek piyasasının talep yapısı sayılabilir.

Hane halkı işgücü anketleri ve araştırmalar, ülkemizde kadınların işgücüne katılımları önündeki temel engel cinsiyete dayalı işbölümünden kaynaklanmakta olup “ev ve aile sorumluluklarından” dolayı işgücüne katılmayan kadınların oranı yüksektir (bkz, Tablo 2). İstihdamlarını destekleyici politikaların sınırlılığı, cinsiyet temelli işbölümü, kayıt dışılık başta olmak üzere işgücü piyasasının şartları ve ücretlerin düşüklüğünün bir araya gelmesi, ancak yükseköğretim almış ve görece yüksek ücret alan ve yüksek bakım hizmeti ücretlerini karşılayabilecek durumda olan kadınların istihdama erişebilmeleri sonucunu doğurmaktadır.

2016 yılı verilerine göre, ev işleriyle meşgul olduğundan dolayı işgücüne katılmayan kişilerin neredeyse tamamı kadınlardan oluşmaktadır (Tablo 2). Kadınların yarısından fazla (% 55,3) ev işleri nedeniyle, % 11,3’ü ise eğitim/öğretime devam ettiğinden dolayı işgücünde yer almadığını belirtmiştir.

Tablo 3: İşgücüne dahil olmayanların yıllara göre işgücüne dahil olmama nedenleri, Eylül 2015-2016

İşgücüne dahil olmayanların yıllara göre işgücüne dahil olmama nedenleri		Neden							(Bin kişi)
[15+ yaş]									
Yıllar - Years	Toplam	İş aramayıp, çalışmaya hazır olanlar		İş bulma umidi olmayanlar			Ev işleriyle meşgul		Çalışamaz haldedir
		Düğer ¹⁾	Mevsimlik çalışanlar	Eğitim/ Öğretim	Emekli				
2014 Ekim - October	28 008	568	1 828	73	11 513	4 527	3 827	3 986	1 758
Kasım - November	28 956	553	1 824	96	11 675	4 651	3 945	3 946	1 669
Aralık - December	28 614	593	1 825	110	11 760	4 686	4 008	3 957	1 675
Yıllık - Annual	28 200	615	1 869	94	11 589	4 470	3 827	3 922	1 814
2015 Ocak - January	28 761	630	1 905	150	11 781	4 705	4 087	3 876	1 627
Şubat - February	28 742	634	1 919	126	11 892	4 854	4 134	3 699	1 683
Mart - March	28 587	664	1 786	114	11 617	4 866	4 024	3 874	1 641
Nisan - April	28 220	635	1 622	74	11 503	4 808	4 039	3 832	1 647
Mayıs - May	27 886	621	1 646	70	11 426	4 620	4 060	3 809	1 635
Haziran - June	27 677	640	1 776	82	11 405	4 210	4 043	3 783	1 737
Temmuz - July	27 580	673	1 775	69	11 432	3 894	4 082	3 863	1 791
Ağustos - August	27 764	726	1 704	72	11 520	3 883	4 156	3 853	1 850
Eylül - September	27 795	714	1 572	60	11 468	4 135	4 127	3 914	1 806
Ekim - October	28 131	724	1 629	76	11 440	4 482	4 115	3 870	1 797
Kasım - November	28 414	703	1 652	100	11 438	4 695	4 088	3 953	1 785
Aralık - December	28 642	719	1 826	121	11 326	4 759	4 073	3 984	1 834
Yıllık - Annual	28 176	676	1 726	94	11 498	4 486	4 082	3 878	1 736
2015 Ocak - January	28 802	723	1 931	134	11 303	4 802	3 996	4 044	1 868
Şubat - February	28 753	678	1 941	113	11 193	4 887	4 010	4 076	1 854
Mart - March	28 478	635	1 798	89	11 084	4 900	4 035	4 059	1 878
Nisan - April	28 097	581	1 642	55	11 041	4 821	4 129	4 017	1 811
Mayıs - May	27 859	600	1 655	52	11 083	4 555	4 154	4 008	1 753
Haziran - June	27 908	649	1 810	64	11 179	4 287	4 256	3 958	1 706
Temmuz - July	27 795	703	1 844	75	11 164	3 984	4 259	4 018	1 748
Ağustos - August	27 868	709	1 805	89	11 083	4 083	4 247	4 025	1 827
Eylül - September	27 826	666	1 654	81	10 957	4 319	4 196	4 081	1 873
Ekim - October	28 076	652	1 625	90	10 985	4 556	4 203	4 046	1 920

Kaynak: TÜİK, 2016 Hane halkı Araştırması

Buna göre, kentsel bölgelerde yaşayan kadınlar için evde 5 yaşından küçük çocuk veya çocukların, 65 yaşından büyük bireylerin ve/veya evde engelli bireyin bulunması işgücüne katılım olasılığını düşürmektedir. Türkiye’de kadınların önemli bir çoğunluğu genç yaşta itibaren çocuk bakma sorumluluğu ile karşı karşıya kalmakta ve genellikle bu durum tahmin sonuçlarının da işaret ettiği gibi işgücüne katılım önünde önemli bir engel oluşturmaktadır. Bu durum özellikle kreş ve çocuk bakım imkânlarının işgücüne katılım için ne kadar önemli bir rol oynadığını göstermektedir.⁵

Kadınların işgücü dışında kalmasının önemli bir diğer sebebi de eğitim seviyesi ile ilgilidir. TÜİK istatistiklerine göre düşük eğitim seviyesindeki kadınların işgücü piyasası dışında kalma oranları yüksektir. Eğitim durumuna göre işgücüne katılım oranı incelendiğinde, kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe işgücüne daha fazla katıldıkları görülmektedir. Okur-yazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %16, lise altı eğitimli kadınların işgücüne katılım oranı %25,8, lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %31,9, mesleki veya teknik lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %39,8 iken yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %71,3’dir.⁶

Kadınların işgücüne katılım oranının düşmesinin en önemli nedenlerinden biri özellikle 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren hız kazanan kırsal bölgelerden kentlere yaşanan göçtür. Kentsel bölgelerin nüfus oranı 1988’de %51 iken bu rakam 2006 yılında %63’e yükselmiştir. Kırsal bölgelerde ağırlıklı olarak tarımsal üretim yaygındır ve genellikle küçük çaplı aile çiftçiliği yapılan bu bölgelerde kadınlar, ücretsiz aile işçileri olarak çalışmaktadırlar. Kırdan kente yaşanan göçle birlikte önceleri ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlar, kentlerde işgücü piyasasında yer edinememişler ve bu durum genel olarak kadınların işgücüne katılım oranının düşmesine neden olmuştur.⁷

Medeni durum, kadınların işgücüne katılıp katılmama durumunu etkileyen bir diğer önemli faktördür. Evli kadınların veya boşanmış/ayrı yaşayan kadınların işgücüne katılma olasılıkları bekâr kadınlara göre daha düşüktür. Ancak önemli olan nokta, evli kadınların boşanmış/ayrı yaşayan kadınlara göre işgücüne katılma olasılıklarının daha düşük olmasıdır.

Sonuç olarak, kadının işgücüne katılım oranını etkileyen pek çok faktör söz konusudur. Kadını işgücüne katılmaktan alıkoyan etmenler; ekonomik, sosyal ve demografik başlıklar altında sıralanabilir. Ekonomik nedenler; düşük eğitim ve beceri seviyesi, niteliksiz işlerde çalışma, emeklilik hakkı elde etme zorluğudur. Sosyal nedenler arasında annelik, çocuk ve yaşlı bakımı ve ev işlerinin yüklenmesi gibi kadına atfedilen roller, cinsiyet ayrımcılığı ve toplum baskısı yer almaktadır. Demografik etmenler ise; evlenme, çocuk sahibi olma köyden kente göç olarak gruplandırılabilir.

5 Kılıç, Dilek ve Selcan Öztürk (2014), “Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı Önündeki Engeller ve Çözüm Yolları: Bir Ampirik Uygulama”, Amme İdaresi Dergisi, Cilt 47, Sayı 1, Mart 2014, s. 107-130.

6 İstatistiklerde Kadın, 2015; TÜİK Haber Bülteni No 21519, 7 Mart 2016.

7 A. Makal, G. Toksöz (2012) Geçmişten Günümüze Türkiye’de Kadın Emeği; Toksöz, Gülay (2011) Kalkınmada Kadın Emeği, Varlık Yayınları, İstanbul.

1.3 Girişimcilik Kavramı ve Kadın Girişimciliği

Girişimciliğin Tanımı

İlk kez 18. Yüzyılın başlarında Fransız Ekonomist Richard Cantillon tarafından; «henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi» olarak tanımlanan girişimcinin günümüzde çok çeşitli tanımlamaları yapılmaktadır. Girişimciliğin özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte dünyada daha büyük bir önem kazandığı söylenebilir. Çünkü günümüz bilgi toplumunda insan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı her geçen gün artmaktadır. Bu noktada girişimciliğin öneminin; yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda girişimci kişilerle ilgili en çok üzerinde durulan özellikler; başarma ihtiyacı, risk almak atak olma, yaratıcılık öngörü yeteneği, analiz yapabilme yeteneği, çabuk karar verebilme, özgüvene sahip olma, güven verebilme ve akılcılık olarak sıralanabilir. Girişimci ile ilgili tanımların ortak noktası, girişimcinin başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, onları birer iş fikrine dönüştürebilmesi ve bir de risk almaya yatkınlığıdır.⁸

Modern girişimci yenilik yapar ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticarî ürünlere dönüştürür. Girişimci, bir işi yapmaya girişen ve bundan çekinmeyen kişidir. Üretim faktörlerini bir araya getirerek, İktisadî mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, ayrıca üretim için gerekli finansal kaynakları ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan kişidir. Ekonomik değerlerin yaratılması için gereken üretim faktörleri, biyolojik veya mekanik bir olay olmayıp insan tarafından geręekleřtirilir. İşte insan, girişimcilik adını verdiğimiz bu işlevi ile ekonomik değerlerin meydana getirilmesine önemli bir katkıda bulunur.

Yukarıdaki tanımlardan da anlaşılacağı üzere girişimciliğin birçok tanımı olmakla beraber, bu tanımların tümünde ortak olan nokta bir girişimcinin daima “başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürebilmesi” ve “risk almaya yatkınlığıdır. Bu özellikler dünyanın her yerindeki girişimcilerin ortak özelliğidir. Bu açıklamalar ışığında girişimcilik; bir iş fikrine sahip olarak pazardaki fırsatları değerlendirmek, mal ve hizmet üretmek amacıyla sermaye, doğal kaynak, emek gibi üretim faktörlerinin bir araya getirilerek, işletmesiyle ilgili faaliyetler olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifade ile girişimcilik, yeni ve bilinmeyen bilginin yaratılması olup, var olan fırsatların görülmesi ya da fırsatların yaratılmasını içerir.⁹

Girişimcinin çağdaş toplumlardaki temel işlevi, ardı arkası kesilmeyen yenilikleri geręekleřtirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan, modern girişimcinin gücü; yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticarî ürünlere dönüştürebilme kapasitesine dayanır. Bu bağlamda girişimci kavramı, sürekli yenilik yapan kişi veya kişiler anlamında kullanılmaktadır. Girişimciye atfedilen “yenilikçi” nitelmesi ise; piyasaya yeni ürünlerin sunulması, yeni bir üretim tekniğinden yararlanma, yeni pazarlar elde etme, yeni hammadde ya da yan mamul madde kaynağının bulunması ve nihayet yeni bir organizasyon biçiminin geręekleřtirilmesi hususlarını kapsar.

8 Zhao, F. (2005), “Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation,” International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research, 11/1: 25-41; Bridge, S. (1998), Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business (London: Macmillian Business).

9 Hisrich Robert D., Peters Michael P. (2002), Enterpreneurship (USA: Mc.Graw-Hill Irwin).

Serbest piyasa sistemi ve ekonomisi içerisinde yer alan işletmeler, bu organizasyonun temelini oluşturmaktadır. İşletmelerin kurulması, çoğalması ve büyümesi de girişimciler aracılığıyla olmaktadır. Yeni fikirlerin üretilerek iş hayatına ve ekonomiye kazandırılması girişimcilerin işletme kurmasıyla mümkün olabilmektedir. Bir ekonominin gücü ekonomik sistem içerisinde yer alan girişimci ve işletme sayısına bağlı olmaktadır. Ekonomik sistem içerisinde girişimciliğin önem kazanması, serbest piyasa sistemine göre rekabetin artmasıyla birlikte olmuştur. Girişimci olan her yaşta kişiler yeni bir buluş ya da düşünceyi iş fikrine dönüştürerek, bir iş kurmaktadır. Bu işin başarılı olarak gelişmesi ve büyümesi, yani işletmenin büyümesi ekonominin gelişmesi anlamına da gelmektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde başta üniversite mezunu gençler olmak üzere her yaşta insanı girişimciliğe yönlendiren başarılı bir girişimcilik sisteminin olması bu ülkelerin ekonomik yönden güçlü olmalarının en önemli nedenidir.

Bu nedenlerle girişimcilik kavramı ortaya çıkmış ve son yıllarda önemli bir kavram haline gelmiştir. Ayrıca son yıllarda dünya ekonomisinde görülen durgunluk da girişimciliğin önem kazanmasına neden olmuştur.

Avrupa Birliği'nde Girişimcilik

Avrupa Küçük İşletmeler Yasası (Small Business Act-SBA) AB tarafından 25 Haziran 2008'de kabul edilen, küçük işletmelerin gelişimi için gerekli politika çerçevesinin yer aldığı bir belgedir. Belgede yer alan 10 ilkeden biri "Girişimcilerin ve aile işletmelerinin zenginleşeceği ve ödüllendirileceği bir iş ortamı yaratılmasıdır".¹⁰

AB 2020 Girişimcilik Eylem Planı¹¹ ise, Avrupa'da girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarmayı, engelleri ortadan kaldırmayı ve girişimcilik kültürünü canlandırmayı amaçlamaktadır. Yeni girişimlerin kurulmasını kolaylaştırmak ve girişimcilerin büyüüp gelişmesine imkân verecek bir ortam hazırlamak üzere 3 acil müdahale alanı belirlenmiştir:

1. Yeni işletmelerin kurulması ve işletmelerin büyümesini sağlamaya yönelik girişimcilik eğitimi
2. Girişimcilerin filizlenip büyüebileceği ortam koşullarını oluşturmak, yapısal engelleri ortadan kaldırmak ve girişimcileri girişimcilik sürecinin her aşamasında desteklemek
3. Girişimcilik kültürünü geliştirmek

Avrupa Birliğinde girişimciliği teşvik etmeye yönelik faaliyetlerin bazıları aşağıda açıklanmıştır. Girişimciliğin olumlu bir imaja sahip olmasını sağlamak için başta televizyon olmak üzere medyada girişimcilikle ilgili konulara nasıl yer verilebileceğini incelemek üzere görevlendirilen uzmanlar grubu tarafından hazırlanan bir raporda¹² üye ülkelerde bu konuda gerçekleştirilen çalışmalar özetlenmiş ve aşağıdaki önerilere yer verilmiştir:

¹⁰ Small Business Act for Europe, https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act_en

¹¹ The Entrepreneurship 2020 Action Plan, <https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/action-plan/>

¹² Report of the Expert Group: Promoting Entrepreneurship on TV and other audio-visual media (2007), European Commission

- Girişimcilerin medyada daha gerçekçi ve olumlu yönleriyle tanıtılması
- Medya dlleri verilmesi
- Girişimcilik elçileri ağı oluşturulması
- Tanıtım kampanyaları düzenlenmesi

Avrupa Komisyonu ye ülkelerle birlikte çeşitli inisiyatifler geliştirerek kadın girişimciliğinin önündeki engelleri ortadan kaldırmaya çalışmaktadır. Bu amaçla başlatılan önemli inisiyatifler aşağıda belirtilmektedir.

Kadın Girişimciler İçin Mentörler Ağı: Mentör ağı, kadın girişimcilere işletmelerinin kuruluş, gelişme ve büyüme dönemlerinde tavsiye ve destek sağlamaktadır. 17 CIP ülkesinin dâhil olduğu bu programda Türkiye KAGİDER ile temsil edilmektedir.

Kadın Girişimci Elçiler Ağı: Elçi Ağı'nın amacı, başarılı girişimcilerin her yaştaki kadınları girişimci olmak üzere motive etmesidir. Elçiler, başarılı işletmeler kurmuş kişiler oldukları için yeni girişimciler için model alınabilir bir kaynak olarak değerlendirilmektedir. Avrupa çapında 270 elçi bu inisiyatife dâhil olmuştur.

Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı - WES: 31 ülkeyi kapsayan bu ağda Türkiye'yi KOSGEB temsil etmektedir. Kadın girişimcilerin sayısını, işletme büyüklüklerini ve görünürlüğünü arttırmak amaçıyla bir tartişma platformu oluşturulmuştur. lkelerdeki iyi uygulama örneklerinin paylaşımı ve ortak projeler yürütülmesi hedefler arasındadır.

Kadın Girişimciliği Portalı: Portalın amacı, kadın girişimcileri temsil eden kurumlar, kadın girişimci ağları, projeler ve etkinliklere ilişkin bilgilere erişim sağlamaktır.

Avrupa Birliğinin 2007-13 yıllarını kapsayan Rekabetçilik ve Yenilikçilik ereve Programının (CIP) alt bileşeni olan Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP) ile 300.000 KOBİ'nin finansal desteklerden yararlandırılması hedeflenmiştir. 2007-13 dönemi CIP finansal araçları için öngörülen bütçe 1,1 milyar Avro seviyesinde olup, bu fonların çeşitli gelişme evresinde bulunan KOBİ'lerin finansman ihtiyaçlarını karşılamak amaçıyla kullanılması amaçlanmıştır. Bu fonlar, risk sermayesi fonlarının ve kredi garanti kurumlarının yatırım ve garanti hacimlerinin genişletilmesini sağlamaya yöneliktir. CIP aracının yanı sıra yine AB düzeyinde Horizon 2020 ve COSME (İşletmelerin ve Kobilerin Rekabet Edebilirliği Programı), girişimciliğin desteklenmesine yönelik diğer finansal destek araçları arasında sayılabilir.¹³

¹³ Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP), 2015-2018

Kadın Girişimciliği Alanında İyi Örneklerin Değerlendirilmesi

Kadın girişimciliğine dair iyi örnekler açısından iyi uygulamaların tespiti/değerlendirilebilmesine dair çerçevenin net biçimde ortaya konması gerekmektedir. Bu konuda Avrupa düzeyinde ilk süreç AB Komisyonu Sanayi ve Girişimcilik Genel Müdürlüğü tarafından yürütülen proje neticesinde 2002 yılında yayınlanan "Good Practices in the Promotion of Female Entrepreneurship – Examples from Europe and other OECD Countries" başlıklı rapor kapsamında gerçekleştirilmiştir. Raporda, kadın girişimciliğini teşvik edilmesi konusundaki iyi örneklerin tespiti için bir dizi asgari kriter ve ek kriterler ortaya konmuştur. Bunu takiben Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı (WES) tarafından yıllık faaliyet raporlarında da bir bölüm dâhilinde iyi örnek ve uygulamalara yer verilmektedir. Buna karşılık, iyi örneklerin değerlendirme kriterlerine ilişkin sistematik bir analiz söz konusu olmamakla birlikte, etkin müdahaleleri tanımlayan anahtar özellik ve niteliklere farklı çalışmalarda değinilmektedir (EIGE 2015: 15). Bunlar arasında sistematik ve çok disiplinli bir yaklaşımın geliştirilmesi, toplumsal cinsiyete duyarlı bir yaklaşım temelinde kurgulanması, farklı hedef grupları (örneğin göçmen kadınlar, kırsal topluluklardaki kadınlar gibi) dâhil etmesi gibi daha genel nitelikteki kriterler kadar ağ kurma faaliyetleri, eğitim ve kaynak yaratma özelinde belirli kriterler yer almaktadır (EIGE 2015: 20-24). Bu yöntem ile AB üye ülkeleri çerçevesinde yapılan değerlendirmede genel ölçütlerin tümünde ortak olduğu ancak özel ölçütlere göre sınıflandırılmış olan bir iyi örnek yelpazesi ortaya konmuştur.

Eğitim açısından iyi örnekler arasında İrlanda'da 2008'den beri uygulanan Büyüme için İnisiyatifi (*Going for Growth Initiative*) yer almaktadır. Bu program dâhilinde işini büyütme isteyen kadın girişimcilere alandaki parlak girişimciler tarafından, mentorluk ve rehberlik çerçevesinde yapılandırılmış bir akran desteği verilmektedir. Bu destek sonuç odaklı biçimde ve klasik çerçeve dışında yapılandırılmış bir eğitim programı temelinde kurgulanmıştır. Özellikle büyüme konusunda hedefleri yükseltmek ve bu hedeflere ulaşmaları için kadın girişimcileri enformel bir eğitim çerçevesinde desteklemek konusunda etkin olduğu değerlendirilmektedir (EIGE 2014:4 ve 2015: 28).

Ağ kurma faaliyetleri açısından iyi örnekler arasında 2006'da Berlin'de kendi işini kurmak isteyen kadınlar, kadın girişimciler ve uzmanlar arasındaki ağ iletişimi pekiştirmek ve işini kurmak isteyen kadınlara kapsamlı bir start-up ve iş yönetimi desteği vermek amacıyla kurulmuş olan Yeni İş Kuran Kadınlar için Merkez (*Gründerinnenzentrale*) yer almaktadır. Bu merkez iki yönüyle iyi bir örnek teşkil etmektedir: birincisi, merkez, 1989'dan beri faaliyet gösteren ve Avrupa'nın en büyük kadın kooperatifi olan *WeiberWirtschaft*'in bir yan kuruluşu olarak kurulduğu için bu kooperatifin üyelerinin bilgi birikiminden ve kolektif deneyiminden yararlanmaktadır. Ayrıca kadın girişimciler açısından ağıın tüm üyeleri ve birlikleri ile kolay ve sık temas etme olanağı sunulmaktadır. İkinci olarak, merkez toplantı alanları, kafeterya, gündüz bakımevi gibi çok farklı unsurları barındıran ciddi bir altyapıya sahip olması nedeniyle kadınlar açısından farklı destekleri bir arada alabilmek söz konusudur (EIGE 2015: 28).

Kaynak yaratma açısından iyi örnekler arasında ise dünyadaki ilk kooperatif bankaları arasında yer alan ve G. Kıbrıs'ta 2001'de faaliyet başlamış olan Kıbrıs Kadın Kooperatifleri Bankası sayılmaktadır. Banka, kadın girişimciler tarafından kurulmuş olan ve özel programlar ile finansmana kolay erişim çerçevesinde kadın girişimciliğini artırmayı amaçlayan bir kooperatif bankasıdır. Buradaki başarısı, özellikle finansal destek ile kaynakları esnek kurallar dahilinde ve kadın girişimcilerin ihtiyaçlarına uyarlanmış biçimde sunmasına dayanmaktadır (EIGE 2014: 5). Ayrıca destekleri artırmak için Avrupa Yapısal Fonu gibi farklı fon kaynaklarından yararlanması, ücretsiz rehberlik ve danışmanlık hizmeti sunması ve bilgilendirme seminerleri düzenlemesi de bankanın kadın girişimciliğinin yaygınlaştırılması açısından önemli katkılarından (EIGE 2015: 30).

Kaynak: European Institute for Gender Equality (EIGE) (2015) *Promoting Women's Economic Independence and Entrepreneurship: Good Practices*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Türkiye’de Girişimcilik

Bir dizi yakın tarihli çalışmada Türkiye’de kadın girişimciliğinin durumuna ilişkin değerlendirmede bulunulmuştur.

GEDİ (Global Girişimcilik ve Kalkınma Enstitüsü) ve toplumsal cinsiyete dayalı GEDI endeksleri bazında çeşitli ülkelerdeki durumu düzenli olarak raporlamaktadır. Türkiye’nin GEDI endekslerinde en kötü performans gösterdiği alanlar, toplumsal cinsiyet, şebekeleşme ve fırsat girişimciliğidir. Türkiye, FEI (Female Entrepreneurship Index) Kadın Girişimcilik İndeksi 2015 raporunda, 77 ülke arasında 39,3 puanla 45inci sırada yer almaktadır. Bir diğer ifade ile girişimcilik anlamında, kadın girişimciler, erkek girişimcilere oranla geride kalmaktadırlar.

Türkiye toplumsal cinsiyete dayalı GEDI endeksinde orta derecede iyi bir performansa sahiptir. Bu performans grubunda yer alan ülkelerin ortak özellikleri Türkiye’deki durumun temel özellikleri ile bütünüyle örtüşmektedir: (girişimciliğe) Giriş fırsatları iyidir; ancak kadınların girişimcilik alanı ve liderlik pozisyonlarındaki temsili hayal kırıklığı yaratacak düzeyde düşüktür. Yine, kadın girişimcilerin büyüme ve teknoloji odaklı işletmelerdeki payı çok küçüktür.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin özendirilmesine özel bir önem verilmektedir. Avrupa Birliği’nde küçük işletmelerin geliştirilmesi, rekabet gücünün artırılması, uluslararası ve girişimciliğin özendirilmesi amacıyla bir dizi destekleme programları geliştirilmiştir. Aynı şekilde Türkiye’de de son yıllarda girişimcilik kültürünün gerek bireysel bazda gerekse kurumsal ölçekte geliştiği, yaygınlaştığı ve teşvik edildiği bilinmektedir. Son teknolojik gelişmeler ve ekonomik beklentiler sayesinde girişimciliğin daha da güç kazandığı söylenebilir. Özellikle 1980’lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik anlayışı, erkekler kadar kadınlarında ilgi alanı içerisine girmiştir. Son yıllarda dünyada çalışanların demografik yapısında görülen birçok değişiklik kadınları da etkileyerek onları iş yaşamının vazgeçilmez aktörleri haline getirmiştir. Sanayi Devrimi’ne kadar kadınların görevleri çok belirgin bir şekilde ev veya el işi olarak belirlenmişken, sonraki dönemlerde kadınların toplumdaki yerinde anlamlı değişimler olmuştur. İşgücüne katılan kadınlar çoğalmış, çalışan karı-koca sayısında yükselme meydana gelmiş ve ailenin geçimini tek başına sağlayan anneler daha sık görmeye başlanmıştır. Uluslararası rakamlara bakıldığında, kayıtlı ekonomi içindeki şirketlerin yüzde 25-33’ünün sahiplerinin kadın olduğu görülmektedir. Dünya Bankası’nın yedi Orta Doğu ülkesinde yapmış olduğu bir çalışmada (The Environment for Women’s Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region, Dünya Bankası) toplam 4000 şirketin sahiplerinin %13’ünün kadın olduğu belirlenmiştir.¹⁴

Küresel Girişimciliğin İzlenmesi (GEM) projesi kapsamında, Türkiye’nin 2013 ve 2014 yılları Girişimcilik verileri hazırlanmıştır. Buna göre Türkiye’deki genç girişimcilerin oranında 2013 yılına göre 2014 yılında %50 oranında artış olurken, Türkiye’deki yetişkin nüfusun girişimciliğe olan inancının %40’a çıktığı, %64’ünün ise kendi işini kurma konusunda cesaret sahibi olduğu görülmektedir.¹⁵ Toplam 42 ülkede yapılan Küresel Girişimcilik Araştırması’nda Türkiye’deki

¹⁴ Gülay Tamer, Dünyaya Kıyasla Türkiye’de Kadın Girişimciliği, paper presented on International Conference on Eurasian Economies, 2013; Dünya Bankası raporu için bkz http://siteresources.worldbank.org/INTMENA/Resources/Environment_for_Womens_Entrepreneurship_in_MNA_final.pdf

¹⁵ Doç. Dr. Esra Karadeniz, Türkiye’de ve Bölgelerde Girişimcilik (GEM 2014).

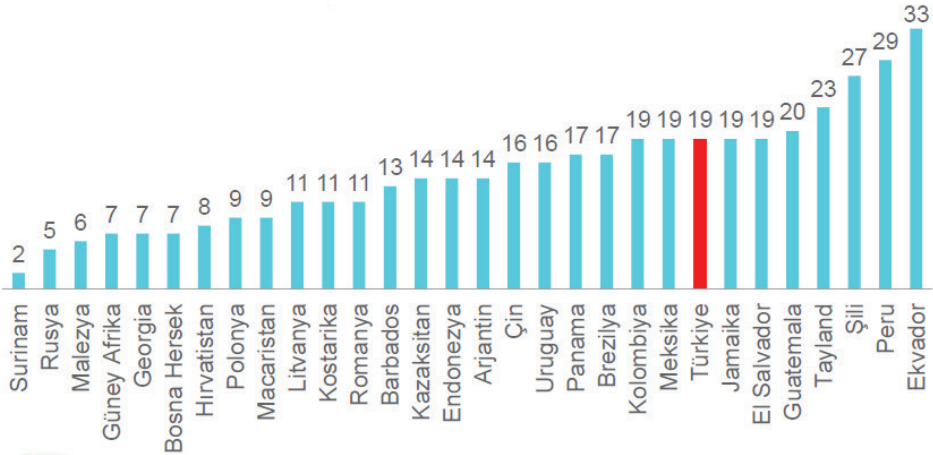
kadınların işgücüne katılımı 2006 yılında %30 iken 2007 yılında bu oranın %24'e gerilediği ve Türkiye'deki erkeklerin kadınlardan üç kat daha fazla girişimci olduğu tespit edilmiştir.



Proje kapsamında yapılan anket ve araştırmalar sonucunda “2013 ve 2014 Verileriyle Türkiye’de ve Bölgelerde Girişimcilik” Raporu yayınlanmıştır.

Türkiye nüfusunun %35'i girişimci olmaya niyetli

GEM Endeks sonuçlarına göre Türkiye’de girişimcilik özelliklerine sahip potansiyel girişimci oranında son yıllarda önemli bir artış yaşanmaktadır. 2013’te Türkiye’de 18-64 yaş arasındaki yetişkin nüfusun %38,63’ü gelecek 6 ay içinde yeni bir işe başlamak için fırsat oluşacağına inanırken, 2014’te yetişkin nüfusun girişimciliğe olan inancının %39,8’e çıktığı görülmektedir.¹⁶



Grafik: GEM Raporu (2014) _Etkinlik Güdümlü Ekonomiler arasında Türkiye girişimcilik sıralaması

¹⁶ Doç. Dr. ESRA KARADENİZ, GEM Raporu 2014

Ülkemizin potansiyel girişimcilik oranı %35'tir. Bu oran, 2006-2012 yılları arasında ortalama %20 iken, 2013'te %31,64 olarak seyretmiş, 2014'te ise iyileşme devam ederek nüfusun %35'i seviyesine ulaşmıştır. Etkinlik Güdümlü Ekonomilerde bu rakam %25 iken; Türkiye ortalamasının üzerinde yer alarak 30 ülke arasında 6. sırada yer almaktadır.

GEM 2014 Raporuna göre, yetişkin nüfusun %64'ünün kendi işini kurma konusunda cesaret sahibi olduğu görülmektedir. Nüfusun %56'sı bilgi ve beceri açısından kendisine yeteri kadar güvenmekteve %39'u yakın gelecekte çevresinde iyi fırsatlar görmektedir. Sonuç olarak, yetişkin nüfusun %53'ü potansiyel olarak girişimci olma özelliklerine sahip olarak nitelendirilebilir.¹⁷

Genç girişimcilerin oranı %50 arttı

Türkiye'de 18-24 yaş aralığındaki genç girişimcilerin seviyesi 2013'te %15,52 iken, 2014'te %22,62'ye yükselmiştir. Yani gençlerin girişimcilik faaliyetlerine katılımında ciddi bir artış gözlemlenmiştir. Lisans ve lisansüstü eğitime sahip olan girişimcilerin oranı %52'den %34'e düşerken; girişimcilerin %48'inin lise ve lise öncesi eğitim düzeyinde olduğu görülmektedir.¹⁸

İhtiyaçlar, girişimciliği tetikliyor

Yine GEM 2014 bulgularına göre, Türkiye'de fırsatları değerlendirmek için girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin yüzdesi 2013'te %60,8 iken 2014'te %34,7'ye düşmüş; işsizlik veya ihtiyaçtan dolayı fırsatları değerlendirmek isteyen girişimcilerin oranı bir önceki yıla göre %8,1'den 2014'te %42,5'e çıkarak yaklaşık beş kat artış göstermiştir. Sonuç olarak, işsizlik sebebiyle ihtiyaçlarını karşılayamayan kişilerin, girişimciliği istihdam fırsatı olarak gördüğünü söyleyebiliriz.¹⁹

Erken Dönem Girişimcilerin yanı sıra gelecekte girişimci olmak isteyen kişilerin de çoğunluğunu erkek nüfus oluşturmaktadır. Gelecekte girişimci olmak isteyen kişiler içinde kadınların oranı 2013'te %31,51 iken, 2014'te 22,44 olarak belirlenmiştir.

12 bölgede girişimcilik faaliyetleri incelendi

Aynı proje kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki potansiyel girişimcilerin girişimcilikle ilgili fikirleri ve girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak görüp görmediklerini incelenmiştir. 2014 yılında Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yaşayanların (girişimci ve girişimci olmayan 18-64 yaş arasındaki yetişkin nüfus) %36,3'ü gelecek 6 ay içinde yeni bir işe başlamak için fırsat oluşacağına inanmaktadır.

¹⁷ Doç. Dr. ESRA KARADENİZ, GEM Raporu 2014

¹⁸ Doç. Dr. ESRA KARADENİZ, GEM Raporu 2014

¹⁹ Doç. Dr. ESRA KARADENİZ, GEM Raporu 2014

Tablo 4. Gelecek 6 ay içinde, yaşadığı bölgede yeni bir iş kurmak için fırsatı gören kişilerin 18-64 yaş arası yetişkin nüfusa oranı (%)

	YIL	ERKEK	KADIN	ORTALAMA
Doğu Karadeniz	2013	37,1	40,0	38,5
	2014	39,9	32,6	36,3
Türkiye	2013	37,1	31,7	38,6
	2014	43,8	34,6	39,8

Kaynak: GEM Türkiye Yetişkin Nüfus Araştırması

Cinsiyete göre değerlendirdiğimizde, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde 2013 yılında, kadınlarımızın yaklaşık %44'ü yeni bir iş kurmak için yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olduğunu düşünürken, bu oran erkeklerde %59'dur. 2014 yılında ise bu oran kadınlarda %43,4'e gerilerken, erkeklerde %64'e yükselmiştir. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde, erkeklerin kadınlara göre girişimcilik konusunda kendilerine olan güvenlerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Kadın girişimci oranı Doğu Karadeniz Bölgesi'nde %16,8 olup Türkiye ortalamasının (%22,2) altındadır. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde, 2013 yılına göre kadınların, erkeklere göre risk almada daha temkinli hareket etmesi, bilgi ve beceri açısından kendilerine daha az güvenmeleri ve yaşadığı çevrede iş fırsatları konusunda daha az iyimser olmalarından dolayı 2014 yılında kadınların girişimcilik faaliyetine katılımları azalmış olabilir.

Girişimcilerin cinsiyete göre eğitim düzeylerine baktığımızda, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde 2013 yılında kadın girişimciler erkeklere kıyasla eğitim düzeyleri daha yüksek iken, 2014 yılında eğitilmiş kadınların girişimcilik faaliyetine katılımı düşmüştür. 2013 yılında kadın girişimcilerin %8'i lise öncesi eğitim düzeyine sahip iken, 2014 yılında %34,5'e yükselmiştir. Buna karşılık Lisans ve yüksek lisans sahibi kadın girişimci oranını 2013 yılında %60 iken, 2014 yılında %27,6'ya düşmüştür.

Türkiye'de Kadın Girişimci Profili

Ülkemizde Türk kadın girişimci profili hakkında bir genelleme yapmak gerekirse şunlar söylenebilir: Kadın girişimciler genelde evli ve çocuk sahibidirler. Üniversite mezunu olanlar en az bir yabancı dili iyi derecede konuşan kişilerdir. Türkiye'de girişimci kadınları belirleyen temel özellikler ise; kendine güvenli, cesaretli ve sabırlı olmalarıdır. Kadınlar, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kârdan çok sosyal itibara önem vermekte, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadır.²⁰ Kutanis ve Alparslan'ın (2006) "girişimci kadınların profilleri" ile ilgili yapmış oldukları araştırmada, girişimci kadınlar; kendilerine güvenen, güçlü önsezilere sahip, sabırlı ve dayanıklı olan, riski üstlenebilen, ikna kabiliyeti kuvvetli ve inisiyatif kullanan bireyler olarak tanımlanmıştır.²¹

²⁰ Konuya ilişkin literatür için bkz; Yıldız Ecevit (1993), Zapalska/Foger (1998), Hisrich&Brush (1983), Minniti&Arenius (2003), içinde Yar. Doç. Dr. Abdullah Soysal, Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65-1, 2010.

²¹ Kutanis R. Özen ve Alparslan S., (2006), "Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı Mıdır?", Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8/2: 139-153.

Türkiye’de kadın girişimcilerin yöresel olarak yatırım alanları değişmektedir. Türkiye geneline bakıldığında 2012 yılı itibariyle 94 bin işveren kadının; yüzde 78,7’si hizmetler, yüzde 12,8’i sanayi ve yüzde 8,5’i tarım kesiminde, kendi hesabına çalışan 788 bin kadının ise; yüzde 30,3’ü hizmetler, yüzde 17,3’ü sanayi, yüzde 52,4’ü tarım kesiminde faaliyette bulunmaktadır.²² Kadınların büyük bölümünün hizmetler sektöründe geleneksel rollerine uygun mesleklerde yoğunlaştıkları bilinmektedir. Kadınların sanayi sektöründeki varlıkları erkeklere oranla çok düşüktür ve daha ziyade hafif sanayi dallarında göreceli olarak dar bir alanda faaliyet göstermektedir.

Kadınların cinsiyet rolleri esas alınarak, kadına özgü ve erkeğe özgü olarak tanımlanabilecek işler konusunda da ayrımlaşmalar bulunduğu dile getirilmektedir. Buna göre sektöre giriş kolaylığı ve daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle, girişimci kadınların genellikle gıda, hazır giyim, turizm, sigortacılık, sağlık ve temizlik sektörlerinde yoğunlaştıkları söylenebilir. Ayrıca bu sektörlerde yürütülen faaliyetlerin, kadına iş ve aile yaşamını dengeleme olanağı sunabildiği de ifade edilebilir. Buna göre imalat sektöründe kadın girişimci oranının oldukça sınırlı kaldığı ve bu sektörde faaliyet gösteren kadınların genellikle erkek ortaklarla birlikte çalıştıkları belirlenmiştir.²³

Kadınlar girişimcilik faaliyetlerine mikro işletme, küçük ve orta büyüklükte işletmelerde olarak başlamakta ve girişimcilik faaliyetlerini genellikle mikro işletmeler olarak da tanımlanan çok küçük işletmelerde yürütmektedirler. Bu işletmeler, genellikle beş kişiden az çalışanın istihdam edildiği sabit iş yerleri şeklinde olabilmektedir. Kadınların girişimcilik yaptığı işyerleri bazen ev eksenli bir konut da olabilmektedir. Kadın girişimcilerin işletmeleri veya iş yerleri bazen aile işletmeleri olarak kurulmaktadır. Bu işletmeler yatırım sermayelerinin az olması nedeniyle kolaylıkla kurulabilmektedir. Kadın girişimcilik yapılan işletmelerde çalışan sayısı az ve satış hacimleri de düşüktür. Mikro işletmeleri kuran kadın girişimciler aynı zamanda bu işletmelerin sahip ve yöneticisi olmaktadır. Kadın girişimciler genellikle bu işletmelerde risk ve gelirle ilgili karar verme yetkisine sahiptirler. Genellikle kadın girişimcilerin tercih ettiği mikro işletmeler, girişimciliğe başlamada önemli süreçlerin yaşandığı işyerleri olarak önemli bir yere sahiptir. Mikro işletmelerin ekonomide önemli bir yeri vardır. Bu nedenle kadın girişimciliğinin gelişerek yaygınlaşması ülke ekonomisinin gelişmesi açısından son derece önemlidir.

Kadınları girişimciliğe yönlendiren başlıca faktörler şunlardır;

- Kadınların bir iş fikrini veya hayali olan bir düşünceyi gerçekleştirme amacı,
- Kadınların başarma ihtiyacı ve güdüsü,
- Kadınların bir meslek bilgisi veya diplomaya sahip olarak kendilerine ait işyerinde veya işletmede bağımsız çalışmak istemeleri,
- Kadınlara aileden miras veya bir başka şekilde intikal eden bir işyeri veya işletmenin olması,
- - Ailede sadece bir kişinin çalışması sonucu; tek gelir kaynağıyla geçinmenin zorluğu,
- Kadınlar için ücretli istihdam imkânlarının az olması veya çalışma için başka seçeneklerin yokluğu,

²² Dr. Sevtap Keskin, Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (9:1), 2014.

²³ A. Soysal, Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi, Nisan 2010, 5(1), 71-95.

- Kişisel önyargı, yanlış tutum ve davranışlar nedeniyle bazı iş kollarında erkeklere istihdamda öncelik verilmesi,
- Kadınların geleneksel ev içi sorumluluklarının olması ve çocuk bakım evlerinin yetersizliği gibi nedenler kadınları evde yapılan girişimciliğe (Tekstil, el sanatları, halı vb.) yönlendirmiştir,
- Diğer nedenler (Daha iyi gelir sağlama, daha iyi yaşam sürdürme isteği, yüksek sosyal statü isteği vb.).

Kadınların Girişimci Olma Nedenleri²⁴

- Yenilikçi Düşünce,
- Sosyal Statü ve Kendine Yetme,
- Eğitim ve Vasıf,
- Aileye Destek Olma,
- Başkalarına Rol Model Olma,
- Arkadaş ve Akrabaların Başarı Hikayeleri,
- Çocuklara Parlak Bir Gelecek Sağlama,
- Ek Gelir İhtiyacı,
- Aile İşİ,
- Devlet Politikaları ve Prosedürleri,
- Karar Verme Özgürlüğü ve Bağımsız Olma,
- İstihdam Yaratma,
- Yeni Sorunlar ve Fırsatlar Karşısında Kendini Geliştirme Arzusu,

Coğrafi konumun kadın girişimciliğinde etkili olduğu görülmektedir. Kırsal alanlarda yaşayan kadınların girişimciliklerini geliştirmeleri nispeten daha zordur. Çünkü kırsal alanda yaşayan kadınlar yapısal, kültürel ve kurumsal kısıtlamalarla daha fazla yüz yüzedir. Ancak son yıllarda hükümetler tarafından kadınların yerel ekonomiyi kalkındırmada önemli bir aktör olarak görülmesi politikası kadınları girişimciliğe yönlendiren diğer bir neden olmuştur. Bu politikada özellikle yerel aktörler içerisinde yer alan potansiyel kadın girişimcilerin yönlendirilmesi, teşvik edilmesi ve güçlendirilmesi öngörülmektedir. Böylece özellikle kırsal alanda ekonomik faaliyetlerde yeterince yer alamayan kadınların mikro finansman yöntemi ile gelir elde etmelerinin sağlanması amaçlanmaktadır. Çünkü iş hayatında kadınların erkekler kadar yeterli öz sermayeye sahip olmadığı veya başlangıç için gerekli finansmana ulaşamadığı bir gerçektir.

Kadınların Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri temelde yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen “kadınların kendi başlarına küçük işyeri kurma girişimlerine” dayanmaktadır. Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye’de özellikle başvurulan işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının son

²⁴ Dr. Sevtap Keskin, 2014.

derede zayıf olması, zorunlu olarak kadınları kendi işinde çalışmaya sevk etmektedir²⁵. Ayrıca, erkeklerden farklı olarak, Türkiye’de kadınlar ücretli çalışmadan işverenliğe geçiş yapmamaktadır. Hanehalkı verisi üzerinden yapılan analizlerde mevcut kadın işverenlerin çoğunluğunun önceki dönemlerde kendi hesabına çalışan ya da ev kadını oldukları, kendi hesabına çalışanların önemli bir kısmının ise önceki dönemlerde çalışmadıkları tespit edilmiştir. Bu bulgular, kadınların girişimcilik faaliyetlerine girişmelerinin temel olarak zorunluluk ya da ihtiyaçtan dolayı gerçekleştiğini destekler niteliktedir²⁶.

Kadın girişimcilerin sayılarının artmasıyla birlikte, kadın girişimcilerin sorunlarının çözümüne yönelik çabaların da hızlandığı görülmektedir. Bir ülkedeki kadın girişimci sayısındaki hızlı artış, ekonomik ve sosyal gelişmelerin hızlandığının da bir göstergesidir. Ülkemizde yeni iş alanlarının ortaya çıkması, bu alanlara yönelik kadın girişimci sayısının artması ve buna bağlı olarak kadın girişimci imajının giderek daha çok kabul görmesi, kadın girişimci sayısında önemli artış sağlamıştır.

Özellikle kırılgan bir ekonomiye sahip olan ülkemizde, ekonomiyi büyütmede, istihdamı arttırmada ve kalıcı bir üretim ve pazarlama anlayışı ile dünya ölçeğinde faaliyet gösteren işletmeler yaratmada, kadın girişimcilerin önemli bir rol oynayabileceği dikkate alınmalıdır. Bu bağlamda, kadınların da üretim yaşamı içine katılımını arttırmak için kadın girişimcileri destekleyen politika ve programların ön plana çıkması, kadınların, ekonomik ve sosyal yaşamdaki potansiyellerini harekete geçirecek gücü kendilerinde görmeleri gerekmektedir. Ancak bu program ve düşüncelerin başarılı olabilmesi için kadın girişimcilerin karşılaştıkları engelleri, çalışma koşullarını, yönetim biçimlerini, işlerini kurma ve geliştirme stratejilerini, gelecek yönelimlerini ve örgütsel ve çevresel fırsatları değerlendirme potansiyellerini ortaya koyan kapsamlı araştırmalara gerek vardır.

Ülkemizde kadın girişimciliğinin gelişmesinin sağlanabilmesi için; kadın girişimcilere özel koşullarda kredi desteğinin sağlanması, işyeri açma ve kapama işlemleriyle ilgili bürokrasinin azaltılması, danışmanlık ve eğitim destek hizmetlerinin sunulması, çağdaş ülkelerdeki gibi yasal düzenlemelerin ve organizasyon çalışmalarının yapılması, bilişim ortamında kadın girişimciler arasında etkin iletişim sonucu artan bilgi paylaşımıyla ilgili sorunların çözümünün sağlanması yararlı olacaktır.

Kadın Girişimciliğinin Önündeki Temel Engeller

Yapılan araştırmalarda, kadınların girişimci potansiyellerini kullanamamalarının önündeki engeller özellikle şu başlıklar altında toplanmıştır; toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklı toplumsal algılar, güven eksikliği, finansal kaynaklara erişimde yaşanan sıkıntılar, sermaye eksikliği, bilgi eksikliği, yasal ve bürokratik engeller.

Bugün hala birçok toplumda kadınların çalışmalarına ve iş kurmalarına aileleri/kocaları tarafından karşı çıkılmaktadır. Toplumsal cinsiyete dayalı eşitsiz işbölümünden kaynaklı olarak kadınların çalışmaları durumunda çocuk bakımı ve ev işleri gibi kadınlara ait görülen işlerini aksatabilecekleri düşünülmektedir. Kadının hem aile içindeki rollerini yerine getirmesi, hem de iş yaşamında yoğun çalışma temposuna ayak uydurmasının zorluğu, kadınların girişimci olmalarında engel

²⁵ Nazmiye Demir, "Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın", Anahtar Dergisi, Sayı: 315

²⁶ Tolga Cebeci, "Performance of Female Employers", Report No: 102015-TR, Washington, DC: World Bank, 2015.

teşkil ettiği bulgulanmıştır. Özellikle kadınların ev ve iş yaşamlarının uyumlaştırılmasına yardımcı olacak destekleyici mekanizmaların bulunmaması da, çalışan kadınların dışarıda çalışmayı ikinci bir yük şeklinde hissetmelerine neden olabilmektedir. Bu da pek çok kadının ev dışında çalışma yaşamına katılmamasına ve girişimcilik faaliyetlerinden yoksun kalmasına yol açan önemli sebeplerden birini oluşturmaktadır. Bu kalıp yargıların kırılması, iş yaşamı ile ev arasındaki dengeyi kurabilmeleri için çeşitli kurumsal mekanizmaların mevcut/kolaylıkla erişilebilir olması ve kadınların kendilerine güvenlerinin artması, kadın istihdamını ve girişimciliğini artırmanın en temel gerekliliklerinden biridir.

Kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile banka kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilebilir. GEDI Kadın Girişimciliği Araştırması-2014 sonuçlarına göre, 30 ülkenin 14'ünde kadınların %50'den fazlasının banka hesabı bulunmamaktadır ve bu alanda cinsiyet açığının en yüksek olduğu ülke Türkiye'dir (kadın-erkek arası %50 fark). Finansal desteklerden yararlanabilen kadın girişimcilerle yürütülen bir araştırmanın bulguları da kadın girişimcilerin sadece dörtte birinin kendi birikimleri dışında, banka kredisi ile sermaye oluşturabildiklerini göstermektedir. Bununla birlikte, aynı araştırma kapsamında iş kurma aşamasında karşılaştıkları güçlükler arasında sermaye bulamamak ve ekonomik güçlükler görülen girişimci kadınların yüzde 36'sı tarafından dile getirilmiştir²⁷.

Kadın girişimciliğinin önündeki yasal ve bürokratik engeller özellikle, işlem sayısının fazlalığı, işlem süresinin uzunluğu ve sık sık mevzuat değişikliği dikkat çeken faktörler olarak belirlenmiştir. Kadın girişimciler, en çok iş piyasası, ticaret, satın alma ve fiyatlama konusunda bilgi eksikliği duymaktadırlar. Kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerde sistematik Ar-Ge faaliyetleri açısından bakıldığında Türkiye düşük bir puana sahiptir. Türkiye yüksek büyüme tempolu kadın girişimciliği açısından 30 ülke arasında 18. sırada yer almaktadır. Bu skor, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında kişi başına milli gelir yüksekliğine göre düşük kalmaktadır.

Kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunlardan biri de otorite sorunu ve güvensizliktir. Gerek çalışanlar, gerekse müşteriler kadın girişimcilere güvenmekte zorlanmaktadır. Kadın girişimciler genellikle kadın eleman istihdam etme eğilimindedirler. Kadın girişimcilerin bir bölümünün kadın elemanla çalışmayı, daha kolay diyalog kurdukları için veya fikir çatışmasına girmedikleri için tercih ettiği bilinmektedir.

Kadın girişimcileri iş hayatında zorlayan bir diğer unsur ise tecrübe eksikliği olarak ifade edilebilir. Çünkü girişimcilikte, fırsatların tanımlanmasından işin performansına kadar tüm aşamalar tecrübe ile ilgilidir. Özellikle kadın girişimcilerin, ortak bulma ve erkek girişimcilerle birlikte iş yapma konusunda sorunlar yaşadıkları ve kadının bu alandaki nispi eğitimsizlik ve deneyimsizliği de onların yakın çevreleri tarafından "başarısız olacak" düşüncesini kuvvetlendiren ve başarısızla ket vuran bir diğer önemli faktör olarak görülebilmektedir.

Türkiye'de de, kadın girişimcilerinin karşılaştıkları sorunları konu alan çok sayıda araştırma ve çalışmada kadınların, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunların yanı sıra bir de kadın

²⁷ Garanti Bankası, Kadın Girişimciler Araştırması, 2015, s.17-18.

olmaktan dolayı erkeklerden farklı olarak birtakım sorunlar yaşadığıdır. Kadın girişimcilerin genel olarak yaşadıkları sorunlar; rol çatışması, güvensizlik, cinsel beklentiler, tecrübe yetersizliği, geleneksel baskı, başarısızlık beklentisi, farklı davranış ve ortak bulmada güçlük çekme olarak belirlenmiştir.²⁸ Bankacılık sistemi üzerinden sermayeye erişim sağlayan kadın girişimciler de erkeklerden farklı olarak ciddiye alınmamak, iş kurma aşamasında küçümsenmek, cinsel içerikli imalarla karşılaşmak ve aile yaşamında sorun yaşamak gibi zorluklardan söz etmektedir.²⁹

Sonuç olarak günümüzde kadının çalışma yaşamında, her geçen gün etkinliğini artırması, hem kendisi hem de toplum açısından oldukça önemli görülmektedir. Kadına bu gücü sağlayan en önemli olgu ise onun girişimcilik özelliğidir. Girişimcilik faaliyeti ile kadın, bir taraftan maddi ve manevi kazanımlar elde ederken, diğer taraftan bağımsızlık, finansal fırsatlar, toplumsal hizmet, iş güvenliği, aile istihdamı ve meydan okuyuculuk gibi özellikler ile de cinsiyet ayrımcılığına yönelik yargıları kadınlar lehine çevirebilme fırsatını da elde etmiş olmaktadır. Nihayetinde kadın girişimciliğine salt ekonomik kalkınma, yoksullukla mücadele ya da kadınların işgücüne katılımlarının artırılması perspektifinden bakmak yerine, girişimciliğin kadınların kendilerini güçlendirici bir yaklaşım üzerinden değerlendirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Bu şekilde, kadınların toplum içinde önce ekonomik, sonrasında da politik açıdan güçlü özneler haline gelmeleri söz konusu olacak ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin dönüştürülebilmesine doğrudan katkıda bulunmaları mümkün hale gelebilecektir.

Kadının girişimci olarak çalışma yaşamına katılmasının, kadın açısından getirdiği zorluklar ve engellerin de bu süreçte dikkate alınarak değerlendirilmesi daha gerçekçi olacaktır. Çünkü kadın, gerek kadın olmanın, gerekse iş ve toplumsal yaşamın “erkek egemen kurgulanmış düzeni” içinde oldukça güç şartlar içerisinde girişimcilik faaliyetini sürdürme çabası içerisinde. Fakat kadının çalışma yaşamında varlığını kısıtlayan bu düşünce ve uygulamaların, kadını ekonomik hayatta pasifleştirme anlayışına ittiğini söylemek çok da doğru olmayacaktır. Çünkü son yıllarda, kadınların iş yaşamında, karşı cinse göre, daha başarılı oldukları gözlemlenmektedir. Bunun nedeni ise; önceden erkeklere özgü olduğuna inanılan işlerde başarılı olmaları, erkeklerle aralarındaki girişimcilik konusundaki bilgi ve deneyim farkının giderek azalması, çok daha iyi örgütlenir hale gelmeleri ve giderek artan deneyim ve eğitim düzeyleridir.

Bu kapsamda ekonomik hayatta girişimci olarak önemli roller oynayan kadının; işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları en etkin biçimde kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Bu bağlamda, kadın girişimciliği, ekonomik ve toplumsal hayatta önemli yararlar sağlayarak ve fırsatlar yaratarak, kendi ülke ekonomilerini geliştirmede ve iş yaratımında önemli katkılar sağlamaktadırlar. Yani kadınların, potansiyel girişimcilik faaliyetleri ile ekonomik, toplumsal ve çalışma yaşamını daha etkin hale getirdiğini söylemek mümkündür. Aşağıdaki bölümde kadın girişimciliğinin desteklemesine yönelik uygulanan bazı programlar kılavuz olması açısından özetlenmektedir.

²⁸ Yar. Doç. Dr. Abdullah Soysal, Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65-1, 2010.

²⁹ Garanti Bankası, 2015, s.26.

EK 2: Türkiye’de Kadın Girişimcilere Yönelik Destek Programları ve Sağlayıcı Kurumlar

Bu Ek ile, Türkiye’de Doğu Karadeniz Bölgesi de dahil olmak üzere iş kurmak isteyen kadın girişimcilere yönelik destek programları genel bir çerçevede sunulmaktadır.

2.1 Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) Kaynaklı Kadın Girişimcilere Destek Paketi

Kadın girişimciliğinin geliştirilmesi ve desteklenmesi ekonomik büyüme için temel bir gerekliliktir. Bu konudaki kararlı çalışmalarının bir göstergesi olarak; Avrupa Birliği, EBRD ve Türkiye Cumhuriyeti’nin ortaklaşa başlattıkları “Kadın İşletmelerine Finansman ve Danışmanlık Desteği Programı” ile bugüne kadar 6.500 kadın girişimci ve yöneticiye destek vermiştir.

Kadın girişimciliğinin Türkiye ekonomisindeki rolünün güçlendirilmesi ve artırılması amacıyla 2014 yılında başlatılan program; kadınlar tarafından yönetilen küçük ve orta ölçekli işletmelere büyümeleri için ihtiyaç duydukları desteği, katılımcı bankalar aracılığı ile sunulan krediler ve danışmanlık desteği, eğitim, mentörlük ve iş ağı geliştirme fırsatları ile birleştirmektedir.

Program kapsamında EBRD tarafından katılımcı bankalar aracılığı ile kadın işletmelerine kredi fonu olarak aktarılmak üzere 300 milyon Avro tutarında fon ayrılmıştır. Avrupa Birliği, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Türkiye İş Kurumu; kredi imkânlarının iyileştirilmesi, küçük işletmelere danışmanlık hizmetleri verilmesi ve bankalara teknik destek amaçlarıyla programa toplam 38 milyon Avroluk destek sağlamaktadırlar.

Türkiye, EBRD’nin kadın girişimci ve yöneticilere finansman ve danışmanlığı bir arada sunan bir Kadın İşletme Destek programı yürüttüğü ilk ülkedir.

2.2 DOKA - Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı, bölgenin kalkınma sürecinin hızlandırılması ve bölge için kritik öneme sahip faaliyetlerin hayata geçirilmesi amacıyla önceden belirlenmiş uygunluk kriterleri doğrultusunda; bölge planı ve programları ile yıllık çalışma programı ve ilgili başvuru rehberlerinde belirlenen alanlarda bölge aktörlerine mali ve teknik destek sağlayabilmektedir.

Girişimcilerin, iş kurabilmek ve ayakta kalabilmek için başta devlet ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere birçok kişi ve kurumun farklı konularda desteğine ihtiyaçları vardır. Bu bölümde girişimciliğe destek veren bazı kuruluşlar ve destek koşulları hakkında bilgi verilmektedir.

2.3 KOSGEB Destekleri

Girişimcilik Destek Programı

Programın Amacı ve Gerekçesi;

- Ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümünün temel faktörü olan girişimciliğin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması
- Başarılı ve sürdürülebilir işletmelerin kurulması
- Girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması

- İş Geliştirme Merkezlerinin kurulması ile girişimciliğin geliştirilmesi
- İstihdamın artırılması
- Yerel dinamiklere dayalı girişimciliğin desteklenmesi

Girişimcilik Destek Programı 3 Alt Programdan Oluşmaktadır;

- Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi
- Yeni Girişimci Desteği
- İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi;

- Minimum 60 saatlik eğitim ve atölye çalışmasından oluşan eğitim programını kapsamakta, (girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri egzersizleri yapılması ve iş planı hazırlanması) <http://www.kosgeb.gov.tr>
- Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri KOSGEB veya diğer kurum ve kuruluşlar (üniversite, İŞKUR, meslek kuruluşu, belediye vb.) tarafından düzenlenmekte,
- Eğitimler, genel ve özel hedef grupları (gençler, kadınlar, dezavantajlı gruplar) için düzenlenmekte,
- Eğitimlere katılanlardan ücret alınmamakta.

Eğitim Süresi ve İçeriği;

- Girişimcilik niteliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri (9 Saat)
- İş Planı kavramı ve Öğeleri (Pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim ve finansal plan- 18 saat)
- İş planının öğelerinin pekiştirilmesine yönelik atölye çalışması (24 Saat)
- İş planının hazırlanması ve sunumunda dikkat edilecek hususlar (9 saat)

Yeni Girişimci Desteği

Bu destekten;

- Uygulamalı girişimcilik eğitimini tamamlayanlar
- Genç Girişimci Geliştirme Programı veya KOSGEB'in işbirliği ve denetimi çerçevesinde başka kurum/kuruluşlar tarafından düzenlenen girişimcilik eğitimini tamamlayanlar
- KOSGEB tarafından yürütülen 1. ve 2. ÖSDP (Özelleştirme Sosyal Destek Projesi) (2009'da sona eren) kapsamında düzenlenmiş bir küçük ölçekli işletme kurma danışmanlığı eğitimi tamamlayanlar
- İŞGEM'de yer alan işletmeler faydalanabilir.

İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği

İş Geliştirme Merkezleri, bünyesinde barındırdığı işletmelere,

- işletme geliştirme danışmanlığı
- uygun koşullarda iş yeri mekânı
- ortak ofis ekipmanı
- ofis hizmetleri gibi hizmetler sunarak işletmelerin en kırılgan oldukları ilk yıllarını sağlıklı bir şekilde aşmalarını ve büyümelerini sağlamak amacıyla kurulan ve işletilen merkezlerdir.

İşletme Geliştirme Merkezlerinin kuruluş başvurusu; belediyeler, üniversiteler, özel idareler, kalkınma birlikleri, meslek kuruluşları ve kar amacı güzetmeyen kooperatifler tarafından münferiden veya birlikte yapılabilir.

2.4 AR-GE, İnovasyon Ve Endüstriyel Destek Programı

Programın Amacı ve Gerekçesi;

- Bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlara sahip KOBİ ve girişimcilerin geliştirilmesi
- Teknolojik fikirlere sahip tekno-girişimcilerin desteklenmesi,
- KOBİ'lerde Ar-Ge bilincinin yaygınlaştırılması ve Ar-Ge kapasitesinin artırılması
- Mevcut Ar-Ge desteklerinin geliştirilmesi
- İnovatif faaliyetlerin desteklenmesi
- Ar-Ge ve inovasyon proje sonuçlarının ticarileştirilmesi ve endüstriyel uygulamasına yönelik destek mekanizmalarına ihtiyaç duyulması

2 alt programdan oluşmaktadır;

- Ar-Ge, İnovasyon Destek Programı
- Endüstriyel Uygulama Destek Programı

Ar-Ge, İnovasyon Destek Programı

Araştırma, geliştirme ve inovasyon konularında projesi olan işletmeler-girişimciler yararlanabilir.

Endüstriyel Uygulama Destek Programı

Yeni bir ürün/hizmetin; üretilmesi, kalitesinin artırılması, maliyet düşürücü nitelikte yeni tekniklerin uygulamaya alınması, ürün ya da süreçlerinin pazara uygun biçimde ticarileştirilmesi amacıyla hazırlanan projeler desteklenmektedir.

2.5 İŞKUR Destekleri

İŞKUR'a kayıtlı işsizlere yönelik olarak kendi işlerini kurmalarına yardımcı olmak amacıyla Girişimcilik Programları düzenlenmektedir. Eğitimlerin içeriği ve yüklenici firmalar KOSGEB – İŞKUR işbirliği ile belirlenmektedir.

Bu konuyla ilgili sıkça sorulan sorular sayfasına;

“<http://iskur.gov.tr/LoadExternalPage.aspx?uicode=statsikcasorulansorular>” adresinden ulaşılabilir.

2.6 TÜBİTAK Destekleri

Patent Başvurusu Teşvik ve Destekleme Programı

Patent Teşvik Sisteminin amacı, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası patent başvurularının sayısının artırılması, kişilerin patent başvurusu yapmaya teşvik edilmesi ve ülkemizde fikri ve sınai hakların tescili yönünde bilinçlenmeye katkıda bulunulmasıdır.

Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı

Programda Ar-Ge projelerine sağlanacak desteklerin, ülkemizdeki teknik yeterliliğin ve bilgi birikiminin artırılması, kalite anlayışının yerleştirilmesi ve özgün teknolojilerin geliştirilmesinde ivme kazandırıcı ve yönlendirici bir etken olması hedeflenmektedir.

2.7 AB Rekabet Edebilirlik Ve Yenilik Çerçeve Programı (CIP)

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda yürütülen Avrupa Birliği'nin Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Çerçeve Programı (CIP), Avrupa'daki işletmeleri rekabete teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmeleri (KOBİ'ler) hedef alan bu program, inovasyon faaliyetlerini desteklemekte, finansman kaynaklarına erişim olanaklarını iyileştirmekte ve bölgesel bazda iş destek hizmetleri sunmaktadır. Program, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) genele daha iyi şekilde yayılmasını ve kullanılmasını teşvik etmekte ve bilgi toplumunun gelişimine yardımcı olmaktadır. Program ayrıca, yenilenebilir enerji kaynaklarının daha fazla kullanımını ve enerji verimliliğini de teşvik etmektedir.

Toplam bütçesi 3,6 milyar Avro olan CIP Programı'nın 3 alt bileşeni bulunmaktadır. Bunlardan biri Girişimcilik ve Yenilikçilik Programıdır.

Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP)-Entrepreneurship and Innovation Programme: Bu alt bileşen Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. 2,1 milyar Avro bütçeli Girişimcilik ve Yenilik Programı'nın hedefleri şunlardır;

- Risk sermayesi ve kredi garanti enstrümanları kanalıyla KOBİ'lerin finansmana erişiminin kolaylaştırılması
- Bölgesel merkezlerden oluşan bir ağ olan Avrupa İşletmeler Ağı aracılığıyla iş ve yenilikçiliğin desteklenmesi

- Girişimcilik ve yenilikçiliğin teşvik edilmesi
- Eko inovasyonun desteklenmesi
- Girişimciliği ve yenilikçiliği teşvik eden politikaların desteklenmesi

2.8 TURSEFF Kredisi (Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansman Kredisi)

- TURSEFF, enerji verimlilik ya da yenilenebilir enerji projelerine yatırım yapmak isteyen endüstriyel firmalar, ticari girişimciler ve özel konut sahiplerine yönelik kredi fırsatıdır.
- Kredi, EBRD (Avrupa ve İmar Kalkınma Bankası) tarafından geliştirilmiş olup krediler ortak bankalar yoluyla dağıtılır (AB Komisyonu yetkili organı)
- Başvuru sahibinin özelliğine göre, kredi alan taraflar TURSEFF altında kapsamlı enerji verimlilik özelliklerini içeren projelerin uygulanmasında 5 milyon ABD dolarına kadar finansman için uygun görülebilirler.
- Diğer proje parçaları müşterinin kendisi tarafından ya da TURSEFF ortak bankalarından biri tarafından finanse edilebilir. Borç alan tarafların, mali olarak uygun olması, ortak bankanın kredi kriterlerine uyması ve ortak bankanın kredi değerlendirme usullerine uygun olarak onay alması gerekir.
- URSEFF altında finanse edilen projeler belirli performans kriterlerini karşılamalıdır. Endüstriyel ve ticari işlemlerde enerji verimliliği özelliklerine ilişkin projeler, %20'den fazla enerji tasarrufu sağlamalıdır. İnşaat sektöründe enerji verimliliğine ilişkin projeler %30'dan fazla tasarruf sağlamalıdır.

2.9 MİKRO-KREDİ

Yoksulluğun azaltılması ve finansal kaynaklara erişimi çok kısıtlı olan dar gelirli grupların bu kaynaklara erişimini kolaylaştırması için mikro-kredi desteği çeşitli kurumlar tarafından verilmektedir. Türkiye'de mikro finans kuruluşları, kadınları hedef gruplarına almaktadır. Kırsal ve kentsel alanda yaşayan kadınlara küçük miktarlarla borç vererek kendi işlerini kurmaları ya da küçük ölçekli mevcut işlerini yürütmeleri için destek verilmektedir. Klasik bankacılık anlayışının tersine borç alan ve veren arasında kanuni araç bulunmamaktadır. Bu nedenle borcun düzenli ödenememesi durumunda icra veya mahkeme süreci uygulanmamakta, ödeme güçlüğü içerisinde olan kişilerin borçları yeniden yapılandırılarak üretken olmaları teşvik edilmeye çalışılmaktadır. Türkiye'de mikro-kredi programları uygulayan önemli bir kuruluş Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA)'dır. Vakıf bünyesinde merkezi Ankara'da bulunan Türkiye Grameen Mikrokredi Projesinin (TGMP) birçok ilde şubesi bulunmaktadır.

2.10 T.C. Bilim Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Destekleri

Teknogirişim Sermayesi Desteği

Desteğin amacı: 5746 Sayılı Kanun kapsamında sağlanan Teknogirişim Sermaye Desteği ile yeni ve yenilikçi iş fikirleri olan genç girişimcilerin, bu iş fikirlerini katma değer ve nitelikli istihdam yaratma potansiyeli yüksek teşebbüslere dönüştürebilmeleri için çekirdek sermaye sağlanarak desteklenmesi amaçlanmaktadır.

2.11 Sermaye Piyasası Kurulu (Girişim Sermayesi)

Girişim sermayesi, yenilikçi bir iş fikrini fikir aşamasından itibaren destekleyen ve yenilikçiliğin girişimciliğe dönüşmesinde önemli rol oynayan bir yatırım finansman biçimidir. Girişim sermayesi, finansal gücü yeterli olmayan ancak yenilikçi bir iş fikri olan girişimcilerin yatırım fikirlerinin gerçekleştirilmesini sağlar. Fon fazlasına sahip yatırımcıların, gelişme potansiyeli yüksek olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin oluşumu ve faaliyete geçmesi için yaptıkları uzun vadeli bir yatırımdır. Bu yöntem şirkete finansman sağlamanın yanında yönetim ve strateji desteği de vererek şirketin büyümesine katkı sağlamaktadır. Girişim sermayesi ortaklıkları; çekirdek, başlangıç, erken aşama, gelişme, köprü ve yönetim satın alma gibi sınıflara ayrılmaktadır.

2.12 Melek Yatırımcı Ağı

Melek Yatırımcı Ağı, yenilikçi iş fikirleri olan girişimcilere sermaye sağlayan, şirket kuruluşunda ve idaresinde katkı veren ve şirket belirli bir noktaya geldiği zaman yatırımdan ayrılan yatırımcılardır. Melek yatırımcı ağı girişim sermayesine göre daha az bir sermaye katkısını içeren ve daha erken aşamaları desteklemeyi öngören bir finansman modelidir. Melek yatırımcılar, yüksek büyüme potansiyeli olan girişimlere şirkete ortak olmak koşuluyla yatırım yapan ve şirket yönetimi konusundaki tecrübelerini ve kişisel iş bağlantılarını paylaşan kişilerdir.

Girişim sermayesine göre daha az bir sermaye katkısını içeren ve daha erken aşama desteklemeyi öngören iş meleklerinin yatırım tutarları 20.000-250.000 Avro arasında değişirken, resmi girişim sermayesinde yatırım tutarı en az 2.5 milyon Avro tutarındadır.

Avrupa'daki melek yatırımcıları bir araya toplayan, Avrupa Melek Yatırımcı Ağı (EBAN) 27 ülkeden 100'den fazla kurumu bir araya getiren bir ağıdır. EBAN, 1999 yılında, Avrupa'nın önde gelen melek yatırımcı ağlarından oluşan bir grup tarafından, EURADA (Avrupa Bölgesel Kalkınma Ajansları Birliği) ile Avrupa Komisyonu'nun mali desteğiyle kurulmuştur. EBAN'ın amacı melek yatırımcıların bölgesel ekonomik kalkınmadaki rolleri hakkında tüm Avrupa'yı bilinçlendirmek, girişimcileri ve yatırımcıları bir araya getirmektedir. EBAN, Avrupa'daki başlangıç aşamasındaki yatırım piyasasını temsil eden, melekler piyasasında araştırmalar yapan ve eğilimleri tespit eden, iyi uygulamaları tanımlayan ve paylaşan, aktörler arasında ağ oluşturan bir yapıdır.

ODTÜ Teknokent bünyesinde kurulan METUTECH-BAN (Teknoloji Yatırımcıları Ağı Derneği) iş melekleri ağının ülkemizdeki ilk uygulamasıdır. Dernek yatırımcıları ve özellikle teknoloji tabanlı girişimcileri buluşturmayı amaçlamaktadır.

Ülkemizde Avrupa İşletmeler Ağına üye olan bir diğer kuruluş "Etohum"dur. Etohum internet konusunda yeni bir iş fikri olan ve iş fikrini gerçekleştirmek üzere şirketini kurmak isteyen genç yatırımcıları ve profesyonelleri bir araya getirmeyi amaçlayan bir oluşumdur. Melek yatırımcı finansman modeli ile ilgili ülkemizde çeşitli girişimler olmakla birlikte henüz tam olarak bir gelişme sağlanamamıştır. Bununla birlikte KOBİ A.Ş bünyesinde bir melek yatırımcı ağı oluşturulmasına yönelik bir çalışma başlatılmıştır. KOBİ Melek Yatırımcı Ağı isimli projeye dâhil olan sermaye sahibi yatırımcılar (melek yatırımcı) ile ticarileşme potansiyeli bulunan iş fikri sahiplerinin eşleştirilmesi ile yatırımların gerçekleştirilmesi sağlanacaktır. Bu ağ ile çekirdek, başlangıç ve birinci aşamadaki projelere finansman sağlanması beklenmektedir. KOBİ Melek Yatırımcı Ağı

kapsamında, rekabet avantajı yüksek ve büyük pazar yaratma potansiyeline sahip Türkiye'nin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunabilecek her türlü projenin değerlendirmeye alınması hedeflenmektedir.

Türkiye'de kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik olarak sunulan tüm politika ve programlara dair Gökşen vd. tarafından programların hedef kitleleri, faaliyetlerin kapsamı ve yönetim olmak üzere üç temel bileşen üzerinden değerlendirmesi yapılmıştır³⁰. Hedef kitle açısından bakıldığında doğrudan kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik olarak kurgulanan programların sayısının artmakta olduğu gözlenmektedir. Bu programlar arasında özellikle gelir ve eğitim düzeyi düşük kadınlara yönelik olarak kurgulanmış (örneğin mikrokredi gibi) uygulamaların, uzun dönemli istihdam ve girişimcilik etkisi yaratmaktan ziyade kısa dönemli yoksullukla mücadeleyi önceliklendirdiği gözlenmektedir. Bunun yanında, desteklerin sunulduğu sektörler açısından bakıldığında, destek programlarının kadın girişimciler açısından piyasadaki mevcut yatay ve dikey ayrımları pekiştirmek yerine bunları dönüştürücü etkiye sahip olmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle, kadınların yemek, dikiş-nakış gibi geleneksel sektörlerde girişimci olmalarının desteklenmesi kadar girişimcilik desteklerinin kadınlar açısından daha az istihdam olanağı olan, dolayısıyla da ekonomik açıdan daha az faal oldukları sektörlerle yönelik olarak sunulması da önem arz etmektedir³¹. Kapsam açısından bakıldığında, mevcut destek programlarının kadınlar açısından ekonomik faaliyete katılımlarının önündeki çeşitli engel ve zorlukları da aşabilmelerine yönelik unsurlar içerip içermediklerinin değerlendirilmesi önemlidir. Bu açıdan bakıldığında eğitimlerin bilgi ve beceri kazandırmadaki önemi dikkate değer iken, eğitim içeriklerinin piyasa koşulları ve gerekleri ile uyumlu biçimde güncellenmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Bunun yanında, kadın girişimcilerin bütüncül bir yaklaşımla iş ağlarına ve finansmana erişimlerinin sağlanması ve ihtiyaç duyduklarında mentörlük çerçevesinde desteklenmeleri önemli görünmektedir³². Yönetişim açısından bakıldığında, mevcut programların sürdürülebilirliği açısından düzenli izleme ve değerlendirmesinin yapılabilmesi gerekmektedir. Bu açıdan farklı program çerçevesinde parçalı olarak derlenen verilerin daha sistematik bir veritabanı dâhilinde toparlanması ve eksik bilgilerin temin edilmesi gerekmektedir. Böylece, programların etki değerlendirmesinin yapılabilmesi ve akabinde gerekli değişikliklerin uygulamaya konabilmesi söz konusu olabilecektir³³.

³⁰ Fatoş Gökşen, Özlem Altan-Olcay, Ayşe Alnıaçık ve G. Ceren Deniz. "An Analysis of Public Programs Related to Women's Entrepreneurship and Access to Labor Markets", Report No: 25413, Washington DC: World Bank, 2015.

³¹ Gökşen vd., 2015, s. 68-69.

³² Gökşen vd., 2015, s. 69-73.

³³ Gökşen vd., 2015, s. 74.

Ek 3.Anket Soruları

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE KADINLARA YÖNELİK EĞİTİM VE GİRİŞİMCİLİK HAREKETİ OPERASYONU (GATE)

Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından ortak finanse edilen GATE Projesi, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) tarafından uygulanmaktadır. Sözleşme Makamı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı AB ve Mali Yardımlar Dairesi Başkanlığı olan bu proje İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Operasyonel Programı'nın (İKG-OP) İstihdam başlıklı öncelik ekseninde yer alan kadın istihdamının artırılması tedbiri doğrultusunda başlatılmıştır.

Projenin Amacı

Projenin amacı, işsiz olanlar dâhil olmak üzere iş gücü dışında yer alan, evden ve/veya mevsimsel aile işçisi olarak ücretsiz olarak çalışan kadınlar için hazır giyim sektöründe sürdürülebilir bir mesleki eğitim, girişimcilik ve istihdam mekanizmasının oluşmasına destek verilmesidir.

Proje İlleri:

Proje faaliyetlerinin kapsamı, Giresun ve Ordu illeri olmak üzere 2 ille sınırlıdır.

GATE – Act 1.10 Kadın Girişimciliği Araştırması – Soruları v.01

Anket No:

Anket aracılığıyla toplanacak bilgiler gizli tutulacak ve bu bilgiler sadece GATE projesinin araştırmasında kullanılacaktır.

Bölüm 1A- Kişisel Bilgiler

1. Adınız Soyadınız :

2. Adresiniz:

3. İletişim Bilgileriniz:

3.1. Cep Telefonu.....

3.2. e-posta:

4. Yaşınız:

4.1. 20 Yaşının altında

4.2. 20-29 yaş

4.3. 30-39 yaş

4.4. 40-49 yaş

4.5. 50+ yaşında

5. Medeni durumunuz: (Bekar, Evli, Boşanmış, Dul)

6. Çocuklarınız var mı?

6.1. Evet

6.2. Hayır.....

7. Eğitim geçmişiniz:

7.1 İlkokul

7.2 Ortaokul

7.3 Lise

7.4 Üniversite

7.5 Yüksek Lisans

7.6 Doktora

8. Ailenizin geçmişi:

8.1 Ebeveynlerinizin eğitim durumu:

8.1.1 Baba

8.1.2 Anne.....

8.2 Ebeveynlerinizin mesleği:

8.2.1 Baba.....

8.2.2 Anne.....

Bölüm 1B – Girişimcilik Düzeyi

9. 1 Potansiyel Girişimciler: Bunlar yüksek girişimcilik profiline sahip kişilerdir ve henüz girişimcilik patikasına girmemişlerdir. Kamu politikası, bu kişilerin girişimci faaliyetlerine yönelik büyük bir etkiye sahip olacaktır.

9. 2 Girişimci olmaya niyeti olanlar: Gelecekte iş kurma niyetinde olanlar

9. 3 Yeni Girişime başlayanlar: İşletmesini yeni açmış veya işini yeni kurmuş ancak henüz ücretleri 3 aydan fazla ödemiş olanlar

9. 4 Yeni Girişimciler: 3 ay ile 42 ay arasında işyerini açmış veya işini kurmuş ve devam ediyor olanlar

9. 5 Kurulu işletme sahipleri: 42 aydan fazla süredir iş yeri çalıştıranlar

9. 6 İşletmesini kapatanlar: Herhangi bir sebepten ötürü, son 1 yıl içinde işletmesini kapatmış olanlar

9.7 Hangi sektörde bir iş kurdunuz/ ya da kurmak istiyorsunuz?

- 9.3.1 Tarım
- 9.3.2 Sanayi/İmalat
- 9.3.3 Esnaf/Sanatkar
- 9.3.4 Hizmet (birebir satış)
- 9.3.5 Kişiyeye özel hizmet
- 9.3.6 Toptan
- 9.3.7 Parekende
- 9.3.8 Diğer (Lütfen belirtiniz).....

Bölüm 2 – Deneyim ve İş Geçmişİ

10. Sanayi/İmalat sektöründe çalışma geçmişiniz var mı?

- 10.1 Evet
- 10.2 Hayır

10.1.1 – Eğer yanıtınız evetse, hangi düzeyde çalıştınız?

- 10.1.1.1 Yönetici
- 10.1.1.2 Alt düzey
- 10.1.1.3 Orta düzey
- 10.1.1.4 Uzman
- 10.1.1.5 En üst düzey

10.1.2- Eğer yanıtınız evetse, bölgedeki (TR90) deneyiminiz:

- 10.1.2.1 Yıl sayısı
- 10.1.2.2 Sanayi/İmalat tipi: (Örneğin Bilişim, Otomotiv vb.)

10.1.3 – Eğer yanıtınız evetse, şirketin hangi alanda tecrübeniz var?

- 10.1.3.1 Pazarlama
- 10.1.3.2 İnsan Kaynakları
- 10.1.3.3 Üretim
- 10.1.3.4 Bilgi İşlem
- 10.1.3.5 Finans
- 10.1.3.6 Diğer

11. Herhangi bir iş geçmişiniz var mı ? Örneğin siz işinizi kurmadan önce ailenizden herhangi birisinin iş yeri var mıydı? Onun yanında çalıştınız mı?

11.1. Evet

11.2. Hayır

Eğer yanıtınız evetse, lütfen bu kişiyle aranızda olan bağı belirtiniz:

11.1.1. (Örneğin Baba/Amca):.....

11.1.2. Ne iş yaptığını belirtiniz:

12. İş yerinizi açtığınızda ya da işletmenizi kurarken karşılaştığınızı düşündüğünüz ana sorunlar / engeller nelerdir?

(Birden fazla yanıt verebilirsiniz)

1. Engel Yok	<input type="checkbox"/>
2. Özgüven Eksikliği	<input type="checkbox"/>
3. Başlangıç sermayesi eksikliği	<input type="checkbox"/>
4. Bilgi Eksikliği / Nasıl iş yeri açılacağına ilişkin tavsiye alabilecek kurumsal yetersizlik	<input type="checkbox"/>
5. Girişim için doğru kişileri bulmakta yaşanan zorluklar	<input type="checkbox"/>
6. İşletme desteği ile ilgili farkındalık/erişim noksanlığı	<input type="checkbox"/>
7. Yönetim Becerileri eksikliği	<input type="checkbox"/>
8. Girişimcilik Becerileri eksikliği	<input type="checkbox"/>
9. Dış pazarla ilgili kültürlerarası bilgi ve dil yeteneği eksikliği	<input type="checkbox"/>
10. İşiniz, aileniz ve özel hayatınızın birbiri ile uyumsuzluğu	<input type="checkbox"/>
11. Kadın olmak (cinsiyet ayrımcılığı) (Bunu işaretlediyseniz lütfen açıklayınız)	<input type="checkbox"/>
12. Toplumda girişimciliğin iyi bir kariyer seçeneği olarak değerlendirilmemesi	<input type="checkbox"/>
13. Girişimci olmanın toplumdaki olumsuz düşüncesi	<input type="checkbox"/>
14. Medyanın rolü	<input type="checkbox"/>
15. Diğer (lütfen açıklayınız):	<input type="checkbox"/>

13. Bu engellerin üstesinden nasıl geldiğinizi kısaca anlatınız:

Bölüm 3 – Girişimcilik Durumu:

14. Girişimcilere sağlanan finansal destek mekanizmalarını biliyor musunuz?

14.1. Evet

14.2. Hayır

15. Herhangi bir finansal desteğe başvuru yaptınız mı?

15.1. Evet

15.2. Hayır

15.1.1. Eğer cevabınız evetse, nereye başvuru yaptınız ve ne kadar destek aldınız?

16. Girişimcilikle ilgili kamu politikalarına ve desteklerine ilişkin bilginiz var mı? Herhangi bir program/eğitim ya da toplantıya katıldınız mı? Lütfen açıklayınız

17. Girişimcilik fırsatları için sizce bölgedeki ticari ya da kültürel yapı teşvik edici midir?

18. Girişimciliğinizle hizmet sağlamayı düşündüğünüz iç pazar yeni girişimlere açık mı?

19. Girişimci için sizin iliniz/bölgenizdeki fiziki koşulların (coğrafi, hammaddelerin nakliyesi, iklim, vb.) etkileri hakkında ne düşünüyorsunuz?

20. TR90 Bölgesi'nde sosyal ve kültürel yapının kadın girişimciliğine etkileri hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bölüm 4 – Motivasyon

21. İş yerinizi açarken ya da işletmenizi kurarken motivasyonunuzu sağlayan ana faktörler nelerdir?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. Kendi işimin patronu olmak					
2. Geçmiş deneyim ve eğitimlerimi kullanabilmek					
3. Yapabileceğimi kanıtlamak					
4. Karımı yükseltmek					
5. Aile üyelerine iş imkanı sunabilmek					
6. Kişisel gelişimim					
7. İş güvenliğimin sağlanması					
8. Sürekliliği olacak bir iş geliştirmek					
9. Kişisel özgürlüğümün temini					
10. Aileme daha yakın olmak					
11. Eğlenmek					
12. Bunların dışında (lütfen açıklayınız)					
.....					
.....					
.....					

22. İş yerinizi açarken ya da işletmenizi kurarken ya da kurduktan sonra motivasyonunuzu bozacak faktörler nelerdir? (başarısız olma korkusu, bilgi eksikliği, sosyal ve kültürel normlar vs.)

23. Aşağıdaki faktörlerin iş kurma aşamasındaki önemini belirtiniz?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. Girişimci ruhu ve beceri dengesi					
2. Sürekli artan performans beklentileri					
3. Diğerlerinin başarıyla yönetimi					
4. Kişisel yönetim					
5. Belirli bir alanda uzmanlığın tanımlanması					
6. Farklı kültür ve dil becerilerinin oluşumu					
7. Okul çağında girişimcilik eğitim ve öğretimi					
8. Okul sonrası girişimcilik eğitim ve öğretimi					
9. AR-GE transferi;					
10. Ticari ve mesleki altyapıya erişim					
11. İç pazar dinamikleri					
12. İç pazar yükü					
13. Fiziki ve hizmet altyapısına erişim;					
14. Sosyal ve kültürel normlar					

24. Aşağıdaki faktörlerin, kadın girişimciliğinin engellemesindeki önemini belirtiniz?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. Yönetim becerilerinin eksikliği					
2. Networklerin dışında bırakılma.					
3. Kadınların rol ve becerilerine yönelik klişeleştirilmiş önyargılar					
4 Liderlerin kadınlara yönelik ön yargılı düşünceleri.					
5. Kişisel ve ailevi sorumluluklara olan bağlılık					

Bölüm 5: Kadın Girişimciliğini Etkileyen Faktörler**25. Aşağıdaki faktörlerin/engellerin kadın girişimciliği faaliyetlerinin gelişimi üzerindeki etkisini değerlendiriniz.**

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. Sermaye durumu					
2. Çalışma durumu					
3. Hammadde durumu					
4. Diğerlerinin edindiği kötü deneyimler					
5. Kişisel edinilen kötü deneyimler					
6. İfas					
7. Çevresel koşullar					
8.A ilenin geçmişi					
9. Başarısızlık örnekleri (arkadaşları)					
10. Kamu politika ve destekleri					
11. Akrabalar					
12. Sosyal statü					
13. Okul çağında girişimcilik eğitim ve öğretimi					
14. Okul sonrası girişimcilik eğitim ve öğretimi					
15. AR-GE transferi					
16. Ticari ve mesleki altyapıya erişim					
17. İç pazar dinamikleri					
18. İç pazar yükü					
19. Fiziki ve hizmet altyapısına erişim;					
20. Sosyal ve kültürel normlar					

26. Aşağıdaki faktörlerin iş kurma süreci ve sonrasındaki süreçteki önemini belirtiniz.

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. İyi yönetim becerileri					
2. Karizma-arkadaşlık					
3. Yeterli kamu desteği					
4. Uygun eğitim					
5. Sermaye erişimi					
6. Geçmiş iş deneyimleri					
7. Aile/arkadaş desteği					
8. Pazarlama becerisi / satış promosyonu					
9. Uygun fiyatta kaliteli ürün					
10. Kaliteli müşteri hizmeti					
11. Yoğun çalışma temposu					
12. Sosyal statü					
13. Kayıtların kontrol altında tutulması ve takibi					
14. Personel yönetim kabiliyeti					
15. Sosyal beceriler					
16. Siyasete dahil olma					
17. Şeffaf yönetim					

27. Kadın girişimciliğini engelleyen mesleki kısıtlamalar nelerdir?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. Girişimcilik eğitimine yönelik tanıtım ve bilgi eksikliği					
2. Yetersiz müfredat ve eğitim programları					
3. Öğrenme yöntemlerindeki yanlışlıklar					
4. Öğrencilerin aile / arkadaş çevresinin konuyla ilgili ihmalleri					
5. Eğitimli öğretmen eksikliği					
6. İş imkanlarının ve kariyer hedefleri konusunda bilgi yetersizliği					
7. İş ve eğitim arasındaki bağlantıların eksikliği					
8. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki altyapı eksikliği					
9. Okul çağında girişimcilik eğitim ve öğretimi					
10. Okul sonrası girişimcilik eğitim ve öğretimi					

28. Kendi işinizi yapıyor (iseniz) olsanız, karşılaşılabileceğiniz temel problemler ve engeller nelerdir? Neler olurdu?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. Hiç bir engel yok					
2. İş, aile ve özel hayatın birbiri ile uyumsuzluğu					
3. Nakit sıkıntısı veya diğer finansal problemler					
4. Eğitim ve/ya becerilerin geliştirilmesi için zaman olmaması					
5. Kabul görme/insanlar tarafından saygı görme (saygınlık)					
6. Kadın olmak (cinsiyet ayrımcılığı) (Bunu işaretlediyseniz lütfen açıklayınız)					
7. Pazarlama ve tanıtım bütçelerinin az olması					
8. Diğer (lütfen belirtiniz):					

29. İş geliştirme sürecinde yaşadığınız yönetsel ve hukuksal temel engeller nelerdir?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. Vergi adaletsizliği					
2. İş kayıt süreçleri ve maliyetleri					
3. İfas kanunu;					
4. Rekabet kanununun yetersizliği					
5. Kanuni düzenlemelerin çerçevesinin değişmesi ve şeffaflık eksikliği					
6. Mülkiyet hakları, telif hakkı, patent ve marka kayıt düzenlemeleri					

30. İş yeri açarken veya iş kurarken destek hizmetlerindeki temel kısıtlayıcı unsurlar nelerdir?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. İş bağlantılarının eksikliği, örneğin iş kontakları, tedarikçiler, uygun ortaklar ve iş ağlarının olmaması					
2. Destek hizmetleri ile ilgili bilgi eksikliği					
3. İhtiyaca göre tasarlanmış eğitimlerin ve kadın girişimciler ile özelleştirilmiş tavsiye desteğinin eksikliği					
4. Eğitimli danışman, kalkınma uzmanı ve yetişmiş destek kurumlarının eksikliği					
5. Mentörlük kapasitesinin eksikliği					
6. İşyeri alanı ve bilişim altyapısı eksikliği (özellikle uygulama aşamasında)					

31. Aşağıdakilerden hangisi/hangileri sizce kadın girişimlerinin finanse edilmesinde engel oluşturmaktadır?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. İş bağlantılarının eksikliği, örneğin iş kontakları, tedarikçiler, uygun ortaklar ve iş ağlarının olmaması					
2. İnsal kaynağı eksikliği					
3. Güvenirlilik ve saygınlık eksikliği (Özellikle kredi başvurularında)					
4. İş tecrübesi ve yeteneğinin eksikliği (Özellikle kredi başvurularında)					
5. Sert kredi derecelendirme yöntemleri ve düzenlemeleri					
6. Karışık/kompleks belgelendirme prosedürleri					
7. Uzun bekleme süreçleri (başvurunun fon almaya hak kazanması çok uzun sürüyor.)					
8. Girişimcilere verilen finansal destekler ile ilgili bilgi, anlama ve farkındalık eksikliği					
9. Girişimin yasal formu/statüsü					
10. Mikro kredilendirme azlığı, başlangıç sermayesinde bulunan zorluklar					

32. İş kurma sürecinde ve kurduktan sonraki süreçte sorunlarınızın çözümü için öncelikle hangi konuları öğrenmek isterdiniz?

(Birden fazla cevabı seçebilirsiniz. Derecelendirmeyi 1-5 arasında yapmanız gerekmektedir. 1 önemli değil, 5 çok önemli)

	1	2	3	4	5
1. İş Fikri geliştirme					
2. Pazarlama / Satış becerisi					
3. Yönetim ve organizasyon becerisi (Liderlik, takım kurma, insan kaynakları)					
4. Üretim yönetimi becerisi					
5. Finansman yönetimi becerisi (nakit akış, gelir tablosu, başabaş noktası, maliyet hesaplama, vb.)					
6. İş planı hazırlama becerisi					
7. Yeni bir işe atılma ya da bir işi devralma (Franchising ve diğer alternatifler)					
8. Girişimcilere yönelik destekler					
9. Diğer (lütfen belirtiniz):					

33. İş ilişkileriniz ile ilgili sizin eklemek istedikleriniz nelerdir?

Yaşadığınız tecrübe ve deneyimlerden yola çıkarak, sizce girişimci olunmalı mı?

Başlamak ve devam etmek için ne gerekiyor?

İş geliştirmek, kendi girişimini kurmak isteyen ve Türkiye'de yaşayan kadınlara ne tavsiye edersiniz?

34. Geçmişte karşılaştığınız sorunlar veya iş firsatları ile ilgili neler söylemek istersiniz? Herhangi bir yorumunuz var mı?

35. Kadın girişimcilerin şartlarının gelişmesi için 1 ÖNERİ yapsanız, bu ne olurdu?

36. GATE Projesi kapsamında yapılacak girişimcilik eğitimleri ve hizmeti ile ilgili bir bilgiye ihtiyaınız var mı? Veya bu proje ile ilgili önerileriniz nelerdir?

(Sizin ihtiyaçlarınızı analiz etmek için teknik ekip olarak sizinle detaylı bir şekilde konuşmak isteriz.)

Bu anket çalışmasına katıldığınız için çok teşekkürler. Değerli yorumlarınız, önerileriniz ve cevaplarınız kadın girişimcilerin önümüzdeki dönemlerde yapacakları alışmalaradestek olmak amacıyla kullanılacaktır.

Anket yapan kişinin gözlemleri

Anket yapan kişinin gözlemleri		

TARİH	ANKETİ YAPAN KİŞİ	YER

