



Factors Effecting Rural Women's Entrepreneurship in Local Markets: The Case of Samsun Province, Turkey

Sema Ezgi Yüceer^{1,a,*}, Kürşat Demiryürek^{2,b}

¹Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Çanakkale Onsekiz Mart University, 17100 Çanakkale, Turkey

²Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Samsun Ondokuz Mayıs University, 55270 Samsun, Turkey

*Corresponding author

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Research Article</i></p> <p>Received : 24/09/2019 Accepted : 27/11/2019</p> <p>Keywords: Entrepreneurship Rural women entrepreneurs Street markets Education Samsun</p>	<p>The aim of this study is to determine the entrepreneurship potential of women, define the factors that lead rural women to become entrepreneurs in local markets and reveal the problems faced by rural women during their entrepreneurship activities. Alaçam ve Bafra districts of Samsun province were purposefully selected as research area where women entrepreneurs concentrated and the primary data were collected with face to face interviews with all women (total of 75) in the markets. According to the findings; women have stated that they started their career in the marketplace through the direction of their own decisions (32.0%). When the thoughts of doing business other than their profession were examined; they wanted to open a garment workplace (16.6%). 43.0% of marketers stated that they were satisfied with their profession and 54.0% of them perceived the market as permanent profession due to being a profitable business and raising their revenues. Three major obstacles for women entrepreneurs were defined as; limited or inadequate funds, professional insufficiency due to low formal educational level and lack of experience, respectively. Private loans can be provided to women entrepreneurs thus; it can increase their funds. Institutions and organizations, which provide active support, may also increase trainings devoted to women who have lack of experience.</p>

Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 8(2): 301-307, 2020

Kırsal Kadının Semt Pazarlarındaki Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Samsun İli Örneği

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p><i>Araştırma Makalesi</i></p> <p>Geliş : 24/09/2019 Kabul : 27/11/2019</p> <p>Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Kırsal kadın girişimciliği Semt pazarları Eğitim Samsun</p>	<p>Bu çalışmanın amacı, pazarcılık yapan ve kırsal alanda yaşayan kadınların girişimcilik potansiyellerinin ortaya konulması, girişimciliklerine etki eden faktörlerin belirlenmesi ve karşılaştıkları sorunları belirleyerek, bunlara çözüm önerileri sunulmasıdır. Araştırma alanı olarak kadın üreticilerin en yoğun olduğu Samsun ilinin Alaçam ve Bafra ilçelerinde bulunan semt pazarları gayeli olarak seçilmiştir. Tam sayım yöntemine göre 75 kadın pazarcı ile birebir görüşülerek yapılan anketlerden elde edilen birincil veriler kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; kadınların %32,0'ı pazarcılık mesleğine kendi kararları doğrultusunda başladıklarını ifade etmişlerdir. Kadınların pazarcılık mesleği dışında bir iş yapma düşünceleri incelendiğinde; kadınların %16,6'sı konfeksiyon atölyesi açmayı düşünmektedirler. Pazarcıların %43,0'ı pazarcılık yapmaktan memnun olduklarını, %54,0'ı pazarcılığı sürekli bir meslek olarak gördüklerini çünkü kazançlı bir iş olduğunu ve gelirlerini yükselttiğini dile getirmişlerdir. Kadın pazarcıların girişimciliklerinin önündeki en büyük üç engel sırayla; sermayelerinin az ya da yetersiz olması, eğitim seviyelerinin düşük olmasından kaynaklanan mesleki yetersizlikler ve deneyimlerinin az olması ya da hiç olmaması olarak ifade etmişlerdir. Sermayeleri az ya da yetersiz olduğu için kredi kullanamayan ve pazarcılık yaparak birer girişimcilik örneği sergileyen kadınlara yönelik özel krediler verilebilir ve bu sayede sermayeleri artırılabilir. Deneyim eksikliği yaşayan kadınlara yönelik aktif destek verebilecek olan kurum ve kuruluşlar, eğitim ve yayım çalışmalarını ağırlık verebilir.</p>

^a semaezgiyuceer@gmail.com

^b <http://orcid.org/0000-0003-0169-2435> | kdemiryurek@gmail.com

^b <https://orcid.org/0000-0002-6193-9957>



Giriş

Bir ülkenin kalkınabilmesi için, o ülkenin kendi dinamiklerinin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Kalkınmanın harekete geçirilmesinde ise girişimcilik en önemli mekanizma aracı olarak kabul edilmektedir (Memiş ve ark., 2007; Soysal, 2013). Girişimcilik; var olan fırsatları değerlendirmek için üretim faktörlerini (arazi, sermaye, işgücü ve girişimci) bir araya getirip risk üstlenerek tüketiciler için değer yaratma süreci olarak tanımlanabilmektedir (Kutanis ve Karakira, 2013). Bu üretim faktörlerden biri de girişimci ve literatürde, girişimci için çeşitli tanımlar yapılmıştır. GEM (1999) tanımına göre, yeni bir işe ve yaratıcılığa atılan kişi olarak tanımlanmıştır. Kendine yeni iş kazandırma, yeni bir iş organizasyonu veya hali hazırda var olan bir işi bireysel olarak veya grup halinde genişletmeye ve yeniden kurmaya çalışan kişiye girişimci denir. OECD (2007) ise; girişimci yeni iş imkânlarını değerlendiren ve kaynakları iyi değerlendirme kabiliyetine sahip olana kişi olarak tanımlanmıştır. Girişimcilik faaliyeti hem bireylerin hem de ülkelerin refahlarının artırılmasında önemli bir araç olduğunun anlaşılmasıyla, toplumlar daha çok girişimciye ihtiyaç duymaya başlamıştır. Girişimci sayısının artmasındaki en önemli unsurlardan birisi kadınların da girişimcilik faaliyeti içinde bulunmasıdır.

Dünyada kadın girişimciliğinin durumuna bakıldığında 2016 yılında, yaklaşık 163 milyon kadın dünya çapında 74 ülkede yeni bir iş alanında işe başlamış ya da devam ettirmişlerdir ve bunun yaklaşık 111 milyonu, kurulan işletmeleri devam ettirmişlerdir (GEM, 2017). Bu sonuç sadece dünya çapında kadın girişimciliğini göstermekle kalmayıp, aynı zamanda kendi toplumlarının refahı ve büyümesine olan katkılarını da göstermektedir. GEM 2018 yılı raporuna göre; 49 ülkeden sadece 6'sında (Endonezya, Tayland, Panama, Katar, Madagaskar ve Angola) kadın ve erkek girişimci sayılarının neredeyse eşit seviyelerde olduğu tespit edilmiştir. Aralarında Türkiye'nin de bulunduğu Slovenya, Yunanistan, Birleşik Krallık ve İsveç ülkelerinde kadınlar erkeklerin yarsından daha az bir oranda girişimci. Ayrıca, bu ülkelerde cinsiyet eşitsizliği sorunu da bulunduğu raporda tespit edilmiştir (GEM, 2019).

Kadınların işgücüne katılımı, girişimciliği o ülkenin ekonomik ve sosyal refah seviyesini ortaya koyan en önemli göstergelerden birisi haline gelmiştir. Türkiye'de kadın girişimciliği durumuna bakıldığında; nüfusun yarısını kadınlar oluşturmasına rağmen yalnızca 98 bin kadın girişimci bulunmaktadır (TÜİK, 2015). Kadınların 2018 yılında işgücüne katılım oranı %37,5 iken; erkeklerde bu oran %77,5'tir (TÜİK, 2019). Araştırma alanı olarak seçilen Samsun İlinde ise kadınların kayıtlı istihdama katılım oranının %15,62 olduğu bilinmektedir (Urul, 2016). Ekonomik faaliyetler açısından incelendiğinde, kadınlar büyük oranda hizmet ve tarım sektöründe yer almaktadırlar. Kadınların 2018 yılında %28,7'si tarım sektöründe çalışmaktadır (TÜİK, 2019). Tarımda işgücünü gelire dönüştürebilen kadın sayısının oldukça az olduğu bilinmektedir. Gelire dönüştürülebilen işgücü, ev kadınları arasında bağ- bahçe veya tarlada çalışarak elde ettikleri ürünleri pazarlaması şeklinde gerçekleşmektedir (Kantar, 1999).

Bu konu ile ilgili daha önce yapılan araştırmalar incelendiğinde ulusal ve uluslararası alanda yapılmış çok sayıda araştırma olduğu belirlenmiştir. Uluslararası alanda

yapılan çalışmalar çoğunlukla kadınların girişimciliklerinin önündeki engellerden, özellikle cinsiyet odaklı engellerden, kültürel ve geleneksel sınırlıklardan, girişimciliğin niteliklerinden, kadınlara yönelik kalıplaşmış roller üzerine yapılmıştır (Chitsike, 2000; Sidhu ve Kaur, 2006; Driga, Lafuente ve Vaillant, 2009). Günümüzde gelişen teknoloji ve sanayileşmeyle birlikte her geçen gün çalışma hayatına katılan kadın sayısında artış olduğu bilinmesine rağmen; ülkemizde halen kadınların iş sahibi olmasını engelleyen birçok neden bulunmaktadır. Bundan dolayı kadınların girişimciliklerinin önündeki engeller ve kadın girişimcilerin özellikleri araştırılmıştır (Yetim, 2002; Soysal, 2010a; Soysal, 2010b; Sayın, 2011; Tatar, 2018). Gülçubuk (2011) ve Ülker (2013) kadınların girişimciliklerini etkileyen faktörlerin olduğunu belirtmiştir, Kızılaslan ve Karaömer (2015) ise kadınların girişimcilik eğilimlerini araştırmışlardır. Kadın girişimciliği konusu ile ilgili araştırmalar ağırlıklı olarak kalkınma üzerine çalışılmıştır (Fazlıoğlu, 2002; Can ve Karataş, 2007; Memiş ve ark., 2007; Davaslıgil, 2011). Bölgesel ekonomik kalkınmanın ve bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde kadın girişimciliğinin önemi üzerine yapılan çalışmalar vardır (Memiş ve ark., 2007; Göküş ve ark., 2013). Can ve Karataş (2007) ise yerel kalkınmanın istenilen seviyeye ulaşmasında kadın girişimcilerin önemi üzerine bir çalışma yapmışlardır. Türkiye'de hem kırsal hem de kentsel alanlarda kadın girişimciliğinde karşılaşılan en önemli sorunlardan biri ekonomik faaliyete katılmak istediği halde yeterli finansman desteği göremediği ve kaynaklara erişemediği için kadınların ekonomik hayatın dışında kalmalarıdır (Kantar, 1999; Can ve Karataş, 2007; Gülçubuk ve ark., 2011; Kızılaslan ve Karaömer, 2015). Örgütlenme hem tarım sektörü için hem de kırsal alanda yaşayan girişimci kadınlar içinde önemli bir konudur. Örgütlenmeyle dayanışma-yardımlaşma artacak, bilgi kanallarına daha kolay erişim sağlanacak dolayısıyla kadınların girişimcilikleri artacaktır. Türkiye'de kırsal alanda yaşayan kadınların herhangi bir derneğe, kooperatife üyeliği yetersizdir ve bu konuda çekingen davranmaktadırlar. Özdemir ve ark. (2017), tarım işletmelerinde kadınların yarattığı işgücü değeri ile örgütlenmeye yaklaşımlarını araştırmıştır. Abacı (2011) çalışmasında ise; kadınların ekonomik açıdan gelişmelerinde yine kadınların oluşturduğu Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerin önemini araştırmıştır. Kırsal alanda yaşayan kadınlar, ev işlerinin yanı sıra, tarımsal faaliyetlerde ve tarım dışı gelir getirici faaliyetlerde bulunmaktadır. Üretim sürecinde yoğun olarak çalışmalarına rağmen kadınlar genel olarak ücretsiz aile işçisi olarak çalışma yaşamında yerlerini almaktadırlar ve bu şekilde büyük ölçüde ekonomiye katkı sağlamaktadırlar. Bu açıdan kırsal alanda yaşayan kadınların buldukları bölgenin kalkınmasındaki emekleri göz ardı edilemeyecek kadar fazladır. Bu duruma dikkat çekmek isteyen araştırmacılar, kırsal kalkınmada kadının yeri, rolü ve kadınların işgücüne katılımını etkileyen faktörler üzerine çalışmalar yapmışlardır (Fazlıoğlu, 2002; Davaslıgil, 2011).

Tarımda sadece üretim aşamasında değil, aynı zamanda ürünlerin satışı ve pazarlanması aşamasında da kadınlara büyük sorumluluklar düşmektedir. Kadınlar, kendi ürettikleri ürünleri ya da kendi üretimleri dışında satın aldıkları ürünleri semt pazarlarında satarak birer

girişimcilik örneği sergilemektedirler. Kadınlar emeklerini değerlendirebiliyor, pazara çıkabiliyor ve ailenin geçimine katkıda bulunuyorlarsa, girişimcilik açısından önemli birer adım olarak kabul edilmektedir. Bu faaliyetler kırsal alanda daha da kısıtlı kaynaklar, olanaklarla yapılıyorsa ve küçük çaplı yapılsa dahi kazançları, geçimini asgari düzeyde sağlamaya yetecek kadarsa aslında bu bir girişimcilik örneği olarak kabul edilebilir ve kırsal ekonomi için de önemli bir girdi olarak sayılabilir. Kadınlar ürünlerini pazarlayarak gelir elde etmeleri hem aile hem de ülke ekonomisine katkı sağlamalarından yola çıkarak bu araştırmada pazarcılık yapan ve kırsal alanda yaşayan kadınların girişimcilik potansiyelleri, girişimciliklerine etki eden faktörlerin belirlenmesi ve girişimciliklerinin önündeki engeller, sorunlar belirlenerek bunlara çözüm önerilerinin sunulması amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem

Verilerin Toplanması Kullanılan Yöntem

Araştırma alanı olarak Samsun ilinin Bafra ve Alaçam ilçeleri tarımsal üretimin yoğun olarak yapıldığı ilçeler olarak seçilmiştir. Samsun Büyükşehir Belediyesi Zabıta Birimleri tarafından 2018 yılında edinilen bilgiler doğrultusunda kadın pazarcılarının Bafra ve Alaçam ilçelerindeki pazarlarda yoğun olarak buldukları tespit edilmiştir. Bu ilçelerde tam sayım yöntemi kullanılarak Bafra ilçesinde kurulan pazarda 44, Alaçam ilçesinde kurulan pazarda ise 31 kadın pazarıcı ile yüz yüze görüşülerek elde edilen birincil veriler araştırmanın ana materyalini oluşturmuştur. Anketler Ocak- Şubat 2018 tarihleri arasında tamamlanmıştır.

Faktörlerin Tanımlanmasında Kullanılan Yöntem

Kırsal alanda yaşayan ve pazarcılık yapan kadınların girişimciliklerini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde daha önce konu ile ilgili yapılan araştırmalardan yararlanılmış ve araştırma alanında pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sırasında yapılan gözlemler yoluyla edinilen bilgi ve izlenimler etkileyen faktörler olarak ele alınacak kriterlerin belirlenmesine ışık tutmuştur. Anket yapılan kadınların girişimciliklerini etkileyen faktörleri belirlemeleri istenmiştir ve bunlara “çok fazla” (5), “fazla” (4), “biraz” (3), “az” (2), “hiç” (5) şeklinde sıralanan Likert tipi 5’li bir dereceleme göre puanlanmıştır.

Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

Araştırmada anket yoluyla elde edilen verilerin değerlendirilmesi frekans dağılımı, yüzde, aritmetik ortalama gibi tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır ve bunların yanı sıra parametrik verilerin analizinde ise t-testi kullanılmıştır.

Bulgular

Sosyo-Ekonomik Özellikler ve İşletme Özellikleri ile İlgili Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan kadın pazarcılarının 32-78 yaş aralığında ve ortalama 52 yaşında oldukları belirlenmiştir. Anket yapılan pazarıcı kadınların çoğunun (%54,7) ilkököl, çok az kısmı ise (%4,0) ortaokul ve lise mezunu oldukları tespit edilmiştir. Herhangi bir okul içi

eğitim almamış sadece okur- yazar olanlar %13,3’ünü oluştururken, okuryazar olmayanlar ise %24,0 gibi yüksek bir orandadır. Bu oranlar araştırma kapsamındaki kadınların okuma yazma oranlarının düşük olduğu göstermektedir. Araştırmaya dâhil olan kadınların aile büyüklükleri 1-10 kişi arasında, ortalama 3 kişiden oluşmaktadır. Bu durum sonucunda kalabalık ailelerde ek gelir zorunluluğu ortaya çıkarak, zaten üretici konumunda olan çoğu kadının ürettikleri ürünleri pazarda satarak kazanç sağlamaları, kadınları pazarcılık mesleğine yöneltmiştir. Kadınların tarımsal deneyimleri 10 ile 60 yıl arasında değişmekte olup; ortalama 30 yıl olarak belirlenmiştir. Kadınların %81,3’ü çiftçilik yapmaktadır ve %39,4’ü çiftçilik yapmaktan memnun olmadıklarını ifade etmişlerdir. Kadınlar çiftçilik yapmaktan memnun olmama sebeplerini: girdi fiyatlarının yüksek olmasının (%33,3), tarımın gelir- kazanç getirmemesinin ve her yıl bu gelirin değişmesi sabit olmaması (%25,0), başka bir işte çalışmadığı ya da bir mesleğinin olmamasından bu işi yapmaya mecbur kaldığını (%20,8), çiftçilik mesleğinin çalışma şartlarının zor olması (%16,7) ve yardım edecek kimselerinin olmamasından dolayı zorlanmaları (%4,2) olarak sıralamışlardır. Kadınların %82,7’si tarım arazisine sahiptir ve arazi mülkiyetleri eşlerine aittir. İşletmelerinin ortalama arazi varlığı 20,96 dekadır. Kadınlar pazarda; kendi yetiştirdikleri bitkisel ve hayvansal ürünleri, dışarıdan aldıkları bitkisel ve hayvansal ürünleri ayrıca kendi yaptıkları ya da dışarıdan aldıkları el emeği ürünlerinin (el işi örgü, kurutulmuş ve konserve gıdalar vb.) satışını yapmaktadırlar. Ürettikleri tarımsal ürünlerin %61,0’ını pazarda, %16,0’ını pazar ve halde, %6,0’ını komisyoncuya, %2,0’ını fabrikaya ve %1,0’ını hale satarak, %14,0’ını ise hiçbir yerde satmayıp kendileri tüketmektedir. Kendi üretimleri olmayan ürünleri ise; %49,0’ını halden, %35,0’ını komşusundan, %15,0’ını komşu pazarıcıdan, %1,0’ını ise diğer pazarlardan satın alarak temin etmektedirler. Pazarıcı olabilmek için yapılması gerekenler konusunda belediyeler ile yapılan görüşmeler doğrultusunda; Alaçam İlçesi Belediyesi pazarıcılardan herhangi bir işgaliye ücreti almazken ve kayıt tutmazken; Bafra İlçesi Belediyesi tezgâh sahibi tüm pazarıcılardan ve kimi yere sergi açanlardan işgaliye ücreti olarak kayıt tutmaktadır. Sonuç olarak bu durum belediyeler tarafından özel olarak belirlenmektedir. Dolayısıyla pazarıcı olabilmek için gerekli olan prosedür ilgili belediyeler tarafından farklılık göstermektedir.

Pazarcılık ile İlgili Genel Bulgular

Girişimcilikte yapılan iş karşılığında gelir- kazanç elde etmek temel amaçlardan biri olarak kabul edilmiştir. Bu amaç doğrultusunda kadınlar, pazarcılıktan elde ettikleri ortalama yıllık gelirleri 12,297 TL olarak ifade etmişlerdir. Kırsal alanda ya da kentsel alanlarda kadınlar açısından elde edilen geliri, ücreti kullanmada aile öncelikli olarak yer alır. En fazla ücretsiz aile işgücünün rastlanıldığı alan kırsal alandır ve kadınlar ister girişimci ister işçi isterse memur olsun önceliklerinin aile gereksinimlerini karşılamaya yönelik olduğu bilinmektedir (Gülçubuk ve ark., 2011). Araştırmada da buna benzer sonuçlar elde edilerek kadınlar pazardaki satışlardan elde ettikleri kazançları ile aile ve ev ihtiyaçlarını karşılamakta (%41,33), aile işinden dolayı ücret almamakta (%25,33), kendisi kullanmakta (%16,0), eşine vermekte (%14,68), az bir kısmı ise pazarda satmak ve daha

çok ürün almak için kullanılmaktadır (%2,66). Kadınlar için önemli öğelerden birisi girişimciliğe başlama biçimi ve buna karar vermelerinde etkili olan faktörlerdir. Kadınların pazarcılık mesleğini yapmaya karar vermelerindeki en önemli faktörler; pazarcılık yapmayı kendilerinin istemesi, komşularının tavsiye etmesi ve aile mesleğinin olması olarak sıralanmışlardır.

Pazarcılıktan elde ettikleri gelir ile pazarcılık mesleğinden memnun olma durumları arasında istatistikî açıdan anlamlı bir farklılık vardır. Pazarcılık yapmaktan memnun olan kadınlar; pazarcılık yapmaktan memnun olmayan kadınlara göre pazardan daha çok gelir elde ettikleri Çizelge 1’de görülmektedir. Kadınların pazarcılık yapma nedenleri arasında en büyük oranı gelecek endişesi alırken, sırasıyla gelirlerini arttırmak, pazarcılık dışında iş bulamamak, borçlarını ödemek ve üretimini yaptıkları ürünlerin fazlasını değerlendirmeyi istemek en önemli nedenler arasında yer almaktadır (Çizelge 2). Sonuç olarak kadınların temel amaçları gelir elde etmek ya da gelirlerini arttırmaktır dolayısıyla bu amaçlarına ulaşamadıklarında mesleklerinden memnun olmamaktadırlar.

Araştırmaya dahil olan kadınların %72,0’ı pazarcılığı sürekli bir iş olarak görmektedirler. Kadınlar pazarcılık yapmalarındaki en önemli nedeni; gelecek endişesi ile para kazanmak olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedene istinaden öncelikli olarak maddi anlamda yapılan bir işin süreklilik kazanmasını sağlayan en önemli etkenlerden birinin, ekonomik anlamda istenilen ya da yeterli düzeyde kazanç/gelir getirmesi gerektiğidir. Araştırma alanında ise pazarcılığı sürekli bir iş olarak görmeyen kadınlar gören kadınlara kıyasla pazarcılıktan daha az gelir elde etmektedir; dolayısıyla bu durumda kadınların kazançları kendilerine yeterli gelmedikçe yaptıkları işin sürekliliğini ve motivasyonlarını da kaybetmelerine neden olduğu düşünülmektedir.

Kendilerini girişimci olarak tanımladığımız kadınların meslekleri için gelecekteki hedeflerinin olması önemlidir. İnceleme alanındaki 75 kadın pazarcıdan sadece 21’i

pazarcılıkla ilgili hedeflerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Yaş faktörünün, kadınların pazarcılıkla ilgili hedeflerini etkileyip etkilememeye durumu incelendiğinde istatistikî açıdan önemli bir fark bulunmuştur (Çizelge 3). Buradan yaş bakımından genç olanların yaşlılara göre daha fazla ileriye yönelik hedefleri olduğu söylenebilir. Araştırmada 75 kadın pazarcıdan %40,0’ı pazarcılık dışında bir iş fikirleri olduğunu belirtmişlerdir ve yaş faktörünün kadınların pazarcılık mesleği dışında iş alanı olacak fikirleri üzerinde etkisi incelendiğinde, istatistikî açıdan önemli bir fark bulunmuştur ($p < 0,05$) (Çizelge 3). Konfeksiyon atölyesi (%16,67), ev yemekleri dükkânı (%13,33), hamur işi-börekçi dükkânı (%13,33), el işi-örgü, çeyiz ve mefruşat dükkânı açmak (%13,33) söylenen iş fikirleri arasında en öne çıkanlardır (Çizelge 3). Kadınların en fazla üzerinde durdukları konu tekstil ve restoran işletmeciliği alanıdır.

Girişimcilikleri Etkileyen Faktörler ile İlgili Bulgular

Girişimde bulunmaya çalışan kırsaldaki kadınlar için girişimcilik konusu hala tam olarak yerleşmiş bir kavram değildir. Evinde üretimde bulunup ürünleri satan ve ailesine katkıda bulunan, elde ettiği ürünü işleyip değerlendirerek satan ve bazı zamanlar esnaf olarak faaliyette bulunan kadınların girişimcilik konusunda öğrenmesi gereken birçok konu vardır. Her şeyden önce girişimciliğin tanımı, kuralları, iş analizi gibi konularda eğitim ihtiyaç vardır ama öncelik girişimciliğin ne olduğudur (Gülçubuk ve ark., 2011). Araştırma sonuçlarına göre 75 kadından %36,0’ı girişimciliği tanımlayabilirken, %64,0’ı herhangi bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Girişimci veya girişimcilik kavramlarını bildiğini ifade eden kadınlar arasında çoğunlukla söylenen tanım; üreten, çalışan ve ürettiğini satıp bu işte başarılı olan kişi olarak ifade edilmiştir. İnceleme alanındaki kadınların %68,0’ı kendilerini girişimci olarak gördüklerini belirtirken, %32,0’ı kendilerini girişimci olarak görmemektedirler.

Çizelge 1. Pazarcılıktan elde edilen gelirin pazarcılık mesleğinden memnun olma üzerine etkisi

Table 1. The effect of income from their profession on being satisfied with the local marketing profession

Memnuniyet durumu	Frekans	Yüzde	Ortalama gelir	Standart sapma
Hayır	32	42,7	846,2500	538,29929
Evet	43	57,3	1157,6744	854,13514
Toplam	75	100,0		t: -1,811; p: 0,037

Çizelge 2. Pazarcılık yapma nedenleri

Table 2. Reasons of making local markets activity

Pazarcılık Yapma Nedenleri	Frekans	Yüzde
Gelecek endişesi	13	16,98
Gelirini arttırmak	10	13,79
Pazarcılık dışında iş bulamamak	9	11,41
Borçlarını ödemek	9	11,82
Ürünlerinin fazlasını değerlendirmeyi istemek	8	10,00
İşin kendine ait olması	7	9,82
Çocukların eğitimi	7	9,85
Aile mesleği olması	6	7,54
Emekliliğini ya da sigortasını ödemek	3	4,43
Eşinin çalışmaması	3	3,41
Ürünlerini aracısız satmak istemesi	1	0,95
Toplam	75	100,0

Çizelge 3. Kadınların pazarcılık meslekleri ile ilgili hedefleri ve meslekleri dışındaki iş fikirleri

Table 3. Women's goals related to their profession and ideas apart from their profession

Pazarcılıkla ilgili hedeflerin olma durumu	Frekans	Yüzde	Ortalama yaş	Standart sapma	
Hedefi Yok	54	72,0	54,76	11,561	
Hedefi Var	21	28,0	44,95	7,645	
Toplam	75	100,0	t: 3,586; p:0,01		
İş fikri olma durumu	Frekans	Yüzde	Ortalama yaş	Standart sapma	
Hayır	45	60,0	56,53	10,847	
Evet	30	40,0	45,23	8,772	
Toplam	75	100,0	t: 4,759; p: 0,00		
Yeni İş Fikirleri				Frekans	Yüzde
Konfeksiyon atölyesi açmak				5	16,67
Ev yemekleri dükkânı açmak				4	13,33
Hamur işleri ve börekçi dükkânı açmak				4	13,33
El işi- örgü, çeyiz ve mefruşat dükkânı açmak				4	13,33
Terzi				3	10,00
Hayvansal ürün ve kurutulmuş gıda ürünlerinin satışının yapılabileceği bir dükkân açmak				3	10,00
Yaptıkları düğün şekerleri ve süslerini satabileceği bir dükkân açmak				3	10,00
Kuafor salonu açmak				2	6,67
Temizlikçilik				2	6,67
Kadın giysileri ve bijuteri dükkânı açmak				1	3,33
Hayvancılık çiftliği kurmak				1	3,33
Toplam				30	100,0

Çizelge 4. Girişimciliğe etki eden faktörler ve girişimciliğin önündeki engeller

Table 4. Factors affecting women entrepreneurship and obstacle to entrepreneurship

Girişimciliklerine etki eden faktörler	Skor	Önem sırası
Sermaye	334	1
Kendine güven	309	2
Eğitim seviyesi	308	3
Cinsiyet eşitliği	300	4
Pazara kolay erişim	285	5
Aile içi destek	259	6
Destek ve teşvikler	256	7
Örgütlenme	242	8
Eşinin izin vermesi	5	9
Girişimciliklerinin önündeki engeller	Skor	Önem sırası
Sermayelerinin hiç ya da az olması	336	1
Eğitim seviyesinin düşük olması	320	2
Deneyimlerinin hiç ya da az olması	315	3
Kendine güvenmeme	310	4
Finansman kaynağına erişim	296	5
Geleneksel roller ve toplumsal baskı	284	6
Destek ve teşviklerin az olması	272	7
Cinsiyet ayrımcılığı	254	8
Örgütlenememe	243	9
Yaş	40	10
Ev ve aile sorumluluğu	30	11
Babası izin vermiyor	35	12
Fırsat verilmemesi	35	13
Eşi izin vermiyor	35	14
Yayımlar ve bilgilendirmelerin az olması	25	15
Yönlendirme yapılmaması	20	16
Hane nüfusunun fazla olması	10	17
İşverenlerin baskısı	5	18

Kadınların girişimciliklerine etki eden faktörler sırasıyla sermaye, kendine güven, eğitim seviyesi, cinsiyet eşitliği, pazara kolay erişim, aile içi destek, destek ve teşvikler, örgütlenme ve eşinin izin vermesidir (Çizelge 4). Kızılaslan ve Karaömer (2015) yaptıkları çalışmalarında benzer bir şekilde; kadınların girişimciliklerine etki

edebilecek en önemli unsuru; girişimlerinden kazanç sağlaması olduğunu belirtmişlerdir. Kırsal alanda yaşayan kadınların girişimciliğini olumsuz yönde etkileyen etmenler içerisinde kadınların sermayesinin hiç olmaması ya da az olması ilk sırada yer alırken, bunu kadınların eğitim seviyelerinin düşük olması, iş deneyimlerinin hiç

olmaması ya da az olması ve kadınların kendilerine güvenmemeleri gibi etmenler izlemektedir. Bu sorunların çözüme ulaşma sonucunda kadınların ekonomik yaşama katılım süreci hızlanarak, artış gösterebileceği düşünülmektedir.

Sonuç

Elde edilen sonuçlara göre kırsal alanda yaşayan ve pazarcılık yapan kadınların girişimciliklerinin önündeki en büyük engel; sermayelerinin hiç olmaması ya da az olmasıdır. Yeteri kadar sermayelerinin olmamasının sebebi; sermayeyi temin edebilecekleri finans kaynaklarına erişimlerinin güç olmasıdır. Kadınların girişimciliklerini geliştirebilmeleri için veya yeni bir işe başlayacak olanlara sermayeyi daha kolay temin edebilmelerini sağlayabilmeleri için bir kredi sistemi veya finans edinme sistemi oluşturularak kadınların girişimcilikleri artırılabilir. Kadınların kredi kaynaklarına erişimlerinin zor olmasının sebepleri arasında, kadınların teminat olarak gösterebilecekleri kendilerine ait kayıtlı bir tapularının olmamasıdır. Kırsal alanda yaşayan kadınların mülkiyet edinimi çok azdır bundan dolayı kendi üzerine kayıtlı mülkiyeti olmayan kadınlar kredi kullanamamaktadır. Bu sorunu çözmek için de kadınlara özel krediler verilmelidir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre pazarcılık yapan kadınların yarısından fazlası ilköğretim mezunudur, diğer büyük bir çoğunluk ise okur- yazar değildir ve girişimciliklerinin önündeki en büyük ikinci engel olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilik potansiyellerinin artmasını sağlamak için kadınların öncelikli olarak eğitim düzeylerinin yükseltilmesi gerekmektedir. Kadın nüfusunun tamamına eşit örgün eğitim fırsatı verilmeli ve yaygın eğitim ile ilgili ise kurslar açılmalı ya da mevcut olanlar işlerlik kazandırılmalıdır. Her şeyden önce kadınların eğitim-öğretim seviyeleri arttıkça dünyaya ilişkin farkındalıkları da aynı oranda artacağı düşünülmektedir.

Araştırma alanındaki kadınların yaş ortalamaları geçkin olsa da genç kadınların da pazarcılık yaptıkları, girişimcilik faaliyeti içinde buldukları gözlemlenmiştir. Bu genç yaş grubundaki kadınları, gerekli bilgi ve yetenek ile donatarak, fırsatları görebilen ve risk alabilen kadınların sayısını artırarak aynı zamanda toplumun potansiyel girişimci kapasitesi artırılabilir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; kendilerini girişimci olarak tanımladığımız kadınların %28,0'ının pazarcılık mesleğinde gelecek için hedeflerinin olduğu tespit edilmiştir. Kendilerine birer hedef belirleyen kadınlar, hedeflerini gerçekleştirmek için daha çok çalışacak, üretecek ve bunları yaptıkça, başarıklarını gördükçe, kendilerine olan güvenleri, cesaretleri ve motivasyonları artacak bu da kişisel gelişimlerine katkı sağlamasına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Kadınların pazarcılık dışında da iş fikirleri vardır ve çoğunlukla genç yaş grubundaki kadınların iş fikirleri vardır. Bu fikirler tekstil ve restoran işletmeciliği ağırlıklı olarak alanlardır. Kadınların bu düşündükleri iş fikirleri; yine kadınların hizmet sektöründe en çok istihdam edildiği iş alanlarından bazılarıdır: Özellikle "kadınlar için uygun alanlar" olarak toplum tarafından kabul gördüğü için bu sektörlerde sıkışmış durumdadırlar çünkü diğer sektörlerdeki mesleklerde ya kadınlar tercih edilmiyor ya da kendileri bu meslekleri

tercih edemiyorlar. Örneğin sanayi sektöründe kadın istihdam oranı %15,9 olduğu bilinmektedir (TÜİK, 2019). Dolayısıyla kadınlar hizmet, tarım, tekstil ve gıda gibi sektörlerde, düşük ücretli, düşük statüde çalışmaya devam etmektedirler. Bu durumu değiştirmek için yapılabileceklerden bazıları; genç kadınları gerekli bilgiler ile donatarak, kadınların vizyonlarının genişlemesine yardımcı olmak ve kendilerine olan özgüvenleri olumlu yönde etkileyerek farklı sektörlerdeki iş alanlarını da düşünmelerine yardımcı olmaktır.

Tarımsal üretimin önemli bir bölümünü gerçekleştiren ve işgücüne dahil olan kadınlar sorunlarının giderilmesi için ilgi ve çözüm beklemektedir. Kadınların iş hayatında daha fazla yer almasını, girişimcilik faaliyetlerinde daha yoğun bulunmalarını, özgüveni yüksek üretken bireyler olarak ekonomiye daha fazla katkı sağlamaları isteniliyorsa eğer; kredi politikalarının, finans uygulamalarının, eğitim-yayın hizmetleri gibi sorunları, cinsiyet dengeli bir yaklaşımla ele alarak uygulandığında ancak hedefe ulaşabileceği düşünülmektedir. Son olarak, kadın girişimciliğine özendirilen, destekleyen kamu, kurum ve kuruluşların daha etkin politikalar ile stratejiler oluşturarak ülkemizde yaşayan kadınların ekonomik ve sosyal anlamda refaha kavuşmaları sağlanacaktır.

Kaynaklar

- Abacı Nİ. 2011. Kırsal Alanda Kadın Girişimciliğinin Desteklenmesinde Kooperatifçiliğin Rolü (Amasya-Çorum İlleri Örneği). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tokat.
- Can Y, Karataş A. 2007. Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı. 251-261.
- Chitsike C. 2000. Culture as a Barrier to Rural Women's Entrepreneurship: Experience From Zimbabwe. Gender & Development, 8(1): 71-77.
- Davaslıgil V. 2011. Kırsal Kalkınmada Kadın İşgücünün Rolü ve Kadın İşgücünü Etkileyen Faktörler. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Driga O, Lafuente E, Vaillant Y. 2009. Reasons for The Relatively Lower Entrepreneurial Activity Levels of Rural Women in Spain. Sociologia Ruralis, 49(1): 70-96.
- Fazlıoğlu A. 2002. Kadının Kırsal Kalkınmadaki Yeri: GAP Örneği. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü ve Tarım Ekonomisi Derneği V. Tarım Ekonomisi Kongresi.
- GEM. 1999. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/> (Erişim Tarihi: 15.05.2019)
- GEM. 2017. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/> (Erişim Tarihi: 15.05.2019)
- GEM. 2019. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/> (Erişim Tarihi: 15.05.2019)
- Göküş M, Özdemiray SM, Göksel ZS. 2013. Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (29): 87-97.
- Gülçubuk B, Savcı İ, Özer D, Demiryürek K. 2011. Türkiye'de Kırsal Alanda Kadının Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Kadınların Bu Konuda Güçlendirilmesine Yönelik Politika Önerilerinin Geliştirilmesi. Proje Sonuç Raporu-TÜBİTAK Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Destek Grubu (SOBAG) Proje No. 108K523, 140s. Ankara.
- Kantar M. 1999. Girişimcilik ve Kırsal Kadınlar. Tarım Ekonomisi Dergisi, 4: 29-42.

- Kızılaslan N, Karaömer M. 2015. Hatay İli Kırsalındaki Kadınların Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi. *Turkish Journal of Agriculture: Food Science and Technology*, 3(6): 371-379.
- Kutanis RÖ, Karakira A. 2013. Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü, Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, 15-28.
- Memiş H, Paksoy HM, Paksoy S. 2007. Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi: GAP Bölgesinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2): 137-152.
- OECD. 2007. Organisation for Economic Co-operation and Development. <http://www.oecd.org/> (Erişim Tarihi: 15.09.2019)
- Özdemir G, Unakıtan G, Keskin G, Yılmaz E, Er Ülker F. 2017. Tarım İşletmelerinde Kadınların Yarattığı İş Gücü Değeri ve Örgütlenme Yaklaşımları: Trakya Bölgesi örneği. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 17(39): 33-58.
- Sayın E. 2011. Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1).
- Sidhu K, Kaur S. 2006. Development of Entrepreneurship Among Rural Women. *Journal of Social Sciences*, 13(2): 147-149.
- Soysal A. 2010a. Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1): 71-95.
- Soysal A. 2010b. Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01): 083-114.
- Soysal A. 2013. Kırsal Alanda Kadınların Girişimcilik Faaliyet ve Yeteneklerini Etkileyen ve Engelleyen Faktörler, Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik, 93-112.
- Tatar N. 2018. Kırsal Alanda Kadınların Girişimcilik Algıları: Konya İli Derbent İlçesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 90, Konya.
- TÜİK. 2015. Türkiye İstatistik Kurumu. <http://tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> (Erişim Tarihi: 10.08.2019)
- TÜİK. 2019. Türkiye İstatistik Kurumu. <http://tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> (Erişim Tarihi: 15.08.2019)
- Urul AK. 2016. 81 İl İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi 2016. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı Yayınları.
- Ülker EU. 2013. Kırsal Alanda Kadın Girişimciliğine Etki Eden Faktörler ve Tekirdağ İlinde Mevcut Durumun Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 93, Tekirdağ.
- Yetim N. 2002. Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(2): 79-92.