

YÜKSEK ETKİ ARAYIŞINDA TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİ KADINLAR

Kız Kardeşim



26 Eylül 2020

Şekiller ve Tablolar.....	2
Kısaltmalar.....	3
Teşekkürler.....	4
Yönetici Özeti.....	5
Giriş.....	8
Çalışmanın Yöntemi.....	9
Girişimciliğe Bir Bakış.....	10
Girişim Aşamaları.....	10
Girişimcilerin Motivasyonu ve Etkisi.....	11
Ekosistem ve Çerçeve Koşulları.....	12
Türkiye'deki Girişimci Kadınlar.....	14
1.1. Türkiye'de Girişimci Kadınlar Kimler? Demografik ve Sektörel Özellikler.....	14
1.2. İş Hayatı Girişimciliği Dışlıyor mu Destekliyor mu? Girişimci Kadınların Önceki İş ve Yöneticilik Deneyimleri.....	20
1.3. Türkiye'de Kadınlar Niçin Girişimci Oluyor? Kadınların Girişimcilik Motivasyonlarına bir Bakış.....	24
1.4. Ailelerin Girişimcilikteki Rolü.....	26
1.5. Girişimci Kadınlar İş-Aile Dengesini Nasıl Kuruyor?.....	28
1.6. Toplumsal Cinsiyet Roller ve Kalıplaşmış Önyargılar Kadınları Girişimcilikten Alıkoyuyor mu?.....	28
1.7. Girişimci Kadınların Risk Toleransı ve Kuruluş Finansmanını Bulmaları.....	33
1.8. Girişimci Kadınların İş Yaparken Karşılaştıkları Zorluklar.....	36
1.9. Stereotipler: Önyargılar Ne Kadar Geçerli?.....	38
Sonuç ve Öneriler.....	40
KAYNAKÇA.....	44
EKLER.....	47
EK 1: Mülakat Yapılan Görüşmeci Listesi.....	47
EK 2: Derinlemesine Mülakat Çerçevesi.....	48
EK 3: Anket Soruları.....	49

Şekiller ve Tablolar

Şekil 1: Girişimcilerin Geçirdiği Evreler ve Toplam Girişimcilik Aktivitesi.....	10
Şekil 2: Kamu Politikaları Perspektifinden Girişimciliğin Aşamaları	11
Şekil 3: Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve Girişimcilik Motivasyonu.....	12
Şekil 4: İhtiyaç Girişimciliğinden Yüksek Etkili Girişimciliğe Genel Bir Bakış.....	12
Şekil 5: Altı Unsurlu – Altı Paydaş Girişimcilik Ekosistem Modeli ve Çerçeve Koşulları.....	13
Şekil 6: Cinsiyete göre Çalışan Bireylerin İşgücü Dağılımı, 2017.....	15
Şekil 7: Girişimci Kadınların Eğitim Durumu ve Türkiye’de Kadınların Ortalama Eğitim Durumu.....	16
Şekil 8: İşveren Kadın ve Erkeklerin Şirket Büyüklüğü Yapısı.....	19
Şekil 9: İlk Şirketinizi Kurmadan / Kurucu Ortağı Olmadan Hemen Önce Ne ile Uğraşıyordunuz?.....	20
Şekil 10: Üniversite Mezunu İşveren Kadın ve Erkeklerin Meslek Kodlarına göre Dağılımı, 2017.....	21
Şekil 11: TMMOB Üyelerinin Kadın ve Erkek Üye Dağılımı Farkı, 2019 26.....	23
Şekil 12: Türkiye’de Kadın ve Erkeklerin Girişimcilik Aktivitelerinde İhtiyaç ve Fırsat Girişimcilerinin Yıllar içindeki Değişimi (2012-2018).....	24
Şekil 13: Ülkelerde Fırsat ve İhtiyaç Girişimcisi Kadınların Oranı.....	24
Şekil 14: Eğitim Durumuna göre İş Hayatında Kadın ve Erkek Arasındaki Ücret Farkı.....	25
Şekil 15: Girişimci Kadınların Ailelerinin Eğitim Düzeyi ve Çocuklarını Destekleme Durumu.....	26
Şekil 16: Kadınların İşgücüne Katılım Oranında Nesil Etkisi.....	27
Şekil 17: Türkiye’de Potansiyel Girişimciler Arasından Mevcut Girişimci Olanların Cinsiyete göre Kırılımı.....	30
Şekil 18: Türkiye’de Potansiyel Girişimciler Arasından Mevcut Girişimci Olanların Cinsiyete göre Kırılımı.....	31
Şekil 19: Anket Katılımcılarının Kadınların Risk Alma ve Borç Altına Girme Konularına Bakışı.....	34
Tablo 1: İşverenlerin ve Kendi Hesabına Çalışanların Betimsel İstatistikleri: GYK 2010-2017.....	15
Tablo 2: Esas İş Durumuna göre Kadınların Sayısı, Yaş Ortalaması ve Medeni Durumu.....	16
Tablo 3: Esas İş Durumuna göre Kadınların Eğitim Durumu.....	16
Tablo 4: Türkiye’de Kadınların ve Erkeklerin Üniversite Bölümlerine Katılım Oranları, 2020.....	17
Tablo 5: İşveren, Kendi Hesabına Çalışanlar ve SGK’ya Kayıtlı Çalışanlar için Sektöre göre Kadın Oranları.....	18
Tablo 6: Anket Katılımcısı Girişimlerin Faaliyet Alanları.....	23
Tablo 7: Anket Katılımcılarının Girişimcilik Motivasyonları.....	24
Tablo 8: Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Zorluk Alanları.....	36
Tablo 9: Zorluk Alanları Faktör Analizi.....	38
Tablo 10: Stereotip Başlıklarına İlişkin Faktör Analizi.....	39
Tablo 11: Girişimciliğin Desteklenmesine İlişkin Öneri Başlıkları.....	40

Kısaltmalar

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BIT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
EBRD	Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası
FeTeMM	Fen Bilimleri, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik
GEM	Küresel Girişimcilik Monitörü
GYK	Gelir Yaşam Koşulları
ICSE	Uluslararası İşteki Durum Sınıflaması
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
İZKA	İzmir Kalkınma Ajansı
KAGİDER	Kadın Girişimcileri Derneği
KHÇ	Kendi Hesabına Çalışan
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
ODTÜ	Orta Doęu Teknik Üniversitesi
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TCMB	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TEPAV	Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TMMOB	Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
WEF	Dünya Ekonomik Forumu

Teşekkürler

Bu araştırma Habitat Derneği'nin Coca-Cola Türkiye, Habitat Derneği, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ve İstanbul Teknik Üniversitesi iş birliği ile yürüttüğü Kız Kardeşim projesi kapsamında Politika Analiz Laboratuvarı (PAL) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma ekibi Beril Benli, Fırat Çetin ve Ekin Erdolu'dan oluşmaktadır. Ali Sami Seçkin, Bilgesu Günhan, Eda Demirer, Dilan Tulan, Çiğdem Ekiz, Ali Bilal Bitik, Halime Doğan ve Soner Emeç araştırmaya katkı sağlamıştır.

Sezai Hazır (Yönetim Kurulu Başkanı, Habitat Derneği), Ozan Acar (Eski Sektörler ve Girişimcilik Daire Başkanı, TOBB), Hilal Gerçek (Girişimcilik Program Direktörü, Habitat Derneği), Doç. Dr. Elif Öznur Acar (Çankaya Üniversitesi), Dila Demircan Özer (Proje Yöneticisi, Habitat Derneği) işbirlikleri ve paylaştıkları bilgi, deneyim ve görüşleriyle projenin en etkili şekilde ilerlemesine yardımcı olmuştur.

Ayşe Sabuncu, Aytül Erçil, Bahar Baziki, Başak Taşpınar Değim, Burcu Aydın, Canan Okutanoğlu, Derya Türkkorkmaz, Devrim Erol, Ece İdil Kasap, Esra Akdere, Filiz Akkaş, Fisun Usta, Gülay Özgön, Gülfem Kaplan, Gülhan Ertürk Akgül, Hülya Tiritöğlu, Işık Aydın, Itır Erhart, İlknur Seferoğlu, Kamer Kemerkaya, Melek Pulatkonak, Mine Ekinci, Münteha Adalı, Nazlı Esen, Nurcan Özdemir, Özlem Turhan, Rezan Şüküroğlu, Sanem Oktar, Sezen Sungur Saral, Şehlem Akbulut, Tülin Akın, Tülin Yazıcı, Zehra Öney, Zeynep Arca ve Zeynep Dicleli Erdoğan bize kendi girişimcilik yolculuklarını anlatarak analizimize büyük katkılar sunmuş ve araştırmamızın kapsamını genişletmemizi sağlamıştır.

Yeşim Seviğ (Genel Sekreter, KAGİDER), Ussal Şahbaz (Yönetici Ortak, Ussal Consultancy), Esra Nur Gördük (Pazarlama ve Kurumsal İlişkiler Analisti, ÜnlüCo.), Songül Demirtaş (Proje Yönetim & TTO Koordinatörü, Antalya Teknokent A.Ş.), İpek Aslı Tiryaki (Uluslararası İlişkiler Uzmanı, ATAP), Hatice Özcan (Kurumsal İletişim Müdürü, DEPART), Cansu Kabasakal (Girişimcilik Uzman Yardımcısı, Ankara Üniversitesi Teknoloji Teknokent) ve online anketimize katılan anket katılımcıları araştırmamızın kapsamını genişletmemize imkan sağlamıştır.

Politika Analiz Laboratuvarı Hakkında: (PAL) kamu politikalarında yeniliklere ilham vermeyi amaçlayan bir danışmanlık ve düşünce kuruluşudur. Amacı, nitelikli bilgi üreterek kamu politikalarını yönlendirmektir. Özgün ve güvenilir yöntemler kullanarak yenilikçi politikaların geliştirilmesine katkı sunmayı hedefleyen PAL hangi uygulamaların en yüksek düzeyde kamu yararı sağladığını merakla incelemektedir. PAL'ın araştırma konuları; yönetim, verimlilik, rekabetçilik, kentleşme, bölgesel ekonomik gelişme, ve en önemlisi, yaşam kalitesi ve toplumsal refahtır.



Yönetici Özeti

Bu çalışma Habitat Derneği, Coca-Cola Türkiye, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ve İstanbul Teknik Üniversitesi paydaşlığında gerçekleştirilen “Kız Kardeşim” projesi kapsamında hayata geçirilmiştir. Çalışmanın amacı, Türkiye’deki girişimci kadınların mevcut durumunu anlamak, onların sorunlarına ışık tutmak ve bu sorunların çözümüne yönelik öneriler sunmaktır. Girişimci kadınların işlerini büyütmesi ve yüksek etki yaratmasının önünde engel teşkil eden konular merkeze alınmış, ayrıca kadınların girişimciliğe atılmasının önündeki bazı meseleler de derinleştirilmiştir. Bu sebeple çalışmanın odağında yenilikçi, bölge ve sektöründe fark yaratan, pazardaki fırsatları değerlendiren yüksek etkili girişimci kadınlar yer almaktadır.

Bu rapor; masa başı araştırmalar, ulusal ve uluslararası veri tabanı analizleri, 35 girişimci kadınla yapılan derinlemesine mülakatlar ve büyük çoğunluğu girişimci kadınlardan oluşan 244 kişinin katıldığı bir çevrimiçi anketin bulguları doğrultusunda oluşturulmuştur. Araştırmanın öne çıkan bulguları aşağıda özetlenmekte; raporun geri kalanında ise detaylandırılmaktadır:

- Türkiye’de 138 bin işveren kadın bulunmaktadır.¹ Bu sayının 5.300’ü yirmiden fazla, 1.730’u ise 50’den fazla kişi istihdam etmektedir. İşverenler içinde kadınların payı 2017 yılında yüzde 11,7 gibi düşük bir seviyede olsa da 2010 yılındaki yüzde 8,6 oranından buraya gelmesi itibarıyla bir artış trendi içindedir. Eğitim seviyesi arttıkça, kadın erkek arasındaki uçurum azalmaktadır: Üniversite mezunları işverenler içerisinde kadınların oranı yüzde 19,8’dir.

- Kadınların çalışma hayatına entegre olması; pazardaki fırsatları görebilmesi, yöneticilik tecrübesi edinmesi ve sosyal sermayelerini geliştirebilmesi açısından oldukça kritiktir.

Proje kapsamında yapılan ankete katılan girişimci kadınların yüzde 67’si girişimlerini kurmadan önce çalışma hayatında aktif olarak yer almış; yüzde 47’si benzer alanda çalışmış, yüzde 49’u ise yöneticilik deneyimi yaşamıştır. Halihazırda iş hayatında yer alan ve girişimcilik potansiyeli olan kadınlar için bir probleme çözüm getirme, pazardaki boşluklarını yakalayabilme, farklı networklere erişebilme ve yöneticilik deneyimi edinebilme olasılığı daha yüksektir.

- İş hayatında kadınların çoğunlukla sosyal hizmet, bakım faaliyetleri, eğitim ve sağlık alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Öte yandan, TMMOB üyelerinin sadece yüzde 23’ü kadın üyelerden oluşmaktadır. Fen bilimleri, teknoloji, mühendislik ve matematik (FeTeMM) bölümlerinden mezun olan kadınların sayısının erkeklerin sayısının yaklaşık yarısı olması sebebiyle bu alanları barındıran meslek gruplarında da kadın sayısı düşüktür. Bu düşük oranlar kadınların yüksek etkili girişimcilik potansiyelini aşağıya çekmektedir.

- Türkiye’de girişimci kadınların içindeki ihtiyaç girişimcisi oranı azalırken fırsat girişimcisi oranı artmaktadır. Ankete katılan girişimci kadınların yüzde 22’si ideallerini gerçekleştirme, yüzde 20’si de kendi işini yapma motivasyonu ile hareket ettiğini belirtmiştir. Girişimci kadınların çoğu fırsat girişimcisi olsa da girişimciliği sadece kazançlarını maksimize etmek ya da ekonomik ve sosyal refahı artırmak için değil, aynı zamanda psikolojik refahı artırma aracı olarak da gördüklerine işaret etmektedir. Bu yüzden, Türkiye’de girişimci kadınların önemli bir bölümünün iş hayatında karşılaştıkları olumsuzluklar ve kadın-erkek arasındaki ücret farkları ile beraber gelen bireysel tatminsizliklerden dolayı girişimci olduğu söylenebilir.

- Çoğu girişimci kadının başta babalarında olmak üzere ailesinde girişimcilik deneyimi bulunması dikkat çekicidir. Etki yaratan girişimci kadınların çoğunun babalarında girişimcilik ve/veya iş sahipliği deneyimi bulunmaktadır. Neredeyse tüm girişimciler, kuruluş ve öncesi dönemde ebeveynlerinin tepkilerini anlatırken annelerinden çok babalarından bahsetmişlerdir. Akademik çalışmalar da kızların kariyer seçimleri yaparken annelerinden çok babalarını rol model olarak aldıklarını göstermektedir. Babalarla birlikte annelerde de girişimcilik deneyimi olması veya ailenin ticaretle uğraşması çocukların iş yapma becerilerini güçlendirmekte ve onlara rol model teşkil etmektedir.

1- Girişimciliğin ulusal veya global ölçekte ekonomik aktivite açısından net bir tanımı olmadığından büyüklüğünü ölçebilmek için TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi gibi alternatif veri kaynakları kullanılabilir. Bu ankette bireyler işveren, kendi hesabına çalışan, ücretli çalışan ve ücretsiz aile işçisi olmak üzere dört ana başlıkta yer almaktadır.

olarak aldıklarını göstermektedir. Babalarla birlikte annelerde de girişimcilik deneyimi olması veya ailenin ticaretle uğraşması çocukların iş yapma becerilerini güçlendirmekte ve onlara rol model teşkil etmektedir.

- Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımını kısıtlayan bakım sorumluluklarının orantısız olarak kadının üzerinde olması, kadınların girişimcilik sürecini de olumsuz etkilemektedir. Anket sonuçlarına göre girişimci kadınların yaklaşık yüzde 30’u iş ve aile dengesini kurmakta zorlandığını, yüzde 40’ı ise bu konuda zorlanmadığını belirtmiştir. Öte yandan girişimcilere, kadınların erkeklere göre daha çok zorlandığını düşündükleri meseleler sorulduğunda, iş ve aile dengesini kurmak diğer meselelere göre yüzde 68’lik bir oranla birinci sırada gelmektedir.

- Türkiye’de potansiyel girişimci kadın ve potansiyel girişimci erkek oranı birbirine çok yakındır. Ancak bu havuzdan girişimci olan kadınlarla girişimci olan erkekler arasında yüzde 16’lık belirgin bir fark bulunmaktadır. Bu durumun sebebinin kadınları girişimcilikten alıkoyan kalıplaşmış kültürel roller ve toplumsal önyargılar olduğu düşünülmektedir. Çünkü son yıllarda kadınlarda fırsat algısı, iş kurmak için gereken bilgi-beceri ve cesaret artmaktadır. Yüksek etkili girişimci olmaya aday kadınlar bile girişimci olmak istediklerinde yakın çevreleri dahil olmak üzere toplumun çeşitli katmanlarından, girişimcilik sorumluluklarının ev ve aile sorumluluklarıyla bir arada yürütülemeyeceğine dair motivasyon kırıcı geri dönüşler almaktadır. Araştırmalara göre girişimci kadınların girişimci erkeklere nazaran daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duyduğu düşünülünce bu sorunun çözülmesi önem kazanmaktadır. Kimi zaman girişimci olmak isteyen kadınlar toplumdan motivasyon kırıcı bir geri dönüş almasa bile kendini bu rollerden dolayı girişimciliğe uygun görmemektedir.

- Türkiye’de kadınların girişimcilik için gereken finansal risk toleransı ve belirsizliklerle başa çıkabilme yeteneği birkaç sebepten dolayı yeterli düzeyde değildir. Kadınların erkeklere göre net kazancının ve öz sermayesinin daha düşük olduğu görülmektedir. Türkiye’de kadınların çalışma hayatında aldığı ortalama ücret, erkeklerin aldığı ortalama ücretin yarısıyken, banka hesabı olan kadınların oranı banka hesabı olan erkeklerin oranından yüzde 30 düşüktür.

Ayrıca kadınlar birçok toplumda olduğu gibi Türkiye’de de risk almak için cesaretlendirilmemektedir. Toplumdaki ataerkil yapı erkeklere çocukluktan itibaren başarılı olmak için risk almayı öğretirken kadınlara riskten kaçınmayı öğretmektedir. Bu durum yüksek eğitilmiş kadınları bile girişimci olmak yerine daha garanti mesleklere yöneltmektedir.

- Girişimci kadınlar iş kurma ve büyüme süreçlerinde önemli engellerle karşılaşmaktadır. Faktör analizi ile anketten elde edilen bulgular neticesinde girişimci kadınların zorluk yaşadığı alanlar gruplandırılmıştır. İlk olarak, katılımcıların yüzde 43’ü rekabetçi ortama uyum sağlama, kamu desteklerinden yararlanma, pazarlama ve satış yapma, kayıt dışı Banka hesabı olan erkeklerin oranından yüzde 30 düşüktür.² Ayrıca kadınlar birçok toplumda olduğu gibi Türkiye’de de risk almak için cesaretlendirilmemektedir. Toplumdaki ataerkil yapı erkeklere çocukluktan itibaren başarılı olmak için risk almayı öğretirken kadınlara riskten kaçınmayı öğretmektedir.³ Bu durum yüksek eğitilmiş kadınları bile girişimci olmak yerine daha garanti mesleklere yöneltmektedir.

- Girişimci kadınlar iş kurma ve büyüme süreçlerinde önemli engellerle karşılaşmaktadır. Faktör analizi ile anketten elde edilen bulgular neticesinde girişimci kadınların zorluk yaşadığı alanlar gruplandırılmıştır. İlk olarak, katılımcıların yüzde 43’ü rekabetçi ortama uyum sağlama, kamu desteklerinden yararlanma, pazarlama ve satış yapma, kayıt dışı piyasa ile rekabet etme, vergi ile ilgili süreçleri yürütme konularını içeren rekabetçilik ve büyüme konusunda zorluk çekmektedir. Sosyal sermaye ve kadına yüklenen rol de (nitelikli insan kaynağına erişim, iş-aile dengesi, network) katılımcıların yüzde 38’inin zorluk yaşadığı konulardır. Ortaya çıkan bir diğer engel ise banka kredisi, girişim sermayesi gibi maddi desteğin yanı sıra mentor desteği gibi profesyonel ve finansal desteklere erişimindeki zorluklarıdır.

- Girişimcilerin toplumsal önyargılara ilişkin bakış açılarını değerlendirebilmek için ankette bir dizi önerme sunulmuş; yönetim becerileri, toplumsal roller, risk alma ve teknik beceri başlıkları öne çıkmıştır. Katılımcıların yüzde 68’i yönetim becerileri konusunda kendilerini yeterli görmektedir. Kadınların risk alma ve borç altına girmekten kaçınma konularında çekingen olduğu yönündeki önermelere ilişkin anket topluluğunun belli bir yönelim ortaya koymadığı, iki kutuplu bir tercih ortaya koyduğu görülmektedir. Teknik beceri (finansal konular ve teknik konular) ile ilgili konularda ise katılımcıların büyük kısmının (%66) bu konulara kadınların erkeklere kıyasla daha az yatkın olduğu yönündeki önermelere katılmadığı görülmektedir. Kadının üzerine yapışan toplumsal rollerin girişimci kadınların yüzde 65’inin katılmadığı görülmektedir.

Mevcut durumu analiz etmeye yönelik bulguların yanında gerek mülakatlar gerekse anket kapsamında, katılımcılara girişimcilik ekosistemini girişimci kadınlar perspektifinden geliştirmeye yönelik önerileri de sorulmuştur. Bu önerilerin süzülmesi sonucunda derlenen eylem başlıkları 4 ana grupta ele alınabilir:

1.İş aile dengesine ilişkin kadınları destekleyici eylemler:

- Girişimcilerin yoğun olduğu yerlerde kreş imkanlarının güçlendirilmesi.
- İş ve özel yaşamı uyumlulaştırmaya yönelik bakım hizmetlerinin geliştirilmesi.

2. Toplumsal cinsiyet eşitliğini ve toplum bilincini geliştirmeye yönelik eylemler:

- Eğitim müfredatına toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve rol model kadınların entegre edilmesi.
- Kadınlara çağın gerektirdiği mesleki eğitim ve beceri fırsatlarının sağlanması.

Medyadaki içeriğin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından izlenmesi, değerlendirilmesi ve önlem alınması.

3. Girişimci kadınların donanımsal açıdan güçlenmesini ve girişimci kadın ekosisteminin gelişmesini hedefleyen eylemler:

- Girişimci kadınların yurtdışı pazarlara açılmasını kolaylaştıran programların geliştirilmesi.
- İleri seviye girişimcilerin potansiyel ve mevcut girişimci kadınlara mentörlük yapmasının desteklenmesi.
- Girişimci kadın geliştirme programlarında (örn. Kuluçka merkezleri, hızlandırıcılar) daha çok girişimci çıkaran üniversitelere öncelik verilmesi.
- Kuluçka merkezi ve teknoparklarda kadına özel kota uygulanması.

4. Risk faktörünün azaltılmasına, kredi imkanlarının ve maddi teşviklerin artırılmasını yönelik eylemler:

- Garanti fonları gibi düzenlemelerle bankaların girişimci kadınlara özel kredi programları geliştirmelerinin desteklenmesi.
- Girişimci kadınlar için mikrokredi programlarının desteklenmesi.
- Kamu desteklerinde (KOSGEB, TÜBİTAK vb.) girişimci kadınlara özel kota uygulanması.
- Girişimci kadınlara yatırım yapmaya öncelik verebilecek odaklı risk sermayesi fonlarının teşvik edilmesi.

Kadınların ve kız çocuklarının konumlarının güçlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması dünya ülkelerinin uzlaşmayla kabul ettiği on yedi sürdürülebilir kalkınma amacından biridir. 2018 yılında kadınlar küresel işgücünün sadece yüzde 39'unu oluştururken idari pozisyonların sadece yüzde 27'sini oluşturmuş, bu oran son üç yılda sadece yüzde bir oranında artmıştır.⁴ Kadınlar dünya ortalamasına göre erkeklerden yüzde 40 daha az maaş almakta ve yüzde 50 daha az yıllık gelir elde etmektedirler.⁵ Kadınların erkeklerle eşit olarak ekonomiye katıldıkları bir senaryoda, kadınların 2025 yılına kadar dünya genelinde yıllık gayri safi yurtiçi hasılaya yüzde 26 oranında (28 trilyon ABD Doları) katkı yapabileceği ortaya konmuştur.⁶ Türkiye'de de iş gücüne katılım oranı 2018 yılında erkekler için yüzde 78,6 iken kadınlarda yüzde 38,3'tür. Türkiye'de 2018 yılında üst düzey yöneticilerin sadece yüzde 18'i kadındır. Türkiye bu oranla, 144 ülke arasında 107. sırada yer almaktadır.⁷

Kadınların ekonomik gücünün önemli bir göstergesi yeni iş kurma faaliyetlerindeki (girişimcilik faaliyetlerindeki) verimlilik, kolaylık ve hızlilik seviyeleri ile kurdukları girişimlerin ne kadar sürdürülebilir olduğudur. Kadınların; işletme sahipliği, sahip olunan işletmelerin büyüklüğü ve ekonomik kaynaklara erişimleri açısından erkeklerin gerisinde kaldığına dair güçlü kanıtlar sunulmaktadır.⁸ Özellikle, kadınlara ait işletmelerin daha küçük olduğu ve bu işletmelerin kredi, kaynak ve varlıklara erişimde erkeklerle ait işletmelere göre dezavantajlı konumda olduğu ortaya çıkmaktadır. Kadınların ekonomik güçlenmesine yönelik artan taahhütler ve faaliyetlere rağmen engellerin tam olarak aşılamadığı görülmektedir. Toplumsal cinsiyet normları, kadının üzerine yığılan ücretsiz ev ve bakım işleri ve kayıt dışı istihdamdaki kadın çoğunluğu bu sistematik engellerin en önemlilerindendir. Tüm bu engeller kadının ekonomiye katılımını ve bununla beraber gelen olumlu ekonomik büyümeyi ciddi anlamda kısıtlamaktadır.

Bu çalışma Habitat Derneği, Coca-Cola Türkiye, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, İstanbul Teknik Üniversitesi paydaşlığında yürütülen “Kız Kardeşim” projesi kapsamında yapılmıştır. Proje, 18-55 yaş aralığındaki kadınlarda kişisel finansal kaynaklarının doğru yönetilmesi, girişimcilik farkındalığının artmasını ve bilgi teknolojileri hizmetlerinin doğru kullanımını desteklemeyi amaçlamaktadır. “Kız Kardeşim” projesinin bir parçası olan bu çalışmanın amacı; Türkiye'deki girişimci kadınların mevcut durumunu anlamak, onların sorunlarına ışık tutmak ve bu sorunların çözümüne yönelik öneriler sunmaktır. Çalışmanın odağında yenilikçi, bulunduğu bölge ve sektörde fark yaratan iş modellerine sahip, içinde bulunduğu ekonomiye ve topluma değer katan yüksek etkili girişimci kadınlar yer almaktadır.

Arka Plan, Çalışmanın Bulguları, Sonuç ve Değerlendirme.

• Arka Plan:

Bu kısımda dünyada yaygın olarak kabul edilen girişimcilik tanımları, aşamaları ve çeşitleri sunulacaktır. Ayrıca, güncel girişimci kadın yazınında çalışmamıza katkı sunabilecek tartışmalar ve bunlara dair son gelişmeler irdelenecektir.

• Çalışmanın Bulguları:

Arka planda sunulan girişimciliğin ve girişimci kadınların mevcut durumuna dair niceliksel veriler, niteliksel veri kaynaklarıyla sentezlenerek fırsat ve yüksek etkili girişimci kadınlarla ilgili önemli çıkarımlar yapılacaktır.

• Sonuç ve Değerlendirme:

Çalışma bulgularının ışığında oluşturulacak bu bölümde Türkiye'de fırsat ve yüksek etkili girişimci kadınların gelişiminin desteklenmesine ve yaşadıkları sorunların çözümüne yönelik politika önerileri sunulacaktır.

Araştırma raporuna ek olarak, ilerleyen zamanlarda mülakat yapılan yüksek etkili girişimci kadınların hikayeleri de paylaşılabilecektir. Derinlemesine yapılan mülakatlardan derlenen bu hikayeler; girişimci kadınlara, girişimci olmak isteyen kadınlara ve ekosistem içinde yer alan diğer paydaşlara yol gösterici olması hedefiyle kamuoyuna sunulacaktır.

4- UN Women (2019)

5- WEF (2019)

6- McKinsey & Co. (2015)

7- PwC (2018)

8- World Bank Group, Policy Research Working Paper (2017)

Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada öncelikli olarak girişimci kadınların ve ekosistemin mevcut durumunu analiz etmek amaçlanmıştır. Bunun yanında ekosistemi geliştirilecek ve güçlendirecek politika önerileri de geliştirilmiştir. Bu amaçlara yönelik olarak, farklı kaynaklardan niteliksel ve niceliksel veriler elde edilmiş ve çeşitli analizler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ana çıktısı olan araştırma raporu, dört farklı bileşenden çıkan bulguların sentezlenmesiyle oluşturulmuştur:

- **Masa başı araştırmalar:** Araştırma sürecinin akışına yön vermek amacıyla dünyadaki ve Türkiye'deki girişimciliğe ve girişimci kadınlara yönelik farklı yaklaşımlar, tartışmalar ve bunlara dair son gelişmeler incelenmiştir. Bu kapsamda farklı veri kaynaklarına başvurulmuş, Türkiye'deki girişimci kadınlara yönelik temel meseleler belirlenmiş ve farklı hipotezler oluşturulmuştur.

- **Mülakatlar:** Masa başı araştırmalar ve yazın taraması ile elde edilen bulgu ve hipotezleri doğrulamak için bir mülakat çerçevesi oluşturulmuştur. 27 Mart – 10 Eylül 2019 tarihleri arasında teknoloji girişimcilerinden sosyal girişimcilere kadar uzanan geniş bir yelpazede, farklı sektörlerde yer alan fırsat ve yüksek etkili girişim sahibi ve girişim yöneticisi kadın ile derinlemesine mülakat yapılmıştır. Mülakatların bazıları yüz yüze; bazıları ise telefon/telekonferans yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde; girişimci kadınların motivasyonları, iş kurma ve iş yürütme aşamasındaki deneyimlere ve karşılaştığı zorluklara yönelik sorular yöneltilmiş, girişimcilik ekosisteminin kadınların lehine geliştirilmesi için varsa önerilerini paylaşmaları istenmiştir. İstanbul'dan 23, Ankara'dan 6 ve Kırklareli, Kocaeli, Bursa, Aydın, Kayseri ve Şanlıurfa'dan birer girişimci kadın olmak üzere 35 görüşme gerçekleştirilmiştir (bkz. Ek 1)

- **Kız Kardeşim Türkiye'de Girişimci Kadın Araştırması Anketi:** Araştırma bulguları ve mülakatlardan elde edilen hipotezlerin Türkiye'deki girişimci kadınların ekosistemi daha iyi yansıtmaları adına ekosistem içindeki paydaşların⁹ ağlarındaki ve teknoparklardaki girişimci kadınlara 32 soruluk bir anket gönderilmiştir (bkz. Ek 3). 244 gözlem elde edilen ankette; Türkiye'de girişimci kadınların sürdürülebilir düzeye ulaşma aşamalarındaki deneyimlerine ve mevcut programların girişimci kadınlar üzerindeki genel etkilerine ilişkin değerlendirmeleri öğrenilmiştir.

- **Veri Analizleri:** TÜİK Gelir Yaşam Koşulları Anketi, Küresel Girişimcilik Monitörü vb. veri kaynakları ile Kız Kardeşim Türkiye'de Girişimci Kadın Araştırması Anketi ve mülakatlardan elde edilen nicel ve nitel verilerin analizi çalışmanın her aşamasında devam etmiştir. Böylece, Türkiye'deki girişimci kadınların mevcut durumuna ilişkin bulgular elde edilmiş, geliştirilmesi gereken alanlar saptanmıştır.

9- Paydaşlar arasında TOBB Kadın Girişimciler Kurulu, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Arya Kadın Girişimcilik Platformu gibi öncü paydaşlar da bulunmaktadır.

Girişimciliğe Bir Bakış

Dünyada girişimciliğe verilen önem teknolojik gelişmelere paralel olarak 1970'li yıllardan itibaren artarak devam etmektedir. Küreselleşme ile birlikte çoğu ülkede rekabetin artması, teknolojinin ve yenilikçiliğe dayalı üretim süreçlerinin yaygınlaşmasına vesile olmuş; verimlilik artışlarını hızlandırmıştır. 1990'lı yılların başında bilişim teknolojilerinin (BIT) yaygınlaşmasıyla bilgi üretimi ve yayılımı daha da hızlanmış;¹⁰ bu süreçte bilgi yoğun faaliyetlere dayalı üretim süreci, ürün ve hizmetlerin önem kazanması verimlilik artışlarına yansımıştır. Bunun yanı sıra teknolojik gelişmeler; işgücü piyasasında talep edilen becerilerin değişmesine, yeni üretim süreçleri ve iş modellerinin dönüşmesine yol açmıştır.

Bu eğilimler doğrultusunda bireyler hem kendine hem de içinde bulunduğu topluma sosyal ve ekonomik değer yaratmak için girişimcilik faaliyetlerine ilgi göstermeye başlamıştır. Girişimcilik ve girişim motivasyonu, yaşam döngüsü, büyüklük ve behzeri nitelikleri içeren farklı yaklaşımlarla tanımlanmaktadır. Girişimcilik en genel tanımıyla risk alma, yaratıcılık ve/veya yeniliği sağlam bir yönetim ile yeni veya mevcut bir kuruluş içinde harmanlayarak ekonomik faaliyet başlatma ve geliştirme sürecidir.¹¹ Girişimci ise; yeni ürün, süreç ve pazarları tespit edip yeni bir iş kuran veya var olan ekonomik faaliyeti büyüterek değer yaratan bireyler, bireylerin oluşturduğu takımlar veya kurumlardır.

Girişim Aşamaları

Girişimcilik süreci, yeni iş kurma ve büyütme sürecinin yanı sıra fikir aşaması da dahil farklı aşamaları kapsamaktadır. Girişimcilik faaliyeti genellikle iş fikrinin doğuşundan başlar, bu fikrin hayata geçirilmesi için gereken hazırlıkların yapılmasıyla ve girişimin kurulmasıyla devam eder, şirketin sürdürülebilir bir noktaya gelmesiyle sona erer. En az 3,5 yıl olarak değerlendirilen toplam girişimcilik aktivitesi kendi içinde birbirini takip eden iki alt evrede ele alınmaktadır (Şekil 1). Girişimcilik hayatı bir iş fikri olup bu iş fikriyle şirket kurmak için çalışmalar yapan ve 3 aydan daha uzun bir süredir herhangi bir maaş ya da sermaye ödemesi yapmayan yeni doğan girişimci olarak başlar.

Takip eden evrede kurduğu işi 3,5 yıla kadar sürdürebilen erken aşama girişimciler yer alır.

Şekil 1: Girişimcilerin Geçirdiği Evreler ve Toplam Girişimcilik Aktivitesi



Kaynak: GEM

Kamu politikaları açısından bu sürecin başına kişinin girişimcilik yolunda ilk adımı atmasını sağlayacak, fikir üretmesini teşvik edecek, cesaretlendirecek bir farkındalık aşaması ile girişimcilik politikasının işletme politikasına geçişinde büyüme aşaması ve ileri aşama olarak iki yeni adım daha eklenir (Şekil 2). Buna göre girişimciliğin dört aşaması şöyledir:

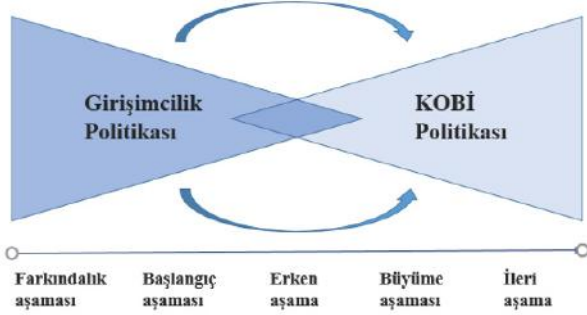
- **Farkındalık aşaması:** Kişinin fikir, beceri ve ilgisini değer yaratmak üzere kullanabileceği ve buna yönelik ortam koşulları hakkında bilgi sahibi olduğu aile, okul ve hayat boyu öğrenme ortamlarını içeren dönem
- **Başlangıç aşaması (Yeni doğan girişimci):** İş henüz fikir boyutunda olduğu, girişimcinin iş kurmaya niyetlendiği, iş planını geliştirdiği ve kurucu takımın şekillendiği dönem.
- **Erken aşama:** Ürün veya hizmetin hazırlandığı, prototipin geliştiği ancak henüz son halinin müşteriye satılmadığı dönem.
- **Büyüme aşaması:** Ürünün veya hizmetin ticari olarak müşterilerle buluştuğu, girişimin cirosunu artırmayı hedeflediği dönem.
- **İleri aşama:** Girişimin karlı bir bilançosunun olduğu ve ürün veya hizmetin pazarda kabul gördüğü dönem.

10- Chen, D. H., ve Dahlman, C. J. (2005)

11-Ahmad, N. ve Seymour, R.G. (2008)

12-KOSGEB (2015)

Şekil 2: Kamu Politikaları Perspektifinden Girişimciliğin Aşamaları



Kaynak: Lundström, A. ve Stevenson, L., PAL tarafından derlenmiştir.

Zeynep Arca (Arcadia Vineyards Kurucu Ortağı): *Motivasyonum biraz alışılmışın dışında. Niyetim şehrin dışında bir şeyler yapmak ve toprakla çalışmaktı esasen. Benim durumum biraz tersten gelişti. İçimden gelen bir his ile yola çıktım, sonra girişime dönüştü. Böyle bir girişim çok akıllıca olur, analitik bir şekilde iyi bir getirisi olur diye düşünerek yola çıkılmış bir şey değildi. Daha çok reklam sektöründe çalışırken, “ben toprakla çalışmak istiyorum” diyerek başlayan bir şeydi. (...) Pazardaki fırsatı şöyle gördük; Türkiye’de iyi kalite şarap yapılabilmesi için büyük bir potansiyel vardı ama yeterince değerlendirilmiyordu.*

Girişimcilerin Motivasyonu ve Etkisi

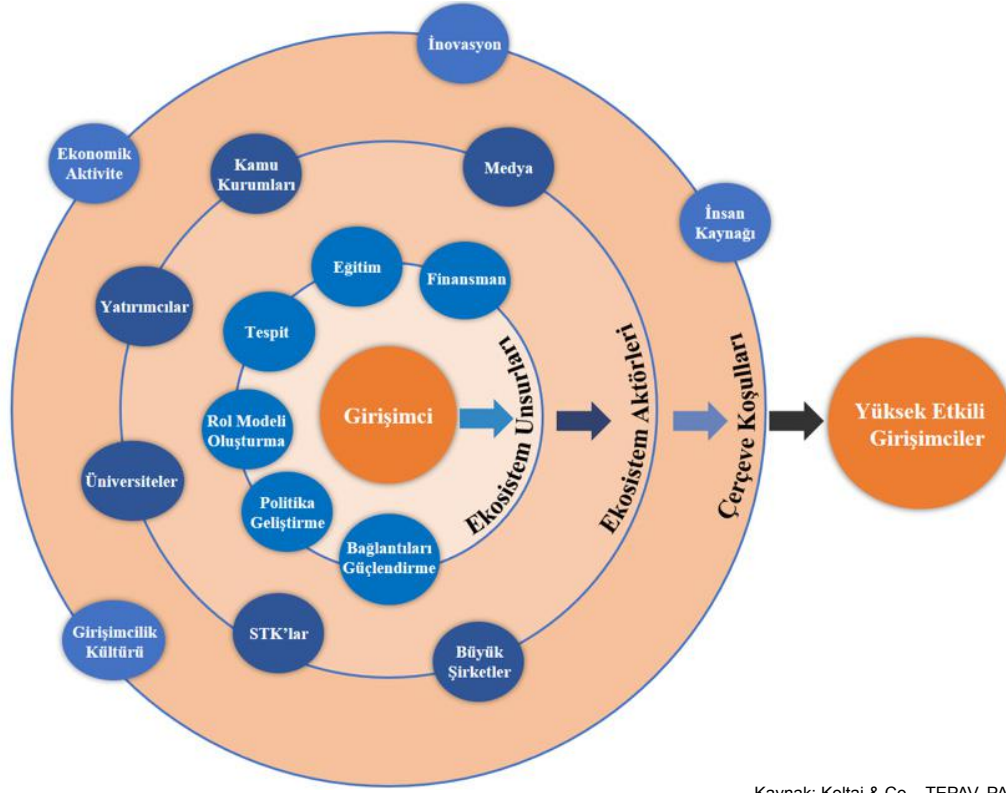
Bireylerin girişimci olma motivasyonunu ihtiyaç ve fırsat olmak üzere iki unsur belirlemektedir. Bu çerçevede ihtiyaç girişimcisi ve fırsat girişimcisi olarak farklı motivasyonlarla yola çıkan süreçte risk iştahına göre girişimin yarattığı değer farklılaşmaktadır (Şekil 4).¹³ İhtiyaç girişimcileri daha iyi gelir getiren bir iş alternatifi olmadığı için finansal dayanıklılık adına iş kuran birey, grup veya kurumlardır. Bu girişimciler minimum risk ile bireysel gelirini maksimuma çıkarmayı amaçlar. Fırsat girişimcileri ise pazarda fırsat görüp bu fırsata yönelik harekete geçenlerden oluşmaktadır. Pazardaki fırsat arayışlarını idealler ve kendini gerçekleştirme arzusu da tetikleyebilir. Fırsatlara yönelik yenilikçi yaklaşımlara sahip ve risk iştahları yüksek girişimcilerin, ihtiyaç girişimcilerine nazaran büyüme potansiyeli yüksek girişimler kurmaları daha olası görülmektedir. O nedenle yüksek etkili girişimcilerin fırsat girişimcilerinin küçük bir alt kümesi olduğunu söylenebilir.¹⁴ Bazı girişimciler de iki girişimci motivasyon özelliklerini bir arada barındırarak karma bir model oluşturmaktadır.

Girişimcilik motivasyonları Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidiyle ilişkilendirilebilir. Fırsat girişimcileri, kendilerini gerçekleştirme ve potansiyeline ulaşabilme hedefleri ile ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidinde en üst noktalara yerleşmektedir. İhtiyaçları gidermek adına ekonomik gelir elde etme ve finansal dayanıklılık sağlama motivasyonu ile hareket eden ihtiyaç girişimcileri ise piramidin daha aşağı katmanlarında yer almaktadır (Şekil 3). Buna göre piramit üzerinde yukarı doğru gidildikçe fırsat girişimcilerinin, aşağıya doğru gidildikçe ihtiyaç girişimcilerinin motivasyonunun yansıtıldığı söylenebilir. Öte yandan, bu motivasyonu tetikleyecek ekonomik koşulların da ihtiyaç ve fırsat girişimcileri için önemi büyüktür. Ekonomik olarak az gelişmiş ülkelerdeki kısıtlı iş imkanları, girişimciliği bir gelir yaratma amacı haline getirmektedir.

13-Dantas, J. G., Moreira, A. C., & Valente, F. M. (2018)

14-Zacharakis, A. (2012)

Şekil 5: Altı Unsur – Altı Paydaş Girişimcilik Ekosistem Modeli ve Çerçeve Koşullar



Kaynak: Koltai & Co. , TEPAV, PAL tarafından derlenmiştir.

Girişimcilik ekosistemini oluşturan altı unsur ve altı paydaşın etkileşimi çerçeve koşullarının da destekleyici bir yapıda olmasıyla daha fazla yüksek etkili girişimin kurulmasını sağlayabilir. Girişimcilik ekosistemi; ekosistem içindeki girişimcilerin tespit edilmesi, aktörler arasındaki bağlantıların güçlendirilmesi, girişimcilik ve bağlantılı konular hakkında eğitimlerin yapılması, rol modellerin oluşturulması, finansmana erişim ve politika geliştirme unsurlarının güçlenmesiyle gelişmektedir. Kamu kurumları, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve kanaat önderleri, girişimci dostu şirketler, yatırımcılar, medya gibi paydaşların tüm unsurları yürüten ve destekleyen bir yapıda olmasıyla girişimcilerden yüksek etkili girişimcilere geçiş kolaylaşmaktadır. Bu altı unsur ve altı paydaşın etkileşimi, girişimlerin kurulması ve büyümesine zemin oluştursa da çerçeve koşulların önemi göz ardı edilmemelidir. İnsan kaynağı, inovasyon altyapısı, girişimci ekonomik aktivite ve kültürel faktörleri kapsayan çerçeve koşullarının da ekosistem içinde

engelden çok fayda sağlaması girişimcilik altyapısının gelişmesine ve girişimcilik kültürünün yayılmasına katkı sağlamaktadır. hakkında eğitimlerin yapılması, rol modellerin oluşturulması, finansmana erişim ve politika geliştirme unsurlarının güçlenmesiyle gelişmektedir. Kamu kurumları, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve kanaat önderleri, girişimci dostu şirketler, yatırımcılar, medya gibi paydaşların tüm unsurları yürüten ve destekleyen bir yapıda olmasıyla girişimcilerden yüksek etkili girişimcilere geçiş kolaylaşmaktadır. Bu altı unsur ve altı paydaşın etkileşimi, girişimlerin kurulması ve büyümesine zemin oluştursa da çerçeve koşulların önemi göz ardı edilmemelidir. İnsan kaynağı, inovasyon altyapısı, girişimci ekonomik aktivite ve kültürel faktörleri kapsayan çerçeve koşullarının da ekosistem içinde engelden çok fayda sağlaması girişimcilik altyapısının gelişmesine ve girişimcilik kültürünün yayılmasına katkı sağlamaktadır.

Türkiye’deki Girişimci Kadınlar

Türkiye’de girişimci kadınları desteklemek ve yüksek etkili girişimcilerin önünü açabilmek için girişimci kadınların mevcut durumunu anlamak ve iyileştirilmesi gereken alanları tespit etmek gereklidir. Bu anlamda girişimci kadınların demografik ve sektörel özellikleri; önceki deneyimleri; aile, yakın çevre ve toplumun girişimci kadınları nasıl etkilediği; iş hayatında yaşadıkları zorluklar ve ekosistemde geliştirilmesi gereken alanlar aşağıdaki bölümlerde incelenmektedir. Her bir konu masa başı araştırmalar, derinlemesine mülakatlar ve anket çalışmalarının sentezlenmesiyle analiz edilmiştir. Sonuç ve öneriler kısmındaysa yine çeşitli kaynakların sentezlenmesiyle girişimci kadınların gelişmesini ve daha çok yüksek etkili girişimci kadın çıkmasını amaçlayan bir ekosisteme dair politika önerileri sunulmaktadır.

1.1. Türkiye’de Girişimci Kadınlar Kimler? Demografik ve Sektörel Özellikler

İşin sahipliği, kuruluş aşaması ve motivasyonuna göre girişim tanımı çeşitlilik göstermekte, bu çerçevede kullanılan veriler de farklılaşmaktadır. Türkiye’de de uygulanan Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Uluslararası İşteki Durum Sınıflaması (ICSE,1993) göre “işveren ve kendi hesabına çalışma” tanımı resmi istatistiklerde girişim aktivitesini ölçmek için en geniş çerçevede kullanılan standardize edilmiş tanımdır.²⁰ Küresel Girişimcilik Monitörü gibi özel anket uygulamalarına dayalı veriler de girişimciliğin çeşitli özelliklerine göre tanımlanması ve ölçülmesi için imkân sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında yürütülen anket çalışması firma hissedarlığı, yöneticilik rolü ve kuruluş zamanı değişkenleri dikkate alarak girişimci kadınların durum, görüş ve beklentilerini araştırmaktadır.

İşgücü Anketlerinde İktisadi Faaliyet Grupları Uluslararası İşteki Durum Sınıflamasını takip eden TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketine göre iktisadi faaliyet dört grupta ölçülmektedir

İşveren: Tek başlarına veya birkaç ortak ile beraber “kendi hesabına” olarak tabir edilen işleri yapan kişilerdir. Yürüttükleri işler için en az bir kişiyi istihdam ederek karşılığında ücret öderler. Bir işyeri sahibi olan ve iş kanununa göre bir hizmet akdine dayanarak herhangi bir işte ücret karşılığı işçi çalıştıran tüzel veya gerçek kişileri ifade eder. Personel çalıştıran serbest meslek erbaplarına da işveren denilebilir.

Kendi hesabına çalışan (KHÇ): Tek başlarına veya birkaç ortak ile kendi işlerini yürüten, bir başkası tarafından ücret almayan ve bir başkasını da istihdam etmeyen kişilerdir. Çalışan istihdam etmeksizin kendi nam ve hesabına mal ve hizmet üretimi yapan ve projenin tamamlanmasında profesyonel katkı sağlayan kişiyi ifade eder. İşlerini sürdüren ve büyüten KHÇ’lerin süreç içinde bir işyeri sahibi olması ve personel istihdam ederek işverene dönüşmesi beklenir.

Ücretli/yevmiyeli çalışan: Bir başka gerçek ve tüzel kişi tarafından istihdam edilerek düzenli olarak çalışan ve karşılığında ücret alan kişileri tarif eder.

Ücretsiz aile işçisi: Aynı aileye ait oldukları bir kişi tarafından işletilen piyasa ortaklı bir işte çalışan, bunun karşılığında resmi bir maaş almayan kişilerdir.

Kaynak: Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Uluslararası İşteki Durum Sınıflaması (ICSE,1993)

İşgücü anketlerini motivasyon, yarattıkları etki ve girişimin hangi evresinde oldukları gibi özel bir girişimcilik tanımıyla incelemek mümkün olmasa da işveren ve kendi hesabına çalışanların oluşturduğu genel kümenin dinamikleri yol göstericidir.

2017 yılına ait istatistiklere göre Türkiye’de kadınların oluşturduğu 137.699 kişilik bir işveren grubu ve 674.352 kişilik kendi hesabına çalışan grubundan söz edilebilir. İşveren kadınlar hali hazırda en az bir kişiyi istihdam etmiş olmaları veya girişimi kendileri kurmamış dahi olsalar işlerinde kendilerini ispatlayarak işveren konumuna gelmiş olmaları itibarıyla, kendi hesabına çalışanlar ise özellikle bağımsız çalışma ekonomisinin²¹ hızla geliştiği günümüzde girişimci kadınları anlamak için önemli bir yere sahiptir. İşveren ve kendi hesabına çalışanların ve 2010 – 2017 arası betimsel istatistikleri sırasıyla Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: İşverenlerin ve Kendi Hesabına Çalışanların Betimsel İstatistikleri: GYK 2010-2017

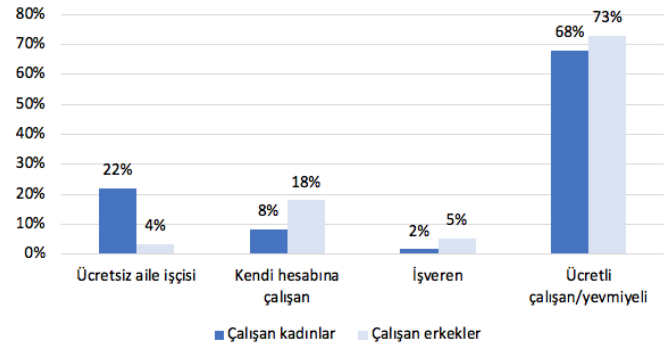
	2010	2017
Nüfus (+15 yaş)	52,5 milyon	59,9 milyon
İşgücü	24,3 milyon	27,3 milyon
İşverenler	1 milyon	1,2 milyon
İşveren kadınlar	90 bin	138 bin
İşverenlerin nüfustaki payı	%2,0	%2,0
İşverenlerin işgücündeki payı	%4,3	%4,3
Kadınların işverenlerdeki payı	%8,6	%11,7
KHC'ler	4,7 milyon	4,1 milyon
KHÇ kadınlar	753 bin	674 bin
KHC'lerin nüfustaki payı	%8,9	%6,9
KHC'lerin işgücündeki payı	%19,2	%15,1
Kadınların KHC'deki payı	%16,1	%16,3

Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi

2010 yılından 2017 yılına gelindiğinde işveren kadınların oranında bir yükseliş, KHÇ kadınların oranında ise düşüş görülmüştür. 2017 TÜİK Hane Halkı İşgücü Anketi verilerine göre toplam işverenlerin içinde kadınların oranı yüzde 11,7’dir. Bu oran yaklaşık 137.699 kişiye denk gelmektedir. Toplam kendi hesabına çalışanların ise yüzde 16,3’ü kadınlardan oluşmaktadır. Yani yaklaşık olarak 674.351 kadın kendi hesabına çalışmaktadır. Bu oranlar 2012 yılı için sırasıyla yüzde 7,4 ve 17,2’dir. İşveren kadınların oranında görülen bu artışın bir kısmı Türkiye’de işveren oranında görülen artışla açıklanabilir. Yine de çalışan kadınların içinde KHÇ ve ücretsiz aile işçi oranlarının düşüş gösterirken işveren oranlarının artış göstermesi, kadınların serbest meslek sahipliği etkinliğinin gelişimine dair önemli göstergelerden biri olarak ele alınabilir.

Yine de KHÇ ve işveren statüsündeki kadınlar ile erkekler arasında önemli farklar bulunmaktadır. Çalışan kadınların sadece yüzde 2’si işveren iken erkeklerde bu oran yüzde 5’tir. Yani sıra, KHÇ kadınlar arasında yüzde 10’luk fark dikkat çekmektedir (Şekil 6). Bunun aksine, ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlar yüzde 22 ile erkeklerden oldukça yüksektir. Bu statüdeki kadınların ücretli çalışan statüsüne geçmesi ile ücretli çalışan arasındaki kadın erkek oranı yakınsayabilir.

Şekil 6: Cinsiyete göre Çalışan Bireylerin İşgücü Dağılımı, 2017



İşveren kadınların ücretli çalışanlardan ortalama 7 yaş daha büyük olduğu görülmektedir. Türkiye Hane Halkı İşgücü Anketi’ne göre kadın işverenlerin yaş ortalamasının 42,5 olduğu görülmektedir. KHÇ’lerin yaş ortalaması ise 44’tür. Ücretli çalışan ve yevmiyelilerin yaş ortalamaları sırasıyla 34,6 ve 38,1’dir (Tablo 2). Bu grup içinde özellikle ücretli çalışanlar içerisinde genç kitlenin geleceğin girişimci adaylarını barındırdığı söylenebilir. Kadınlar içinde ücretli çalışanlar ve işverenler arasındaki yaklaşık 7 yaşlık farkın

21- Bağımsız çalışma ekonomisi (Gig Ekonomisi) birden fazla müşteriye kısa süreli hizmet sunan, ya da tek bir işyerine hizmet sunsa da işyerinde fiziksel olarak tam zamanlı bulunmayan çalışanların oluşturduğu ekonomik faaliyeti ifade eder. Independent Work: Choice, Necessity, And The Gig Economy, Mckinsey Global Institute, 2016 çalışmasına göre ABD ve AB-15 ekonomilerinde çalışma çağındaki nüfusun yüzde 20 ile 30’u bağımsız çalışmaktadır.

genellikle 7 yıllık bir tecrübe anlamına geldiğini söylemek yanlış olmaz. Çalışma kapsamında yürütülen ankete katılan girişimcilerin, şirketlerini kurdukları ortalama yaş ise yaklaşık 31'dir. Bu kişilerin ortalama yaşı ise 2019 sonu itibarıyla 43'e tekabül etmektedir. Yani TÜİK anketindeki işveren görüntüsü ile bir benzeşme olduğu söylenebilir. Türkiye'deki bazı yüksek etkili girişimci kadınlardan oluşan mülakat grubunun yaş ortalaması ise 33,4'tür.

Evlilik, Türkiye'de kadınların iş kurmasına engel teşkil etmemektedir. Tablo 2'de görüldüğü üzere işverenlerin yüzde 72'si, KHÇ'lerinse yüzde 74'ü evlidir. Mülakat yapılan 35 katılımcının 18'inin (%51,4) ilk girişimcilik deneyiminde evli olduğu saptanmıştır. BIT girişimcilerinde bu oran yüzde 54, sosyal girişimcilerde yüzde 50, hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerde yüzde 62,5, yüksek teknoloji ve imalat sanayinde faaliyet gösteren girişimcilerdeyse yüzde 83'tür. Eşiyle ortak bir girişim kurma deneyimine sahip olanların oranları ise BIT girişimcilerinde yüzde 36, sosyal girişimcilerde ve danışmanlık sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerde yüzde 0, hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerde yüzde 12,5, yüksek teknoloji ve imalat sanayinde faaliyet gösteren girişimcilerde ise yüzde 50'dir.

Tablo 2: Esas İş Durumuna göre Kadınların Sayısı, Yaş Ortalaması ve Medeni Durumu

Esas İş Durumu	Toplam Kadın Sayısı	Yaş ortalaması	Medeni Durum			
			1. Evli	2. Bekar	3. Dul	4. Bosanmış
Ücretli çalışan	5,2 milyon	34,6	%61	%31	%1	%7
İşveren	138 bin	42,5	%72	%14	%8	%6
Yevmiyeli	397 bin	38,1	%66	%23	%7	%5
KHÇ	674 bin	43,9	%74	%9	%11	%6
Ücretsiz ile işçisi	1,8 milyon	44,4	%89	%9	%2	%0
Çalışmayan ya da işsiz	22,1 milyon	43,3	%63	%20	%14	%3
Toplam	30,2 milyon					

Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi

Türkiye'deki işveren kadınların eğitim durumları Türkiye ortalamasına göre belirgin bir şekilde daha yüksektir. Bu sonuç hem TÜİK Hane Halkı İşgücü Anketi'nde hem de çalışma kapsamında yapılan ankette görülmektedir. TÜİK'in verilerine göre işveren kadınlar, tüm çalışma durumlarında üniversite ve üstü dereceye sahip olanların oranının en yüksek olduğu gruptur. İşverenlerin yüzde 31'i üniversite, yüzde 6'sı da yüksek lisans ve doktora derecesine sahiptir. Ücretli çalışan

Eğitim durumu açısından baktığımızda işverenlere en benzer demografiyi ücretli çalışanların ortaya koyduğu görülmektedir. Öte yandan kendi hesabına çalışan kadınların içinde lisans ve üstü dereceye sahip olanların oranı düşük seviyelerdedir. Ayrıca tüm işverenler içinde yüzde 12 olan kadın payı, üniversite mezunu işverenler içinde yüzde 20'ye yükselmektedir. Bu anlamda bireylerde eğitim düzeyi arttıkça işverenlerde görülen cinsiyet farkının azaldığı söylenebilir.

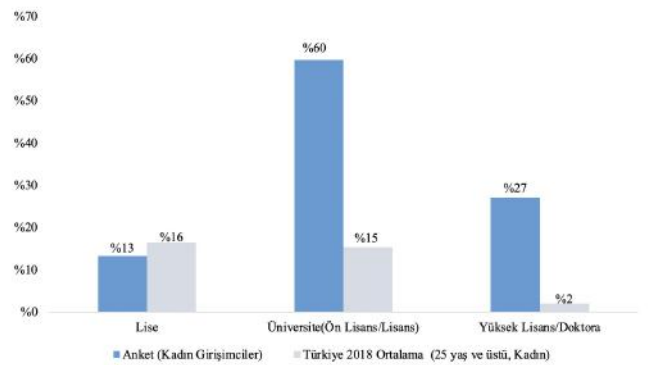
Tablo 3: Esas İş Durumuna göre Kadınların Eğitim Durumu

Esas İş Durumu	Toplam Kadın Sayısı	Eğitim Durumu					
		1. Eğitimsiz	2. İlkokul veya ortaokul	3. Lise	4. Yüksekokul	5. Üniversite	6. Yüksek lisans veya doktora
Ücretli çalışan	5,2 milyon	%6	%29	%21	%13	%28	%4
İşveren	138 bin	%1	%40	%17	%5	%31	%6
Yevmiyeli	397 bin	%22	%61	%12	%2	%2	%0
KHÇ	674 bin	%18	%60	%12	%3	%7	%1
Ücretsiz ile işçisi	1,8 milyon	%30	%63	%5	%1	%1	%0
Çalışmayan ya da işsiz	22,1 milyon	%28	%50	%15	%3	%4	%0
Toplam	30,2 milyon						

Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi

Çalışma kapsamında yapılan ankette de ankete katılan girişimci kadınların eğitim düzeyinin Türkiye ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür (Şekil 7).

Şekil 7: Ankete Katılan Girişimci Kadınların Eğitim Durumu ve Türkiye'de Kadınların Ortalama Eğitim Durumu



Kaynak: TÜİK ve Kız Kardeşim Türkiye'de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Türkiye’de kadınların erkeklere göre en çok mezun olduğu bölümler sağlık, eğitim ve sosyal mesleklere yönelik bölümlerdir. Öte yandan kadınların FeTeMM (STEM) bölümlerine rağbet etmediği ve FeTeMM bölümlerinden mezun olan erkeklerle kadınlar arasında büyük bir uçurum olduğu ortaya çıkmaktadır. FeTeMM bölümlerinden mezun olan kadınların oranı FeTeMM bölümlerinden mezun olan erkeklerin yaklaşık yarısıdır.²² Yüksek etkili girişimcilerin çoğunlukla bilgi ve iletişim teknolojileri, mühendislik, sanayi ve inşaat bölümleri gibi FeTeMM bölümlerinden mezun olduğu bilinmektedir.²³ Bu anlamda Türkiye’de kadınların yüksek etkili girişimci olma potansiyeli açısından erkeklere göre dezavantajlı bir konumda olduğu söylenebilir (Tablo 4).

Tablo 4: Türkiye’de Kadınların ve Erkeklerin Üniversite Bölümlerine Katılım Oranları, 2020

Kadınların mezun olduğu dereceler (sırayla)	Erkeklerin mezun olduğu dereceler (sırayla)	Kadınların erkeklere göre en çok mezun olduğu dereceler, kadın/erkek (sırayla)
İşletme, İdari Bilimler ve Hukuk	İşletme, İdari Bilimler ve Hukuk	Sağlık ve Sosyal İşler
Sanat ve Beşeri Bilimler	Mühendislik, Sanayi ve İnşaat	Eğitim
Eğitim	Sanat ve Beşeri Bilimler	Sanat ve Beşeri Bilimler
Sağlık ve Sosyal İşler	Eğitim	Doğa Bilimleri, Matematik ve İstatistik
Sosyal Bilimler, Gazetecilik ve Enformasyon	Sosyal Bilimler, Gazetecilik ve Enformasyon	Sosyal Bilimler, Gazetecilik ve Enformasyon
Mühendislik, Sanayi ve İnşaat	Hizmetler	İşletme, İdari Bilimler ve Hukuk
Doğa Bilimleri, Matematik ve İstatistik	Sağlık ve Sosyal İşler	Tarım, Ormancılık, Bahçılık ve Veterinerlik
Hizmetler	Doğa Bilimleri, Matematik ve İstatistik	Hizmetler
Tarım, Ormancılık, Balıkçılık ve Veterinerlik	Bilgi ve İletişim Teknolojileri	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
Bilgi ve İletişim Teknolojileri	Tarım, Ormancılık, Balıkçılık ve Veterinerlik	Mühendislik, Sanayi ve İnşaat

Kaynak: WEF Global Gender Gap Report 2020

Mülakat yapılan ve BIT sektörlerinde faaliyet gösteren girişimcilere bakıldığında neredeyse hepsinin Türkiye’nin en iyi üniversitelerinin FeTeMM bölümlerinden mezun oldukları görülmüştür. Bu bölümler arasında inşaat mühendisliği, elektrik-elektronik mühendisliği, matematik ve bilgisayar programcılığı bulunmaktadır. Sadece bir kişi işletme bölümünden mezun olmuştur.

Görüşmecilerin çoğu lisans derecesini tamamladıktan sonra Türkiye’de ya da yurtdışında yüksek lisans yapmıştır. Ayrıca gruptaki bir kişinin akademik kariyeri bulunmaktadır. Belirtilen okul ve bölümlerin bugün girişimcilik, inovasyon ve yaratıcılık kültürünü aşılama yönelik birçok faaliyeti bulunmaktadır. Mezun olunan bölümlerin ve mezun olunan okulların yüksek etkili girişimciliği aşılama yönelik faaliyetlerinin bu gruptaki kişileri yüksek etkili girişimci olmaya teşvik ettiği söylenebilir.

Yine de mülakat yapılan yüksek teknoloji ve imalat sektörlerinde faaliyet gösteren girişimci kadınların tümü FeTeMM bölümlerinden mezun olmamıştır. Bu grupta, mühendislik ve tıp gibi FeTeMM bölümlerinden mezun olanlar olmakla birlikte neredeyse yarısı sosyal bilimler ve eşit ağırlık bölümlerinden mezun olmuştur. Bu kişiler genellikle üniversitede edindikleri bilgi birikimini kariyer deneyimleriyle birleştirerek yüksek teknoloji/imalat sektöründeki mevcut işlerini kurmuşlar ve yürütmüşlerdir. Bu grupta dikkati çeken diğer bir bulgu da görüşmecilerin liseden yüksek lisans seviyesine kadar değişen eğitim seviyelerine sahip olmasıdır.

Mülakat yapılan sosyal girişimcilerin neredeyse tamamının girişimciliğin özendirildiği okullardan mezun olması dikkat çekicidir. Bu kişiler, liseden itibaren yaratıcılıklarını geliştiren, inisiyatif alıp problem çözme becerileri kazandıran okul içi faaliyetlerde bulunmuşlar ve bunun, bugünkü girişimcilik faaliyetleri için çok değerli olduğunun altını çizmişlerdir. Bu durum girişimcilik kültürünün aşılandığı okulların, bireyleri girişimciliğe hatta etki yaratan girişimciliğe yönelttiğini gösterir niteliktedir. Bunun yanı sıra bir kişi dışında görüşülen tüm sosyal girişimciler, sosyal veya eşit ağırlık bölümlerini tercih etmişlerdir. Bu durum, yüksek teknoloji ve imalat sektörlerinde faaliyet gösteren girişimcilerde de görüldüğü üzere mezun olunan bölümle girişimcilik faaliyetinin yapıldığı sektör arasında doğrusal bir ilişki olmadığına işaret etmektedir.

Girişimcilikten önceki yurtdışı eğitim ve deneyimlerinin girişimcilikteki başarıyı olumlu etkilediği görülmüştür.

22- WEF (2019)

23-Blume-Kohout, M. (2014)

Yapılan bir çalışmada Türkiye’de girişimcilerin yüzde 48’inin iş kurmadan önce iş amaçlı yurtdışında bulunduğu, hızlı büyüyen girişimcilerin ise yüzde 81’inin iş kurmadan önce iş amaçlı yurtdışında bulunduğu tespit edilmiştir.²⁴ Çalışma kapsamında yapılan mülakatlarda bir görüşmeci de yüksek lisansının ilk senesinde ABD’ye gittiğini ve bu deneyimlerinin ona daha sağlam ve sürdürülebilir bir iş fikri oluşturmaya hizmet ettiğini anlatmıştır. Bu kişi, ABD pazarını incelediğinde Türkiye pazarında iş kurmak için bir fırsat olduğunu fark etmiştir. Bu gözleminin ardından şirket kurmak istediği alanda yurtdışında çeşitli eğitimler alarak bilgi birikimini iyice sağlamlaştırmış ve şirketini öyle kurmuştur.

Nazlı Esen (Tea.Co, Kurucu): “Yüksek lisansın birinci senesinde Amerika’ya gittim. Orada çok fazla çeşitte, dünyanın her yerinden gelen çaylar vardı ve popülerdi. Bizim bildiğimizden daha fazlası olduğunu gördüm. Bizim ülkemizde kimler bu işi yapıyor, Türkiye’de üretilebilir mi diye araştırdım. Belli ürünleri üretebiliyoruz ama işleme teknolojilerinin yetersizliği gibi sebeplerle üretilmediğimiz ürünlerin de olduğunu gördüm. Ülkemizde çay bilimi çok bilinen bir şey değil. Amerika’da olduğum dönem, Türkiye’de kahve dükkanlarının çok arttığı ve popülerleştiği bir dönemdi. İlk fikir bu şekilde çıktı. Kahve dükkanlarının, çay dükkanı versiyonu nasıl olur diye düşündük.”

Türkiye’nin geneline bakıldığında, işveren kadınların en çok faaliyet gösterdiği sektör idari ve destek hizmet faaliyetleridir. Bu sektörün işveren kadın oranıyla (%41) işveren erkek oranının (%59) en yakın olduğu sektör olduğu da görülmektedir (Tablo 5). Hemen arkasından finans ve sigorta faaliyetleri, insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri yüzde 36’lık işveren kadın oranıyla öne çıkmaktadır. Kadın işveren oranının görece yüksek olduğu bir diğer sektör ise bilgi ve iletişim sektörüdür. Bilgi ve iletişim sektöründeki işverenlerin yüzde 28’i kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 5: İşveren, Kendi Hesabına Çalışanlar ve SGK’ya Kayıtlı Çalışanlar için Sektöre göre Kadın Oranları, 2017

	İşveren	KHK	SGK
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	%41	%82	%34
İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	%36	%37	%65
Finans ve Sigorta Faaliyetleri	%36	%45	%48
Bilgi ve İletişim	%28	%10	%41
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	%22	%31	%42
Diğer Hizmet Faaliyetleri	%20	%19	%39
Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri	%16	%10	%32
Gayrimenkul Faaliyetleri	%15	%4	%26
Kültür, Sanat, Eğlence, Dinlenme ve Spor	%14	%2	%33
Toptan ve Perakende Ticaret	%10	%11	%34
İmalat	%8	%32	%24
Tarım, Ormancılık, Avcılık ve Balıkçılık	%7	%17	%29
İnşaat	%7	%0	%6
Ulaştırma ve Depolama	%6	%0	%15
Eğitim	%6	%33	%66
Elektrik, Gaz, Buhar, Su Temini ve Kanalizasyon	%0	%2	%9

Kaynak: TÜİK, SGK

Ana sektör kırılımlarına (NACE Rev.2) göre sektör sınıflarının çoğunda işveren kadınların işveren erkeklere göre belirgin şekilde daha az olduğu görülmüştür. Bazı sektörlerde kadın işverenlerin oranı yüzde 10’un altına kadar düşebilmektedir. İşverenlerin içindeki kadın oranı, kendi hesabına çalışanların ve Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) üzerinden sigortalı olarak çalışanların içindeki kadın oranı ile kıyaslandığında sektördeki kısıtlara veya potansiyellere ilişkin bazı öngörüler elde edilebilir. Bunlardan bazıları aşağıda gösterilmiştir:

- Eğitim sektöründe yer alan işverenlerin içindeki kadın oranı yüzde 6 olmasına karşın kendi hesabına çalışanlar içinde kadın oranı yüzde 33’tür. Öte yandan SGK verilerine göre eğitim sektöründe sigortalı olarak çalışanların yüzde 66’sı kadındır. Bu verilere göre eğitim sektöründe kendi işini kurabilecek potansiyele sahip çok sayıda kadın olduğu söylenebilir. Ancak bu kadınlar birtakım engellerden dolayı eğitim alanında işveren statüsü kazanamamaktadır.

- Toptan ve perakende ticaret sektöründe işverenlerin yalnızca yüzde 10’u kadındır. Bu sektörde kendi hesabına çalışanlar içinde kadın oranı da benzer şekilde yüzde 11’dir. SGK’ya kayıtlı çalışanlar içindeki kadın oranı ise yüzde 16’dır. Toptan ve perakende sektörünün kadınların pek rağbet göstermediği bir sektör olduğu söylenebilir.

24- Cansız, M. (2013)

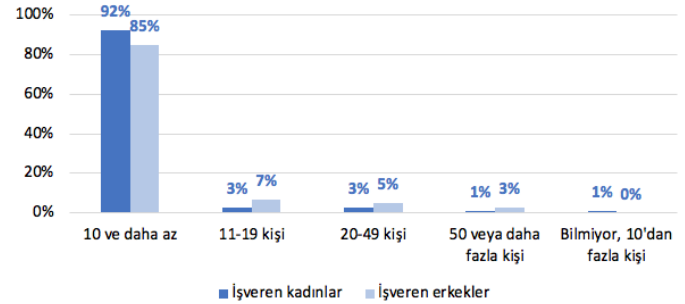
- Finans ve sigorta faaliyetleri sektöründe işverenlerin yüzde 36'sı kadınlardan oluşmaktadır. Tüm sektörler içinde işveren kadın oranının en yüksek olduğu ikinci sektördür. Bu sektördeki kendi hesabına çalışanların oranı yüzde 45, SGK'ya kayıtlı çalışanların oranı ise yüzde 55 seviyesindedir. Finans ve sigorta sektöründen kadınların iş kurduğu görülmektedir ancak kadın girişimciliğinin bu alanda daha çok geliştirilmesi ve bu sektörden daha çok etki yaratan girişimci kadın çıkmasının önündeki engellerin araştırılması önemlidir.

- Kadın işveren oranının erkek oranına en yakın olduğu sektör idari ve destek hizmet faaliyetleridir. Bu alanda kendi hesabına çalışanların içinde kadın oranı yüzde 82 gibi yüksek bir seviyedeyken SGK'ya kayıtlı kadın çalışanların oranı yüzde 34'tür. İşveren oranı çalışan oranına göre daha yüksek olduğundan bu sektörün kadınlar için bir fırsat alanı olduğundan söz edilebilir.

- Bilgi iletişim sektörü ve mesleki, bilimsel, teknik faaliyetler sektörü SGK'ya kayıtlı çalışan kadın oranının yüksek (sırasıyla yüzde 41 ve yüzde 42), işveren oranının düşük olduğu iki sektördür. Bilgi ve iletişim sektöründe işverenlerin yüzde 28'ini, bilimsel ve teknik faaliyetler sektöründe ise işverenlerin yüzde 22'sini kadınlar oluşturmaktadır. Bu iki sektörde kadınların girişimcilikten ziyade ücretli çalışmayı tercih ettiği söylenebilir.

İşverenler şirket büyüklüklerine göre incelendiğinde işveren kadınların nispeten daha az kişiyi istihdam ettiği görülmektedir. İşverenlerin çok büyük bir kısmının (kadınların yüzde 92'si, erkeklerin yüzde 85'i) mikro işletme sahibi olduğu, yani 10'dan az kişiyi istihdam ettiği görülmektedir. Buna rağmen işveren kadınların içerisinde 20'den fazla kişi istihdam edenlerin oranı yüzde 5 iken erkekler için bu oran yüzde 8'dir (Şekil 8). Bu anlamda erkeklerin kurduğu işletmelerin kadınların kurduğu işletmelere göre ekonomiye daha çok istihdam sağladığı söylenebilir.

Şekil 8: İşveren Kadın ve Erkeklerin Şirket Büyüklüğü Yapısı



Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi

Kadın işverenlerin sahibi olduğu görece büyük şirketlerin faaliyet alanlarında sırasıyla imalat, bilgi ve iletişim ve inşaat sektörleri öne çıkmaktadır. Kadın işverenlerin işletmeleri içinde çalışan sayısı 20 ve daha fazla kişi olan şirketler görece performansı yüksek şirketler olarak sınıflandırılabilir. Bunların bazılarının yüksek etkili girişimci olduğu da söylenebilir. Böylece, TÜİK Gelir Yaşam Koşulları anketine göre analiz yapılabilecek 5.335 işveren kadın grubu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, bu gruptaki kadınların yüzde 82'lik bir kısmı kendilerini yönetici olarak beyan etmiştir. 20'den fazla kişinin çalıştığı şirketlerdeki işveren kadınlar yüksek nitelikli ve eğitilmiş bir grup olarak dikkat çekmektedir.

1.2. İş Hayatı Girişimciliği Dışlıyor mu Destekliyor mu? Girişimci Kadınların Önceki İş ve Yöneticilik Deneyimleri

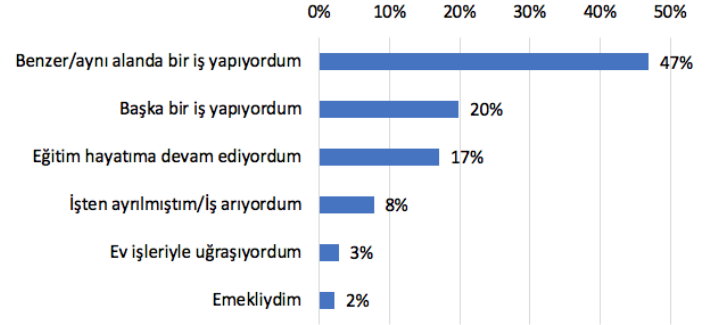
Girişimci kadınların büyük bir kısmı girişimci olmadan önce aynı veya benzer bir alanda çalışmıştır.

- Proje kapsamında yapılan ankete cevap veren katılımcıların yüzde 47'si ilk şirketlerini kurmadan önce benzer ve/veya aynı alanda iş yaptıklarını belirtmiştir (Şekil 9). İş kurmadan önce başka bir işle uğraştığını belirtenlerin oranıysa yüzde 20 olmuştur. Bu iki veri birleştirildiğinde şirket kurucularının yüzde 67'sinin daha önce çalışma hayatında aktif olarak yer aldığı görülmektedir.

- Mülakat yapılan girişimci kadınların bazıları girişimci bir yapıya sahip olduklarını veya girişimci olmak istediklerini iş hayatında farkına vardıklarını belirtmişlerdir. Bu yüzden kadınların girişimciliğe daha yakın durabilmeleri için iş hayatına katılımlarının artırılması ve iş hayatında yükselmelerinin önündeki engellerin saptanıp geliştirilmesi kritik bir öneme sahiptir. Bu sebeple kadınların iş hayatında uzak kaldıkları ya da giremedikleri sektörler bakılması da eşit derecede önemlidir.

- Eğitim hayatından sonra doğrudan girişimciliğe atılanların oranı ise yüzde 17'dir. Bu grup doğrudan girişimcilik odaklı olarak iş hayatına atılan kesim olarak nitelendirilebilir.

Şekil 9: İlk Şirketinizi Kurmadan / Kurucu Ortağı Olmadan Hemen Önce Ne ile Uğraşıyordunuz?



Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye’de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Girişimci kadınların çoğunda yöneticilik deneyimi olsa da bu grup Türkiye’de küçük bir azınlığı temsil etmektedir. Mülakat yapılan ve ankete katılan girişimcilerde orta ve üst düzey yöneticilik deneyimi olanların sayısı azımsanmayacak niteliktedir. Ankette şirket kurmuş olanların yüzde 49’unun daha önce yöneticilik deneyimi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, kadınların belli bir tecrübe birikimi ve yöneticilik deneyiminden sonra girişimci olduğunu destekler niteliktedir. Yöneticilik ve liderlik deneyimleri, girişimciliğin başarılı olması için kritik bir öneme sahiptir. Ancak birçok kadın özellikle ev ve iş yaşamını uzlaştırma konusunda yaşadıkları sıkıntılardan ötürü yöneticilik pozisyonları için erkeklerle eşit düzeyde rekabet edememektedir. Aşağıdaki veriler Türkiye’de kadınların iş hayatındaki yöneticilik aktivitelerinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir:

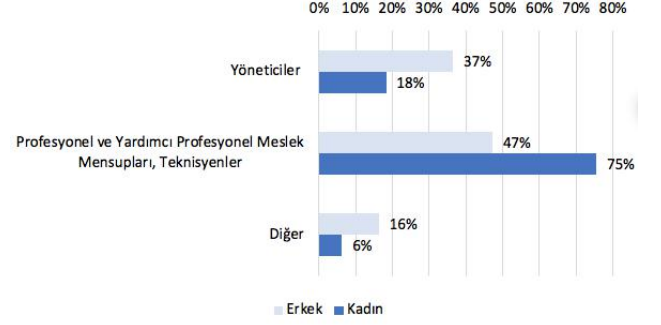
• 2018’de yayımlanan bir çalışmaya göre üst düzey yöneticilerin yüzde 18’i kadındır. Türkiye bu oranla, 144 ülke arasında 107. Sırada yer almaktadır.²⁵

• Borsada işlem gören şirketlerin yönetim kurullarının ortalama yüzde 13,4’ü kadınlardan oluşmaktadır.²⁶

• TÜİK Hane Halkı İşgücü Anketi’nde de istihdam edilen kadın ve erkeklerin meslek gruplarına göre kırılımlarına bakıldığında; istihdam edilen kadınların yüzde 18’inin yönetici olduğu görülürken erkeklerde bu oranın yüzde 36 olduğu görülmüştür.

Üniversite mezunu işveren kadınların bile yöneticilik niteliği gerektiren rollerden kaçınması dikkat çekicidir. Şekil 11’de üniversite mezunu işverenlerin cinsiyet kırılımına göre bulundukları meslek sınıflamalarının dağılımı gösterilmektedir. İşveren erkeklerin yüzde 37’si yönetici konumundayken işveren kadınların yüzde 18’i yönetici konumundadır. Öte yandan işveren erkeklerin yüzde 47’si profesyonel meslek mensubuyken işveren kadınlarda profesyonel meslek mensubu oranı yüzde 75’lere kadar çıkmaktadır. Bu durum kadınların, işveren olduklarında bile yöneticilik niteliği gerektiren iş paylaşımından ya da rollerden kaçındıklarına ve profesyonel meslek mensubu statüsünü yeğlediğine işaret edebilir.

Şekil 10: Üniversite Mezunu İşveren Kadın ve Erkeklerin Meslek Kodlarına göre Dağılımı, 2017



Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi

Öte yandan iş hayatı kadınların sosyal sermayelerini güçlendirerek girişimci olmalarını kolaylaştırmaktadır. Sosyal sermaye bireyin gerek girişimcilğe başlaması gerekse faaliyetlerini başarılı şekilde sürdürebilmesinde beşeri ve ekonomik sermayesini en etkin şekilde kullanabilmesini sağlayan kaynakları ifade etmektedir.²⁷ Bu kaynaklardan en önemlisi kuşkusuz networklerdir (iş ağlarıdır). Türkiye’de kadınlar işgücü piyasasında ve çalışma hayatında erkeklere göre dezavantajlı konumda olduğu için gereksinim duydukları networklere de erkekler kadar kolay erişememektedir. Öte yandan kurumsal veya çokuluslu şirketlerdeki çalışma deneyimi, kadınlara gereken networklere erişimleri konusunda bu tip kuruluşlarda çalışmayan kadınlara göre avantajlı konuma geçirmektedir. Görüşme yapılan girişimci kadınlardan biri uluslararası firmalardan çıktığı için ciddi bir networkü olduğunu ve bunun girişimci olduğunda kendini Türkiye’deki birçok girişimciye göre daha avantajlı duruma geçirdiğini belirtmiştir.

25- PwC (2018)

26- WEF (2019)

İş hayatı bireylere profesyonellik de kazandırmaktadır. Profesyonellik genellikle, meslek sahibi bir kişinin çalışma hayatında, uzmanlaştığı mesleği uygularken gösterdiği davranışlar olarak kabul edilmektedir.²⁸ Mülakat yapılan bazı girişimciler iş hayatında edindikleri profesyonellikle girişimcilik hayatında kadın oldukları için karşılaşabilecekleri zorlukları bertaraf ettiklerini dile getirmişlerdir.

Kadınların çalışma hayatına entegre olması pazardaki fırsatları görme açısından da önemlidir. Mülakat yapılan bir sosyal girişimci, başka bir mevcut girişim faaliyet alanından çok farklı bir kariyer yolunda ilerlerken karşılaştığı sosyal bir problemi çözmek için girişimci olmaya karar verdiğini belirtmiştir. Diğer bir görüşmeciyse faaliyet gösterdiği alanda doldurulması gereken bir pazar boşluğu gördüğü için girişimci olmaya karar verdiğini söylemiştir. Dolayısıyla iş hayatının girişimcilik potansiyeli ve niyeti olan kişiler için bir teşvik aracı ve ilham kaynağı olduğunu söylemek yanlış olmaz.

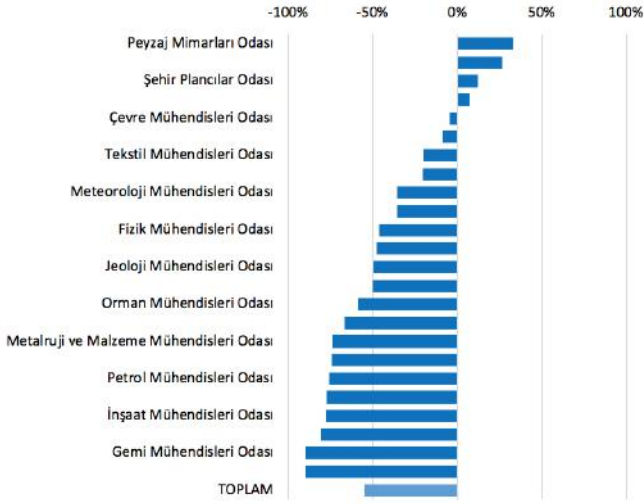
Gülay Özgön (Nesiller Genetik, Kurucu): “Ben girişimci olduğumu bilmeden girişimciliğe başladım açıkçası. Ben bir tıp doktoru olarak, farmakoloji ve genetik üzerine çalıştım. Çeşitli özel hastanelerde bir süre tecrübe edindikten sonra bu işin daha farklı yapılması gerektiğini düşündüm ve bunu bir modelleme üzerinden giderek yapmak istedim. Bunun adının girişimcilik olduğundan da o zamanlar çok haberdar değildim.”

Ancak FeTeMM bölümlerinden mezun olan kadınların erkeklere göre daha az olması, mühendislik ve teknoloji alanlarını kapsayan meslek gruplarında daha az kadının çalışmasına sebep olmaktadır. Kadınların bu sektörlerdeki varlığı çok düşük olduğu için hem teknolojik bilgi birikiminden hem girişimcilik için gerekli olan risk alma, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi becerilerden yoksun kalmaktadırlar. Ayrıca rekabet gücü ve ekonomik katma değeri yüksek olan bu sektörlerde olmamaları rekabetçi özelliklerini de söndürmektedir. Tüm bu faktörler kadınlardan daha çok yüksek etkili girişimcinin çıkma potansiyelini olumsuz etkilemektedir. Aşağıda kadınların yöneldikleri sektörlerle ve mühendislik kollarındaki kadın-erkek dağılımına ilişkin birtakım veriler sunulmuştur:

- SGK'nın kadın yoğun olan sektörler çalışmasında kadınların en çok ev içi işlerde (%84), sosyal hizmet (%72) ve bakım faaliyetlerinde (%67) yoğunlaştığı görülmektedir. Ardından eğitim ve sağlık alanları gelmektedir. SGK verilerine göre bilgisayar programcılığı ve danışmanlığı sektöründe yüzde 35, bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetleri sektöründe ise yüzde 33 kadın yoğunluğu bulunmaktadır.
- Anket çalışmasında da bilişim ve teknoloji alanında faaliyet gösteren girişimcilerin oranı yüzde 6 seviyesinde kalmıştır (Tablo 6).
- TMMOB üyelerinin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında da birçok mühendislik alanında kadın oranının erkek oranına göre geride kaldığı görülmektedir (Şekil 10).

Özellikle makina, bilgisayar, elektrik mühendisliği gibi alanlarda 50 puanın üstünde fark olması bu alanlarda kadın oranının düşük olduğuna işaret etmektedir.

Şekil 11: TMMOB Üyelerinin Kadın ve Erkek Üye Dağılımı Farkı, 2019



Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi

Not: Odalara göre üye kadın oranı ve üye erkek oranı farkı üzerinden hesaplanmıştır. -100'e doğru gidildikçe üye erkek oranı üye kadın oranından daha yüksektir.

Tablo 6: Anket Katılımcısı Girişimlerin Faaliyet Alanları

Faaliyet alanı	Yüzde
Mimarlık ve inşaat faaliyetleri	24%
Toptan/perakende ticaret	13%
Danışmanlık (yönetim/insan kaynakları/hukuk/mali danışmanlık)	12%
Diğer	8%
İmalat	8%
Sigortacılık	8%
Diğer hizmet (Eğitim, kalite, güvenlik vb.)	7%
Bilişim ve teknoloji	6%
Turizm/taşımacılık	5%
Gıda hizmetleri	5%
İletişim, tasarım & medya	5%

Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye'de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Teknoloji sektörlerinde faaliyet gösteren kadınların da kariyer hedefinde girişimcilik alt seviyelerdedir. Yüksek etki yaratma potansiyeli olan teknoloji, enerji ve otomotiv sektörlerinde çalışan kadınların kariyer hedeflerinde yöneticilik hedefi girişimcilik hedefine göre daha ağır basmaktadır. Yapılan araştırmalardan çıkan sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Türkiye'de teknoloji sektöründeki kadınların yüzde 53'ü üst seviye yönetici olmayı hedeflemektedir. Yüzde 19'u orta seviye yöneticiliği hedeflemektedir. Yüzde 10'u freelance çalışmayı, yüzde 8'iye girişimciliği hedeflemektedir.²⁹

- Türkiye'de enerji sektöründe kadınların yüzde 67'si üst seviye yönetici olmayı hedeflemektedir. Girişimci olmayı hedefleyenlerin oranı yüzde 19, orta seviye yöneticiliği hedefleyen kadınların oranı yüzde 14'tür.³⁰

- Türkiye'de otomotiv sanayiinde kadınların yüzde 56'sı üst seviye yönetici olmayı hedeflerken sadece yüzde 20'si girişimci olmayı hedeflemektedir.³¹

Sosyal girişimcilerde geleneksel girişimcilere göre daha çok yurtdışı deneyimi, sivil toplum ve gönüllülük faaliyeti gözlemlenmiştir. Mülakat yapılan sosyal girişimcilerde daha önce yurtdışı deneyimi olan kişi sayısı diğer gruplara göre belirgin bir şekilde fazladır. Görüşmeciler üniversite okumak, akademik çalışmalar yapmak ve bazen de çalışmak (gönüllü/maaşlı) için yurtdışında yaşamışlardır. Yurtdışında yaşamaları onlara farklı kültürlerden insanlarla etkileşim haline geçmelerini sağlamış, sosyal sermayelerini güçlendirmiş; böylelikle farklı bakış açılarına sahip olmalarına ve sorunlara daha kapsamlı ve daha yaratıcı çözümler getirebilme kabiliyeti kazandırmıştır. Bu tür deneyimlerin, algılarını genişleterek hem Türkiye'deki hem de dünyadaki sorunları çözmek için bir motivasyon yarattığı da söylenebilir.

29- Deloitte (2018)

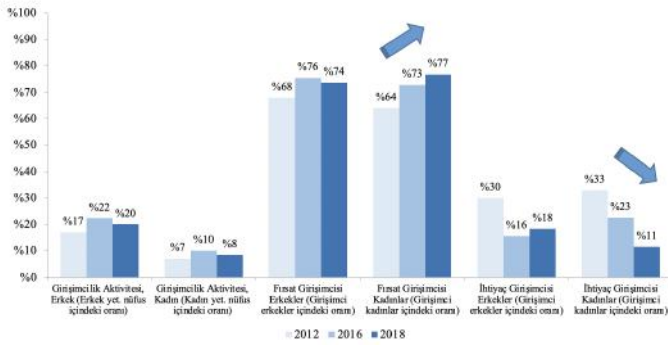
30- Deloitte (2018)

31-Deloitte (2017)

1.3. Türkiye’de Kadınlar Niçin Girişimci Oluyor? Kadınların Girişimcilik Motivasyonlarına bir Bakış

Küresel Girişimcilik Monitörü’ne göre Türkiye’de tüm girişimci kadınlar içinde fırsat girişimcilerinin oranı son yıllarda hızlı bir artış göstermektedir. Türkiye’nin son yıllarda görülen büyüme patikasında girişimci kadınların içindeki ihtiyaç girişimcisi oranı azalırken fırsat girişimcisi oranı artarak yüzde 77’lere kadar gelmiştir (Şekil 12). Türkiye bu oranla kadın fırsat girişimciliğinde dünya sıralamasında ilk 20’ye girmiştir. Türkiye bu oranla dünya ortalamasının (yüzde 60’lar civarında) üzerinde olsa da Türkiye gibi birçok ülkede fırsat girişimciliği ihtiyaç girişimciliğine göre kadınlarda daha sık görülmektedir (Şekil 13).

Şekil 12: Türkiye’de Kadın ve Erkeklerin Girişimcilik Aktivitelerinde İhtiyaç ve Fırsat Girişimcilerinin Yıllar içindeki Değişimi (2012-2018)



Kaynak: GEM

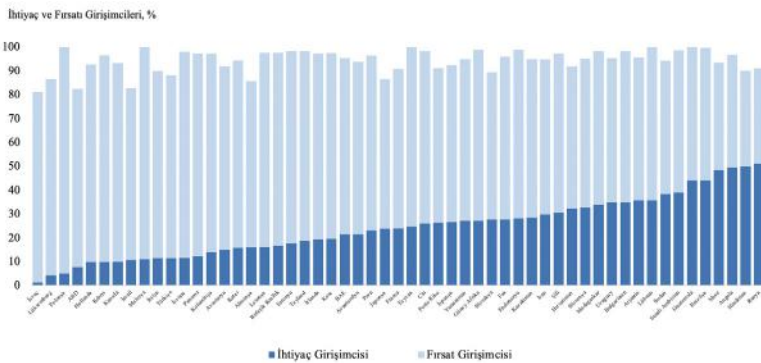
Anket katılımcılarının motivasyonları incelendiğinde en çok kendi işini yapmak ve kendini/ideallerini gerçekleştirmek için girişimci oldukları görülmüştür. Tablo 7’de tüm seçenekleri yer alan ve katılımcıların birden fazla seçeneği sebep gösterebildikleri motivasyonlarla ilgili soruda verilen yanıtların yüzde 22’si kendini/ideallerini gerçekleştirmek, yüzde 20’si de kendi işini yapmak olmuştur. Bu motivasyonlar, fırsat girişimciliğine işaret etmektedir. Fırsat girişimcileri pazarda yeterince keşfedilmemiş bir fırsat alanı görüp bunu değerlendirmek için iş kuran birey, grup veya kurumlar olarak tanımlansa da bu fırsatlar sadece ekonomik kaygılarla kollanmayabilir. Girişimci adayları ekonomik fırsatların yanı sıra kişisel ve sosyal tatmini sağlamak adına da pazardaki fırsatları kollayabilirler.

Tablo 7: Anket Katılımcılarının Girişimcilik Motivasyonları

Sizi girişimcilğe iten en önemli sebepler aşağıdakilerden hangileridir?	Yüzde	Kategori
Kendimi/İdeallerimi gerçekleştirmek	%22	Fırsat
Kendi işimi yapmak	%20	Fırsat
Ekonomik bağımsızlık elde etmek	%11	İhtiyaç
Pazarda görülen bir fırsatı değerlendirmek	%10	Fırsat
Sosyal etki yaratmak	%8	Sosyal
Deneyimlediğim/etrafımda gördüğüm bir probleme çözüm getirmek	%7	Fırsat
Daha yüksek kazanç elde etmek	%6	Fırsat
Daha esnek çalışma saatlerine sahip olmak	%5	Fırsat
Daha önce çalışılan yerdeki baskılar	%5	İhtiyaç
Ailevi sebepler (Çocuk sahibi olma, taşınma, aile üyelerinin bakımı vb.)	%3	İhtiyaç
Sosyal çevremin yönlendirmesi/etkisi	%2	İhtiyaç

Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye’de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Şekil 13: Ülkelerde Fırsat ve İhtiyaç Girişimcisi Kadınların Oranı



Kaynak: GEM

Not: 2018 verisi olmayan ülkeler için önceki yılların verisi kullanılmıştır.

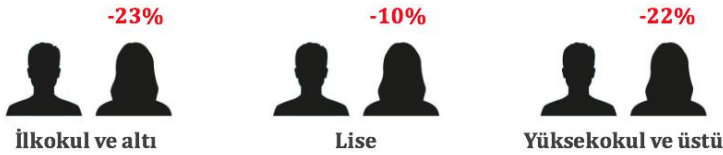
Ankete katılan girişimcilerin çoğunun daha önce bir işte çalıştığı göz önünde bulundurulduğunda öne çıkan bu motivasyonların kurumsal hayattaki hoşnutsuzluklardan tarafından tetiklendiği düşünülmektedir. İş hayatındaki terfi fırsatlarında ve ücretlerde eşitsizliklerin olması (Şekil 14) ve ev ile iş yaşamını uzlaştırma konusunda kadınların yaşadığı sorunlar³², kadınların kurumsal hayattan çekilip kendi işlerini kurmasına sebep olabilmektedir.

32- KPMG (2017)

- Proje anketini yanıtlayan girişimci kadınların toplamda yüzde 10'luk bir kısmı daha önce çalışılan yerdeki baskılar ve daha esnek çalışma saatlerine sahip olma motivasyonlarının kendilerini girişimciliğe yönelttiğini belirtmiştir.

- KAGİDER temel motivasyonlar endeksinde³³ ilk sırasında para kazanmak gelmektedir. Ardından da **heyecan duyulan ve sevilen işi yapma, kendi işinin patronu olma** motivasyonları gelmektedir. Ankete katılanların yüzde 76'sının İstanbul, Ankara ve İzmir'de bulunması ve yüzde 39'unun 31-40 yaş aralığında olması, bu motivasyonları belirten kişilerin çoğunun çalışma hayatındaki tatminsizliklerden dolayı girişimci oldukları izlenimini vermektedir.

Şekil 14: Eğitim Durumuna göre İş Hayatında Kadın ve Erkek Arasındaki Ücret Farkı



Kaynak: PwC Çalışma Hayatında Cinsiyet Eşitliği Araştırması

Bu durum, Türkiye'de kadınların girişimciliği nasıl algıladığına dair önemli bir ipucu vermektedir. Girişimci kadınların çoğu fırsat girişimcisi olsa da girişimciliği sadece kazançlarını maksimize etmek ya da ekonomik ve sosyal refahı artırmak için değil, aynı zamanda psikolojik refahı artırma aracı olarak da gördüklerine işaret etmektedir. Psikolojik refah literatürde moral, mutluluk, toplumsal olarak iyi olma, öznel refah kavramlarıyla eş anlamlı olarak kullanılmaktadır.³⁴ Bu yüzden, Türkiye'de girişimci kadınların önemli bir bölümünün iş hayatında karşılaştıkları olumsuzluklar ve bununla beraber gelen bireysel tatminsizliklerden dolayı girişimci olduğu söylenebilir.

Öte yandan, girişim kurarak içinde bulunduğu topluma ekonomik ve sosyal refah yaratmak istediği için girişimci olan kadınların oranı oldukça düşüktür. Yüksek etkili girişimciliğe işaret edebilecek bu motivasyon kaynakları, girişimci kadınlar için aşağıdaki iki çalışmada da bireysel motivasyon kaynaklarından sonra gelmektedir.

- Çalışma kapsamında yapılan ankette girişimcilik deneyimi olan kadınların sadece yüzde 15'i toplumsal bir etki yaratmak için girişimci olduğunu belirtmiştir. Ankete cevap verenlerin yüzde 8'i sosyal etki yaratmak, yüzde 7'si de deneyimlediği/etrafında gördüğü bir probleme çözüm getirmek istediği için girişimci olduğunu ifade etmiştir.

- KAGİDER Endeksi'nde³⁵ de benzer bir sonuç ortaya çıkmış, ankete katılan girişimcilerin motivasyon kaynakları arasında; **yeni bir şey yaratmak, topluma faydalı bir iş yapmak, başkalarına istihdam sağlamak ve yeni nesle rol model olmak** motivasyonları bireysel motivasyon kaynaklarından sonra gelmektedir. O yüzden Türkiye'de kadınlarda her ne kadar fırsat girişimciliği artış gösteriyor olsa da içlerinde yüksek etkili girişimcilerin paralel bir şekilde artış göstermediği söylenebilir.

Proje ekibi Türkiye'de etki yaratan girişimci kadınlara mülakat yapmış ve motivasyon kaynaklarını anlamaya çalışmıştır. Bu görüşmelerde motivasyonlarla ilgili çıkan önemli bulgular aşağıdaki gibidir:

- **Bilgi, iletişim ve teknoloji sektöründe** girişim kuran görüşmecilerde en çok dile getirilen motivasyon kaynağı deneyimlenen ya da görülen ekonomik bir probleme çözüm getirmek olmuştur. Bunun yanı sıra üretmek, üretirken keyif almak, toplumda iz bırakmak, fark yaratmak gibi motivasyonlar da dile getirilmiştir. Bu motivasyonlar bazı girişimcilerde pazardaki boşluğu görerek fırsatları değerlendirme motivasyonu ile birleşmiştir. Kimi görüşmecide de fırsat motivasyonunun ağır bastığı görülmüştür.

- **Yüksek teknoloji/imalat sektöründe faaliyet gösteren görüşmecilerde** en çok dile getirilen motivasyon pazarda görülen bir boşluğu doldurarak fırsatları değerlendirmektir. Bunu, kendi işini kurmak ve kendini gerçekleştirme isteği ve kurduğu girişim(ler)le sosyal ve ekonomik etki yaratmak isteği takip etmektedir.

- **Hizmet sektöründe** faaliyet gösteren görüşmecilerin çoğunda da pazardaki bir boşluğu görerek fırsatları değerlendirme motivasyonları baskın çıkmıştır. Bunun yanı sıra görüşmeciler kendini gerçekleştirmek, var olan yaratıcılığı iş hayatında kullanmak, para kazanmayı ve ticareti sevmek gibi kişisel motivasyonlara da sahip olduklarını belirtmişlerdir.

33- KAGİDER (2019)

34- Seçkin, Z. (2011)

- **Danışmanlık sektöründe** faaliyet gösteren girişimcilerin neredeyse tamamı kurumsal hayatta yaşanan değişikliklerden dolayı girişimciliğe yönelmiştir. Bunun yanı sıra bir kişi de girişimciliğin kendine en uygun iş olduğunu anladığında kendini gerçekleştirmek için şirket kurma faaliyetine başladığını dile getirmiştir.
- **Sosyal girişimciler** ise zaten etraflarında gördükleri sosyal/toplumsal bir probleme çözüm getirme veya sosyal refahı artırma motivasyonlarıyla hareket etmektedirler.

1.4. Ailelerin Girişimcilikteki Rolü

Aile ortamının, bireylerin girişimci olup olmamalarında doğrudan etkisi olmasa da dolaylı yoldan önemli etkileri bulunmaktadır. Ailede alınan eğitim, ebeveynlerin meslekleri ve çocuklarına rol model olma kapasiteleri, girişimcilik özelliklerini teşvik etme düzeyleri bireyin girişimci olmak istemesinde ve girişimci olmasında önemli rol oynamaktadır. Girişimcilik yazınında da ailenin bireyin girişimciliğine olan etkileri aşağıdaki gibi üçe ayrılmıştır:³⁶

- **Olumlu Etki:** Ailede alınan eğitim, görgü, etik vb. faktörlerin çocuğun girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde teşvik edici olmasıdır. Aile, çocuğu hayatını serbest kazanma ve kendi işini kurma konusunda teşvik eder. Aile reisi girişimci ise veya yakın akraba ile aile çevresinde girişimci kişiler varsa bu kişiler çocuğa örnek olarak gösterilir, onun gibi olması ve hatta onu geçmesi istenir.

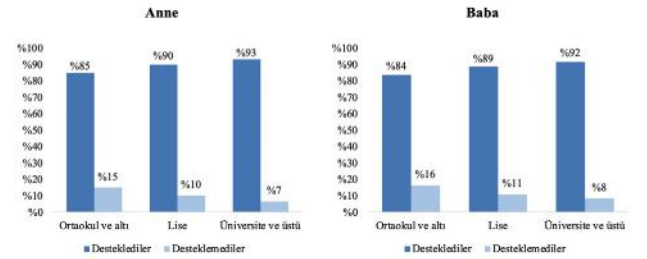
- **Olumsuz Etki (Kısıtlayıcı Etki):** Aile içinde maddi imkânsızlıkların yarattığı etki veya tarıma dayalı yaşamını sürdürme çocuğun girişimci olmasını önlemektedir. Bu tür ailede çocuğun horlanması tek başına başarma arzusunı köreltmektedir.

- **Kararsızlık Yaratıcı Etki:** Özellikle modern toplumlarda uzun süre eğitim alan ve başarılması güç işleri yapması beklenen çocuklar ailenin vermiş olduğu eğitimin yetersiz olması sonucu kararsızlık yaşarlar.

Ailenin eğitim düzeyinin girişimciliğin gelişimi üzerinde belirleyici etkileri bulunmaktadır.

Eğitimli annelerin çocuklarında özerklik ve daha az bağımlı olma özelliklerinin daha yaygın olduğu, çocukların daha az yardıma ihtiyaç duyduğunu belirtilmektedir.³⁷ Ayrıca anket çalışmasında anne ve babaların eğitim düzeyi arttıkça girişimci çocuklarına verdikleri desteğin arttığı görülmüştür. Şekil 15’de görüldüğü gibi, annesi – babası ortaokul ve altı eğitim derecesine sahip girişimci kadınların yüzde 15-16’sı destek görmediklerini dile getirirken üniversite ve üstü tahsil almış ebeveynlere sahip girişimciler için bu oran yüzde 7-8’lere düşmektedir.

Şekil 15: Girişimci Kadınların Ailelerinin Eğitim Düzeyi ve Çocuklarını Destekleme Durumu



Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye’de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Türkiye’de girişimci kadınların çoğunun ailesinde ve özellikle babalarında girişimcilik deneyimi bulunmaktadır. Akademik bir çalışmada çıkan bu sonuç³⁸ proje kapsamında yapılan mülakat ve anketle de desteklenmiştir. Anket katılımcısı girişimcilerin yüzde 53’ü ailelerinde (anne, baba veya eş) en az bir girişimci olduğunu dile getirmiştir. Mülakat yapılan görüşmecilerin babalarının mesleklerine bakıldığında en çok meslek grubunun girişimcilik ve/veya iş sahipliği olduğu ortaya çıkmıştır. Neredeyse tüm girişimciler, kuruluş ve öncesi dönemde ebeveynlerinin tepkilerini anlatırken annelerine kıyasla babalarından daha çok bahsetmişlerdir. Bazı akademik çalışmalar da kızların kariyer seçimleri yaparken annelerinden çok babalarını rol model olarak aldıklarını göstermektedir.

36- Özyılmaz, A. (2016)

37- Cansız, M. (2013)

38- Ergeneli, A. ve Boz, A. (2013)

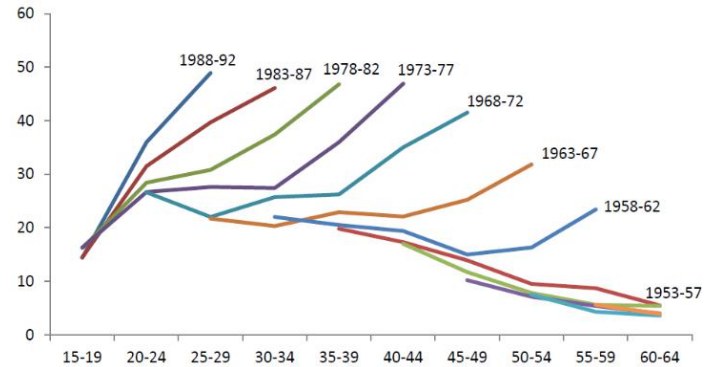
Yine de bazı girişimci babaların, kız çocukları iş kurmak istediğinde onları girişimciliğe teşvik etmek yerine düzenli gelir kazanacakları işlere yönlendirdikleri görülmüştür. Bu durum, girişimci babaların girişimci olmanın zorluklarını birinci elden yaşamalarından ve kızlarının da aynı zorlu yolculuktan geçmesini istememesinden kaynaklanabilir. Nitekim mülakatlarda, daha önce iş kurmuş babaya sahip olan bir girişimci, babasının finansal destekler konusunda uyarıcı bir rolde olduğunu ve bu uyarılar sayesinde büyük hatalardan döndüğünü belirtmiştir. Girişimci bir babaya sahip olan başka görüşmeciler de bu durumun kendileri için bir fırsat yarattığını; çünkü babalarının bu tutumu sayesinde kendi ayakları üzerinde durmayı ve kararlı olmayı öğrendiklerini dile getirmiştir.

Babalarla birlikte annelerde de girişimcilik deneyimi olması ve ailenin ticaretle uğraşması çocuklarda iş yapma becerilerini güçlendirmekte ve onlara örnek bir rol model teşkil etmektedir. Mülakat yapılan görüşmecilerin bu konu hakkında dile getirdikleri ilginç tespitler aşağıda sunulmuştur:

- Bir görüşmeci, annesi girişimci olduğu için çok küçük yaşlarda bir işyerinin tüm işleriyle ilgilenmeyi öğrendiğini dile getirmiştir.
- Başka bir görüşmeci de ailesinin ticaretle uğraşmasından ötürü 15 yaşından beri ticaret hayatının içinde bulunduğunu ve ticaret hayatını çok sevdiği için girişimci olduğunu belirtmiştir.
- Kendi işlerini yürüten anne-babaya sahip olan başka bir görüşmeci de ebeveynlerinin kızlarını kurumsal ve sabit maaş getiren bir yerde çalışmak yerine girişimci bir kadının şirketinde çalışmaya teşvik ettiğini ve bunun girişimci olmasında çok büyük payının olduğunu dile getirmiştir. Böylelikle hem başarılı bir rol model kadın ile çalıştığını hem de bu deneyiminde kurumsal bir yerde alamayacağı inisiyatifleri alabildiğini, bunun da girişimcilik becerilerini çok güçlendirdiğinin altını çizmiştir.
- Bir kişi, girişimci olmadan önce ailesinin işini devam ettirmek üzere yola çıktığını ancak aile işinin üretim sürecinde bir sorunu fark ederek bunu çözmeye yönelik bir girişim başlatmaya karar verdiğini belirtmiştir. Bu kişi ayrıca aile geleneklerinde zorluklarla mücadele etmenin normal karşılandığını dile getirmiş, o yüzden girişimci olmanın onun için uygun bir kariyer yolu olduğunu ifade etmiştir.

Öte yandan ebeveynlerinin meslekleri hakkında bilgi veren görüşmecilerin annelerinin meslekleri incelendiğinde en çok çalışmayan kadın profili görülmektedir. Bu durum rol model etkisi açısından düşünüldüğünde beklenmeyen bir sonuçtur. Bu sonucun nesil etkisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Görüşme yapılan kişilerin büyük çoğunluğu 1970 – 1990 yılları arasında doğdukları için annelerinin işgücüne en verimli katılım dönemleri de 1940 – 1970 yılları arasında olmaktadır. Şekil 16'da görüldüğü üzere Türkiye'de kadınların bu yıllarda işgücüne katılım oranları bugüne göre çok daha azdır. Dolayısıyla anne mesleklerinin kız çocuklarına girişimciliği özendirme açısından etkisi büyük olsa da gerekli bir önkoşul olmadığı, aile ortamı ve yetiştirilme tarzı gibi başka faktörlerin de girişimciliğin aşılmasında etkili olduğunu göstermektedir.

Şekil 16: Kadınların İşgücüne Katılım Oranında Nesil Etkisi



Kaynak: TCMB

Yetiştirildikleri aile ortamının çok demokratik ve özgürlükçü bir yapıda olduğunu söyleyen görüşmeciler bu durumu girişimcilik için büyük bir avantaj olarak görmektedir. Ebeveynlerinin mesleklerinden bağımsız olarak bu tip bir aile ortamında yetişen girişimci kadınlar; ailelerinde farklı fikirlere saygı duyulduğunu, aile üyelerinin birbirine güvendiğini ve kendilerini özgürce ifade edebildiklerini belirtmişlerdir. Görüşmeciler bu tür olumlu etkilere sahip olan ailelerde yetişmelerinin girişimci karakterin yapıtaşlarından biri olan “cesareti” aşıladığını vurgulamışlardır.

Mülakat yapılan görüşmecilerin içinde girişimcilik için en elverişli aile ortamının sosyal girişimcilerin ailelerinde olduğu gözlemlenmiştir.

Farklı sosyoekonomik düzeylerden gelen bu ailelerin kızlarını özellikle girişimciliğe teşvik etmedikleri görülmektedir. Görüşülen sosyal girişimcilerin aileleriyle ilgili ortak paydanın, kızlarına “koşulsuz” sevgi sunmaları (sevgiyi başarıyla ilişkilendirmemek gibi) ve kendilerini gerçekleştirmesine olanak tanımaları olduğu görülmüştür.

1.5. Girişimci Kadınlar İş-Aile Dengesini Nasıl Kuruyor?

Türkiye’de kadınların iş gücüne düşük katılımının önemli bir sebebi ev, aile ve bakım sorumluluklarının orantısız olarak kadının üzerinde olmasıdır. Türkiye’de iş gücünde olmayan 20 milyon kadının 11 milyonu ev işleri sebebiyle iş gücü piyasasından uzak kalmaktadır.⁴⁰ Özellikle çocuk, yaşlı veya engelli bakımının ailede çoğunlukla kadının omuzlarına yüklenmesi ve Türkiye’de bakım hizmetlerinin yüksek maliyetli ve yetersiz sayıda olması, çalışabilecek durumda olan pek çok kadını iş gücü piyasasının dışında bırakmaktadır. TÜİK Aile Yapısı Araştırması’na göre; 0-5 yaş arasındaki çocukların yüzde 86’sının günlük bakımı, hanede anne tarafından karşılanırken sadece yüzde 3’ü kreş ve gündüz bakım evlerinde karşılanmaktadır.

Türkiye’de ev ve aileyle ilgili sorumluluklar ailede kadının görevi olarak algılansa da girişimci kadınların çoğunluğu bu olguya katılmamakta; nitelikli bir kısmı da bu konuda zorluk yaşamadığını belirtmektedir. Proje kapsamında yapılan anketten bu konuya ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

- Anketin “iş hayatında yaşanan zorluklar” kısmında, girişimci kadınların yaklaşık yüzde 30’u iş ve aile dengesini kurmakta zorlandığını, yüzde 40’ı ise bu konuda zorlanmadığını belirtmiştir.

- Girişimci kadınların erkeklere göre daha çok zorlandığını düşündükleri meseleler sorulduğunda, iş ve aile dengesini kurmak diğer meselelere göre yüzde 68’lik bir oranla birinci sırada gelmiştir. Ankette girişimci kadınların yüzde 61’inin evli olduğu düşünüldüğünde ev ve aile sorumlulukların paylaşımında eşlerin rolünün irdelenmesi önem arz etmiştir.

- Anketin başka bir bölümünde, girişimcilikle ilgilenen kadınların toplumsal önyargılara ilişkin bakış açılarını kantitatif olarak değerlendirmek amacıyla bir dizi önerme sunulmuş ve katılımcılardan bunları değerlendirmesi istenmiştir. Bu önermelerden birisi de “çocuğa bakmak ve ev işlerini yapmak kadının sorumluluğudur” önermesidir. Anket katılımcılarının yüzde 73’ü bu önermeye katılmadığını belirtmiştir.

- Anketten çıkan bu bulgular, girişimci kadınların nitelikli çoğunluğunun iş ve aile dengesini kurmakta zorluk yaşamadığını göstermektedir. Yine de bu yükün daha çok kadınlar tarafından taşındığının farkında oldukları ancak bu olguyu kabul etmek istemedikleri söylenebilir.

Kendi işinin patronu olmak kadınların ev işi ve bakım yüklerini hafifletmemekte; çoğu zaman bu yükü daha da ağırlaştırmaktadır. Mülakatlarda daha önce kurumsal hayat deneyimi olan girişimcilere iş ve aile dengesini kurmanın, girişimcilikte mi yoksa kurumsal hayatta mı daha kolay olduğu sorulmuştur. Bu soruyu yanıtlayan çoğu görüşmeci, girişimciliğin kurumsal hayattan belirgin bir şekilde daha yorucu olduğunu dile getirmişlerdir. Girişimciliğin, kendilerine çalışma saatlerini ayarlayabilme yetisini kazandırdığını ancak neredeyse günün tamamında iş düşündüklerini veya işle ilgilenmeleri gerektirdiğini vurgulamışlardır. Görüşmeciler, bunun farkında olan potansiyel girişimcilerin (fırsatları görebilen, girişimcilik için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olduğunu düşünen ve risk alabilen yetişkinler) bu durumdan ötürü girişimci olmaktan kaçınabildiğine ve/veya yakın ve sosyal çevresinin motivasyon kırıcı görüş ve davranışlarına maruz kalabildiğine dair örnekler de sunmuşlardır. Bu yüzden potansiyel girişimci kadınlardan daha çok girişimci kadın çıkması için ev ve aile işlerinin kadının üzerinden alınması kritik öneme sahiptir.

Sezen Sungur Saral (Reeder, Kurucu Ortak ve Başkan Yardımcısı): “Kadınların iş hayatına dahil olmaları ile ilgili herşeyden önce kültürel bariyerler mevcut. Eşleri ve aileleri tarafından yüreklendirilmiyorlar ve desteklenmiyorlar. Aynı evde yaşanan ve her iki bireyin de çalıştığı evliliklerde işten eve gelince çocuk ve ev ile ilgili işler sadece kadının üzerinde kalmaya devam ediyor. Toplumsal cinsiyet rolleri, kadın ve erkeğin eşit sorumluluk almasının önünde bir engel teşkil ediyor. Bu sorun maalesef yüksek eğitim seviyesine sahip çiftlerde dahi mevcut, dolayısıyla kadının ekonomiye katılabilmesi için erkekten daha fazla çaba göstermesi gerekiyor.”

Girişimcilerin eşleri, ev ve aile işlerinde destek olmaktan ziyade iş konularında destek olmaktadır. Mülakat yapılan evli girişimci kadınların neredeyse tamamı, eşlerinin iş konusunda kendilerine maddi ve manevi anlamda destek gösterdiğini ancak çocuk bakımı ve ev işlerinin yapılmasında yeteri kadar destekleyici olmadıklarını belirtmiştir. Bu durumun, aile üzerinden aktarılan toplumsal cinsiyetçi rolleri pekiştiren davranışlardan kaynaklandığını düşünmektedirler. Nitekim ailenin; bireylerin yeteneklerinin geliştirilmesi, alışkanlıklar edinmesi ve tutum geliştirmesinde, karakteri ve davranışı üzerinde birinci derecede belirleyici olduğu bilinmektedir.⁴¹ Mülakatlarda sosyoekonomik olarak iyi ailelerden gelen girişimci kadınlar bile ev işleri, aileyi toparlama ve çocuk bakım işlerinin anneleri tarafından yerine getirilirken iş ve para ile ilgili konulardan babalarının sorumlu olduğunu belirtmişlerdir. Eşlerinin de benzer ailelerden geldiğini, bundan dolayı eşlerinin ev işleri ve bakım sorumluluklarında yardımcı olmadıklarını düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Mülakat yapılan çocuk sahibi görüşmecilerin çocuklarını çoğunlukla bakıcı desteğiyle büyüüttüğü ortaya çıkmaktadır. Bu konuda bilgi veren girişimcilerin bakım yükünü bakıcılardan sonra başta anneleri olmak üzere akrabalarına aktardıkları görülmüştür. Mülakatlarda çocuklarını ofise getirip büyüüttüğünü söyleyen ya da çocuğu olsa bu şekilde büyüteceğini söyleyen girişimciler de bulunmaktadır. Görüşmecilerden sadece bir kişi eşinin çocuğuyla ilgili kendisinden daha çok ilgilendiğini belirtmiştir.

Görüşülen girişimci kadınların çocuk bakımı konusunda kreş ve benzeri kurumlardan yararlanmadığı da dikkat çeken diğer bir konudur. Bunun sebepleri araştırılmaya değerdir.

Aşağıda girişimci kadınların iş ve aile dengesini kurarken karşılaştıkları zorluklara yönelik mülakatlarda dile getirilen önemli noktalar belirtilmiştir. Çocuk doğurmanın girişimci kadınları iş hayatından bir süre alıkoyduğu ve ekosistemdeki görünürlüğünü azalttığını belirten görüşmeciler de mevcuttur.

Ece Kasap (Viveka, Kurucu Ortak & ODTÜ Teknokent, Girişimcilik Direktörü): “Asıl eşitsizlik iş hayatında değil ev hayatının iş hayatına etkisinde yaşanıyor bence. Eskiden çok odaklı çalışabilirken, çocuklarım olduktan sonra bunun imkansız hale geldiğini gördüm. Oysa çocuğun sorumluluğu pek çok ailede annede olduğundan erkekler iş hayatlarına aynı şekilde devam edebiliyorlar. ”Zihinsel çalışma yükümlülüğü” diye bir kavram var. En ”yardımcı” baba bile çok az durumda zihinsel yükü paylaşıyor; genelde ev ve çocuk ile ilgili şeyleri anne düşünüyor, planlıyor, ve biz kendisinden istenen işleri başarıyla yapan babaya ”yardımcı” bir baba diyoruz. Halbuki özellikle çalışan kadın için, düşünme ve planlamanın getirdiği yük, operasyonun yükünden çok daha ağır.”

1.6. Toplumsal Cinsiyet Roller ve Kalıplaşmış Önyargılar Kadınları Girişimciliğe Alıkoyuyor mu?

Modernleşmeyle beraber kadınların ekonomiye ve siyasete katılımı artsa da kadınlar hala toplumsal roller sebebiyle kamusal alanda erkekler kadar aktif değildir. Her toplumda sosyal yapıyı korumak adına kadınlarla erkeklere bazı toplumsal roller verilmektedir. Çoğu toplumda kadınlara merkezinde ailenin olduğu özel alanı sürdürmeye yönelik roller verilirken; erkeklere toplumsal, ekonomik ve politik mekanizmaların yürütüldüğü kamusal alanı sürdürmeye yönelik roller verilmektedir. Rollerdeki bu ayrışma toplumlarda, kadınları ikincil bir konuma itmekte ve kamusal alanda erkeklere bağımlı bir hale getirmektedir.

41- Gökçe, B. (1996)

Ne yazık ki kadınların toplumsal karar alma süreçlerine katılımı 94,5 yıl sonra, ekonomiye katılımı ise 257 yıl sonra erkeklerle eşit düzeyde olacaktır. ⁴²

Toplumsal rollerin de etkisiyle Türkiye’de iş hayatında kadınlara yönelik stereotipler (kalıpyargılar) bulunmaktadır. Stereotipler, belli gruplar hakkındaki inançlar ve beklentilerden oluşan “zihinsel temsiller” olarak tanımlanmıştır. Stereotipler, işletmelerde performansla ilgili beklenti ve algılarda, terfi için kişinin uygun olup olmadığı algısında, kişinin eğitim alma ve diğer gelişim fırsatları olasılığı konularında ön yargılara neden olup bireylerarası eşitsizliği güçlendirebilir, gruplar arası/grup dışı kategorizasyon süreçlerini ve kültürel olarak farklı gruplardaki kişilerarası rol ilişkilerini etkileyebilmektedir.⁴³ Birçok kültürde olduğu gibi Türk kültüründe de işler; kadınlara ve erkeklere özgü işler olarak ayrılmakta, bu durum kişilerin meslek seçimlerine de yansımaktadır. Ayrıca kültürümüzde kadınlar yöneticilik için gereken rasyonellik, kararlılık, cesaret gibi konularda erkeklere göre yetersiz görülmektedir.

Cinsiyet temelli toplumsal önyargılar, girişimci kadınların artması ve onların işlerini büyütmesi önünde duran en büyük engellerden birisidir. Küresel çaplı çalışmalarda işletme sahibi kadınların büyümesinin önündeki en büyük engellerden birisinin, cinsiyet temelli toplumsal önyargılar olduğu ortaya konmuştur.⁴⁴ Birçok toplumda hanedeki sorumlulukların büyük bir kısmı kadına yüklenmekte, yine birçok kültürde de kadınların girişken olması yeğlenmemektedir. Kadınlar bu yüzden daha az girişimci rol modeli görmekte, bu da girişimci olma istekliliklerini olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca uzun vadede işletmelerinin sürdürülebilirliğini etkileyebilecek mentorluk fırsatlarına ve profesyonel bağlantılara da erkekler kadar ulaşamamaktadırlar.⁴⁵

Türkiye’de potansiyel girişimci kadınlar ile potansiyel girişimci erkeklerin oranları birbirine yakinken girişimci olanlar arasında belirgin bir cinsiyet uçurumu oluşmaktadır. Türkiye’de 2019 yılında 18-64 yaş arasındaki kadınların yüzde 40’ı, 18-64 yaş arasındaki erkeklerin yüzde 45’i kendilerini potansiyel girişimci olarak addetmiştir. ⁴⁶

Potansiyel girişimciler fırsatları görebilen, girişimcilik için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olduğunu düşünen ve risk alabilen kişiler olarak tanımlanmıştır. ⁴⁷

Fakat yetişkin kadınların sadece yüzde 8,4’ü girişimci olurken, erkeklerin yüzde 20’si girişimci olmaktadır (Şekil 17). Bu durum kadınların kültürel ve toplumsal önyargılardan kaynaklı olarak girişimcilikten çekildiğini düşündürmektedir. Çünkü son yıllar içinde kadın ve erkeklerin fırsat algılarında birbirine çok yakın olmakta, girişimcilik için gereken bilgi-beceriye sahip olduğunu düşünen kadınların sayısı erkeklere yakınsamakta (Şekil 18) ve başarısızlık korkusuna rağmen girişimci olan kadınların sayısı artmaktadır.

Şekil 17: Türkiye’de Potansiyel Girişimciler Arasından Mevcut Girişimci Olanların Cinsiyete göre Kırılımı



Kaynak: GEM Türkiye’de ve Bölgeler’de Girişimcilik, GEM Küresel Rapor, KAGİDER Endeksi

42- WEF (2019)

43-Limon, S., Oral Kara, N. ve Antalyalı, Ö. L. (2019)

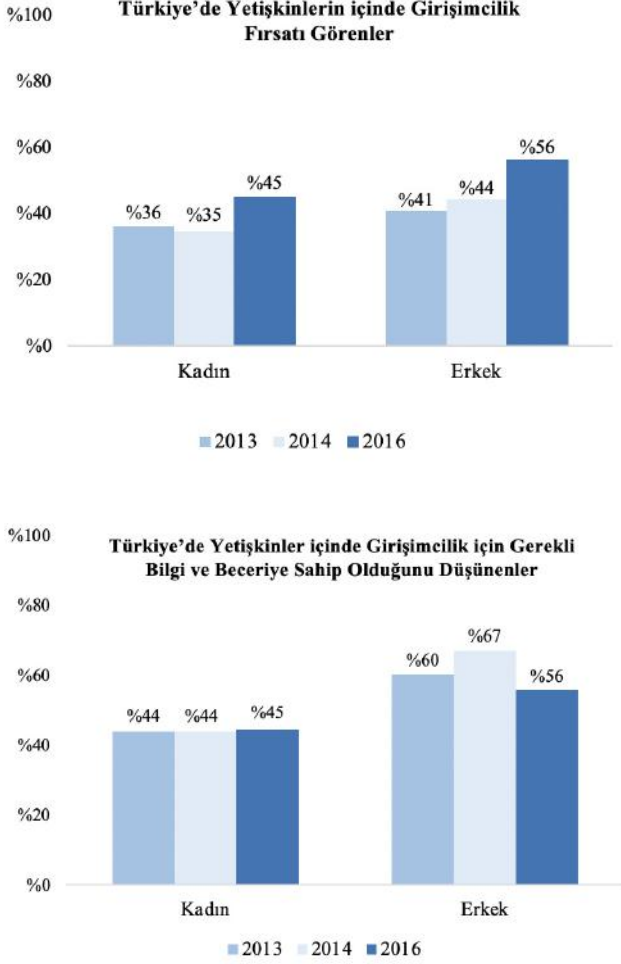
44- Mastercard (2018)

45- GEM (2017)

46- KAGİDER (2019) ; GEM (2019)a

47- Karadeniz, E. (2015)

Şekil 18: Türkiye’de Potansiyel Girişimciler Arasından Mevcut Girişimci Olanların Cinsiyete göre Kırılımı



Kaynak: GEM

Potansiyel girişimci kadınlardaki düşüşün altında yatan bir sebep girişimci kadınların girişimci erkeklere nazaran daha çok sosyal desteğe ihtiyaç duyması olabilir. Girişimci kadınlar girişimci erkeklere nazaran daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duymakta ve işe başlamadan önce sosyal desteğe sahip olduklarından emin olmak istemektedir. Fakat Türkiye’de kadınlar girişimci olmak için ailelerinden ve sosyal çevrelerinden yeteri kadar destek görememektedirler. Sosyal desteği doğrudan etkilemese de herhangi bir girişimciyi tanımak da girişimciliğe teşvik etmektedir. Ancak Türkiye’de herhangi bir girişimciyi tanıyan kadınların oranı yüzde 17,8’dir.⁵⁰

Mülakat yapılan girişimcilerin kendi deneyimleri ve etrafında gördükleri örnekler bu savı destekler niteliktedir. Mülakat yapılan yüksek etkili girişimci kadınların bazıları girişimci olmak istediklerinde aile ve çevrelerinden engelleyici bir tutumla karşılaşmalar bile caydırıcı bir tutumla karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Toplumsal rollerle tetiklenmiş çevre baskısının kadınları girişimcilikten alıkoyabileceğini dile getiren bir görüşmecinin ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

Burcu Aydın (Moblobi, Kurucu): Benim girişimcilik hikayemde en büyük zorluk kurumsal hayattan çıkış zorluğuymdu. (...) O noktada ailem bana destek oldu ama çevrem ve özellikle kurumsalda birlikte çalıştığım arkadaşlarım bana, “Ne gerek var? Ne güzel bir maaşın var, güzle bir kariyerin var, rahatsın, belli bir saate kadar çalışıyorsun, hafta sonları çok fazla bir sorumluluğun yok” diyorlardı hep. (...) Biliyorsunuz kadınların evde de sorumlulukları var. Bir çocuğunuz olduğunda sorumluluk taşıdığınız insan sayısı da artıyor. Ailenizde birisine bir şey olduğunda siz bir kadın olarak daha fazla sahipleniyorsunuz. Hayatın getirdiği çok fazla fiziki ve duygusal sorumluluk var omuzlarımızda. (...) Sonuç olarak en çok zorlandığım konuları sıralarsam; ilk olarak başka sorumluluklarımızın olmasını ikinci olarak da bir erkeğe göre çevreden daha kolay etkilenebilen duygusal bir yapımızın olmasını söyledim.

Bu yüzden girişimci kadın rol modellerinin öne çıkarılması toplumsal önyargıların kırılması ve kadınların girişimciliğe atılması için gereken sosyal desteğin oluşmasında önemlidir. Bu anlamda başarı hikayelerinin paylaşılması ve rol modellerin öne çıkarılması büyük önem arz etmektedir. Türkiye’de girişimci kadınlara yönelik faaliyet gösteren STK’ların büyük çoğunluğu düzenledikleri yarışmalarla rol model etkisini güçlendirmektedir. Örneğin, KAGİDER “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması”nı 2007’den bu yana düzenlemektedir. Bu yarışma, Türkiye’nin farklı bölgelerinden girişimci kadınların bir araya gelmesinde ve diğer girişimci kadınlara örnek olacak başarı hikayelerinin duyurulmasında önemli rol oynamaktadır.

Başarı hikayelerinin medyada yaygın bir şekilde anlatılması da kadınların girişimci olma isteklerini artırmada önemli rol oynamaktadır. Yazılı medya, girişimci kadın hikayelerine olabildiğince çok yer vermektedir ancak bu hikayelerin hitap ettiği hedef kitlesi genellikle iş dünyasıyla sınırlı kalmaktadır. Haber programlarında paylaşılan başarılı girişimci kadın hikayeleri ise genellikle birkaç sektörde faaliyet gösteren, küçük ölçekli ve yüksek etki yaratma potansiyeli düşük olan girişimci kadınlara ait olmaktadır. Bu da toplumdaki girişimci kadın algısını tek tipleştirmekte, bu kalıba uymayan girişimci kadınların toplumda benimsenmesini ve teşvik edilmesini zorlaştırmaktadır.

Burcu Aydın (Moblobi Kurucu): Piyasadaki birçok girişimci kadını destekleyen kurumda ve basın platformlarında genellikle el emeği ile ürün üreten kadınlar ön plana çıkarılarak başarı hikayeleri sunuluyor. Bu sebeple de genellikle girişimci kadın denilince akla el emeği ile ürün üreten veya aldığı tek bir makine ile ardından atölye kurmuş veya evden yaptığı yemeği daha sonra restorana çevirebilmiş kadınlar geliyor. Teknoloji girişimcisi kadınların çoğundan ise kimsenin haberi genellikle olmuyor. Bu anlamda kadın teknoloji girişimcilerinin tanıtılması ve basında yer alması konularında desteklenmeleri çok önemli.

Toplumsal cinsiyet rollerinin yaratıldığı televizyon dizilerinde çizilen kadın karakterler de girişimciliği özendirmekten çok uzaktır. Türkiye’de yerli televizyon dizileri en yaygın kitle iletişim araçları arasındadır. Televizyondaki toplumsal cinsiyet temsilleri de toplumda var olan cinsiyet hiyerarşileri, ataerkil kalıpların ve uygulamaların devamı, kadına yönelik şiddet ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi meselelerin algılanmasında ve bu konularla ilgili düşünce, tavır ve davranış geliştirilmesinde etken olabilmektedir. Türkiye medyasında kadın imgesi üzerine yapılan araştırmalarda televizyon dizilerindeki kadın karakterlerin özellikle erkek karakterlerle karşılaştırıldığında toplumsal bağımlılığı yüksek, sorunlar karşısında zayıf, kolay vazgeçen, motivasyonunu yitirmeye yatkın, uzlaşmacı, fedakâr, kolay ikna edilen kişiler olarak temsiliyet bulduğunu belirtmektedir.⁵¹

Bu özellikler girişimcilik için gereken özelliklerden oldukça uzaktır. Ayrıca dizilerdeki kadın karakterlerin kurumsal iktidara erişmemeleri toplumdaki kadınları yönetici veya girişimci olmaya teşvik etmemektedir. Dizilerde erkek karakterler çoğunlukla karar veren, ekonomik gücü elinde bulunduran ve iktidara sahip olan rollerde temsil edilirken bu rollerde olan kadın karakterlerin oldukça düşük sayıda olması kadınların iş hayatında senelerdir üstesinden gelmeye çalıştıkları “cam tavan” (glass ceiling) kavramının tekrar üretilmesine sebep olmaktadır.⁵²

İtir Erhart (Adım Adım Kurucu Ortağı): Diziler çok sorunlu çünkü diziler toplumsal cinsiyet rollerini en fazla yeniden üretildiği yerler. Türkiye’de kadın istihdamı zaten çok düşük ve dizilere baktığımızda bu oran %15'lere düşüyor. Yani dizide kadın görme ihtimalimiz gerçekten zaten düşük. Kurgudaki nüfustan bahsediyorum. O düşük kadın oranı da sürekli evde mutfakta çalışıyor. Erkek ise arabada iş konuşuyor. Onu izleyen genç kadını düşünün, kendini ne şirket çalışanı ne de girişimci olarak kurgulayabilir.

Tüm bunlara rağmen proje kapsamında yürütülen anket çalışmasında girişimci kadınların kalıplaşmış önyargılara büyük ölçüde katılmadığı ortaya çıkmıştır. Ankette bir kısmı toplumsal önyargılar ile kadınlara yüklenen roller hakkında, diğer bir kısmı da iş dünyasında başarı sağlayabilmek için ihtiyaç duyulan kişisel özellikler veya donanımlarla alakalı algıyı belirleyen önermeler sunulmuştur. Kadınlara yüklenen toplumsal rollerin girişimcilik ekosisteminde yer alan ve bu konuya ilgili olan anket profili tarafından kabul görmediği söylenebilir. Kadınların yüzde 65’i toplumsal rollere dayalı önermelere katılmamışlardır.

52- A.g.e

51- TÜSİAD (2018)

1.7. Girişimci Kadınların Risk Toleransı ve Kuruluş Finansmanını Bulmaları

Literatürde girişimci kadınların risk alırken girişimci erkeklere göre daha temkinli olduğuna dair çalışmalar mevcuttur. Son yıllarda yapılan bir çalışma, kadınların ve erkeklerin girişimcilik faaliyetlerindeki risk toleransı ile ilgili beş kritik meseleyi vurgulamıştır: (i) İşle ilgili tehlikelerde daha fazla endişe gösterme, (ii) İş yaparken daha fazla ayrıntılı bilgiye ihtiyaç duyma, (iii) İş kurarken sosyal destek arama, (iv) Başarısız olmaktan kaçınma ve (v) Daha fazla riskten kaçınma. Başka bir çalışma ise kadınların erkeklere göre daha çok riskten kaçınmasının; 2000'lerin başına kadar sadece biyolojik ve genetik faktörlerle açıklandığını, ancak 2005'ten sonra bu farklılıkta toplumsal faktörlerin de etkisi olabileceğini ortaya koymuştur. Araştırmada; toplumda erkeğe atfedilen rollerin erkeklerin kendine aşırı güvenmesine yol açtığını ve böylelikle risk alma eğilimlerini güçlendirdiği ifade edilmiştir. Başka bir çalışmada da finansal risk toleransındaki cinsiyet farklılıklarının kendi başına cinsiyetten kaynaklanmadığı gösterilmiştir. Cinsiyet ve risk toleransı arasındaki ilişkiyi düzenleyen faktörlerin gelir durumundaki belirsizlikler ve kişinin öz sermayesi ile net kazancı olduğu açıklanmıştır.⁵⁵

Türkiye’de kadınların sermaye yeterliliği konusunda erkeklere göre dezavantajlı konumda oldukları tespit edilmiştir. Türkiye’de kadınların erkeklere göre net kazancının ve öz sermayesinin aşağıdaki sebeplerden dolayı daha düşük olduğu görülmektedir:

- Türkiye’de kadınların aldığı ücret, erkeklerin aldığı ücretin yaklaşık yarısıdır. Kişilerin satın alma gücü paritesine göre tahmini gelirleri hesaplandığında, kadınların gelirinin erkeklerin gelirinin yüzde 43’üne denk geldiği tespit edilmiştir.⁵⁶

- Türkiye’de tüm erkeklerin yüzde 83’ünün banka hesabı varken, bu oran kadınlarda yüzde 54’e düşmektedir.⁵⁷ Türkiye’de banka hesabı sahipliği oranlarındaki cinsiyet farkı, Bangladeş ve Pakistan ile benzer seviyelerde yaklaşık yüzde 30’dur.⁵⁸

- Türkiye’de kadınların üzerine yapılan ve banka kredisi alabilecekken ipotek ettirebilecekleri malvarlığı erkeklere göre çok azdır. Tapu Kadastro Genel Müdürlüğüne 2014 yılı Haziran ayında ülke genelindeki gayrimenkullerin 87 milyonuna erkeklerin, 50 milyonuna ise kadınların sahip olduğu belirtilmiştir. Ülke genelinde erkeklerin yüzde 65’i gayrimenkul sahibi iken, kadınlarda bu oran yüzde 35’te kalmaktadır. Mülakat yapılan girişimci kadınlar da bu durumun, kadınların iş kurmasında büyük bir dezavantaja yol açtığını dile getirmişlerdir. Hatta evli kadınların bu durumu artık kanıksadıklarını, bundan dolayı kimi zaman eş ile alınan mülkleri üzerine yapmayı bile düşünmediklerine dair örnekler göstermişlerdir.

Nurcan Özdemir (EPSA Yalıtım, Yönetim Kurulu Başkanı): “Kadınların en büyük sorunu paraya ulaşamaması: İlk finansman kaynağını bulamıyor. Toplum halen şunu yapıyor: Erkek askerden gelip iş kurduğunda annesi evini satıyor, babası emekliyse ona emekli maaşından kredi çekiyor, eğer altın varsa altınlar satılıyor. Niye? Oğulları evlenecek ya, işi olsun diye fakat bunların hiçbirini, hiçbir kadına yapılmıyor. Halen gayrimenkullerin çoğu erkeklerin üzerine yapılıyor. Yani biz kadın olarak gidip evi ipotek gösterip bir şey alsak senin yüzünden evimiz gidecek oluyor. Ama erkeğin böyle bir şeyi yapması onaylanıyor çünkü erkek işsiz kalamaz ama kadın her zaman evde oturabilir toplumun gözünde. Yani kadın ilk sermayeye ulaşamıyor...”

Toplumdaki ataerkil yapı erkeklere çocukluktan itibaren başarılı olmak için risk almayı öğretirken kadınlara risklerden kaçınmayı öğretmektedir. Halbuki girişimcilik, doğası gereği cesaret ve risk alma davranışlarını gerektirir. Gelişmekte olan ülkelerde toplumsal yapı kolektivist ve ataerkil (erkek baskın) özellikler sergilemektedir. Cinsiyet temelli basmakalıp düşüncelerin çok yaygın olduğu bu toplumlarda, kadınların risk alma düzeyi baskı unsurlarından dolayı daha düşüktür.⁵⁹ Ataerkil bir toplumda, kadının olması gereken yerin ev olduğu ya da çalışmak zorunda ise daha çok doktor, öğretmen, bankacılık gibi “garanti” meslekleri tercih etmesi gerektiği düşüncesi öne çıkar.

55- Fisher, P. J. ve Yao, R. (2017)

56-WEF (2018)

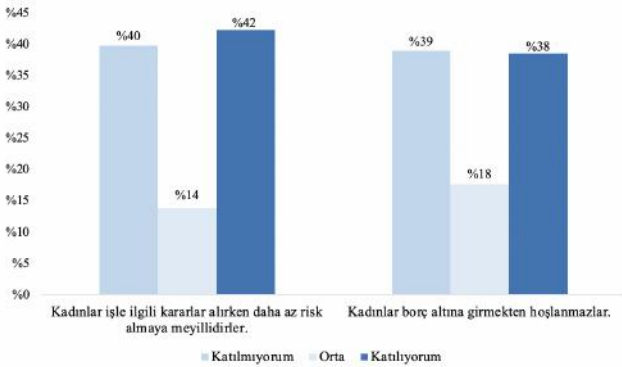
57-EBRD (2019)

58- World Bank (2017)

Eğitimli, farklı kariyer planları yapan kadınlar yine toplumsal dayatma ya da ekonomik koşullar nedeniyle istemediği işlere yönltilenmektedir.⁶⁰ Türkiye'deki toplumsal yapı da bu bağlamda değerlendirilebilir. Kadınların girişimcilik için gereken risk alma ve cesaret edimlerini iş hayatında öğrendikleri söylenebilir. Başka bir araştırmadan çıkan bulgulara göre girişimci kadınların yüzde 62,3'ünün mesleki deneyime sahip olması; kadınların girişimci olmada kişisel özgüven ve cesaretlerini artırdığı ve girişimci olmalarını kolaylaştırdığı şeklinde yorumlanabilmektedir.⁶¹

Anket katılımcıları kadınların işle ilgili risk alma ve borç altına girme eğilimlerini değerlendirirken ikiye bölünmüştür. Anketin bir bölümünde, katılımcılara “kadınlar işle ilgili kararlar alırken daha az risk almaya meyillidirler” ve “kadınlar borç altına girmekten hoşlanmazlar” önermelerine katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Her iki önermeye katılanlarla katılmayanların oranları birbirine çok yakın çıkmış, geri kalan kısım da bu önermeler konusunda kararsız kaldıkları belirtmiştir (Şekil 19). Bu durum, risk alma ve borç altına girme konusunda girişimcilerin bir bölümünün zorluk yaşarken bir bölümünün zorluk yaşamadığını göstermektedir. Sonuçlarda çıkan bu kutuplaşma her iki tarafın da risk alma ve borç altına girme davranışlarının daha detaylı olarak incelenmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Şekil 19: Anket Katılımcılarının Kadınların Risk Alma ve Borç Altına Girme Konularına Bakışı



Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye'de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Türkiye'de işini kurmak için risk alan girişimci kadınların anlamlı çoğunluğunun iş kurmak zorunda kaldığı için risk aldığı düşünülmektedir. Bu konu hakkında Türkiye'de kapsamlı bir çalışma olmamasından ötürü KAGİDER'in 2019 Endeksi yol gösterici bir referans olarak incelenmiştir. KAGİDER'in anketine katılan girişimci kadınların sadece yüzde 34'ü “kadınlar risk almayı sever” önermesine katılmıştır. Bu önermeye katılanların da anlamlı çoğunluğunun lise ve altı eğitim düzeyine sahip kişilerden olduğu belirtilmiştir. Sadece eğitim düzeyinden kesin bir yargıya varılamayacak olsa bile bu kişilerin ihtiyaç girişimcisi olduğu düşünülmektedir. Çünkü ihtiyaç girişimcilerinin fırsat girişimcilerinden daha az eğitim, daha az yönetsel deneyim ve eğitim, daha az sermaye ve daha az gelişmiş sosyal ağlara sahip olduklarını gözlemlenmiştir.⁶²

Türkiye'de yüksek etkili girişimci olarak değerlendirilebilecek girişimci kadınların çoğu öz sermaye ve tanıdıklarından aldıkları borçlarla şirket kurmaktadır. Mülakat yapılan yüksek etkili girişimcilerin anlamlı çoğunluğunun şirket kurarken önce kendi birikimlerine başvurduğu görülmüştür. Kendi birikimleriyle iş kuran kadınların çoğu girişimcilik hayatı öncesinde uzun yıllar çalışma deneyimine sahiptir. Görüşmecilerin kişisel birikimleri yetersiz kaldığıdaysa ilk olarak eşten, aileden ya da yakın çevreden alınan finansal desteklere başvurdukları anlaşılmaktadır. İlk başta başka finansman araçlarına (özellikle borçlanma araçlarına) başvurmamalarında borç altına girmekten kaçınma eğilimi olduğu söylenebilir. Nitekim bu gruptaki bazı görüşmeciler, iş hayatında borçlu olmaktan olabildiğince kaçındıklarını açıkça dile getirmişlerdir.

Derya Türkkorkmaz (Manasset, Genel Müdür & WinnerInno, Kurucu Ortak): “Türkiye'de girişimci kadınları destekleyen banka kredileri var, KOSGEB destekleri var. Ben belki de hayatım boyunca borçlu olmayı hiç sevmediğim için yapmadım. Hiçbir zaman hiçbir yerden borç alarak yaşamadım. Bankadan hayatımda nakdimi çevirmek için kredi kullanmadım. Bunun iyi bir şey olduğunu söylemiyorum.”

59 - Brush, C., Bruin, A. ve Welter, F. (2009)

60 - Wolff, R., Yılmaz, S., Mamur Işıklı, Y., Bülbül, H., ve Mamur Yılmaz, E. (2018)

61 - Özyılmaz, A. (2016)

Kadınlar banka kredisi almaktan büyük ölçüde kaçınırken bankalar da dolaylı olarak kadınlara kredi vermekten kaçınmaktadır. EBRD'nin 2019 yılında Türkiye'nin 8 ilinde 334 banka personeliyle yaptığı deneyde aşağıdaki çarpıcı sonuçlar ortaya çıkmıştır:

- Araştırma bankalarda borç veren kredi uzmanlarının kredi başvurularını değerlendirirken açıkça cinsiyet ayrımcılığı yapmadığını ortaya koymuştur. Ancak kredi uzmanlarının yüzde 87'sinin bilinçaltında "iş" kavramının kadınlardan çok erkeklerle ilişkilendirdiği ortaya çıkmıştır. Bu eğilim, kadın uzmanlarda erkek uzmanlardan ortalama yüzde 40 daha fazla görülmüştür.

- Aynı çalışmada tüm faktörlerin eşit tutulduğu bir ortamda; kredi uzmanlarının kredi başvurusunu, bir kadından geldiğinde gösterilen kefilin varlığına bağlı olarak yüzde 7 daha fazla onayladığı gözlemlenmiştir.

Girişimci kadınların ekosistemdeki finansal aktörlerden yeteri kadar yararlanmadığı göze çarpmaktadır. Türkiye'de 2018 yılında yapılan 59 milyon dolarlık melek ve girişim sermayesi yatırımının yüzde 27'sinin kurucusu kadın olan girişimlere yapıldığı görülmektedir.⁶³ Bu oran yaklaşık 16 milyon dolarlık bir tutara denk gelse de yapılan yatırımların kaç ortağı ya da kurucusu kadın olan girişime yapıldığı bilinmemektedir. Zira, proje kapsamında yapılan ankette girişimcilere karşılaştıkları zorluklar sorulduğunda yarısı (% 51'i) "melek yatırımcı erken girişim sermayesi yatırımcısı bulmak" konusunun kendileri için geçerli olmadığını ve/veya bu konu hakkında yorum yapmak istemediğini belirtmiştir. Tüm bu sonuçlardan, kadınların başlangıç aşamasında yararlanabilecekleri temel finansal aktörlerden (melek yatırımcı ve erken aşama girişim sermayesi) yararlanmadıkları söylenebilir.

Kadınların iş kurarken ve yürütürken başvuracakları finansal kaynakları çeşitlendirmek, böylelikle risk algılarını düşürmek için finansal okuryazarlığın güçlendirilmesi etkili bir çözüm olabilir.

Proje anketine cevap veren girişimci kadınların en çok zorlandıklarını söyledikleri meselelerden dördüncüsü nakit akışını ve finansalları yönetmektir. Ankete cevap veren girişimci kadınların yüzde 45'i bu alanda zorlandıklarını ifade etmişlerdir. Mülakat yapılan görüşmecilere göre bunun, kadınların finans ve ekonomi konularına yeterince ilgi duymamasından kaynaklandığı söylenebilir. Görüşmeciler, bu durumun girişimcilikte kendileri için büyük bir dezavantaj oluşturduğunun altını çizmişlerdir.

İlknur Seferoğlu (Thales Eğitim & Danışmanlık, Kurucu Ortak): "Kendi tecrübemle gözlemlediğim kadar kadınlar finansa ait bilgilere uzaklar, aslen bu bilgiye ulaşma konusu çok ilgilerini çekmeyebiliyor. Finans biraz sıkıcı gelebiliyor, özellikle kişisel gelişim konuları daha çok ilgi yaratıyor. Örneğin işle ilgili mentorluk alma konusu çok daha önemli iken koçluk hizmetini tercih edebiliyorlar. Yurtdışında durum biraz daha farklı. Küçük yaşlardan itibaren ev ekonomisi dersleri veriliyor orada. Bizde kadın sanki finansa uzak durmalı gibi davranılıyor."

1.8. Girişimci Kadınların İş Yaparken Karşılaştıkları Zorluklar

Girişimcilik faaliyetinde bulunan herkesin karşısına çıkan ve aşılması gereken zorluk alanlarının hangilerinde kadınların daha fazla sıkıntı çektiğini anlamak ve bunların nedenlerini irdelemek gerekmektedir. Tablo 9'da yer alan zorluk alanlarının tümü tüm girişimcilerin iş yaparken karşısına çıkan meselelerdir. Anket katılımcılarından bu konularda ne kadar zorlandıklarını puanlamaları istenmiştir. Bu doğrultuda meseleler, en fazla zorluk ile karşılaşılandan en az karşılaşılan doğru sıralanmıştır.

Tablo 8: Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Zorluk Alanları

	Zorluk yaşamadım	Orta	Zorluk yaşadım	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum
Kayıt dışı sektörde faaliyet gösteren rakiplerle rekabet etmek	%14	%17	%58	%11
Nitelikli insan kaynağına erişmek	%21	%16	%56	%7
Vergi ile ilgili konularla uğraşmak	%23	%23	%48	%6
Nakit akışını ve finansalları yönetmek	%33	%20	%45	%2
Rekabetçi ortama uyum sağlamak	%26	%26	%44	%4
Yeni pazarlara açılmak	%21	%21	%42	%15
Büyüme aşamasında kamu desteklerinden yararlanmak	%18	%14	%41	%27
Pazarlama ve satış yapmak	%33	%21	%40	%6
Erken aşamada kamu desteklerinden yararlanmak	%19	%8	%39	%34
Şirket kültürünü oluşturmamak	%38	%22	%33	%6
İnsan kaynağını yönetmek	%33	%28	%31	%8
İş ve aile dengesini kurmak	%40	%25	%31	%4
Büyüme aşamasında mentor desteği almak	%18	%13	%29	%41
Banka kredisine erişmek	%34	%13	%28	%25
Gereken networklere erişmek	%33	%29	%27	%12
Meklek/erken girişim sermayesi yatırımcısı bulmak	%19	%3	%26	%51
Erken aşamada mentor desteğine erişmek	%23	%9	%26	%42
Gümrük ve ticaret düzenlemeleri ile uğraşmak	%15	%14	%24	%47
Uygun fiziki ortama bulmak	%54	%21	%21	%3
İş modeli hazırlamak/geliştirmek	%55	%21	%17	%7
Şirket kurmak için gereken ruhsat ve izinleri almak	%57	%26	%11	%5

Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye'de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

• **Kayıt dışı sektör ile rekabet etmek ve nitelikli insan kaynağına erişmek** gibi özel sektörün tümünü ilgilendiren meseleler, girişimci kadınlar tarafından da öne çıkarılmıştır. Nitelikli insan kaynağına erişme konusundaki zorluklar hizmet sektöründe faaliyet gösteren mülakat görüşmecileri tarafından da dile getirilmiştir.

• **Sırasıyla vergi ile ilgili konularla uğraşmak, nakit akışını ve finansalları yönetmek, rekabetçi ortama uyum sağlamak, yeni pazarlara açılmak, kamu desteklerinden yararlanmak, pazarlama ve satış yapmak** katılımcıların yüzde 40'ından fazlasının zorluk çektiği diğer konular olarak öne çıkmaktadır.

Zorluk alanını daha iyi sınıflayıp tanımlayabilmek adına gerçekleştirilen faktör analizinin sonuçları raporda ayrıca ele alınmıştır.

• **Yeni pazarlara açılma konusu, kadınların erkeklere kıyasla en fazla zorluk yaşadığı ikinci konu olarak öne çıkmaktadır.** Ankete katılım sağlayan girişimci kadınların yüzde 45'i bu konuda kadınların erkeklere göre daha fazla zorlandığını belirtmiştir. Bu konuda zorluk yaşadığını dile getiren kadınların oranı da yüzde 42'dir. Yeni pazarlara açılma faaliyetleri sırasında zorluk yaşayan girişimci kadınların yüzde 35'lik bir kısmı ise kadınlarla erkekler arasında bu faaliyeti yürütme açısından bir fark olmadığını belirtmiştir. Bu kişiler için karşılaştıkları problemin, ekosistemin genel meselesi veya kendi kişisel özellikleriyle ilgili durumlar olduğu söylenebilir.

• **Kayıt dışı sektörde faaliyet gösteren rakiplerle rekabet etme meselesinde katılımcıların yüzde 43'ü, kadınların daha fazla zorluk çektiğini dile getirmiştir.** Bu konu aynı zamanda girişimci kadınların kendileri adına en fazla zorluk yaşadıkları başlık olarak kendini göstermektedir. Kayıt dışı sektör ile rekabet konusunda zorluk yaşadığını söyleyen kadınların yüzde 44'ü bu meselede kadınlar ile erkekler arasında bir fark olmadığını söylerken, yüzde 48'i kadınların daha fazla zorlandığını belirtmiştir. Bu durumda kayıt dışı ile rekabet etme meselesinin tüm girişimciler için önemli bir problem olduğunu söylemekle beraber girişimci kadınları daha çok olumsuz etkilediği söylenebilir.

Hülya Tiritoğlu (Çemen's Gurme, Kurucu):
"Çalıştığınız personeller sizi kadın olduğunuz için çok ciddiye almıyor, kadın olmanın dezavantajı bu olabiliyor. Erkek patronlar daha fazla ciddiye alınıyor sanırım. İnsanlar kızmayla ve sertlikle çalışmaya alışmış. Ben bir kadın olarak kendimden hiçbir zaman taviz vermedim, öyle bir kişiliğim de yok zaten. Ancak, yumuşak başlılığı veya bir kadının hoşgörüsünü yanlış anlayabildiler."

İş kurmaya yönelik faaliyetler girişimci kadınların en az zorlandıkları meseleler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faaliyetler sırasıyla gerekli olan ruhsat ve izinleri almak, iş modeli hazırlamak ve geliştirmek ve uygun fiziki ortam bulmaktır. Bir işletmenin var olması için atılması gereken adımların, anket katılımcılarının büyük kısmı tarafından rahatlıkla atılabildiği söylenebilir. Bu konularda kadınların çok büyük bir bölümünün anketi cevaplamış olması; yani geçerli değil seçeneğini işaretleyenlerin oldukça az olması, bu faaliyetlerin neredeyse herkes tarafından deneyimlendiği ama zorluk yaşamadığını ortaya koymaktadır.

Girişimci kadınların zorluk çektiği meselelerin yanı sıra kendileri için geçerli olmadığını belirttikleri meselelerin neye işaret ettiğini anlamak önem arz etmektedir. Bu meseleler şöyle sıralanabilir: (i) Melek yatırımcı ve erken girişim sermayesi yatırımcısı bulmak, (ii) gümrük ve ticaret düzenlemeleri ile uğraşmak, (iii) mentor desteğine erişmektir.

- Son yıllarda Türkiye’de artış gösteren melek yatırımcı sayısına (2019’da 476 kayıtlı melek yatırımcı bulunmaktadır) ve erken aşama girişim sermayesi aktivitesine rağmen girişimci kadınların bu finansal aktörleri bulmak konusunda görüş bildirmek istememesi veya bu aktörleri bulma faaliyetinin kendileri için geçerli olmadığını düşünmesi irdelenmesi gereken bir konudur.

- Gümrük ve ticaret düzenlemeleri ile uğraşmak da kadınların kendileri için geçerli olmadığını düşündükleri veya cevap vermek istemedikleri bir faaliyettir. Bunun sebebi şirketi olan kadınların veya şirket sahibi olan kadınların düşük ihracat oranları olabilir. Ankete katılan girişimci kadınların işletmelerindeki ihracatın ciro içindeki payı ortalama yüzde 8,4’dür. Mülakatlarda ihracat yapan girişimci kadınlar da ihracat yapmanın meşakkatli olduğuna, iş yapma bilgisi haricinde belli bir bilgi ve beceri kapasitesi gerektirdiğine ve daha fazla sermaye gerektirdiğine dair görüşlerini belirtmiştir. Bundan dolayı birçok girişimci kadının kendini gümrük ve ticaret düzenlemelerinden muaf tuttuğu düşünülmektedir.

- Girişimci kadınların çoğunun mentor destekleri hakkında kanaat belirtmek istememesi ya da kendileri için geçerli olduğunu düşünmemesi de irdelenmesi gereken bir konudur. Çünkü Türkiye’de ilgili STK’ların çoğu, girişimci kadınların dezavantajlı olduğu noktalara yönelik eğitim, danışmanlık ve mentorluk programları tasarlamaktadır. Özellikle KAGİDER, Arya Women gibi aktif STK’lar; muhtelif atölye çalışmaları ve eğitimler ile kuruluş ve büyüme patikasında olan girişimci kadınların önündeki engelleri aşmalarına yardımcı olmaktadır. Bu durum, girişimci kadınların mevcut mentorluk ve eğitim faaliyetlerinden haberdar olmamalarından kaynaklanıyor olabilir. Öte yandan girişimci kadınların bu destekler hakkında düşük beklentiye sahip olmaları da bu sonucu doğurmuş olabilir.

Devrim Erol (Mesan, Kurucu ve Yönetim Kurulu Başkanı): “İhracat bir bilgi meselesi. Biz bu şirkette yeni yeni ihracat yapmaya başladık ama ben yıllarca fuarcılık yaptım ve bu fuarcılığımın ilk hedefi Türkiye’nin ihracatının geliştirilmesiydi. Bir ihracat nasıl yapılır? Bir pazara nasıl girilir? Bunları, sadece kitaptan okumakla kalmayıp hem Afrika’da hem Avrupa’da hem Çin’de fuarlar yapıp, pratikte de deneyimleyerek öğrendim. Bu işin tüm unsurlarını, lojistiğini, yasal altyapılarını biliyorum. Ben iş konseyi başkanlığı yaptığım ve karma ekonomik komite toplantılarına girip serbest ticaret anlaşmalarında da masaya oturma şansını yakaladığım için daha geniş bir açıdan bakabiliyorum.”

Ankette birbiriyle ilişkili değişkenleri bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenleri (faktörleri, boyutları) keşfetmek amacıyla yapılan faktör analizi neticesinde üç ana çok yönlü zorluk alanı ortaya çıkmıştır (Tablo 9).

- **Rekabetçilik ve büyüme zorlukları.** Bu konular ortalama olarak katılımcıların yüzde 43’ünün zorluk yaşadığı meselelerdir. Bu konularda karşılaşılan zorluğun ortalama değeri ise 5 üzerinden 3,33 olmuştur. Girişimci kadınların rekabetçi ortama uyum sağlama, kamu desteklerinden yararlanma, pazarlama ve satış yapma, kayıt dışı piyasa ile rekabet etme, vergi ile ilgili süreçleri yürütme konularında karşılaştıkları sorunları çok yönlü büyük bir faktör olarak ele almak mümkündür.

Bu faktöre ilişkin girişimci kadınları destekleyecek aksiyonlar geliştirilmesi, varsa erkek girişimcilere kıyasla daha fazla sorun yaşadıkları alanların belirlenmesi gerekmektedir.

• **Sosyal sermaye ve toplumsal cinsiyet meseleleriyle ilgili zorluklar.** Nitelikli insan kaynağına erişmek, iş – aile dengesini kurmak, gereken networklere erişmek faktör analizi sonucunda toplulaşmıştır. Bu meseleler ortalama olarak katılımcıların yüzde 38’inin zorluk yaşadığı kritik meselelerdir. Buna karşılık, karşılaşılan zorluk seviyesi 5 üzerinden 3,10 oranında kalmıştır. Bunun en önemli nedeni zorluk yaşamadığını belirten bir kesimin daha bulunmasıdır (yüzde 31). Bu noktadaki bir diğer önemli husus da yalnızca yüzde 8’lik bir kesimin bu faktör için kendini dışarda tutmuş olmasıdır. Girişimci kadınların neredeyse tamamının iş hayatında bu tip meseleler ile karşılaştığı düşünülebilir.

• **Kuruluş aşamasında ihtiyaç duyulan desteklere ilişkin karşılaşılan zorluklar.** Ortaya çıkan bir diğer faktör ise girişimci kadınların kuruluş aşamasında ihtiyaç duydukları desteklere erişme konusudur. Bunlar; banka kredisi, girişim sermayesi gibi maddi konular olabileceği gibi mentor desteği gibi teknik açıdan profesyonel destekler de olabilmektedir. Kuruluş aşamasında ihtiyaç duyulacak desteklere ilişkin anket katılımcıları arasında bir polarizasyon olduğu görülmektedir. Katılımcıların yüzde 8’i karşılaştıkları zorluk seviyesini “orta” olarak değerlendirirken, yüzde 26’lık bir kısmı bu konuda zorluk yaşamadığını, yüzde 27’lik bir kısmı ise zorluk yaşadığını belirtmiştir. Bu durum girişimci kadınların desteklere erişme konusunda farklı şartlara sahip olabileceğini, kitlenin tamamı için bir genelleme yapılmasının doğru olmadığını ortaya koymaktadır. Öte yandan bu faktörde yer alan meseleler için kitlenin yüzde 39’u geçerli değil/cevap vermek istemiyorum seçeneğini işaretlemiştir. Zorluk çekenlerden çok daha büyük bir kesimin bu tip desteklere topyekûn ihtiyaç duymadığı söylenebilir.

Tablo 9: Zorluk Alanları Faktör Analizi

		Zorluk yaşamadım	Orta	Zorluk yaşadım	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum	Ortalama (5 üzerinden)
1	Rekabetçi ortama uyum sağlamak Büyüme aşamasında kamu desteklerinden yararlanmak Pazarlama ve satış yapmak Kayıt dışı sektörde faaliyet gösteren rakiplerle rekabet etmek Vergi ile ilgili konularla uğraşmak	%25	%19	%43	%13	3.33
2	Banka kredisine erişmek Melek/erken girişim sermayesi yatırımcısı bulmak Erken aşamada mentor desteğine erişmek	%26	%8	%27	%39	3.06
3	Nitelikli insan kaynağına erişmek İş ve aile dengesini kurmak Gereken networklere erişmek	%31	%23	%38	%8	3.10

1.9. Stereotipler: Önyargılar Ne Kadar Geçerli?

PAL anket çalışmasında girişimci kadınların toplumsal önyargılara ilişkin bakış açılarını kantitatif olarak değerlendirmek amacıyla bir dizi önerme sunulmuş ve katılımcılardan bunları değerlendirmesi istenmiştir. Sunulan önermelerin bir kısmı kültürel önyargılar ile kadınlara yüklenen roller hakkında bir değerlendirme ortaya koymayı amaçlarken bir kısmı da iş dünyasında başarı sağlayabilmek için ihtiyaç duyulan kişisel özellikler veya donanımlarla alakalı algıyı belirlemeyi amaçlamıştır. Bu bölümde çıkan bulgular, toplumun tamamının görüşlerini yansıtmaya da girişimci olan ve girişimcilikle ilgilenen kadınların bir kısmının görüşlerini yansıtmaya açısından önemlidir.

Katılımcılara yöneltilen önermeler sonucu ortaya çıkan yanıtlar faktör analizine tabi tutulmuş; yönetim becerileri, toplumsal roller, risk alma ve teknik beceri olmak üzere dört ana başlık ortaya çıkmıştır.

• **Yönetim becerileri** başlığı altında aynı anda birden fazla işi yapma, çalışanların problemlerini anlama, ikna kabiliyeti, ekip yönetme ve organizasyon becerisi, mükemmeliyetçilik ve sosyal duyarlılık konularında kadınların erkeklere kıyasla daha önde olduğu önermeleri yer almaktadır.

• **Toplumsal roller** ise genel anlamıyla toplum tarafından kadınlara yüklenildiği düşünülen rollerle ilgili önermeleri kapsamaktadır. Ev işleri ve çocuk bakımının yalnızca kadının sorumluluğunda olması, kadınların iş hayatında görüşmelerini yanlarında bir erkek ile yapmasının daha iyi olması, kadınların iş hayatında başarılı olabilmesi için erkek dünyasına uyum sağlaması gibi iş hayatında kadınlara yönelik birtakım cinsiyetçi önyargı ve tutumlarla ilgili görüşleri araştırılmıştır

• **Risk alma** başlığı altında ise; kadınların borç altına girmekten hoşlanmadığı ve işle ilgili kararlarda daha az risk almaya meyilli olduğu yönünde iki önerme yer almaktadır.

• Son olarak, **teknik beceri** başlığı altında kadınların finansal konulara ve teknik konulara daha az yatkın olduğu yönündeki önermeler bulunmaktadır.

Yönetim becerileri konusunda kadınların kendini yeterli ve kabiliyetli görmesi dikkat çekmektedir. Faktör analizi sonucu yönetim becerilerine ilişkin gruplaşan önermelere anket katılımcısı kadınların yüzde 68 oranında katıldığı görülmektedir (Tablo 10). Bu oran 10 üzerinden 7,6'lık bir ortalamaya denk gelmektedir. Yani yönetim becerilerini kapsayan konularda kadınlar kendilerini yeterli ve kabiliyetli görmektedir. Benzer bir sonuca teknik beceri (finansal konular ve teknik konular) ile ilgili konularda da varılabilmektedir. Katılımcıların büyük kısmının (%66) bu konulara kadınların erkeklere kıyasla daha az yatkın olduğu yönündeki önermelere katılmadığı görülmektedir. Buna karşın kadınların risk alma ve borç altına girmekten kaçınma konularında çekingen olduğu yönündeki önermelere ilişkin anket topluluğunun belli bir yönelim ortaya koymadığı, iki kutuplu bir tercih ortaya koyduğu görülmektedir. Katılımcıların yüzde 40'ı kadınların risk toleransının daha düşük olduğunu düşünürken hemen hemen aynı oranda bir kısmı (%39) da bu önermeye karşı çıkmıştır. Bu durum risk alma konusunun irdelenmeye ihtiyacı olduğunu ortaya koymaktadır.

Toplumsal roller ve kültürel önyargılara ilişkin ele alınan önermeler kadınların iş hayatında güçlenmesinin önünde engel teşkil eden başlıklara ilişkin araştırmalar ve derinlemesine mülakatlar sonucunda derlenmiştir. Kadınlara yüklenen kültürel ve sosyal rollerin girişimcilik ekosisteminde yer alan ve bu konuya ilgili olan anket profili tarafından kabul görmediği ortaya çıkmıştır. Kadınların yüzde 65'i önlerine çıkan bu önermelere katılmadığını belirtmiştir. Bu durum girişimci kadınların toplumsal roller ve önyargılara meydan okuyan kişiler olmalarından ya da iş yapmasının bu faktörlerin kendileri için geçerli olmadığını düşünmelerinden kaynaklanabilir.

Tablo 10: Stereotip Başlıklarına İlişkin Faktör Analizi

		Katılmıyorum	Orta	Katılıyorum	On üzerinden ortalama (1: Hiç katılmıyorum – 10: Tamamen katılıyorum)
Kadınlar birden çok işi aynı anda yapma konusunda erkeklerden daha yetkindirler.	Yönetim becerileri	%14	%15	%68	7,6
Kadınlar çalışanların problemlerini anlamakta erkeklere göre daha iyidirler.					
Kadınların ikna kabiliyeti erkeklere göre daha yüksektir.					
Kadınların ekip yönetme ve organizasyon becerisi erkeklere göre daha çok gelişmiştir.					
Kadınlar erkeklere göre daha mükemmeliyetçidir.					
Yönetim kadrosunda kadın olan şirketlerin sosyal duyarlılığı daha yüksektir.	Toplumsal roller	%65	%14	%16	4,4
Kadınlar potansiyel müşterilere veya yatırımcılara görüşmelerine giderken yanında bir erkek orta...					
Kadınlar kamu kurum ve kuruluşlarına yanında bir erkek ortak/çalışanla gitse daha iyi ol...					
Yatırımcılar en az bir erkek ortaklı girişimlere daha yatırım yapılabilir gözüyle bakmakta...					
Çocuğa bakmak ve ev işlerini yapmak kadının sorumluluğudur.					
Kadınlar başarılı bir yönetici olmak istiyorsa erkek dünyasına uyum sağlamak zorundadır	Risk alma	%39	%16	%40	5,9
Kadınlar işle ilgili kararlar alırken daha az risk almaya meyillidirler.					
Kadınlar borç altına girmekten hoşlanmazlar.	Teknik beceri	%66	%13	%16	4,4
Kadınlar finansal konulara erkeklere göre daha az yatkındır.					
Kadınlar teknik konulara erkeklere göre daha az yatkındır.					

Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye'de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Masa başı araştırmalar ve yüz yüze mülakatlardan çalışma boyunca süzülerek ortaya çıkan öneri başlıkları anket katılımcılara sunulmuş, değerlendirmeleri istenmiştir. Elde edilen öneri başlıklarının her birine ihtiyaç duyulabileceği, bu eylemlerin gerçekleştirilmesinde birbirinden farklı toplumsal ve kamusal aktörlerin sorumluluk üstlenmesi gerektiği göz önünde bulundurulmalıdır. Tablo 11’de anket katılımcılarına sunulan öneri başlıklarının tamamı yer almaktadır. Bu önerilerden en fazla gerekli görülene katılımcıların yüzde 94’ü, en az gerekli görülene ise yüzde 75’i ihtiyaç olduğu yönünde görüş bildirmiştir. Bu bakımla her bir önermeye belli oranda ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Bu yüzden önermeler atfedilen öneme göre önceliklendirilmiştir. Uygulama önerileri katılımcıların 10 üzerinden atfettikleri gereklilik düzeyine göre Tablo 11’deki gibi sıralanabilir.

Tablo 11: Girişimciliğin Desteklenmesine İlişkin Öneri Başlıkları

	Çok gerekli	Gerekli	Gereklilik düzeyi (10 üzerinden)
Girişimcilerin yoğun olduğu yerlerde kreş imkanlarının güçlendirilmesi	68%	26%	9,2
Toplumsal cinsiyet eşitliğinin, kadın rol modellerin eğitim müfredatına entegre edilmesi	67%	25%	9,1
Kadınlara çağın gerektirdiği mesleki eğitim ve beceri fırsatlarının sağlanması	65%	26%	9,1
Girişimci kadınların yurtdışı pazarlara açılmasını kolaylaştıran programların geliştirilmesi	65%	28%	9,1
Medyadaki içeriğin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından incelenmesi, değerlendirilmesi ve önlem alınması	63%	28%	9,0
İleri seviye girişimcilerin potansiyel ve mevcut girişimci kadınlara mentörlük yapmasının desteklenmesi	55%	33%	8,7
İş ve özel yaşamı uyumlaştırmaya yönelik bakım hizmetlerinin geliştirilmesi	55%	31%	8,7
Garanti fonları gibi düzenlemelerle bankaların girişimci kadınlara özel kredi programları geliştirmelerinin desteklenmesi	53%	36%	8,7
Girişimci kadınlar için mikrokredi programlarının desteklenmesi	51%	38%	8,7
Kamu desteklerinde (KOSGEB, TÜBİTAK vb.) girişimci kadınlara özel kota uygulanması	52%	31%	8,5
Sadece girişimci kadınlara yatırım yapacak risk sermayesi fonlarının özel olarak teşvik edilmesi	48%	33%	8,4
Girişimci kadınların ürün ve hizmetlerine devlet ve özel sektörden alım garantisi sağlanması	51%	27%	8,4
Girişimci kadın geliştirme programlarında daha çok girişimci çıkaran üniversitelere öncelik verilmesi	40%	35%	8,1
Kuluçka merkezleri ve teknoparklarda kadına özel kota uygulanması	43%	32%	8,1

Kaynak: Kız Kardeşim Türkiye’de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Anket katılımcılarının önceliklendirdiği öneriler, kapsama alanı ve etki alanı açısından belli başlıklar altında gruplanarak ele alınabilir. Girişimci kadınlara sunulan 14 konu başlığının tamamının irdelenmesi belli ölçülerde gerekli görülmektedir. Böylece daha bütünsel bir eylem planı çerçevesi ortaya çıkacağı söylenebilir. Bu kapsamda ele alınan 4 ana başlık şu şekildedir:

1. İş aile dengesine ilişkin kadınları destekleyici eylemler:

Girişimcilerin yoğun olduğu yerlerde kreş imkanlarının güçlendirilmesi. Çocuk sahibi girişimcilerin gün içinde çalıştıkları süre zarfında çocuklarını bırakabilecekleri kreş ve benzeri imkanların artırılması katılımcıların yüzde 68'i tarafından "çok gerekli", yüzde 26'sı tarafından ise "gerekli" olarak değerlendirilmiştir. Bu, 10 üzerinden 9,1'lik bir ortalamaaya denk gelmektedir. Girişimciliğin daha esnek çalışma saatlerine sahip olunan bir faaliyet türü olduğu yönünde genel bir kanı olsa da daha çok mesai gerektiren bir faaliyet olduğu birçok girişimci kadın tarafından dile getirilmektedir. Bu noktada çocuk bakımı faaliyetlerinde kadınlara düşen ağırlığı hafifletecek ve bakım sorumluluğunu paylaştıracak uygulamaların, kadınların iş yapmasının önündeki engelleri kaldırmada birincil rol oynayabileceği görülmektedir.

İş ve özel yaşamı uyumlaştırmaya yönelik bakım hizmetlerinin geliştirilmesi. Bakım hizmetlerinin tümünü kapsayan bir başlık anket çalışmasında gündeme alınmıştır. Çocuk bakımı hizmetlerinin yanı sıra yaşlı ve engelli bakımı da bu konuda dikkate alınması gereken meselelerdir. Katılımcılar bakım hizmetlerinin geliştirilmesine 10 üzerinden 8,7'lik bir önem atfetmişlerdir. Hanesinde bakım ihtiyacı olan bir engelli veya yaşlı bulunan girişimci adaylarının veya girişimcilerin kendilerine sağlanacak bakım hizmetlerinden üst düzeyde faydalanacakları düşünülmektedir. Böylece kendilerine ve işlerine daha fazla vakit ayırabilecek, ekonomik ve sosyal alanda daha fazla yer bulabileceklerdir.

2. Toplumsal cinsiyet eşitliğini ve toplum bilincini geliştirmeye yönelik eylemler:

Eğitim müfredatına toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve rol model kadınların entegre edilmesi. Toplumsal cinsiyet eşitliği, girişimcilik de dahil olmak üzere birçok konuyu kapsayan çok yönlü bir sosyal mesele olarak kadınlar tarafından sıkça dile getirilmektedir. Toplumun tamamının erken yaştan itibaren cinsiyet eşitliğine inanması, kadınların potansiyellerinin ve yeteneklerinin farkında olmaları ve bu bilincin ilkokuldan itibaren bireylere aşılması önem arz etmektedir. Bu engellerin kaldırılmasıyla kadınların iş dünyasında başarılı ve etkili olmasının "normalleşeceği", diğer bir deyişle sık rastlanan bir hal alacağı düşünülmektedir. Bu öneri başlığı katılımcıların yüzde 92'si tarafından gerekli olarak değerlendirilmiştir.

Kadınlara çağın gerektirdiği mesleki eğitim ve beceri fırsatlarının sağlanması. Girişimcilik ekosisteminde kadın tabanını genişletmek, nitelikli girişimler kurabilecek kadınların sayısını artırabilmek birincil öneme sahiptir. Böylece daha zengin bir girişimci havuzu ortaya çıkabilecek, girişimcilik tabana yayılabilecektir. Bunun için de en önemli gereksinimlerin başında mesleki eğitim seviyesinin yükseltilmesi, kadınların sahip olduğu beceri ve yetenek setinin geliştirilmesi gelmektedir. Kadınların bu eğitim olanaklarına ulaşacağı fırsatların artırılmasına ilişkin öneri başlığını, anket katılımcılarının yüzde 65'i çok gerekli, yüzde 26'sı ise gerekli (toplamda yüzde 91) olarak ele almıştır. Fırsatların artırılmasına ve daha kapsayıcı olmasına hem ihtiyaç olduğu yönünde bir düşüncenin hakim olduğu hem de bunun etkili olacağı düşüncesinin güçlü olduğu söylenebilir.

Medyadaki içeriğin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından izlenmesi, değerlendirilmesi ve önlem alınması. Medyadaki içeriğin izlenmesi ve önlem alınması, toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin eğitim meselesinde olduğu gibi en fazla öne çıkarılan 5 meseleden biridir.

Medyada kadınlara toplumdaki rolüne ilişkin önyargılar ve peşin hükümler yükleyecek içeriklerin denetlenmesi ve bunların mümkün olduğunca önüne geçilmesinin toplum bilincinin dönüşümde önemli olduğu düşünülmektedir. Bu konuya atfedilen gereklilik düzeyi 10 üzerinden 9 olmuş, katılımcıların yüzde 63'ü çok gerekli olarak değerlendirmiştir. Ayrıca cinsiyet eşitliğinin ve kadının ekonomiye katılımının önemine vurgu yapacak içeriklerin medyada yer almasının faydalı olacağı da dile getirilen önemli bir görüş olmuştur.

3. Girişimci kadınları donanımsal açıdan güçlendirmeyi hedefleyen eylemler:

Girişimci kadınların yurtdışı pazarlara açılmasını kolaylaştıran programların geliştirilmesi. Üretim yapan, mal satan veya hizmet sunan girişimciler için büyüme aşamalarında yurtdışı pazarlara açılarak ihracat yapmak büyük öneme sahiptir. Yabancı ülkelerde pazar durumunu kavramak, fırsatları görmek ve değerlendirmek, girişimlerin hızlı büyümesine doğrudan katkı sağlayacak hamleler olarak sıralanmaktadır. Girişimci kadınların da yurtdışı pazarları takip etmesini, buralarda operasyon yürütebilecek bağlantılar kurabilmesini ve gerekli danışmanlık hizmetlerine ulaşmasını kolaylaştıracak programların faydalı olacağı düşünülmektedir. Girişimci kadınların yurtdışı pazarlara açılmasını kolaylaştıran programların geliştirilmesi, katılımcıların yüzde 65'i tarafından çok gerekli olarak değerlendirilmiştir.

İleri seviye girişimcilerin potansiyel ve mevcut girişimci kadınlara mentorluk yapmasının desteklenmesi. Mentorlar girişimcilerin kuruluş ve büyüme aşamasında alacağı kararlardan ihtiyaç duyacağı networklere erişmesine kadar birçok konuda rehberlik edebilmektedir. Mentorluk bir nevi manevi sponsorluk olarak da ele alınabilir. Ürün/hizmet üretiminde danışma ihtiyacı, teknik geziler, ihtiyaç duyulan profesyonellere yönlendirme bu kapsamda faydası vurgulanan noktalar arasındadır. Girişimci kadınlar, erken aşama sponsorluğa erişmeye yönelik programların artırılmasına yönelik bir görüş ortaya koymuştur.

Anket katılımcılarının yüzde 55'i bu yöndeki desteklerin artmasını çok gerekli olarak nitelendirirken yüzde 33'ü de gerekli olarak değerlendirmiştir.

Girişimci kadınları geliştirme programlarında (örn. Kuluçka merkezleri, hızlandırıcılar) girişimci çıkaran üniversitelere öncelik verilmesi. Girişimcilik ekosistemi içinde üniversitelerin rolü son derece önemlidir. Bu yüzden de daha çok ve daha nitelikli girişimciler yetiştiren üniversiteler içinde kuluçka merkezlerinin, hızlandırıcıların geliştirilmesi ve iş yapmayla ilgili pratiklerin öğretildiği ders içeriklerinin geliştirilmesi kritik bir ihtiyaçtır. Bu noktada girişimci kadın geliştirme programları tasarlanırken bu üniversitelere öncelik verilmesi, ülkemizde sayısı düşük olan yüksek etkili girişimci kadınların artması için daha etkili bir yol olarak görülmektedir. Ankette bu öneriye verilen destek 10 üzerinden 8,1'e tekabül etmektedir.

Kuluçka merkezi ve teknoparklarda kadına özel kota uygulanması. Kuluçka merkezleri ve teknoparklar özellikle teknoloji temelli iş geliştirmeyi amaçlayan girişimciler için oldukça uygun ortamlardır. Kuluçka merkezleri ve teknoparklar vergi ve kira indirimi gibi olanaklar sunmasının yanı sıra diğer teknoloji firmaları arasında bir etkileşim ortamı sunduğu ve network imkanlarını arttırdığı için de çok önemlidir. Özellikle başarı sağlamış teknopark ve kuluçka merkezlerine yoğun talep olması nedeniyle her girişimci bu alanlarda faaliyet göstermeyebilmektedir. Anket çalışmasında girişimci kadınları bir adım öne çıkarmak ve pozitif ayrıcalık tanımak adına kota uygulanması önerisi, gereklilik düzeyi bakımından diğer önermelere göre aşağıda kalmıştır. Buna karşın böyle bir uygulamanın pozitif etkilerinin olacağını düşünenlerin çoğunlukta olduğu söylenebilir.

4. Risk faktörünün azaltılmasına, kredi imkanlarının ve maddi teşviklerin artırılmasını yönelik eylemler:

Garanti fonları gibi düzenlemelerle bankaların girişimci kadınlara özel kredi programları geliştirmesinin desteklenmesi. Girişimci kadınlar işletmelerini kurmak veya büyütmek adına çeşitli kredi imkanlarına ihtiyaç duyabilmektedir. Girişimci kadınların karşılaştığı riskleri tolere edecek, daha kolay risk alabilmesini sağlayacak uygulamaların doğrudan bankalar tarafından geliştirilmesinin faydalı olacağı görülmektedir. Bankaların girişimci kadınlara yönelik kredi programları geliştirmesi yüzde 53 çok gerekli, yüzde 36 gerekli (toplam yüzde 89) olarak değerlendirilmiştir.

Girişimci kadınlar için mikrokredi programlarının desteklenmesi. Özellikle bir iş yapmaya yeni başlamayı planlayan ve görece küçük işleri seçecek olan kadınları desteklemek amacıyla çeşitli mikrokredi uygulamaları bulunmaktadır. Bu tür destekler genelde kadının işgücüne katılmasını ve ekonomik gelir elde etmesini, böylece tabanı dönüştürmeyi hedefleyen yatay bir müdahale olarak kendini göstermektedir. Bu noktada kadınların minimum riskle çalışma hayatına atılmasını sağlayacak maddi destekler olan mikrokredi programlarının desteklenmesine atfedilen toplam gereklilik düzeyi yüzde 89 olmuştur.

Kamu desteklerinde (KOSGEB, TÜBİTAK vb.) girişimci kadınlara özel kota uygulanması. Başta KOSGEB ve TÜBİTAK destekleri olmak üzere kamu desteklerinin özel sektör için birçok olumlu etkisinden bahsetmek mümkündür. Bu destekler hem büyüklüğü açısından ciddi ticari faaliyetler gerektirmekte hem de başvuru şartları açısından şirketlerin gelişimini tetikleyebilmektedir. Bu destekler içerisinde girişimcilere ayrılan payın artırılması, daha nitelikli girişimleri belirleyecek değerlendirme kriterlerinin oluşturulması, desteklerin daha uzun ömürlü ve uzun vadeli iş planlarını içermesi anket katılımcılarınca öne çıkarılan konular arasında yer almıştır. Bunun yanında söz konusu desteklerde girişimci kadınlara özel kota uygulamalarına gidilmesi de ortaya konulabilecek bir pozitif ayrımcılık önerisi olarak kendini göstermektedir.

Bu öneriyi anket katılımcılarının yüzde 52'si çok gerekli, yüzde 31'i ise gerekli olarak destek vermişlerdir.

Sadece girişimci kadınlara yatırım yapacak risk sermayesi fonlarının teşvik edilmesi. Risk sermayesi, kuruluş aşamasında veya ileri aşamada büyüme hedefleri olan girişimciler için önemli katkı sağlayabilmektedir. Özellikle de finansmana erişim konusunda dezavantajlı konumda olan ve risk toleransı nispeten düşük girişimci kadınlar için can suyu olabilecek, riski minimize edecek yatırımların desteklenmesi önemli görülmektedir. Girişimci kadınların bu türden büyüme etkenlerine erişimini kolaylaştıracak uygulamaların geliştirilmesine ve var olanların genişletilmesine ihtiyaç olabileceği görülmektedir. Bu türden risk sermayesi fonlarının teşvik edilmesini çok gerekli ve gerekli görenler toplamda katılımcıların yüzde 81'ini oluşturmaktadır.

Ece İdil Kasap (ODTÜ Teknokent Girişimcilik Direktörü & Viveka Kurucu Ortağı): *Dünyada doğal olarak girişimci kadın odaklı fonlar oluşurken, henüz yatırım ortamının çok gelişmemiş olduğu ülkemizde kadın odaklı fonları yakın zamanda görmeyeceğiz diye düşünüyorum. Bu noktada devlet destekleri kurgulanması çok faydalı olurdu. Örneğin halihazırda yatırım yapmakta olan fonlara, bir girişimci kadına yatırım yaptığı durumda devletin belirli bir yüzdeye kadar destek sağlaması, piyasada fonların girişimci kadınları daha dikkatli arama ve inceleme yönünde yöreklendirirdi.*

Girişimci kadınların sunduğu ürün ve hizmetlere devlet ve özel sektörden alım garantisi sağlanması. Ürün veya hizmet geliştirmeyi hedefleyen girişimciler adına en önemli risk alanlarından bir tanesi ortaya çıkardıkları ürünün/hizmetin ticarileşmesi sürecinde yaşanabilecek olumsuzluklardır. Ticarileşme olmaksızın verilen emek ve yapılan yatırımlar karşılığını bulamayabilmektedir. Bu riski mümkün olduğunca azaltmak ve girişimcileri cesaretlendirmek adına proje bazlı alım garantisi verecek uygulamalar girişimci kadınların önünü açabilecek bir öneri başlığıdır. Katılımcıların yüzde 78'i bu öneriyi gerekli (çok gerekli ve gerekli diyenler) olarak değerlendirmiştir.

- Ahmad, N. ve Seymour, R.G.** (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. OECD Statistics Working Papers, No. 2008/01, OECD Publishing, Paris
Bağlantı: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/243164686763.pdf?expires=1580389507&id=id&accname=guest&checksum=7C52B3F81C77116F12928EB72AB2806E>
- Blume-Kohout, M.** (2014). Understanding the Gender Gap in STEM Fields Entrepreneurship. US Small Business Administration Office of Advocacy Report, (424).
Bağlantı: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2506835
- Brush, C., Bruin, A. and Welter, F.** (2009). A Gender-Aware Framework For Women's Entrepreneurship. International Journal of Gender and entrepreneurship. Bağlantı: International Journal of Gender and Entrepreneurship <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17566260910942318/full/html>
- Cansız, M.** (2013). Türkiye'nin Yenilikçi Girişimcileri: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği. TC Kalkınma ı. Bağlantı: http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/T%C3%BCrkiye'nin_Yenilikci_Girisimcileri_Teknoloji_Gelistirme_Bolgeleri_Ornegi.pdf
- Chen, D. H. ve Dahlman, C. J.** (2005). The Knowledge Economy, The KAM Methodology And World Bank Operations. World Bank Institute Working Paper, (37256).
Bağlantı: <http://documents.worldbank.org/curated/en/695211468153873436/pdf/358670WBI0The11dge1Economy01PUBLIC1.pdf>
- D'acunto, F.** (2015). Risk Tolerance of Men and Women. Vox CEPR Policy Portal.
Bağlantı: <https://voxeu.org/article/risk-tolerance-men-and-women>
- Dantas, J. G., Moreira, A. C. ve Valente, F. M.** (2018). National Culture, Societal Values, and Type of Economy: Are They Relevant to Explain Entrepreneurial Activity?. In L. Carvalho (Ed.), Handbook of Research on Entrepreneurial Ecosystems and Social Dynamics in a Globalized World.
Bağlantı: <https://www.igi-global.com/chapter/national-culture-societal-values-and-type-of-economy/192792>
- Deloitte** (2017). Türkiye Otomotiv Sanayiinde Kadın: Kadınları Otomotiv Dünyasına Çekmek ve Kariyer Yolunda. Bağlantı: <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/manufacturing/articles/Turkiye-otomotiv-sanayiinde-kadin.html>
- Deloitte** (2018). Teknoloji Sektöründe Kadın: Türkiye'de Kadınları Teknoloji Sektörüne Çekmek ve Kariyer Yolunda Desteklemek.
Bağlantı: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/teknoloji-sektorunde-kadin.pdf>
- Deloitte** (2018). Enerji Sektöründe Kadın: Türkiye'de Kadınları Enerji Sektörüne Çekmek ve Kariyer Yolunda Desteklemek.
Bağlantı: <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/energy-and-resources/articles/enerji-sektorunde-kadin-2018.html>
- EBRD** (2019). Gender Discrimination in Small Business Lending: Evidence from Turkey.
Bağlantı: <https://www.ebrd.com/publications/gender-discrimination-turkey>
- Endeavor ve GEM** (2011), High-Impact Entrepreneurship Global Report.
Bağlantı: <http://sme.ebi.gov.eg/Documents/Internationalization/2011%20High-Impact%20Entrepreneurship%20Global%20Report.pdf>
- Ergeneli, A. & Boz, A.** (2013). A Descriptive Analysis of Parents of Women Entrepreneurs in Turkey. Intellectual Economics, 7(1), 63-73.
Bağlantı: <https://pdfs.semanticscholar.org/fb82/29f2f9a67c3de541acdfc24993438cf636dd.pdf>

Kaynakça

Fındık, H. K. (2019). 2018'de Girişim Satışları Tavan Yaptı. Digital Age.

Bağlantı:<https://digitalage.com.tr/2018de-girisim-satislari-tavan-yapti/>

Fisher, P. J. ve Yao, R. (2017). Gender Differences in Financial Risk Tolerance. Journal of Economic Psychology, 61, 191-202. Bağlantı:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167487016303361>

GEM (2017). 2016/2017 Global Report. Bağlantı:<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49812>

GEM(2019)a. 2018/19 Global Report. Bağlantı:<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>

GEM (2019)b. 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report.

Bağlantı:<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405>

Gökçe, B. (1996). Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kurumlar. Savaş Yayınevi.

İKV (2019). AB Katılım Sürecindeki Türkiye'nin Kadın İstihdamı Karnesi. İKV Değerlendirme Notu.

Bağlantı:[https://www.ikv.org.tr/images/files/%C4%B0KV_Degerlendirme_Notu_AB_Kat%C4%B1l%C4%B1m_S%C3%BCrecindeki_T%C3%BCrkiyenin_Kad%C4%B1n_%C4%B0stihdam%C4%B1_Karnesi\(2\).pdf](https://www.ikv.org.tr/images/files/%C4%B0KV_Degerlendirme_Notu_AB_Kat%C4%B1l%C4%B1m_S%C3%BCrecindeki_T%C3%BCrkiyenin_Kad%C4%B1n_%C4%B0stihdam%C4%B1_Karnesi(2).pdf)

İZKA (2013). İzmir Girişimcilik Stratejisinin Geliştirilmesi Stratejisi.

Bağlantı:http://www.izka.org.tr/docs/strateji-analiz/05_izmir_girisimcilik_ekosisteminin_gelistirilmesi_stratejisi.pdf

KAGİDER (2019). Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi - 2019: Araştırma Raporu.

Bağlantı:https://www.kagider.org/docs/default-source/kagider-raporlar/kagider-türk-tuborg-kadın_girisimcilik_endeksi_2019.pdf?sfvrsn=6

Karadeniz, E. (2015). Türkiye'de ve Bölgelerde Girişimcilik. GEM, KOSGEB, TEB, Yeditepe Üniversitesi.

Bağlantı:<https://www.kosgeb.gov.tr/content/upload/dosya/mali%20tablolar/gem-2014.pdf>

KOSGEB. Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018.

Bağlantı:https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Gisep_2015-2018_TR.pdf

KPMG (2017). Kilidi Kırarak. Bağlantı:<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/05/kilidi-kirmak.pdf>

Kumkale, R. (2015). Önemli Olan Profesyonel İnsan Olabilmek.

Bağlantı:<https://www.dunya.com/kose-yazisi/onemli-olan-profesyonel-insan-olabilmek/25150>

Limon, S., Oral Kara, N. ve Antalyalı, Ö. L. (2019). Yönetim Literatüründe Stereotip (Kalıpyargı) Kavramı: Ulusal ve Uluslararası Alandaki Yönetim Araştırmaları Üzerine Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 10(23), 195-211. Bağlantı:<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/658877>

Lundström A. ve Stevenson, L. (2002). On the Road to Entrepreneurship Policy. Swedish Foundation for Small Business Research.

Mastercard (2018). Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE) 2018.

Bağlantı:https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf

McKinsey & Company (2015), The Power of Parity: How Advancing Women's Equality Can Add \$12 Trillion to Global Growth.

Bağlantı:https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Employment%20and%20Growth/How%20advancing%20womens%20equality%20can%20add%2012%20trillion%20to%20global%20growth/MGI%20Power%20of%20parity_Full%20report_September%202015.ashx

McKinsey & Company. (2016) Independent Work: Choice, Necessity, and the Gig Economy.

Bağlantı:<https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy>

Nel, L. (2012), What Separates an Entrepreneur from a High-impact Entrepreneur?, Endeavor Blog.

Bağlantı:<https://endeavor.org/blog/network/what-separates-an-entrepreneur-from-a-high-impact-entrepreneur/>

OECD (2012). Entrepreneurship at a Glance 2012. OECD Publishing.
Bağlantı: http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2012-en

Özen Kutanis, R. (2009). Kadın Girişimcilerin Algılanma Farklılıkları: Sakarya Örneği. Sakarya Üniversitesi, Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi. Bağlantı: <http://www.kutanis.net/rk/Eserler/B12.pdf>

Özyılmaz, A. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
Bağlantı: http://acikerisim.nevsehir.edu.tr/bitstream/handle/20.500.11787/209/ahmet_merih_ozyilmaz_tez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
PwC (2018). Çalışma Hayatında Cinsiyet Eşitliği Araştırması.
Bağlantı: <https://www.pwc.com.tr/tr/Hizmetlerimiz/insan-yonetimi-ve-organizasyon-danismanligi/yayinlar/calisma-hayatinda-cinsiyet-esitligi/pwc-calisma-hayatinda-cinsiyet-esitligi-arastirmasi.pdf>

Seçkin, Z. (2011). Çalışanların Psikolojik Refah Algılarının Önemi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme.
Bağlantı: <http://acikerisim.aksaray.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12451/1201/seckin-zeliha-2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
Shmailan, A. (2016). Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study. Journal of Entrepreneurship & Organization Management.
Bağlantı: <https://pdfs.semanticscholar.org/69c4/27f9e3abdf2c73bc29e1b711e79861c543f3.pdf>
TCMB (2019), Kadın İşgücüne Katılımında Artışın Belirleyicileri: Kuşak Etkisinin Ayrıştırılması
Bağlantı: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/2520bd50-8ad1-4485-aab9-ceadddbc10b42/wp1905.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-2520bd50-8ad1-4485-aab9-ceadddbc10b42-mA0mOil>
TMMOB Odalar Üye Sayıları. Bağlantı: <https://www.tmmob.org.tr/icerik/tmmoby-bagli-odalarin-uye-sayisi-580-bin-oldu>
TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi Mikro Verileri

TÜSİAD (2018). Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Araştırması.
Bağlantı: <https://tusiad.org/tr/tum/item/9941-2018-kadinlar-gunu>
Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Uluslararası İşteki Durum Sınıflaması (ICSE, 1993)
Bağlantı: <https://ilostat.ilo.org/resources/methods/classification-status-at-work/>

UN Women (2019), Progress on the Sustainable Development Goals: The Gender Snapshot 2019.
Bağlantı: <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2019/progress-on-the-sdgs-the-gender-snapshot-2019-two-page-spreads-en.pdf?la=en&vs=5814>
Warnecke, T. (2013). Can Female Entrepreneurship Programmes Support Social and Solidarity Economy? Insights from China and India. United Nations Research Institute for Social Development.
Bağlantı: <http://www.unrisd.org/80256B3C005BE6B5/search/8C7D189297B145E1C1257B3A00504F17?OpenDocument>

WEF (2014), The Bold Ones – High-impact Entrepreneurs Who Transform Industries. Insight Report.
Bağlantı: http://www3.weforum.org/docs/AMNC14/WEF_AMNC14_Report_TheBoldOnes.pdf
WEF (2018). The Global Gender Gap Report 2018. Insight Report.
Bağlantı: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf

WEF (2019). Global Gender Gap Report 2020. Bağlantı: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf
Wolff, R., Yılmaz, S., Mamur Işıkçı, Y., Bülbül, H., & Mamur Yılmaz, E. (2018). Kadın Çalışmalarında Güncel Konular. Eğitim Yayınevi.

Word Bank Group (2017), Women's Entrepreneurship: How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?, World Bank Group, Policy Research Working Paper.
Bağlantı: <http://documents.worldbank.org/curated/en/704231510669093889/pdf/WPS8242.pdf>

World Bank (2017). The Global Findex Index 2017: Measuring Financial Inclusion and The Fintech Revolution.
Bağlantı: <https://globalfindex.worldbank.org/>

Zacharakis, A (2012), High Impact Entrepreneurship: Following the Entrepreneurial Process, Forbes.
Bağlantı: <https://www.forbes.com/sites/babson/2012/05/15/high-impact-entrepreneurship-following-the-entrepreneurial-process/#6ceb2e4f4316>

EK 1: Mülakat Yapılan Görüşmeci Listesi

Ad Soyad	Firma Adı, Pozisyon	Şehir
Ayşe Sabuncu	Impact Hub, Kurucu Ortak	İstanbul
Aytül Erçil	Vispera, Kurucu	İstanbul
Bahar Baziki	RealityArts Studio, Kurucu Ortak	İstanbul
Başak Taşpınar Değim	Armut, Kurucu	İstanbul
Burcu Aydın	Moblobi, Kurucu	İstanbul
Canan Okutanoğlu	Limatek, Kurucu	Ankara
Derya Türkkorkmaz	Manasset, Genel Müdür WinnerInno, Kurucu Ortak	İstanbul
Devrim Erol	Mesan, Kurucu ve Yönetim Kurulu Başkanı	Ankara
Ece İdil Kasap	ODTÜ Teknokent, Girişimcilik Direktörü Viveka, Kurucu Ortak	Ankara
Esra Akdere	Apollo 212 & Project Nebula, Kurucu Ortak	İstanbul
Filiz Akkaş	Maps Metal, Kurucu Ortak	Kocaeli
Fisun Usta	Pak Yıkama, Kurucu	İstanbul
Gülay Özgön	Nesiller Genetik, Kurucu	İstanbul
Gülfem Kaplan	Harem Home, Kurucu	Şanlıurfa
Gülhan Ertürk Akgül	Artge, Kurucu Ortak	İstanbul
Hülya Tiritöğlu	Çemen's Gurme, Kurucu	Kayseri
Işık Aydın	Novida, Kurucu	İstanbul
İtir Erhart	Adım Adım, Kurucu Ortak	İstanbul
İlknur Seferoğlu	Thales, Kurucu	İstanbul
Kamer Kemer kaya	Mora Labs, Kurucu Ortak ve Genel Müdür	Ankara
Melek Pulatkonak	TurkishWin & BinYaprak, Kurucu	İstanbul
Mine Ekinci	KODA, Kurucu	İstanbul
Münteha Adalı	Güvensan & ARYA, Kurucu Ortak	İstanbul
Nazlı Esen	Tea Co., Kurucu	Ankara
Nurcan Özdemir	EPSA Yalıtım, Kurucu ve Yönetim Kurulu Başkanı	Bursa
Özlem Turhan	Workcube, Kurucu Ortak	İstanbul
Rezan Şüküroğlu	Kafes Fırın, Kurucu	Ankara
Sanem Oktar	Wunderman, Kurucu DirectComm Kurucu ve Yönetici Ortak KAGİDER Eski Başkanı	İstanbul
Sezen Sungur Saral	Reeder, Kurucu Ortak	İstanbul
Şehlem Akbulut	Paym.es, Kurucu Ortak	İstanbul
Tülin Akın	Tabit, Kurucu	Aydın
Tülin Yazıcı	Dressbest, Kurucu	İstanbul
Zehra Öney	360 Plus Media, Kurucu	İstanbul
Zeynep Arca	Arcadia Vineyards, Kurucu Ortak	Kırklareli
Zeynep Dicleli Erdoğan	Optimist Yayınları, Genel Müdür	İstanbul

EK 2: Derinlemesine Mülakat Çerçevesi

Derinlemesine mülakatlar, 4 ana başlık etrafında yapılandırılmış formatta gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar aşağıda yer alan çerçeve etrafında sürdürülmüş, görüşmecilerin farklılaşan tecrübeleri ve görüşlerine göre şekillenmiştir. Her görüşmeciden birebir aynı konularda yanıtlar almaktansa, her birinin önemsendiği meseleler üzerinde durulmuştur. Mülakatların ana çerçevesi şu şekildedir;

1. Girişimcinin Altyapısı ve Karakter Özellikleri

- 1.Aile
- 2.Eğitim
- 3.(Varsa) Önceki Kariyer
- 4.Kişilik
- 5.Girişimcinin Motivasyonu

2. İş kurma ve İş yapma süreçlerinde karşılaşılan zorluklar

- 1.Ortaklık yapısı
- 2.Kuruluş aşamasındaki deneyimler
- 3.Önceki kariyerde edinilen tecrübeler
- 4.İş yapmayla ilgili zorluklar
- 5.İş ve özel hayat dengesi
- 6.Ayrımcılık ve toplumsal algılar
- 7.Motivasyonlar
- 8.Risk toleransı

3. Girişimlerin ekonomik/sosyal etkisine dair meseleler ve gelecek hedefleri

4. Girişimcilik ekosisteminde kadın girişimciliğinin iyileştirilmesi için neler yapılabilir?

5. İş hayatındaki kadınların her sektörde ön plana çıkan zayıf ve güçlü yönleri

EK 3: Anket Soruları

Kız Kardeşim Türkiye’de Girişimci Kadın Araştırması Anketi

Bu soru formu, Türkiye Odalar Borsalar Birliği, Habitat Derneği, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Coca-Cola Türkiye tarafından yürütülen ve ülkemizdeki kadınların ekonomik ve sosyal konumlarını güçlendirmeyi hedefleyen "Kız Kardeşim" projesi çerçevesinde yürütülen "Türkiye’de Girişimci Kadın Durumu Araştırması" kapsamında hazırlanmıştır.

Sorulara verdiğiniz cevaplar Türkiye’de girişimci kadınların erken girişim aşaması, büyüme ve sürdürülebilir düzeye ulaşma aşamalarındaki deneyimlere ve mevcut politika ve programların kadın girişimciliği üzerindeki genel etkilerine ilişkin değerlendirmelerin yapılması için kullanılacaktır. Ankete verdiğiniz yanıtlar girişimci ihtiyaçlarını, mevcut yetkinliklerini ve potansiyel gelişme alanlarını saptayabilme adına da bizim için oldukça değerli olacaktır.

Bu anket çalışmasına katılmak gönüllülük esasına dayalı olup verdiğiniz bilgiler yalnızca araştırma için kullanılacak ve kişisel/kurumsal bilgileriniz gizli tutulacaktır.

Cinsiyetiniz nedir? *

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek

1. Aşağıdaki tanımlardan hangisi sizin için geçerlidir? *

- ☐ Son 5 yıl içinde en az bir şirketin kurucusu / kurucu ortağı oldum
- ☐ 5 yıldan daha uzun bir zaman önce en az bir şirketin kurucusu / kurucu ortağı oldum
- ☐ Hiçbir şirketin kurucusu / kurucu ortağı olmadım ancak hisse edinerek en az bir şirketin ortağıyım
- ☐ Bir şirkette ortak olarak hiç yer almadım ama imza yetkilisi oldum
- ☐ Ortak, kurucu ortak ya da imza yetkilisi olarak bir şirkette yer almadım ancak kadın girişimciliği konusunda ilgiliyim

2. İlk şirketinizi kurduğunuzda kaç yaşındaydınız? (İlk şirketiniz şu anda faaliyet göstermiyor olsa bile bu soruyu cevaplayınız) *

- ☐ 18-25
- ☐ 26-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 61+

3. Girişim(ler)inizi hangi il(ler)de veya yurtdışındaysa hangi ülkelerde kurdunuz?

4. İlk şirketinizi kurmadan / kurucu ortağı olmadan hemen önce ne ile uğraşıyordunuz? *

- ☐ Benzer/aynı alanda bir iş yapıyordum
- ☐ Başka bir iş yapıyordum
- ☐ Eğitim hayatıma devam ediyordum
- ☐ Ev işleriyle uğraşıyordum
- ☐ İşten ayrılmıştım/İş arıyordum
- ☐ Emekliydim
- ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz.) _____

5. İlk şirketinizi kurmadan / kurucu ortağı olmadan önceki kariyerinizde yöneticilik deneyiminiz var mı?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

6. Sizi girişimciliğe iten en önemli sebepler aşağıdakilerden hangileridir? (En fazla üç tane seçiniz) *

- ☐ Daha önce çalışılan yerdeki baskılar
- ☐ Ekonomik bağımsızlık elde etmek
- ☐ Daha yüksek kazanç elde etmek
- ☐ Sosyal etki yaratmak
- ☐ Ailevi sebepler (Çocuk sahibi olma, taşınma, aile üyelerinin bakımı vb.)
- ☐ Pazarda görülen bir fırsatı değerlendirmek
- ☐ Deneyimlediğim ve(ya) etrafımda gördüğüm bir probleme çözüm getirmek
- ☐ Kendimi/İdeallerimi gerçekleştirmek
- ☐ Daha esnek çalışma saatlerine sahip olmak
- ☐ Kendi işimi yapmak
- ☐ Sosyal çevremi yönlendirmesi/etkisi

7. Girişiminizi kurarken sermayenizi nasıl sağladınız? Lütfen uygun olan seçenekleri işaretleyiniz. *

- ☐ Kişisel birikimlerimle
- ☐ Yakın çevremden borç veya yatırım alarak
- ☐ Devlet destekleriyle (KOSGEB, TÜBİTAK vs.)
- ☐ Banka kredileri
- ☐ Ortak sermayesi
- ☐ Melek yatırımcı
- ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz.) _____

8. İlk şirketinizin kuruluş aşamasında (varsa) eşinizin tepkisi ne yönde oldu? *

- ☐ Soru benim durumum açısından geçerli değil
- ☐ Maddi olarak destekledi ama manevi olarak desteklemedi
- ☐ Manevi olarak destekledi ama maddi olarak desteklemedi
- ☐ Hem maddi hem de manevi olarak destekledi
- ☐ Ne maddi olarak ne de manevi olarak destekledi
- ☐ Cevap vermek istemiyorum

9. İlk şirketinizi kurma kararı aldığınızda ve kurma aşamasında ebeveynlerinizin desteği konusunda aşağıdaki ifadelerden hangisine katılırsınız? *

- ☐ Maddi olarak desteklediler ama manevi olarak desteklemediler
- ☐ Manevi olarak desteklediler ama maddi olarak desteklemediler
- ☐ Hem maddi hem de manevi olarak desteklediler
- ☐ Ne maddi olarak ne de manevi olarak desteklediler
- ☐ Cevap vermek istemiyorum

10. Doğum yılınız? *

11. Yaşadığınız yer? *

12. Eğitim seviyeniz? (Açık öğretim dahil) *

- ☐ Bir okul bitirmedim
- ☐ İlkokul/Ortaokul
- ☐ Lise
- ☐ Üniversite (Ön Lisans/ Lisans)
- ☐ Yüksek lisans/Doktora

12.1. Varsa üniversite ve yüksek lisans/doktora derecenizi aldığınız okulları ve bölümleri belirtiniz.

13. Aşağıdaki dillerden hangilerini iş yapabilecek düzeyde biliyorsunuz? *

- ☐ İngilizce
- ☐ Fransızca
- ☐ Almanca
- ☐ İspanyolca
- ☐ Çince
- ☐ Rusça
- ☐ Arapça
- ☐ Diğer
- ☐ Hiçbiri

14. Ebeveynlerinizin ve varsa eşinizin eğitim durumları nelerdir?

	Bir okul bitirmedim	İlkokul/Ortaokul	Lise	Üniversite (Ön Lisans/Lisans)	Yüksek Lisans/Doktora
Anne					
Baba					
Eş					

15. Ebeveynlerinizin mesleği nedir? (Lütfen yazınız)

	Meslek
Anne	
Baba	
Eş	

16. Medeni durumunuz? *

- ☐ Evli
- ☐ Bekar

17. Anneniz, babanız veya varsa eşiniz arasında girişimci olan var mı? *

- ☐ Var
- ☐ Yok

18. Çocuğunuz var mı? *

- ☐ Yok
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4+

Ekler

19. Hanenizde günlük bakımını üstlendiğiniz yetişkin birey(ler) (yaşlı veya engelli) var mı? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

20. Ortağı olduğunuz bir şirkette imza yetkiniz var mı? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Herhangi bir şirketin ortağı değilim

21. Ortağı veya imza yetkilisi olduğunuz şirket(ler)in faaliyet alanı nedir? *

(Lütfen sektörel sınıflandırmalara bağlı kalmaksızın firmanın faaliyetini tarif ederek şirketinizi hangi sektörlerde/alanlarda tanımladığınızı belirtiniz. Birden fazla şirketiniz varsa tanıma dahil ediniz)

22. Bu şirket(ler)de kaç kişi çalışıyor?*

- ☐ Yalnız kendim ve (varsa) ortağım çalışıyor
- ☐ 1-9
- ☐ 10-24
- ☐ 25-49
- ☐ 50+

23. 2018 yılında bu şirket(ler)in toplam yıllık ortalama ciro aralığı nedir?*

- ☐ 0-1 milyon TL
- ☐ 1-3 milyon TL
- ☐ 3-25 milyon TL
- ☐ 25-125 milyon TL
- ☐ 125+ milyon TL

24. Şirket(ler)inizde ihracatın cironuza oranı nedir?

% (yüzde)

25. Hisse büyüklüğü ya da işe katkı açısından en önemli ortağınız aşağıdakilerden hangisidir? *

- ☐ Ortağım yok
- ☐ Eşim
- ☐ Akrabam
- ☐ Yakın arkadaşım
- ☐ İş kontaklarından / sosyal hayatta tanıştığım bir kişi
- ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz.) _____

26. Söz konusu ortağınızın cinsiyeti nedir? *

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek

Ekler

27. Şirket kurma ve şirket faaliyetlerini yürütme esnasında çocuğunuzun/çocuklarınızın bakım ve yetiştirilme ihtiyacı olduysa bu ihtiyacı nasıl giderdiniz? *

- ☐ Evden çalıştım
- ☐ Çocuğumu/çocuklarımı iş yerine getirdim
- ☐ Ebeveynlerim ve(ya) akrabalarım çocuğuma/çocuklarıma baktı
- ☐ Eşim çocuğuma/çocuklarıma baktı
- ☐ Bakıcı/yardımcı çocuğuma/çocuklarıma baktı
- ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz.) _____

28. Şirket kurarken ve şirket faaliyetlerini yürütürken aşağıdaki listede belirtilen konularla ilgili karşılaştığınız zorluk derecesini 1= Hiç zorluk yaşamadım 5= Çok zorluk yaşadım olacak şekilde 1-5 arasında belirtiniz.

	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum	1: Hiç zorluk yaşamadım	2: Zorluk Yaşamadım	3: Orta	4: Zorluk yaşadım	5: Çok zorluk yaşadım
İş modeli hazırlamak/geliştirmek						
Şirket kurmak için gereken ruhsat ve izinleri almak						
Uygun fiziki ortamı bulmak						
Banka kredisine erişmek						
Melek/erken girişim sermayesi yatırımcısı bulmak						
Erken aşamada mentor desteğine erişmek						
Erken aşamada kamu desteklerinden yararlanmak						
Nitelikli insan kaynağına erişmek						
Gereken networklere erişmek						

	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum	1: Hiç zorluk yaşamadım	2: Zorluk Yaşamadım	3: Orta	4: Zorluk yaşadım	5: Çok zorluk yaşadım
Nakit akışını ve finansalları yönetmek						
Rekabetçi ortama uyum sağlamak						
Pazarlama ve satış yapmak						
Şirket kültürünü oluşturmak						
Şirket kültürünü oluşturmak						
Kayıt dışı sektörde faaliyet gösteren rakiplerle rekabet etmek						
Büyüme aşamasında kamu desteklerinden yararlanmak						
Büyüme aşamasında mentör desteği almak						
Vergi ile ilgili konularla uğraşmak						
Yeni pazarlara açılmak						
Gümrük ve ticaret düzenlemeleri ile uğraşmak						
İş ve aile dengesini kurmak						

29. Kadınlar ve erkeklerin aşağıda listelenen konularla ilgili karşılaştıkları zorluklar konusunda bir fark olup olmadığını kişisel deneyimleriniz ve iş hayatınızdaki gözlemlerinize göre değerlendiriniz.

	Kadınlar erkeklerle göre daha çok zorlanmaktadır	Kadınlar ve erkekler arasında bu faaliyet açısından bir fark yoktur	Erkekler kadınlara göre daha çok zorlanmaktadır	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum
İş modeli hazırlamak/geliştirmek				
Şirket kurmak için gereken ruhsat ve izinleri almak				
Uygun fiziki ortamı bulmak				
Banka kredisine erişmek				
Melek/erken girişim sermayesi yatırımcısı bulmak				
Erken aşamada kamu desteklerinden yararlanmak				
Nitelikli insan kaynağına erişmek				
Şirket kültürünü oluşturmak				
İnsan kaynağını yönetmek				
Kayıt dışı sektörde faaliyet gösteren rakipler				
Büyüme aşamasında kamu desteklerinden yararlanmak				
Büyüme aşamasında mentör desteği almak				
Vergi ile ilgili konularla uğraşmak				
Yeni pazarlara açılmak				
Gümrük ve ticaret düzenlemeleri ile uğraşmak				
İş ve aile dengesini kurmak				

30. Diyelim ki şirketinize cinsiyetleri dışında tüm özellikleri aynı (eğitim geçmişi, iş tecrübesi, mülakat performansı vs.) bir kadın bir de erkek aday başvurursa hangisini işe alırsınız? *

- ☐ Kadın aday
- ☐ Erkek aday
- ☐ Benim için cinsiyetin bir önemi yoktur

31. Kadınlar ve erkeklerin iş hayatındaki davranış, özellik ve performansları konusunda bazı görüşlerle ilgili düşüncelerinizi öğrenmek istiyoruz. Kişisel deneyimleriniz ve iş hayatınızdaki gözlemlerinizi doğrultusunda bu görüşlere ne ölçüde katıldığınızı ya da katılmadığınızı belirtiniz.

- 1: Hiç katılmıyorum
- 2: Katılmıyorum
- 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum
- 4: Katılıyorum
- 5: Tamamen katılıyorum,

	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum	1	2	3	4	5
Kadınlar erkeklere göre daha mükemmeliyetçidir.						
Kadınların ekip yönetme ve organizasyon becerisi erkeklere göre daha çok gelişmiştir.						
Kadınlar başarılı bir yönetici olmak için erkek gibi davranmak zorundadır.						
Kadınlar teknik konulara erkeklere göre daha az yatkındır.						
Kadınlar finansal konulara erkeklere göre daha az yatkındır.						
Kadınlar iyi bir lider olabilmek için gereken özgüvene sahiptirler.						
Kadınlar çalışanların problemlerini anlamakta erkeklere göre daha iyidirler.						

	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum	1	2	3	4	5
Kadınlar çalışanlarına iş/görev vermekte zorluk çekmektedir.						
Kadınlar iş hayatında başarılı olabilmek için ev ve aile işlerini başkasına bırakmalıdır.						
İş hayatında kadının en büyük rakibi yine kadındır.						
Kadınlar iş hayatında haklarını yeterince koruyamamaktadır.						
Yönetim kadrosunda kadın olan şirketlerin sosyal duyarlılığı daha yüksektir.						
Kadınlar birden çok işi aynı anda yapma konusunda erkeklerden daha yetkindirler.						
Çocuğa bakmak ve ev işlerini yapmak kadının sorumluluğudur.						
Kadınların ikna kabiliyeti erkeklere göre daha yüksektir.						
Kadınlar erkeklerle kurduğu iş ilişkilerinde yanlış anlaşılmaya mahal vermemelidir.						
Erkekler iş dünyasında birebir ilişkiler kurarken daha az zorlanırlar.						
Kadınlar potansiyel müşterilere veya yatırım görüşmelerine giderken yanında bir erkek ortakla/ çalışanla gitse daha iyi olur.						
Kadınlar kamu kurum ve kuruluşlarına yanında bir erkek ortakla/ çalışanla gitse daha iyi olur.						

	Geçerli değil / Cevap vermek istemiyorum	1	2	3	4	5
Yatırımcılar en az bir erkek ortaklı girişimlere daha yatırım yapılabilir gözüyle bakmaktadır.						
Kadınlar borç altına girmekten hoşlanmazlar.						
Kadınlar işle ilgili kararlar alırken daha az risk almaya meyillidirler.						
Kadınlar başarılı bir yönetici olmak istiyorsa erkek dünyasına uyum sağlamak zorundadır.						
Kadınlar başarılarını kendinden çok dışsal faktörlere bağlarken erkekler başarılarını daha çok kendilerine bağlar.						
Erkekler, kadınların iş hayatında karşılaştığı sorunları çözmek için yeteri kadar çaba sarf etmiyor.						

32. Aşağıda kadın girişimciliğinin desteklenmesi konusunda bazı kamu politika ve uygulamaları önerilmektedir. Lütfen aşağıdaki politika önerilerinin ihtiyaç düzeyini değerlendiriniz.

	Hiç gerekli değil	Gerekli değil	Orta	Gerekli	Çok gerekli
Girişimci kadınlar için mikrokredi programlarının desteklenmesi					
Girişimcilerin yoğun olduğu yerlerde kreş imkanlarının güçlendirilmesi					
Girişimci kadın geliştirme programlarında (örn. Kuluçka merkezleri, hızlandırıcılar) daha çok girişimci çıkaran					

	Hiç gerekli değil	Gerekli değil	Orta	Gerekli	Çok gerekli
üniversitelere öncelik verilmesi					
Sadece girişimci kadınlara yatırım yapacak risk sermayesi fonların özel olarak teşvik edilmesi					
İleri seviye girişimcilerin potansiyel ve mevcut girişimci kadınlara mentörlük yapmasının desteklenmesi					
Garanti fonları gibi düzenlemelerle bankaların girişimci kadınlara özel kredi programları geliştirmelerinin desteklenmesi					
Kamu desteklerinde (KOSGEB, TÜBİTAK vb.) girişimci kadınlara özel kota uygulanması					
Girişimci kadınların ürün ve hizmetlerine devlet ve özel sektörden alım garantisi sağlanması					
Girişimci kadınların yurtdışı pazarlara açılmasını kolaylaştıran programların geliştirilmesi					
Kadınlara çağın gerektirdiği mesleki eğitim ve beceri fırsatlarının sağlanması					
Kuluçka merkezleri ve teknoparklarda kadına özel kota uygulanması					
İş ve özel yaşamı uyumlaştırmaya yönelik bakım hizmetlerinin geliştirilmesi					
Medyadaki içeriğin toplumsal cinsiyet eşitliği					

Ekler

	Hiç gerekli değil	Gerekli değil	Orta	Gerekli	Çok gerekli
açısından izlenmesi, değerlendirilmesi ve önlem alınması					
Toplumsal cinsiyet eşitliğinin, kadın rol modellerin eğitim müfredatına entegre edilmesi					

Soruda yer alanlar dışında uygulanmasını önerdiğiniz bir politika / tedbir varsa lütfen aşağıda belirtiniz.

Bizimle paylaşmak istediğiniz diğer görüş / önerileriniz için de bu kutuyu kullanabilirsiniz.

--