

GİRİŞİMDE KADIN GÜCÜ

ARAŞTIRMA RAPORU

Yönetici Özeti



TÜRKONFED

TÜRKİYE  BANKASI

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

 /turkonfed

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

Araştırma ve Rapor Yazarları

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

Yayın/Tasarım Koordinasyon/Editoryal Hazırlık

Ebru Meral
Seçil Sena Piskorskyi
Zişan Eda Gökcalp
Zelal Fahrioğlu

Kapak Tasarımı

Güray Ergün

İnfografik/Tasarım/Uygulama

BAUSEM
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ

 **BAU**
Bahçeşehir University

gern
gernworks.com

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

İçindekiler

Sayfa	Bölüm
02-05	1. Giriş
06-09	2. Yönetici Özeti
10-15	3. Sonuç
16-23	4. Öneriler
24	Kaynakça

Proje Rapor Destekçileri

BAUSEM
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ

BAU
Bahçeşehir University

Proje Paydaşları

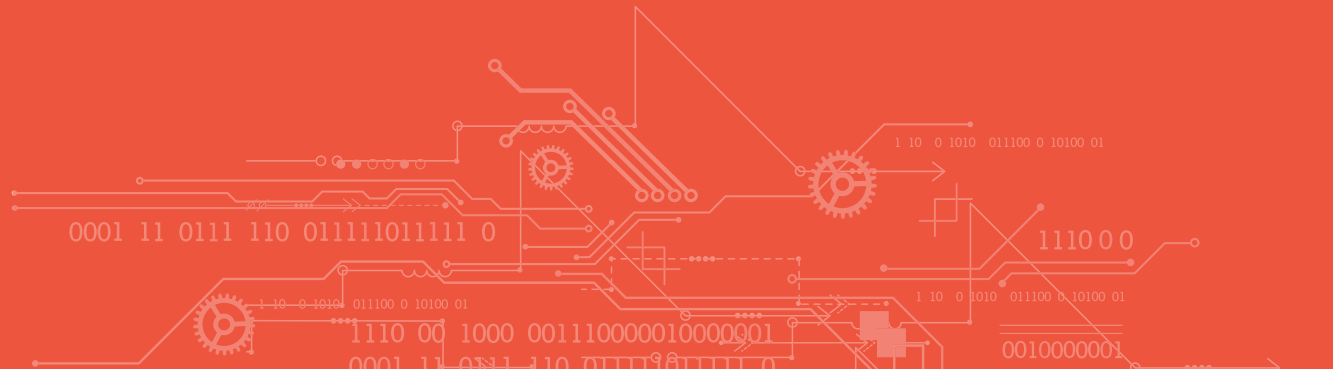
TURKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**



Giriş

01



Giriş

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

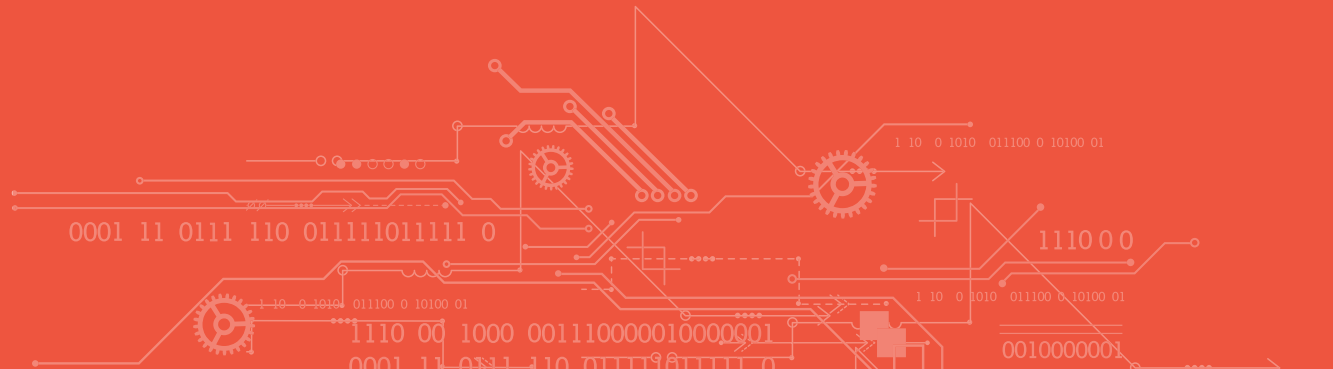
Örneğin, ülkemizde erkeklerin sadece **%15**'i ev işleri yaptığını bildirirken bu oran Avrupa'da ortalama **%35**'tir (11). Benzer biçimde; çalışan kadınların günlük ev işine ayırdığı süre 1.5 saat iken çalışan erkeklerin 0-2 saattir (12).

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

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



Yönetici Özeti



Yönetici Özeti

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

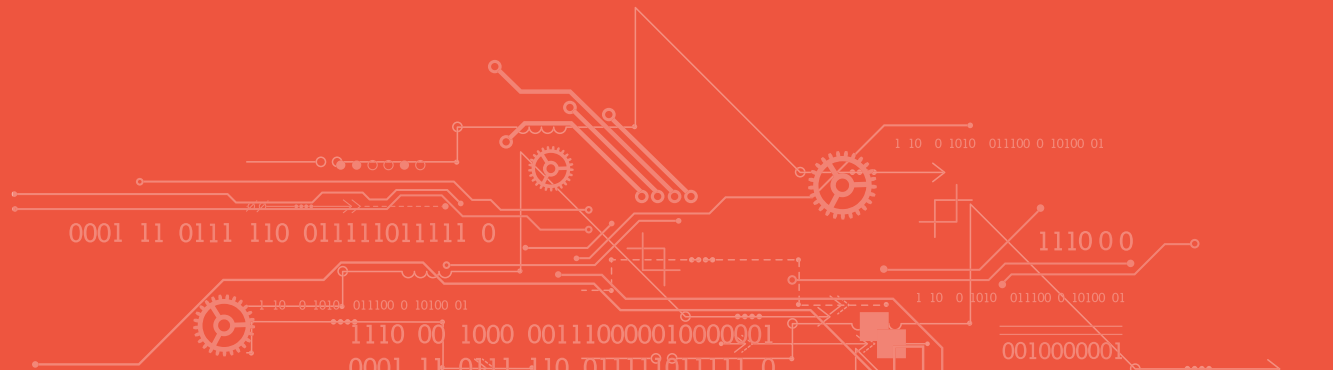
»Büyük ölçekli (250 çalışan ve üzeri) firma sahibi girişimci kadınlar; diğer işletme ölçeğindeki girişimci kadınlara oranla daha yüksek bir ortalamayla dijitalleşmenin iş yapış şekillerini değiştirdiğini belirtmektedir.

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

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



Sonuç 03



04

Sonuç

Girişimci kadınların girişimcilik ve iş süreçlerinde toplumsal cinsiyete dayalı karşılaştıkları problemlerinin ya da ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen yüz yüze görüşme ve odak grup görüşmelerinde toplam 532 girişimci kadına ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan girişimci kadınların toplumsal cinsiyete dayalı karşılaştığı en önemli sorun ev ve iş yaşamı dengesi alanında karşımıza çıkmaktadır. Girişimci kadınların yaşlarının, eğitim düzeylerinin ve medeni durumlarının girişimcilik ve iş süreçlerindeki deneyimlerine önemli bir etkisi olduğu görülmüştür.

- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%62,2** (311)'si evli ve **%57,6** (288)'sının çocuğu bulunmaktadır. Katılımcıların **%36,6** (183)'sü üniversite (lisans) mezunudur.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%24,4**'ü toptan-perakende ticaret, **%17,8**'i imalat sanayi ve **%9**'u konaklama ve yemek sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın sahibi ; faaliyet gösterdikleri sektörde ortalama **13,5** yıldır çalışmaktadır. Katılımcıların **%39,2**'si İstanbul'da faaliyet gösteren bir firmaya sahiptir.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların **%54,8**'i çalışan sayısı 1-49 aralığında olan küçük ölçekli firma, **%22,6**'sı çalışan sayısı 5 ile 249 arasında olan orta ölçekli firma, **%11,6**'sı çalışan sayısı 250 ve üstü olan büyük ölçekli firma sahibidir.
- Girişimci kadınların girişimci olmalarını belirleyen en önemli faktörlerin "kendi kendilerinin patronu olmak", "meslek hayatlarında kendi kararlarını kendilerinin vermesi" ve "topluma faydalı olmak için" olduğu görülmüştür. Benzer biçimde; odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar "kendi ayakları üzerinde durmak" için girişimci olduklarını vurgulamıştır.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların, girişimcilik hikayelerindeki motivasyon faktörlerinin yüz yüze yapılan görüşmelerde yer alan 500 girişimci kadın ile benzer olduğu görülmektedir. Girişimci kadınların "kendi kendilerinin patronu olmak" ve "meslek hayatlarında kendilerinin karar vermesi" için girişimci oldukları görülmüştür.
- Girişimci kadınların girişimci olma nedenlerinin sahibi oldukları işletmelerin büyüklükleri bakımından farklılık gösterdiği görülmüştür. Start-up işletme sahibi kadınların çoğunluğunun kadınların da başarılı olabileceğini ailelerine ve topluma kanıtlamak için girişimci olduğu görülmüştür.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların yaşı girişimci olma nedenlerini belirleyen faktörlerden biridir. 46 ve üstü yaş grubundaki kadınların **%80,4**'ü çalışma hayatında emeklerinin karşılığını alamadığı için girişimci olduklarını bildirmiştir.
- Start-up işletme sahibi kadınların **%60**'ı üniversite mezunudur.

- Türkiye’de kadınların girişimci olmasını desteklediğini bildirenlerin oranı **%73,8**’dir.
- Türkiye’de “kadınların girişimci olmasını destekliyorum” ifadesine katılmaya ilişkin ortalama değerler yaş arttıkça düşmektedir. 18 ile 30 yaş arasındaki kadınlar diğer yaş gruplarına kıyasla Türkiye’de kadınların girişimci olmasını daha fazla desteklemektedir.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların eğitim düzeyleri Türkiye’de sosyal, kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaları için elverişli olmadığına ilişkin görüşlerini belirlemektedir. Araştırmaya katılan ilkokul mezunu kadınlar diğer kadınlara kıyasla Türkiye’de sosyal, kültürel ve ekonomik durumun kadınların girişimci olmaları için daha az elverişli olduğunu düşünmektedir. Benzer biçimde; Türkiye’de kadınların eğitim olanaklarına erişimlerine ilişkin ilkokul mezunu kadınların diğer kadınlara kıyasla daha olumsuz bir görüşe sahip oldukları görülmektedir. Örneğin; ilkokul mezunu girişimci kadınlar Türkiye’de kadınların erkeklere göre profesyonel yardım alabilecekleri kişilere ulaşmalarının oldukça sınırlı olduğunu düşünmektedir.
- Araştırmaya katılan 46 yaş ve üstü kadınlar diğer yaş grubundaki kadınlara kıyasla Türkiye’de kadınların erkeklere göre daha az eğitilmiş olmalarının kadınların girişimci olmasına daha fazla engel olduğunu düşünmektedir.
- Araştırmaya katılan girişimci kadınların çoğunluğunun Türkiye’de kadınların girişimci olmalarına ilişkin hukuki sınırlılıkların olmadığı görüşünde oldukları görülmektedir. Buna karşın; ilkokul mezunu girişimci kadınlar diğer eğitim grubundaki kadınlara kıyasla Türkiye’de kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerektiği ifadesine daha fazla katılmaktadır. Diğer bir deyişle; ilkokul mezunu girişimci kadınlar, kadınların girişimci olmaları için eşlerinden izin almaları gerektiğini düşünmektedir.
- Türkiye’de girişimciliğe ilişkin girişimci kadınların görüşleri değerlendirildiğinde; katılımcıların ortalama **%45**’i kadınların eğitim düzeylerinin ve eğitim olanaklarına erişimlerinin girişimci olmaları için engel teşkil etmediğini düşünmektedir.
- Girişimci kadınların **%46,8**’i Türkiye’de girişimci kadınların başarısının ev işlerindeki yükü nedeniyle azaldığını düşünmektedir. Benzer biçimde; katılımcıların **%41,2**’si Türkiye’de kadınların çocuk sahibi olmasının kadınların girişimci olmasını engellediği düşüncesindedir. Girişimci kadınların ortalama **%45**’inin ev-iş yaşamı dengesine ilişkin olumsuz bir görüşe sahip oldukları görülmüştür.
- Katılımcıların ev yaşamındaki toplumsal cinsiyete dayalı sorumluluklarının iş yaşamına olumsuz etki ettiğini düşünen girişimci kadınların ilkokul mezunu ve 18-30 yaş grubundaki katılımcılar olduğu görülmüştür.
- Katılımcıların **%48,8**’i girişimci kadın olarak tedarik sürecinde özellikle üretici kadınları tercih etmektedir. Araştırmaya katılan üretici kadınların **%27,8**’i girişimci kadın olmaları sebebiyle tedarikçi erkeklerin kendilerini özellikle tercih ettiğini düşünmektedir. Girişimci kadınların **%43,6**’sı tedarik

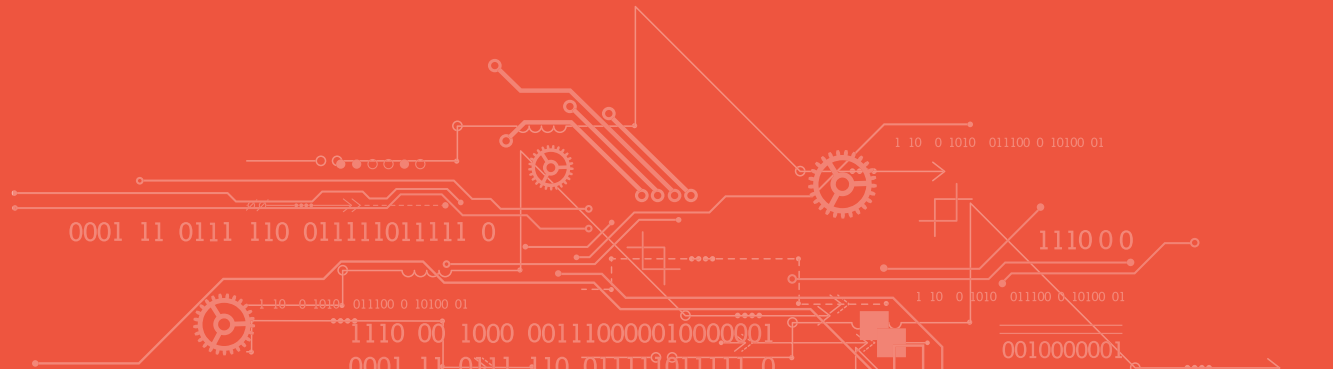
sürecinde özellikle tedarikçi erkekleri tercih etmediğini bildirmiştir. Katılımcıların %50'si tedarik sürecinde üretici kadınları daha güvenilir bulmaktadır.

- Araştırmaya katılan ilkokul mezunu ve 18-30 yaş aralığındaki girişimci kadınların diğer kadınlara oranla tedarik sürecinde daha çok üretici kadınları tercih ettikleri görülmüştür.
- Odak grup görüşmelerinde katılımcıların rol model olmak için de girişimci oldukları görülürken; benzer biçimde ileriye dönük hedefleri arasında da toplumda kadınları girişimci olmaları için teşvik eden sivil toplum kuruluşlarına katılmak ya da kadınların katılabilecekleri yerel eğitimler düzenlemek vardır.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınların kendilerini ifade ederken; “yorgun”, “yorgun ama güçlü”, “mutlu” ve “gururlu” kelimelerine vurgu yaptıkları görülmüştür.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar finansal desteklerini genellikle babalarından aldıklarını belirtmiştir. Benzer biçimde; girişimci kadınlar aile üyelerinin baba, kardeş ve eşlerinin manevi destek sağladıklarını da vurgulamıştır.
- Odak grup görüşmelerine katılan girişimci kadınlar iş yaşamında belli bir süre deneyim kazandıktan sonra mesleki deneyimlerine dayalı bilgi birikimlerini kullanarak kendi firmalarını kurduklarını vurgulamıştır.
- Girişimci kadınların medeni durumu ve çocuklarının yaşı ev ve iş yaşamındaki deneyim ve sorunlarını belirlemektedir. Evli ve küçük yaşta çocuğu olan girişimci kadınlar ev ve iş yaşamındaki sorumluluklarından dolayı zorlandıklarını ve “eksik” hissettiklerini vurgulamıştır.
- Türk ekonomisinde girişimci kadın ekosisteminin büyümesi, girişimci kadınların aktif olarak farklı sektörlerde yer almaları ve ekonomiye katkılarının artması ülke ekonomisi için son derece kritik bir konudur.
- Türkiye'nin farklı bölgelerinde faaliyet gösteren girişimci kadınların gelişimlerine yönelik stratejilerin oluşturulması ve eğitim programlarının artırılması; sosyal, kültürel ve ekonomik faydaları da beraberinde getirecektir.
- Yeni normal olarak adlandırdığımız süreç, girişimci kadınların Türk ekonomisindeki konumlarının güçlenmesi için bir fırsat olarak değerlendirilebilir. İş hedeflerini gerçekleştirebilmek için eğitim-gelişim ihtiyacı hisseden girişimci kadınların pazarlama, markalaşma, iş geliştirme, satış, finans, nakit akış yönetimi, kurumsallaşma ve insan kaynakları yönetimi, üretim ve üretim teknikleri, kalite ve süreç yönetimi, dış ticaret, tedarik yönetimi, e-ticaret, hibe ve teşvikler mevzuat gibi teknik konularda kendilerini geliştirmeleri; bireysel gelişimleri, sektörel ekonomi ve ülke ekonomisi açısından kritiktir.

-
- Girişimci kadınlar, girişimcilik faaliyetlerinde önemli zorluklar ile karşılaşmaktadırlar. Bu zorlukların giderilmesinin bir yolu; girişimci kadınların teknik gelişim ihtiyaçlarının bilimsel yöntemlerle belirlenmesi, eğitimlerin ihtiyaç analizi sonuçları doğrultusunda tasarlanması, yaygınlaştırılması ve rekabet güçlerinin arttırılmasına destek olarak ülke ekonomisinde daha güçlü hale gelmelerinin zeminin oluşturulmasıdır.



Öneriler 04



05

Öneriler

Kadınların girişimci olma yaşı erkeklere kıyasla daha geçtir; erkekler genellikle 25-35 yaş aralığında girişimci olurken kadınlar 35-45 yaş aralığında girişimci olmaktadır. Araştırmaya katılan girişimci kadınların da ortalama yaşı 37,8'dir. Kadınların girişimci olmak için mesleki deneyimlerini kullandıkları görülmüştür. Bu kapsamda; kadınların iş yaşamında daha fazla yer alması onların deneyim elde ederek kendi işlerini kurmasını sağlamaktadır. Kadınların iş gücüne katılım oranını arttırmak ve sürekliliğini sağlamak için devlet desteğinin sağlanması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında girişimci kadınların iş ortamında toplumsal cinsiyete dayalı stereotipsel ayrımın önemine vurgu yaparak yaşadıkları sorunların temelinin 'kadın' olmak olduğunu dile getirmiştir. Bu kapsamda; toplumda okul öncesi düzeyinden başlamak üzere toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin eğitim içeriklerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Toplumda girişimci kadınların sosyal kabulünün arttırılmasına destek olmak için girişimci kadınların daha fazla görünür olmaları sağlanmalıdır. Kitle iletişim araçlarında ve sosyal medya aracılığıyla girişimci kadınların hikayelerinin paylaşılarak toplumda diğer kadınlara 'rol model' oluşturulması gerekmektedir.

Girişimci kadınların ev-iş yaşamına ilişkin yaşadığı zorlukların diğer girişimci kadınlar ile paylaşılmasını sağlayan bir sosyal ağın kurulması, girişimci kadınların içinde buldukları durumun 'bireysel' değil 'toplumsal' bir sorun olduğunun farkına varmalarının sağlanabilmesi için önemlidir. Girişimci kadınların girişimcilik süreçlerinin sürdürülebilir olması için girişimci kadınları destekleyen kurum ve kuruluşlara erişimin desteklendiği programlar oluşturulmalıdır.

Girişimci kadınların 'başarısızlık' ya da 'karşılaştıkları zorlukların' diğer girişimci kadınlar ile paylaşılmasını sağlayan bir sosyal ağ oluşturularak kadınların 'ortak'/'paylaşılan' bir durum ile karşı karşıya kaldıklarının farkına varması sağlanarak motive edilmelidir.

Girişimci kadınların kuruluş sermayelerinin finansal desteğinin çoğunlukla aile ya da bireysel birikim olduğu görülmüştür. Girişimci kadınların sayılarının artması için vergi indirimleri ya da bürokratik engellerin kaldırılması vb. devlet tarafından destekler önem teşkil etmektedir.

Eğitim Önerileri

1. Pazarlama ve Markalaşma

- Girişimci kadınların özellikle Covid-19 pandemi süreci sonrasında değişen müşteri deneyimi davranışları ile dijitalleşmenin etkileri de dikkate alındığında hem mevcut ürün hizmetlerinin hem de yeni ürün hizmetlerine ilişkin pazar analizleri, pazar araştırması, ürün yönetimi ile marka yönetimi konularına ilişkin başlıklarda eğitim almaları rekabet güçlerini artırma açısından yararlı olacaktır.

- Bu eğitimlere ilişkin öğretim tasarımları yapılırken eğitim içeriğinde geleneksel kanalların neler olduğu, nasıl kullanılacağı, konuları aktarılırken aynı zamanda iş süreçlerinin ve müşteri deneyiminin de dijitalleştiği iş dünyasında dijital kanalların da neler olduğu bu kanalların hangi iş modelleri ile bütünsel olarak kullanılabilceği konuları eğitim içeriklerinde yer almalıdır.
- Markalaşma ve marka bilinci oluşturma bu eğitimler içerisinde önem verilmesi gereken ikinci bir konudur. Girişimci kadınlara marka, marka bilinci, markalaşmanın girişimcinin kurumsallaşması yönündeki etkilerinin iş başarısına yansımaları konularına bu eğitimlerde değinilmesinin yararlı olacağı değerlendirilmektedir.
- Bu eğitim ile girişimci kadınların şu alanlarda rekabet güçlerinin artırılmasının desteklenmesi hedeflenmektedir.
 - a. Pazar araştırması marka yönetimi; markalaşma ve iş geliştirme konularında farkındalıklarının artması.
 - b. Sürdürülebilir ve sonuç odaklı pazarlama stratejilerinin belirlenmesi ve markalarını oluşturmaları açısından temel bilgilerin aktarılması.
 - c. Mevcut ürün hizmetleri ile yeni ürün hizmetlerinin fiyat, konum, doğru promosyon ve dağıtım stratejileri ile mevcut ve potansiyel müşterilere ulaştırılmasında karşılaştıkları zorlukların giderilmesi açısından kritik bilgi eksikliklerinin giderilmesi.
 - d. Girişimci kadınların pazarlama performans kabiliyetlerinin artmasının desteklenmesi açısından önemli olan geleneksel ve dijital pazarlama kanallarının neler olduğu konusunda farkındalıklarının artırılmasını desteklenmesi.

2. İş Geliştirme ve Satış

- Hızla dijitalleşen ve e-ticaretin etkisinin arttığı iş dünyasında girişimci kadınların, rekabet güçlerinin ve iş hedeflerine ulaşmalarında iş geliştirme ve satış süreçlerine ilişkin teknik becerilerinin artırılmasını desteklemek önemlidir.
- Araştırma bulguları ve odak grup görüşmeleri de dikkate alındığında; yeni normalde girişimci kadınların modern iş geliştirme ve iş modelleri konusunda bilgilendirilmesi, dijital kanallar başta olmak üzere yeni gelir kanalları oluşturabilmeleri için bilmeleri gereken satış teknikleri konusunda eğitimlerle desteklenmesi faydalı olacaktır.
- Bu eğitimlerde geleneksel iş geliştirme yöntemleri ve satış becerilerinin yanında dijital dönüşümün ortaya koyduğu yeni nesil iş modellerinin dijital satış kanal ve tekniklerinin girişimci kadınlara aktarılması bu eğitimlerin etkinliği açısından önemlidir.

3. Dijitalleşme

- Endüstri 4.0 ile birlikte daha sıklıkla duyar olduğumuz dijitalleşme; Covid-19 pandemi süreci ile birlikte hızla artan iş yaşamımızın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Finanstan insan kaynaklarına; satın almadan pazarlamaya; müşteri ilişkileri yönetiminden üretime ve planlamaya kadar tüm iş süreçleri dijitalleşmektedir.
- Dijitalleşme ile birlikte müşteriye daha sürdürülebilir müşteri memnuniyeti ve deneyimi sunulmaktadır. Her sektörün ve işletmenin dijital olgunluk düzeyi farklıdır ancak dijitalleşme bilincinin oluşturulması ve girişimci kadınların dijitalleşmenin hakim olmaya başladığı iş dünyasında farkındalıklarının arttırılmasına destek olmak son derece önem arz etmektedir.

- Dijitalleşme eğitiminde ihtiyaçlara uygun olarak hem genel bir dijitalleşme eğitimi hem de daha spesifik sektörel örnekler ile çeşitlendirilmiş bir eğitim tavsiye edilmektedir. Eğitimde bir yandan Endüstri 4.0 bilinci, dijitalleşmenin önemi ,dijitalleşmenin girişimci kadınların iş ve finansal performanslarına etkilerine değinilirken; aynı zamanda girişimci kadınların işlerini geliştirirken yararlanabilecekleri dijital teknolojiler,veri, veri güvenliği ve siber güvenlik gibi konuların da eklenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Dijitalleşme eğitiminde şu konulara değinilmesi yararlı olacaktır:

- a. Endüstri 4.0, dijitalleşme, dijital dönüşüm kavramları ile ilgili katılımcıların bilgilendirilmesi
- b. Endüstri 4.0, ve yeni nesil teknolojilerin girişimci kadınların iş yapma şekillerini ürettikleri ürün ve hizmetlerin yapısını müşterilerine sundukları müşteri deneyimini nasıl değiştirdiğine nasıl dönüştürüp etkilediğine ilişkin bilgilerin aktarılması
- c. Girişimci kadınların iş performansları, etkinlik ve yetkinlikleri açısından bilgi sahibi olmaları için faydalı olabilecek; yapay zeka, nesnelerin interneti, akıllı fabrikalar gibi teknolojilere ilişkin farkındalıklarının artması ve vizyonlarının gelişmesini desteklenmesi.

4. Finans ve Nakit Akış Yönetimi

- Araştırma bulguları ve odak grup görüşmeleri dikkate alındığında girişimci kadınlar için bir başka teknik eğitim ihtiyaç konusu finans ve nakit akış yönetimidir.
- Covid-19 pandemi süreci sonrası tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de yaşanan kapanma ve ekonomik zorluklar; girişimci kadınlar açısından da finans yönetimi ve nakit akışı planlamalarını gündemlerinin ilk sıralarına oturtmuştur.

Bu eğitim ile şu faydaların girişimci kadınlara aktarılması hedeflenebilir:

- a. Finansal yönetimin temel prensipleri konusunda katılımcıların bilgilendirilmesi,
- b. Mikro ve makroekonomik parametrelerdeki değişimler karşısında girişimci kadınların nakit akış yönetimini ne şekilde yapmaları gerektiğine ilişkin bilgi kural ve yöntemlerin paylaşılması.
- c. Girişimci kadınların değişen mikro ve makroekonomik konjonktürde finansal risk yönetimini ne şekilde yapmaları gerektiğine ilişkin bilgi, beceri ve önerilerin sunulması.
- d. Finans yönetimi konusunda yeterli bilgiye sahip olmayan girişimci kadınların bu yukarıda sayılan program tasarımı amaçları ötesinde işletme yönetiminde finansal yönetim bilinci-farkındalığını içselleştirmelerine katkı sağlanması.

5. Kurumsallaşma ve İnsan Kaynakları Yönetimi

- Girişimci kadınlar açısından işlerini sürekli ve sürdürülebilir kılmamanın ön koşulu; doğru bireyleri işe almaktır. İşe aldıkları bu bireylerden ve oluşturdukları takımlardan maksimum performans elde ederek işlerini kurumsal ve çevik hale getirmektir.
- Rekabetin yoğun olduğu maliyet ve verimlilik yönetiminin girişimcilik ekosistemi açısından son derece önemli olduğu bir dönemde yanlış bireyleri işe almak girişimci kadınlar için hem ekonomik hem de zaman maliyeti açısından olumsuz etkiler doğurabilecek bir unsurdur.

Bu eğitim ile girişimci kadınların şu alanlarda kendilerini geliştirmeleri hedeflenebilir:

- a. İnsan kaynakları yönetimine ilişkin temel bilgi, beceri ve farkındalıkların kazandırılmasını desteklemek,
- b. Kendi insan kaynaklarının seçiminde, eğitim ve gelişiminde performanslarının değerlendirilmesinde motivasyon ve çalışan memnuniyetinin bağlılığının sürdürülebilir kılınmasında kritik ve işlerine transfer edebilecekleri bilgilerin aktarılmasını desteklemek.
- c. Yöneticilik ile ilgili temel bilgi becerilere ilişkin farkındalıklarının artırılmasını desteklemek.
- d. Kurumsallaşma kavramının önemi üzerinde durarak etkin yöneticilik, etkin insan kaynakları yönetimi becerilerinin sergilenmesinin; girişimci kadınların işletmelerinin performansına da kurumsallaşma yolculuğuna da etkisini gösteren boyutların neler olduğunu örnekler ile aktarmak.

6. Üretim ve Üretim Teknikleri

- Üretim yapan girişimci kadınlara üretim ve üretim tekniklerine ilişkin bir eğitim planlamasının yapılması faydalı olacaktır.
- Otomasyondaki gelişmeler ve yeni nesil teknolojiler üretim planlama ve üretim süreçlerini de değiştirmektedir.
- Bu nedenle dijitalleşme ve hiper otomasyon ile birlikte değişen, yenilenen üretim tekniklerinin girişimci kadınlara aktarılmasını desteklemek; hem planlama hem üretim hem de genel olarak tedarik zinciri yönetimi süreçlerinin etkinliğini ve verimliliğini olumlu yönde etkileyecektir.

7. Kalite Süreç İyileştirme ve Süreç Geliştirme

- Girişimci kadınlar açısından; bir diğer kritik konu bütüncül bir kalite yönetiminin olmaması halinde bu durumun müşteri memnuniyeti ve satış performansı açısından olumsuz etkileridir.
- Girişimci kadınların işletmelerinde iş süreçlerinin yönetiminde görülen problemler; verimlilik azalışları, maliyet artışları, iş birimleri, departmanlar arasında iletişim, koordinasyon ve takım çalışması eksikliklerine neden olabilmektedir. Bu darboğazların orta ve uzun vadedeki yansımaları ise şirket performansının düşmesi ile sonuçlanabilmektedir.

- Araştırma bulguları ve odak grup görüşmesi değerlendirmeleri de girişimci kadınların kalite yönetimi, süreç yönetimi, süreç iyileştirme ve süreç yönetimi konularında bilgi ve becerilerinin artırılmasına yönelik gereksinin duydukları gözlemlenmiştir.

Bu eğitim ile girişimci kadınların şu alanlarda teknik bilgi ve becerilerini geliştirmeleri hedeflenebilir:

- a. Kalite, kalite odaklılık, kalite yönetimi ve girişimci kadınların başarısı için kritik faktörlerin başında gelen süreç yönetimi ve süreç iyileştirme konularına ilişkin temel bilgi ve becerilerin katılımcılara aktarılmasının sağlanması.
- b. Girişimci kadınların üretimde ve hizmet sunumunda kalite odaklı iş yapmalarının; müşteri memnuniyeti, ürün-hizmet kalitesi, maliyet optimizasyonu, işletme organizasyonu içerisinde yer alan departmanlar arası etkin koordinasyon başta olmak üzere işletme performansı açısından önemini örnekler ile katılımcılar ile paylaşılması.
- c. Kalite yönetiminin ve süreç yönetiminin girişimci kadınlar açısından kurum kültürünün ve kurumsallaşma anlayışlarının yapı taşlarından birisi olması gerektiğine ilişkin mesajların verilmesi.

8. Dış Ticaret

- Türkiye'deki girişimci kadınların maliyetler, verimlilik ve özellikle bürokratik mevzuattan kaynaklanan sorunların yanında dış ticaret konusundaki teknik bilgi eksikliği nedeni ile başta ihracat olmak üzere dış ticaret süreçlerine çekimser yaklaştıkları gözlemlenmektedir.

Girişimci kadınlara yönelik hazırlanacak dış ticaret eğitiminde şu konular kritik olacaktır:

- a. Dış ticaret süreci ve mevzuatı ile ilgili girişimci kadınların bilmeleri gereken temel bilgi ve düzenlemelerin katılımcılar ile paylaşılması.
- b. Girişimci kadınların ihracat yetkinliklerinin artmasında kritik olan etkin pazar araştırmasının yapılması, müşteri bulma, teşviklerden yararlanma konularında dikkat edilmesi gereken önemli noktaların, uygulamaların süreçlerin neler olduğunun altının çizilmesi.
- c. Girişimci kadınların ihracat süreçlerinde karşılaştıkları zorlukların ortadan kaldırılması ve iş yaptıkları pazarlarda kalıcı olmalarının sağlanması amacı ile dış ticaret sürecinin bütününde dikkat edilmesi gereken diğer hususların katılımcılara aktarılması.

9. Satın alma-Tedarik Yönetimi

- Girişimci kadınlara yönelik olarak satın alma genel planlaması, satın alma, sipariş yönetimi, satın alma yönetimi-kalite yönetimi ilişkisi ile tedarikçi seçimi ve tedarikçi performans değerlendirme süreçlerinin neler olduğuna ilişkin eğitimlerin gerçekleştirilmesi finansal ve pazarlama performanslarının etkinliği verimliliği açısından da önemlidir.

- Tedarikçiler ile çalışmak durumunda olan bir girişimci kadının tedarikçisini nasıl seçeceğini seçmiş olduğu tedarikçisini hangi kriterlere dayanarak değerlendireceğini bilmesi işinin sürekliliği sürdürülebilirliği açısından ve aynı zamanda rekabet gücünü koruyup güçlendirmesi açısından önemlidir.

Bu eğitim ile şu öncelikli konularda girişimci kadınların rekabet güçlerinin artırılmasına katkı sağlanabilir:

- a. Satın alma Genel Planlaması
- b. Satın alma Sipariş Yönetimi Süreci
- c. Tedarikçi Seçme Kriterleri
- d. Tedarikçi Yönetimi
- e. Tedarikçi Değerlendirme Kriterleri
- f. Tedarikçi Performansının Değerlendirilmesi

10. E-Ticaret

- Bu eğitim ile girişimci kadınlar açısından; e-ticaretin ne olduğu, e-ticaretin tarihçesi, e-ticaretin Türkiye ve dünyadaki yeri, girişimci kadınların e-ticareti bir kanal olarak nasıl etkin kullanabileceklerine ilişkin temel bilgi ve becerilerini artırmaları hedeflenebilir.
- Aynı zamanda bu eğitim içeriği hazırlanırken girişimci kadınlar açısından e-ticarette başarılı olmak için neler gerektiğine ilişkin bir yol haritasının da eğitim içeriğinde yer alması faydalı olacaktır.

11. Hibe Teşvik ve Kamu İhale Mevzuatı

- Bu eğitim ile girişimci kadınların iş performanslarını sürdürülebilir kılmak hedeflerini daha etkin şekilde yönetebilmek ve rekabet güçlerini artırabilmek açısından ihtiyaç duyabilecekleri hibe, teşvik mevzuatı başvuru süreci yararlanma koşulları ile kamu ihale mevzuatına ilişkin temel bilgi ve becerilerin aktarılmasının sağlanması hedeflenmelidir.

12. Vergi SGK Mevzuatı

- Vergi SGK mevzuatı konuları açısından girişimci kadınların bilmesi gereken temel bilgiler hangi belgelerin neden ve ne zaman verilmesi gerektiği gibi konuların bu eğitimde katılımcılara aktarılması faydalı olacaktır.
- Eğitim girişimci kadınlara bir yandan vergi ve SGK mevzuatına ilişkin temel bilgiler verilirken aynı zamanda sürecin takibinin nasıl yapılacağı konusunda da katılımcılar için bir yol haritası vermelidir.

13. Müşteri İlişkileri Yönetimi

- Girişimci kadınlara mevcut müşterilerini korumaları, yeni müşterileri ile sürdürülebilir iletişim sağlamaları ve müşteri memnuniyetini sürekli kılmaları için gerekli olan ölçme ve değerlendirme takip amaçlı teknik yöntem ve becerilerin anlatılması ve günlük iş yaşamına transfer edebilecekleri pratik noktaların katılımcılar ile bu eğitimde paylaşılması önerilmektedir.

Tüm modüllerin içerik detaylarının ilgili hedef kitlenin; eğitim düzeyi yaş ve işletme büyüklüğü gibi değişkenler dikkate alınarak hazırlanması önem arz etmektedir.

Kaynakça

1. <https://turkonfed.org/tr/detail/3507/covid-19un-kadin-girisimciligine-etkileri-raporu>
2. <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>
3. <https://www.unwomen.org/sites/default/files/2021-12/UN-Women-Strategic-Plan-2022-2025-brochure-tr.pdf>
4. <https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf> (sayfa 151)
5. ALBERTÍ F. SCIASCÍA S. POLÍ A. (2004) "Entrepreneurship Education: Notes on an Ongoing Debate" 14th Annual Int. Ent. Conference University of Napoli Federico II 4-7 July Italy.
6. Oakley A. (1985) Sex Gender and Society. Aldershot Hants England : Gower/Maurice Temple Smith.
7. Delphy C. (1993) Rethinking Sex and Gender Women's Studies International Forum 16 (1): 1-9.
8. Newman L. K. (2002). Sex gender and culture: Issues in the definition assessment and treatment of gender identity disorder. Clinical Child Psychology and Psychiatry 7(3) 352-359.
9. <https://turkonfed.org/Files/ContentFile/turkonfedtcegundemraporukadinkooperatifleri-4217.pdf>
10. Aksay B. (2019). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Son 10 Yılı: Alanyazın Taraması ve Öneriler Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi sayı 35 Denizli s. 35-51.
11. Strapcova K. Voicu B. And Voicu M. (2017). Engendred Housework : a cross-european analysis IRISS Working Papers.
12. https://konda.com.tr/wp-content/uploads/2019/11/KONDA_ToplumsalCinsiyetRaporu.pdf
13. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2020-37221>
14. <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>
15. Bui H.T. Kuan A. and Chu T.T. (2018) "Female entrepreneurship in patriarchal society: motivation and challenges" Journal of Small Business & Entrepreneurship Vol. 30 No. 4 pp. 325-343 doi: 10.1080/08276331.2018.1435841.
16. Shinnar RS Giacomini O and Janssen F (2012) Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. Entrepreneurship Theory and Practice 36(3): 465-494.
17. Itani H. Sidani Y. M. & Baalbaki I. (2011). United Arab Emirates female entrepreneurs : motivations and frustrations Equality Diversity and Inclusion: An International Journal 30 (5): 409-424.

Girisimde Kadın Gücü Araştırma
Raporu'nun tamamına ulaşmak
için QR kodu taratınız.



www.girisimdekadingucu.com

TURKONFED

[f](#) [t](#) [in](#) [@](#) [v](#) /turkonfed

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