

# EV HANIMLARININ GİRİŞİMCİLİĞİ: GAZİANTEP İLİNDE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

İbrahim Sani MERT<sup>1</sup>

Geliş: 06.10.2017 Kabul: 13.12.2017

DOI: 10.29029/busbed.341991

## Öz

Ülke ekonomisinin temel itici gücü olan girişimcilik faaliyetlerinde, toplumumuzun yarısını oluşturan kadınlarımızın arzu edilen konumda olmaması gerek uygulayıcıların gerekse akademisyenlerin konuya olan ilgisini arttırmıştır. Yapılan bu çalışmada, önemli bir kadın girişimci kaynağı olan ev hanımlarının girişimcilik fikirleri incelenmiştir. Gaziantep ilimizdeki 128 ev hanımından yarı yapılandırılmış görüşme ile bir iş kurlmaları durumunda ne yapacaklarına ilişkin veri toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre kadınların %48'inin gıda, %14'ünün tekstil sektörüne yönelik iş fikrine sahip oldukları ve her dört kadından birinin girişimcilik sürecinde interneti kullanmayı düşündüğü tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında ev hanımlarının olası girişimciliklerinde çevresel ve kültürel etkilerin ön plana çıktığı belirlenerek, konu ile ilgili uygulayıcı ve akademisyenlere önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Ev Hanımları, İş Fikri, Gaziantep.

## HOUSEWIVES' ENTREPRENEURSHIP: A QUALITATIVE RESEARCH IN GAZİANTEP

### Abstract

The fact, the women who constitute the half of our society are not in the desired position in the entrepreneurship activities -which is the main driving force of the country's economy-, has increased the interest of academicians and practitioner. In this study, the housewives'-who are an important source of woman

1 Doç. Dr., Antalya Bilim Üniversitesi, ibrahim.mert@antalya.edu.tr

*entrepreneurs- idea of entrepreneurship, was examined. The data was gathered via a semi-structured interview from 128 housewives in Gaziantep by asking how to create a business plan if they set up a business. According to the findings, it was determined that 48% of the women had business idea related with food sector and 14% of the women with the textile sector while one of every four housewives has planned to use the internet in their entrepreneurship process. Within the scope of the research, it was determined that the environmental and cultural factors effect the housewives' entrepreneurship ideas, and suggestions were made to practitioners and academicians related to the subject.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Housewives, Business Idea, Gaziantep.*

## **Giriş**

Ekonominin temel itici gücü olan girişimcilik, istihdam yoluyla refah yaratmasından dolayı, sosyal adaletin önemli bir bileşenidir. Bu sebeple devlet ve ekonomilerin çoğu, girişimciliğin desteklenmesi konusuna öncelik vermekte ve girişimcilere önemli destekler sağlamaktadır. Bu çerçevede, girişimciliğin genel olarak makro ve mikro olarak iki kategoride ele alındığı; makro seviyede rekabet politikası, göçmen politikası, vergi politikası, düzenleyici çerçeve ve mikro seviyede ise eğitim, bilgilendirme, danışmanlık ve koçluk, değişim programları, finansmana erişimin kolaylaştırılması gibi konularda değerlendirildiği görülmektedir. Bu değerlendirmeler ışığında, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) bünyesinde geniş bir katılımı hazırlanan Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP), Yüksek Planlama Kurulu'nun 18 Haziran 2015 tarih ve 2015/18 sayılı Kararı ile kabul edilerek 01 Temmuz 2015 tarihinde resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (GİSEP, 2015-2018: 20). Bu eylem planı kapsamında ön plana çıkan ve kadın girişimciliği ile ilgili araştırmalara hedef gösteren hususlardan birisi kadın girişimcilerin ihtiyaçları konusunda veri azlığı, bir diğeri ise kadın girişimcilerin profillerinin belirlenmesine duyulan ihtiyaçtır (GİSEP, 2015-2018: 20: 68: 91).

Nitekim, toplumumuzun yarısını oluşturan kadınlarımızın ülke ekonomisi açısından büyük önem teşkil eden girişimcilik faaliyetlerinde arzu edilen paya sahip olmaması, gerek uygulayıcıların gerekse akademisyenlerin konuya olan ilgisini arttırmıştır. Yapılan bu çalışmada da, önemli bir kadın girişimci kaynağı olan ev hanımlarının iş kurma fikirleri incelenmiştir. Bu kapsamda ev hanımlarının girişimcilik düşünceleri, olası girişimcilik faaliyetlerinde nasıl bir iş planı oluşturacakları, yapmayı planladıkları işler dikkate alınarak girişimcilik düşüncelerinde etkili olan faktörlerin neler olduğu araştırılmıştır.

Çalışmada öncelikle girişimcilik konusunda kısa bir yazın incelemesine yer verilerek, girişimcilikte etkili olan hususlar belirlenmeye çalışılmış müteakiben araştırma yöntemi ve bulgulara değinilerek sonuç ve tartışma kısmında elde edilen bulgular kapsamında ev hanımlarının girişimciliğinde etkili olduğu değerlendirilen kültürel ve çevresel hususlar vurgulanmıştır.

### **Girişimciliğin Tanımı**

Girişimcilik ortak bir tanımdan yoksundur. Diğer bir ifade ile girişimciliğin tanımı tam olarak ortaya konamamıştır. Ancak girişimciliğin varlığının dolayısıyla da etkisinin herkes tarafından hissedildiği konusunda bir şüphe yoktur (Shaver, Scott ve Linda, 1991: 23-46). Bu nedenle, girişimcilik birçok farklı disiplindeki uygulayıcı ve akademisyenlerin yakından ilgilendikleri konulardan biridir.

Fransızca “entreprendre” kelimesinden İngilizceye geçmiş bir kelime olan girişimcilik (entrepreneur) “üzerine alma” anlamındadır (Kuratko ve Hodgetts, 1992: 3). Ancak girişimcilik tanımlamaya çalışıldığında birbirinden farklı yaklaşımlar söz konusudur.

Bazı girişimcilik tanımları şu şekilde özetlenebilir; “Bir örgütün yeni kombinasyonları; yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni hammadde kaynakları, yeni üretim yöntemleri, yeni pazarlar, yeni örgüt türleridir.” (Schumpeter, 1934), “Belirsizlik ... verimli kaynakların koordinasyonu... yenilikler ve sermaye tedarikidir.” (Hoselitz, 1952). “Kar amaçlı bir işletme kurmak ve geliştirmektir.” (Cole, 1959). “Orta düzeyde risk üstlenmedir.” (McClelland, 1961). “Yeni örgütlerin yaratılmasıdır.” (Gartner, 1985). “Kıt kaynakların koordinasyonuna ilişkin kararlar verme ve yargılara varmadır.” (Casson, 1982). “Kurucularını önceki seçimler ve sanayi ile ilgili deneyim ve fırsatları yakalamasıdır.” (Hart, Stevenson ve Dial, 1995). “Mevcut durumdaki kontrollü kaynaklara bakılmaksızın fırsat peşinde koşmaktır.” (Stevenson, Roberts ve Grousbeck, 1989), “Fırsatların nasıl bir yenilik yaratacağına yönelik iş sahalarının anlaşılmasıdır.” (Shane ve Venkataraman, 2000). “Bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesi ile oluşan bir değer yaratma sürecidir.” (Morris ve Davis, 1994). “Niyet, kaynak, sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak, yeni birleşimler yaratma sürecidir.” (Gundry ve Kickul, 1996). “Daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır.” (Brazeal, 1999). “Daha önce rutin, sıradan iş süreçlerinde yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır.” (Kurakto ve Hodgetts, 1992).

Girişimcilikle ilgili yukarıdaki tanımlar incelendiğinde girişimciliğin doğasına ilişkin ön plana çıkan unsurlar aşağıdaki gibidir (Dollinger, 1999: 4'den Akt. Mert, Güney ve Güney, 2009);

- Yaratıcılık ve yenilik,
- Kaynakları bir araya getirerek yeni bir ürün, hizmet, fikir, süreç, örgüt kurma,
- Kazanç elde etme veya kazancı artırma,
- Risk alma, belirli bir başarısızlığı göze alarak hareket,
- Risk ve belirsizlik altında değer yaratma,
- Proaktiflik, reaktifliğin bir kenara bırakılması.

Benzer şekilde, Dollinger (2008: 9)'e göre de girişimcilik tanımlarındaki ortak hususlar; yaratıcılık ve inovasyon, kaynak bulma, kullanma ve dağıtma, organize etme, risk ve belirsizlik altında fırsat arayışı veya kazanımıdır. Girişimcilik, bir değer yaratmadaki liderliği ifade eder. Bu değer yaratma; bir düşünce tarzı, sebep sonuç ilişkisi ve bir fırsat yakalamayı gerektirir (Ratnaningtyas ve Lawiyah, 2016: 173).

### **Kadın Girişimciliği**

Girişimcilik sadece günümüzde öne çıkan bir husus değildir. Girişimcilik aynı zamanda tarihsel bir konu olarak, insan topluluklarının değişim ve gelişimiyle de ilişkilidir. İnsan topluluklarının değişim ve gelişimine AvlinToffler'ın (Toffler, 1980) yaklaşımıyla baktığımızda, sırasıyla tarım toplumu, endüstri toplumu ve bilgi toplumu olarak üç dalga içinde incelenebileği anlaşılmaktadır. Ancak tarım toplumundan önceki yani avcı-toplayıcı toplulukların başlangıç olarak alınması girişimcilik faaliyetinin daha iyi anlaşılabilmesine katkıda bulunabilecektir.

Avcı-toplayıcı toplumlara bakıldığında kadın ve kısmen çocuklar toplayıcılık, erkekler ise avcılık faaliyetine odaklanmışlardır. Bu iş bölümü o zamanki toplumdaki erkek ve kadın rollerini dolayısıyla girişimciliğini de şekillendirmektedir. Örneğin, erkeklerin sorumluluğunda olan avlanma, riskli ve her zaman sonuç alınamayacak bir faaliyet iken, kadınların sorumluluğunda olan toplayıcılık genelde daha garantili ve çoğunlukla elde bir besinle, bir ürün ile dönülecek bir faaliyettir. Bu açıdan bakıldığında, kadın ve erkek girişimciliği günümüzde olduğu gibi erkek egemen bir yapıda değil, tam tersine kadının lehine bir durumdur. Diğer bir ifade ile, avcı ve toplayıcı toplumlar girişimcilik açısından ele alındığında, kadınların girişimciliği erkeklerden hiç de az değil hatta onlara göre daha avantajlı bir durumdur. Ancak bu avantaj tarım toplumuna geçişle erkeğe geçmiştir. Çünkü avcı ve toplayıcı toplumlar da ayrı ayrı faaliyet gösteren ve hayatta kalmak, günümüzdeki ifadesiyle sürdürülebilir bir rekabet elde edebilmek için dayanılan temel faaliyetlerde kadın avantajlı iken, tarım toplumunun gerekleri olarak bir arada yaşayan geniş aile odaklı toplumlarda aynı yerde aynı işleri yapmanın etkisiyle, erkek egemen güç başlamış ve hiyerarşik düzende erkek kadına egemen olmuştur. Ne yazık ki, bunun hala günümüzde devam ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Şu an dünyada

bir çok üniversitesinde “kadın girişimciliği” dersi “kadın ve genç girişimciliği” gibi dersler verilmektedir, “erkek girişimciliği” şekilde bir derse rastlamak zor olacağı gibi gerek devlet gerek farklı sosyal örgütlerde kadın girişimciliği erkek girişimciliğine oranla pozitif yönde bir ayrımcılığa yol açacak oranda daha fazla desteklenmektedir.

Nitekim Avrupa Komisyonu üye ülkelerle birlikte çeşitli inisiyatifler geliştirerek kadın girişimciliğinin önündeki engelleri ortadan kaldırmaya çalışmaktadır. Bu amaçla başlatılan önemli inisiyatifler; Kadın Girişimciler İçin Mentörler Ağı, Kadın Girişimci Elçiler Ağı, Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı, Kadın Girişimciliği Portalı şeklindedir (GİSEP 2015-2018: 27-28).

Yukarıda insan topluluklarının gelişimiyle ilişkilendirilerek açıklanmaya çalışılan girişimcilik faaliyetleri, bir vakum içinde bağımsız faaliyetler değildir. Bunlar sosyal ilişkilerde sosyal ağların içine gömülmüş çalışmaları, eylemleri ifade eder. Bu yüzden bazı ülkelerde, örneğin Malezya gibi, kadınlardaki girişimciliği arttırmak için sosyal ağlar tesis edilmesi ve karşılıklı bilgi alışverişinin sağlanması hedeflenmiştir (Mamun vd., 2016: 364).

Kadın girişimciğinden söz edebilmek için, tek başına veya en az %30 payla bir işletmenin sahibi olan kadın anlaşılmalıdır (GİSEP 2015-2018: 19). Bu kapsamda düşünüldüğünde, OECD’nin yaptığı değerlendirmeye göre kadın girişimcilerin işsizliğin ve sürdürülebilir bir ekonomik gelişmenin sağlanmasındaki etkisi büyüktür. Kadın girişimciler ekonomik değişme ve gelişmeye katkıda bulunan önemli güçtür. Bu durum özellikle gelişen ekonomilerde yoksulluğun ve gelir dağılımındaki eşitsizliğin azaltılmasında önemli bir husustur (Mamun vd., 2016: 364).

Ekonomideki öneminden dolayı kadın girişimciliği ile ilgili bir çok küresel boyutlu araştırmaya rastlamak mümkündür. Örneğin Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi (GEDI) Kadın Girişimciliği Araştırması-2014 “yenilikçi, pazarını büyüten, ihracat odaklı” kadın girişimcilere odaklanmıştır. Araştırmaya Türkiye dâhil 30 ülke katılmıştır. Araştırma parametreleri, girişimcilik ortamı, ekosistem ve kadın girişimcilerde girişimcilik niteliğinden oluşmaktadır. Türkiye yüksek büyüme tempolu kadın girişimciliği açısından incelendiğinde 30 ülke arasında 18nci sıradadır. Bu durum, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında kişi başına milli gelir yüksekliğine göre düşük kalmaktadır (GİSEP 2015-2018: 40-41).

Crunchbase tarafından Nisan, 2017’de yayınlanan bir rapora göre tüm dünyada kadın girişimcilerin oranı %17 civarında olup bu oran 2009 ve 2011 yılları arasında önemli bir artışla %9’dan %14’lere çıkmıştır (Ünsal, 2017). Ayrıca Global Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor) tarafından 65 ülke üzerinde yapılan ve Kadın/Erkek girişimci oranlarının tespit edildiği bir araştırmaya göre de (2016 Yılı), Kadın/Erkek girişimci oranı ülkemiz için 0,45 olup Türkiye 65 ülke

sıralamasında 61'ncidir. Bu oran diğer ülkelerle kıyaslandığında nisepeten düşük bir seviyededir. Diğer bazı ülkelerde ise Kadın/Erkek girişimci oranı yüksekten düşüğe Endonezya için 1,24 (1'nci sırada), Rusya için 0,82 (15'nci sırada), Çin için 0,73 (23'üncü sırada), İran için 0,54 (48'inci sırada), Ürdün için 0,26 (65'nci sırada) şeklindedir (GEM, 2016).

Uluslararası Çalışma Örgütü-ILO (2006) tarafından yürütülen bir araştırmada, kadın girişimcilerin başarısına etki eden dört kişisel ve dört çevresel faktör tespit edilmiştir. Kişisel faktörler sırasıyla: (1) motivasyon ve adanma; (2) yetenek ve beceriler; (3) fikirler ve pazarlar; ve (4) kaynaklar. Çevresel faktörler ise: (1) girişimcilik destek organizasyonları; (2) genişleyebilen bir destek çevresi; (3) ekonomik/pazar çevresi; (4) sosyo-kültürel çevre şeklindedir. Grisna vd. (2017: 93) ise kadın girişimciliğini etkileyen faktörleri; dürüstlük, çok çalışma ve risk alma olarak belirtmektedir.

Kadınların girişimciliğinde diğer bir ifade ile bir işi geliştirmesinde etkili olan faktörler; ekonomik bağımsızlık arzusu, karar verme, başlangıç sermayesi bulabilecek bir sosyal ağa sahip olma, bilgi, yetenek ve deneyim, çocuklarına karşı duyduğu sorumluluk (Amzad, 2009: 220) şeklinde sıralanabilir.

Bu ve araştırmanın bundan sonraki kısımlarında farklı kaynaklardan alınan faktörler ışığında, ev hanımlarının kadın girişimciliğinde önemli bir pay asahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda aşağıda sırasıyla, girişimciliğin fiiliyata dökülmesinde etkili olan girişimcilik süreci, girişimcilik yetkinliği ve girişimciliği teşvik eden unsurlar açısından ev hanımlarının girişimcilik yatkinliği veya potansiyeline vurgu yapılacaktır.

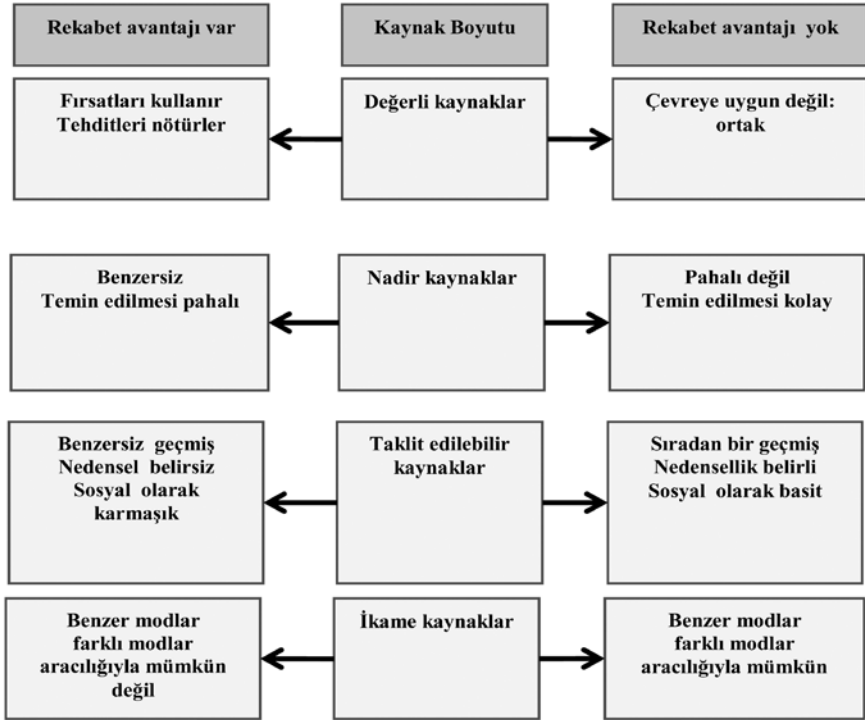
### **Girişimcilik Süreci**

Girişimcilik süreci içerisinde geliştirilmesinde dört aşama söz konusudur; doğum öncesi aşama, kabullenme aşaması, büyüme ve yetişkinlik aşamadır (Ratnaningtyas ve Lawiyah, 2016: 174).

İlk aşama olan doğum öncesi, iş fikrinin oluşturulmasına yönelik bütün materyallerin ele alınmasını ve başarıya ulaşmak için adımların detaylı bir şekilde belirlenmesini gerektirir. Kabul olma aşamasında ise girişimciler ortaya koyacakları ürün veya hizmetin özgün olmasına çalışırlar. Bu iki aşamada iş alanına nüfuz etme ve olası engelleri ortadan kaldırmaya odaklanma söz konusudur. Üçüncü aşamada, performans gösterme vardır ve şirket gelişme gösterir. Girişimciler genellikle ilk iki aşamada gösterdikleri başarı etkisiyle üç ve dördüncü aşamalarda başarısızlığa hazır değillerdir bu nedenle başarısızlığın girişimciler üzerindeki etkisi de ilk aşamalardan çok daha fazla ve yıkıcı olur (Ratnaningtyas ve Lawiyah, 2016: 174).

Yukarıda sıralanan dört aşama aynı zamanda girişimcilik sürecinde kullanılan kaynakların da ele alınma aşamalarıdır. Temelde girişimcilik bir kaynak kullanma sürecidir. Şekil-1’de girişimcilik sürecinde kullanılacak dört kaynak (değerli kaynaklar, nadir kaynaklar, taklit edilebilir kaynaklar ve ikame kaynaklar) sınıflandırması ile bu kaynakların rekabet avantajı yaratma veya yaratmamasına göre nasıl değişeceği gösterilmektedir (Barney, 1991: 99’den Akt. Dollinger, 2008: 44).

**Şekil 1:** Kaynak Özellikleri ve Rekabet Üstünlüğü (Barney, 1991: 99’den Akt. Dollinger, 2008: 44’den uyarlanmıştır.)



Bu boyutların ev hanımlarının özellikleri ve bu özelliklerin girişimcilik üzerindeki etkisi açısından dikkate alınması ev hanımlarının girişimcilik potansiyellerinin anlaşılması açısından uygun olacaktır. Kadın girişimciliğinin önemli ve değerli bir kaynağı olan ev hanımlarının ellerindeki en önemli kaynak ev işlerinden dolayı sahip oldukları tecrübe, evlerindeki bulunan eşya, malzeme vb. kullanım ve düzenlemesindeki ehliyet ve konu, komşu, akraba vb. sahip oldukları çevre şeklinde sıralanabilir. Ev hanımlarının ellerindeki bu yetkinlik kaynaklarını Şekil 1’de gösterildiği gibi rekabet avantajı yaratmaya yönelik değerlendirmeleri halinde girişimcilik potansiyelleri artabilecektir.

## **Girişimcilik Yetkinliği**

Girişimcilikte yetkinlik bazlı yaklaşım girişimcilik yazınında giderek artan bir önemle incelenmeye başlanmıştır. Yetkinlik bazlı yaklaşım son yıllarda insan kaynakları alanında eğitim ve geliştirmeye yönelik faaliyetlerde ön plana çıkmıştır. Bu kapsamda ön plana çıkan ilk yetkinlik olan girişimcinin konsept yetkinliği, onun yaratıcı düşünme kabiliyetini, yeni bir fikir ile ilgili olarak muhtemel oluşabilecek sonuç ve düşünce ihtimallerinin hesaplanabilmesini ifade eder. Bu yetkinlik; bilişsel düşünme, yenilikçilik, analitik düşünme, problem çözme, öğrenme karar verme, belirsizlikle baş etme ve risk alma yeteneklerini içerir. İkinci yetkinlik ise organize etme yetkinliğidir. Organize etme yetkinliği girişimcinin farklı işleri ve kaynakları ele alarak bunlar arasında bir eşgüdüm oluşturacak şekilde bir örgütleme yapmasını gerektirir. Girişimciliğin diğer bir yetkinliği ise adanma yetkinliğidir. Adanma girişimcinin kendini yaptığı işe insiyatif olarak, proaktif davranarak vermesini, yaptığı işi sahiplenmesini ifade eder. Adanma yetkinliği, girişimcinin işe başlayıp bu işi bitirmesindeki en önemli yetkinliğidir (Mamun vd., 2016: 365-366).

Yukarıda sıralanan temel girişimci yetkinlikleri olan konsept yetkinliği, organize etme yetkinliği ve adanma yetkinliğinin ev hanımlarında görülme potansiyeli düşünülürse, ev hanımlarının bu yetkinliklere sahip olma açısından ne derece ön planda oldukları anlaşılabilir. Örneğin, yaratıcı düşünme kabiliyetine dayanan konsept yetkinliği açısından Maslow (1999)'un da vurguladığı gibi ev hanımları ön plandadır. Maslow (1999), kendini gerçekleştirme sürecini yaratıcılıkla özdeşleştirerek bunun en çok görüldüğü örnek olarak ev hanımlarını işaret etmiştir. Hergün ne yemek yapacağını düşünmek dahi buna bir misal olarak verilebilir. Benzer şekilde ev işlerinin yapılmasındaki düzen, evin tertibi, eşyaların yerleştirilmesi vb. faaliyetler dikkate alınırsa ev hanımlarının organize etme yeteneği, annelik yönü dikkate alınırsa ev hanımlarının adanma yetkinliklerinin ne derece baskın ve belirgin olduğu anlaşılabilir.

Diğer yandan, Tablo 1'de girişimcinin oryantasyon tasarımı kapsamında girişimci yetkinlikleri ile ilişkilendirilecek bazı özellikler verilmiştir (Junior vd., 2016: 318). Ev hanımlarının sahip olduğu yetkinliklerin şirketlere yönelik oluşturulmuş Tablo-1'deki boyutlarla da yakından ilişkilendirilebilir. Proaktiflik, yenilikçilik ve otonomi ev hanımlarının yaptıkları işlerde nerede ise hergün tecrübe ettikleri boyutlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer iki boyut olan risk alma ve rekabetçi saldırganlık ise daha çok ev hanımlarının girişimcilik sürecinde desteklenmesi gereken boyutlar olarak değerlendirilebilir.



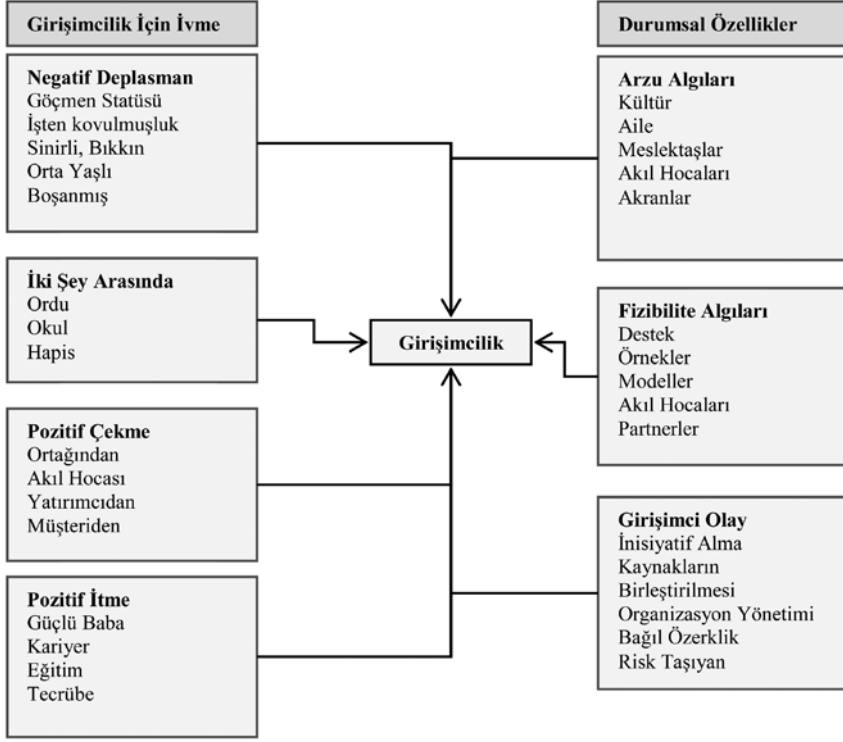
**Tablo 1:** Girişimci Oryantasyon Tasarımı (Junior vd., 2016: 318'den uyarlanmıştır.)

		Boyut	Tanım
Lumpkinand Dess'ın (1996) yapısı 5 boyutlu (Çok boyutlu)	Miller's (1983) ve Covinand Slevin'in (1989) yapısı 3 boyutlu (Tek boyutlu)	Proaktiflik	Süreçlerle ilgili olma, gelecekteki ihtiyaçlar üzerinden hareketle katılım, mevcut durumla ilgili veya ilgisiz yeni fırsatlar arama, yeni ürünlerin ve markaların rekabetten önce sunumu (Venkatraman, 1989).
		Yenilikçilik	Bir şirketin yeni ürün, hizmet ve teknolojilerin geliştirilmesi ile sonuçlanacak yeni fikirlere, deneyimlere, yaratıcı süreçlere dahil olması ve bunları desteklemesi eğilimi (Lumpkin ve Dess, 1996).
	Risk alma	Başarılı bir sonuç belli olmasa bile cesaret göstererek fırsatları yakalamak, kaynakların önemli bir bölümünü tehlikeye sokarak yüksek getirili girişimlerde bulunmak (Lumpkin ve Dess, 1996).	
	Otonomi	Bağımsız hareket eden yeni, yaratıcı bir fikir ile gelen birey ya da grupların eylemlerini geliştirmek ve tamamen teşvik etmek (Lumpkin ve Dess, 1996).	
	Rekabetçi saldırganlık	Bir şirketin rakipleri ile mücadelede istekliliğini yansıtır. Rakiplerin yoğun ve güçlü olduğu bir pazara girerek onlarla mücadeleyi ifade eder (Lumpkin ve Dess, 1996).	

### Girişimciyi Teşvik Eden Unsurlar

Girişimciliğin kaynaklarına yani girişimciyi teşvik, motive eden unsurlara baktığımızda aşağıdaki şekilde (Şekil-2) Dollinger (2008) tarafından ortaya konulan iki kategori gösterilmektedir. Bunlardan ilki girişimciliğin ivmeleri, girişimci için ivme yaratacak faaliyetlerdir. Diğeri ise durumsal özellikler, karakteristikler olmak üzere iki başlık altında toplanmaktadır.

**Şekil 2:** Girişimciliğin Tedarik Sahaları (Dollinger, 2008: 56)



Ev hanımlarının durumu Şekil 2’deki unsurlar açısından ele alındığında, hem girişimcilikte ivme yaratan faktörler hem de durumsal faktörlerin farklı ağırlıklarla ev hanımlarının girişimciliğinde etkili olacağı değerlendirilebilir. İvme yaratan faktörler açısından negatif deplasman ve pozitif çekme olarak ortaya konulan hususların ev hanımlarının girişimcilik potansiyellerinde daha etkili olduğu düşünülebilir. Ayrıca ülkemizde göçmen statüsündeki ev hanımlarının sayısı da hiç de azımsanmayacak bir oranda olması, ayrıca sadece göçmen olarak düşünülmeyp kendi memleketi dışında bir ilde ikamet eden ev hanımlarının da bir anlamda girişimcilikte ivme yaratan bir konumda olabileceği anlaşılabilir. Eskiden bir işte çalışan fakat daha sonra işi bırakma veya işten çıkarılma durumunda kalan ev hanımlarının da girişimcilik açısından bir potansiyel oluşturması söz konusudur. Bununla birlikte bıkkınlık ve orta yaş unsurları açısından da genellikle ev hanımları bir girişimci adayı konumundadır. Komşuluk ve akrabalık ilişkileri ve gün vb. sosyal etkileşimlerde ev hanımları birbirleriyle yakın ve samimi ilişki ve etkileşim içerisine girmektedir. Bu nedenle bazı kadınların ev hanımları üzerinde Şekil 2’de belirtilen pozitif çekme unsurları açısından etkili bir rol oynayabileceği değerlendirilebilir.

Diğer yandan Şekil 2’deki durumsal özelliklerden kültür, aile, akranolar vb. arzu algıları gibi unsurların önemli bir çevresel etkiye sahip olduğu ve ev hanımlarının girişimciliklerinde itici bir faktör oluşturduğu söylenebilir.

## **Yöntem**

### **Örnekleme**

Araştırmaya Gaziantep ilinden 128 ev hanımı dahil edilmiştir. Katılımcılar, Gaziantep’in Şehitkamil ve Şahinbey ilçelerindeki 36 farklı mahallede ikamet etmektedirler. Araştırma kapsamında seçilen mahalleler mümkün olduğunca Gaziantep ilinin bütününe temsil edebilecek şekilde sosyo-ekonomik farklılıklar dikkate alınarak belirlenmiştir. Katılımcılar amaçlı ve kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş herhangi bir işte çalışmayan ve halihazırda herhangi bir girişimcilik faaliyetinde bulunmamış ev hanımlarıdır. Katılımcıların hepsi evli olup %86’sı çocuk sahibidir. Katılımcıların % 14’ü okur yazar, % 27’si ilköğretim, % 50’si lise, % 8’i yüksek okul ve üniversite mezundur. Katılımcıların yaşları 24-62 arasında değişmekte olup yaş ortalaması 36’dır. Katılımcıların hepsi Gaziantep nüfusuna kayıtlıdır.

### **Veri toplama**

Araştırma verilerinin toplanmasında yarı yapılandırılmış şekilde karşılıklı görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda katılımcılara, önceden tasarlanmış açık uçlu soruların yanı sıra, görüşme sırasında geliştirilen tamamlayıcı sorular da sorulmuştur. Görüşmeler iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk görüşmede ev hanımlarına bir girişimcilik senaryosu (durumu) anlatılmış ve birkaç gün içerisinde ikinci bir görüşme yapılacağı belirtilmiştir. Yapılan bu ilk görüşmede, bahse konu senaryo gereği, eğer kendilerine 100.000 TL verilmiş olsa (iki yıl sonra en az 100.000 TL net kar sağlayacak şekilde) ne tür bir iş/girişimcilik yapacakları ve nasıl bir iş kuracakları (iş planları), yanlarında çalıştıracakları elemanları kimlerden ve nasıl seçecekleri sorulmuş ancak hemen cevap vermeleri istenmeyerek ikinci bir görüşmede fikirlerinin detaylı olarak alınacağı belirtilmiştir. Böylece katılımcıların kurmayı düşündükleri işe yönelik yeterli bir düşünme fırsatına sahip olmalarına imkan sağlanmıştır. Müteakiben bir kaç gün sonra yapılan ikinci görüşmede kurmayı düşündükleri işe yönelik detaylar hakkında bilgi alınmıştır. Yapılan ikinci görüşmeler ortalama 30-40 dakika aralığında sürmüştür.

### **Bulgular**

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre ev hanımlarının en çok ev yemekleri yapan bir iş kurmayı düşündükleri belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların %18’i (23/128 katılımcı) ev yemekleri yapacakları bir iş yeri açmayı planlamaktadır. Katılımcıların %9,38’i (12/128 katılımcı) bir kafe açmayı, %1,56’sı (2/128 katılımcı) bir lokanta açmayı, %3,91’i (5/128 katılımcı) bir pastane açmayı, %4,69’u (6/128

katılımcı) organik ürünler satan bir iş kurmayı ve %10,16'sı (13/128 katılımcı) gıda sektörüne ilişkin bir iş kurmayı planladıklarını ifade etmişlerdir. Böylece toplamda katılımcıların hemen hemen yarısı %47,66'sı (61/128 katılımcı) gıda sektörüyle ilgili bir iş kurmayı planladıklarını söylemişlerdir.

Katılımların en fazla iş kurmayı düşündükleri ikinci sektör ise tekstil sektörüdür. Katılımcıların %5,47'si (7/128 katılımcı) dikiş, nakış ve çeyiz işine yönelik bir yer açmayı, %8,59'u (11/128 katılımcı) giyim mağazası veya butik açmayı planladıklarını belirtmiş ve toplamda ise katılımcıların %14,06'sı (18/128 katılımcı) tekstil sektörüyle ilgili bir iş kurmayı planladıklarını söylemişlerdir.

Gıda ve tekstile yönelik iş planlarını ise sırasıyla %5,47 (7/128 katılımcı) ile takı tasarım ve bujiteri işi, %3,91 (5/128 katılımcı) ile güzellik merkezi veya kuför açma, %2,34 (3/128 katılımcı) ile organizasyon şirketi kurma, %2,34 (3/128 katılımcı) ile kreş veya anaokulu açma, %1,56 (2/128 katılımcı) ile temizlik şirketi açma, %1,56 (2/128 katılımcı) ile kuru temizleme ve ütü evi açma izlemektedir.

Geriye kalan katılımcılar (%19,53 25/128 katılımcı) ise kozmetik, resim atölyesi, avize ticareti, telefon aksesuarı, antika dükkanı, seramik atölyesi, lojistik şirketi, bakırcılık, resim atölyesi, araba alım satımı, ev-arsa alım satımı, beyaz eşya satışı, teknolojik ev aletleri fabrikası, sabun ahşap tasarım, avize ticareti, oto yıkama, gözlükçü ve saatçi, replika saat mağazası, düğün salonu, mobilya imalatı, mimarlara maket yapımı, spor tesisi, tavuk çiftliği kurulması gibi işlere yönelik iş planı oluşturmuşlardır.

Ayrıca yapılan görüşmelerde her dört katılımcıdan birisi (%25,78'si 33/128 katılımcı) yaptıkları iş planlarında reklam, pazarlama vb. faaliyetlerde internet yararlanacaklarını ifade etmişlerdir.

Ev hanımlarının dörtte üçü (%75,78'si 97/128 katılımcı) yanlarında çalıştıracakları kimseleri seçerken yakın komşu ve akrabalarından olan diğer ev hanımlarını da düşündüklerini ifade etmişleridir.

Ayrıca gıda sektöründe iş yapmayı düşünen, özellikle yöresel ev yemekleri yapmayı planlayan ev hanımlarının diğer alanlarda girişimcilik planları yapan ev hanımları ile kıyaslandığında daha detaylı bir iş planı ortaya koydukları tespit edilmiştir.

### **Tartışma ve Sonuç**

Girişimciliğin teşvik ve geliştirilmesinin ülke ekonomisine katacağı değer hiç şüphesiz çok önemlidir. Halen mevcut durumda ülkemizdeki girişimcilik faaliyetleri istenen seviyede olmadığı ve dünya ortalamasının nispeten altında kaldığı dikkate alınır, girişimcilik konusunun ön plana alınması gereklilik ve gerçeği ortaya net

olarak çıkmaktadır. Bu kapsamda, doğru girişimcilerin doğru sektörlerde faaliyete geçirilmesi önem arz etmektedir.

Toplumumuzun yarısını oluşturan kadınlarımızın ekonomik açıdan büyük önem teşkil eden girişimcilik faaliyetlerinde arzu edilen konumda olmaması kadın girişimciliğine daha çok odaklanılması gerekliliğinin bir göstergesidir. Bu çerçevede yapılan bu çalışmada, önemli bir kadın girişimci kaynağı olan ev hanımlarının iş kurma fikirleri incelenmiş, ev hanımlarının girişimcilik süreçleri olası girişimcilik sürecinde nasıl bir iş planı oluşturacakları, bu işi kimlerle nasıl yapmayı planladıklarına ilişkin düşünceleri tespit edilmiştir.

Araştırma Gaziantep ilinde yapılmıştır. Gaziantep UNESCO tarafından gastronomi şehri ilan edilmiştir. Bu durum, Gaziantep'in yöresel olarak gıda sektöründe, ev yemeklerinde ön plana çıktığının bir göstergesidir. Elbette bu ön plana çıkışta yöresel ev yemekleri ve bu ev yemeklerinin oluşumunda en önemli rolü oynayan ev hanımlarının, Gaziantep'li kadınların sahip olduğu yetkinlikler etkili olmuştur. Doğal olarak yapılan bu araştırmada ev hanımlarının çoğunlukla gıda sektörüne ve özellikle ev yemeklerine yönelik girişimcilik düşüncelerine sahip olmaları beklenen bir bulgudur. Bu durum, ev hanımlarının girişimciliğinde çevresel etkilerin önemli olduğu kadar, sahip oldukları yetkinliklerinin de önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Diğer yandan, konu ile ilgili yapılan araştırmalar kadın girişimciliğinde etkili olan farklı faktörlere dikkat çekmektedir. Ancak bu farklı faktörler arasında çevresel faktörlerin etkisine yönelik net bir görüş birliği sağlanmamıştır. Benhabib vd. (2014) kadın girişimciliğinde kişisel özelliklerden ziyade çevresel etkilerin önemli olduğunu belirtirken, Vimolwan ve Nusrat (2017) çevresel etkilerin önemli olmadığını belirtmektedir. Ülkemiz açısından bu durumun belirginleşmesi için daha farklı illerde benzer araştırmaların yapılmasına ihtiyaç vardır.

Girişimcilik sürecinin başarısında diğer bir ifade ile iş planının hayata geçirilerek sürdürülebilir bir başarı elde edilmesinde, girişimcinin sahip olması gereken özellik ve yetkinlikler iş fikrinden daha etkili olduğu düşünülmektedir. Bu durum dikkate alınır, Maslow (1999) tarafından da belirtildiği gibi, ev hanımlarının sahip olduğu yaratıcılık yetkinliği ön plana çıkmaktadır. Maslow (1999) özel uzmanlık/ yetenek yaratıcılığı ile kendini gerçekleştirme yaratıcılığını birbirinden ayırması gerektiğini vurgulayarak, kendini gerçekleştirme yaratıcılığının yaşamın günlük, sıradan işleri içerisine yayıldığını ifade etmektedir. Yaratıcılığın önemli bir girişimcilik yetkinliği olarak ev hanımlarında gözlemlenmesi, ev hanımlarını girişimcinin sahip olması gereken yetkinlikler açısından avantajlı bir duruma getirmektedir. Ev yemeklerine yönelik bir iş kurulması düşünülürse, ev hanımlarının bu konudaki tecrübeleri ve teknik bilgisi de yeterli olacaktır. Tüm bu unsurlar birlikte değer-

lendirildiğinde başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerin bir araya gelmesi söz konusu olmaktadır. Her ne kadar araştırma kapsamında elde edilen bulgular ev yemekleri öncelikli olmak üzere gıda sektörüne yönelik girişimcilik fikirlerini işaret etmesi, bu durumun araştırmanın Gaziantep ilinde yapılmasının doğal bir sonucu olduğunu düşündürebilir. Ancak benzer çalışmaların farklı illerde yapılarak bu konuda daha fazla bulguya ulaşılmasına ihtiyaç vardır.

Daha önce de vurgulandığı gibi toplumumuzun yarısını oluşturan kadınlarımızın girişimcilikte daha aktif olmaları, ülke ekonomisi dolayısıyla toplumumuzun refahı açısından önemli bir husustur. Bu kapsamda, ülkemizde kadınların sadece dörtte birinin çalıştığı, dörtte üçünün çalışmadığı dikkate alınır, ne kadar büyük bir kadın girişimcilik potansiyeline sahip olduğumuz anlaşılabilir. Çalışmayan kadınlarımızın önemli bir bölümünü ev hanımları oluşturmaktadır. Bu açıdan, ev hanımlarımızın kadın girişimciliğinde önemli bir kaynak olarak dikkate alınması ve bu konuda destek ve teşviklerin artırılması önemlidir. Ev hanımlarının girişimciliği üzerine farklı illerde, farklı sosyo kültürel çevrelerde vb. farklı faktörleri içeren daha kapsamlı çalışmalar yapılmasına ihtiyaç vardır. Ayrıca, KOSGEB vb. girişimciliği teşvik eden ve destek veren organizasyonların hedef kitle olarak ev hanımlarına yönelerek, ev hanımlarının girişimcilik potansiyelini harekete geçirici eğitim, destek ve teşviklere odaklanması önemlidir.

Her ne kadar ülkemizde kadın girişimciliğini teşvike yönelik son yıllarda önemli adımlar atılmış olsa da, küresel boyutta daha iyi rekabet edebilmek için kadın girişimcilerimizin sayı ve yetkinliklerinin daha iyi bir duruma getirilmesine ihtiyaç duyduğumuz açıktır. Bu maksatla, kadınlarımızın girişimcilik potansiyelini tespiti ve bu potansiyeli performansa dönüştürmeye yönelik daha fazla keşfedici nitel araştırmaların yapılması gereklidir.

## KAYNAKÇA

- Amzad Hossain, Kamal Naser, Asif Zana, Rana Nuseibeh (2009), "Factors Influencing Women Business Development in the Developing Countries Evidence from Bangladesh", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 17, no. 3, pp. 202 – 224.
- Barney, Jay (1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, Vol.17, pp. 99–120.
- Benhabib, Abderrezzak, Merabet, Amina, Benachenhou, Mohamed,Grari, Yamina, Boudia, Fouzi, Merabet, Hadjira (2014), "Environmental and Individual Determinants of Female Entrepreneurship in Algeria: Applying the Structural Equation Modeling", *Entrepreneurial Business and Economics Review*, Vol. 2, No. 1, pp. 65-80.
- Brazeal, Deborah V. (1999), "The Genesis of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 23, no. 2, pp. 29-46.

- Casson, Mark (1982), *The Entrepreneur*, Totowa, NJ: Barnes and Noble.
- Cole, Arthur (1959), *Business Enterprise in its Social Setting*, Cambridge, MA: Harvard University.
- Dollinger, Marc J. (2008), *Entrepreneurship: Strategies and Resources* / Marc J. Dollinger. — 4th Ed. MARSH PUBLICATIONS, Lombard, Illinois.
- Gartner, William B. (1985), “A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation”, *Academy of Management Review*, Vol. 10, no. 1, pp. 696–706.
- GEM. (2016), Special Report: Women’s Entrepreneurship, <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202015%20Womens%20Report.pdf> (13.12.2017)
- GİSEP (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018) ([http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Gisep\\_2015-2018\\_TR.pdf](http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Gisep_2015-2018_TR.pdf)) (12.04.2017)
- Grisna Anggadwita, Bachruddin Saleh Luturlean, Veland Ramadani, Vanessa Ratten (2017), “Sociocultural Environments and Emerging Economy Entrepreneurship Women Entrepreneurs in Indonesia”, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 9, no. 1, pp. 85 – 96.
- Gundry, Lisa K., Kickul, Jill R. (1996), “Flights of Imagination Fostering Creativity Through Experimental Learning”, *Simulation and Gaming*, vol. 27, pp. 334-350.
- Hart, Myra, Stevenson Howard, Dial, J. (1995), “Entrepreneurship: A Definition Revisited,” In Bygrave, W.D., Bird, B.J. et al. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research, Center for Entrepreneurial Studies*, Babson College, pp. 75-89.
- Hoselitz, Bert (1952), “Entrepreneurship and Economic Growth. *American Journal of Economic Sociology*, Vol. 12, no. 1, pp. 97–110.
- ILO (2006), *Women’s Entrepreneurship Development: Capacity Building Guide*, International Labour Office, Geneva.
- Junior Antonio, Benedito de Oliveira, Benedito, Felipe Mendes Borini, Bernardes, Roberto Carlos, Mauro, José (2016), “Impact of Entrepreneurial Orientation on Strategic Alliances and the Role of Top Management”, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 56, no. 3, pp. 315-329.
- Kuratko, Donald F., Hodgetts, Richard M. (1992), *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, New York: The Dryden Press.
- Manun, Al A. , Rajennnd, M., Yukthamarani, Permarupan P., Noor Raihani, Z., Noorshella, Che Nawi, Malarvizhi, C. A. (2016), “Social Capital and Entrepreneurial Competencies: A Study Among Women Micro-Entrepreneurs In Malaysia”, *Journal of Developing Areas*, Vol. 50, no. 5, pp. 363-370.
- Maslow, Abraham (1999), *Toward a Psychology of Being*, 3rd ed., New York: John Wiley & Sons.
- McClelland, David (1961), *The Achieving Society*, New York: John Wiley.
- Mert, İbrahim Sani, Güney, Semra, Güney, Salih (2009), “Girişimcilik Sürecinde Yenilik ve Yaratıcılık İlişkisi” *T.C. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Ekim, Cilt 12, ss.17-39.

- Morris, M., Davis, D. E. H. (1994), “Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross-Cultural Comparisons of the Importance of Individualism Versus Collectivism”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 16: pp. 23-467.
- Ratnaningtyas, Sudrajati, Lawiyah, Nur (2016), “The Growth of Leather-Based Creative Industry Smes in Garut District, West Java Province, Indonesia”, *Journal of Developing Areas*, Vol. 50, no. 5, pp. 171-183.
- Schumpeter, Joseph. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shane, Scott, Venkataraman, S. (2000), “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research”, *Academy of Management Review*, Vol. 25, pp. 217-226.
- Shaver, Kelly, G., Scott, Linda R. (1991), “Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 16, pp. 23-46.
- Stevenson, Howard H., Michael J. Roberts, and H. Irving Grousbeck (1989), *New Business Venture and the Entrepreneur*, (Homewood, IL: Irwin).
- Toffler, Alvin. (1980), *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- Ünsal, Serkan. (2017), “Kadın Girişimci Oranlarında Türkiye Ne Durumda?”, <http://www.milliyet.com.tr/serkan-unsal/kadin-girisimci-oranlarinda-teknoloji-2508407/> (13.12.2017)
- Vimolwan, Yukongdi, Nusrat, Zahan Lopa (2017), “Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24, Issue 2, pp. 333 – 352.