

BİLECİK İLİ OSMANELİ İLÇESİNDE MİKRO KADIN GİRİŞİMCİLERİN KOOPERATİFLEŞMEYE KARŞI TUTUMLARI

ATTITUDES OF MICRO WOMAN ENTREPRENEURS TOWARD COOPERATIVES IN OSMANELI DISTRICT OF BİLECİK PROVINCE

Selin PEKTAŞ

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, spektas.bseu@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2828-4888

ÖZET

Türkiye’de kadınların çalışma hayatına girişi akabinde son yıllarda kadınların daha da aktif olmasını ve ev ekonomisine katkı sağlamak için çalışmaya başlayan kadınlar ekonomik refahlarını arttırdı ve yine ekonomik anlamda söz sahibi olmaya başladı. Özellikle sosyal medyanın da gelişmesiyle birlikte ev hanımları, el işi ürünleri ile yaptıkları birçok ürünü de satmak için kendilerine yeni bir pazar oluşturdu. Aynı zamanda bilinçlenen toplum, kadınlar için oluşturulan sosyal sorumluluk projeleri de kadınların ekonomik anlamda söz sahibi olmalarında etkili olmuştur. Bu gelişmeler ışığında, emek sarf eden kadınlara yönelik istihdam olanağı arttı ve kadın girişimciliğinin güçlendirilmesi açısından zemin oluşturdu. Araştırma, Bilecik ili Osmaneli ilçesinde Osmaneli Belediyesi bünyesinde 2016 yılında faaliyete geçen Sürekli Eğitim Merkezi ile 2019 yılında faaliyete geçen Osmaneli Kadın Girişimciler Kooperatifi kapsamında emeklerini sergileyen kadınlar üzerine oluşturulmuştur. Araştırmamızın örneklemini ise Sürekli Eğitim Merkezi ve Osmaneli Kadın Girişimciler Kooperatifinde bulunan 40 kadın girişimciler oluşturmaktadır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda kooperatifleşmeye olan yatkınlık düzeyleri, kadınların ekonomik hayatlarındaki etkisi incelenmiş ve diğer mikro kadın girişimcilere örnek olması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Kooperatif, Mikro Girişimcilik, Pazarlama.

Jel Kodları: M31.

ABSTRACT

In recent years, following the entry of Turkish women in working life, Turkish women began to take more active role in the business life. Women who started working to contribute to their home economy, increased their economic well-being and started to have a voice in the economic sense. Especially with the development of social media, housewives created a new market for themselves to sell many of their handcrafted products. At the same time, the conscious society and social responsibility projects created for women have also been effective in women's economic voice. In the light of these developments, employment opportunities for the women who work were increased and formed the ground for strengthening women's entrepreneurship. The research was conducted on women who exhibited their efforts within the scope of an education center called “Sürekli Eğitim Merkezi”, which started operating in 2016 within the Municipality of Osmaneli, Bilecik province,

and the Osmaneli Women Entrepreneurs Cooperative, which started operating in 2019. The sample size of the study consists of 40 women entrepreneurs in the Sürekli Eğitim Merkezi and Osmaneli Women Entrepreneurs Cooperative. In line with the information obtained, the level of susceptibility to cooperatives and their impact on women's economic lives were examined and aimed to set an example for other micro women entrepreneurs.

Keywords: Woman Cooperative, Entrepreneurship, Marketing.

Jel Codes: M31.

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi, kadınların iş hayatına girişi ve hızla yükselme ile artan ekonomik değişimler günümüz koşullarında farkındalıkları arttırmış ve kadınlarının ev hayatından çıkarak ekonomiye kazanımları noktasında kararlarını etkilemiştir. Gelişmekte olan ülkelerde, kadınlar genellikle tarım sektöründe, resmiyeti olmayan iş kollarında ve yaşanan değişimler ışığında resmiyeti bulunan işlerde para kazanmaya, ev ekonomisine katkı sağlamaya başlamıştır. Kadınların hem sosyal yaşamlarında hem de ekonomi ve siyaset dünyasında yerleri gün geçtikçe artış göstermektedir. Ülkemizde kadınların iş hayatındaki yeri yani çalışan kadınların oranı %28,9 iken erkeklerde bu oran %65,6' dır (TUIK, 2019). Kadınların iş gücüne katılım oranları 1950'li yıllardan itibaren düşüş göstermekte istenilen ivmeye ulaşamamaktadır. Ancak son yıllarda kadınlara yönelik projeler, kadınların daha da bilinçlendirilmesi, aile ekonomisi gibi faktörler kadınların ekonomik hayata geçişinde etkili olan faktörleri oluşturmaktadır. Kadınların iş gücü oranları 1955 yılında %72 seviyelerinde iken, 1989 yılına gelindiğinde bu oran %35,1 seviyelerindedir. Devam eden süreçte 1999 yılında %29,7 seviyesinde iken 2005 yılında bu oran %24,7 olmuştur. Kadınların ekonomi hayatında yeri Avrupa Birliği ve OECD ülkelerinde ortalama olarak %61 oranında seyretmektedir (Kutunis ve Rana, 2006:37).

1950'li yıllardan günümüze ekonominin güçlenmesi için, kadınları ekonomik hayata kazandırmak ve yol göstermek için kalkınma kuruluşları, gelir yaratıcı yatırımlar yapmalarına yardımcı olarak kadınları topluma kazandırmaya öncülük etmişlerdir. Son yıllarda artan teknolojik gelişmeler, bireylerin birçok bilgiye sınırsız erişim imkânı, yaşanan ekonomik dalgalanmalar bireyleri ve doğal olarak da kadınları ekonomiye kazandıran etkenlerdendir. Geçici ya da kısmi zamanlı projeler oluşturularak kadınların topluma ve ekonomiye kazandırılması sağlanmıştır. Bu projeler akabinde yaşayan ve sürekli işleyen bir çark olarak başta kadınları akabinde aile ekonomileri ve genel ülke ekonomisine etki etmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla ele aldığımız araştırma çerçevesinde Bilecik ili Osmaneli ilçesinde bulunan kooperatif ve bu kooperatifin gerçekleştirdiği birçok proje başlarda küçük çaplı olarak faaliyet gösterse de kısa süre içerisinde genel ülke örnekleri ışığında da artış göstereceği beklenmektedir.

1. GİRİŞİMCİLİK

Fransızca “entreprendre” kelimesi ile Almanca “unternehmen” kelimelerinden türetilen girişimcilik kavramı Türkçede kelime anlamı olarak üstlenmek sözcüğü ile açıklanmaktadır. Girişimcilik kavramı, farklı ve önceden yapılmamış bir oluşum kurarak aynı zamanda risk alarak pazarın fırsatlarını avantaja dönüştürerek yeni bir oluşum kurma çabasıdır (Ağca ve Yumuşakipek, 2015:13).

İlk defa orta çağ döneminde kullanılan ve günümüze kadar gelen bu kavram, pek çok teorisyen tarafından farklı özellikler vurgulanacak biçimde açıklanırken kelime kökü olarak da iş yapan olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik kavramını terim olarak tanımlamasının yapılması güç olmasına karşın tanımlar birbirine benzer ve birbiri ile tutarlıdır (Karabat ve Sönmez, 2012:2).

Literatürde bazı kaynaklarda girişimciliğin başlı başına bir konu olduğu ve bu sebeple de kesin bir tanımının olmasının mümkün olmadığı dile getirilmektedir. Aynı zamanda birçok teorisyen

tarafından da farklı özelliklerini vurgulayacak şekilde tanımlanmış ve girişimciliğin sürekli değişen bir durum olduğu savunulmaktadır. Girişimcilik kavramı, fırsatların oluşturularak takip edilmesini kapsayan bir süreçtir (Başar, 2005:4).

Bir diğer açıklamada girişimcilik kavramı, girişimci kişinin fırsatı fark etmesi ve bu fırsatı değerlendirmek için gerekli olan faaliyetleri hayata geçirerek yenilikler ekleyerek değer yaratması durumudur. Günümüzdeki girişimcilik kavramı, sadece üretim fonksiyonlarının bir araya gelerek yeni bir girişim oluşturmak değil aynı zamanda mevcut bir işletmenin yenilikler ve iyileştirmeler yaparak sürdürülebilir bir işletme haline getirilerek ve devamının sağlanması için yapılan tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Kaygın ve Güven, 2013:8).

Girişimcilik var olan ya da yeni oluşmuş organizasyon içerisinde, yaratıcı olan, yenilikçi ve aynı zamanda risk alabilen güçlü yönetim mekanizması ile birleşerek faaliyet kolu yaratma ve sürekli geliştirme eğilimi ve sürecidir. Girişimcilik kavram olarak fırsatları doğru şekilde değerlendirerek iş fikri oluşturmak ve gerekli olan sermayeyi temin ederek bunları girişimci faaliyetlere dönüştürme sürecidir. Aynı zamanda Doğaner' e göre girişimci, fırsatları değerlendirerek bu fırsatları girişimciliğe dönüştüren aynı zamanda gerekli kaynakları temin ederek risk alan, ekonomi ile insan kaynaklarını iyi bir şekilde yöneterek bu yönetim aşamasında teknoloji ile pazarlama sürekli yenilik yapan bireylerden oluşmaktadır (Doğaner, 2014:5).

Girişimciliği Etkileyen Faktörler;

- Kişisel Faktörler
- Demografik Faktörler
- Sosyal Faktörler

Girişimciliği etkileyen kişilik özellikler ya da kişisel faktörler, başarıya ihtiyacı, risk alabilme, kontrollü olma durumu, belirsizliğe yönelik olarak ılımlı yaklaşma, yenilikçi olma durumu, kendilerine güven duyma durumudur. Girişimciliği etkileyen faktörlerden kişilerin değeri, tutumları ve gereksinimleri gibi özelliklerden oluşmaktadır (Kaygın, 2011: 20).

Kişisel faktörler, girişimciliği etkileyen unsurlar arasındadır. Bir çalışmaya göre kişisel faktörleri etkileyen faktörler şu şekilde sıralanabilmektedir: bağımsızlık duygusu, liderlik özelliğini hissetme ve benimseme, yaratıcılık, fırsatları fark etme ve harekete geçme, hızlı karar alabilme ve gelişmiş vizyona sahip olma gibi özelliklerdir. Bu etkenler girişimci olan bireylerin diğer bireylerden farklı olup onların önüne geçmelerini sağlayan etkenlerdir. Bu sebeple bu kriterler toplum içerisinde bulunan bireylerin farklılaşmasını ve girişimci bireylerin oluşmasını sağlayan faktörlerdir (Dinçel, 2016:81).

Girişimciliği etkileyen demografik faktörler: yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve kişinin gelir durumu faktörleridir (Güven, 2015:20). Yaş faktörünün girişimciliğe etkisi daha öncesinde yapılan birçok çalışmada saptanmış bir sonuçtur (Şeşen ve Basım,2012:23-25).

Bireylerin, yaş faktörleri ile girişimciliğe yönelme eğilimleri arasında büyük bir bağ bulunmaktadır. Genel itibarıyla 22-25 yaşları arasında girişimciliğe yönelme ve atılma dönemi olarak nitelendirilmektedir. Bu dönem dışında da girişimciliğe yönelen bireyler ciddi ivme kazanmaktadır. Girişimcilik için en önemli kaynak yüksek enerji ve güçlü sermayeden oluşmaktadır (Bozkurt,2006:96).

Girişimciliği etkileyen sosyal faktörler; aile, eğitim düzeyi, arkadaş çevresi, içerisinde bulunulan toplum ve bu toplumun kültürü ile örf ve adetler oluşturmaktadır. Sosyal faktörler içerisinde bulunan en önemli faktör aile faktörüdür. Bireylerin ailelerinden almış oldukları her husus yaşamlarına etki etmektedir. Aileleri tarafından desteklenen girişimciler ya da girişimci adayları, daha başarılı olmaktadır (Dinçel, 2016:82).

Girişimcilikte sosyal faktörler, kişisel niteliklerin gerektirmesi yanında toplumsal ve kültürel olarak girişimciliğin varoluşunu etkileyen birçok sosyo – kültürel etmen mevcuttur. Girişimcilik, kültür kavramını toplumsal ve bireysel hayatın etkileşimi ile meydana gelmektedir. Bireyler, içinde bulunulan toplumun kültürel mekanizmalarının taşıyıcılarıdır. Toplumdaki girişimcilik kavramını anlayabilmek için toplumun kültürel mekanizmalarının bilinmesi gerekli bir unsurdur (Durak,2011:195).

Kültür faktörü toplumlara ve bireylere sürekli etki eden bir olgudur. Girişimcilik hareketinin oluşumu da kültürden etkilenmektedir. Girişimcilik, toplumun kültürüne göre çerçeve oluşturmaktadır. Girişimciliğin sosyal çevresini oluşturan aile, arkadaş ve akrabalar içerisinde bulunan bireylerin oluşan güven duygusu girişimci olan bireyleri de doğrudan etkilemektedir (Dinçel,2016:84).

2. GİRİŞİMCİ KADINLAR VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Kadın girişimciliği kavram olarak iş kadını ile birlikte de kullanılmaktadır. Ancak kadın girişimciliği, kendi iş yerinde kendi işini yapması olarak ifade edilmektedir. Kadın girişimci, bir iş kolunda bir girişim başlatıp onu organize eden ve yürüten olarak tanımlanmaktadır. Kadın girişimciler, yenilik yaratan ve kendine güvenen, kendi başarılarına ya da ekip olarak bir kuruluşun oluşturulup işletilmesini sağlayan ve aynı zamanda başka bireyler için de iş kolu sağlayan ve üretebilen kadınlardır (Keskin, 2014:72-73).

Literatürde kadın girişimcinin tanımı olarak, ev dışı bir alanda, kendi adına ya da topluluk olarak kurulu bir işletmesi olan ya da sahibi olması statüsü ile ortaklık kuran, işi ile ilgili olarak çeşitli kamu ya da özel sektör kuruluşları ile etkileşimde bulunan, işletmenin geleceği ile ilgili bir planı bulunan ve işletme ile ilgili risk alıp ticarete atılan, ekonomiye can kazandıran bireyler kadın girişimciler olarak adlandırılmaktadır (Ecevit,1993, Aktaran: Morçin, 2013:169).

Kadın girişimci, piyasada var olan ekonomi içerisinde oluşan ve oluşacak riskleri göze alarak, pazara yönelik nakite dönüştürebilen, mal ya da hizmet üretip satan, işinin sahibi olan ya da topluluk ile birlikte çalışan, vergi kaydı olan, Esnaf ve Sanatkarlar Birlikleri, TESK ve TOBB' a bağlı odalara üye olan ve sosyal güvenlik hizmetlerinin altında bulunan ya da yanında başka bireyleri de istihdam eden kadınlara girişimci kadınlar denmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:35 Aktaran: Morçin2013:170).

Girişimci kadın; kendi iş yeri bulunan, bu iş yerinde tek başına ya da başkaları ile birlikte çalışan ve başkalarını da istihdam eden, iş yeri ve ekonomik planlar yapan, kazanılan karı yönetebilen ve riskleri üstlenebilen kadın olarak ifade edilmektedir (Erdoğan ve Güven,2015: 76).

Girişimcilik kavram olarak diğer bireylerden farklı düşünmeye sevk eden bir husustur. Bireyler çoğu zaman herhangi bir hususa karşı sığınmayı düşünürken girişimci bireyler risk alarak yeni bir iş kolu ya da faaliyet alanı yaratmaktadır. Girişimciler pazarı takip etmek yerine pazarı tanımlarlar. Bazı bireyler girişimcilerin doğuştan gelen yetenekler çerçevesinde yeni bir faaliyet alanı ya da Pazar oluşturduğu kanısına inanmaktadır. Bir başka düşünce ise girişimcilerin koçluk, eğitim ve tecrübe üçlemesi ile geliştirilebileceğini düşünmektedir. Bireylerin düşüncesi çerçevesinde girişimcilik aslında öğrenilebilen ve öğretilen bir husustur. Girişimcilik, birçok faktör kapsamında yoğun çalışma, pratik gerektiren ve hızlı düşünüp öncü fikirler tasarlama gibi büyük disiplinlere benzerdir (Johson,2013: 12).

Meredith' e göre girişimci bir bireyde olması gereken özellikler şu şekilde sıralanmaktadır;

- Tüm fırsatları hızlı ve akıllıca değerlendiren,
- Kaynakları fayda sağlayacak şekilde birleştiren,
- Başarıyı sağlayacak uygun davranışları yerine getiren bir olgu olarak tanımlamaktadır.

Lambing ve Kuehl ise girişimcilerde bulunan ve bulunması gereken özellikleri şöyle sıralamıştır;

- İş kurma konusunda istekli olmak,
- Başarısızlık durumunda dahi vazgeçmeme,
- Güven duyma ve güven unsuru,
- Kararlılık
- Risk yönetimi,
- Yaratıcı duyguların yüksek olması,
- Değişime istekli olmak,
- Belirsizliğe karşı mücadele edebilme,
- Rol model olma ve çevreyi etkileme,
- Detayları dikkate alma gibi unsurlardır (Chell vd., 1991: Aktaran: Güney,2008:57).

Kadın ya da erkek ayırımı yapmadan toplumun her kesimi, her eğitim düzeyinden bireyin girişimci olmasında herhangi bir engel bulunmamaktadır. Girişimci olabilmek için birçok özellik gerekmektedir. Girişimcilik, birçok kavramın bileşiminden oluşmaktadır. Girişimcilik unsuru ve özellikleri açısından kadın ya da erkek unsurundan ayrı olarak karakteristik özellikleri, tutum ile değerler ile iş kurma nedenleri, işe yönelik hedefler, engeller ve güçlükler motivasyon ve beklentiler, yönetim tarzı, işletme yapısı gibi unsurlarda farklılık göstermektedir (Keskin,2017:65).

Kadın girişimcilerin kişisel özellikleri; özgüveni yüksek, dinamik, rekabetçi, bağımsız ve amaca yönelik olmalıdır. Aynı zamanda girişimci kadınların hırsları, risk alma durumu ve aynı zamanda işini kontrol etme isteği daha ağır basmaktadır (Yetim,2002: 81).

Kadın girişimcilerin oluşturdukları profil ve gösterdikleri özellikler erkeklerden farklılık göstermektedir. Kadın girişimci bireyler erkeklere göre yarı zamanlı olarak çalışma, risklere karşın daha yatkın, finansal yönetim konusunda erkeklere nazaran daha az deneyim ile daha az zaman sürecine sahiptir. Kadın ve erkek girişimci bireylerin eğitim düzeyleri birbirine benzerlik göstermektedir. Erkek girişimci bireylerde teknik okul okuma sıklığı daha yaygın iken kadın girişimcilerde ise bu durum ekonomik, idari ya da ticari faaliyetler üzerinedir. Kadın girişimciler kişisel iletişimde erkek girişimcilere göre daha uzamandır.

Kadın girişimciler kendi girişimcilik özelliklerini erkek girişimcilerden daha düşük olarak görmektedir. Özellikle risk alma, endüstri bilgisi ile teknolojik bilgi için geçerlidir. Kadın girişimcilerin bu olumsuz benlik imajında en önemli etken kadının toplumdaki yeri ve ekonomiye etkisinden kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda bu durum toplumsal cinsiyete özgü imgeler ile de açıklanmaktadır (Thurik ve Verheul,2000:16).

Girişimcilik faaliyet kolu olarak son yıllarda hızla artış göstermektedir. Kadın ve erkek girişimcilerin özelliklerinin farkı yanı sıra birçok unsur çerçevesinde aralarında saydığımız bu farklılıklar yer almaktadır.

Türkiye’de kadın girişimciliğin genel profili incelemesinde kadınların ayrıştırılmış olan yani hizmet sektöründe kadın çalışanların çok olması ya da sanayi sektöründe kadınların dokuma ve gıda gibi alanlarda yoğunlaşmış olması kadınların genellikle rutin ve gelişimini etkileyen işlerde çalışıyor olması erkeklere göre gelişimini ve ivme kazanmasını etkileyen hususlara sebep olarak gösterilmektedir. Kadınların karar alıp yöneten, risk ve sorumluluk alan işlerden ziyade rutin, tek düze ve sürekli kendini tekrarlayan bilindik işlerde çalışıyor olması erkeklere nazaran daha az ücret aldıkları ve bu işlere doğru bir kayma yaşandığını gösteren hususlardandır (Yıldız,1985, Aktaran: Batum vd.2014:36).

Türkiye’de çalışan kadınlar skalası ve çalışma birimlerine bakıldığında ve mevcut olan ekonomik model ile sosyal politikalar ile iş gücüne katılan kadın sayısını çoğaltmak ülke ekonomisine katkı sağlayacağı gibi aynı zamanda bireylerin aile bazında da ekonomisine katkı sağlamaktadır. Öte yandan kadınlar, hizmet ve özellikle sanayi alanında dışlanan kadınlar daha çok kayıt dışı alanlarda

ya da kooperatifleşme ya da girişim ile ekonomiyi geliştirmeye ve ekonomik olarak yerini almaya çalışmaktadır.

Türkiye’de daha önce yapılan çalışmalarda kadın girişimci sayısının az olduğu ülkeler bazında nüfusun yarısını oluşturan ve girişimcilik potansiyeline sahip olan kadın bireylerin girişimcilik alanında etkili olarak kullanılmadığı gözlenmektedir. Ancak ülkemizdeki kadın girişimciliğindeki ivme istenilen düzeyde yakalanamamaktadır (Keskin,2014:91).

Buna karşın ülkemiz genelinde kadınların kooperatifleşmesi için yapılan çalışmalar ile belediyelerin kadınlara yönelik çalışmaları ve kadınların ekonomiye kazandırılması için hazırlanan projeler kadın girişimcileri ekonomiye kazandırmak için yapılan çalışmalardandır.

Türkiye’de bulunan kadın girişimcilerin karakteristik özellikleri daha önce birçok çalışmada ele alınmıştır. Ve literatür kapsamında ele alınan çalışma kapsamında, girişimcileri tanımlayan temel karakteristik özellikler: kendine güvenen, cesaretli ve sabırlı, olmalarıdır. Kadın girişimci bireyler, erkek girişimcilerle kıyaslandığında sosyal itibara daha çok önem verildiği, risk alma hususunda erkek girişimcilere nazaran daha temkinli yaklaştıkları ve toplumun da baskısı sebebiyle kadın girişimciler kendilerine daha az güven duymaktadır (Yetim,2002:82).

Yapılan araştırmalar çerçevesinde Türkiye’de kadınlar haneye ek gelir sağlama, eğitim seviyelerinde düşüklük, iş bulamama ve kendi işlerini kurma isteği sebebiyle girişimci oldukları gibi bağımsız, özerk olma gerekçesiyle de girişimcilik yaptıkları ve faaliyette buldukları savunulmaktadır (Aslan ve Atabey,2007:184).

Türkiye ve dünyada kadın girişimciler homojen yapıda değildir. Kentsel alanların genelinde, pazarlama becerisine sahip, finansal becerileri yüksek kadınlar girişimci olurken kentlerin çevresinde ve kırsal kesimde bulunan kadınların da özellikleri farklıdır. Kentsel alanda yaşayan bireyler girişimcilik faaliyetlerinde daha çok mesleki gelişmelerinin bir parçası olarak yönelirken kırsal alandaki girişimci kadınlar için girişimcilik faaliyeti yaşam ve geçim kaynağı olarak görülmektedir (Keskin,2014:77).

Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri, 2006 ile 2012 yılları arasında gelişim göstermeye başlamıştır. Devlet destek politikasından ziyade girişimcilik ile ilgili ekonomik ve devlet destekli programlar üzerinde değişiklik yapılmaya başlanmıştır. Bu değişiklikler iyileştirmelere zemin hazırlamıştır. 2012 yılında yapılan bir çalışmaya göre, her 10 girişimciden 3’ ünün kadın olduğu Türkiye verileri cinsiyet farkının fazla olduğunu gösteren bir çalışmadır (GEM,2015).

3. KADIN KOOPERATİFLERİ

Kooperatifler, adil gelir dağılımını sağlamak, yoksulluğa karşın çözüm oluşturmak ve istihdamı arttırmak amacıyla kurulan önemli ekonomik kalkınma araçlarıdır. Özellikle dezavantaj oluşturan kadın girişimcilerin, ekonomik ve sosyal açıdan ihtiyaçlarını karşılayabilecek ve gelir kapısı oluşturacak önemli girişimler sağlamaktadır. Kadın kooperatifleri, farklı başka bir işte çalışma olanağı bulunmayan, eğitim düzeyi düşük bireyler için büyük bir gelir sağlamaktadır. Kadınlar yönetim ve denetime hakim oldukları kooperatiflerde, çalışıp üreterek kazanç kapısı elde etmektedir (Özdemir,2010:334).

Kadın Kooperatifleri Birliği, kadın kooperatiflerini ihtiyaç ve öncelik temelinde hizmet ya da mal geliştirip satma temelinde yerel kadın grupları tarafından oluşturulan yapılar olarak ifade edilmektedir (Diguid, Durutaş ve Wodzicki,2015:20).

Dünyada global bazda ekonomik ve sosyal refah düzeyinde daha etkin olmayı sağlayan en önemli yöntemin kooperatifçilik olduğu kabul edilmektedir (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı,2017:22).

Birçok ülkede kadın kooperatifleri kurulmuş ve birçok alanda ve sektörde faaliyet göstermektedir. Ülkemizdeki kadın kooperatifleri, kadının ekonomiye kazandırılması, kadınların sosyal ve kültürel alandaki faaliyetlerini geliştirmeleri, koruma ve desteklenmesi ve aynı zamanda kadınların sosyal hayattaki zorlukları ile kadın hakları konusunda farkındalık oluşturulması, sağlıklı ve gelişmiş bir

ortamda yaşamlarının sağlanması gibi sebepler hususunda kurulmaktadır. Kadın kooperatifinde faaliyet gösteren çalışanlar, ortaklar ve yöneticiler kapsamında %80 ile %100' ü arasında kadınlardan oluşmaktadır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı,2012:22).

Ülkemizde kurulan kadın kooperatifleri, küçük sanat, tüketim, yayıncılık, tarımsal gibi konularda faaliyet alanı oluşturmaktadır. Kurulan kooperatiflerin önemli kısımları büyük şehirlerde bulunmaktadır. Ülkemiz kapsamında dar gelirli ev hanımları tarafından kurulan kadın kooperatifleri genellikle 30-60 yaş aralığında bulunan, 1-3 çocuğu olan ve farklı eğitim düzeylerindeki kadınlardan oluşmaktadır. Kurulan kadın kooperatifleri küçük ölçekli olmaktadır. Ülkemizde kurulmuş olan ve faaliyet gösteren kadın kooperatifleri; kadın girişimcilere iş olanağı sağlayarak hem el emeği ürettikleri ürünlere alıcı bulmaya hem de aile bütçesine katkı sağlayarak demokratik bir atmosferde kadınların kendi ayakları üzerinde durmalarını sağlanarak kendilerini yönetme fırsatı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, kadınların sosyalleşmelerini, kendi hak ve yükümlülüklerinin farkında olmalarını ve kendi ayakları üstünde durabilmelerini sağlamaktadır (Digid vd.,2015:22).

4. OSMANELİ KADIN GİRİŞİMCİLER KOOPERATİFİ

Osmaneli Kadın Girişimciler Kooperatifi, Osmaneli Belediyesi desteği ile 2019 yılında oluşturulmuş Osmaneli Belediyesi Sürekli Eğitim Merkezi ile birlikte yürütülen bir proje olarak kurulmuştur. Kooperatifleşme kapsamında asıl amaç Osmaneli'de yaşayan ev hanımlarının başta ailelerini için ek gelir ve kadınların ekonomiye kazandırılması için oluşturulmuş bir projedir.

Osmaneli Kadın Girişimciler Kooperatifi kapsamında üye sayısı 40 kişidir. Kooperatifleşme bünyesinde geçmişten günümüze gelen Lefke Bezi işçiliği, birçok tarımsal faaliyetin üretilip kadınlar tarafından işlenerek müşteriler ile buluşması, kadın elinin değdiği salça, reçel gibi ürünlerin üretilerek satışa sunulması, dokumalar, el işçiliği ürünleri gibi ürünler üretilerek satışa sunulmaktadır. Osmaneli Belediyesi bünyesinde faaliyete geçen kooperatifin temel bileşeni kadınların ekonomiye kazandırılması, ilçenin bilinirliğini arttırması, kadınların kendi ayakları üzerinde daha sağlam durmalarını sağlayan ve aynı zamanda globalde ekonomide yer aldıklarını belirten bir kuruluştur.

Osmaneli Kadın Girişimciler tarafından üretilen el emeği birçok ürün Tarım Kredi Kooperatifi bünyesinde ve marketlerinde, internet üzerinden online satış, anlaşmalı birimler üzerinden satış ve ilçede bulunan birçok noktadan ve satış ofislerinden temin edilmektedir.

Kadın Girişimciler için hazırlanan ve faaliyete geçen bu kooperatifleşme sürecinde 2014 yılından beri ilçede faaliyette bulunan Osmaneli Belediyesi Sürekli Eğitim Merkezinde üretilen ürünler ilçede yaşayan kadınları teşvik etmiştir.

Büyüyen ekonomiye katkıda bulunan kadınlar yerel işletmecilik ile globale açılmaya hazırlanırken ilçe ekonomisinin kalkınması, yatırım olanaklarının iyileştirilmesi ve kadınların ekonomik anlamda gelişimini sağlayan bir kooperatifleşme süreci olarak hızla ve yükselen ivme ile çalışmalarına devam etmektedir.

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma, Osmaneli ilçesinde bulunan Osmaneli Kadın Girişimciler Kooperatifi bünyesinde yer alan 40 üye ile yapılan yüz yüze mülakat tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, anket tekniğinin kullanılmamasının temel sebebi kooperatif üyelerinin çalışmalarını bire bir gözlemleme ve çalışma sahaları içerisinde işlerini aksatmadan çalışmanın gerçekleştirilmesi sebebi ile kullanılmıştır.

Araştırmada, girişimci kadınların kooperatifleşmeye karşı tutumları ile bu tutumların yine kooperatifleşmeye etkileri incelenmiştir. Araştırmada kolayda örneklem modeli kullanılmıştır.

Araştırma hipotezleri ise şu şekildedir :

H₁: Osmaneli’de yaşayan kadınların gelir elde etmeleri ile kadın kooperatifi kurmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Osmaneli’de yaşayan kadınların kooperatifçiliği bilmeleri ile kadın kooperatifi kurmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmaya katılan Osmaneli’de yaşayan kadınların demografik özellikleri Tablo 1’ de verilmiştir. Araştırma bulguları kapsamında çalışmaya katılan kadınların %57,4 ‘ ü 41-60 yaş aralığındaki bireylerde, %23,6’ sı 31-40 yaş aralığında, %14,3 ‘ ü 61 yaş ve üzeri aralığında ve %4,7’ si 21-30 yaş aralığındaki kadınlardan oluşmaktadır. Bu veriler ışığında Osmaneli’de yaşayan girişimci kadınların geneli ve büyük bir çoğunluğu 41 ile 60 yaşındaki bireylerden oluşmaktadır. Bunun sebeplerinden biri genç nüfusun ilçe merkezinden ziyade büyük şehirlerde yaşıyor olması gösterilen sebepler arasındadır.

Tablo 1: Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımları

Yaş	Frekans	Yüzde
21-30 yaş	2	%4,7
31-40 yaş	9	%23,6
41-60 yaş	23	%57,4
61 yaş ve üzeri	6	%14,3
Toplam:	40	%100

Tablo 2: Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Okuma yazma yok	2	%5
İlkokul	16	%40
Orta Okul	18	%45
Lise	4	%10
Üniversite	0	%0
Toplam:	40	%100

Tablo3: Medeni Durum

Medeni Hal	Frekans	Yüzde
Bekar	2	%5,2
Evli	28	%72,3
Dul	9	%22,5
Toplam	40	%100

Tablo4: Gelir Sağlayanlar

Gelir Sağlayanlar	Frekans	Yüzde
Eş	28	%69,8
Eş ve kendim	12	%30,2
Toplam:	40	%100

Tablo 5: Ailenin Geçim Kaynağı

Aile Geçim Kaynağı	Frekans	Yüzde
Bitkisel Üretim	1	%1,8
Hayvansal Üretim	2	%4,8
El Emeği	37	%93,4
Toplam:	40	%100

Tablo 6: Tarımsal Faaliyetlere Katılma Durumları

Değişkenler	Frekans	Yüzde
Tarımsal Faaliyetlere Katılıyor	26	%65,2
Tarımsal Faaliyetlere Katılmıyor	14	%34,8
Toplam:	40	%100

Tablo 7: Kadınların Kendileri Gelir Etme Durumları

Değişkenler	Frekans	Yüzde
Kendine ait gelir elde ediyor	19	%48,2
Kendine ait gelir elde etmiyor	21	%51,8
Toplam:	40	%100

Tablo 8: Kadınların Kazançlarını Elde Etme Nedenleri

Değişkenler	Frekans	Yüzde
Kendim için	3	%1,2
Çocuklar için	9	%23,6
Ev ihtiyaçları için	28	%69
Toplam:	40	%100

Tablo 9: Kooperatif Ortaklık Kurma Durumları

Değişkenler	Frekans	Yüzde
Aile bireyleri kooperatife ortaktır	2	%5
Aile bireyleri kooperatife ortak değildir.	12	%30
Kadınlar bireysel olarak kooperatife ortaktır.	25	%61
Kadınlar bireysel olarak kooperatife ortak değildir.	1	%4
Toplam:	40	%100

Tablo 9: Kooperatifçilik Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumu

Değişkenler	Frekans	Yüzde
Kooperatifçilik hakkında bilgi ve donanıma sahibim	38	%95
Kooperatifçilik hakkında bilgi ve donanıma sahip değilim.	2	%5
Toplam:	40	%100

Kadınların Kooperatifçilik Örgütlenmelerine Göre Tutumları;

Katılımcıların, Osmaneli ilçesinde gelir elde etme durumları ile kooperatif kurmaları arasındaki ilişki incelendiğinde gelir elde ettikleri ve ürünlerini daha kolay ve profesyonel olarak ürünlerini satabildikleri için kooperatifçiliğe katılan ya da kooperatif kuran katılımcıların oranı %73,20 ' dir. Bu durum ışığında H_1 hipotezi kabul edilmektedir. Yani kadınların gelir elde etmeleri ile kooperatif kurmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 9 de belirtilen kooperatifçilik hakkında bilgi sahibi olan kişi sayısı %95'tir. Bu durumun bir sebebi de Osmaneli ilçesinde kadın girişimcilere destek veren ve kooperatif kurmadan önce kadınlara verilen eğitim dış etkindir ve bu durum araştırma hipotezini de etkilemektedir. Bu sebeple H_2 hipotezi kabul edilmekte ve kadınların kooperatifçiliği bilmeleri ile kooperatif kurmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen sorular ışığında genel yoğunluk "arkadaşlarım ve komşularım ile kooperatif kurmak isterim" ibaresi %80,50 ile çoğunluk göstermektedir. Bu durumun devamında katılımcıların ailesinden ve yakın çevresinden destek görmesi unsuru kadın girişimcileri destekleyen ve teşvik eden bir unsurdur. Bu duruma katılımcıların %85,4' ü katılmakta ve teşvik edildiğini göstermektedir. Sonuçlar incelendiğinde bireylerin kooperatif kurma ve kooperatife katılma yatkınlık düzeylerinden biri de çevresindeki bireylerin kooperatife katılmaları ve birbirlerini desteklemeleridir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada, Bilecik ili Osmaneli ilçesinde yaşayan ve kooperatifçilik faaliyetlerine yeni giren kadın girişimciler ele alınmıştır. Mevcut girişimcilik faaliyetleri tespit edilmek, kooperatifçiliğe bakış açıları ve kooperatifçiliğe karşı tutumları izlenmek üzere ele alınmıştır. Kadın girişimcileri desteklemek ve güçlendirmek adına yapılan bu araştırma sonucuna göre, araştırmaya katılan kadınların %57,4' lük kısmı 41- 60 yaş aralığında yer almaktadır. Osmaneli ilçesinde yaşayan genç nüfusun daha çok büyük şehirlere göç etmesine sebep olarak eğitimi için başka şehirlerde yaşamaya başlaması ve ekonomik refah düzeyi için büyük şehirlerde çalışmaya başlaması gösterilen sebeplerdendir. Bu sebeple Osmaneli ilçesinde girişimcilik faaliyetleri ile üretim ve pazarlama faaliyetlerinde genç nüfus yoğunluğu azdır.

Araştırmaya katılan mikro kadın girişimci ve girişimci adayları; tarımsal faaliyetler ve tarımdan elde edilen ham madde ve yarı mamül ile ürünler üretim satışa sunan, el emeği ile üretimi sağlanan ve hayvansal ürünlerden elde edilen mamüller ile faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Araştırmaya katılan mikro girişimci kadınların çoğunluğu elde ettikleri ürünlerin satış ve pazarlama konusu üzerindeki eksiklikleri sebebi ile satış performansları düşüktür. Bu sebep girişimci kadınların kooperatifleşmesine etki eden faktörler arasındadır. Aynı zamanda konu ile ilgili daha önce yapılan benzer çalışmalarda kadınların kendi kazançlarını sağlayamadıkları, eşlerine bağlı oldukları gözlenmektedir. Bu sonuçlar ile karşılaştırıldığında Osmaneli ilçesinde bulunan mikro kadın girişimcilerin kendi ücretlerini kazandıkları gözlenmektedir (Gülçubuk vd., 2011).

Araştırmada ve araştırmada kullanılan hipotezler ışığında kadınların bir kısmı ki bu kısım ham madde olarak tarım ürünlerini kullananlar kazançlarının ya da çalışmalarının bir kısmı mevsimsel olarak dalgalanmaktadır. Bu durumun sebebi tarımsal faaliyetler ile elde edilen gelirler ve ilçede kadınlar için tahsis edilecek ya da kullanılacak güçlü bir soğuk hava deposunun bulunmamasından da kaynaklanmaktadır. Bu sebeple ürünlerin satışlarının ve üretimlerinin mevsimsel dalgalanmanın yaşanmaması ve satışlarının düzenli bir ivmede gerçekleşmesi için kooperatifleşmeye eğilimleri artmaktadır. Aynı zamanda çalışma kapsamında gözlenen değerler ve çalışma ortamı ışığında kadınlar üretimlerinde birbirlerine yardım etmekte ve imece usulü ile çalışmalarını gerçekleştirmektedir. Bu durum ise yardımlaşma ve dayanışma ışığında kadınların kooperatifleşmeye karşı tutumlarını etkilemektedir.

Osmaneli ilçesinde yaşayan girişimci ve girişimci aday kadınlar kooperatifleşme hakkında gerekli bilgilere sahip ve bu durum tutumlarını olumlu etkilemektedir. Bu durum kooperatifleşme sürecini de olumlu yönde etkilemekte ve kadınları teşvik etmektedir. Kadınlara kooperatifleşme sürecinde bilgi verilmesi, eğitim düzenlenmesi ve kadın girişimcilerin bilinçlendirilmesi bu konuda kadınların girişimcilik ve kooperatifleşme konusunda yollarını açmaktadır. Girişimci kadınlar ya da kooperatifleşme yolunda girişimci kadınlara Bilecik Ticaret İl Müdürlüğü, Bilecik Tarım İl Müdürlüğü, Osmaneli Kaymakamlığı, Osmaneli Belediyesi tarafından desteklenen ve projelendirilen bir süreç olması kadınları hem teşvik etmiş, hem ekonomiye kazandırılmasında öncü olmuş hem de bilinçlenerek destekli bir kalkınma projesi olma yolunda doğru ve sağlam adımlarla ilerlemektedir. Ancak bu durum destek projeleri ile kalmamalı ve devamında kadınlarda e- ticaret, pazarlama, yöneticilik gibi eğitimler ile desteklenmeye devam edilmesi gerekmektedir. Bu sayede kooperatifleşmeden beklenen desteklerin sağlanmasında yardımcı olacak ve yön gösterecektir.

Bu araştırma başta kadınların kooperatifleşmesi konusunda destek sağlamakta aynı zamanda desteğe ihtiyacı olan ve ekonomik olarak ülkeye destek sağlamaktadır. Kırsal alanlarda yaşayan kadınlar yoğunlukla geçimlerini tarımsal ve el emeği ile üretilen ürünler ile sağlamakta ancak pazarlama faaliyetlerini kolaylıkla ve doğru bir şekilde gerçekleştirememektedir. Bu durum ülkede ve özellikle kırsal bölgede üreticiden daha çok güçlenen ve güçlü pazarlama faaliyetlerini gerçekleştiren aracı kurumlar tarafından sağlanmaktadır. Burada önemli olan amaçlardan biri de üreticiden direkt tüketiciye ulaşacak ürünler ve aracılardan pazarın kaymağını alması yerine üreticilerin daha iyi kazanç elde etmesini sağlayacaktır. Aynı zamanda kadınların örgütlenme bilincinin oluşturularak kadınların kooperatifleşme sürecinde yardımcı ve destekleyici olacağı düşünülmektedir. Bu çalışma yalnızca Osmaneli ilçesinde yaşayan girişimci ve girişimci aday olan kadınların kooperatifleşme süreçlerini ele aldığı için kısıtlı bir çalışmadır.

KAYNAKÇA

- Ağca, Veysel ve Yumuşakipek, Handan (2015). "Girişimcilik ve Girişimcilik Trendini Yükselten Güçler". Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular. Ed. B. Güven ve E. Kaygın. İstanbul: Siyahinci Yayınları. 9-35.
- Aslan, Şebnem ve Atabey, Ayşegül (2007). "Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi". Journal of Azerbaijani Studies 1-17.
- Başar, Mehmet (2005). "Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri". Girişimcilik. Ed. Y. Ülper Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. 1-18.
- Batum, Ufuk vd. (2014). "Ankara'da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası". Ankara Kalkınma Ajansı. (<http://www.kagider.org/docs/default-source/Raporlarve-Sunumlar/ankarada-kadin-girisimcilik.pdf?sfvrsn=12>, 14 Ekim 2018'de erişildi.)
- Bozkurt, Öznur (2006). "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi." Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 2 (1): 93-111.
- DİĞÜİD, F., DURUTAŞ, G. ve WODZICKİ, M. (2015). "Türkiye'de Kadın Kooperatiflerinin Mevcut Durumu", Dünya Bankası Projesi, Türkiye'de Kadınların Ekonomik Fırsatlara Erişiminin Artırılması Projesi (2012-2017).
- Diñçel, Salih (2016). Lojistik Yönetimi ve Girişimcilik. İstanbul: Hipernik Yayınları, s:81.
- Doğaner, E. Aslan (2014). Girişimcilik Okulu. İstanbul: Kuraldışı Yayınları.
- Durak, İbrahim (2011). "Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması". Yönetim Bilimleri Dergisi 9 (2): 195-213.
- Erdoğan, Deniz (2014). "Feminist Kuramlar-Marksist Feminizm ve Sosyalist Feminizm; Radikal Feminizm ve Marksist Feminizmin Orta Yolu Olarak Sosyalist Feminizm". Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları. Ankara: 2-21.
- GEM (2010) "Entrepreneurship in Turkey". (<https://www.gemconsortium.org/countryprofile/> 116, 21 Ocak 2019'da erişildi.)
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, (2012). Kooperatifçilik ve Kadın Kooperatifleri, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.
- Güney, Semra (2008). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. 3. Cilt. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güven, Bülent (2015). Stratejik Girişimcilik: Çiğköfte Sektörü Üzerine Ampirik Çalışma. İstanbul: Veritas Yayıncılık.
- Johnson, Kevin D. (2013). The Entrepreneur Mind. 1.Cilt. America.
- Karabat, Burçin Çetin ve Sönmez, Özge Alev (2012). "Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Rolü". Balkan Sosyal Bilimler Dergisi 2 (1) : 1-12.
- Kaygın, Erdoğan ve Güven Bülent (2013). "Girişimcilik". Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik. Ed. Kaygın E. ve Güven B. İstanbul Veritas Akademi. 1-15 .
- Kaygın, Erdoğan ve Güven Bülent (2013). "Global Arenada Kadın Girişimciler". Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik. Ed. Kaygın E. ve Güven B. İstanbul Veritas Akademi 29-49
- Kaygın, Erdoğan ve Güven, Bülent (2015). Güçlü Kadınlar: Türkiye'de Kadının Girişimciliği. İstanbul. Veritas Yayıncılık
- Kaygın, Erdoğan ve Güven, Bülent (2015). "Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler". Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular. Ed. Kaygın E. ve Güven B. İstanbul: Siyahinci Akademi Yayınları 31- 49.

Keskin, Sevtap (2014). "Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu". Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 9 (1): 71-94.

Keskin, Sevtap (2017). "Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar". Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergi 1 (1): 63-76.

Morçin, Sine Erdoğan (2013). "Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendirme". Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 8 (2): 167-190.

ÖZDEMİR, G. (2010) "Yoksullukla Mücadelede Kadın Kooperatifleri Deneyimi", Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Uluslararası Yoksullukla Mücadele Stratejileri Sempozyumu, İstanbul.

Şeşen, Harun ve Basım, Nejat (2012). "Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". Ege Akademik Bakış Dergisi Özel sayı 12: 21-28.

Thurik, Roy ve Verheul, Ingrid (2000). Start-up capital: Differences between male and female entrepreneurs: Does Gender Matter (https://www.researchgate.net/publication/5069088_Start-Up_Capital_Differences_Between_Male_and_Female_Entrepreneurs_Does_Gender_Matter, 3 Ekim 2018'de erişildi)

Yetim, Nalan (2002). "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği". Ege University Faculty of Economics and Administrative Sciences 2 (2): 79-92.