



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

**ANNE GİRİŞİMCİLERİN MOTİVASYONLARI, YAŞAM
DOYUMLARI, GİRİŞİMCİLİK DENEYİMLERİ:
FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA**

Meliha ÇALIŞIR

Doktora Tezi

Ankara, 2023

ANNE GİRİŞİMCİLERİN MOTİVASYONLARI, YAŞAM DOYUMLARI,
GİRİŞİMCİLİK DENEYİMLERİ: FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA

Meliha ÇALIŞIR

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Ankara, 2023

KABUL VE ONAY

Meliha çalışır tarafından hazırlanan “ANNE GİRİŞİMCİLERİN MOTİVASYONLARI, YAŞAM DOYUMLARI VE GİRİŞİMCİLİK DENEYİMLERİ: FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA” başlıklı bu çalışma, 05.01.2023 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

(BaŐkan)

(Danışman)

(Üye)

(Üye)

(Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan “*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*” kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

...../...../.....

Meliha ÇALIŞIR

1“*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internette paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir. Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Prof. Dr. Semra GÜNEY** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

Meliha ALIşIR

Bahri ÇALIŞIR'a

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının ortaya çıkmasında bana yardımcı olan, zaman ayırıp sorularıma içtenlikle cevap veren tüm Anne Girişimcilere teşekkürü borç bilirim.

Doktora süreci boyunca her aşamada bana yol gösteren, desteğini esirgemeyen sevgili hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Semra GÜNEY'e en içten teşekkürlerimi iletiyorum.

Yorum ve önerileriyle araştırmama yaptıkları katkılardan dolayı doktora tez savunma jüri üyeleri değerli hocalarım Prof. Dr. Özlem ATAY, Prof. Dr. Azize ERGENELİ, Doç. Dr. İrem Metin ORTA ve Doç. Dr. Anıl Boz SEMERCİ'ye teşekkür ederim.

Doktora sürecine başladığım andan itibaren bana destek olan, yardımlarını esirgemeyen annem Habibe Deniz ve babam Rafi Deniz'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak da sevgili kızlarım Kardem ve Eliz'e hayatımı renklendirdikleri için, sevgili eşim Umut'a her zaman yanımda olduğu, beni desteklediği ve bana güvendiği için teşekkürlerimi iletiyorum.

ÖZET

ÇALIŞIR, Meliha. *Anne Girişimcilerin Motivasyonları, Yaşam Doyumları, Girişimcilik Deneyimleri: Fenomenolojik Bir Çalışma*, Doktora Tezi, Ankara, 2023.

Bu araştırmanın amacı, anne girişimcilerin girişimcilik serüvenlerini ortaya çıkarmaktır. Nitel araştırmanın fenomenoloji (olgubilim) araştırma yaklaşımı kullanılmıştır. Anne girişimciliği konusu, kadın girişimciliği altında yeni bir olgu olduğundan ve Türkiye’de daha önce benzer bir konuda araştırma yapılmadığı için nitel araştırma yöntemi seçilmiştir.

Araştırmaya konu olan fenomen, anne girişimci olmak olduğu için, araştırma evrenini anne girişimciler oluşturmuştur. Girişimini kurduğunda bakmakla yükümlü olduğu, ilkokul çağında (0-10 yaş arası) en az bir çocuğu olan anne girişimciler araştırma evrenini oluşturmuştur. Çeşitli platformlardan 22 anne girişimciye ulaşılmış ve bire bir görüşmeler yapılmıştır. Anne girişimcilere, girişimcilik ve annelik ile ilgili düşünceleri, girişimcilik motivasyonlarının neler olduğu, girişimleri için aldıkları destekler, girişimleri sonrasında karşılaştıkları problemler, girişimlerinin hayatlarını nasıl etkilediği, başarı ve büyüme kriterleri ve bilişim teknolojilerinin özellikle sosyal medyanın girişimlerini nasıl etkilediği ile ilgili sorular yöneltilmiştir.

Bu çalışma çok sayıda sonuç ortaya koymuştur. Anne girişimcilerin annelik ile ilgili bireysel ve toplumsal olarak adlandırılan iki ana kategori altında sınıflandırılan söylemleri incelendiğinde bireysel boyut altında “Yeni bakış açısı kazanmak” en çok tekrarlanan kod olurken, toplumsal kategori altında “Sorumluluk” ve “Öncelik” öne çıkmıştır. Kadınların anne girişimci olma motivasyonları beş temel grup altında toplanmıştır: “Kişisel Nedenler”, “Ailevi Nedenler”, “Sosyal Nedenler”, “Kurumsal Çalışma Hayatı” ve “Yeni İş”. Tüm motivasyon faktörleri incelendiğinde, “Ailevi Nedenler” altında yer alan çocuk ile ilgilenebilme isteğinin “Kişisel Nedenler” altında yer alan çalışma isteği faktörünün ardından ikinci sırada yer aldığı görülmüştür. Anne girişimciliği sayesinde, kadınlar üretken olmaya devam ederek, çocuklarından da uzak kalmamayı hedeflemişlerdir.

Sosyal medyanın girişimlerini kurarken çok önemli bir rol oynadığı, pazarlama için bütçe ayırmadan, sosyal medyanın olanaklarını kullanarak, birçok kişiye ulaşma şansı elde ettikleri, sanal ortamda kendi dükkânlarını açma fırsatı yakaladıkları gözlenmiştir.

Araştırma, kadın girişimcilikte annelik olgusunun girişimleri nasıl etkilediği ile ilgili bulgular sunarak girişimcilik literatürüne; annelik ile ilgili bulgular sunarak da annelik literatürüne katkıda bulunmuştur.

Anahtar Sözcükler: Anne Girişimci, Annelik, Kadın Girişimci, Girişimcilik Motivasyonu, Sosyal Medya, Güçlendirme

ABSTRACT

ÇALIŞIR, Meliha. *Mumpreneurs' Motivations, Life Satisfaction and Entrepreneurial Experiences: A Phenomenological Study*, Ph.D. Dissertation, Ankara, 2023.

The aim of this research is to reveal the entrepreneurial adventures of mumpreneurs. The phenomenological research approach of qualitative research method was chosen since mumpreneur is a new phenomenon under women's entrepreneurship and there hasn't been any research on a similar subject in Turkey before.

Since the phenomenon of the research is to be a mumpreneur, mumpreneurs formed the research universe. Mumpreneurs, who took care of at least one child at primary school age (0-10 years old) and founded their enterprise, formed the research universe. One-on-one interviews were conducted with 22 mumpreneurs. Questions about their thoughts on entrepreneurship and motherhood, their entrepreneurial motivations, how their initiatives affected their lives, success and growth criteria, and how information technologies, especially social media, affected their initiatives were asked.

The research produced a number of results. When the discourses of mumpreneurs about motherhood, which are classified under two main categories, namely individual and social, are examined, it is observed that "Acquiring a new perspective" is the most repeated code under the individual dimension, while "Responsibility" and "Priority" come to the fore under the social category. The motivations of being a mumpreneur were grouped under five themes: "Personal", "Family", "Social", "Corporate Working Life" and "New Job". The desire to take care of the child under "Family Reasons" ranked second after the desire to work under "Personal Reasons". Thanks to mumpreneurship, women have aimed not to stay away from their children and to continue to be productive.

Social media played a very important role in establishing their enterprises. They have the chance to reach many people by using the opportunities of social media without allocating a budget for marketing and open their own shops in the virtual environment.

The research contributes to the entrepreneurship literature by presenting findings about how the phenomenon of motherhood in women's entrepreneurship affects their

enterprises and also contributes to motherhood literature by the discourses about motherhood.

Keywords: Mumpreneur, Motherhood, Women Entrepreneur, Entrepreneurial Motivations, Social Media, Empowerment

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN	iii
İTHAF	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER.....	x
TABLOLAR DİZİNİ	xv
ŞEKİLLER DİZİNİ	xvii
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: GİRİŞİMCİLİK, KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ, ANNELİK VE ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ, SOSYAL DESTEK MEKANİZMALARI, ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNİ GÜÇLENDİREN MEKANİZMALAR: KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	10
1.1. GİRİŞİMCİLİK.....	10
1.1.1. Girişimcilik Kavramı	10
1.1.2. Girişimcilik Motivasyonu.....	12
1.1.2.1. Fırsat ve İhtiyaç Bazlı Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri	12
1.1.2.2. İtme-Çekme Motivasyon Faktörleri	17
1.1.3. Girişimcilerde Yaşam Doyumu	19
1.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ.....	25
1.2.1. Kadın Girişimci Kavramı	25
1.2.2. Kadın Girişimciliği Konusunda Yeni Açılımlar	27
1.2.3. Kadın Girişimci Türleri	29
1.2.4. Kadın Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri	35
1.2.5. Türkiye’de Kadın Girişimciliği.....	46
1.3. ANNELİK VE ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ	53

1.3.1.	Annelik Kavramı.....	53
1.3.1.1.	Annelik Temel Alındığında Kadınların Sınıflandırılması	54
1.3.1.2.	Annelik Kavramının Son Dönemdeki Değişimi	55
1.3.1.3.	Annelik İdeolojileri	59
1.3.1.4.	Anneliğin Kadınların Kariyer Seçimlerine Etkisi	66
1.3.2.	Anne Girişimci Kavramı	68
1.3.3.	Anne Girişimciliği Üzerine Literatür Taraması	75
1.4.	ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNİ GÜÇLENDİREN MEKANİZMALAR.....	86
1.4.1.	Güçlendirme Kavramı	86
1.4.2.	Sosyal Destek ve Sosyal Ağ Kavramı	87
1.4.3.	Sosyal Destek Mekanizmalarının Güçlendirmeye Etkisi	89
1.4.4.	Bilişim Teknolojilerinin Güçlendirmeye Etkisi	93
2.	BÖLÜM: YÖNTEM.....	99
2.1.	ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	99
2.2.	ARAŞTIRMA YAKLAŞIMI	101
2.3.	KATILIMCILAR VE ÖRNEKLEM	103
2.4.	VERİ TOPLAMA SÜRECİ.....	105
2.5.	VERİ ANALİZİ.....	106
2.6.	ARAŞTIRMANIN GEÇERLİĞİ VE GÜVENİRLİĞİ.....	107
2.7.	ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	110
3.	BÖLÜM: BULGULAR	111
3.1.	KATILIMCILARIN ÖZELLİKLERİ	111
3.2.	ARAŞTIRMANIN BULGULARI	116
3.2.1.	Anne Girişimciler için “Annelik” Ne İfade Ediyor.....	116
3.2.1.1.	Annelik: Bireysel	117
3.2.1.2.	Annelik: Toplumsal.....	120
3.2.2.	Anne Girişimciler için “Girişimcilik” Boyutları.....	122
3.2.2.1.	Süreç Boyutu	123

3.2.2.2.	Birey Boyutu.....	126
3.2.2.3.	Ürün/Hizmet Boyutu.....	128
3.2.3.	Anne Girişimcilerin “Anne Girişimci” Tanımları	129
3.2.4.	Anne Girişimciliği ile ilgili düşünceler	130
3.2.4.1.	Anne Girişimciliği Kadınlar için Ne İfade Ediyor?	130
3.2.4.2.	“Anne” kelimesi “Girişimcilik”e nasıl etki ediyor?	138
3.2.4.3.	Kendilerini Anne Girişimci olarak tanımlıyorlar mı?	141
3.2.4.4.	Anne girişimci olarak anılmak rahatsızlık veriyor mu?	141
3.2.4.5.	Anne Girişimciler Kimliklerini Nasıl Konumlandırıyor?.....	142
3.2.5.	Anne Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyonları	144
3.2.5.1.	“Kişisel Nedenler” Motivasyon Grubu	146
3.2.5.2.	“Ailevi Nedenler” Motivasyon Grubu	152
3.2.5.3.	“Yeni İş” Motivasyon Grubu.....	154
3.2.5.4.	“Kurumsal Çalışma Hayatı” Motivasyon Grubu	157
3.2.5.5.	“Sosyal Nedenler” Motivasyon Grubu.....	158
3.2.5.6.	Motivasyon Kaynağı: İş Sahibi Olmak mı Yapılan İş mi?.....	160
3.2.6.	Girişimcilik Öncesi İş Deneyimleri	161
3.2.6.1.	Anne Girişimcilerin Çalışma Hayatları	161
3.2.6.2.	Çalışma Hayatı Deneyimleri ve Girişimlerine Etkisi.....	162
3.2.6.2.1.	Çalışma Hayatının Hissettirdikleri.....	162
3.2.6.2.2.	Çalışma Hayatının Girişimlerine Etkisi.....	166
3.2.6.3.	Girişimcilik Deneyimleri.....	169
3.2.7.	Girişimciliğe Adım Atma.....	170
3.2.7.1.	Girişimcilik eğitimi	170
3.2.7.2.	İş planı.....	171
3.2.7.3.	Sermaye ve Finansal Destek	171
3.2.7.4.	Anne Girişimciler Çevreleri Tarafından Desteklendi Mi?	174
3.2.7.5.	Anne Girişimcilerin Destek Duyduğu Durumlar	176

3.2.7.6.	Kadın Girişimciler Arasındaki Dayanışma.....	179
3.2.7.7.	Anne Girişimcilerin Girişim Öncesindeki Endişeleri.....	181
3.2.8.	Anne Girişimcilerin Karşılaştıkları Problemler	185
3.2.8.1.	Yönetimsel Problemler.....	186
3.2.8.2.	Finansal Problemler	189
3.2.8.3.	Marka Yönetimi.....	190
3.2.8.4.	Üretim Problemleri	192
3.2.8.5.	Kadın ya da Anne Olmanın Problemlere Etkisi.....	192
3.2.9.	Anne Girişimcilerin Hedefleri ve Gelecek Planları	197
3.2.9.1.	Anne Girişimcilerin Hedeflerine Ulaşma Durumu	197
3.2.9.2.	Anne Girişimcilerin Gelecek Hayalleri ve Planları.....	201
3.2.10.	Anne Girişimcilerin Başarı ile İlgili Düşünceleri	209
3.2.10.1.	Anne Girişimcilerin Başarı Kriterleri.....	209
3.2.10.1.1.	Müşteri Odaklı Başarı Kriterleri	210
3.2.10.1.2.	İş Odaklı Başarı Kriterleri	212
3.2.10.1.3.	Bireysel Odaklı Başarı Kriterleri.....	215
3.2.10.2.	Anne Girişimcilerin Başarısızlık ile İlgili Düşünceleri	219
3.2.11.	Girişim Sonrası Yakın Çevre ile Olan İlişkilerdeki Değişim	222
3.2.11.1.	Çocuk ile İlişkileri.....	222
3.2.11.2.	Eş ile İlişkileri.....	226
3.2.11.3.	Aile ile İlişkileri	233
3.2.11.4.	Arkadaşları ile İlişkileri.....	234
3.2.12.	Anne Girişimcilerin İş-Aile Dengesini Sağlamak için Aldıkları Yardımlar	237
3.2.13.	Girişim Sonrası Yaşam Kalitesindeki Değişim	239
3.2.13.1.	Gelirdeki Değişim.....	239
3.2.13.2.	Sosyal Hayattaki Değişim	241
3.2.13.3.	Kişisel Sağlıktaki Değişim	242
3.2.13.4.	Aile Sağlığındaki Değişim.....	243

3.2.13.5.	Kişisel Zamandaki Değişim.....	244
3.2.14.	Girişim Sonrası Davranış ve Önceliklerdeki Değişim	245
3.2.14.1.	Anne Girişimcilerin Davranışlarında Meydana Gelen Değişimler	245
3.2.14.2.	Anne Girişimcilerin Önceliklerinde Meydana Gelen Değişimler	249
3.2.15.	Anne Girişimciler Ağı.....	250
3.2.15.1.	Diğer Anne/Kadın Girişimcilere Yardım	252
3.2.16.	Sosyal Medyanın Girişimlere Etkisi	254
4.	BÖLÜM: SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	261
4.1.	ARAŞTIRMA BULGULARININ TARTIŞILMASI	261
4.1.1.	Anneliğin Anlamı	262
4.1.2.	Girişimcilik ve Anne Girişimciliğinin Anlamları	263
4.1.3.	Girişimcilik Motivasyonu.....	264
4.1.4.	Girişimcilik Serüveni	269
4.1.5.	Girişimciliğin Kadınların Yaşamlarına Etkisi	273
4.1.6.	Girişimcilikte Sosyal Medyanın Etkisi	276
4.1.7.	Genel Bulgular, Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Araştırmacılara Öneriler.....	278
4.1.7.1.	Anne Girişimciliği, Annelik İdeolojileri ve Feminist Teori	280
4.1.7.2.	Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Araştırmacılara Öneriler	281
	KAYNAKÇA.....	283
	EK 1: GÖRÜŞME FORMU	295
	EK 2: ETİK KURUL KARARI.....	298
	EK 3: ORJİNALLİK RAPORU.....	299

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1 Moore ve Buttner (1993) 'in Araştırma Sonuçlarına Göre Girişimcilik Nedenleri	13
Tablo 2 İtme ve Çekme Motivasyon Faktörleri.....	18
Tablo 3 Goffee ve Scase 'in Kadın Girişimci Tipleri	29
Tablo 4 Singh (1993) Çalışması Sonucunda Tespit Edilen Girişimcilik Motivasyonları	36
Tablo 5 Hisrich ve Öztürk (1999) Çalışması Sonucunda Tespit Edilen Girişimcilik Nedenleri..	38
Tablo 6 Orhan ve Scott (2001) Araştırma Sonucundaki Motivasyon Faktörleri.....	39
Tablo 7 Hughes (2003) Araştırma Sonucundaki Motivasyon Faktörleri	41
Tablo 8 Global Girişimcilik Monitörü Türkiye Girişimcilik Etkinliği İndeks Değerleri.....	47
Tablo 9 Global Girişimcilik Monitörü Türkiye 'de Kadın Fırsat Bazlı/İhtiyaç Bazlı Girişimcilik Etkinliği İndeks Değerleri	47
Tablo 10 2000-2017 Yılları Arasında Türkiye 'de Kadın Girişimci Oranları.....	48
Tablo 11 2000-2017 Yılları Arasında Kadın ve Erkek Girişimci Oranları	49
Tablo 12 Kadın Girişimcilerin Sektör Bazlı Dağılımı.....	50
Tablo 13 Hegemonik ve Entegre Annelik İdeolojileri	66
Tablo 14 Anne Girişimci- Anne Girişimciliği İçin Yapılan Bazı Tanımlamalar.....	69
Tablo 15 Mehta ve Poornima (2018) Çalışması Sonucunda Tespit Edilen Girişimcilik Motivasyonları	83
Tablo 16 Anne Girişimcilerin Çalışma Alanları.....	111
Tablo 17 Anne Girişimcilerin Girişimlerini Kurduklarında Buldukları Yaş Dağılımı	112
Tablo 18 Anne Girişimcilerin Eğitim Düzeyi	112
Tablo 19. Anne Girişimcilerin Girişimlerini Kurduklarında Çocuklarının Yaşları.....	113
Tablo 20 Anne Girişimcilerin Kardeş Sayısı	113
Tablo 21 Anne Girişimcilerin Ailede Kaçınıcı Çocuk Oldukları Bilgisi	114
Tablo 22 Anne Girişimcilerin Çalışma Yerleri.....	114
Tablo 23 Anne Girişimcilerin Çalışan Sayısı	115
Tablo 24 Anne Girişimcilerin Aile Bütçesine Katkısı	115
Tablo 25 Anne Girişimcilerin Haftalık Ortalama Çalışma Saatleri	116
Tablo 26 Anne Girişimcilerin Annelik ile İlgili Söylemleri	118
Tablo 27 Annelik: Toplumsal Kategori Söylemleri.....	122
Tablo 28 Girişimcilik Boyutları	122
Tablo 29 Anne Girişimcilerin Girişimciliğin Süreç Boyutu ile İlgili Söylemleri.....	125
Tablo 30 Anne Girişimcilerin "Anne Girişimci" Tanımı	129
Tablo 31 Anne Girişimciliği Ne İfade Ediyor	137

Tablo 32 <i>Anne Girişimcileri En İyi Yansıtan Kimlik</i>	142
Tablo 33 <i>“Kişisel Nedenler” Motivasyon Grubu</i>	146
Tablo 34 <i>“Ailevi Nedenler” Motivasyon Grubu</i>	152
Tablo 35 <i>“Yeni İş” Motivasyon Grubu</i>	154
Tablo 36 <i>“Kurumsal Çalışma Hayatı” Motivasyon Faktörü</i>	157
Tablo 37 <i>“Sosyal Nedenler” Motivasyon Grubu</i>	158
Tablo 38 <i>Anne Girişimcilerin İşlerini bırakma Nedeni</i>	161
Tablo 39 <i>Anne Girişimcilerin İş Hayatında Deneyim Yılları</i>	162
Tablo 40 <i>Eski İş Tecrübelerine Göre Benzer İş Kollarında Girişim Kuran Anne Girişimciler</i>	166
Tablo 41 <i>İş Tecrübelerinin Kazandırdıkları</i>	167
Tablo 42 <i>Finansal Destek Arayışı Oldu Mu?</i>	173
Tablo 43 <i>Anne Girişimcilerin Destek İhtiyaçları Konusunda Söylemleri</i>	177
Tablo 44 <i>Anne Girişimcilerin Endişeleri</i>	181
Tablo 45 <i>Anne Girişimcilerin Karşılaştığı Problemlerin Dağılımı</i>	186
Tablo 46 <i>Anne Girişimcilerin Hedeflerine Ulaşma Durumu</i>	197
Tablo 47 <i>Anne Girişimcilerin Başarı Kriterleri Dağılımı</i>	209
Tablo 48 <i>Anne Girişimcilerin “Müşteri Odaklı” Başarı Kriterleri için Söylemleri</i>	211
Tablo 49 <i>Anne Girişimcilerin “İş Odaklı” Başarı Kriterleri için Söylemleri</i>	213
Tablo 50 <i>Anne Girişimcilerin “Bireysel Odaklı” Başarı Kriterleri için Söylemleri</i>	216
Tablo 51 <i>Anne Girişimcilerin Başarısızlık ile İlgili Söylemleri</i>	219
Tablo 52 <i>Anne Girişimcilerin Eşleri ile Olan İlişkilerindeki Değişim</i>	226
Tablo 53 <i>Anne Girişimcilerin Arkadaşlık İlişkilerindeki Değişim</i>	235
Tablo 54 <i>Anne Girişimcilerin Aldığı Yardımlar</i>	237
Tablo 55 <i>Anne Girişimcilerin Gelirlerindeki Değişim</i>	240
Tablo 56 <i>Anne Girişimcilerin Sosyal Hayattaki Değişimleri</i>	241
Tablo 57 <i>Anne Girişimcilerin Kişisel Sağlıklarındaki Değişim</i>	243
Tablo 58 <i>Anne Girişimcilerin Aile Sağlıklarındaki Değişim</i>	244
Tablo 59 <i>Anne Girişimcilerin Kendilerine Ayırdıkları Kişisel Zamandaki Değişim</i>	244
Tablo 60 <i>Anne Girişimcilerin Davranış Değişimleri</i>	247
Tablo 61 <i>Anne Girişimciler için Sosyal Medya'nın Etkisi</i>	255

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1 Kadınların Girişimcilik Nedenleri.....	19
Şekil 2 De Bruin, Welter ve Brush'ın Kadın Girişimciler '5M' Yapısı.....	28
Şekil 3 2000-2017 Yılları Arasında Türkiye'de Kadın Girişimci Oranlarındaki Değişim	49
Şekil 4 Annelik ve Girişimcilik Arasındaki İlişki	71
Şekil 5 Girişimcilik Cinsiyet Yapısı	72
Şekil 6 Kadınların Güçlendirilmesine Yönelik Kavramsal bir Model	94
Şekil 7 Güçlendirme için bir Kavramsal bir Model.....	95
Şekil 8 Anne Girişimcilerin "Annelik" ile İlgili Düşünceleri	117
Şekil 9 Annelik: Toplumsal Kategori Kodları	120
Şekil 10 Girişimcilik ve Alt Boyutları	123
Şekil 11 Girişimciliğin Süreç Boyutu.....	124
Şekil 12 Girişimciliğin Birey Boyutu	126
Şekil 13 Girişimciliğin Ürün/Hizmet Boyutu.....	129
Şekil 14 Anne Girişimciliği Ne İfade Ediyor	131
Şekil 15 Anne Girişimciler Motivasyon Grupları Yüzdeleri	145
Şekil 16 Anne Girişimcilerin Motivasyonları	145
Şekil 17 Anne Girişimcilerin Motivasyonları Arasındaki İlişki.....	146
Şekil 18 "Kişisel Nedenler" Motivasyon Grubu Faktörlerinin Dağılımı	147
Şekil 19 Anne Girişimcilerin Destek İhtiyacı Hissettiği Durumlar	177
Şekil 20 Anne Girişimcilerin Endişeleri.....	184
Şekil 21 Anne Girişimcilerin Karşılaştığı Problemler	185
Şekil 22 Yönetimsel Problemler.....	186
Şekil 23 Finansal Problemler Dağılımı	189
Şekil 24 Anne Girişimcilerin Gelecek Hedefleri.....	202
Şekil 25 Anne Girişimcilerin Başarı Kriterleri	210
Şekil 26 Müşteri Odaklı Başarı Kriterleri.....	210
Şekil 27 İş Odaklı Başarı Kriterleri.....	213
Şekil 28 Bireysel Odaklı Başarı Kriterleri	215
Şekil 29 Anne Girişimcilerin Başarısız Hissettiği Durumlar	219
Şekil 30 Anne Girişimcilerin Davranışlarında Meydana Gelen Değişimler.....	246
Şekil 31 Sosyal Medyanın Girişimlere Etkisi	257
Şekil 32 Anne Girişimci Güçlendirme Modeli.....	282

GİRİŞ

Bu fenomenolojik çalışmanın amacı, ilkokul çağında çocuğu olan ve girişimciliğe adım atan anne girişimcilerin girişimcilik serüvenlerindeki deneyimlerini, motivasyonlarını anlamaktır.

1970'lerde kadınların elde ettiği özgürlük kendilerine yönelmelerine ve kendi kaderlerini belirleyebilmelerine olanak sağlamıştır. Elde ettikleri bu özgürlük, kadınların annelik ve ev işleri dışında da bir şeyler yapabilmesine olanak sağlamıştır. Kadınların, çocuk doğurup doğurmama, kariyer seçenekleri gibi konularda seçme şansını elde etmelerini sağlamıştır. Fakat 1990'larda yaşanan ekonomik gerileme ile ilk aşamada işsiz kalanlar kadınlar olmuştur. Kadınların yaşadıkları bu durum, onları tekrar anneliğe yönlendirmiştir. Annelik statüsünün de değerli olduğunu, bir çocuk yetiştirmenin kendilerini tekrar bulmalarına yardımcı olacağını düşünmeye başlamışlardır. İş hayatında umduklarını bulamadıklarında, verdiklerine oranla aldıkları karşılığın bir değerinin olmadığını düşünmeye başladıklarında, anneliğin de ayrı bir değeri olduğunu ve profesyonel hayatta gösteremedikleri başarılarını, çocukları aracılığı ile göstermeyi düşünmüşlerdir. Yetiştirdikleri çocukları kendilerinin bir eseri olarak görüp, bunu kendi başarıları olarak sahiplenmişlerdir (Badinter, 2011, s.9-38).

Badinter (2017, s.101-113), kadınların özgürlüklerini elde ettikleri noktada, annelik ile tekrar gönüllü köleliğe geri dönüş yaptıklarını belirtmiştir. Çocuğun sorumluluğunun tamamen annenin üstlenmesi ile babalar çocuk bakımında atıl kalmış ve gönül rahatlığı ile işlerine odaklanmışlardır. Bu arada anneler, sorumlulukları ve vicdani yükümlülükleri ile baş başa kalıp çocukları için tam zamanlı anne olmuşlardır. 1970'lerin başında kadınların *önce ben* için mücadeleleri yavaş yavaş kendini *önce çocuk* felsefesine bırakmıştır. Günümüzde, kadınlar kendi annelerinin özgürlükleri için verdikleri mücadeleyi göz ardı ederek, onları fazla bencil olmakla suçlayarak, özgürlükleri için kendi çocuklarını bile feda edebildikleri için eleştirerek, annelerinin kazandıkları hakları yok saymışlardır. Günümüzde kadınlar, daha iyi anne olabilmek için, iş hayatından feragat etmişlerdir.

Hays (1996, s.21), annelik ile ilgili araştırmalarında ortaya "*yoğun annelik*" adı altında bir kavram ortaya çıkarmıştır ve yoğun anneliğin, uygun çocuk yetiştirme için oluşturulan

kültürel bir model olduğunu ifade etmiştir. Hays, yoğun annelik modelinin çocukların eşsiz ve paha biçilemez olduğunu, çocuk yetiştirmede öncelikli sorumlunun anne olduğunu ve bu görevin anne tarafından yapılması gerektiğini, çocuk bakımının çocuk ihtiyaçlarının etrafında şekillenmesinin ve yetiştirmenin de uzmanların belirttiği şekilde emek ve maliyet yoğun olması gerektiğini ifade eden bir model olduğunu belirtmiştir. Çocuğu merkeze alan bu modelin çocuk yetiştirmek için en iyi model olduğu ifade edilmiş, çocuğun buna ihtiyaç duyduğunu ve bunu hak ettiği belirtilmiştir.

Gunderson ve Barrett (2017, s.992), yoğun annelik ile psikolojik sağlık arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yoğun annelik ile ilgili yapılan çalışmaların, toplumun “iyi anne” beklentilerini karşılamaya çalışmanın kadınların psikolojik sağlıklarını kötü yönde etkilediğinden bahseden Gunderson ve Barrett, yoğun anneliği, çocuklara yüksek düzeyde duygusal destek sağlamak, çocuk ile olan ilişkiye yüksek düzeyde çaba ve düşünce harcamak ve daha fazla bakım sağlayabilmek adına ücretli çalışmanın azaltılması olarak tanımlamışlardır.

Damaske (2013, s.438-440), kadınların yoğun annelik talepleri ile nasıl mücadele ettiklerini sorgulamıştır. Kadınların çalışma hayatlarındaki mevcudiyetlerinin artmış olması, onların ev-aile sorumluluklarının azalmasına ya da ev-aile düzleminde değişiklik olmasına yol açmamıştır. Hatta yoğun annelik ideolojisinin söylemleri nedeni ile annelik ile ilgili toplumun beklentileri artmıştır. Damaske, kadın ile erkek arasında ev-aile yaşamında eşitlikçi ilişkiler oluşmasını bekleyen kadınların bile yoğun annelik fikrini reddetmediklerini ifade etmiştir. Damaske aynı zamanda, kadının işe devam etmesi ya da işi bırakmasının onun toplumdaki farklı kesimler tarafından eleştirilmesinin önüne geçemediğini de ifade etmiştir. Kadın, anne olunca çalışmaya devam ettiğinde, kötü anne olduğu için; çalışmayı bıraktığında ise üretken olmadığı için eleştirilmektedir. Damaske, kadınların bu dilemmayı çözmek için ve toplum tarafından kabul görmek için farklı yollara, farklı söylemlere başvurabildiğine değinmiştir.

Toplumda yaratılan bu dilemmanın önüne geçmek için annelerin başvurduğu yeni yöntemlerden biri “anne girişimciliği (mumpreneur)” olmuştur.

Girişimcilik günümüzde çok daha fazla kişinin ilgisini çeken bir olgu haline gelmiştir. Değişen ekonomik koşullar, ilerleyen teknoloji ve internet çağı ile insanlar bilgiye, diğer

insanlara, yeni fikirlere, yeni pazarlara daha rahat ulaşır hale gelmiştir. En basitinden, günümüzde hemen hemen herkes kendisini birey olarak sosyal medya aracılığı ile gözler önüne sermekte, günlük yaşamını, fikirlerini, çeşitli konulardaki paylaşımını diğer insanlara sunmaktadır. Böyle bir ortamda bir kişinin yeni bir fikri, yeni bir ürünü geniş kitlelere ulaştırması daha kolay hale gelmiştir. Sosyal medya sadece bir sunum yeri değil, aynı zamanda bir pazar, bir alışveriş yeri haline de gelmiştir. İnternetin, sosyal medyanın sağladığı bu fayda ile bir girişim kurabilmek için gerekli bazı giriş bariyerleri ortadan kalkmıştır.

Kadınlar, değişen bu koşullarda girişimciliğe daha rahat adım atar olmuştur. Kadın girişimci olarak, kendilerine biçilmiş toplumsal rolleri de yerine getirerek hem iş hem de aile ortamlarında varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. De Bruin, Welter & Brush (2007, s.323-329), mevcut girişimcilik teorilerinin temelinde yer alan ‘3M’ yapısını (pazar (market), para (money) ve yönetim (management)), kadın girişimcileri daha iyi tarif edebilmek adına ‘5M’ yapısı şeklinde güncelleyip, önermişlerdir. ‘3M’ yapısına annelik (motherhood) ve mikro/makro çevre (meso)’yi de eklemiştirler. Araştırmacılar, bu yeni yapının kadın girişimciliği konusunun doğru bir şekilde çalışılmasına olanak sağlayacağını savunmuşlardır.

“Anne girişimci” terimi literatürde çok yakın zamanda kullanılmaya başlanmıştır. Anne girişimci terimi ilk defa USA Today gazetesindeki bir makalesinde Kim (1991) tarafından kullanılmıştır. Kim (1991) anne girişimciyi “evde çalışma hayatını; iş elbiseleri, uzun yolculuklar ve dokuz-beş iş hayatına tercih eden yeni çalışan anne türü” şeklinde tanımlamıştır (Richomme-Huet&Vial, 2014, s.18). Daha sonra Patricia Cobe ve Ellen H. Parlapiano adında iki Amerikalı kadın girişimci, 25 yıllık evden çalışarak elde ettikleri tecrübeyi iki kitapta derleyerek anne girişimci teriminin öne çıkmasını sağlamışlardır (Richomme-Huet&Vial, 2014, s.18). Bu kitaplardan ilki “Mompreneurs: A Mother’s Practical Step-by-Step Guide to Work-at-Home Success” 1996 yılında, ikinci kitapları “Mompreneurs Online” ise 2001’de yayınlanmıştır. Anne girişimci terimi Türkiye’de “ÇalışAnne” kitabında kullanılmıştır. Kitabın bir bölümü Anne Girişimciliğe ayrılmış ve Duygu Seçkin Halaç (2015) tarafından Anne Girişimcilik literatür taraması yapılmıştır. 2011 yılında Collins İngilizce Çevrimiçi Sözlüğü, anne girişimciyi, “bir işletmeyi

yürütmek ile çocuklarına bakma işini birleştiren kadın” olarak tanımlamıştır (Ekinsmyth, 2014, s.1231).

Ekinsmyth (2014, s.1231), anne girişimciliği mekansal bir fenomen olarak ele almıştır. Anne girişimciliğin, “bir kimlik yönlendirmesi ile “anne” ve “iş kadını” rolleri arasındaki sınırı bulanıklaştırarak iş-yaşam dengesine ulaşma çabasından kaynaklandığını” ifade etmiştir. Ekinsmyth (2011, s.105), anne girişimciliğin kadınlar tarafından, iş-yaşam uyumunu sağlarken, aynı anda hem “daha iyi bir anne” ve başarılı bir iş sahibi olma isteklerini karşılamak için kullanıldığını belirtmiştir.

Anne girişimciler ile ilgili araştırma yapan Duberley ve Carrigan (2012, s.8-16), kadınların girişimci olma nedeninin altında “iyi bir anne” olma motivasyonunun yattığı sonucuna varmışlardır.

Richomme-Huet ve Vial (2014, s.19), anneliğin iki şekilde kadınları girişimciliğe yönlendirdiğini belirtmiştir. Bunlardan ilki, aile sorumlulukları yüzünden yani toplumsal ve yapısal taleplerin etkisi altında kalarak girişimciliğe adım atmaları; ikinci neden ise anneliği deneyimlerken, yeni bir iş fırsatını görmeleridir.

Nel, Maritz ve Thongprovati (2010, s.7), anne girişimcilerin, girişimciliğe “annelik” boyutunu ekleyerek, anne ve girişimci rollerini dengelediklerini, ailelerine daha iyi olanaklar sağlayabildiklerini ve topluma daha iyi katkıda bulunma olanağı elde ettiklerini vurgulamışlardır. Lewis vd. (2015) de benzer bir sonuca ulaşmışlardır. Anneliğin, kurumsal hayattan girişimciliğe geçişteki etkisine odaklanan araştırmacılar, kadınların anne olduktan sonra kendi işlerini yapmalarının aile ve iş gerekliliklerini daha iyi uzlaştırabileceğine inandıklarını belirtmişlerdir. Kendi işlerini yapmanın verdiği esneklik ile ailelerine daha iyi zaman ayırabileceklerini, tam bir özerkliğe sahip olabileceklerini ve annelik ile anlamlı bir işi birleştirebileceklerini belirtmişlerdir.

Khan ve Rowlands (2018, s.469-470) anne girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, kadınların ilk motivasyonu, aile dengesini sağlamaktır. Ancak, kadınlar zaman ilerledikçe bunun o kadar da kolay olmadığını görmüşlerdir. İşleri ilerledikçe, aile ve işleri arasındaki sınırları korumanın zorluğu ile karşılaşmışlardır. Çocuklarına ayırmak istedikleri zamanı azaltmak istemedikleri için işlerini büyütmeğe çekinmişlerdir.

Luomala (2018, s.124), Finlandiya’da anne girişimciler ile yaptığı görüşmeler neticesinde, anne girişimciliği, kadınların hem iş hem de annelikte mükemmel olma çabası olarak yorumlamıştır. Anne girişimciliğinin ‘her şeye sahip olma’ isteğinden kaynaklandığını belirten Luomala, bu isteklerin ilginç ve anlamlı bir iş, aile ve aile ile yeterli zaman olduğunu belirtmiştir. Anne girişimciliği sayesinde, kadınlar ‘evde oturan anne’ sıfatından kurtulup hem anne hem de annelik rolleri haricinde anlamlı bir iş elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

Girişimcilik motivasyonu ile ilgili araştırmaların çoğunluğu motivasyon faktörlerini çekme-itme (push-pull) olmak üzere iki kategoriye ayırmaktadır. Beklenti teorisine dayanan araştırmalar da mevcuttur. Bazı araştırmacılar *çekme-itme girişimciliği* terminolojisini kullanırken, bazı araştırmacılar, ‘*ihtiyaç girişimciliği*’ terimini kullanmaktadır. Global Girişimcilik Monitör programı ise *fırsat bazlı girişimcilik* ve *ihtiyaç bazlı girişimcilik* arasındaki farka dikkat çekmektedir (Reynolds vd., 2002):

- Fırsat bazlı girişimciler, karşılarına çıkan bir durumu fırsata çevirip girişimciliğe adım atanlardır,
- İhtiyaç bazlı girişimciler için ise girişimcilik bir mecburiyettir. Mevcut seçenekler arasından bir girişim kurmak en iyi seçenek olduğu için girişimciliğe adım atmaktadırlar.

Fırsat ve ihtiyaç bazlı girişimciliğe ek olarak ‘*yaşam stili/aile*’ *girişimciliği* terimini de kullanan araştırmacılar mevcut. Bu son sınıflandırma özellikle kadın girişimciler için kullanılmaktadır (Dawson & Henley, 2012, s.699). Fırsat-ihtiyaç ya da itme-çekme olarak sınıflandırılan motivasyon faktörleri dışında, fayda maliyet analizine dayanan çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalarda, girişimcilik için riskler ve kazançlar ortaya konulur ve çıkan sonuca göre karar verilir (Douglas & Shepard, 2002; Aktaran: Hessels, van Gelderen & Thurik, 2008, s.325). Psikolojik nedenleri irdeleyen çalışmalar da mevcuttur. McClelland başarı için ihtiyacı ve güç için ihtiyacı çalışmıştır (Hessels, van Gelderen & Thurik, 2008, s.325).

İtme faktörler, olumsuz bir durumla karşılaşan insanların bir ihtiyaç nedeni ile girişimciliğe adım atmalarına sebep olan faktörler olarak tanımlanabilir. Bunlar işsiz kalma, boşanma, finansal zorluklar, aile ihtiyaçları şeklinde örneklendirilebilecek kişisel

ve/veya dış kaynaklı faktörlerdir. Çekme faktörleri ise, zorunluluktan değil, insanları kendi istekleri ile karşılaştıkları bir fırsatı değerlendirmek istemeleri gibi, girişimciliğe çeken faktörler olarak tanımlanabilir. Genel olarak yapılan araştırmalarda girişimcilerde çekme faktörlerinin daha yaygın olduğu tespit edilmiştir (Kirkwood, 2009, s.346). Çekme faktörleri arasında, bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme, para / güç / sosyal statü kazanma isteği gibi faktörler sıralanabilir (Orhan & Scott, 2001, s.233). Hughes (2003, s.438), Kanada'da 61 kadın girişimci ile yaptığı görüşmeler neticesinde, itme faktörlerinin kadınlar için tek başına itici güç olmadığını; kadınların çoğunluğunun, meydan okuma isteği, daha iyi bir çalışma ortamı, bağımsızlık ve anlamlı bir iş gibi faktörler tarafından motive oldukları sonucuna varmıştır. Kadınlar için ekonomik gerekliliklerin birincil bir neden olmadığını ama çoğu kadın için ekonomik gerekliliklerin karar vermelerini etkilediğini de belirtmiştir (s.450).

Green ve Cohen (1995, s.297), 24 kadın girişimci ile yaptıkları nitel araştırmada, kadınların işgücü piyasasındaki yerlerine ve anneliğe odaklanmışlardır. Kadınların, anne olarak rol ve sorumluluklarının, kurumsal hayattan girişimciliğe geçerken ki süreci nasıl etkilediğine odaklanmışlardır. Karar verme sürecinde, annelik, bir sürü faktörden oluşan karmaşık bir yapının sadece bir bölümünü oluşturmaktadır. Çoğu kadın, esnek olmayan organizasyonlardan kaynaklı düş kırıklığından ve bu organizasyonlarda terfi elde etmenin zorluğundan bahsetmiştir. İşten ayrılma sebebi olarak annelik her ne kadar birincil öncelikli faktör gibi gözükse de yapılan detaylı görüşmelerde, aslında motivasyonun daha karışık olduğu ortaya çıkmıştır. Aslında kadınların istediği, kendi hayatlarını kendilerinin kontrol edebilmesidir. Daha fazla özerklik ve kontrol isteği hem kadınlar hem de çevreleri tarafından işten ayrılmak için geçerli bir neden olarak görülmezken, çocukların iyiliği için işten ayrılmak mantıklı gelmiştir.

Naughton (1987, s.81), kendi işini yapan kişilerin yapmayan kişilere göre daha olumlu ya da olumsuz bir iyi-olma (well-being) halini araştırdığı çalışmasında, genel olarak kendi işini yapan kişilerin daha iyi bir çalışma hayatı kalitesi yakaladığı sonucuna ulaşmıştır.

Carter ve Cannon (1992, s.146-148), kadın girişimciler ile ilgili yaptıkları araştırmada, kadınların yaşam kaliteleri hakkında da sorular sormuşlardır. Bu sorular, kadınların arkadaşları ile ilişkileri, sosyal hayatları, kendilerine ayırdıkları zaman, sağlık ve gelirleri ile ilgiliydi. En önemli düşünüş, kadınların kendilerine ayırdıkları zaman faktöründe

oluşturmuştur. Kadınların %61,7'si kendilerine ayırdıkları zamanın azaldığını belirtmişlerdir. Görüşmeler sırasında kadınların belirttiği birçok olumsuzluğa rağmen kadınlar genel olarak girişimcilikle birlikte hayat kalitelerinin düzeldiğini belirtmişlerdir.

Andersson (2008, s.230-231), İsveç'te yaptığı bir araştırmada kendi işini yapanların, diğer çalışanlara göre iyilik hallerinin daha iyi olup olmadığını araştırmıştır. İyi halin altı göstergesi göz önünde bulundurulmuştur: iş memnuniyeti, hayat memnuniyeti, işin stresli olup olmaması, işin zihinsel olarak zorlayıp zorlamadığı, ruhsal problemler ve zayıf genel sağlık. Araştırma sonuçlarına göre, ilk iki memnuniyet göstergesi temel alındığında, kendi işini yapanlar, diğer çalışanlara göre daha memnun çıkmıştır. Kendi işini yapmak ile hayat memnuniyeti arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki gözlenmiştir. Özgür olma, kendi kendinin patronu olma, çalışma saatlerindeki esneklik, hiyerarşi azlığı gibi faktörler, iş memnuniyetini açıklamak için kullanılmıştır.

Block ve Koellinger (2009, s.191-193), yeni (nascent) girişimcileri neyin motive ettiğini ve memnuniyetlerini araştırdıkları çalışmada, fırsat bazlı girişimcilerin, ihtiyaç bazlı girişimcilere göre işlerinden daha memnun oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Caree ve Verheul (2012, s.372), girişimcilerin üç çeşit memnuniyetini (gelir, psikolojik iyi hal ve serbest zaman) inceledikleri araştırmalarında: İş ve aile bakımını birleştirme nedeni ile motive olan girişimcilerin, her üç alanda da diğer girişimcilere göre daha yüksek memnuniyet seviyesine sahip oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonucun temel nedeni olarak iş ve aile bakımını dengeleyen girişimcilerin, kendi işini yapmanın gerekliliklerini daha iyi bilmesine ve esnek çalışma saatlerine sahip olmanın avantajını daha iyi kullanmasına yorumlamışlardır.

Araştırmanın Sorusu

Araştırmanın amacı, anne girişimcilerin girişimcilik serüvenlerini ortaya çıkarmaktır. Araştırma aşağıdaki ana problem ve alt problemlere cevap aramaktadır:

Ana Sorusu:

- “Çocuğu olduktan sonra girişimciliğe adım atan kadınların (anne girişimciler) girişimcilik deneyimleri nasıldır?”

Alt Sorular:

- Girişimcilik kararlarını neler etkilemiştir?
- Annelik, girişimcilik kararlarını nasıl etkilemiştir?
- Girişimci olduktan sonra aile ve iş hayatlarında yaşadıkları problemler ve zorluklar nelerdir?
- Girişimci olduktan sonra hayatlarında nasıl değişiklikler olmuştur?
- Girişimleri, gelirlerini, sağlıklarını, aile hayatlarını, sosyal ilişkilerini nasıl etkilemiştir?
- Girişimcilikten beklentileri nelerdi ve bu beklentilerini karşılayabildiler mi?
- Girişimlerini ve/veya kendilerini başarılı buluyorlar mı?
- Girişimleri sırasında ne gibi destekler aldılar, talep ettikleri destekler nelerdir?

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırma yönteminin en doğru yaklaşım olacağı düşünülmüştür. Bunun temel nedeni, Creswell'in (2016, s.47) de belirttiği gibi, nitel araştırmanın bir problemin ve/veya konunun keşfedilmesi gerektiğinde kullanılmasıdır. Anne girişimciliği konusu, kadın girişimciliği altında yeni bir olgu olduğundan ve Türkiye'de daha önce benzer bir konuda araştırma yapılmadığı için nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Nitel araştırma **yorumlayıcı yaklaşıma** dayanır. Nitel araştırmada **tümevarım ilkesi** ve **bütüncül yaklaşım** hakimdir.

Araştırmada, nitel araştırmanın fenomenoloji (olgubilim) araştırma yaklaşımı kullanılacaktır. Bunun temel nedeni Türkiye'de daha önce benzer bir araştırma olmadığı için ilk önceliğin anne girişimcilik olgusunu ortaya çıkarmak olmasıdır. Sığırı (2018, s.4) olguyu “yaşam boyunca doğrudan gözlenebilen ya da algılanabilen nesnel şeyler” olarak tanımlamıştır. Olgubilim ise “farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır” (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.69).

Araştırmaya konu olan fenomen, anne girişimci olmak olduğu için, araştırma evrenini anne girişimciler oluşturmaktadır. Girişimini kurduğunda bakmakla yükümlü olduğu, ilkokul çağında (0-10 yaş arası) en az bir çocuğu olan anne girişimciler araştırma

evrenimizi oluşturmaktadır. Anne girişimciler ile ilgili bir veri tabanı olmadığı için araştırma evreninin belirli bir çerçevesi yoktur.

Bu araştırmada, örnekleme belirleyebilmek için amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, “zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak verir” (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.118). Amaçlı örnekleme, olasılıksız-seçkili örneklemedir ve nitel araştırmalarda örneklemin araştırma sorusu ile ilişkisi, temsil edebilme özelliğinden daha önemlidir (Sığrı, 2018, s.129). İlk aşamada belirlenen örnekleme büyütebilmek için kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kartopu veya zincirleme tekniği, “kişiden kişiye, kişiden olaylara ulaşarak durumların tanımlanmasıyla bilgilerin zenginleştirilmesi şeklinde” tanımlanmıştır (Creswell, 2016, s.158).

Nitel araştırma yönteminin, fenomenoloji araştırma yaklaşımının kullanıldığı bu çalışmada, 22 kadının anne girişimciliği serüvenleri incelenmiştir. Annelik, sosyal destek mekanizması ve bilişim teknolojilerinin anne girişimcilik serüvenini nasıl etkilediği üzerinde incelemede bulunulmuştur.

Araştırmanın Planı

Bu araştırmada, 22 kadının, anne olduktan sonraki girişimcilik serüvenlerinin incelenmesi sunulmaktadır.

Birinci bölümde, araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturmak için girişimcilik, kadın girişimciliği, girişimciliğin motivasyon faktörleri, annelik, anne girişimciliği, sosyal destek mekanizmaları, güçlendirme kavramı ve bilişim teknolojileri gibi kavramlar açıklanmaya çalışılmıştır.

İkinci bölüm, kullanılan araştırma yöntemi hakkında bilgi verilmiş, veri toplama yöntemi ve analizi konusuna değinilmiştir.

Üçüncü bölümde araştırmanın detaylı sonuçları sunulmuştur.

Dördüncü ve son bölümde, araştırmadan çıkan sonuçlar değerlendirilmiş, ardından araştırmanın kısıtları ve gelecek araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

1. BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK, KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ, ANNELİK VE ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ, SOSYAL DESTEK MEKANİZMALARI, ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNİ GÜÇLENDİREN MEKANİZMALAR: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. GİRİŞİMCİLİK

1.1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik günümüzde çok daha fazla kişinin ilgisini çeken bir olgu haline gelmiştir. Değişen ekonomik koşullar, ilerleyen teknoloji ve internet çağı ile insanlar bilgiye, diğer insanlara, yeni fikirlere, yeni pazarlara daha rahat ulaşır hale gelmiştir. En basitinden, günümüzde hemen herkes kendisini birey olarak sosyal medya aracılığı ile gözler önüne sermekte, günlük yaşamını, fikirlerini, çeşitli konulardaki paylaşımını diğer insanlara sunmaktadır. Böyle bir ortamda bir kişinin yeni bir fikri, yeni bir ürünü geniş kitlelere ulaştırması daha kolay hale gelmiştir. Sosyal medya sadece bir sunum yeri değil, aynı zamanda bir pazar, bir alışveriş yeri haline de gelmiştir. İnternetin, sosyal medyanın sağladığı bu fayda ile bir girişim kurabilmek için gerekli bazı giriş bariyerleri ortadan kalkmıştır. Belki, girişimciliğin genel geçer tanımını yerine getiren işletmeler kurulmamakta ancak bu yeniçağ ile girişimcilik de yeni bir boyut kazanmakta, evrim geçirmektedir.

Girişimcilik kavramı, Fransızca dilindeki “**entreprendre**” sözcüğünden türemiştir ve “**üstlenmek**” anlamına gelmektedir (Güney, 2008, s.55). Bir girişimcinin, bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumluluklarını üstlenen kişiyi ifade ettiğini belirten Güney (2008), girişimciliğin tek bir tanımının olmadığını, farklı yazarların, girişimciliğin farklı yönlerine odaklanarak bir tanım geliştirdiğini belirtmiştir. Girişimcilik, bir ülkenin ekonomik kalkınması için önemli bir unsurdur. Girişimciliğin

sağladığı yenilik, yeni işletmelerin kurulması ile istihdam yaratması, bir ülkenin ekonomik büyümesi için gereklidir.

Green ve Cohen (1995, s.299-301) girişimcilik literatüründe, girişimciliğin tanımında sıralanan temel faktörleri ‘yaratıcılık’, ‘risk-alma’, ‘fırsat takibi’, ‘kar’ ve ‘büyüme’ olarak belirtmişlerdir. Bu faktörlerin kadın girişimci söz konusu olduğunda anlamlarının değiştiğini vurgulayan araştırmacılar, kadın girişimciler için başarının, erkek girişimcilere göre farklılık gösterdiğine dikkat çekmişlerdir. Yaptıkları araştırmada kadınlar için başarılı olmak, birçok faktör barındıran bir unsur haline gelmektedir. Kişisel ve profesyonel gelişimin yanı sıra, iş-aile dengesinin sağlanması, belirli inanç ve değerlerini sürdürebilmek, topluma bir şeyler geri verebilmek gibi unsurlar, kadınların kendilerini başarılı hissedebilmeleri için gereklidir. Araştırmacılar, kadınların kişisel ve profesyonel hayatlarının erkeklere oranla daha çok iç içe olmasından dolayı, kişisel ve iş ile ilgili hedeflerinin ayırımının zor olduğunu belirtmişlerdir.

Hisrich (2000, s.93-94) girişimcilerin iş, kamu ajansları, eğitim ve hatta kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gibi çeşitli kurumlarda önemli rol oynayan kişiler olduğunu belirtmiştir. Girişimcilerin, çok çeşitli eğitim geçmişleri, ailevi durumları ve iş deneyimlerinin olabileceğini vurgulayan Hisrich, potansiyel bir girişimcinin herhangi bir milletten, ırktan olabileceğini; bir kadın ya da erkek, bir yönetici, bir hemşire, bir satış elemanı, mühendis, sekreter veya da farklı herhangi bir meslek grubundan da gelebileceğinin altını çizmiştir.

Hisrich ve Brush (1985, s.15) girişimciliği gerekli zaman ve çabayı harcayarak, değeri olan farklı bir şey yaratma süreci şeklinde tanımlamıştır. Bunu yaparken finansal, psikik ve sosyal riskleri göz önünde bulundurmamak ve süreç sonunda ortaya çıkan parasal ve kişisel tatminin ödülleri almaktır.

Bygrave (1994), yakaladığı bir fırsatı, bir *organizasyon* kurup yürüten kişiyi girişimci olarak tanımlamıştır.

Sarri ve Trihopoulou (2005, s.24), girişimciliğin, günümüz bilgi ekonomisinin, rekabetçi ve dinamik karakterine ulaşması için belirleyici bir faktör olduğunu belirtmiş, girişimci ve küçük işletme sahipleri arasındaki farka dikkat çekmiştir. Küçük girişim sahiplerini üç alt kategoriye ayırmışlardır. Bu kategoriler, kişinin yanında eleman çalıştırıp

çalıştırmamasına bağlı olarak değişmektedir. Kendi işinin sahibi olup, yanında eleman çalıştırmayanları ‘serbest meslek sahibi’ (self-employed); yanında beş kişiye kadar eleman çalıştıran işletmeleri ‘mikro-işletme’; hizmet sektöründe 5 ile 20 kişi, üretim sektöründe 5 ile 100 kişi arasında istihdam sağlayan işletmeleri ise ‘küçük işletme’ olarak adlandırılmıştır.

1.1.2. Girişimcilik Motivasyonu

İnsanların, neden girişimciliğe adım attıkları, girişimciliği neden seçtikleri ile ilgili birçok araştırma mevcuttur. Cinsiyet farkı gözetmeden yapılan araştırmaların yanı sıra; cinsiyet faktörünün, girişimciliğe iten nedenler üzerinde etkisi olup olmadığını test etmek için yapılan araştırmalar da mevcuttur. Kadın ve erkekler arasındaki motivasyon farklılıklarını ortaya çıkarmaya çalışan araştırmaların yanı sıra sadece kadınları hedef alan araştırmalar da mevcuttur.

Motivasyon, “bir davranışı başlatan ve formunu, yönünü, yoğunluğunu ve süresini belirleyen kuvvetler kümesidir” (Okaför&Amalu, 2010, s.67). Motivasyon kelimesi Latince kökenli olup ve “*harekete geçirme*” anlamı taşımaktadır. Motivasyon kavramı literatürde şöyle tanımlanmaktadır (Ergeneli, 2006, s.171):

- Motivasyon bireyde bir davranışı başlatan, onu yönlendiren ve sürdürülmesini sağlayan psikolojik bir olgudur,
- Motivasyon bireyin kendi amaçlarını gerçekleştirmek üzere dürtü, ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda hareket etmeleridir,
- Motivasyon bireyi ihtiyaçlarını karşılamak üzere belli davranışlara yönlendiren içsel bir süreçtir.

Motivasyon, karşılanmamış bir ihtiyaçtan doğar ve dış ya da iç uyaranlar tarafından etkilenen bireyin bir cevabıdır (Vijaha & Kamalanabhan, 1998, s.186).

1.1.2.1. Fırsat ve İhtiyaç Bazlı Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri

Girişimcilik motivasyonu ile ilgili araştırmaların çoğunluğu motivasyon faktörlerini çekme-itme (push-pull) olmak üzere iki kategoriye ayırmaktadır. Beklenti teorisine

dayanan araştırmalar da mevcuttur. Bazı araştırmacılar *çekme-itme girişimciliği* terminolojisini kullanırken, bazı araştırmacılar, '*ihtiyaç girişimciliği*' terimini kullanmaktadır. Global Girişimcilik Monitör programı ise *fırsat bazlı girişimcilik* ve *ihtiyaç bazlı girişimcilik* arasındaki farka dikkat çekmektedir (Reynolds vd., 2002):

- Fırsat bazlı girişimciler, karşılarına çıkan bir durumu fırsata çevirip girişimciliğe adım atanlardır,
- İhtiyaç bazlı girişimciler için ise girişimcilik bir mecburiyettir. Mevcut seçenekler arasından bir girişim kurmak en iyi seçenek olduğu için girişimciliğe adım atmaktadırlar.

Reynolds vd. (2002), fırsat bazlı girişimcilerin yaratıcılık ve iş yaratma bakımından ekonomiye daha fazla katkıda bulunabileceklerini dile getirmişlerdir.

Moore ve Buttner (1997, s.25-47), 129 kadın girişimciyi ele aldıkları çalışmada, kadınların mevcut işlerini bırakıp girişimciliğe adım atma nedenlerini birkaç küme altında birleştirmişlerdir (Tablo 1).

Tablo 1

Moore ve Buttner (1993)'ın Araştırma Sonuçlarına Göre Girişimcilik Nedenleri

Küme	Alt Kategori
Özerklik, Otonomi ve İş Özgürlüğü	Otonomi ve Özgürlük
	Kendine güven
	Boğucu bürokrasi etkileri
Girişimciliğin Çekiciliği	Saygı görme ve tanınma
	Sorumlu olma fırsatı
	Kendi kaderini kontrol edebilme
	Yeniden heyecan kazanma
Kurumsal Gelişim için Engeller	Başarıların tanınması
	Uygun olmama
	Yetkinlik gösterme
	Kariyer bariyerleri
Organizasyonel Dinamikler – Güç ve Politika	Kalıcı ayrımcılık
	Maaş ve adil muamele
Kariyer ve Aileyi dengelemek	Kariyer ve Aileyi dengelemek

Not: Bu tablo Moore ve Buttner (1993)'ın araştırması dikkate alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Carsrud ve Brännback (2011, s.14), fırsat bazlı girişimcilerin, genelde ekonomik bir kazanç sağlayan bir fırsat karşısında, başarıya ulaşmak için yönlendirilen girişimciler olduklarını; ihtiyaç bazlı girişimcilerin ise ana amaçlarının hayatta kalmak olduğunu belirtmişlerdir. İhtiyaç bazlı girişimcilerin ana motivasyonları aileleri ve kendilerini hayatta tutmak olduğu için birincil öncelikleri işletmelerinin başarısızlığını engellemektir. Bu yüzden uzun vadede getiri sağlayacak fırsatları değerlendirmedikleri belirtilmiştir.

Fırsat ve ihtiyaç bazlı girişimciliğe ek olarak '*yaşam stili/aile*' girişimciliği terimini de kullanan araştırmacılar mevcut. Bu son sınıflandırma özellikle kadın girişimciler için kullanılmaktadır (Dawson & Henley, 2012, s.699). Fırsat-ihtiyaç ya da itme-çekme olarak sınıflandırılan motivasyon faktörleri dışında, fayda maliyet analizine dayanan çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalarda, girişimcilik için riskler ve kazançlar ortaya konulur ve çıkan sonuca göre karar verilir (Douglas & Shepard, 2002; Aktaran: Hessels, van Gelderen & Thurik, 2008, s.325). Psikolojik nedenleri irdeleyen çalışmalar da mevcuttur. McClelland başarı için ihtiyacı ve güç için ihtiyacı çalışmıştır (Hessels, van Gelderen & Thurik, 2008, s.325).

Hughes (2006, s.109-111), girişimcilerin temel motivasyonlarını üç grup altında listelemiştir.

- Klasik Girişimciler: Bu grup altında çekme motivasyon faktörleri nedeni ile girişime adım atanlar bulunmaktadır. Hughes, girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmaların çoğunluğunda kadınların erkeklerle benzer nedenlerle girişimciliğe adım attığını belirtmiştir. Bu grup altındaki girişimcilik nedenleri bağımsızlık, meydan okuma, ekonomik özgürlük gibi sıralanabilir.
- Zorunlu Girişimciler: Bu grup altında itme motivasyon faktörleri nedeni ile girişime adım atanlar bulunmaktadır. Girişimcilik nedenleri arasında işsizlik, iş kaybı, iş olanaklarının azlığı gibi faktörler sıralanmıştır.
- İş-Aile Girişimcileri: Bu gruptaki girişimcilerin temel motivasyonları iş-aile dengesini sağlamak, esneklik kazanmaktır. Hughes, bu gruptaki motivasyonların özellikle kadınlar için önemli olduğuna dikkat çekmiştir.

Carsrud ve Brännback (2011, s.11), motivasyon teorilerinin, dürtü (drive) ve özendirme (incentive) teorileri olarak iki temel gruba ayrıldığını belirtmişlerdir.

- Dürtü teorileri, kişiyi içsel bir uyarıcının (açlık ya da korku) sürüklediğini, kişinin amacının oluşan gerilimi azaltmak olduğunu belirten teorilerdir. Dürtü teorilerinde, itme motivasyon faktörleri baskındır.
- Özendirme teorilerinin temelinde ise motivasyonel bir çekim gücü vardır. Başarma isteği gibi kişinin belli bir amacı vardır ve bu amaç doğrultusunda hareket eder. Özendirme teorilerinde çekme motivasyon faktörleri baskındır.

Carsrud ve Brännback (2011, s.15-16), motivasyonların içsel ya da dışsal olduğunu belirtmişlerdir. Girişimciliğe kişisel bir ilgi duyan kişinin içsel motivasyona sahip olduğundan bahsedilebilir. Belirli bir davranış sonrasında dışsal bir ödül bekleyen ve bununla motive olan kişinin ise dışsal motivasyona sahip olduğu söylenebilir. Girişimciliğe adım atarken bir kişinin hem dışsal hem de içsel motivasyon ile karar verebileceğine dikkat çekilmiştir. İçsel motivasyonun, özellikle sosyal girişimcilerde önemli olduğu, dikkat çekici bir ödül yokken bile kişilerin neden girişimciliğe adım attıklarını açıklamakta önemli bir rol oynadığı vurgulanmıştır.

Jayawarna, Rouse ve Kitching (2013, s.43), girişimcilik motivasyonunun, kariyer, ev ve iş yaşamı süreçleri üçgeninde nasıl geliştiğini; motivasyon ve hayat süreçlerinin nasıl karşılıklı geliştiklerini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda motivasyon faktörlerini yedi tema altında gruplandırmışlardır:

- Başarı: Bu madde, kişisel başarı ve sürekli kendini geliştirmek için istek ve kişisel çaba ile sonuçlar elde etmek gibi faktörleri içermektedir.
- Esneklik: Evden çalışma isteği, aile ve işi birleştirebilmek için esnekliğe sahip olmak, iş saatlerini kontrol edebilmek ve işte bağımsız olmak gibi faktörleri içermektedir.
- Maddiyat: Somut çıktılar ve maddi teşvikleri, finansal başarı gibi faktörleri içermektedir.
- Güç: 'Lider' olup durumları kontrol edebilme isteğini içermektedir.
- Statü: Onaylanma ihtiyacı ve tanınma isteği gibi faktörleri içermektedir.

- Toplum: Girişimcinin daha geniş bir topluluğa katkıda bulunma isteği ya da benzer geçmişe sahip kişilere yardım sağlama isteği gibi faktörleri içermektedir.
- Rol Model: Rol modelleri ve aile geleneklerinin girişimciliği teşvik ettiğini belirtmektedir.

Jayawarna, Rouse ve Kitching (2013, s.45) kümeleme analizi yaparak, altı motivasyon kümesi belirlemiştir.

- Gönülsüz girişimciler (Reluctant entrepreneurs): Örneklemin %30'unu temsil eden bu küme, ihtiyaç bazlı girişimcileri temsil etmektedir. Bu grup girişimcilerde herhangi bir girişimcilik motivasyonu yüksek puan almamıştır: ya motivasyonları yok ya da motivasyon eksikliği yaşamaktadırlar.
- Elverişlilik girişimcileri (Convenience entrepreneurs): Örneklemin %21'ini temsil eden bu küme, esneklik faktörü ile motive olan girişimcileri temsil etmektedir. Bu kümedeki girişimciler, aile gibi diğer yaşam uğraşları etrafında işlerini yürütebilme esnekliği ile motive olmaktadır.
- Ekonomik olarak motive olan girişimciler (Economically driven entrepreneurs): Örneklemin %18'inin temsil eden bu küme, maddiyat faktörü ile ilgilenmektedir, özellikle de çok para kazanmak isteği önemli yer tutmaktadır.
- Sosyal girişimciler (Social entrepreneurs): Örneklemin %13'ünü temsil eden bu kümedeki girişimciler için topluma katkı motivasyonu birinci sıradadır. Maddi yararlar onlar için önemli değildir. Sosyal fayda yaratmak arzusundadırlar.
- Öğrenen ve kazanan girişimciler (Learning and earning entrepreneurs): Örneklemin %10'unun temsil eden bu küme özellikle başarı faktörü ile motive olmaktadır. İkinci sırada maddiyat faktörü yer almaktadır.
- Prestij ve kontrol girişimcileri (Prestige and control entrepreneurs): Örneklemin %8'ini temsil eden bu küme yüksek statü ve iş uygulamalarını kontrol edebilme gücü ile motive olmaktadır.

1.1.2.2. İtme-Çekme Motivasyon Faktörleri

Olumsuz bir durumla karşılaşan insanların bir ihtiyaç nedeni ile girişimciliğe adım atmalarına sebep olan faktörler, itme faktörleri olarak tanımlanabilir. Bunlar işsiz kalma, boşanma, finansal zorluklar, aile ihtiyaçları şeklinde örneklendirilebilecek kişisel ve/veya dış kaynaklı faktörlerdir. Çekme faktörleri ise, zorunluluktan değil, insanları kendi istekleri ile karşılaştıkları bir fırsatı değerlendirmek istemeleri gibi, girişimciliğe çeken faktörler olarak tanımlanabilir. Genel olarak yapılan araştırmalarda girişimcilerde çekme faktörlerinin daha yaygın olduğu tespit edilmiştir (Kirkwood, 2009, s.346). Çekme faktörleri arasında, bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme, para / güç / sosyal statü kazanma isteği gibi faktörler sıralanabilir (Orhan & Scott, 2001, s.233).

Hughes (2003, s.435), çekme motivasyon faktörleri bakış açısına göre, girişimcilik tercihinin kişisel bir tercih olduğunu belirtmiştir. Girişimcilik, daha fazla bağımsızlık arayan ve fırsatları değerlendirmek isteyen kişiler tarafından gönüllü olarak seçilmektedir. İtme motivasyon faktörleri bakış açısına göre ise, iş dünyasındaki küçülme, yeniden yapılandırılma, daha esnek çalışma prensiplerinin gelişmesi gibi nedenler yüzünden çalışanlar daha marjinal çalışma şekillerine itilmektedir. Hughes (2003) itme faktörlerinin literatürde biraz dar anlamda kullanıldığına dikkat çekmiştir. İtme faktörleri olarak sadece işsizlik oranları ve kişisel iş kaybı bildirimleri ile ölçülen iş arzına odaklanıldığını belirten araştırmacı, iş kalitesi ve iş koşulları gibi faktörler nedeni ile girişimciliğe itilen kişilerin göz ardı edildiğine dikkat çekmiştir. Hughes (2003), Kanada’da 61 kadın girişimci ile yaptığı görüşmeler neticesinde, itme faktörlerinin kadınlar için tek başına itici güç olmadığını; kadınların çoğunluğunun, meydan okuma isteği, daha iyi bir çalışma ortamı, bağımsızlık ve anlamlı bir iş gibi faktörler tarafından motive oldukları sonucuna varmıştır. Kadınlar için ekonomik gerekliliklerin birincil bir neden olmadığını ama çoğu kadın için ekonomik gerekliliklerin karar vermelerini etkilediğini de belirtmiştir (s.449-450).

Keskin (2014, s.74), itme ve çekme motivasyon faktörleri için Tablo 2’de yer alan maddeleri sıralamıştır:

Tablo 2*İtme ve Çekme Motivasyon Faktörleri*

İtme Motivasyon Faktörleri	Çekme Motivasyon Faktörleri
Ekonomik zorunluluk,	Yaşam memnuniyetini arttırma potansiyeli,
Yetersiz aile geliri veya ek gelir ihtiyacı,	Bağımsızlık, başarı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı,
Aileden birinin ölümü veya boşanma gibi aile yapısı ve aile içi olaylar,	Kendi patronu olma ve kendi hayatını kontrol etme arzusu,
Kabul edilemez çalışma koşulları,	Pazar fırsatı,
Kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ücret farklılığı, gelir eşitsizliği,	Hırs, deneyim, bir faaliyet alanına duyulan ilgi,
Mesleki ayırım, cam tavan sendromu, terfideki engellemelerin neden olduğu işteki hayal kırıklığı	Sosyal hedefler,
	Esnek çalışma saatlerine duyulan ihtiyaç,
	Kendisi veya ailesi için daha fazla mali bağımsızlık ve gelir elde etme arzusu,
	Kişisel gelişim ve işten tatmin olma arzusu,
	Kendi kaderini kontrol etme isteği

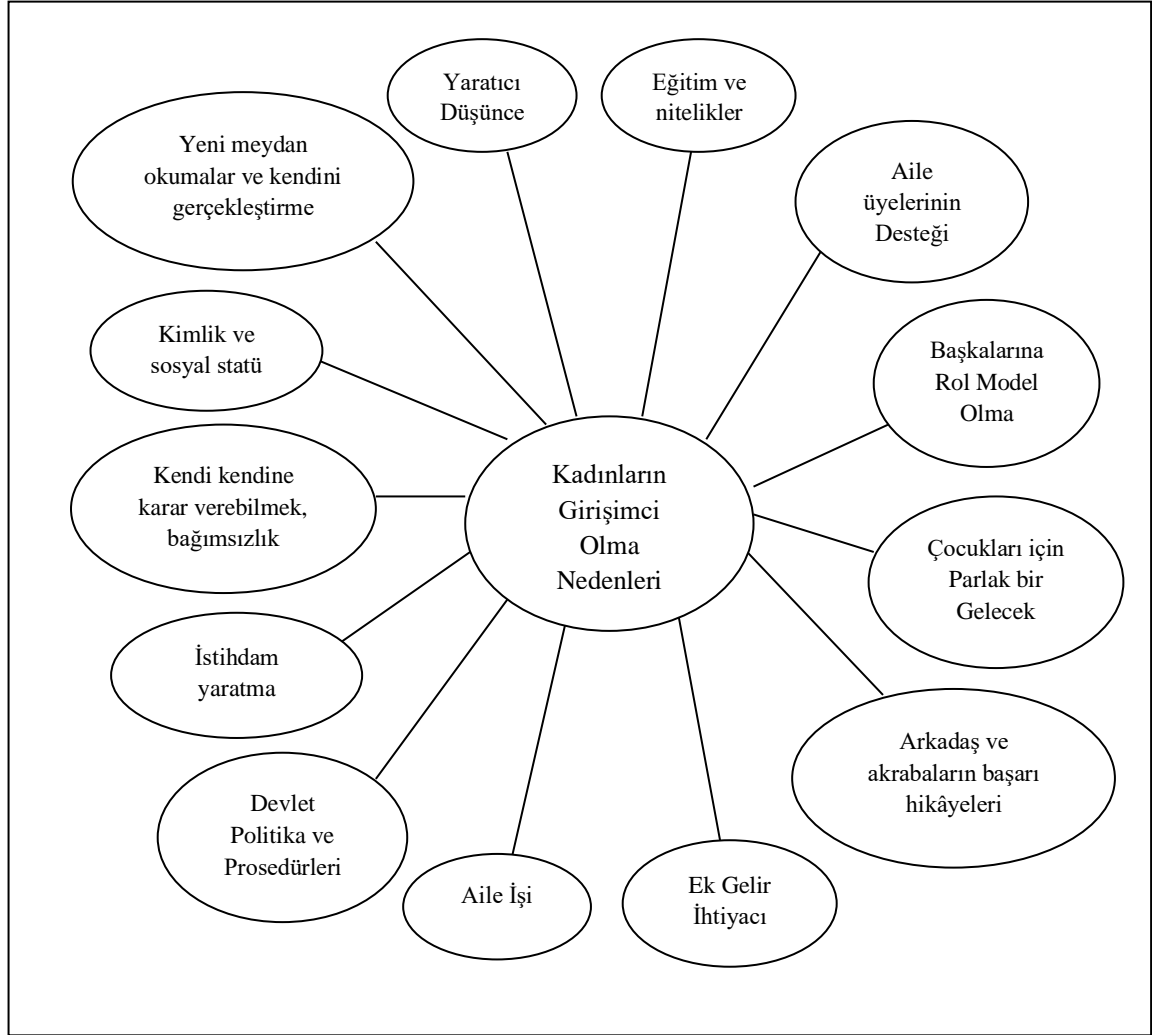
Not: Bu tablo Keskin (1993, s.74)'ın araştırması dikkate alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Fosić, Kristić, & Trusić (2017, s.344), çekme motivasyon faktörleri nedeni ile girişimciliğe adım atan kadınların, girişimcilik yolculuğu boyunca daha az problemle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bunun nedeni olarak girişimcilik ile mücadele edebilmek için bu kadınların daha çok özgüvenli olmalarını, yeterli deneyim ve yönetim becerilerine sahip olmalarını göstermişlerdir.

Goyal ve Parkash (2011, s.197)'a göre kadınların girişimci olmalarının nedenleri Şekil 1'de verilmiştir.

Şekil 1

Kadınların Girişimcilik Nedenleri



Kaynak: Goyal, M. & Parkash, J. (2011). Women Entrepreneurship in India-Problems and Prospects. *ZENITH, International Journal of Multidisciplinary Research*, 1(5), s.197.

1.1.3. Girişimcilerde Yaşam Doyumu

Bir önceki bölümlerde girişimcilik kavramı, girişimcilerin motivasyonları, fırsat ve ihtiyaç bazlı girişimciler arasındaki farklara değinilmiştir. Bu bölümde ise girişimciliğin, insanlardaki yaşam kalitesini, yaşam doyumunu nasıl etkilediği ile ilgili araştırmalara yer verilecektir.

Diener (1985, s.71), yaşam doyumunu bilişsel bir süreç olarak tanımlamıştır.

Naughton (1987, s.81), kendi işini yapan kişilerin yapmayan kişilere göre daha olumlu ya da olumsuz bir iyi-olma (well-being) halini araştırdığı çalışmasında, genel olarak kendi işini yapan kişilerin daha iyi bir çalışma hayatı kalitesi yakaladığı sonucuna ulaşmıştır. Bu kişilerin iş ve hayat memnuniyetleri kendi işini yapmayan kişilere göre kıyaslandığında anlamlı bir fark elde edilmiştir. Kendi işini yapan kişiler, çalışanlara göre ortalama haftada 50 saat daha fazla çalışmalarına rağmen, onlarda stres kaynaklı fiziksel bulgulara daha az rastlanmıştır. Kendi işini yapan kişiler aynı zamanda daha yüksek bağımsızlık seviyeleri belirtmişlerdir. Naughton (1987), bu sonucun, Karasek (1979)'in çalışması ile tutarlılık gösterdiğini belirtmiştir. Karasek (1979, s.303), bir çalışan eğer kendi beceri ve yeteneklerini kullanabiliyor ve işi ile ilgili karar verebiliyor ise, iş talepleri ile ilgili tüm semptomlarda azalma olduğunu belirtmiştir.

Carter ve Cannon (1992, s.146-148), kadın girişimciler ile ilgili yaptıkları araştırmada, kadınların yaşam kaliteleri hakkında da sorular sormuşlardır. Bu sorular, kadınların arkadaşları ile ilişkileri, sosyal hayatları, kendilerine ayırdıkları zaman, sağlık ve gelirleri ile ilgiliydi. Bu konulardaki algıları yaşam kalitelerini belirlemede kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre gelir, en çok değişim gösteren maddedir. Katılımcıların yarısı için gelir daha iyi iken, diğer yarısı için daha kötü hale gelmiştir. Kadınların arkadaşları ile ilişkileri, genel olarak bozulma göstermiştir. Kadınlar, bu bozulmadaki temel nedeni, iş sahibi olmalarını değil, zaman ayıramamaları olarak belirtmişlerdir. Kadınların elde ettiği iş tatmini genel olarak sosyal hayatlarında meydana gelen düşüşe ağır basmıştır. Kadın girişimciler arasında, yeni oluşan iş çevreleri ile sosyal hayatlarının birleşimi gözlenmiştir. Kadınların yarısı sağlıklarının etkilenmediğini belirtirken, üçte biri sağlıklarının bozulduğunu belirtmişlerdir. Sağlıklarındaki bozulma genel olarak stres kaynaklı olarak ifade edilmiştir. Kadınların çoğunluğu ailelerinin sağlığının etkilenmediğini ifade ederken en önemli düşüş, kadınların kendilerine ayırdıkları zaman faktöründe oluşmuştur. Kadınların %61,7'si kendilerine ayırdıkları zamanın azaldığını belirtmişlerdir. Görüşmeler sırasında kadınların belirttiği birçok olumsuzluğa rağmen kadınlar girişimcilik ile hayat kalitelerinin genel olarak düzeldiğini belirtmişlerdir. Hayat kalitesinde düşüş yaşadığını söyleyen kadınlar (%16,6), gelirdeki azalma ve zaman azlığı gibi konuları hayat kalitelerindeki düşüşe en önemli nedenler olarak göstermişlerdir.

Cooper ve Artz (1995, s.439-440), çelişki teorisini (disperancy theory) kullanarak, girişimcilerin memnuniyetini ölçmeye çalışmıştır. 287 girişimci ve 3 yıllık bir süreci kapsayan bu araştırmada, araştırmacılar zaman içinde, girişimcilerin memnuniyet düzeylerindeki değişime de bakmıştır. Çelişki teorisine göre, bir kişinin beklentileri ile mevcut gerçekleşen durum arasındaki boşluklar, memnuniyetsizliğe neden olmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, ekonomik olmayan hedefleri olan girişimcilerin memnuniyet seviyesi daha yüksek çıkmıştır. Kadınların memnuniyet seviyelerinin daha yüksek olduğuna dikkat çeken araştırmacılar, özellikle kadın girişimcilere odaklanıldığında, girişimlerinin başında daha yüksek beklentileri olanların memnuniyet seviyelerinin, çelişki teorisinin aksine, yüksek olduğunu gözlemlemişlerdir. Bunun nedeni olarak, Cooper ve Artz kadınların daha az seçeneklerini olmasına ve iş sahipliğinin günlük yönlerinden memnuniyet duymaya başlamalarından söz etmiştir.

Andersson (2008, s.230-231), İsveç'te yaptığı bir araştırmada kendi işini yapanların, diğer çalışanlara göre iyilik hallerinin daha iyi olup olmadığını araştırmıştır. İyi halin 6 göstergesi göz önünde bulundurulmuştur: iş memnuniyeti, hayat memnuniyeti, işin stresli olup olmaması, işin zihinsel olarak zorlayıp zorlamadığı, ruhsal problemler ve zayıf genel sağlık. Araştırma sonuçlarına göre, ilk iki memnuniyet göstergesi temel alındığında, kendi işini yapanlar, diğer çalışanlara göre daha memnun çıkmıştır. Kendi işini yapmak ile hayat memnuniyeti arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki gözlenmiştir. Özgür olma, kendi kendinin patronu olma, çalışma saatlerindeki esneklik, hiyerarşi azlığı gibi faktörler, iş memnuniyetini açıklamak için kullanılmıştır.

Hundley (2001, s.293), yaptığı araştırmada kendi işini yapanların iş memnuniyetinin, özgürlük, esneklik, beceri kullanımı gibi nedenler yüzünden daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. İş memnuniyeti yüksek olan kişilerin de genel olarak hayatlarından memnun olduğu tartışılmıştır. Çalışan durumundan kendi işini yapan duruma geçenlerin hayat memnuniyetinde artış gözlenmiştir. Kendi işini yapanlar, diğer çalışanlara göre işlerini daha stresli görüp görmedikleri ile ilgili olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Aynı sonuç, genel sağlık için de geçerlidir. Bu iki gösterge her iki grup insan için de benzer sonuçlar vermiştir. Kendi işini yapmanın, ruhsal problemleri arttırdığına dair emare gözlenirken, kendi işini yapanlar işlerinin kendilerini zihinsel olarak zorlamadığını

belirtmişlerdir. Bu sonuçların birbirleri ile çeliştiğini belirten araştırmacılar, kendi işinin yapmanın daha özgür hissettirdiği için böyle bir sonuca ulaşılabileceğini belirtmişlerdir.

Block ve Koellinger (2009, s.191-193), yeni (nascent) girişimcileri neyin motive ettiğini ve memnuniyetlerini araştırdıkları çalışmada, fırsat bazlı girişimcilerin, ihtiyaç bazlı girişimcilere göre işlerinden daha memnun oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Girişimciler için para önemli bir faktör iken ve finansal nedenler girişim kurulumunda önemli bir yer tutarken, bağımsızlık ve yaratıcılık da en az onlar kadar önemli faktörlerdir.

Caree ve Verheul (2012, s.372), 1107 Hollandalı girişimci ile yaptıkları araştırmada, girişimcilerin üç çeşit memnuniyetini incelemişlerdir: gelir, psikolojik iyi hal ve serbest zaman. İş ve aile bakımını birleştirme nedeni ile motive olan girişimcilerin, her üç alanda da diğer girişimcilere göre daha yüksek memnuniyet seviyesine sahip oldukları sonucuna ulaşan araştırmacılar, bunun nedeni olarak iş ve aile bakımını dengeleyen girişimcilerin, kendi işini yapmanın gerekliliklerini daha iyi bilmesine ve esnek çalışma saatlerine sahip olmanın avantajını daha iyi kullanmasına yorumlamışlardır. Kadın ve erkekler arasındaki farka da dikkat çeken araştırmacılar, kadınların daha az gelir elde etmelerine rağmen erkeklere oranla gelirleri ile ilgili olarak daha memnun oldukları, fakat serbest zamanın azlığı ve yeni bir iş yürütmenin psikolojik talepleri konusunda daha düşük düzeyde memnuniyet yaşadıkları sonucuna ulaşmışlardır (s.381-382).

Binder ve Coad (2013, s.1009), iş memnuniyetinin genel hayat memnuniyetine ne kadar etki ettiğini, farklı nedenlerle kendi işini kuranlar arasında hayat memnuniyeti farkının olup olmadığını araştırmışlardır. Fırsat ve gereksinim girişimciliği arasındaki farka odaklanarak, daha homojen gruplar elde edilmeye çalışılmıştır. Böylece hayat memnuniyeti ve girişimcilik arasında daha güvenilir ve güçlü bir ilişki elde edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kendi işini yapanlar, diğer çalışanlara göre ortalama daha düşük gelire sahip olmalarına rağmen, daha yüksek hayat memnuniyetine sahipler. Fırsat ve gereksinim girişimcilerine odaklandıklarında, Binder ve Coad (2013, s.1017-1030), fırsat girişimcilerinin hayat memnuniyetinin daha yüksek olduğunu, hatta girişimlerinin ikinci yılında ilk yıla göre bir artış olduğunu gözlemlemişlerdir. İşsizlikten dolayı, gereksinim kaynaklı girişimciliğe adım atanların hayat memnuniyeti ise, işsizlik sonrası bir işe giren diğer çalışanların hayat memnuniyeti ile benzerlik gösterdiğini tespit etmişlerdir. Araştırmacılar, hayat memnuniyetinin, bir fırsat karşısında girişimciliğe adım

atanlarda daha yüksek olduğunu, bu kişilerin serbest zaman miktarı hariç hayatlarının her alanından memnun olduklarını belirtmişlerdir.

Krishnan ve Kamalanabhan (2013, s.54-55), 200 kadın mikro girişimci ile yaptıkları araştırmada, kadınların hayat memnuniyetini yüksek olarak tespit etmişlerdir. Araştırmaya katılan kadınların %68'inde oldukça yüksek hayat memnuniyeti seviyesini tespit eden araştırmacılar, bu memnuniyetin %28'nin fiziksel ve duygusal sağlık; %22'sinin evlilik, çocuklar ve arkadaşlar; %26'sının hoşgörü gibi ailevi değerler, sağlıklı davranış, kararlılık ve hayırsever tutum; %24'ünün bağımsızlık duygusu, iş gayreti, çalışma ortamı ve kendi başarı ve başarısızlıkları için sorumluluk alabilme gibi faktörlerin oluşturduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar, çalışmaya katılan girişimci kadınların diğer çalışan kadınlara göre ortalama 17 saat daha fazla çalıştıklarına, bunun iş tatmininde ihtiyaç duyulan kişisel enerjinin artmasına, bunun da hayat memnuniyetine yol açtığı sonucuna ulaşmışlardır.

Greenhaus, Collins ve Shaw (2003, s.510), çalışanlar arasındaki iş-aile dengesi ve hayat kalitesi ilişkisini araştırdıkları çalışmalarında hem aile hem de iş rollerine yeterli zaman harcayan ve işlerine nazaran ailelerine daha fazla vakit ayıran kişilerin daha yüksek bir hayat kalitesi deneyimledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Aile yerine işe daha çok zaman ayıran kişilerde deneyimlenen hayat kalitesi daha düşük çıkmıştır.

Crum ve Chen (2015, s.21-22), Dünya Değerleri Anketi verilerini, 80 farklı ülkeden seçtikleri örnekleme kullanarak, kendi işini yapmanın mutluluk ve hayat memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Analiz sonuçlarına göre, gelişmiş ülkelerde, kendi işini yapan kişiler, yapmayanlara göre daha mutlu olduğu ortaya çıkmıştır. Gelişmekte olan ülkelerdeki sonuca göre kendi işini yapma ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir. Gelişmiş ülkelerde, kendi işini yapan kadınlar, erkeklere oranla daha mutlu çıkmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde ise, kendi işini yapan erkekler kadınlara oranla daha mutlu çıkmıştır. Gelişmiş ülkelerde, kendi işini yapan kişilerin hayat memnuniyetinde anlamlı bir fark elde edilmiştir. Kadınların hayat memnuniyetinin, erkeklere oranla daha güçlü olduğu gözlenmiştir. Araştırmacılar, hayat memnuniyetinin sadece kadınlar için anlamlı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Gelişmekte olan ülkelerde anlamlı bir fark elde edilememiştir.

Sevâ vd. (2016, s.240), kendi işini yapmanın öznel iyilik haline etkisini araştırmışlardır. Daha önceki çalışmaların, girişimcileri tek bir grup gibi ele alıp incelediğini belirten araştırmacılar, kendi araştırmalarında farklı girişimci tiplerine de odaklanmışlardır. Böylece biraz daha homojen girişimci tipleri elde etmeye çalışmışlardır. Yanında çalışan olan kişiler ile çalışan olmayan kişilerin hayat memnuniyetleri arasında fark olup olmadığına, cinsiyet ve mültecilik durumuna göre bu memnuniyetin değişip değişmediğine cevap aramışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, hayat memnuniyeti seviyesi özellikle yanında çalışanları olan girişimcilerde yüksek olduğu gözlenmiştir. Kendi işini yapıp yanında kimseyi çalıştırmayan kişilerin memnuniyet seviyesi ücretli çalışan kişilerin memnuniyetinden çok farklı çıkmamıştır. Girişimcilerin cinsiyeti göz önünde bulundurulduğunda, yanında çalışan olan girişimcilerin memnuniyet seviyeleri kadınlar ve erkekler için benzerlik göstermektedir. Çalışan olmayan girişimciler ele alındığında ise hayat memnuniyeti bakımından erkeklerde anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir. Bu alt grupta hayat memnuniyeti ilişkisi kadın örnekleminde anlamlı bir hale gelmiştir. Tüm örneklem ele alındığında, çalışan olmayan girişimcilerde hayat memnuniyeti çok anlamlı değil iken, sadece kadınlar ele alındığında anlamlı hale gelmiştir. Çalışan olmasa da kendi işini yapan kadınlar, ücretli kişilere göre daha yüksek hayat memnuniyeti seviyesine sahipler (s.246-248).

Ebbers ve Piper (2017, s.176-182), ailesi olan tam zamanlı kendi işini yapan girişimci kadınlar ile yarı zamanlı kendi işini yapan kadınları karşılaştırdıkları araştırmada, tam zamanlı çalışanların iş, yarı zamanlı çalışanların hayat memnuniyetlerinin daha yüksek olduğunu test etmişlerdir. Araştırma sonucuna göre, tam zamanlı girişimci kadınların iş memnuniyeti yarı zamanlı çalışanlara göre istatistiksel olarak daha yüksek çıkmıştır. Fakat hayat memnuniyetine bakıldığı zaman, her iki grup arasında anlamlı bir fark gözlenmemiştir. Yarı zamanlı kendi işini yapan kadınların daha çok serbest zamanı olmalarına rağmen, bu onların hayat memnuniyetlerinde anlamlı bir yükseklığe neden olmamıştır. Araştırmacılar, yarı zamanlı kendi işini yapan kadınlardaki iş memnuniyetindeki azlığın sebebi olarak kadınların işleri ile ilgili fikirleri hayata geçirmedikleri şeklinde yorumlamışlardır. Kendi işini yapmanın yüksek bir bağlılık ve ilgi gerektirdiği, yarı zamanlı çalışma ile iş için gerekli zamanın harcanmadığına dikkat çekmişlerdir.

Hessels vd. (2018, s.735-738), hayat memnuniyetini daha iyi ortaya koyabilmek için örneklemelerindeki kişileri meslek gruplarına göre ayırmışlardır. Farklı girişimci gruplarının, farklı hayat doyumlarının olabileceğini, benzer özelliklerdeki çalışan kişilere göre hayat memnuniyetlerinde anlamlı bir fark olmayabileceği üzerinde duran araştırmacılar, meslek gruplarını beyaz-yaka/mavi-yaka ve yüksek vasıflı/düşük vasıflı şeklinde incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre kendi işini yapanlar, çalışan kişilere göre daha yüksek hayat memnuniyeti oranına sahiptirler. Meslek grupları da eklendiğinde, kendi işini yapanlar hala daha yüksek hayat memnuniyet seviyesine sahiptirler. Beyaz yaka ve yüksek vasıflı iş yapanların memnuniyet seviyesi diğer 3 gruba göre daha yüksek çıkmıştır. Araştırmacılar aynı zamana, kendi işini yapmanın, mavi yaka ve düşük vasıflı işte çalışmanın neden olduğu düşük hayat memnuniyetinin önüne geçebileceğini de belirtmişlerdir.

Bu bölümde girişimcilik kavramına giriş yapılmış, girişimcilik tanımına, girişimcilik motivasyonu faktörlerine, özellikle itme ve çekme motivasyon faktörlerine değinilmiş, ardından girişimcilerin yaşam memnuniyetine/doyumuna değinilerek girişimcilik ile ilgili bir bakış açısı sunulmaya çalışılmıştır. Bir sonraki bölümde ise kadın girişimci kavramı ele alınacaktır. Kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri, kadınları erkeklerden ayıran unsurlar ve Türkiye’deki kadın girişimciler hakkında istatistikî değerler ele alınacaktır.

1.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.2.1. Kadın Girişimci Kavramı

Kadınlar, kendilerine biçilmiş rollerden sıyrılıp, ekonomik özgürlüklerini elde edebilmek, daha özgür olabilmek, kendilerini gerçekleştirebilmek için çalışma hayatına atılmaktadır. Girişimci olarak, kendilerine biçilmiş toplumsal rolleri de yerine getirerek hem iş hem de aile ortamlarında varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Bedük (2005, s.106)’ün de belirttiği gibi, iş yaşamlarında erkekler ile benzer koşullarda çaba harcayarak, aynı zamanda kendilerine biçilmiş rollerini de ihmal etmeden, iki katı sorumluluk alarak, “özgürleşmenin bedeli”ni ödemektedirler.

Kadın girişimci için farklı tanımlamalar mevcuttur. Ecevit (1993, s.19), kadın girişimcileri belirlerken karşılaşılan güçlükleri belirterek, bu güçlüklerin hem eksik bilgilerden hem de tanımın yeterli olmamasından kaynaklandığını belirtmiştir. Örneğin kendi hesabına çalışıp, işlerini evden yürütenlerin ya da işletme sahibi olarak gözükp, işletmenin hiçbir faaliyetine katılmayan kadınların girişimci olarak sayılıp sayılmayacağını tartışmıştır. Kadın girişimci tanımındaki zorlukları aşmak için Ecevit (1993) kadın girişimciyi aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

- Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir işyeri olan;
- Bu iş yerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatı ile ortaklık kuran;
- Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran;
- İşi ile ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum veya kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran;
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş yerinin işletilmesi, kapatılması veya geliştirilmesine kendisi karar veren;
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır (s.20).

Ecevit (1993, s.17), kadın girişimciliğin desteklenirken önemli bir noktaya dikkat edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Desteklerin, kadınların ana görevleri olarak görülen çocuk ve ev işlerinin yanı sıra aile bütçesine katkıda bulunabilmeleri için sadece ev içinde üretim yapmaya teşvik ediyorsa, bu konuda dikkat edilmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Bu tür desteklerin kadınları evlerine daha çok tutsak etmekten öteye gitmeyeceğini, kadının halihazırda yaptığı tanımsız faaliyetlerinin sayısını arttırmaktan öteye gidemeyeceğini belirten Ecevit, kadın girişimciliği desteklerken, kadınların ev dışında iş kurmalarının teşvik etmek gerektiğini ifade etmiştir. Kadın girişimciliğinin neden yaygınlaşması gerektiğini Ecevit (1993, s.18) aşağıdaki şekilde ifade etmiştir:

Girişimci kadın olmak, kadına çalışma yaşamında, diğer çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık imkanı verdiği gibi, yine kadının, işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, insanlar arası ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi alanlarda da beceri kazanmasını sağlamaktır.

Rani ve Rao (2007, s.16), kadın girişimciyi, girişimini kuran, fırsatları değerlendiren, risk almayı göze alan, girişimcilik yetenekleri ve yaratıcılığı ile başkaları için iş yaratabilen, zenginlik katan kadın olarak tanımlamışlardır.

Keskin (2014, s.73) kadın girişimciyi “bir işletmeyi başlatıp, organize edip, işleten kadın” olarak tanımlayıp kadın girişimcilerin özelliklerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

Yenilikçi, kendine güvenen ve yaratıcı kadınlar olarak bireysel veya başkaları ile iş birliği içinde ekonomik bağımsızlık elde etmede yetenekli, kişisel, aile ve sosyal yaşama ayak uydurarak bir kuruluşu başlatıp, kurup ve işleterek başkaları için iş imkânları üretebilen kadınlar.

Ertürk (1993, s.43-44), kadınların toplumda sahip olduğu kimlik ve sorumlulukları nedeni ile ev içi girişimcilikten, pazardaki girişimciliğe geçerken zorluk ve engellerle karşılaştığını belirtmiştir. Bu zorluk ve engellere, beceri ve bilgi eksikliği, yasal düzenlemeler gibi unsurlar da eklenebilir. Kadın girişimciliğini desteklerken, ana hedefin kadın emeğini pazara çekmek değil, kadını güçlendirmek olması gerektiğinin altını çizmiştir.

Pardo-del-Val (2010, s.1481), kadın girişimci kavramı için tek bir tanımın olmadığını vurgulamıştır.

Green ve Cohen (1995, s.312), kadın girişimciler hakkında inceleme yapılırken homojen bir grup olarak ele alınamayacağını, kadın girişimcilerin farklı geçmiş, çevre ve dünya görüşlerine sahip olan karmaşık ve farklı bir grup olduklarına dikkat çekmişlerdir. Bunu baz alan McKay (2001), 50 yaş üstü kadınlara odaklanarak bir araştırma yapmıştır. Böylece daha homojen bir grup elde etmeye çalışmıştır. Çocuk ve ailevi sorumlulukları nispeten ortadan kalktığı bu yaşları inceleyerek, kadın girişimcilerin bu alt grubunu araştırarak, onların motivasyonlarını ortaya çıkarmaya çalışmıştır.

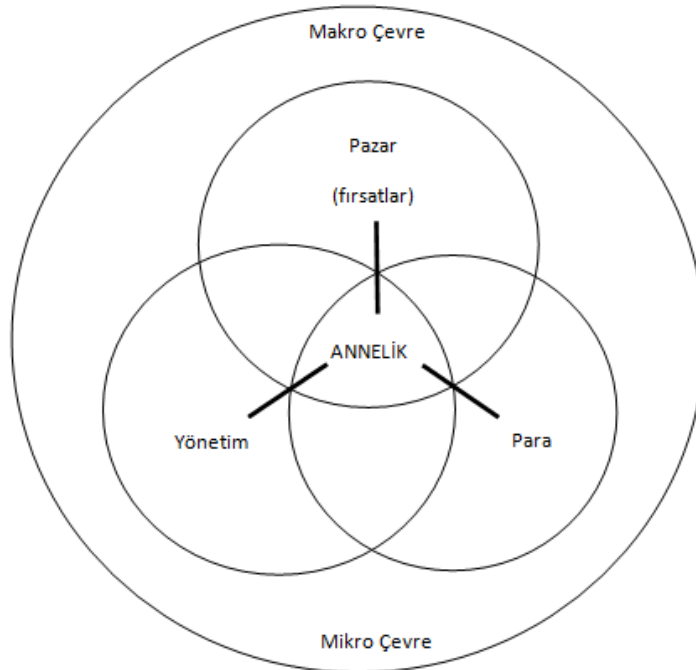
1.2.2. Kadın Girişimciliği Konusunda Yeni Açılımlar

De Bruin, Welter & Brush (2007, s.323), mevcut girişimcilik teorisinin 3 ana temelden oluştuğunu, ama kadın girişimciler ile ilgili araştırmalarda bu 3 temel yeterli olmadığını, kadın girişimcileri daha iyi analiz edebilmek için iki kavrama daha ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir. Mevcut girişimcilik teorilerinin temelinde yer alan ‘3M’ yapısı,

pazar (market), para (money) ve yönetim (management)'den oluşmaktadır. Bir kişinin bir girişimi başlatabilmesi için paraya, pazara ve insan ve kurumsal sermaye yönetimine erişiminin olması gerekiyor. Bu '3M' yapısının kadın girişimcileri anlamak için yeterli olmadığını vurgulayan araştırmacılar '5M' yapısını önermektedir. Önerdikleri yeni yapıda, mevcut olan '3M' yapısına annelik (motherhood) ve mikro/makro çevre (meso)'yi de ekleyen araştırmacılar, bu yeni yapının kadın girişimciliği konusunun doğru bir şekilde çalışılmasına olanak sağlayacağını savunmuşlardır. 'Annelik', ev ve aile ile ilgili sorumlulukları ifade ediyor ve bu yapının kadınları erkektekenden daha fazla etkilediğinin altını çiziyorlar. Makro çevre, toplumun ve kültürün beklentilerini, ulusal stratejiler ve girişimleri ifade ederken; mikro çevre ise kadınların 'para' ve 'pazar'a erişimi etkileyen aracı kurum ve yapıları ifade etmektedir. Makro ve mikro çevre tek 'M' altında birleştirilmiştir. De Bruin, Welter & Brush (2007, s.329), yeni önerdikleri yapıda merkeze 'Annelik'i koyarak, kadının ailedeki konumuna dikkat çekmenin yanı sıra, aynı zamanda yeni yapının anlamlı cinsiyet bilincinin önemine vurgu yapmışlardır.

Şekil 2

De Bruin, Welter ve Brush'ın Kadın Girişimciler '5M' Yapısı



Kaynak: De Bruin, A., Welter, F. & Brush, C. (2007). What We Know About the 'Mothers of Invention': An Overview and Research Agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), s.330.

Sarri ve Trihopoulou (2005, s.30-33), Yunanistan'daki kadın girişimciler ile ilgili olarak yaptıkları çalışmada, girişimciliğe adım atan kadınların yaş ortalamasının yüksek olduğunu, önemli bir çoğunluğun evli ve çocuklu kategorisinde olduğunu belirtmişlerdir. Kadınların eğitim düzeyi genel olarak yüksek ve çoğunun ailesinde girişimci biri bulunmamaktadır. Kadın girişimcilerin, çalışma saatlerine bakıldığında, günde 10 saatten fazla çalışmalarına rağmen, ev hayatı ve işlerini beraber götürebilecek kabiliyet ve becerilerini geliştirdikleri sonucuna varan Sarri ve Trihopoulou, bunun yaşam kalitesindeki düşüşe rağmen gerçekleştiğini vurgulamışlardır. Araştırmacılar, son yıllarda, kadınlar için girişimciliğin yeni bir ekonomik faaliyet sektörü haline geldiğinin altını çizmişlerdir.

1.2.3. Kadın Girişimci Türleri

1.2.3.1. Goffee ve Scase'in Kadın Girişimci Tipleri

Goffee ve Scase (1992, s.76), 1981 ve 1983 yılları arasında 54 kadın girişimci ile yaptıkları araştırma sonucunda kadın girişimcilerin kararlarını, yaşam biçimlerini etkileyen iki ana faktör belirlemişlerdir. Bu faktörlerden ilki kadınların girişimci ideallere olan bağlılıkları iken, ikinci faktör geleneksel olarak belirlenmiş kadın rollerini benimseme düzeyidir. Bu iki faktöre göre Goffee ve Scase kadın girişimcileri dörde ayırmıştır.

Tablo 3

Goffee ve Scase'in Kadın Girişimci Tipleri

Geleneksel cinsiyet rollerine bağlılık düzeyi		
Girişimci ideallere bağlılık düzeyi	Yüksek	Düşük
Yüksek	Geleneksel	Yenilikçi
Düşük	Evcil	Radikal

Kaynak: Goffee, R. & Scase, R. (1992). *Kadınlar İş Başında: Kadın Girişimcileri Deneyimleri*. İstanbul: ETİ Kitapları, s.78

1.2.3.1.1. Geleneksel Kadın Girişimci Tipi

Goffee ve Scase (1992), geleneksel kadın girişimcinin her iki faktöre bağlılıklarının yüksek olduğunu vurgulamıştır. Bu kadınlar hem girişimci ideallere hem de geleneksel rollerine oldukça bağlıdırlar. Bu kadınların çoğunun evli, çocuk sahibi oldukları gözlenmiştir ve kadınların kendi işini kurmalarının ana nedenlerinden biri olarak görülmüştür. Bu kadınları girişimciliğe iten ana faktör, bağımsızlık ya da kendini gerçekleştirme gibi çekme motivasyon faktörlerinden ziyade, aile gelirine ek katkı sağlama gereksinimidir. Bu kadınlar, yüksek eğitim seviyesine sahip değil, eşleri de genel olarak işçi sınıfında bulunmaktadır. O yüzden işlerini büyütmek için gerekli kişisel ve finansal gerekliliklere sahip değiller. Kar edebilmek için maliyetlerini minimum düzeyde tutmak istemektedirler. En önemli maliyetlerden biri olan çalışan maliyetini minimum düzeyde tutmak için ucuz kadın emeğini kullanmayı tercih ederler. Çalışanları ile ilişkiler genel olarak kişiseldir ve çalışanlarına karşı da annelik rolünü oynar. Kadın girişimci maternalist bir yönetim stratejisi benimsenmiştir. Bu yönetim stratejisi, iş kadınlarına, aile ortamlarında olduğu gibi, keyfi ödüllendirme ve cezalandırma gücünü vermektedir. Geleneksel kadın girişimciler için aile önemli olduğu için, işleri ailevi gereksinimlerinin önüne geçmez. Bu tür girişimci kadınlar genel olarak, çocuklarını büyüttükten sonra kendi işlerini kurmuşlardır. Kurdukları işler sayesinde hem işlerine hem de ailelerine zaman ayırmaları gerektiğinden esnektirler. Bu kadınlar, iş kurduklarında evdeki rolleri azalmaz, eşleri aile işlerinden bazılarını yapmazlar. Kadınlar hem işlerini yürütürler hem de aile işlerinde aynen devam ederler. Girişimler, eşlerinin kazancına ek bir katkı olması amacıyla kurulduğu için, kurdukları bu işler sayesinde kişisel özgürlük ya da kişisel gelişim kazandıklarını düşünmüyorlar (s.112-134).

1.2.3.1.2. Yenilikçi Kadın Girişimci Tipi

Yenilikçi olarak adlandırılan kadın girişimci tipi, erkek egemen iş dünyasında kendilerinin geri planda kaldığını, iş dünyasında ilerlemelerinin engellendiğini düşünen ve bu yüzden kendi işlerini kuran kadınlardan oluşmaktadır. Bu girişimci kadınlar, girişimci ideallere oldukça bağlı iken, geleneksel kadın rolünü şiddetle reddetmektedirler (Goffee ve Scase, 1992). Yenilikçi kategorisinde değerlendirilen kadınların, erkeklere özgü olarak nitelenen iddiacılık, azim ve tutku gibi kişisel özelliklere sahip oldukları

belirtmiştir. Bu kadınları girişimciliğe iten temel nokta, iş dünyasında karşılaştıkları problemlerdir. İş dünyasında kendi potansiyellerini tam olarak kullanamadıklarını, erkekler tarafından engellendiklerini düşünmektedirler. Girişimci olmadan önce sahip oldukları kariyerlerde tıklandıklarını ve kadın oldukları için ilerleme olanağı verilmediğini düşünmektedirler. Bu yüzden girişimciliğe adım atarak, kişisel ve ekonomik olarak başarılı olmayı hedeflemişlerdir. İş kurarken, birçok erkek girişimcinin de temel nedeni olan başkaları adına çalışmak istememe, başkaları tarafından denetlenmeyi ve yönetilmeyi tercih etmeme gibi nedenler de yenilikçi kadınları girişimciliğe iten ortak nedenlerdir. Bu kadınlar işlerini büyütmeyi hedeflemektedir, kendilerini başarılı hissetmeleri için bu gereklidir. Kendileri ve kurdukları işleri özdeşleştirirler ve kendilerini başarılı hissetmeleri tamamen işin başarısına bağlıdır. Sürekli büyümeyi hedeflerler, bir hedeflerine ulaştıklarında bir başka hedefe yönelirler. Sürekli iş odaklı oldukları için, iş dışındaki hayat ikinci plandadır. Yenilikçi girişimci kadınların yönetim tarzı ‘eşitlikçi’ ve ‘demokratik’ olarak tanımlanabilir. Çalışanların iş yerinin amaçlarını bildiğini, bu amaçları gerçekleştirmek için çalıştıklarını işveren olarak kadın girişimciler biliyor ve bu yüzden sıkı denetim yapmayı gerekli görmüyorlar. Güven temelli bu yönetim şeklinde, denetim ve ara kademe maliyeti azaldığı için ekonomik avantaj da sağlıyor. Yenilikçi girişimci kadınlar, iş yönetimi konusunda erkeklerden hiçbir farklarının olmadığını belirtmekte ama gerekli zamanlarda ‘kadın’ özelliklerini avantaj olarak kullanmaktan çekinmediklerini belirtmişlerdir. Bu kadınlar evlilik ve çocuk sahibi olmayı ikinci plana atmışlardır. Onlar için bağımsızlık ve kendini gerçekleştirme daha önceliklidir ve bu yüzden iş kurmayı evlenmeye ve çocuk sahibi olmaya tercih etmişlerdir (s.82-101).

1.2.3.1.3. Evcil Kadın Girişimci Tipi

Evcil kadın girişimciler, geleneksel kadın rolüne oldukça bağlı iken girişimcilik ideallerine aynı oranda bağlı değildir. Bu kadınlar için ana amaç kar elde etmek değil, ailevi sınırlılıklar yüzünden, kişisel beceri ve yeteneklerini kullanarak kendilerini gerçekleştirme istekleridir. Bu kadınları geleneksel kadın girişimcilerden ayıran nokta, paraya ihtiyaç duymamaları, işleri kurmalarının nedeni aileye ek gelir sağlamaktan ziyade, boş zamanlarını kendi yeteneklerini kullanarak değerlendirmektir. İşlerini

büyütme gibi bir hedefleri yoktur. Kurdukları işler, geleneksel kimliklerini (annelik ve eş rolleri) ihmal etmeden, kendilerine yetenekleri ölçüsünde yeni bağımsız kimlikler elde etmelerine yardımcı olmaktadır (Goffee ve Scase, 1992). Bu kadınlar, genel olarak evlenip çocuk sahibi olduktan sonra işlerini bırakmışlardır. Çocuklar büyüyüp, daha çok zamanları olduğunda kendilerini gerçekleştirme, yaratıcı becerileri kullanarak kişisel özerklik kazanma nedeni ile işlerini kurmuşlardır. Araştırmacılar, bu kadın girişimci tipini ‘zevk için iş’ yapan kadınlar olarak tanımlamışlardır. Ailevi sorumluluklarını kesinlikle ihmal etmiyorlar, ailevi sorumluluklarının izin verdiği ölçüde işlerini kuruyorlar. Ailevi sorumluluklarını yerine getirememeye düşüncesi nedeni ile işlerini büyütmeyi de istememektedirler. Aynı zamanda eşlerinden daha çok gelir elde etmeyi istemedikleri için de büyümeye dikkatli yaklaşır. Dar bir çevrede işlerini yürütürler, belirli bir müşteri kitleleri vardır ve bu kitleyi büyütme gibi bir istekleri mevcut değildir (s.164-174).

1.2.3.1.4. Radikal Kadın Girişimci Tipi

Goffee ve Scase (1992), radikal kadın girişimcileri, geleneksel kadın rolünü reddeden ve girişimcilik ideallerine bağlı zayıf olan kadınlar olarak tanımlamışlardır. Bu kadınlar feminist harekete bağlı ve kurdukları işler ile toplumdaki kadının durumunu iyileştirmeyi hedeflemektedirler. Yenilikçi kadın girişimcilerle benzerlikler olmasına rağmen, girişimciliğe adım atmaktaki temel nokta farklıdır. Yenilikçiler, erkek egemen iş dünyasında erkeklerle onların kurallarına göre mücadele ederken, radikaller bu kuralları değiştirme gayesindedirler. Kendilerini, ‘girişimci’ olarak adlandırmazlar ve öyle olduklarını reddederler. Radikaller, iş kurarken, kendini gerçekleştirme ya da ekonomik bağımsızlık elde etme gibi hedefleri yoktur. Onlar daha ziyade, toplumda kadınlara hizmet sunmayı hedeflemektedirler. Mevcut durumda kadınların ihtiyaçlarının karşılanmadığını bu yüzden bu işleri kurduklarını belirtmektedirler. Radikallerin kurduğu girişimlerden örnekler vermek gerekirse: sadece kadınlar için hizmet veren taksi hizmeti (gece geç saatlerde taksiye ihtiyaç duyan kadınlar), kadınlara çeşitli eğitimler veren, beceri geliştirmelerine ve iş bulmalarına yardımcı olan kuruluş, kadınlara yönelik kitaplar basan yayınevi gibi örnekler verilebilir. Radikal kadın girişimcilerin amacı kâr elde etmek değildir. Elde ettikleri kârı yine yatırıma dönüştürüp, ulaşmak istedikleri amacı

gerçekleştirmek için bir araç olarak kullanırlar. Bu kadınlar için önemli olan kadınlara hizmet ve destek sağlamaktır. Radikaller, genel olarak işlerini kurarken kendi sermayelerini kullanırlar. Para kazanma isteği olmadığı için kârlarını yine kadınlara hizmet olarak kullanırlar ya da çalışanları ile eşit ücret alırlar. Para kazanma hedefinin feminist nosyonlarına ters düştüğünü düşünürler. Çalışanlar da kadındır. Çalışanlar ile kardeşliğe bağlı bir çalışma şekli mevcuttur. Çünkü amaç, diğer kadınlara hizmet verebilmektir. Radikaller, evlilik ve çocuğa karşıdır ve bunların kadınları erkeklere bağımlı hale getirdiğini düşünmektedirler (s.137-154).

1.2.3.2. Cromie ve Hayes'in Kadın Girişimci Tipleri

Cromie ve Hayes (1988, s.97-102), Coffee ve Scase'in kadın girişimci tiplerini test etmek istemişlerdir. Kendi araştırmaları sonucunda bir kadın girişimci profili çıkarmaya çalışmışlar ve bu profillerin Coffee ve Scase'in kadın girişimci tipleri ile benzerlik taşıyıp taşımadıklarına bakmışlardır. Bunun için 34 kadın girişimci ile yaptıkları görüşmeler sonucunda 3 çeşit kadın girişimci profiline ulaşmışlardır. Bu kadın girişimci profillerini yaratıcı (innovative), düalist (dualist) ve geri dönen (returning) kadın girişimciler olarak adlandırmışlardır. Cromie ve Hayes, kendi araştırmaları sonucunda Coffee ve Scase'in Radikal kadın girişimci tipi olarak adlandırdıkları kadın girişimci profiline rastlamamışlardır.

1.2.3.2.1. Yaratıcı Kadın Girişimci Tipi

Bu kadın girişimci tipi, Coffee ve Scase'in Yenilikçi kadın girişimci profiline benzerlik göstermektedir. Bu kadınların çok azı evli ve çocuk sahibidir. Çocuk sahibi olmamaları nedeni ile iş hayatında başarılı olmuşlardır. Girişimciliği, kariyerlerini ilerletmek için kullanmışlardır. Kurumsal hayatta karşılaştıkları bazı engeller, cinsiyet ile ilgili olanlar da dahil, onları farklı arayışlara yöneltmiştir. Bu gruba giren kadınların çoğu, özerklik, değerli bir şey başarma isteği, tatmin etmeyen işlerden kaçınma, kariyer hoşnutsuzluğu gibi nedenlerle girişimciliğe adım atmışlardır. Genel olarak kadın rollerini inkâr ederler ve iş başarısına oldukça bağlıdırlar.

1.2.3.2.2. Düalist Kadın Girişimci Tipi

Bu kadın girişimci tipi, genel olarak iyi bir kariyere sahipler ve hemen hepsi evli ve ocukludur. ocuklarının ihtiyaçlarını gidermek onlar için önemli bir kriter, aynı zamanda para kazanma isteği de mevcut. Bu yüzden girişimciliğin kendilerine kurumsal işlerden daha fazla esneklik tanyacağını düşünerek, girişimciliğe adım atmışlardır. Böylece hem ailevi hem de iş rollerini daha kolay bir şekilde yürütebileceklerdir. Yaratıcı kadın girişimcilerden farklı olarak, yenilikçiler sahip oldukları kariyerden memnun değilken ve ilerleme isterken, düalist kadın girişimciler iş hayatlarından memnun ve daha fazla kariyer ilerlemesi taleplerinin olmamasıdır. Onların temel isteği, iki rolünü de yerine getirebilmektir. Bu kadın girişimci profilinin de ana motivasyon kaynağı özerklik ve başarma isteği iken, yaratıcılardan bunları ayıran temel nokta, ocuk bakımı ile ilgili motivasyon nedenidir. Kurumsal hayatlarında daha fazla ilerleme gibi bir hırsları yoktur ve sadece çocukları ile daha fazla zaman istemektedirler. Düalist kadın girişimci profili ile Coffee ve Scase'in Geleneksel kadın girişimci arasında benzerlik olmasına rağmen (her iki profil de ailevi rollerine bağlıdır ve girişimcilik bağlılıkları mevcuttur), bu iki kadın grubunu girişimciliğe iten sebepler farklılık göstermektedir. D alistler, tatmin edici bir iş hayatını, çocuklarına bakabilmek için bırakmaktadır. Ekonomik olarak bir zorunlulukları yoktur. Fakat Coffee ve Scase'in Gelenekçi kadın girişimci tipi, aileye ekonomik katkı sağlamak için girişimciliğe adım atmaktadır.

1.2.3.2.3. Geri Dönen Kadın Girişimci Tipi

Geri dönen kadın girişimci tipi, kariyerlerine çocuklarına bakmak için ara vermişlerdir. ocuk bakımı ile ilgili sorumlulukları azaldığına, iş hayatına geri dönmek istemişlerdir. Bu kadınlar, önceki çalışma hayatlarında yöneticilik gibi bir pozisyonda bulunmamışlardır (düalist kadın girişimcileri aksine). Genel olarak az maaşlı işlerde çalışmışlardır ve çocukları olduğunda, evde kalıp çocuklarını büyütmek onlara daha çekici gelmiştir. Çocuklarını büyüttükten sonra, iş hayatına geri dönmek istediklerinde, verilen ücretleri ve işlerin niteliği onları tatmin etmemiştir. Geri kalan hayatlarında da sürekli evde kalmak istemedikleri için kendi girişimlerini kurmaya karar vermişlerdir. Coffee ve Scase'in evcil kadın girişimci profili, girişimciliği ekonomik olmayan nedenlerden dolayı isterken, geri dönen kadın girişimciler, ekonomik nedenlerden dolayı

girişimciliğe adım atıyorlar. Her iki kadın girişimci tipinin girişimcilik ile bağları zayıf olmasına rağmen, girişimcilik motivasyonları farklıdır.

1.2.4. Kadın Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri

Bu bölüme kadar kadın girişimci kavramı, kadın girişimciliği konusunda yapılan yeni açılımlar ve kadın girişimciler için araştırmalarda yapılan gruplandırmalar hakkında bilgiler verilmiştir. Bu bölümde ise kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri ele alınacaktır.

Kadın girişimciler üzerinde yapılan çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmaların genel amacı kadın girişimcilerin motivasyon kaynağını belirleyebilmektir. Araştırmalar, genel anlamda kadın girişimcileri, girişimciliğe iten faktörlerin zorunluluktan mı yoksa kadınların kendilerini gerçekleştirmek istemelerinden mi kaynaklı olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamıştır.

Cromie (1987, s.253-257), 35 erkek ve 34 kadın ile yaptığı görüşmelerde, onları girişimciliğe iten motivasyonlarını belirlemeye çalışmıştır. Görüşmeler sonucunda, bağımsızlık, başarı, iş memnuniyeti gibi nedenler her iki grup için de önem arz etmektedir. Para kazanma, ilk sıralarda olmasa da her iki grup için de önem taşımaktadır. Kariyerden kaynaklı memnuniyetsizliği, kadınlar erkeklere oranla daha fazla belirtmişlerdir. Kadınlar ve erkeklerin motivasyon faktörleri arasındaki bir diğer fark da kadınlarda çocuk yetiştirme faktörünün öne çıkmasıdır. Kadınlar, girişimcilik sayesinde kariyer isteklerini ve anne rolünün gerekliliklerini birleştirmeyi amaçlamışlardır.

Singh (1993)'in, Hindistan'da 200 kadın girişimci üzerinde gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre, kadınların "Neden girişimci oldunuz?" sorusuna verdikleri yanıtlar Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4*Singh (1993) Çalışması Sonucunda Tespit Edilen Girişimcilik Motivasyonları*

Girişimcilik Motivasyonu	Yüzde
Bağımsız olmak	46,5
Kendini kanıtlamak	21
Para kazanmak	15,5
İş tatmini	8,5
Rekabet	4,5
Statü kazanmak	4

Kaynak: Singh, K.P. (1993). Women Entrepreneurs: Their Profile and Motivation. *The Journal of Entrepreneurship*, 2(1), s.54.

Singh (1993, s.54-55), motivasyon faktörlerini kadınların yaşı, eğitimi ve çalışma tecrübesi gibi faktörlerin etkilediğini belirtmiştir. Daha genç kadın girişimcilerin temel motivasyon faktörleri arasında, bağımsız olmak, iş tatminini sağlamak, başkaları ile rekabet etmek sıralanırken; 40 yaş ve üstü kadınların çoğunluğunun maddi nedenler ile motive olduklarını belirtmiştir. Araştırmacı, daha önce çalışma tecrübesi olan kadınlar ile ev hanımı olan kadınların motivasyon faktörleri arasında da farklılıklar tespit etmiştir. Çalışan kadınların çoğunluğu, iş tatminini sağlamak, daha bağımsız çalışabilmek için kendi kendilerinin patronu olmak gibi nedenlerle girişimciliğe adım atmışlardır. Çalışan kadınların bağımsız olma dürtüsü, daha önce bir çalışma hayatı olmamış kadınlara göre daha güçlü bulunmuştur. Singh (1993), çoğu durumda kadınların itme ve çekme faktörlerinin birleşimi olan faktörler nedeni ile girişimciliğe adım attığını vurgulamıştır.

Green ve Cohen (1995, s.297), 24 kadın girişimci ile yaptıkları nitel araştırmada, kadınların işgücü piyasasındaki yerlerine ve anneliğe odaklanmışlardır. Kadınların, anne olarak rol ve sorumluluklarının, kurumsal hayattan girişimciliğe geçerken ki süreci nasıl etkilediğine odaklanmışlardır. Green ve Cohen (1995), araştırma sonucunda, kurumsal hayat baskısı ve anneliğin sorumlulukları arasında kayda değer bir gerilimin olduğunu vurgulamışlardır. Kadınlar, kurumsal hayatın iki sürecinde özellikle problem yaşadıklarından bahsetmişlerdir. Bu süreçler, işe alım süreci ve kurumsal ve aile yaşamlarının çelişen taleplerinin yönetimi olarak belirtilmiştir. Girişimciliğe adım atan 24 kadından sadece 2 tanesi, ailevi sorumlulukları ana neden olarak göstermişlerdir. Bu kadınlar, işlerini yeni doğan çocukları ile daha iyi ilgilenebilmek için bırakmışlardır, fakat işlerinde elde etmiş oldukları statüyü ve finansal güvenliği koruyabilmek için daha sonra

kendi işlerini kurmuşlardır. Çoğu kadın, iş ve ailevi sorumlulukları birleştirmeye çalışmaktan kaynaklanan baskıdan bahsetmişlerdir. Fakat bu tek başına bir motivasyon kaynağı olmamıştır. Karar verme sürecinde, annelik, bir sürü faktörden oluşan karmaşık bir yapının sadece bir bölümünü oluşturmaktadır. Çoğu kadın, esnek olmayan organizasyonlardan kaynaklı düş kırıklığından ve bu organizasyonlarda terfi elde etmenin zorluğundan bahsetmiştir. İşten ayrılma sebebi olarak annelik her ne kadar birincil öncelikli faktör gibi gözükse de yapılan detaylı görüşmelerde, aslında motivasyonun daha karışık olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların aslında istediği, kendi hayatlarını kendilerinin kontrol edebilmesidir. Daha fazla özerklik ve kontrol isteği hem kadınlar hem de çevreleri tarafından işten ayrılmak için geçerli bir neden olarak görülmezken, çocukların iyiliği için işten ayrılmak mantıklı gelmiştir. Aslında kadınların da daha sonra kendilerine itiraf ettikleri gibi işi bırakmak için çocukları bir bahane gibi kullandıklarını hissetmişlerdir. Kadınların kendi işlerini kurmaları, çocuk ve ev ile ilgili sorumlulukların paylaşımı konusunda herhangi bir değişikliğe neden olmamıştır. Bazı kadınlar için her ne kadar kendi işinin sahibi olmaları, ev ve iş ile ilgili sorumluluklarını yerine getirebilmek için esneklik sağlasa da bazıları için yükü arttırmak dışında bir işe yaramamıştır. Kendi işinin sahibi olmanın önemli bir özelliği, hiç bitmemesi, ev ve iş sınırlarının ortadan kalkması yüzünden, sürekli çalışılan bir yöne kaymasıdır (306-309).

Shabbir ve di Gregorio (1996, s.508), Pakistan'da girişimcilik eğitimi aldıktan sonra girişimlerini kuran 16 kadın ve herhangi bir girişim kurmayan 17 kadın ile yaptıkları görüşmeler neticesinde, üç temel motivasyon grubu belirlemişlerdir:

- Kişisel Özgürlük: Özgürlük arayanlar, daha önceki işlerinde düş kırıklığı yaşamış olup, kendi işlerini kurarak, iş tipini, çalıştıkları insanları, çalışma saatlerini, çalışma ortamını seçebilme özgürlüğünü isteyen kadınlardan oluşmaktadır.
- Güvenlik: Güvenlik arayanlar, eşin vefatı gibi kişisel bir talihsizlik sonucu, kendi ve ailesinin sosyal ve ekonomik durumunu korumak ya da iyileştirmek için iş kuran kadınlardan oluşmaktadır.
- Tatmin: Tatmin arayanlar, genellikle iş tecrübesi olmayan ev kadınları olup, toplumun faydalı ve üretken insanları olduklarını kendilerine ve başkalarına ispat etmek amacı ile iş kuran kadınlardır.

Hisrich ve Öztürk (1999, s.120-122), kadın girişimciler ile ilgili gelişmiş ülkelerde yapılan çalışmalar olduğuna fakat gelişmekte olan ülkelerde çalışmaların azlığına vurgu yapmışlardır. Bu nedenle Türkiye’de 54 kadın girişimciyi baz alarak bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma neticesinde, Türk kadınlarının motivasyon faktörleri arasında birincil öncelikli olanlar bağımsızlık ve başarıma isteği olduğu sonucuna ulaşmışlardır. İş memnuniyeti, ekonomik zorunluluk ve güvenlik gibi faktörler daha az etkili olarak araştırmada yer almıştır. Kadın girişimcilerin çoğunluğu üniversite mezunu, %60’ya yakın oranı da evli ve çocuklu kategorisinde yer alıyor. İş alanı olarak bakıldığında, büyük bir oran, tıbbi sektörde (doktor, diş hekimi, eczacı) yer alırken; muhasebe, reklamcılık, danışmanlık ve üretim sektörleri ise benzer oranlara sahip. Kadınların neden girişimci oldukları ile ilgili soruya verilen cevaplar Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5

Hisrich ve Öztürk (1999) Çalışması Sonucunda Tespit Edilen Girişimcilik Nedenleri

Girişimcilik Nedeni	Yüzde
İşe ilgi duymak	35,2
Ev hanımı olmaktan sıkılmak	16,7
Yeni bir yere taşınmış olmak	13
İşteki hayal kırıklığı	11,1

Kaynak: Hisrich, R.D. & Öztürk, S.A. (1999). Women Entrepreneurs in a Developing Economy. *Journal of Management Development*, 18(2), s.121

Orhan ve Scott (2001, s.232-243) 25 kadın girişimci ile yaptıkları araştırmada kadınları girişimciliğe iten itme ve çekme motivasyon faktörlerini ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre çoğu kadının iyi bir eğitim seviyesine sahip olduğu gözlenmiştir. Büyük bir çoğunluğun ailevi çevreden etkilendiği gözlenmiştir. Ailevi çevrenin etkisi aşağıda verilen üç alt faktöre ayrılmıştır:

- Aile şirketinin devamını devralmak,
- Ailede bir rol modelin olması ya da
- Eşin deneyim sahibi olmasıdır.

Yapılan araştırmada en çok karşılaşılan itme motivasyon faktörü, bir önceki işin sıkıcı olması ve buna bağlı kariyer olanaklarının azlığıdır. İkinci grup itme faktörü, aile işi ile

ilgili gerekliliklerden kaynaklı olarak ortaya çıkmıştır. Bu durumda genel olarak aile işinin devamı için aile kadına ihtiyaç duyduğunda, kadın var olan işini gönülsüz ve zorunlu olarak bırakıyor ve aile işini devralıyor. Çekme motivasyon faktöründe genel olarak kendini gerçekleştirme öne çıkmaktadır. Bağımsızlık isteği, sahip oldukları fikirlerin hayata geçtiğini görmek ve bu fikirlerinin meyvesini almak, sahip oldukları yetenekleri kullanarak topluma hizmet etmek gibi faktörler de çekme faktörleri olarak araştırma sonucunda bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre ortaya çıkan faktörler Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6

Orhan ve Scott (2001) Araştırma Sonucundaki Motivasyon Faktörleri

İtme Motivasyon Faktörleri	Çekme Motivasyon Faktörleri
Bir önceki iş ile ilgili memnuniyetsizlik,	Aile işine olan bariz ilgi,
Yeni iş aramada zorluk,	Maaşlı iş ile tatmin edilemeyecek başarı ihtiyacı,
İlerleyen yaş nedeni ile iş bulunamayacağına dair olan inanç,	Fırsatları pazarlanabilir bir fikre dönüştürme isteği
Ailevi zorunluluklar	

Not: Bu tablo Orhan ve Scott (2001, s.235)’in araştırması dikkate alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Orhan ve Scott (2001, s.237-240), yaptıkları araştırma sonucunda kadınları girişimciliğe iten motivasyon faktörlerini yedi grup altında sınıflandırmışlardır.

1. Hanedan Uygunluğu (Dynastic Copliance): Aile işini, eşin vefatı gibi zorunlu nedenlerle devralan kadınların motivasyon faktörleri bu grup altında toplanmıştır. Girişimciliği çocukların işi devralmasına kadar yürütmeyi planlamaktadırlar.
2. Başka Seçeneğin Olmaması (No Other Choice): Yeniden iş bulamayan kadınlar, eş dolayısı ile zorunlu olarak başka yere taşınan ve iş bulamayan kadınlar, düşük ücretli, yarı zamanlı işlerde çalışan kadınların motivasyon faktörleri bu grup altında toplanmıştır. Girişimcilik, işsizlik ile kıyaslandığında daha az kötü bir alternatif olarak görülmektedir.
3. Şans Eseri Girişimci (Entrepreneur by Chance): Aile işini anne-babasından devralmak zorunda kalan, girişimciliği aramak yerine kabul eden kadınların

motivasyon faktörleri bu grup altında toplanmıştır. Bu kadınlar maaşlı işler de bulabilirler, girişimcilik ya da aile işini devralmak planlarında yokken, cesaretlendirme ve destek ile aile işini devralmışlardır.

4. Doğal İntikal (Natural Succession): Eğitimlerini tamamladıktan sonra aile işine girmek bu grup kadınlar için doğal karşılanmıştır. Eğitimlerinin amacı zaten mevcut olan işi sürdürmektir ya da girişimci olan eşin yanında ona destek olup çalışmak doğal karşılanmıştır.
5. Zorunlu Girişimci (Forced Entrepreneur): İyi eğitime sahip kadınların zorunlu nedenler ile girişimciliğe adım atmasıdır.
6. Bilgili Girişimci (Informed Entrepreneur): Bu grup kadınlar girişimciliği bilerek ve isteyerek seçmiştir. Motivasyon faktörleri çekme motivasyon faktörlerinden oluşmaktadır.
7. Katıksız Girişimci (Pure Entrepreneur): Daha önceki deneyimlerini temel alarak, kendi işlerini yürütmek bu kadınlar için çok doğal karşılanmıştır. Bu gruptaki kadınlar, girişimcilik kararını profesyonel ama aynı zamanda bir yaşam biçimi olarak görmektedirler.

Hughes (2003), Kanada'da 61 kadın girişimci ile yaptığı araştırmada, kadınların girişimciliğe hangi nedenler sonucunda adım attıklarını araştırmıştır. Araştırmasında özellikle itme faktörlerine odaklanmıştır. Araştırmada yer alan kadınlara öncelikle, girişimciliğe neden adım attıkları ile ilgili bir anket yapılmış. Ankette yer alan maddelerden birden fazla seçim yapmalarına izin verilmiş. Maddeleri, 'çok önemli', 'önemli' ya da 'önemli değil' şeklinde gruplandırılmaları istenmiş. Anket sonuçları Tablo 7'de verilmiştir (s. 441).

Tablo 7*Hughes (2003) Araştırma Sonucundaki Motivasyon Faktörleri*

Girişimcilik Nedeni	Maddeyi 'Çok Önemli' Olarak İşaretleyen Kadınların Yüzdesi
Zorlu/ilgi çekici iş	84,7
Olumlu çalışma ortamı	80
Bağımsızlık isteği	79,7
Anlamlı bir iş için arzu duyma	72,9
Esnek çalışma saatleri	63,3
İş ve aile dengesi	47,5
Evden çalışabilme olanağı	35,7
Daha İyi bir Gelir	31,7
Başka iş imkânının olmaması	17,5
İş kaybı	12,7
Aile işi	3,9
Bir önceki işveren tarafından sözleşme yapılması	3,8

Kaynak: Hughes, K.D. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and Organization*. 10(4), s. 441

Araştırmanın ilk aşaması çok az kadının girişimciliğe itildiğini göstermektedir. Araştırmacı daha sonra, ikinci aşamada kadın girişimciler ile detaylı görüşmeler yapmıştır. Detaylı görüşmelerin şaşırtıcı tarafı, iş kaybını kadınların sadece %17,5'i çok önemli olarak belirtmişken, detaylı görüşmeler sonucunda kadınların üçte birinin bir şekilde girişimciliğe itildiğini göstermiştir. Bazı kadınlar, işlerini kaybetmelerini olumlu bir gelişme olarak görüp, daha farklı şeyler yapmak için ellerine geçen bir fırsat olarak değerlendirmişlerdir. Daha olumlu bir çalışma ortamı, bağımsızlık gibi faktörler çekme faktörler olarak bilinirken, bu faktörlerin bazı kadınları var olan işlerinden girişimciliğe ittiğini göstermiştir. Kadınlar çalışma ortamlarının kötü olduğunu vurgulayıp, kendilerinin girişimciliğe itildiğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde bağımsızlık isteği de bazı kadınlar için çekme faktörü yerine itme faktörü olarak yer almıştır. Önceki işlerinde bağımsızlıklarının olmaması, karar verememeleri, bürokrasinin yoğun olması, onları kendi işlerini kurmaya itmiştir. Bu araştırma itme faktörlerinin çok dar anlamlarda kullanıldığını, bazı sonuçların (bağımsızlık isteği gibi) da farklı yorumlanabileceğini göstermiştir. Kariv (2011, s.417) de benzer bir sonuca ulaşarak, her itme faktörünün, otomatik olarak bir ihtiyaç odaklı yönelime yol açmayacağına dikkat çekmiştir.

Araştırmanın bir diğer sonucu da her iki tipteki (kendi isteği ile ya da zorunluluk nedeni ile girişimci olan) kadın girişimcilerin hayatlarından memnun oldukları, girişimciliğe zorlanan kadınların ekonomik getirilerinin diğer grup kadınlara göre daha az olmasına rağmen, işlerinden memnun olduklarıdır (Hughes, 2003, s.441-450).

DeMartino ve Barbato (2003, s.829-830), MBA mezunları arasında yaptıkları araştırmada, kadınlar ve erkeklerin benzer özelliklere sahip olmalarına rağmen (benzer geçmiş, eğitim, demografik özellikler), girişimcilik motivasyonları arasında farklar gözlemlenmiştir. Kadınların çoğu, kariyer motivasyonu olarak kendilerine esneklik sağlayan, aile ve iş sorumlulukları arasında denge kurmalarına yardımcı olan bir kariyer belirtirken; erkekler, zenginlik yarabilecekleri bir kariyer belirtmişlerdir. Evli ve bağımlı çocuk olduğunda, kadınlar için bu kariyer motivasyonu daha da önemli hale gelmektedir. Bağımlı çocuğu olmayan kadınların ailevi sorumluluk oranı, benzer gruptaki erkeklerle benzerlik göstermektedir. DeMartino ve Barbato (2003), bu araştırma sonuçlarına göre kadınların, ailevi sorumluluklarının yönetiminde esnekliğe imkân verdiği için girişimciliği bir kariyer seçimi olarak gördükleri sonucuna varmışlardır.

Mitchell (2004, s.176), kadın ve erkekleri kapsayan araştırmasında, kadın ve erkekleri girişimciliğe iten faktörler arasında çok büyük farklar tespit etmemiştir. Kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörler arasında; kendi ve aile güvenliğini sağlamak, öğrenmeye devam etmek, hayatta kalmak için daha çok paraya ihtiyaç duymak ve şirketin başarısına doğrudan etki edebilmek, işe kendi yaklaşımını uygulayabilme özgürlüğü gibi faktörler sıralanabilir. Bu faktörler incelendiğinde genel olarak çekme motivasyon faktörleri oldukları söylenebilir.

Sarri ve Trihopoulou (2005, s.32-33), kadınların girişimciliğe adım atarken, birbiriyle etkileşim halinde olan birden fazla faktörden etkilendiğini belirtmişlerdir. Yunanistan'da kadınların, itme ve çekme faktörlerin kombinasyonundan etkilendiğini ama ağırlığın çekme motivasyon faktörlerinin oluşturduğunu belirtmişlerdir. Bunların arasında, ekonomik nedenler, kendini gerçekleştirme, yaratıcılık, bağımsızlık, kendi kendine karar verebilme ihtiyaçları sayılabilir. Yapılan araştırmada birincil en önemli faktör, %31,1 ile ekonomik nedenler (zenginlik isteği) tespit edilmiştir. Çekme faktörlerinin oranı toplamda %59,8 (kendini gerçekleştirme, iş alanına ilgi, diğer faktörlerini oluşturmakta) iken, yetersiz aile geliri itme faktörü %16,1, ailevi nedenler (daha esnek çalışma saatlerine

ihtiyaç) %11,4 oranında kalmıştır. İkincil en önemli faktörde yine en büyük yüzdeyi ekonomik nedenler almıştır.

Hughes (2006, s.113-114), Kanada’da ulusal bir araştırmanın sonucunda 3840 tane girişimcinin motivasyon sonuçlarını analiz etmiştir. Kadınların %22’sinin zorunlu girişimciler grubuna ait olduğunu belirten araştırmacı bu oranın erkek girişimciler ile benzerlik gösterdiğini vurgulamıştır. Kadın girişimcilerin %52,7’si klasik girişimciler grubunda yer alırken, erkeklerde bu oran %71,5’tir. Kadınların %25,3’ü iş-aile girişimci grubunda iken, bu oran erkeklerde sadece %6,8’dir.Yani erkeklere oranla, kadınlar, girişimciliğe adım atarken, evden çalışabilme, daha esnek olabilme, iş-aile dengesi gibi nedenleri daha çok önemsemektedir. Kadınların %24’ü ana sebep olarak bağımsızlık, kendi kendinin patronu olmak faktörünü belirtirken, ana motivasyon kaynağı olarak iş-aile dengesini belirten kadınların oranı %13; esnek çalışma saatlerini belirtenlerin oranı %10, evden çalışabilme olanağını belirtenler %8,4 oranındadır. Araştırma, aynı zamanda motivasyon nedenlerine bağlı olarak, girişimcilerin gelirlerini de karşılaştırmıştır. Klasik girişimciler, yani bağımsızlık, maddi olanakları nedeni ile girişimci olanların gelir oranlarının diğer girişimcilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İş-Aile girişimcileri, çalışma saatleri bakımından diğerlerine göre daha az çalışan, işlerini evden yürüten ve gelirleri diğer iki gruba göre daha düşük olan kişilerdir. Zorunlu girişimciler, yani iş kaybı gibi nedenlerle iş kurmaya yönelen kişilerin, çalışma saatleri klasik girişimcilere benzerken, gelir oranları iş-aile girişimcileri ile benzerlik göstermektedir.

Kirkwood (2009), 75 girişimci (28 kadın ile 47 erkek) ile yaptığı çalışmada, cinsiyetin motivasyon farkları üzerinde etkisinin az olduğunu fakat mevcut itme-çekme motivasyon teorilerinin çocuk rolünün önemini kavraması gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Dolayısı ile kadın girişimcilerdeki “annelik” boyutuna dikkat çekmiştir. Kadınlar ile erkeklerin, benzer çekme faktörleri nedeni ile girişimciliğe adım attığını ama kadınların deneyimlediği itme faktörlerinin genellikle aileleri (çocukları ile daha esnek bir zaman) ile ilgili olduğunu belirten araştırmacı, ailenin kadın girişimciler üzerindeki etkisinin daha fazla araştırılması gerektiğine vurgu yapmıştır. De Bruin, Welter & Brush (2007), ev ve aile ile ilgili sorumlulukları ‘annelik’ (motherhood) kavramının altında birleştirip, bu kavramın kadın girişimciler ile ilgili araştırmalarda önemli olduğuna dikkat çekmişlerdir.

Pardo-del-Val (2010, s.1485-1488), İspanya'daki kadın girişimcilerin motivasyonlarını, karşılaştıkları problemleri belirleyebilmek için birebir kadın girişimcilerle değil, o ülkede 'Kadınlar için Girişimci Desteği Programı'nda görev alan uzmanlar ile bir görüşmeler yapmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda, uzmanlar, kadınların öncelikli motivasyon kaynağını, kabul edilebilir bir ücret karşılığında başkası için çalışabilecekleri bir işi bulma zorluğu, aile bütçesine ekonomik olarak katkı sağlama isteği ve kişisel ve profesyonel gelişim için kendi projesini hayata geçirmek olarak sıralamışlardır. İkincil sıradaki nedenler arasında, çalışma şartlarını iyileştirme ve iş-aile dengesini sağlayabilmektir. Uzmanlar, iş-aile dengesinin sağlanmasının bir hayal olduğunu, iş-aile dengesini sağlamak için girişimciliğe adım atan kadınların kısa zamanda bu isteklerini girişimcilik ile başaramayacaklarının farkına vardıklarının altını çizmişlerdir.

Dawson & Henley (2012, s.706-710), kadın ve erkekleri kapsayan araştırmalarında, girişimcilerin hangi faktörler tarafından motive olduğunu, birden fazla faktörden etkilenenlerin olup olmadığı gibi sorulara cevap aramışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, çoğunluğun tek bir faktör tarafından motive olduğunu belirtmişlerdir. Kadınların %77,3'ü girişimciliğe adım atarken tek bir motivasyon kaynağını belirtmiştir. Bu oran erkeklerde de benzerlik göstermektedir. Kadın ve erkeklerin birinci motivasyon kaynağı bağımsız olmaktır (kadınlarda %32,8, erkeklerde %25,5). Kadınların ikinci motivasyon kaynağı % 23.1 oranı ile ailevi sorumluluklar/evden çalışma isteği iken, bu oran erkeklerde sadece %2,5'tir. Erkekler için ikinci sırada olan motivasyon kaynağı mesleklerinin doğası iken, bu motivasyon kaynağı kadınlar için üçüncü sırada yer almaktadır. Bu araştırma, ailevi sorumlulukların girişimciliğe karar verirken özellikle kadınları etkilediğini göstermektedir. İki motivasyon kaynağı belirten kadınların en büyük oranı, bağımsız olma isteği ve ailevi sorumlulukları belirtmişlerdir. Burada hem itme hem çekme motivasyon faktörlerinin birlikteliğini görebiliriz. Erkeklerde ilk sırada bağımsızlık ve daha çok para kazanma isteği yer almaktadır. Araştırmacılar, özellikle itme faktörlerinin belirlenmesinde belirsizlik olduğuna dikkat çekmişlerdir.

Dumitru (2013, s.310), Romanya'da 11 kadın girişimci ile yaptığı görüşmeler neticesinde, kadınların girişimci olmalarının temelinde yatan nedenleri, daha esnek bir çalışma programına ihtiyaç duyma, zevkli bir iş yapma ve kişisel geliri arttırma isteği olarak sıralamıştır. Daha derinlemesine yapılan görüşmelerde kadınların %85'i, ailenin

bakım ve finansal ihtiyaçlarını karşılamak için esneklik ve profesyonel başarı ve boş zaman için kişisel ihtiyaç nedeni ile girişimciliğe adım attıklarından bahsetmiştir.

Takay ve Kalemci Tüzün (2015, s.256), Ankara ilinde 41 kadın girişimci ile yaptıkları yarı yapılandırılmış görüşmeler neticesinde, kadınların girişimcilik motivasyonlarını üç grup altında toplamışlardır:

- Bireysel: Bu grup altında başarıma isteği, bağımsız olma isteği, kendini gerçekleştirme isteği, para kazanma isteği, esneklik, boş duramama, daha iyisini yapmak gibi nedenler sıralanmıştır.
- Toplumsal: Bu grup altında başkalarına faydalı olma isteği ağır basmaktadır.
- Aile: Aile gelirine katkı, çocuklarının geleceği gibi nedenler bu grup motivasyon faktörleri altında toplanmıştır.

Iakovleva (2017), Rusya ve Norveç'teki kadın girişimcileri temel aldığı çalışmada, geleneksel literatürde yer almayan motivasyon faktörlerini bulmayı amaçlamıştır. Kadınlarla ilgili çalışmaların, genel olarak erkek egemen girişimcilik literatüründeki teoriler temel alınarak yapıldığını savunan Iakovleva (2017, s.384), yaptığı araştırmada literatürde zaten yer alan parasal motivasyon kaynağı, başarı isteği, kendini gerçekleştirme gibi motivasyon faktörlerinin dışında kadınları motive eden farklı motivasyon faktörlerine yoğunlaşmıştır. Son yıllarda yapılan çalışmalar, girişimciliğin sadece ekonomik nedenlerle değil, aynı zamanda toplumdaki bazı problemleri çözmeye yönelik olarak da ortaya çıktığını belirtmiştir. Iakovleva, Norveç'ten 12, Rusya'dan 21 kadın ile yaptığı yarı-yapılandırılmış görüşmeler neticesinde, kadın girişimciler için fırsatların sosyal ya da toplumsal ihtiyaçlar sonucunda ortaya çıktığını, bu ihtiyaçların da onların girişimcilik motivasyonlarını etkilediğini ortaya koymuştur. Iakovleva (2017, s.391), kadın girişimcilerin motivasyon kaynaklarını 3 faktör altında toplamıştır:

- Sosyal ihtiyaç: Parasal olmayan nedenlerle, toplumsal bir ihtiyaç sonucunda diğer insanlara yardım etmek, durumu değiştirmek amacı ile girişimciliğe adım atmak.
- Paydaşları tatmin etmek: Çevrelerindeki insanların ihtiyaçlarına odaklanmak.
- İlişki cephesi: Çalışanlar ile iyi ilişkiler geliştirmek, çalışanlar mutlu olduğu için tatmin yaşamak.

Yukarıda sıralanan motivasyon kaynakları dışında Rus kadın girişimciler, para kazanmak, kendini gerçekleştirmek, bağımsız olmak gibi faktörlere de vurgu yapmıştır. Norveçli kadın girişimciler, Rus kadın girişimcilere nazaran parasal faktörlere daha az vurgu yapmıştır. Norveçli kadın girişimciler arasında bağımsızlık, kendini gerçekleştirme isteği de çok güçlü motivasyon faktörleridir.

1.2.5. Türkiye’de Kadın Girişimciliği

Bir önceki bölümlerde kadın girişimci kavramı, kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri, kadın girişimciliği alanında yapılan yeni açılımlar, girişimcilik konusunda kadınları erkeklerden ayıran unsurlara değinilmiştir. Bu bölümde ise Türkiye’deki kadın girişimciliği konusuna yer verilecektir.

Türkiye’de girişimcilik özellikle 1980’lerde önemli atılımlar yapmıştır. Serbest piyasa ekonomisi ile ihracata yönelik kalkınma stratejisi ile girişimcileri destekleme politikaları devreye girmiştir (Güney, 2008, s.20-21).

Global Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor (GEM)), ülkelerdeki girişimcilik faaliyetlerini Toplam Girişimcilik Etkinliği (Total Entrepreneurial Activity (TEA)) indeksi ile ölçmektedir. Toplam Girişimcilik Etkinliği, bir ülkedeki bir girişimi başlatmak veya yürütmek ile ilgili olan yetişkinlerin oranını ölçmektedir. Entrepreneurship in Turkey 2010 GEM Raporuna göre, 2010 yılında her 100 yetişkinden 9 tanesi girişimci olarak ifade edilmektedir. Bu oran 2008 yılında 6 kişi iken, Türkiye’de girişimcilerde artış olduğu gözlenmektedir (Karadeniz, 2010, s.11). GEM, fırsat bazlı ve ihtiyaç bazlı girişimciler arasında da ayırım yapmaktadır. Fırsat bazlı girişimciliğin ekonomiye daha büyük katkıda bulunacağını belirtildiği raporda, Türkiye’de girişimcilerin %60’nın fırsat bazlı (TEA indeksi: %4,65), %40’ının ise ihtiyaç bazlı (TEA indeksi: %3,21) girişimciler olduğunu belirtmiştir (Karadeniz, 2010, s.25). Fırsat bazlı girişimcilerde 2008 yılına göre bir artış olduğu ama 2010 oranının yine de Türkiye’nin yer aldığı etkinlik güdümlü ekonomiler içerisindeki ülkeler ortalamasından (TEA indeksi ortalaması: %7,81) düşük olduğuna dikkat çekilmiştir. Karadeniz (2010, s.27), cinsiyet farklılığını da ekleyince, Türkiye’de ihtiyaç nedeni ile girişim kuran kadınların artış oranının erkeklere oranla daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Genel olarak ülkelerde erkek girişimci sayısı kadın girişimci sayısından daha fazladır. Bu durum Türkiye için de geçerlidir. Türkiye'yi diğer ülkelerden ayıran durum ise, içinde bulunduğu etkinlik güdümlü ekonomiler içerisinde erkek girişimci oranı en yüksek ülke olmasıdır. Her 100 erkek girişimciye oranla Türkiye'de sadece 28 kadın girişimci bulunmaktadır (Karadeniz, 2010, s.31). Türkiye'deki Toplam Girişimcilik Etkinliği (TEA) indeksleri Tablo 8'de verilmiştir. 2008 yılından 2016 yılına bakıldığında, kadın girişimcilik oranının neredeyse 4 katına çıktığı gözlenmektedir. Kadınlardaki artış oranının, erkek girişimcilerdeki artış oranından fazla olduğu görülmektedir. Bu artışın fırsat bazlı mı ihtiyaç bazlı mı olduğunu incelemek için Tablo 9 incelenebilir. Fırsat bazlı kadın girişimcilik oranının arttığını gözlemlemekteyiz. Bu da kadınları girişimciliğe teşvik etme amaçlı yapılan programların, eğitimlerin kadınların gördükleri fırsatları değerlendirmelerine yardımcı olduğunu, onları girişimciliğe yönlendirdiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 8

Global Girişimcilik Monitörü Türkiye Girişimcilik Etkinliği İndeks Değerleri

YIL	TEA (% Yetişkin Nüfus)	TEA-ERKEK (% Yetişkin Nüfus)	TEA-KADIN (% Yetişkin Nüfus)
2008	6	9,38	2,44
2010	8,6	13,45	3,67
2012	12	17	7
2016	16,1	22,3	10

Tablo 9

Global Girişimcilik Monitörü Türkiye'de Kadın Fırsat Bazlı/İhtiyaç Bazlı Girişimcilik Etkinliği İndeks Değerleri

YIL	Fırsat Bazlı Kadın-TEA (% Kadın-TEA)	İhtiyaç Bazlı Kadın-TEA (% Kadın-TEA)
2011	40	34
2012	64	33
2016	72,9	22,5

Tablo 10’da Türk İstatistik Kurumu’nun İşgücü İstatistiklerine göre 2000 ve 2017 yılları arasındaki kadın girişimci verileri verilmiştir. Kadın girişimci verisi olarak ‘İstihdam’ ölçümünün ‘İşteki Durum’ kırılımı seçilmiştir. ‘İşveren’ ve ‘Kendi Hesabına Çalışan’ veriler göz önünde bulundurulmuştur (TÜİK, işgücü istatistikleri veri tabanı, erişim, 27.12.2018).

Tablo 10

2000-2017 Yılları Arasında Türkiye’de Kadın Girişimci Oranları

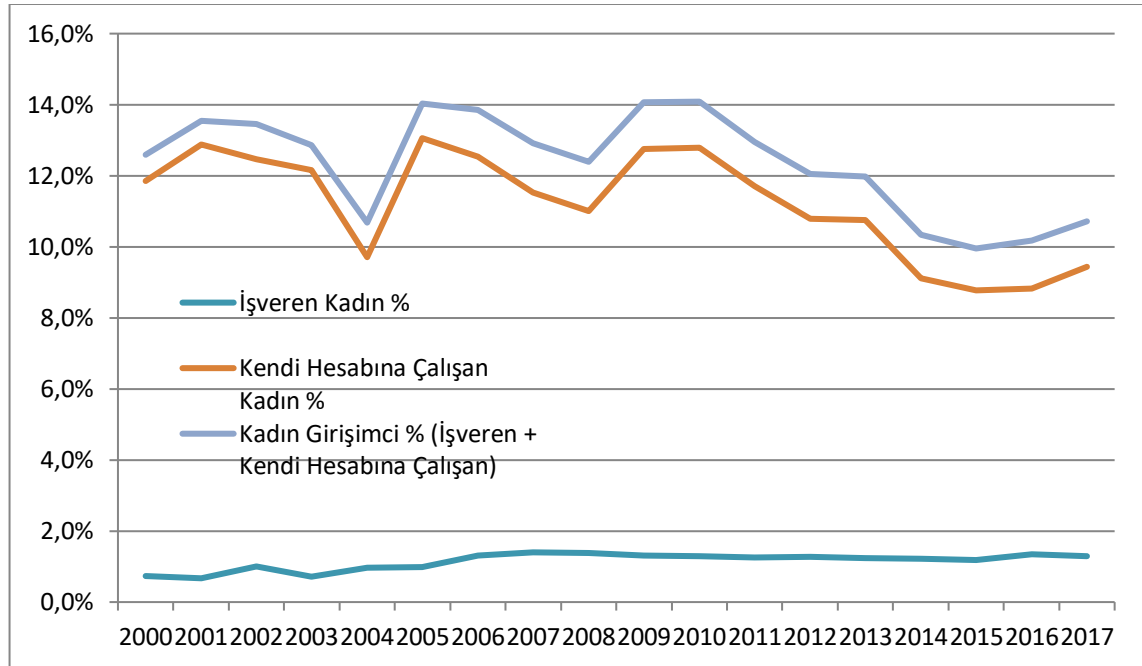
Yıl	İşveren Kadın (bin)	Kendi Hesabına Çalışan Kadın (bin)	Toplam Kadın İşgücü (bin)	İşveren Kadın %	Kendi Hesabına Çalışan Kadın %	Kadın Girişimci % (İşveren + Kendi Hesabına Çalışan)
2000	43	687	5801	0,7%	11,8%	12,6%
2001	40	769	5969	0,7%	12,9%	13,6%
2002	61	763	6122	1,0%	12,5%	13,5%
2003	42	716	5891	0,7%	12,2%	12,9%
2004	49	490	5047	1,0%	9,7%	10,7%
2005	50	667	5108	1,0%	13,1%	14,0%
2006	69	659	5258	1,3%	12,5%	13,8%
2007	75	617	5356	1,4%	11,5%	12,9%
2008	77	616	5595	1,4%	11,0%	12,4%
2009	77	749	5871	1,3%	12,8%	14,1%
2010	83	822	6425	1,3%	12,8%	14,1%
2011	87	816	6973	1,2%	11,7%	12,9%
2012	93	788	7309	1,3%	10,8%	12,1%
2013	94	821	7641	1,2%	10,7%	12,0%
2014	94	701	7688	1,2%	9,1%	10,3%
2015	95	707	8059	1,2%	8,8%	10,0%
2016	112	734	8312	1,3%	8,8%	10,2%
2017	112	823	8729	1,3%	9,4%	10,7%

Kaynak: TÜİK İşgücü İstatistikleri (1988-2013) (<https://biruni.tuik.gov.tr/isgucuapp/isgucu.zul>), TÜİK İşgücü İstatistikleri (2014 ve sonrası) (<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr>)

Şekil 3’te, Türkiye’de 2000-2017 yılları arasında kadın girişimci oranlarındaki değişim verilmiştir.

Şekil 3

2000-2017 Yılları Arasında Türkiye’de Kadın Girişimci Oranlarındaki Değişim



Kaynak: TÜİK İşgücü İstatistikleri (1988-2013) (<https://biruni.tuik.gov.tr/istatistik/istatistik.aspx?isgucuapp/istatistik.zul>), TÜİK İşgücü İstatistikleri (2014 ve sonrası) (<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr>)

Tablo 11’de görüldüğü üzere kadın ve erkek girişimci oranları arasında oldukça büyük bir fark görülmektedir. Yıllar bazında erkek girişimcilere oranla kadın girişimcilerin oranında artış gözlenmektedir.

Tablo 11

2000-2017 Yılları Arasında Kadın ve Erkek Girişimci Oranları

YIL	İşveren Erkek (bin)	Kendi Hesabına Çalışan Erkek (bin)	Toplam Erkek Girişimci (bin)	İşveren Kadın (bin)	Kendi Hesabına Çalışan Kadın (bin)	Toplam Kadın Girişimci (bin)	Kadın İşveren %	Kendi Hesabına Çalışan Kadın %	Kadın Girişimci %
2000	1.066	4.637	5.703	43	687	730	3,9%	12,9%	11,3%
2001	1.100	4.596	5.696	40	769	809	3,5%	14,3%	12,4%
2002	1.125	4.326	5.451	61	763	824	5,1%	15,0%	13,1%
2003	1.010	4.533	5.543	42	716	758	4,0%	13,6%	12,0%
2004	950	4.081	5.031	49	490	539	4,9%	10,7%	9,7%
2005	1.051	4.022	5.073	50	667	717	4,5%	14,2%	12,4%
2006	1.093	3.895	4.988	69	659	728	5,9%	14,5%	12,7%
2007	1.114	3.769	4.883	75	617	692	6,3%	14,1%	12,4%

YIL	İşveren Erkek (bin)	Kendi Hesabına Çalışan Erkek (bin)	Toplam Erkek Girişimci (bin)	İşveren Kadın (bin)	Kendi Hesabına Çalışan Kadın (bin)	Toplam Kadın Girişimci (bin)	Kadın İşveren %	Kendi Hesabına Çalışan Kadın %	Kadın Girişimci %
2008	1.172	3.707	4.879	77	616	693	6,2%	14,2%	12,4%
2009	1.132	3.680	4.812	77	749	826	6,4%	16,9%	14,7%
2010	1.120	3.725	4.845	83	822	905	6,9%	18,1%	15,7%
2011	1.157	3.871	5.028	87	816	903	7,0%	17,4%	15,2%
2012	1.145	3.907	5.052	93	788	881	7,5%	16,8%	14,8%
2013	1.088	3.951	5.039	94	821	915	8,0%	17,2%	15,4%
2014	1079	3777	4.856	94	701	795	8,0%	15,7%	14,1%
2015	1080	3760	4.840	95	707	802	8,1%	15,8%	14,2%
2016	1127	3801	4.928	112	734	846	9,0%	16,2%	14,7%
2017	1167	3992	5.159	112	823	935	8,8%	17,1%	15,3%

Kaynak: TÜİK İşgücü İstatistikleri (1988-2013) (<https://biruni.tuik.gov.tr/isgucuapp/isgucu.zul>), TÜİK İşgücü İstatistikleri (2014 ve sonrası) (<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr>)

Türkiye’de kadın girişimcilerin sektör bazlı dağılımı Tablo 12’de verilmiştir. Kadın girişimcilerin çoğunluğunun hizmet sektöründe faaliyet gösterdiği gözlenmektedir. Kendi hesabına çalışan ve işveren kadın girişimciler arasındaki önemli bir diğer fark da kendi hesabına çalışan kadınların daha büyük bir bölümünün tarım sektöründe faaliyet göstermesidir. Daha yüksek sermaye gerektiren sanayi ve inşaat gibi sektörlerde kadın girişimci oranı diğer sektörlerle göre daha düşüktür.

Tablo 12

Kadın Girişimcilerin Sektör Bazlı Dağılımı

Yıl	İşveren Kadın %				Kendi Hesabına Çalışan Kadın %			
	Tarım	Sanayi	İnşaat	Hizmet	Tarım	Sanayi	İnşaat	Hizmet
2014	4,3%	10,6%	2,1%	83,0%	38,2%	24,9%	0,1%	36,8%
2015	3,2%	10,6%	2,1%	84,0%	36,4%	24,4%	0,0%	39,2%
2016	3,6%	12,5%	2,7%	81,3%	33,8%	23,8%	0,0%	42,4%
2017	2,7%	10,7%	4,5%	82,1%	31,1%	24,2%	0,0%	44,6%

Kaynak: TÜİK İşgücü İstatistikleri (2014 ve sonrası) (<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr>)

Türkiye’de Kadın Girişimcilere Verilen Destekler

Kadın istihdamını arttırmanın yollarından biri de kadınları girişimciliğe teşvik etmektir. Kadın girişimcilerin sayısını arttırmak, kadınları girişimciliğe teşvik etmek için Türkiye’de kadın girişimcilere özel teşvik paketleri mevcuttur. Bu teşvikler devlet ve

birçok özel kuruluş tarafından sağlanmaktadır. Türkiye’de kadın girişimciliğini arttırmaya yönelik programları, teşvik paketleri olan kurum ve kuruluşlar aşağıda verilmiştir:

1. KOSGEB (<https://www.kosgeb.gov.tr/>)

KOSGEB, girişimcilere Girişimcilik Destek Programı adı altında 50 bin TL’ye kadar geri ödemesiz, 100 bin TL’ye kadar geri ödemeli destek sunmaktadır. Bu programda kadınlara özel, destek oranı %60’tan %80’e çıkmaktadır. Hatta KOSGEB’in belirlediği 3., 4., 5. ve 6. Bölgelerdeki destek oranı kadınlar için %90’a çıkmaktadır. Mali desteğin yanı sıra, ücretsiz uygulamalı girişimcilik eğitimleri de verilmektedir.

2. Kredi Garanti Fonu (KGF) (<http://www.kgf.com.tr>)

KGF, teminat yetersizliği dolayısı ile kredi alamayan KOBİ’lere kefil olarak, kredi alabilmelerine destek olur. Kadın Girişimci Destekleri altında, 55 yaşını aşmamış kadınlara, faaliyet süresi en fazla 2 yıl olan kadın şahıs işletmelerine ya da hisselerin toplamının en az %50’sinin kadına ait olduğu işletmelere destek verilmektedir. Kadınların en az ilkokul mezunu olmaları şartı aranmaktadır.

3. KAGİDER (<http://www.kagider.org/>)

Girişimcilik yolu ile kadınların güçlenmesini hedefleyen bir sivil toplum kuruluşu olan KAGİDER, kadın girişimciliği ekonomik güçlenme ile kadının güçlenmesine katkıda bulunacağı için desteklemektedir. KAGİDER, kadın girişimciler için eğitim ve mentörlük programları sağlamakta, kadın girişimciliğin desteklenmesi için yasal altyapıyı desteklemek ve finansal kaynak erişimine yol göstermek için çalışmalara yürütmektedir.

4. VakıfBank, EBRD Kaynaklı Kadın Girişimcilere Destek Paketi
(<https://www.vakifbank.com.tr/ebrd-kadin-girisimciye-destek-paketi.aspx?pageID=1253>)

Kadın Girişimciliğin desteklenmesi ve artırılması için Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası’ndan (EBRD) 30.000.000 USD’lik bir fon temin edilmiş, kadın girişimcilerin

ihtiyaçlarına yönelik kredi ürünleri, uygun faiz oranları ve 84 aya kadar vadeler sunulmuştur.

5. Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (<http://www.tgmp.net/tr/>)

Bankalardan kredi alamayan ama kendi işini kurmak isteyen kadınlara finansal destek sağlamaktadır. Finansal desteği alabilmek için 3 günlük eğitime katılmak ve 5 kişilik bir ekip kurmuş olmak şartlarını sağlamak gerekmektedir. Mikrokredi, kefalet ve teminat gerektirmemektedir.

6. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu (<https://www.tobb.org.tr>)

Kadın girişimcileri eğitmek, onları daha donanımlı ve nitelikli hale getirmek, kadınlar arasında girişimcilik kültürünün yaygınlaşmasını sağlamak amacı ile eğitimler vererek, kadınların girişimciliğe atılmasına destek sağlamaktadır.

7. Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV) (<http://www.kedv.org.tr/>)

1986 yılında kurulmuş olan sivil toplum kuruluşu KEDV, kadınların ekonomik durumlarını ve yaşam kalitelerini iyileştirmeyi hedeflemektedir. KEDV, kadınların ekonomik olarak güçlenmeleri için eğitim, kredi, danışmanlık ve pazarlama desteği sağlamaktadır. Maya Mikro Ekonomik Destek İşletmesi, KEDV tarafından kurulmuş bir mikro kredi kurumudur.

Bu bölümde kadın girişimci kavramı ele alınmıştır. Kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri, kadın girişimciliği alanında yapılan yeni açılımlar, kadınları erkeklerden ayıran unsurlar ve Türkiye'deki kadın girişimciler hakkında istatistiki değerler verilerek kadın girişimciliği konusunda bilgilendirme sunulmaya çalışılmıştır. Bir sonraki bölümde, annelik, annelik ideolojileri ve anne girişimciliği konusuna giriş yapılacaktır.

1.3. ANNELİK VE ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ

1.3.1. Annelik Kavramı

1970'lerde kadınların elde ettiği özgürlük kendilerine yönelmelerine ve kendi kaderlerini belirleyebilmelerine olanak sağlamıştır. Kadına ev dışında da bir hayat olduğu, kadının annelik ve ev işleri dışında da bir şeyler yapabilmesine olanak sağlamıştır. Kadınların, çocuk doğurup doğurmama, kariyer seçenekleri gibi konularda seçme şansını elde etmelerini sağlamıştır. Fakat 1990'larda yaşanan ekonomik gerileme ile birlikte ilk aşamada işsiz kalanlar kadınlar olmuştur. Kadınların yaşadıkları bu durum, onların tekrar anneliğe yönlendirmiştir. Annelik statüsünün de değerli olduğunu, bir çocuk yetiştirmenin kendilerini tekrar bulmalarına yardımcı olacağını düşünmeye başlamışlardır. İş hayatında umduklarını bulamadıklarında, verdiklerine oranla aldıkları karşılığın bir değerinin olmadığını düşünmeye başladıklarında, anneliğin de ayrı bir değerinin olduğunu ve profesyonel hayatta gösteremedikleri başarılarını, çocukları aracılığı ile göstermeyi düşünmüşlerdir. Yetiştirdikleri çocukları kendilerinin bir eseri olarak görüp, bunu kendi başarıları olarak sahiplenmişlerdir (Badinter, 2011, s.9-38).

Badinter (2017), çocuk arzusunun evrensel olduğunu ve kişinin kendi soyunu devam ettirmek için içgüdüsel olduğunu belirtmiştir. Bunların yanı sıra çocuk sahibi olma kararının kolay bir karar olmadığını, bir insanın hayatını baştan değiştirdiğini ve uzun süreli bir kendini adama gerektirdiğini belirtmiştir. Fransa'da yapılan ve insanlara neden çocuk yaptıklarına dair soru yöneltildiği bir araştırma sonuçlarından bahseden Badinter, cevapların %73'nün zevk ile, %69'unun görev ile, %48'nin de sevgi ile bağlantılı olduğunu belirtmiştir (s.17-19).

Kadınlar, kendilerini sadece annelik vasfı ile kanıtlamak zorunda kalmadıklarında, çocuk kararı vermek zorlaşmıştır. Çocuk kararı, diğer başka zorunluluklarla çatışmaya başlamıştır. Mesleğinde önemli bir konumda olan ya da kariyer yapmak isteyen kadınlar, çocuk kararının, kariyerlerini nasıl etkileyeceğini, çocuk ve kariyeri birlikte yönetip yönetemeyeceklerini sorgular olmuştur (Badinter, 2017, s.20). Annelik, insanlarda, sevgi ve mutluluk çağrışırsa da aynı zamanda tükenmişlik, yalnızlık, suçluluk duygularını da

beraberinde getirdiğini ifade eden Badinter (2017), annelik ile birlikte büyük bir sorumluluğun geldiğini ve özgürlüğün büyük ölçüde kısıtlandığını da vurgulamıştır.

Kadınların, ne zaman anne olacaklarına karar verebilmeleri sayesinde, anne olma yaşı yükselmiş, doğurganlık oranı azalmış, iş hayatında kadınların sayısında artış gözlenmiş ve kadınlar hayat tarzlarını çeşitlendirmiştir (Badinter, 2017, s.25). Kadınlar, hayatlarını istedikleri gibi yaşayıp şekillendirdikten sonra, çocuk arzusundan ziyade yaş baskısı ve anne olma şansını yitirme korkusundan dolayı anne olmaya karar verir hale gelmiştir.

1.3.1.1. Annelik Temel Alındığında Kadınların Sınıflandırılması

Gilbert (2008), Amerika'da kadınların sahip olduğu çocuk sayılarına göre yaptığı araştırmada, kadınları hayat tarzları ve aileye verdikleri öneme göre dört farklı gruba ayırmıştır. Tipolojiyi, bir doğru üzerinde yerleştiren Gilbert (2008), doğrunun iki karşılıklı ucunda yer alan kadınları *geleneksel* ve *post modernler* olarak ifade etmiştir. Doğrunun ortasında yer alanları ise *neo-gelenekseller* ve *modernler* olarak adlandırmıştır.

- *Geleneksel*: Bu kategoride sınıflandırılan kadınların önceliği çocukları olmuştur. Çocuğun doğumu ile birlikte çalışma hayatlarına son vermiş ve tüm çabalarını çocuklarının eğitimi ve bakımı için göstermektedirler. Kendilerini çocuklarına adanarak, kendilerini gerçekleştirirler. Genel olarak üç veya daha fazla sayıda çocuklara sahiptirler.
- *Post modernler*: Bu kategoride sınıflandırılan kadınlar, *geleneksel* kadınların tam tersi bir profil çizmektedirler. Çocuksuz olan bu kadınlar, kendilerini tamamen kariyerlerine adanarak ve kendilerini profesyonel hayattaki başarıları ile gerçekleştirirler.
- *Neo-gelenekseller*: İki çocuklu anne gruplarından birini oluşturur. Neo-gelenekselciler, aile ve işleri arasında bölünmüşlerdir ama ağırlığı aileye vermektedirler.
- *Modernler*: Aile ve kariyerlerini dengelemeye çalışan bu ikinci gruptaki kadınlar, neo-gelenekselcilere göre kariyerleri için daha çok çaba sarf etmektedirler.

Bir diğer sınıflandırma da Hakim (2007) tarafından yapılmıştır. Hakim (2007) yaptığı çalışmada, hayat tercihlerine ve tarzlarına göre, kadınları üç gruba ayırmıştır:

- *Ev-Merkezli*: Bu grup altında sınıflandırılan kadınlar için öncelik genel olarak çocukları ve evleridir. Bu nedenle kariyerlerinde vazgeçerler. Eğer finansal bir zorunluluk yok ise çalışmamayı tercih ederler.
- *Uyumlu*: Bu grup altında sınıflandırılan kadınlar, iş ve ailelerini dengelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma hayatında varlar fakat profesyonel bir kariyer elde etmek için çaba göstermemektedirler. Planladıkları bir kariyer hedefleri yok. Temel amaçları çalışma hayatında var olup, aile hayatlarını dengelemek.
- *İş-Merkezli*: Bu grup altında genelde çocuksuz kadınlar sınıflandırılmıştır. Kendilerini tamamen işlerine, kariyerlerine odaklamışlardır ve akademik hayatları da bunu destekleyecek yoğunluktadır.

Hakim (2006), Tercih Teorisine göre üç grup altında sınıflandırdığı kadınlardan uyumlu kategoride olanların hem iş hem de aile hayatlarından zevk almak istediklerini ifade etmiştir. Öncelik ne işte ne de aile hayatındadır. Bu kadınlar, aile-iş dengesini gözeten, aile-dostu politikalara sahip iş yerlerini tercih ederler. Genellikle çocuk olduktan sonra yarı zamanlı işlere dönerler (s.289).

1.3.1.2. Annelik Kavramının Son Dönemdeki Değişimi

Annelik ile ilgili yapılan çalışmalarda, anneliğin önemi üzerinde durulmuş ve *Bağlanma Teorisi* (Bowlby, 1969) 1970'lerde öne sürülmüştür. *Bağlanma Teorisi*, çocuğun psikolojik olarak sağlıklı bir şekilde gelişmesi için anne ve çocuk arasında güvenli bir bağlanma ilişkisinin oluşması gerektiğini dile getirmektedir. John Kennel ve Marshall Klaus yazdıkları makalede, çocuk doğduktan hemen sonra anne ile tensel temas kurması gerektiğini; bu tensel temasın, anne-çocuk ilişkisini önemli derecede etkilediğini ve çocuğun daha sonraki yaşantısında önemli olduğunu vurgulamışlardır. Daha sonraki yıllarda, akademisyenler, anne-çocuk arasındaki bağın güçlü olması için annenin bebeğin ilk bir yılında evde onunla birlikte olması gerektiğini savunmuşlardır. Çalışan kadınlar için, doğumdan sonra işe dönmek zorunda kalan kadınlar için bu tezin ne kadar zorlayıcı olduğunu ve annelerin kendilerini ne kadar suçlu hissetmelerine sebep olduğunu söylemek zor olmasa gerek. Bebeğin ilk saatlerinde anne ile tensel temasının önemini, anne ve çocuk arasındaki ilk yılın önemini üzerinde durulmaktadır (Badinter, 2017, s.53-56).

Yeni feminist düşünce, kadının erkek ile eşit olması için kendi özünü reddetmesine karşı çıkmıştır. Tam tersine, kadının farklılıklarını ortaya çıkarması gerektiği üzerinde duran yeni feminist akım ile annelik de yüceltmeye başlanmıştır (Badinter, 2017, s.63).

Annelikle birlikte kadının sorumlulukları artmaya başlamıştır. Çocuk sahibi olmak demek, daha fazla sorumluluk demek. Kadın, annelik serüveni ile birlikte, çocuğuna sevgi vermeli, onu anlamaya çalışmalıdır, ihtiyacı olduğunda her zaman yanında olmalıdır. Bağlanma Teorisinin yanı sıra, emzirme reformu (La Leche League) da kadınların işe döndükleri takdirde çocuklarını ihmal edebileceklerini vurgulayarak, kadınları yine suçlu hissettirmiştir. Kadın, çocuğu her istediğinde emzirebilmeli, bu yüzden tam zamanlı anne olmalıdır tezini savunan bu reform, kadınların çalışmasına ve çocukların kreşe gönderilmesine de karşı çıkmaktadır. Bu reform ile emziren anne yüceltilmiş, evde kalıp çocuğunu büyüten annenin çocuğunun daha iyi gelişip, topluma daha faydalı bir birey olacağı savunulmuştur (Badinter, 2017, s.69-82).

Badinter (2017, s.101-113), kadınların özgürlüklerini elde ettikleri noktada, annelik ile birlikte tekrar gönüllü köleliğe geri dönüş yaptıklarını belirtmiştir. Çocuğun sorumluluğun tamamen annenin üstlenmesi ile birlikte, babalar çocuk bakımında atıl kalmış ve gönül rahatlığı ile işlerine odaklanmışlardır. Bu arada anneler, sorumlulukları ve vicdani yükümlülükleri ile baş başa kalıp çocukları ile birlikte tam zamanlı anne olmuşlardır. 1970'lerin başında kadınların *önce ben* için mücadeleleri yavaş yavaş kendini *önce çocuk* felsefesine bırakmıştır. Günümüzde, kadınlar kendi annelerinin özgürlükleri için verdikleri mücadeleyi göz ardı ederek, onları fazla bencil olmakla suçlayarak, özgürlükleri için kendi çocuklarını bile feda edebildikleri için eleştirerek, annelerinin kazandıkları hakları yok saymışlardır. Günümüzde kadınlar, daha iyi anne olabilmek için, iş hayatından feragat etmişlerdir.

Badinter (2017, s.119-121), annelik modelinin toplumlara, kültürlere ve yaşanılan döneme göre değişiklik gösterdiğini, günümüzde ise anneliğin daha önceki dönemlerden çok daha zor hale geldiğini vurgulamıştır. Geçmişe oranla, annelik artık bir kadının tam gün mesaisini talep eden bir olgu haline gelmiştir. Kadınlar, annelik ile bireysel tamamlanma istekleri arasında bocalamak zorunda kalıyor. Badinter, kadınların bu dönemde yaşadığı çelişkileri üç başlık altında sıralamıştır:

- Toplumsal çelişki: Toplum bir yandan kadınlardan tam zamanlı annelik yapmasını talep ederken, bir yandan evde kalıp çocuğuna bakan kadınları sıradan olarak sınıflar. Annelik sayesinde kadının kendini gerçekleştirebileceğini savunurken, bir yandan da annelik ile birlikte kadın, sosyal statüsünü toplum içinde kaybeder.
- Çift ile ilgili çelişki: Bir çocuğun beraberinde getirdiği sorumluluklar, zorluklar, fedakârlıklar çiftleri zorlamakta ve çoğu ayrılık doğumdan sonraki ilk üç sene içerisinde gerçekleşmektedir.
- Kişisel çelişki: Kadınlar, çocuk sevgisi ile kişisel hedefleri ve istekleri arasında bocalamaktadır. Bir yandan, kadının kendisini tamamlaması için çocuğa ihtiyaç olduğu savunulurken, bir yandan bu çocuk kadının kendisini tamamlaması için engel de oluşturabilmektedir.

Badinter (2017), natüralist yaklaşımın anneler üzerindeki etkisinin git gide arttığını, onlardan her geçen gün daha fazla talepte bulunduğunu, annelerin yaşadığı çelişkilerin sürekli arttığını, bu nedenle anneliğin her gün daha zorlu hale geldiğinin altını çizmiştir.

Kadının yaşadığı çelişkiler yüzünden, annelik yaşının son yıllarda arttığını belirten Badinter (2017, s.123), kadınların kendi kişisel isteklerini yerine getirmek, ekonomik ve sosyal özgürlüklerinin tadını çıkarmak için çocuk yapma kararını ertelediklerinin altını çizmiştir. Kadınların çoğunluğu, anne olmak dışında da başka seçenekleri olduğunu fark ettikleri, çocuk yapmayı reddetmedikleri ama bu kararı da mümkün olduğunca erteledikleri ifade edilmiştir. Çocuk sahibi olmayı kesinlikle reddeden kadınların olduğu, bunun kendi kişisel kararları olduğu ve bunu anneliğin kendilerini kısıtlayacağını, özgürlüklerini ellerinden alacağını düşündükleri için karar verdikleri belirtilmiştir. Badinter (2017, s.131-133), kadınların önce özgürlüklerini sağlayacak koşulları yerine getirip, mesleklerinde bir yere ulaştıktan sonra, çocuk sahibi olmanın getireceği mutluluğu da yaşamak istedikleri için anneliğe karar verdiklerini belirtmiştir. Bunun için anneliğe daha geç bir yaşta adım atıyorlar ve daha az sayıda çocuk sahibi oluyorlar. Kadın ve anne kimlikleri arasında kadınların müzakereci konumunda olduklarını belirten Badinter (2017), her iki kimliğin taleplerinin artması sonucunda bu müzakerenin de gittikçe zorlaştığının altını çizmiştir. Birbirleriyle çatışan bu iki kimlikten birinden tamamen vaz geçmeden, kadınlar her ikisini de nasıl idare edebilir?

DiQuinzio (1999, s.vii-xii), 20. Yüzyılın ortalarına doğru hareketlenen kadın hareketinin, annelik ile ilgili de çekişmeleri yoğunlaştırdığını belirtmiştir. Feministler annelik ile ilgili ortak bir paydada anlaşamamıştır. Bazıları anneliğin, kadınların sınırlandırılmasına doğanın, biyolojinin ve erkek egemen dünyadan zulüm görmesine neden olduğunu belirtirken, diğerleri de anneliğin kadınların kimliğinin önemli bir kaynağı olduğunu, kadınların toplumdaki değerinin temelini oluşturduğunu ve onların en güzel başarılarından biri olduğunu savunmuşlardır. DiQuinzio, feministlerin isteklerinin birbiriyle çelişki içerisinde olduğunu da belirtmiştir. Bir yandan kadınların çocuk doğurup yetiştirme konusundaki kararları için özgür ve özerk olmalarını savunurken, bir yandan kadınların çocuk yetiştirme konusundaki özerkliğini sınırlandıracak erkeklerin de çocuk yetiştirme konusunda eşit derecede katılmalarını talep etmektedirler. Feministler bir yandan, kadınların anneliklerine atıfta bulunmadan erkekler ile eşit derecede muamele görmesini savunurken, bir yandan da annelerin ilgi ve ihtiyaçlarının karşılanmasını talep etmektedirler. Sosyal kurumların, politika ve uygulamaların, kadınların mevcut ya da potansiyel anneliğini düşünmeden erkek ve kadınlara eşit şekilde davrandığında, çocuk sahibi olmayan kadınların bundan yarar gördüğünü ancak çocuk sahibi olan kadınlar bu bakış açısında dezavantajlı konuma düşmektedir. Kadınların, çalışma yaşamında erkekler ile eşit derecede muamele görmesi talebi bir şekilde karşılık görürken, erkeklerin çocuk büyütme ve ev yaşamında kadın ile eşit derecede sorumlu olması gerektiği ile ilgili talep benzer şekilde karşılık görmemektedir. Bunun sonucu da kadının, işinde kendisinden beklenen sorumlulukları yerine getirdikten sonra evde de tüm sorumluluğu kendisinde olan çocuk bakımı, yetiştirilmesi ve ev işleri ile ilgili ikinci vardiyasına başlamak zorunda kalmasıdır. Feminizmdeki birbiri ile uyumlu olmayan bu ilerleme, kadınların yaşamlarını zorlaştırmıştır. Feminizm, bir yandan kadınların bir birey olarak özgürlüğünü savunmak için bireyciliğe güvenirken, diğer yandan annelik gibi bir konuda bireyciliğe tutunarak, anneliği kuramlaştıramamaktadır. DiQuinzio (1999, s.xiii), bireyciliğin temel annelik olarak adlandırdığı ideoloji ile yakından ilgili olduğunu savunmuştur. Temel annelik, anneliği doğal ve kaçınılmaz olarak ele almaktadır. Temel annelik, kadınlarda doğal olarak bulunan, empati yeteneği, başkalarının ihtiyaçlarını anlama ve kendini feda etme özellikleri sayesinde, kadınların çocuk bakımına özverili bir şekilde kendilerini adanmalarını savunur. Temel annelik, bu özellikler doğal olarak kadınlarda bulunduğu için, kadınların isteklerinin doğal olarak anneliğe kaydığını ve onların duygusal olarak

tatmin olmaları için anneliğe ihtiyaç duyduklarını savunmaktadır. Temel anneliğe göre, kadınlar anne olmalıdır, diğer yandan anneliği öyle bir şekilde konumlandırmaktadır ki, kadınların ve annelerin bireyselliğine karşı çıkmaktadır. Bunu, anneliği kadınların temel fonksiyonu olduğunu belirterek yapmaktadır. DiQuinzio (1999, s.xv), feministliğin fark ikilemine (the dilemma of difference) dayandığını belirtmiştir. Feministler bir yandan kadınların farklılıklarını reddederek onların eşitliğini sağlamaya çalışırken, diğer yandan kadınlara has özel durumları ele almak için bu farklılıkları kullanabilmelidir.

1.3.1.3. Annelik İdeolojileri

Hays (1996, s.21), annelik ile ilgili araştırmalarında ortaya “yoğun annelik” adında bir kavram ortaya çıkarmıştır ve yoğun anneliğin, uygun çocuk yetiştirme için oluşturulan kültürel bir model olduğunu ifade etmiştir. Hays, yoğun annelik modelinin çocukların eşsiz ve paha biçilemez olduğunu, çocuk yetiştirmenin öncelikli sorumlusunun anne olduğunu ve bu görevin anne tarafından yapılması gerektiğini, çocuk bakımının çocuk ihtiyaçlarının etrafında şekillenmesinin ve yetiştirmenin de uzmanların belirttiği şekilde emek ve maliyet yoğun olması gerektiğini ifade eden bir model olduğunu belirtmiştir. Çocuğu merkeze alan bu model, çocuk yetiştirmek için en iyi model olduğu, çünkü çocuğun buna ihtiyaç duyduğunu ve bunu hak ettiği ifade edilmiştir.

Hays (1996), hiç çocuk doğurmasalardı kadınların kendilerini *yalnız, boş ve bir şeyleri kaçııyor* gibi hissedeceklerini ifade etmiştir. Anne olmak, *dünya üzerinde bir iz bırakmak, kendilerinden ve sevgilerinde oluşan bir uzantı yaratabilmek* olarak ifade edilmiştir (s.109). *Sevgi*, yoğun anneliğin temel taşlarından birini oluşturmakta bu nedenle de çocuk yetiştirmek *doğal* olarak duygusal anlamda tüketici hale gelmektedir. Yoğun annelik modelinde, eğer çocuğun ihtiyacı sürekli onunla ilgilenmek ve onu yetiştirmek ise, bu ona sağlanmalıdır; annenin kendi hayatını beklemeye almasını gerektirse bile. Çocuk bakımı merkezde olduğu için, çocuğun ihtiyaçları öncelikli ve hemen yerine getirilmelidir. Anne, çocuğun ihtiyaçlarını karşılamak için kendi ihtiyaçlarını ve diğer her şeyi bir kenara koymalıdır. Çocuk merkezli bakım, çocuk için neyin iyi olduğuna odaklanır, ebeveyn olarak kendisine neyin daha çok uyduğuna değil. Bu nedenle de yoğun annelikte çocuk bakımı emek-yoğun bir iş haline gelmektedir. Yoğun annelik modelinde, çocuğu yetiştirmek, çocuğu beslemek, çocuğu dinlemek,

çocuğun ihtiyaç ve isteklerini çözmeye çalışmak ve bu istek ve ihtiyaçları kendi istek ve ihtiyaçlarının önüne koyarak yerine getirmek günlük emek isteyen bir uğraş haline gelmektedir. Bu hem zaman alıcı hem de emek yoğun bir uğraş haline gelmektedir. Yoğun annelik modelinin, kadınlardan beklentileri, anneliğin kadınların gözünde zorlu bir iş haline getirmektedir. Annelik, 7/24 mesai isteyen bir uğraşa, çoğu profesyonel işten daha talepkâr bir hale gelmektedir. Tüm zamanlarını çocuklarına adanmış olmalarına rağmen yine de anneler, yüksek miktarda kaygı ve endişe duymaktadırlar. Bunun temel nedeni de yaptıklarının uygun ve yeterli olup olmadığını sürekli sorgular hale gelmelerinden kaynaklanmaktadır (s.111-121). Hays, yoğun anneliğin, çocuğu, çocuk yetiştirmeyi ve anneliği kutsallaştırdığını da ifade etmiştir. Annenin bencil olmayan ve çocuk büyütme özellikleri, onu kutsal hale getirmektedir. Çünkü anne, kendisinden ödün vermekte ve sahip olduğu kaynakları çocuğu için bedava vermektedir (s.122-125). Kendini gerçekleştirmek, kişisel hobiler, statü ve maddi varlıklar için daha çok endişelenen ve bunlar için daha çok zaman ayıran kadınlar, bencil istekleri için çocuklarına yeterli vakit ayırmadıkları, yeterli derecede ilgilenmedikleri için *kötü anne* olarak görülmektedirler. Çocuk büyütme en önemli ve anlamlı işlerden biri olduğu için, kişinin kendisine ve kişisel uğraşları için zaman ayırmasından da daha önemli olduğu aşikârdır. Bu nedenle, *iyi anne*, aynı zamanda, çocuğunun bir şeyler elde edebilmesi adına kendi isteklerinden gönüllü ve istekli olarak vazgeçen kişi olarak da görülmektedir. Anne, tüm bu fedakarlığı karşılığında ise çocuğu ile kalıcı ve uzun süreli bir ilişki elde etmektedir. Bu da anneyi *yalnız, boş ve bir şeyleri kaçırıyor* olma duygusundan kurtarmaktadır (s.125-127).

Arendell (1999), yoğun anneliğin, annelik ideolojileri arasında baskın ideoloji olduğunu, anneliğin tamamen çocuk odaklı görüldüğünü, annenin başkalarının bakımı için kendinden fedakârlık yapması, kendi istek ve ihtiyaçlarını göz ardı etmesi gerektiği varsaydığını belirtmiştir (s.5). Arendell, yoğun annelik ideolojisinin, cinsiyetler arasındaki iş bölümünü desteklediğini belirtmiştir (s.6). Araştırmalarda, çalışan annelerin kendilerini psikolojik olarak daha iyi hissettiklerini, daha az depresyon ve kaygı duyduklarından bahsedildiğini ifade eden Arendell, yüksek kaliteli çocuk bakımına erişebilen, aileleri ve eşleri tarafından desteklenen kadınlarda kaygı durumunun en az seviyede olduğunu belirtmiştir (s.24). Daha düşük gelire sahip kadınlar ve çalışma şartları

üzerinde pek etkisi bulunmayan kadınların stres yükünün daha fazla olduğu gözlenmiştir (s.25).

Gunderson ve Barrett (2017), yoğun annelik ile psikolojik sağlık arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yoğun annelik ile ilgili yapılan çalışmaların, toplumun “iyi anne” beklentilerini karşılamaya çalışmanın kadınların psikolojik sağlıklarını kötü yönde etkilediğini önerdiğinden bahseden Gunderson ve Barrett, yoğun anneliği, çocuklara yüksek düzeyde duygusal destek sağlamak, çocuk ile olan ilişkiye yüksek düzeyde çaba ve düşünce harcamak ve daha fazla bakım sağlayabilmek adına ücretli çalışmanın azaltılması olarak tanımlamışlardır (s.992). Annelik ideolojilerinden biri olan yoğun annelik ideolojisine göre, annelik deneyimi bir kadının duygusal olarak en çok ödüllendirildiği deneyimdir. Yoğun annelikte anne, kendi duygusal ihtiyaçlarını çocuğu ile gidermektedir ve başka bir şeye ihtiyaç duymamaktadır. İyi anne olmak duygusal olarak ödüllendirilmesi için yeterli görülmektedir (s.994). Ancak, kadınlara yüklenen duygusal taleplerin yoğunluğu onlarda suçluluk, stres ve kaygıya neden olabilmektedir (s.993). Araştırma sonuçlarına göre yoğun annelik göstergelerinden hiçbiri (azaltılmış ücretli çalışma, anne/çocuk ilişkisi için harcanan çaba/düşünce, çocuklara verilen duygusal destek saati), psikolojik sağlığı olumlu olmasını etkilememiştir. Psikolojik sağlığın iyi olmasında daha çok, kadının daha geç yaşta anne olması, bir eş ya da partnerinin olması, tek çocuk olması etki etmiştir. Bu koşullar altında kadının psikolojik sağlığı iyi ve çocuk ile ilişkisi de daha olumlu olduğu gözlenmiştir. Ancak psikolojik sağlığın olumsuz olmasında, yoğun annelik göstergeleri etki etmiştir. Çocuklara verilen daha yüksek düzeyde duygusal destek, olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Olumsuz sonuçları arttıran diğer kontrol parametreleri ise, anne yaşının küçük olması, annenin çalışmıyor olması ve birden fazla çocuğa sahip olmasıdır. (s.1003). Gunderson ve Barrett, araştırma sonuçlarının yoğun anneliğin kadın sağlığını azalttığına dair daha önceden yapılmış çalışmalarını desteklediği sonucuna varmışlardır (s.1004). Araştırma, çocukları için daha fazla duygusal destek zamanı harcayan annelerin, daha az zaman harcayan ve diğer uğraşları için kendilerine zaman yaratan annelere göre daha çok depresif semptom gösterdiklerini ve kendi psikolojik sağlıklarını daha düşük değerlendirdiklerini ortaya çıkarmıştır. Anneler, çocukları için ilgilenmek adına, kendi ihtiyaç ve arzularından fedakârlık yaparak aslında stres düzeylerinin artmasına ve özerkliklerinin azalmasına neden olmaktadır (s.1005). Gunderson ve Barrett, çocuklar için harcanan çaba ve

duygusal desteğin, psikolojik sağlığı etkilediği sonucuna ulaşmış olmalarına rağmen, yoğun anneliğin bir diğer göstergesi olan azaltılmış ücretli çalışmanın bir etkisini gözlemlememişlerdir. Bunun nedenlerinden birinin ücretli iş kaybı ile yaşanabilecek stresin, diğer taraftan ücretli işin gerektirdiği taleplerin azalması ile oluşan rahatlama ve işe zaman ayırma konusunda daha az suçluluk duygusu duyulması nedeni ile dengelenmiş olabileceği ile açıklamaktadırlar (s.1006).

Damaske (2013), kadınların yoğun annelik talepleri ile nasıl mücadele ettiklerini sorgulamıştır. Kadınların alışma hayatlarındaki mevcudiyetlerinin artmış olması, onların ev-aile sorumluluklarının azalmasına ya da ev-aile düzleminde değişiklik olmasına yol açmamıştır. Hatta yoğun annelik ideolojisinin söylemleri nedeni ile annelik ile ilgili toplumun beklentileri artmıştır. Damaske, kadın ile erkek arasında ev-aile yaşamında eşitlikçi ilişkiler oluşmasını bekleyen kadınların bile yoğun annelik fikrini reddetmediklerini ifade etmiştir (s.438). Damaske aynı zamanda, kadının işe devam etmesi ya da işi bırakmasının onun toplumdaki farklı kesimler tarafından eleştirilmesinin önüne geçemediğini de ifade etmiştir. Kadın, anne olunca çalışmaya devam ettiğinde, kötü anne olduğu için; çalışmayı bıraktığında ise üretken olmadığı için eleştirilmektedir (s.438-439). Damaske, kadınların bu dilemmayı ozmek için ve toplum tarafından kabul görmek için farklı yollara, farklı söylemlere başvurabildiğine değinmiştir (s.440).

Polat (2012, s.36-37), kadının iş hayatında yer almaya başlaması, kadından beklentilerin değişmesi ve artması ile kadının annelik rolü ile çatışma yaşamaya başlamasına neden olmaktadır diye ifade etmiştir. Kadının iş hayatında yer almasının birçok olumlu etkisinin olduğuna dikkat çeken Polat, bu olumlu katkılardan kadının aile ve çalışma hayatı arasında sıkışarak rol atışması yaşaması nedeni ile yeteri kadar yaralanamadığına da değinmiştir. Her iki rolün gerektirdiği sorumlulukları yerine getirmeye çalışan kadın, bu roller arasında ne kadar denge kurmaya çalışsa da sonuç olarak zorlanmakta ve toplumda yerine getirdiği her iki rolü için de eleştirilebilmektedir. alışan anne, toplumda genel olarak olumsuz karşılanmıştır. Bunun temel nedeni ideal annelik ideolojisinde, annenin çocuğun bakımında birincil sorumlu ve çocuğun her zaman her şeyden öncelikli olarak görülmesidir. alışan anne, çocuğunun gerektirdiği zamanı ayıramadığı için, evine ailesine gerektirdiği ilgiyi gösteremediği için kötü anne olarak yansıtılmıştır. İdeal annelik, yoğun annelik ideolojilerinin getirdiği bir diğer kavram olan “*süper annelik*”

kavramında, kadının çalışıp çalışmamasının bir önemi yoktur: kadının asli görevi anneliktir (s.38). Çalışma hayatı, yan bir uğraş olarak görülmektedir. Çalışan annenin çocuğuna göstereceği ilgi ve ayıracağı zamanın en az çalışmayan anne kadar olması gerektiğini savunmaktadır.

Bailey (2000, s.53), makalesinde, orta sınıf annelerin annelik ve çalışma hayatı alanları ile ilgili söylemleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bailey, “*alanlar arası*” (inter-spatiality) kavramını öne sürerek, kadınların bu iki alan arasındaki ilişkiyi nasıl yönettiklerini ve müzakere ettiklerini açıklamıştır. Araştırmasında ilk doğumlarını yapmış otuz anne ile görüşen Bailey, kadınların anne olduktan sonra kimlik geçişlerini incelemiştir (s.68). Anneler ile yapılan görüşmeler neticesinde, annelerin iş ve aile ortamlarını fiziksel olarak farklı görmediklerini, hatta işini evden yürütebilmek ya da evine yakın iş bulabilmek adına kadınların arayış içerisine girdiğinden bahsedilmiştir (s.57). Her ne kadar ikinci dalga feminizm akımının anneliğin kendisini de bir iş olarak gördüğünden söz edilse de Bailey, yaptığı görüşmeler sonucunda, kadınların anneliğin toplumda yeterli değeri görmediğini düşündüklerini ifade etmiştir. Bailey, “*Benliğin Projesi*” temasını ele almış ve kadınların kendilerini bulmak için anneliklerini hem de çalışma hayatlarını bütünleştirdiklerinden bahsetmiştir. Araştırmaya katılan kadınlar, kişisel gelişimin sadece kariyerleri ile ilgili olmadığını, anneliğin de kişisel gelişimlerine katkıda bulunduğunu, annelik sayesinde sabır gibi farklı beceriler elde ettiklerinden bahsetmişlerdir (s.58-59).

Bailey (2000)’nin ele aldığı bir diğer tema da “*Hiyerarşi*” temasıdır. Anne olduktan sonra, kadınların kariyer ve iş hayatındaki hiyerarşilerden uzaklaştığı gözlenmiştir. Kadınlar, bir çocuk yapabilmenin/doğurabilmenin mucizesi ile karşılaştırıldığında, diğer başarıların anlamsız kaldığını ve başarı elde etmek için üzerlerinde herhangi bir baskı hissetmediklerini ifade etmişlerdir. Anne olana kadar kariyer basamaklarını tırmanmak için motivasyona sahip olan kadınlar, anne olduktan sonra kariyerleri ile ilgili farklı düşünmeye başlamışlardır. Bailey, anneliğin hiyerarşik olmaması ve bu nedenle özgürleştirici olması nedeni ile çalışma hayatı ile çeliştiği sonucuna varmıştır (s.60).

Bailey (2000), kariyer hırsları yok olan ve kariyer basamaklarını tırmanmak istemeyen annelerin, *benliklerinin projesi* kapsamında başka ne gibi amaçlarının olduğunu sorgulamıştır. Üçüncü tema olarak *bakım* teması ile devam eden Bailey, kadınların daha

çok ilgi/bakım içeren mesleklerde uzmanlaştığının altını çizmiştir. Kadınlar işi, sadece finansal bir ödül, statü ve sosyal etkileşime fayda sağlayan bir uğraş olarak görmemekte aynı zamanda topluma değer yaratmak ve bir kişinin kendisi ile ilgili olarak etik değerlerinin ifadesi olarak da algılamaktadırlar. Ancak, anneliğin bir tür özgürlük kaybı ve mali kayba neden olduğunu da belirtmektedirler (s.62).

Zaman temasını da ele alan Bailey (2000, s.63), kadınların doğumdan önce kişisel zamanlarını olduğunu ancak doğum sonrası zamanın artık onların olmadığını ve ele geçmeyen bir unsur olduğunu belirtmişlerdir. Çalışma hayatında zaman lineer bir olgu iken ve başlangıç ve bitişi belli iken, annelikte zaman sonsuz bir döngü haline gelmektedir.

Bailey (2000), kadınların işe döndüklerini çünkü anneliği yeterli görmediklerini belirtmiştir. Kadınların annelik dışında da bir şeyler yapabiliyor olmayı istediklerini; anneliği edilgen olarak görülürken, çalışmayı etkin olarak görmektedirler. İş, sadece kendilerine güvenmelerine olanak sağlamıyor aynı zamanda başkalarının gözünde onlara bir konum da sağlıyor. İş, anneliğe bir mola vermelerine, anneliğin tükettiği benliklerini tekrar kazanmalarına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda, çocuklarına örnek olabilmek adına da çalışma hayatına devam etmektedirler (s.64-67).

Lamar ve Forbes (2000, s.147), yoğun anneliğin, anne olmanın en doğru yolu olduğunu, bir annenin ev dışında bir iş ile ilgilenme olasılığını azalttığını ifade etmişlerdir. Lamar ve Forbes, 15 kadın ile yürüttükleri araştırmada, annelerden beklenenlerin bu kadar yüksek olduğu bir ortamda, kadınların kariyerlerine nasıl yön verdiklerini anlamaya çalışmışlardır. Lamar ve Forbes, araştırma sonucunda dört temanın ortaya çıktığını ifade etmişlerdir (s.152):

- *Çalışmayı Seçme Kararı:* Kadınların çalışmaya devam etme kararlarının ardında birden fazla belirleyici unsur var. Kültürel normlar, ailenin ve çocukların ihtiyaçları, kişisel ve başkalarının kendilerinden beklentileri, mali düşünceler, kendi eğitimlerine harcadıkları zaman ve emek için karşılık alma isteği, içsel motivasyon ve programlarının esnekliği karar vermede göz önünde bulundurulmuş unsurlar olarak sayılabilir. Kadınlar her ne kadar çalışıyor olmayı sevse de bir anne olarak tam zamanlı çalışırken çelişkili duygular yaşamadan da edemiyorlar.

Kadınlar, çocukları ile birlikte olma ile kendi ilgi alanlarına yönelik zaman ayırma arasında sıkışıp kalıyorlar. Araştırmaya katılan kadınlardan bazıları, çalışıyor olmalarını hiç sorgulamamışlardır. Çalışmayı normal ve doğal bir olgu olarak görüyor, bunun temel nedeni ise kendi annelerinin de çalışmış olması olarak ifade edilmiştir. İmkanları olması durumunda çalışmayı tercih etmeyecek olan kadınlar da mevcut, ancak onlar da mali açıdan çalışmalarını gerektiğini ifade etmişlerdir. Aileye giren çift maaşın, aileye daha iyi yaşam kalitesi ve mali açıdan bir güven oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Çalışarak çocuklarına daha çok olanak sağladıklarını da belirtmişlerdir. (s.153-154).

- *Çocuk Bakımının Zorlukları*: Çocuk bakımı, kadınların hayatında stres yaratan bir olgu olarak çıkıyor. Kadınlar, formal ya da formal olmayan her türlü çocuk bakımının çok yararlı olduğunu altını çizmişlerdir. Çocuklarının bakımı için, finansal olarak çok yük getirmeyen, güvenilir ve kalitesi yüksek bir bakım yeri bulmak kadınlar için stres yaratan bir unsurdur (s.154).
- *Çalışan Anneler için Rol Modelleri*: Kadınlar, çalışmayı seçerek kendi çocuklarına birer rol modeli olmağı önemli bir unsur olarak belirtmişlerdir. Kız çocuğu sahibi olan kadınlar, kendi kızlarına hayatta tek bir rol ile yetinmemeleri gerektiğini, kadının annelik dışında başka şeyler de yapabileceğini ve sahip olduğu tüm rolleri başarı ile yerine getirebileceğini göstermek istemektedirler. Oğlu olan kadınlar da oğullarına bir annenin işinin de eşit şekilde değerli olduğunu göstermek istediklerini ifade etmişlerdir (s.155).
- *Çalışan Annelerin Yetersiz Görülmesi*: Kadınlar, iş hayatında anne olduktan sonra, yeteri kadar işlerine ilgi ve alaka gösteremeyecekleri düşüncesi ile, iş hayatında terfi fırsatlarından alıkonulmaktadır. Sadece anne oldukları için, işe olan ilgileri, ulaşılabilir olup olmayacakları, işe odaklanmaları, belirli rolleri yapıp yapamayacakları sorgulanır hale gelmektedir (s.155-156).

Dow (2016), hegemonik annelik ideolojilerinin, çocuk yetiştirmenin annenin görevi olarak gördüğünü, anneliğin kendi kendine yeten bir çekirdek ailede gerçekleşmesi gerektiğini ve ücretli istihdamın annelik ile çatıştığını varsaydığını ifade etmiştir. Hegemonik annelik ideolojilerinin anneler üzerindeki etkisi üzerinde araştırma yapan Dow, araştırma sonucunda annelerin annelikle ilgili üç farklı kültürel beklentisini ortaya

çıkarmış ve bu kültürel beklentilerden *Entegre Annelik* adını verdiği yeni bir kültürel yaklaşım ortaya atmıştır (s.180).

Dow (2016)'un önerdiği *Entegre Annelik* aşağıdaki üç varsayımdan oluşmaktadır:

- *Ekonomik Özgüven*: Anneler, ekonomik olarak özgürdür; bir erkekten finansal yardım beklememelidirler.
- *İyi bir annenin görevi ev dışında çalışmaktır*. Ev dışında çalışmak, kadınların kariyerlerini çocuğa göre şekillendirmediği anlamına gelmemektedir. Çoğu kadın, büyük firmalardan daha küçük firmalara; özel şirketlerden kamu şirketlerine ya da çalışan statüsünde işveren statüsüne geçiş yapmışlardır.
- *Çocuk yetiştirme aile ve topluluk üyelerinin desteği ile yürütülmelidir*. Her ne kadar kadınların finansal olarak kendi kendilerine yetmeleri cesaretlendirilse de çocuk bakımı konusunda kendi kendilerine yetmeleri beklenmemektedir. Çoğu kadın, çocuk büyütürken ailesinden ya da bulunduğu topluluktan yardım almaktadır (s.188-191).

Dow (2016, s.193), hegemonik ve entegre annelik arasındaki farkları Tablo 13'te özetlemiştir:

Tablo 13

Hegemonik ve Entegre Annelik İdeolojileri

Değişken	Hegemonik Annelik	Entegre Annelik
Çocuk Bakımı	Annenin görevi	Anne, aile ve toplumun görevi
İş	Anne çalışmamalıdır	Anne çalışmalıdır
Kadınlık	Çekirdek aileye güvenmek	Ekonomik özgüven

Kaynak: Dow, D.M. (2016). Integrated Motherhood: Beyond Hegemonic Ideologies of Motherhood. *Journal of Marriage and Family*, 78, s.193

1.3.1.4. Anneliğin Kadınların Kariyer Seçimlerine Etkisi

Hock vd. (1980) kadınların anne olduktan sonra kariyer ve annelik arasındaki seçimlerini etkileyen unsurları araştırmışlardır. Araştırmada anneleri istikrarlı ve istikrarlı olmayan anneler olarak ikiye ayırmıştır. İstikrarlı anneler, çocuk doğduğunda 12 ay evde

kalacağını söyleyip, 12 ay boyunca çalışmaya dönmemiş anneleri temsil etmek için kullanılırken; istikrarsız anneler ise 12 ay içerisinde tekrar iş hayatına dönen anneleri temsil etmektedir. Hock vd., yaptıkları araştırmada bu iki tip anneyi birbirinden ayırt edecek psikolojik faktörleri açığa çıkarmayı hedeflenmişlerdir (s.326). İstikrarlı annelerin %74.2'sinin hamilelikleri planlı iken, istikrarlı olmayan annelerin sadece %45'inin hamilelikleri planlıdır. Her iki anne tipi, doğumda annelik rolüne olumlu bir yaklaşım içerindeler. Ancak istikrarsız annelerin daha kariyer odaklı olduğu gözlenmiştir. Araştırmacılar, annenin ilk baştaki planları ne olursa olsun, kadınların doğumdan sonra çalışma ihtiyacı hissetmesi durumunda bu konuda cesaretlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır (s.328). İşe hemen geri dönüp dönmeme kararında, doğum izni ve doğum izni sonrası yarı zamanlı iş fırsatlarının olanağı kariyer odaklı kadınların karar vermesinde etkin rol oynamaktadır. İş tamamen bırakmak yerine, istedikleri zaman işlerine geri dönebileceğini bilmek kadınların karar vermesini kolaylaştıran bir unsurdur. Tek başına kariyer odaklı olmak karar vermede etkili değil, aynı zamanda annelik rolü ve yeni doğanın ihtiyaçları hakkındaki düşünceler de annelerin işe dönüp dönmeme kararlarını etkilemektedir. İstikrarsız anneler, annelik rolleri hakkında daha az olumlu taviz sergilemişlerdir. Ancak, her iki anne grubunun ortak noktası da çocuklarından ayrılma endişesini aynı seviyede yaşıyor olmalarıdır. Araştırma sonuçlarından bir diğeri de işe dönmeyen finansal bir amaç taşıyamamasıdır. Anneler tarafından iş daha çok ilginç bir aktivite/değişiklik olarak adlandırılmıştır (s.329).

Zahmacioğlu vd. (2015), çocuk olduktan sonra gönüllü olarak profesyonel hayatlarını bırakan kadınların psikolojik durumlarını incelemişlerdir. Üniversite mezunu ve çocuk sahibi olmadan önce en az beş yıllık iş deneyimine sahip ve çocuk yetiştirmek için gönüllü olarak işlerini bırakan 13 kadın ile yapılan söyleşilerde öne çıkan duygu yetersizlik duygusu olmuştur (s.262). Kadınların işlerini bırakmalarının temel nedeni “*iyi bir anne*” olmak olarak belirtilmiştir. (s.258). Kadınların anne olduktan sonra farklı duygu durumları olmalarına rağmen, yetersizlik duygusu ortak hissettikleri duygudur. Araştırmaya katılan annelerden biri, kendini onca zaman çocuğu taşıyabilmenin ve doğurabilmenin kendisini çok güçlü hissettirdiğinden bahsetmiştir (s.260). Profesyonel hayatı bırakıp, sadece anne olmayı seçen bu kadınlar, anneliği de bir meslek olarak ele almışlardır. Anneliği bir performans çıktısı olarak ele alıp günlük, rutin çocuk bakımı işlerini de iş hayatlarındaki gibi analize tabi tutmuşlardır. İş hayatlarında başarı elde etmiş

olan ve problem çözmeye alışık olan kadınlar, iş hayatlarında kendilerine başarı getirmiş olan yöntemlerin çocuk bakımında işe yaramadığını gördüğünde kendilerini başarısız ve yetersiz hissetmişlerdir. Çocuğu günlük uykusuna yatıramamış olmak ya da çocuğa yeterince yemek yedirememiş olmak gibi rutin gündelik işler, kadınların kendilerini yetersiz hissetmesine neden olmuştur. Araştırmaya katılan kadınlar çocuklarının “özel” olduğunu ve ona göre davranıldığını belirtmişlerdir. Kadınların hiçbiri depresyon belirtisi göstermemekle birlikte, anneliğin rutin günlük işleri onları başarısız hissettirmiştir (Zahmacioğlu vd., 2015, s.259-261).

Zagefka vd. (2021, s.2452), hem annelik hem de çalışan kadın kimliğine sahip kadınların bu ikili kimliklerinin onların sağlıkları için bir tehdit mi oluşturduğunu yoksa aslında olumlu bir katkısının mı olduğunu araştırmışlardır. 208 kadın ile yapılan araştırma sonucunda, ikili kimliğe sahip olmanın aslında kadınların sağlıklarını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ancak anne olmak ile çalışan bir birey olmak arasında algılanan kimlik çatışması, sağlığı olumsuz etkilemektedir. İş yerindeki stres faktörlerinin varlığı durumunda, algılanan kimlik çatışması sağlık üzerindeki olumsuz etkileri arttırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre anne olduktan sonra kadınların çalışmasına yardımcı olan politikalar, kadınların sağlığı için olumlu bir katkıda bulunmaktadır. Ancak iş yerinin talepleri ve anne olmanın getirdiği sorumluluklar ile ortaya çıkan çatışmanın azaltılmasına yönelik olduğu takdirde, bu politikalar etkili olabilmektedir.

1.3.2. Anne Girişimci Kavramı

Bir önceki bölümlerde annelik kavramı, annelik kavramının gelişimi, annelik ideolojileri ve anneliğin kadınların kariyer seçimlerine nasıl etki ettiği ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Bu bölümde ise anne girişimci kavramına yer verilmiştir. Anne girişimciler üzerine yapılan araştırma çalışmalarından bahsedilmiştir.

“Anne girişimci” (mumpreneur) terimi literatürde çok yakın zamanda kullanılmaya başlanmıştır. Terim ilk defa USA Today gazetesindeki bir makalesinde Kim (1991) tarafından kullanılmıştır. Kim (1991) anne girişimciyi “evde çalışma hayatını; iş elbiseleri, uzun yolculuklar ve dokuz-beş iş hayatına tercih eden yeni çalışan anne türü” şeklinde tanımlamıştır (Richomme-Huet&Vial, 2014, s.18). Daha sonra Patricia Cobe ve

Ellen H. Parlapiano adında iki Amerikalı kadın girişimci, 25 yıllık evden çalışarak elde ettikleri tecrübeyi iki kitapta derleyerek anne girişimci teriminin öne çıkmasını sağlamışlardır (Richomme-Huet&Vial, 2014, s.18). Bu kitaplardan ilki “Mompreneurs: A Mother’s Practical Step-by-Step Guide to Work-at-Home Success” 1996 yılında, ikinci kitapları “Mompreneurs Online” ise 2001’de yayınlanmıştır. Anne girişimci terimi Türkiye’de “ÇalışAnne” kitabında kullanılmıştır. Kitabın bir bölümü Anne Girişimciliğe ayrılmış ve Duygu Seçkin Halaç (2015) tarafından Anne Girişimcilik literatür taraması yapılmıştır.

2011 yılında Collins İngilizce Çevrimiçi Sözlüğü, anne girişimciyi, “bir işletmeyi yürütmek ile çocuklarına bakma işini birleştiren kadın¹” olarak tanımlamıştır (Ekinsmyth, 2014, s.1231).

Literatürde anne girişimci ve anne girişimciliği kavramları için yapılan bazı tanımlamalar Tablo 14’te verilmiştir:

Tablo 14

Anne Girişimci- Anne Girişimciliği İçin Yapılan Bazı Tanımlamalar

Araştırmacı	Anne Girişimci Tanımı
Ekinsmyth (2011, s.105)	Anne girişimci, annelik ve iş sahibi olmanın gerekliliklerini bütünleştirmek için sosyal ve coğrafik alanda yeni iş olanaklarını
Nel, Maritz ve Thongprovati (2010, s.6),	Girişimcilik faaliyetleriyle meşgul olan anneler.
Korsgaard (2007, s.44)	Anne girişimciliği, yaşamın farklı alanları (annelik ve iş) arasında devamlılığı sağlamak ve bu alanlar arasında oluşan çatışmaları en
Mehta ve Poornima (2018, s.498)	Anne girişimciler, bebek veya çocuklarını büyütmenin yanı sıra, kendi işlerini kurup yöneten annelerdir.
Litter (2017, s.179)	Anne girişimci kavramı, çocuğu mutfak masasının altında emeklerken, kendi işini mutfak masası üzerinde kuran anneyi temsil
Krueger (2015, s.22)	Anne girişimci, dijital bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak evden işini yürütürken çocukları ile kaliteli zamanını arttıran, yüksek başarı odaklı, esnek, yaratıcı, aynı anda birden çok görev üstlenen “süper anne”dir.

¹ <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/mumpreneur>, Erişim 23.02.2022

Korsgaard (2007, s.42), “Anne Girişimciliği Fenomeni” ile ilgili olarak üç noktaya dikkat çekmiştir:

- Kariyeri ya da işe yerinin gereklilikleri ile ailesinin gereklilikleri arasında bir denge sağlama arzusu,
- Ailenin ihtiyaçlarına duyarsız direkt bir müdüre bağlı olunmayan bir iş ortamının hayali,
- İlk iki maddeyi kapsayan heyecanlı ve ilgi çekici bir iş deneyimi isteği.

Korsgaard (2007), bu üç maddenin devamlılık ilkesi altında birleştirilebileceğini ve anne girişimciliğin ana amacının, anne girişimcinin yaşamının farklı alanları arasında devamlılık sağlamak olduğuna dikkat çekmiştir. Adanmış annelik ve iş dengesi için esnek profesyonel bir hayatın önkoşul olduğunu belirtmiştir. Potansiyel çatışmaları çözenin en kolay yolunun iş hayatını bırakmak olduğunu ama yukarıda belirtilen üçüncü maddenin de gösterdiği gibi, anne girişimciler tarafından bunun bir olasılık olarak ele alınmadığını belirten Korsgaard, anne girişimcilerin ilgi çekici ve heyecanlı deneyimler istediklerini belirtmiştir. Anne girişimciliğin, girişimcilikten farklı olduğuna dikkat çeken Korsgaard, girişimciliğin başlangıç noktasının potansiyel karlı bir iş olanağını keşfetmenin getireceği kar ve başarı motivasyonu iken; anne girişimciliğin başlangıcında günlük hayatta karşılaşılan problemleri çözmeye isteğinin yattığını vurgulamıştır. Anne girişimci ile normal bir girişimcinin başarı ölçütlerinin ve büyüme isteklerinin arasındaki farka da dikkat çeken çalışma, anne girişimciliğinin, girişimciliğin sadece iş hayatında yer alan ekonomik bir faaliyet olarak ele alınamayacağını, aynı zamanda yaşamın farklı alanlarında oluşabileceğine dikkat çekilmiştir (s.43-44).

Kilkolly-Proffit (2013, s.), Korsgaard (2007)’ın makalesine dikkat çekerek, anne girişimciliğin büyüme arzusu tarafından yönlendirilen girişimcilik kavramına meydan okuyabileceğini belirtmiştir.

Krueger (2015, s.23), anne girişimcinin birinci önceliğinin ailesinin bakımı (çocuk ve eş) olduğunu ama bu yaratıcı, iyi eğitilmiş, yetenekli “modern” kadının tam zamanlı bakım işinden memnun olmadığını altını çizmiştir. Bundan memnun olmayan kadın, dijital teknolojilerin yardımı, zaman yönetimi ve sahip olduğu kaynakları verimli kullanma yeteneği ile kendine bir çıkış yolu bulmuştur. Bu çıkış yolu da anne girişimciliğidir.

Krueger (2015, s.25) teknolojinin, anne girişimciliğin oluşmasında önemli bir unsur olduğunun altını çizmiştir. Anne girişimcinin en önemli rolünün “annelik” olduğunun altının çizildiğini belirten Krueger (2015), “anne girişimci” kavramında bile anneliğin önceliklendirildiğini ifade etmiştir (s.35-39).

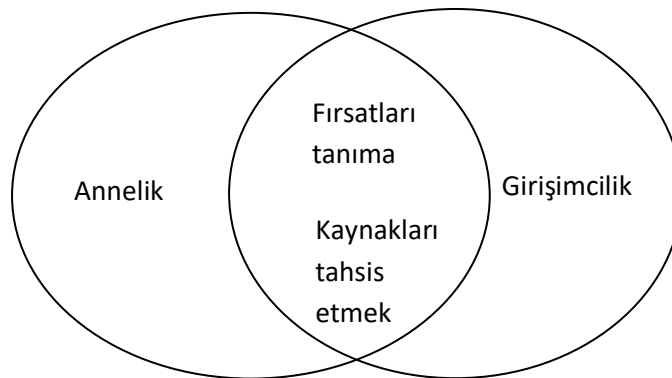
Luckman (2015, s.146), internetin dünya çapındaki dağıtım gücü sayesinde, çoğunluğu kadın olan, evden çalışıp el emeği ile üretim yapanların sayısının arttığını belirtmiştir. El emeği ile ürettikleri eşyaları internet üzerinden satan bu kadınlar, evdeki bakım sorumlulukları ile ücretli istihdam arasındaki dengeyi sağlamayı amaçlamaktadırlar.

Göransson (2016), anne girişimcilerin temel motivasyon kaynağının ‘daha iyi’ bir anne olabilmek olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle birçok eğitimli kadının, çocuklarına bakabilmek için zaman ve esneklik kazanmak amacı ile mevcut işlerini bırakıp, daha küçük çaplı işler kurduklarını belirtmiştir. Çocuklar küçük iken, kadınların işlerini bırakmalarının birçok nedeni olabileceğini ama genel olarak ortak amacın, kadınların çocuklarını büyütürken daha çok zaman, enerji ve duygulara yatırım yapmak istemeleri olduğunu belirtmiştir. Anne girişimcilerin, zamanlarını çocuklarından almaması için, işlerini büyütmeyi tercih etmediklerini, zaten girişimci olmalarının ana sebebinin daha çok aile zamanı yaratmak olduğunu, bu yüzden de işin buna engel teşkil etmeyecek büyüklükte olması gerektiğine de dikkat çekmiştir.

Durah (2016, s.24), annelik ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi belirtmek için aşağıdaki şekli sunmuştur.

Şekil 4

Annelik ve Girişimcilik Arasındaki İlişki



Kaynak: Durah, D. (2016). *Momprenneur Networks in Germany: Multiple-Case Study On How Women Entrepreneurs Utilize A Momprenneur Network In Germany*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of Twente, Enschede. s.24.

Kaplan ve Çelik (2017, s.223), anne girişimciliği girişimciliğin bir alt türü olarak belirtmektedirler. Kadın girişimciliğinin içinde doğan ama ondan ayrı düşünülemez anne girişimciliği, sadece anneleri kapsayan bir alt kategoridir. Girişimciliğin hem feminenlik hem de maskülenlik kapsadığını belirten yazarlar, kadın girişimciliğinin feminenliği belirttiğini vurgulamışlardır.

Şekil 5

Girişimcilik Cinsiyet Yapısı



Kaynak: Kaplan, M. & Çelik, A. (2017). Girişimciliğinin Annelik Perspektifinden Görünüşü: Anne Girişimciliği-Arka Plan, Kavram, Yazın ve Öneri. Kaygısız, E.G. & Wolff, R.A (Ed.) *Yönetim ve Organizasyon Makaleleri: Kadın Akademisyenlere Armağan*. Giresun Üniversitesi: Eğitim Yayınevi, s.223.

Kaplan ve Çelik (2017, s.225-226), anne girişimciliği niş bir alan olarak tanımlamaktadırlar. Kimlik merkezli, girişimciliğinin bir türü olarak ele alınan anne girişimciliği, anneliğin yüceliğinden beslenerek annelerin çocuklarına daha fazla zaman ayırabilmek, aile bütçelerine katkıda bulunmak için girişimciliği tercih etmesidir. Kaplan ve Çelik (2017, s.227), anne girişimciler için Hamel (2000)'in "İş Konsepti Buluşçuluğu"na dikkat çekmişlerdir. İş konsepti buluşçuluğu, bir sektörde ya da iş alanında rekabetin temelini değiştiren kapsamlı bir düşünme ve uygulama çalışmasıdır (Hamel, 2009, s.86). İş konsepti buluşçuluğunun, annelerin girişimcilik hayatına atılmalarına olanak sağlayabileceğine dikkat çeken yazarlar, bunun annelerin yaratıcı fikirlerini hayata geçirmelerine, kendi yetenek ve hobilerine bağlı iş fikirleri üretmelerine yardımcı olabileceğini belirtmişlerdir.

Mehta ve Poornima (2018, s.498), anne girişimcilerin önlerindeki engelleri yıkmak ve kendi kimliklerini yaratmak için gösterdikleri kararlılığın, onları toplumdaki diğer kadınlardan ayırdığını ve değerli hale getirdiğini belirtmiştir.

Surangi ve Ranwalav (2018, s.4-8), 2000 ve 2012 yılları arasında 17 dergide anne girişimciler hakkında yayımlanan araştırmalar ile ilgili yaptıkları söylem analizi sonucunda beş tane egemen söylem olduğunu belirtmişlerdir.

- Anne girişimciler doğru dürüst girişimci değillerdir – aile öncelikli, iş ikinci sırada: Kadınların birincil görevinin aile olduğu varsayımı bulunmaktadır.
- Annelik ve işi birleştirirken çoğu kadın, çekişen ve çelişen toplumsal beklentiler ile karşılaşmaktadır: Kadınların, çocuklarının bakımını sağlamak, ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kendi ihtiyaçlarından ödün vermeleri beklenmektedir. Kadınların ev ile ilgili sorumlulukları, erkekler gibi kendi işlerini yürütmelerine olanak vermemektedir.
- Anneliği destekleyen girişimcilik: Kadınlar, iş ve annelik rollerini gerçekleştirebilmek için daha fazla esnekliğe ihtiyaç duyar ve girişimcilik onlara bu özgürlük alanını sağlamaktadır.
- Yeni bir girişimcilik kimliği: ‘Ben sadece bir ev kadını değilim’: Kadınlar, tam zamanlı evdeki anne kimliğinden sıyrılıp, annelik ve işi birleştiren yeni bir kariyer kimliği yaratmayı istemektedirler
- Anne girişimcilerin motivasyonları yaşam evreleri boyunca değişmektedir: Anne girişimcilerin durumları ve koşulları dinamiktir ve çocuklar büyüdükçe öncelikler değişebilir.

Litter (2017), anne girişimcilik olgusunu mercek altına almıştır. Anne girişimciliğin, birçok problemi çözmek için ortaya atılan bir meritokratik çözüm aracı olarak sunulduğunu belirten Litter (2017, s.180), bu problemlerin ekonomik durgunluktan kaynaklanan sorunlar, çocuk bakımı giderleri ve ücretli işteki cinsiyete dayalı eşitsizlikler ve esnek olmayan uygulamalar olarak sıralamıştır. Litter, çocuklara kimin bakması gerektiği ve ücretsiz iş gücünün dinamikleri ile ilgili iki temel teorinin olduğundan bahsetmiştir.

- ‘Evrensel Ekmek Parası Kazanan’ (Universal Breadwinner): Çalışan anneler erkek istihdam kalıplarını taklit etmeye çalışmaktadır
- ‘Bakım Veren Parite’ (Caregiver Parity): Kadınlar, tam zamanlı evde kalan anneler olarak görülmektedir.

Bu iki modelin de tam olarak fayda sağlamadığını, bu yüzden bunlara ek olarak Nancy Fraser’in ‘*Evrensen Bakım Veren*’ (*Universal Caregiver*) modelini önerdiğine dikkat çekmiştir. Bu modelin daha adil olduğuna ve bu modelde kadın ve erkeğin iş yükünü eşit şekilde üstlenmekte olduğu belirtilmiştir. Litter, ‘Evrensel Ekmek Parası Kazanan’ modelinden farklı olarak, anne girişimciliğin üretim ve çoğalmayı yeniden yapılandırıldığını belirterek, kamusal alandaki eril işi, evin alanına taşıdığını belirtmiştir. Litter, anne girişimciliğinin esneklik sağlayarak, kadınlara kendi çocuklarına bakabilme özgürlüğü tanıdığını ve sınırlayıcı iş ve pahalı çocuk bakımı gibi sorunların önüne geçtiğinin varsayılmasına yol açtığını belirtmiştir. Aslında, anne girişimciliğin, kadınların çocuk bakımında sorumlu birincil kişiler olduğunu vurgulayan cinsiyetçi rolün altını çizdiğini belirtmiştir. Anne girişimciliği, erkeklerin de çocuk bakımına katılımını istemek yerine, kadınların hem iş hem de ev alanlarını bir şekilde yönetebilmesi gerektiğini fikrini dayatmaktadır. Anne girişimciliği olgusunun, anneleri birincil çocuk bakıcısı olarak konumlandırmaya devam ettirdiğini, aynı zamanda ev alanında onları ekonomik olarak üretken olmak için arayışa soktuğunu belirtmektedir (s.182-184).

Vershinina ve Phillips (2016, s.4-6), anne girişimciliğin merkezinde annelik kimliğinin benimsenmesinin yer aldığını belirtmişlerdir. Daha önce profesyonel iş hayatına sahip olup başarının tadını çıkarmış olan kadınlar, annelik ile benlik kaybı, bağımsızlık ve sosyal ve entelektüel uyarılma kaybı yaşayabileceklerini belirten araştırmacılar, annelik kimliği ile barışmanın, daha önceki kimliğin kendine özgü boyutlarını korumayı sağlayabileceğine dikkat çekmişlerdir. Anne girişimciliği ile işin, aile, sosyal ve kişisel ilişkiler gibi hayatın diğer boyutlarından ayrılmadığını, aksine kadının hayatı ile bütünleştiğini belirtmişlerdir.

Vershinina ve Phillips (2017), İngiltere’de 26 kadın girişimci ile yaptıkları görüşmelerde, aile ve çocuk bakımı görevlerinin yanı sıra işlerini yürüten girişimci annelerin nedenlerine odaklanmışlardır. Araştırmada anne girişimcilerin kendi özlerini, umut, korku ve gerekli özler altında incelemiş ve bunun sonucunda üç varsayıma ulaşmışlardır.

- Varsayım 1: Girişimci annelerin kontrol için çabalamaları, rol çatışması ve gerilimleri azaltmasa da aile ve iş alanlarında kendilerini tamamlanmış hissetmelerine yol açmaktadır.
- Varsayım 2: Kontrol kaybı, girişimci annelerde iş ve aile alanlarında kendilerini tamamlanmamış ve ‘kendi hikâyelerinin yazarı’ olmadıklarını hissetmelerine yol açmaktadır.
- Varsayım 3: Girişimci anneler üzerindeki toplumsal ‘her şeyde en iyisi olmaları gerektiği’ beklentisi, onların aile ve iş alanlarında kendilerini tamamlanmış hissetmelerine engel olmaktadır.

1.3.3. Anne Girişimciliği Üzerine Literatür Taraması

Anne girişimciliği konusunda oldukça sınırlı bir literatür olduğu söylenebilir. İngiltere, Fransa, Kanada, Avustralya, Finlandiya gibi ülkelerde sınırlı sayıda araştırmaya ulaşılmıştır.

Ekinsmyth (2014, s.1231), anne girişimciliği mekânsal bir olay olarak ele almıştır. Anne girişimciliğini, girişimciliğin bir alt kültürü olarak ele alan Ekinsmyth (2011), araştırmasında 28 anne girişimci ile yaptığı detaylı görüşmeler neticesinde, girişimciliğin bir alt kültürünü oluşturan bu gruba özel bir ilgi verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu tür girişimciliğin “bir kimlik yönlendirmesi ile “anne” ve “iş kadını” rolleri arasındaki sınırı bulanıklaştırarak iş-yaşam dengesine ulaşma çabasından kaynaklandığını” ifade etmiştir. “Anne” rolü ile zıtlaşmak yerine, bu rolü benimseyen bir iş yöntemi olduğunu vurgulamış ve bu şekilde üretken (productive) ve üretici (reproductive) işler arasındaki sınırı yeniden düzenlemiştir (s.104). Anne girişimcilerin, girişimciliğin sadece ekonomik bir olay olarak değil, toplumsal bir fenomen (Steyaert ve Katz, 2004, s.179) olarak ele alınmasında kullanılabilir bir grup olduğunu belirtmiştir (s.105). Ekinsmyth (2011), anne girişimciliğin kadınlar tarafından, iş-yaşam uyumunu sağlarken, aynı anda hem “daha iyi bir anne” ve başarılı bir iş sahibi olma isteklerini karşılamak için kullanıldığını belirtmiştir (s.105). Ekinsmyth (2011) araştırmasında temel olarak anne girişimcilerin, anneliğin alan ve mekânlarını iş uygulamalarının alan ve mekânları ile birleştirmeye yardımcı olduğuna işaret etmiştir. Anne girişimcilerin yönettiği işlerin genel olarak aile yaşamının günlük faaliyetleri arasında oluştuğunu ve bu tür işlerin aile bağlarından

ayrı olarak düşünölemeyeceğini belirtmiştir. Araştırma sonucunda çoğu işin, aile pazarını hedef aldığını, yeni iş fikirlerinin günlük hayattan çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. İş fikirleri, mahallede, kreş/okul kapısı, oyun parkı gibi alanlarda ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda, işe alınan kişilerin de iş sahibi kadınlarla benzer özellikler taşıdığını, yani kendilerine bağımlı çocukları olan kadınların işe alındığını ya da ortak iş yapıldığı gözlenmiştir. İşe alımda beceri ve yeteneklerin yanı sıra, anneliğin zaman ve mekânsal olarak sınırlamaları konusunda benzer düşüncede olan kişilerin ele alındığını belirten Ekinsmyth (2011, s.111-112), çalışmasında ayrıca internet teknolojisinin anne girişimciliğin ortaya çıkması ve ilerlemesinde önemli bir role sahip olduğuna değinmiş ve sosyal medyanın gittikçe önem kazandığına dikkat çekmiştir. İnternet sayesinde potansiyel müşterilere, iş ortaklarına daha rahat ulaşıldığını ifade etmiştir. Ekinsmyth (2013), anne olan tüm girişimcilerin anne girişimci olarak nitelendirilemeyeceğini, bu tür işlerin sadece evden-çalışma şeklinde olmadığını ve hatta işlerini öncelikli bakım-rolü etrafında yürüten erkekleri de kapsayabileceğini belirtmiştir (s.526).

Duberley ve Carrigan (2012), 20 anne girişimci ile yaptıkları çalışmada, kadınların girişimciliğe adım atma nedenlerini ve karşılaştıkları zorlukları araştırmışlardır. Kadınları, kendi işlerini kurmaya iten nedenleri araştıran çalışmaların genel olarak itme ve çekme (push-pull) motivasyon faktörlerine gönderme yaptığına dikkat çekmişlerdir (Bogenhold & Staber, 1991; Granger v.d., 1995; Mallon & Cohen, 2001; Patterson & Mavin, 2009). Aynı zamanda çocuk varlığının, kadınların kendi işlerini kurma olasılığını arttırdığına dair araştırmaların varlığından da bahsetmişlerdir (Boden, 1996, 1999; Connelly, 2001; Wellington, 2006). Araştırma sonucunda Duberley ve Carrigan (2012, s.8-16), girişimci olma nedeninin altında “iyi bir anne” olma motivasyonunun yattığı sonucuna varmışlardır. Araştırmaya katılan kadınlar aynı zamanda, çocuklarıyla geçirecekleri zamanı azaltabileceği düşüncesi ile kurdukları işlerin büyümesini istemediklerini, aile rollerini zora sokmadan işlerini yürütmek istediklerini belirtmişlerdir. Kadınların bu ifadesi, girişimciliğin geleneksel başarı ölçütü olan büyüme ile çakışmaktadır. Anne girişimciler için asıl önemli olan unsur esnek çalışma imkânı sayesinde çocuklarına ve işlerine ayıracakları zamanı belirlemek olduğundan, anne girişimcilerin başarılı olup olmadıkları farklı ölçülerle hesaplanması gerekliliğine dikkat çekilmiştir. Her ne kadar girişimci olmalarının nedeni sahip olacakları esnek çalışma olanağı ile çocuklarına ve işlerine ayıracakları zamanı kendi belirleyebilmeleri olsa da

ailelerine ayıracakları zaman ile işin gerektirdikleri çakıştığında kadınlar, stres yaşadıklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda, esnek olmalarına rağmen, normalde çalışacaklarından daha fazla süreyi çalışarak geçirdikleri de belirtilmiştir. Bu sonuç da kadın girişimcilerle ilgili yapılan çalışmalarda bulunan genel bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Baines & Wheelock, 1998; Gurstein, 1995; Phizacklea & Wolkowitz, 1995). Görüşmelerde, anne girişimciler, kendilerinin sadece ev kadını olarak görülmesini istemediklerini ifade etmişleridir. Çocuklarının kendilerini çalışan birer kadın olarak görmediklerini ve eve finansal destek sağlamadıklarını düşündükleri için üzüntülü olduklarını da ifade etmişlerdir.

Richomme-Huet ve Vial (2014, s.19), anneliğin iki şekilde kadınları girişimciliğe yönlendirdiğini belirtmiştir. Bunlardan ilki, aile sorumlulukları yüzünden yani toplumsal ve yapısal taleplerin etkisi altında kalarak girişimciliğe adım atmaları; ikinci neden ise anneliği deneyimlerken, yeni bir iş fırsatını görmeleridir. Richomme-Huet ve Vial (2014, s.20), sosyal, ekonomik ve teknolojik ilerlemelerin, geleneksel iş yaşamında girişimciliğe transferi kolaylaştırdığına dikkat çekmiştir. İnternetin, özellikle sosyal networkun ve e-ticaretin girişimciliğe ivme kazandırdığını belirtmişlerdir. “Anne Girişimci” unvanının bazı anne girişimciler tarafından hem anne hem de iş kadını olmalarını yansıttığı için desteklendiğini belirten Richomme-Huet ve Vial (2014, s.19), bazı kadınlar tarafından da profesyonel olmadığı gerekçesi ile kullanılmak istenmediğine dikkat çekmişlerdir. Kadınların, genellikle doğum izinleri sırasında girişimciliğe adım attıkları ve bunun iki farklı şekilde gerçekleştiğini belirten Richomme-Huet ve Vial (2014), bu yolları aşağıdaki şekilde açıklamışlardır:

- Kurdukları iş, doğum öncesi kendi çalışma alanları ile ilgilidir. Kendi kendilerinin patronu olurlar, aile gereksinimlerini göz önünde bulundurarak zamanlarını planlarlar ve teknolojinin sağladığı olanaklar ile işlerini internet üzerinden yürütürler.
- Daha önceki iş deneyimleri ile ilgisi olmayan, daha çok hamilelik ya da annelik döneminde karşılaştıkları yeni bir iş fikrini hayata geçirirler (s.20).

Nel, Maritz ve Thongprovati (2010, s.7), anne girişimcilerin, girişimciliğe “annelik” boyutunu ekleyerek, anne ve girişimci rollerini dengelediklerini, ailelerine daha iyi olanaklar sağlayabildiklerini ve topluma daha iyi katkıda bulunma olanağı elde ettiklerini

vurgulamışlardır. Nel, Maritz ve Thongprovati (2010, s.12-13), anne girişimci olmanın en özgün yanının, iş ve yaşam hayatlarını dengelemek olduğuna dikkat çekmişler ve anne girişimciliğin, annelerin kendilerini başarılı bulmalarına ve kendilerinden mutlu olmalarına, gelirlerini arttırmalarına ve bağımsız olmalarına olanak sağladığı için önemli bir olgu olduğunu belirtmişlerdir. Yarattıkları yeni işin, hayatlarına bir anlam kazandırdığını, kendilerini gerçekleştirmeye yardımcı olduğunu, özerklik ve kendine güven kazandırarak, sadece anneliğin onlara verebileceği heyecandan daha fazla heyecan yarattığını ifade etmişlerdir. Sağladığı tüm bu yararların yanı sıra anne girişimciliğin kendine has zorlukları olduğuna da dikkat çeken Nel, Maritz ve Thongprovati (2010, s.7), bu zorlukları; başarısızlık korkusu, erkeklere kıyasla iş konusunda daha az olumlu ve güvenli hissetme ve başlangıç sermayesini ortaya koyabilme olarak sıralamışlardır. Kadınları anne girişimci olmaya iten motivasyon faktörlerini de tartışan araştırmacılar, kadınların hem itme hem de çekme faktörler tarafından etkilendiklerini ve annelerin en önemli isteğinin aileleri için daha iyi bir ortam yaratmak olduğunu ifade etmişlerdir (s.11). Çocukları için daha iyisini istemeleri ve mevcut olan ürünlerin bunu sağlamaması, anneleri bu tür ürünleri üretmeye yönlendirmiştir. Öncelikli olarak kendi çocukları için yaptıkları ürünler daha sonra diğer annelere de pazarlanarak bir iş fırsatına dönüşmüştür. Kadınları motive eden faktörlerin aynı zamanda kişisel değil, daha çok başkalarına yardım edebilme isteği ve toplum yararına bir şeyler yapabilme isteğinin de önemli bir yer tuttuğuna dikkat çekilmiştir (Brush, 1992). Erkeklerle karşılaştırıldığında kadınların daha çok müşteri odaklı oldukları da belirtilmiştir (Orhan ve Scott, 2001). Nel, Maritz ve Thongprovati (2010, s.10-12) anne girişimcilerin, diğer anneleri işe almalarının daha olasılıklı olduğunu belirtmişlerdir ve diğer annelere iş yarattıklarına dikkat çekmişlerdir. Anne girişimcilerin, işlerini sadece bebek ile ilgili ürünler ve servisler ile sınırlandırmadıklarına dikkat çekilmiştir. Nel, Maritz ve Thongprovati (2010), anne girişimcileri bekleyen engel ve zorlukları aşağıdaki gibi sıralamışlardır:

- Bilgi eksikliği ile başlangıç yapmak: İş planı yazmak konusunda bilgisizlik, ürünleri için pazarlar bulmak, hukuki ve iş konusunda kime ve nasıl danışacakları, vb.
- Kaynak eksikliği: Başlangıç sermayesini ortaya koyabilmek, bunun için gerekli kredileri alabilmek.

- Kadın stereotipi: Kadınlar erkeklere göre daha az risk alan kişilerdir. Kendilerine güven ve başarabilecekleri konusunda daha az inançlılar.
- İş ve yaşamı dengelemek: Aile yaşamı kadının sorumluluğunda olduğu görüşü ve bunun neticesinde iş sahibi olması nedeni ile aile ve iş hayatını dengelemek için daha fazla çaba göstermek zorunda kalmak.
- İletişim ağı oluşturabilmek için daha az olanağa sahip olmak: Erkeklerle kıyaslandığında daha az iş ve pazar bağlantılarının olması (s.14).

Annelikte kullanılan yeteneklerin; kendini adama, günlük, orta ve uzun vadeli planlama, iletişim, programlama ve organize etme, yaratıcılık vb.; bir işi yürütmek için gerekli yeteneklere zemin hazırlamaya yardımcı olduğuna dikkat çekilmiştir (Nel, Maritz ve Thongprovati, 2010, s.18).

Jean ve Forbes (2012, s.123), 20 anne girişimci ile yaptıkları görüşmeler neticesinde, anne girişimcilerin motivasyonlarını ve Vroom (1964)'un Beklenti Teorisini kullanarak karşılaştıkları beklenti farklarını ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Yaptıkları çalışma sonucunda, anne girişimcilerin klasik faktör (bağımsızlık ve kontrol isteği, meydan okuma ihtiyacı, daha iyi finansal durum ve iş fırsatlarının ortaya çıkması) olarak adlandırılan faktörler tarafından motive oldukları gibi içsel faktörler tarafından da motive oldukları sonucuna ulaşmışlardır. İçsel faktörler, yeteneklerini kullanma, sadece kendileri ve çocukları için bir şeye sahip olma ve diğer insanlara yardım etme gibi istekleri içermektedir. Araştırma sonucunda beklenti farkları olarak da finansal ihtiyaçlar, büyüme, kazançlar, çalışma saatleri ve iş bağlantıları oluşturmuştur.

Lewis (2010), “anne girişimci” teriminin sadece kelime oyunlarından oluşup oluşmadığını ya da daha belirgin bir anlamının olup olmadığını sorgulamıştır. “Anne girişimci” teriminin kadının bireyselleşme sürecinin (McRobbie'den aktaran Lewis, 2010) önemli bir gelişimi olarak ele alan Lewis (2010, s.124), bireyselleşmeyi “sınıf, cinsiyet, aile ve toplum gibi geleneksel yapıların gücü ortadan kaybolduğunda, kişilerin kendi hayatlarını kurma kapasitelerindeki artış” şeklinde tanımlamıştır. Ailenin ve anneliğin iş hayatındaki başarıyı olumsuz yönde etkilediği inancının ve ev sorumluluklarının etkin şekilde yönetilmesi kadınların gelenekselden uzaklaşmasını (detraditionalize) ve girişimciliğe adım atmalarını sağladığını belirten Lewis, böylece anne girişimciliği sayesinde iş kadını ve ev alanına alternatif bir modelin ana hatlarıyla

oluşturduğuna dikkat çekmiştir. Anne girişimciliğin “yeni bir gelenek yarattığını (retraditionalization)” ifade eden Lewis (2010, s.125), böylece iş kadınları ile annelik arasındaki ilişkinin kültürel bir dayatmadan uzaklaştığını ve bilerek isteyerek yapılmış bir tercih haline geldiğini belirtmiştir. Bu sayede ev, kadınların kaçmaya çalıştığı bir yer olmaktan çıkıp, kadınların hem iş yaşamlarına hem de kendi yaşamlarının merkezine koyduğu bir olgu haline gelmiştir. Eskiden kadınlar için girişimcilik yasak bölge olarak algılanırken, günümüzde kadınlar için geleneklerden kaçarak, özgürlük, kendini kanıtlama, özerklik kazanma yolu olarak algılanmaktadır (s.126). Girişimcilik alanında, ailevi sorumluluklar temel alındığında, kadın ve erkekte ev ve aile çerçevesinde beklenen sosyal sorumlulukların farklı olduğuna dikkat çeken Lewis, kadınlar için bu beklentilerin kendi işlerini kurduktan sonra da devam ettiğini belirtmiştir (s.128). Lewis (2010), kadın girişimciliği ile ilgili araştırmaların kadın doğası ile girişimciliğin eril alanı arasında uyumsuzluğuna dikkat çektiğini ama makalesinde verdiği örnek ile aile ve iş arasındaki gerilimin etkili bir yönetim ve önceden planlama ile aşılabileceğine dikkat çekmiştir. Anne girişimci iş modelinin, iş ve ailevi işler arasındaki dengeyi gerçekleştirmeye çalışmanın bir sonucu olarak oluştuğunu belirten Lewis, dengenin, işin önceliğini göz ardı ederek oluştuğunu ve aile ve işin taleplerini karşılamak için daha eşit dengeler sağlayarak oluştuğunu belirtmiştir. Lewis (2010), aynı zamanda yapılan araştırmalar sonucunda, kadın girişimcilerin, geleneksel girişimcilik modellerinin üstünde durduğu büyüklük, büyüme ve karlılık gibi başarı faktörlerini önemsemediklerini belirtmiştir. Lewis (2010, s.131), girişimciliğe adım atarken aile ve çocuk ile ilgili sorumlulukları üstesinden gelmesi gereken problemler olarak değil, girişim uğraşları için birer sınır görevi olarak gören kadınların, bu tür girişimcilik modelini ‘her şeye sahip olmak’tan ziyade ‘her şeye yeterince sahip olma’ anlamında kullandıklarını belirtmiştir. Lewis (2010, s.133) anne girişimcilerin sundukları ürün veya servislerin genel olarak annelik ile ilgili olduklarını ve ilk başta gerekli duydukları sermayenin az olduğunu belirtmiştir. Aile ile geçirilen zamana ve kazanılan para ile karşılaştırıldığında finansal riskin az olduğuna dikkat çekilmiştir.

Boneberger ve Kirilova (2015), İsveçli anne girişimcilerin motivasyon faktörlerini inceledikleri tez çalışmasında, 8 anne girişimci ile derinlemesine görüşmeler yapmışlardır. Bu görüşmeler sonucunda kadınların sadece itme ya da sadece çekme motivasyon faktörleri tarafından yönlendirilmekten ziyade, iki tür motivasyon

faktörlerinin kombinasyonu tarafından etkilendikleri sonucuna ulaşmışlardır. İtme motivasyon faktörleri arasında, memnun olunmayan bir önceki iş ve işsizlik gibi faktörler mevcut iken, çekme motivasyon faktörleri arasında, girişimcilik hayali, kendi kararlarını verme özgürlüğü, sosyal açıdan faydalı bir iş yapma isteği, iş-aile dengesini sağlama, mutluluk ve meydan okuma gibi faktörler bulunmaktadır. Aynı zamanda girişimciliğe adım atarken çevre faktörünün de etkisine bakan araştırmacılar, anne girişimcilerin çoğunun ailesinde bir girişimci bulunduğu sonucuna da ulaşmışlardır. Görüşme yapılan tüm anne girişimciler için de eş veya hayat arkadaşlarının bu girişimlerine destek verdiği sonucuna ortaya çıkmıştır. Araştırmanın bir diğer bulgusu da ekonomik faktörlerin İsveçli anne girişimcilerin girişimcilik kararlarını verirken neredeyse hiç etkili olmadığıdır.

Casteleijn-Osorno (2014), Malta ve Finlandiya'daki anne girişimcilerin hissettikleri kimlik rolleri ile ilgili yaptığı araştırmada, Finli anne girişimcilerin kendilerinde hem anne hem de girişimci kimlikleri gördüklerini hatta kendilerini daha çok girişimci kimliği ile özdeşleştirdikleri sonucuna varmıştır. Finli anne girişimciler her iki rolü de benimsemiş görünmekle beraber, girişimci kimliklerine kendilerini daha yakın hissediyorlar. Maltalı anne girişimciler ile yaptığı görüşmeler sonucunda Casteleijn-Osorno (2014), Maltalı anne girişimcilerde anne/eş kimliğinin daha baskın olduğunu gözlemlemiştir. Motivasyon faktörleri bakımından anne girişimciler karşılaştırıldığında, Maltalı kadınlar için özgürlük faktörü ilk sırada iken, Finli kadınlarda meydan okuma, yaratıcılık ve başarı faktörleri ilk sırada yer alıyor. Özellikle Maltalı kadınlar için ekonomik özgürlüklerinin olması, kendi kararlarını verebilmeleri yaşamlarının genel kalitesine etkisi büyük olduğu gözlenmiştir.

Hudson Breen (2014), anne girişimcilerin birden çok yaşam rollerini nasıl dengeledikleri ile ilgili yaptığı çalışmada, kuramsal bir teori oluşturmaya çalışmıştır. Oluşturduğu kuramsal teoriye "Devam Etmek" adını veren Hudson Breen (2014, s.145), bu teorinin birinci önermesini, anne girişimciler, işlerinde bütünlük ve anlam, kendi kendini gerçekleştirme veya meydan okuma ve annelik rolüne değer katma gibi değerler tarafından motive oldukları için devam ettiklerini belirtmiştir. Bir diğer deyişle yaşamlarındaki çoklu yaşam rollerini onurlandırmak ve kendi değerlerini yaşamalarına olanak sağlayan bir kariyer hayatını başarmak olarak ifade edilebilir. Hudson Breen, oluşturduğu teorinin ikinci önermesini şu şekilde ifade etmiştir: Bu tür yüksek düzeyli,

kendi kendini gerçekleştirme eyleminin oluşabilmesi için, çocuklu ve kendi işinin sahibi kadınların temel gereksiniminin karşılanması gerekmektedir. Bu temel gereksinim ‘desteklendiğini hissetmek’ olduğunu belirten araştırmacı, bu duygunun aile gelirin korunması, hayat arkadaşı ve diğer insanlar ile sahip olunan destekleyici ilişkiler ve işi yürütmek için gerekli enstrümantal destek olarak ifade etmiştir. Teorinin üçüncü önermesi anne girişimciler ‘desteklendiklerini hissettiklerinde’, ‘karar verme’ ve ‘yaratıcı bir şekilde uyarılma’ yolu ile çoklu yaşam rollerini yönetebilmekte ve ‘devam edebilmekteler’. Teorinin sonuncu önermesi, bu şartlar sağlandığında anne girişimciler ‘çekmeyi hatırlamak’ gerçekçi hale gelir ve ‘kendi değerlerini ve ‘geleceği hayal etmek’ için teşvik edilmiş olurlar. Böylece çoklu yaşam rollerini yönetebilmek dolaylı yoldan başarılı olur.

Lewis vd. (2015) anneliğin, kurumsal hayattan girişimciliğe geçişteki etkisine odaklanmışlardır. Araştırmaya katılan kadınlar anne olduktan sonra kendi işlerini yapmalarının aile ve iş gerekliliklerini daha iyi uzlaştırabileceğine inandıklarını belirtmişlerdir. Kendi işlerini yapmanın verdiği esneklik ile ailelerine daha iyi zaman ayırabileceklerini, tam bir özerkliğe sahip olabileceklerini ve annelik ile anlamlı bir işi birleştirebileceklerini belirtmişlerdir. Araştırma sonucunda, kadınlar ile yapılan daha sonraki görüşmelerde kadınlar, bu beklentilerinin gerçekçi olmadığını belirtmişlerdir. Çocuk bakımının beklediklerinden daha fazla zaman istediğini hem iş hem de ailevi sorumlulukları yerine getirebilmek için çok çalışmak gerektiğini belirtmişlerdir. Özellikle çocuk bakımı ile ilgili sınırlar çizmenin gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Aileyi işe, ya da işi aileye dahil etmeye çalışmanın başarılı bir yöntem olmadığını, her iki alanın sınırlarının belli olması gerektiğini belirten kadınlar, annelik ve girişimci kimliklerinin arasında belirli sınırlar olduğunda daha iyi sonuç verdiğine vurgu yapmışlardır.

Sheikh ve Yousafzai (2015), İngiltere’de 12 anne girişimci ile yaptıkları nitel araştırmada, kadınların motivasyonlarını, anne ve girişimci olmanın zorluklarını, anne girişimciler için hükümetin çocuk bakımı ve kadın girişimciler ile ilgili destekleri konusundaki düşüncelerine odaklanmışlardır. Araştırma sonucuna göre araştırmacılar, anne girişimcilerin itme ve çekme motivasyon faktörlerinin birleşiminden etkilendiklerini, çoğu kadının çocuklarının yanında olabilmek için evden yürütebilecekleri bir iş kurduklarını belirtmişlerdir. Anne girişimcilerin sıraladığı

motivasyon faktörleri arasında esneklik, çocuklarına daha fazla zaman ayırabilme ve onlara bakabilme olanağı, pahalı çocuk bakımı ücretleri, kendi işinin patronu olma isteği, bir ürün ihtiyacının ortaya çıkması gibi faktörler belirtilmiştir. Araştırmaya katılan anne girişimciler, annelik, iş ve ev işleri arasında dengeyi sağlamak için çok çabaladıklarını, çocuk bakımı ve ev işleri ile ilgili aile ya da eşlerinden çok azının yardım aldığı, bu nedenle de kendilerine daha az zaman ayırabildiklerini belirtmişlerdir. Kendi işlerini yapmaları, çocukları ile ilgilenmek için onlara esneklik tanırken, kendilerine ayırdıkları kişisel zamanı azaltmıştır. Anne girişimcilerin çoğu, hükümetin çocuk bakımı yardımı konusunda eksik olduğunu aynı zamanda kadın girişimciler için hükümetin sağladığı pazarlama, muhasebe, finans, halkla ilişkiler ve sosyal medya ilişkileri gibi eğitimlerin yeterli olmadığını belirtmişlerdir.

Mehta ve Poornima (2018, s.499-500), Hindistan'daki anne girişimcilerin motivasyonlarını, karşılaştıkları problemleri belirleyebilmek için yaptıkları araştırmada 57 anne girişimciden veri toplamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre araştırmaya katılan kadınların yarısı, girişimlerini 30 ile 40 yaş aralığında kurmuştur. Anne girişimcilerin motivasyonlarına dair bulgular, Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15

Mehta ve Poornima (2018) Çalışması Sonucunda Tespit Edilen Girişimcilik Motivasyonları

Girişimcilik Nedeni	Ortalama Değer
Kişisel gelişim	4.53
Kendini ifade etme özgürlüğü	4.28
Kendine güven	4.25
İtibar ve tanınma	4.23
Bağımsız olma isteği	4.07
Aileye daha çok rahatlık sağlayabilme	3.95
Finansal özgürlük	3.93
Aile desteği	3.91
Yakınlarına finansal güvenlik verebilme isteği	3.88

Kaynak: Mehta, R. ve Poornima V (2018). Factors Motivating Mumpreneurs In India: Issues and Problems. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 5(2), s.500

Mehta ve Poornima (2018) araştırma sonuçları incelendiğinde, anne girişimcilerin finansal faktörlerden ziyade daha çok psikolojik faktörlerden motive oldukları söylenebilir. Araştırma amaçlarından bir diğeri de anne girişimcilerin karşılaştığı problemleri tespit edebilmektir. Araştırma sonuçlarına göre temel problemler ailenin desteği ve teknoloji açığı iken, bu problemleri sırasıyla fonların azlığı, sosyo-kültürel engeller ve eğitim eksikliği takip etmektedir.

Khan ve Rowlands (2018, s.469-470) Yeni Zelanda'da 8 tane anne girişimci ile yaptıkları yarı yapılandırılmış görüşmeler ile onların karşılaştıkları zorlukları ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, kadınların ilk motivasyonu, aile dengesini sağlamaktır. Kadınlar anne girişimci olarak aile dengesini sağlayabileceklerini düşünmüşlerdir fakat zaman ilerledikçe bunun o kadar da kolay olmadığını görmüşlerdir. İşleri ilerledikçe, aile ve işleri arasındaki sınırları korumanın zorluğu ile karşılaşmışlardır. Çocuklarına ayırmak istedikleri zamanı azaltmak istemedikleri için işlerini büyütmeğe çekinmişlerdir. İşlerini kurarken finansal destek alamayacaklarını düşündükleri için kendi kişisel sermayeleri ile işlerini kurmuşlardır. Yeterli gelire sahip olmadan da finansal destek alamayacaklarını düşündükleri için de işlerini büyütmeğe istediklerinde yine aynı şekilde finansal destek aramaktan çekinmişlerdir. İlk zamanlarda aile ve iş arasında bölünen zamanlarından kendilerine zaman ayırmamışlardır. Amaçları çocuklarına ayıracakları zamandan kısmadan işlerini ilerletmek olduğu için, kendi zamanlarından çalmışlardır. Bunun böyle devam edemeyeceğini, 2 sene sonunda anlayıp, kendilerine zaman ayırmaya başlamışlardır. Çevrelerinin kendilerini çok ciddiye almadıklarını, çevredeki kişilerin işlerini hobi olarak sürdürdüklerini düşündüklerini belirtmişlerdir.

Tariq (2018, s.1082-1083), Pakistan'da 12 anne girişimci ile yaptığı yarı yapılandırılmış görüşmeler neticesinde, kadınların girişimci olma nedenlerini, karşılaştıkları problemleri belirlemeye çalışmıştır. Görüşmeler neticesinde, kadınların, çocuklarına bakabilmek için kendi işlerini yapmalarının onlara bu esnekliği sağlarken aynı zamanda para kazanmalarına olanak vermesi kadınları girişimci olmaya itmiştir. Toplumun muhafazakârlığı ve erkek baskın sistemi, onların dışarıda çalışmasını zorlaştırırken; evden çalışmaları aile ve akrabaları tarafından desteklendiği gözlenmiştir. Kadınlar işlerini kurarken finansal destek almakta zorlandıklarını, ana sermayenin aile tarafından karşılandığı belirtilmiştir. Kadınlar aynı zamanda girişimcilik ile ilgili eğitim

alabilecekleri merkezlerin olmasının, kendilerini ve işlerini geliştirebilmek adına yardımcı olabileceğinin de altını çizmişlerdir.

Luomala (2018, s.124), Finlandiya’da anne girişimciler ile yaptığı görüşmeler neticesinde, anne girişimciliğini, kadınların hem iş hem de annelikte mükemmel olma çabası olarak yorumlamıştır. Anne girişimciliğin ‘her şeye sahip olma’ isteğinden kaynaklandığını belirten Luomala, bu isteklerin ilginç ve anlamlı bir iş, aile ve aile ile yeterli zaman olduğunu belirtmiştir. Anneliğin başlı başına kadınlar arasında rekabete neden olduğunu, anne girişimciliğin de bu rekabeti farklı boyutlara taşıdığına değinen Luomala (2018, s.123), anne girişimciliği sayesinde kadınların hayatlarının hiçbir aşamasında üretken işten uzak durmalarını gerektirecek bir neden olmadığını, her koşulda kendi durumlarına uygun bir iş yaratabileceklerini belirtmiştir. Anne girişimci olarak çok ciddi bir iş yapmak gerekmediğini, küçük çaplı işlerin de yeterli olduğunu, önemli olanın annelik olduğu belirtilmiştir. Anne girişimciliği sayesinde, kadınlar ‘evde oturan anne’ sıfatından kurtulup hem anne hem de annelik rolleri haricinde anlamlı bir iş elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Genel olarak anne girişimcilerin, işlerini büyütmek için risk almadıklarını, yeterli miktarda gelir elde edilmek istendiği ama ana amacın gelir olmadığı belirtilmiştir. Çocuk bakımında ana sorumlu kadın algılandığı için, kadınlar ya evde kalıp çocuklarına bakmalı ya da çalışıyor ise çocuk bakım parasını karşılayabilecek düzeyde bir gelir elde etmesi beklenmektedir. Bu yüzden anne girişimcilerin de kazandıkları parayı genel olarak çocuk bakımı için harcamaktadırlar.

Bu bölümde annelik, annelik ideolojileri ve anne girişimciliği kavramları ele alınmıştır. Anneliğin, kadınların kariyer seçimlerine nasıl etki ettiği, toplumun anneliği yaklaşımı, anne girişimcilik kavramının nasıl ortaya çıktığı ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Bir sonraki bölümde sosyal destek mekanizmaları, sosyal ağlar ve bunların girişimciliğe etkisi ele alınacaktır.

1.4. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNİ GÜÇLENDİREN MEKANİZMALAR

1.4.1. Güçlendirme Kavramı

Güçlendirme kavramı daha çok örgütsel etkinlik çalışmaları kapsamında kullanılan bir kavram olmasına rağmen, toplumdaki azınlıkları güçlendirmek için de kullanılan bir kavram haline gelmiştir (Conger ve Kanungo, 1988, s.471). Conger ve Kanungo (1988) güçlendirmeye, güç konusundaki çalışmalar kadar önem verilmemiş olduğunu ancak, organizasyonel etkinlik alanındaki çalışmaların artmasıyla, çalışanların güçlendirilmesi ile ilgili çalışmaların da hız kazandığına dikkat çekmişlerdir. Conger ve Kanungo (1988, s.474), güçlendirmeyi motivasyonel bir kavramı olarak ele alınması gerektiğini önermişler ve güçlendirmeyi örgüt üyelerinin öz yeterlilik duygularının geliştirilme süreci olarak tanımlamışlardır. Thomas ve Velthouse (1990), güçlendirmeyi, artan içsel görev motivasyonu olarak tanımlamışlardır. Yaptıkları çalışmada güçlendirme için dört ana bilişsel başlık tanımlamışlardır: *anlam*, *yeterlilik*, *özerklik* ve *etki*. *Anlam*, bireyin kendi ideal ve standartlarına göre işine ya da amacına verdiği değerdir. *Yeterlilik*, bireyin kendine güveni ile ilgilidir. Yapması gerekenleri, yapabileceğine inanması ile ilgilidir. *Özerklik*, bireyin bir işi başlatıp başlatmaması, ya da eylemlerine karar verebilmesi, seçebilmesi ile ilgilidir. *Etki*, bireyin iş çıktılarını etkileyebilme derecesidir.

Menon (1999, s.161-162), yaptığı çalışmada psikolojik güçlendirmeyi üç ana başlık altında tanımlamıştır: *algılanan kontrol*, *algılanan yeterlilik* ve *hedefin içselleştirilmesi*. Algılanan kontrol bireyin, yetki, karar verme özgürlüğü, kaynaklara ulaşabilme, iş takvimi ve performansına karar verme ile ilgili düşüncelerine bağlıdır. Algılanan yeterlilik ise, bireyin verilen görevleri (rutin olan/olmayan) yerine başarıyla getirebileceğine dair inancı ile ilgilidir. Hedefin içselleştirilmesi ise örgütsel liderlik tarafından sağlanan heyecan veren vizyondur.

Bath (2015, s.188), güçlendirmeyi, bir kişinin bireysel olarak karar verebileceği sosyal bir ortamın yaratılması olarak tarif etmektedir. Güçlendirme, bireyin yaşadığı koşullar içerisinde kendi hayatı hakkında kararlarını tek başına vermesine olanak sağlayan bir mekanizmadır. Güçlendirme sayesinde birey, özerk bir şekilde düşünebilir, harekete

geçebilir ve işini kontrol edebilir. Aynı zamanda bireylerin tam potansiyellerine ulaşmalarına, politik ve sosyal katılımlarını geliştirmelerine ve en önemlisi de kendilerine inanmalarına olanak sağlamaktadır.

Alsop vd. (2006), güçlendirmeyi bir bireyin ya da grubun seçim yapabilme ve yaptığı seçimleri istenen eylem ve sonuçlara dönüştürebilme kapasitesi olarak tanımlamışlardır.

Kabeer (2001), güçlendirmeyi daha öncesinde seçme özgürlüğü olmayan bireylerin, stratejik yaşam seçimleri yapabilme yeteneklerindeki gelişme olarak tanımlamaktadır.

Örgütsel alanda yapılan güçlendirme çalışmaları, toplumda zayıf konumda olan grupların güçlendirilmesi ile ilgili çalışmalar takip etmiştir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği nedeni ekonomik hayata daha az katılan kadınların toplum içinde güçlendirilmesi, erkekler ile aynı haklara sahip olması adına çalışmalar yürütülmektedir. Kadınları güçlendirmek adına en önemli aşamalardan biri onları ekonomik olarak özgür olmalarını sağlamaktır. Bir başka bireye (baba / kardeş / eş / çocuk) ekonomik olarak bağlı kalmak kadınların güçlendirilmesi önündeki en büyük engellerden biridir. Bir diğer önemli engel ise eğitimidir. Kadınların da erkekler ile aynı seviyede eğitim görmesi ve kendini geliştirmesi, ekonomik özgürlüğünü elde etme yolundaki en önemli adımlardan birisidir.

1.4.2. Sosyal Destek ve Sosyal Ağ Kavramı

Sosyal destek, sosyal ağlar gibi kavramlar, birbirinin yerine sıkça kullanılan, bir dereceye kadar örtüştükleri ve ilişkili oldukları için karıştırılan kavramlardır. Sosyal destek, kişisel ilişkilerin yürütülmesi sonucunda ortaya çıkarken; sosyal ağ, bir kişinin sahip olduğu bağlar ve bunlar arasındaki bağlardan meydana gelmektedir. Kişilerin kendilerine yakın olan insanlarla ilişkileri bağlanma sağlarken, daha uzak olan bağları onlar için bilgiye ve öğütlere ulaşmak için bir köprü görevi sağlamaktadır (Gottlieb ve Bergen, 2010, s.511-512). Gottlieb ve Bergen (2010), sosyal destek ve sosyal ağ kavramlarının dışında, sosyal destek sistemi kavramının özellikle sağlık ve beşerî bilimlerde kullanıldığını belirtmişlerdir. Sosyal destek sistemi, bir kişinin sahip olduğu bağlarının kayıtsız şartsız destekleyici olduğunu varsaymaktadır.

Cohen vd. (2000, s.4), sosyal desteđi bir kiřinin eriřebileceđini dűřűndűđű sosyal kaynaklar olarak tanımlamıřlardır.

Burleson vd. (1994, s.xi), sosyal desteğin, bir insanın yaşam kalitesinde űnemli bir payının olduğunu vurgulamışlardır. Akraba, arkadaş, tanıdık, iř arkadaşları hatta yabancılardan gelen destekleyici, olumlu sosyal davranışlar, bir insanın psikolojisi, duyguları űzerinde dikkat çekici direkt ve dolaylı etkileri olmaktadır (s. xi).

Cobb (1976, s.300), sosyal desteđin ű ana unsurundan bahsetmiřtir. Bunlardan birincisi, bir kiřinin sevildiđini ve kendisi ile ilgilenildiđini bilmesi; ikincisi saygı ve deđer gűrdűđűnű bilmesi; űűncűsű ise, kiřinin kendisini bir iletiřim ve karřılıklı yűkűmlűlűklerin olduđu bir ađa ait hissetmesidir.

Thoits (1982, s.147), sosyal desteđi “bir kiřinin bařkaları ile etkileřimi sonucunda temel sosyal ihtiyaçlarının karřılanma derecesi” olarak tanımlamıřtır. Thoits (1982), temel ihtiyaçları sevgi, saygı/onaylanma, aidiyet, kimlik ve gűvenlik olarak sıralarken, bu ihtiyaçların ya duygusal (sempati, anlayıř, kabul ve saygı gibi) ya da maddi yardım (tavsiye, bilgi vermek, yardımda bulunmak, finansal destek sađlamak gibi) olarak karřılanabileceđini de belirtmiřtir. Thoits (1982), sosyal destek sistemini ise “bir kiřinin sahip olduđu tűm sosyal ađ içerisinde, duygusal yardım, maddi yardım ya da her iki yardım tűrű için gűvenebileceđi insanların bulunduđu alt kűme” olarak tanımlamıřtır (s.148).

Burleson vd. (1994, s.xii-xiv), sosyal destek çalışmalarının yapılması ile ilgili ű ana neden sıralamışlardır.

- Faydacı Zorunluluk: Sosyal desteđin, insan sađlıđı űzerindeki etkisini baz alan alıřmalar
- Teorik Zorunluluk: Kişilerarası ilişkilerin oluşmasında ve gelişmesinde sosyal desteğin űnemli bir rol oynamasından kaynaklı alışmalar
- Ahlaki Zorunluluk: Sosyal desteğin ahlaki bir davranış olmasından dolayı, kişilere erdemli davranışların doğası ve uygulanmaları için bilgi verdiğini savunan alışmalar

Burleson vd. (1994, s.xvxxviii), sosyal destek hakkında yapılan çalışma yaklaşımlarının üç başlık altında toplandığından bahsetmiştir:

- Sosyal Ağ Yaklaşımı: Bu tür araştırma yaklaşımında, hangi türde bağların insan sağlığını koruduğunu ya da iyileştirdiği üzerinde durulmuştur. Bir kişinin sahip olduğu sosyal ağın büyüklüğü, yoğunluğu ve diğer özellikleri, o kişinin sağlığını ve/veya iyi halini nasıl etkilediği üzerinde sosyolojik odaklı araştırmalardır
- Psikolojik Yaklaşım: Bu yaklaşım, bir kişinin sosyal ilişkilerinin kalitesinin, kendi sağlığını nasıl etkilediği ve destek konusundaki görüşleri üzerinde durmaktadır.
- İletişimsel ve Etkileşimsel Yaklaşım: Bu araştırma yaklaşımında, bir kişinin neden destek vermek istediği ve destek alan kişinin bu destek karşısında nasıl yardım göreceği ya da destekten nasıl yararlanacağına odaklanılmıştır. Sosyal desteğin bir tür iletişim aracı olduğu, insanlar arasındaki etkileşimden kaynaklandığı üzerinde durulmaktadır.

1.4.3. Sosyal Destek Mekanizmalarının Güçlendirmeye Etkisi

Kişileri, girişimci olmalarına iten çeşitli faktörler vardır. Kişisel özellikleri, buldukları çevre ve ortam, ekonomik koşullar, karşılarına çıkan fırsatlar gibi çeşitli faktörler insanları girişimci olmaya itebilir. *Girişimcilik niyeti*, insanların hangi faktörler tarafından girişimciliğe niyetlendiklerini belirlemeye çalışmaktadır. Yapılan araştırmalarda, kişisel özelliklerin yanı sıra, aileden ve arkadaşlardan alınan desteğin özellikle kadınlarda girişimcilik niyetini arttırdığını göstermiştir (Molino vd., 2018, s.1). Molino vd. (2018), kadınların çevrelerindeki önemli insanlardan aldıkları desteğin, onların girişimcilik niyetlerini, öz yeterlik özelliklerinden daha çok etkilediğini belirtmişlerdir (s.12).

Powell ve Eddleston (2013, s.261), aile alanındaki çeşitli kaynakların, girişimcilik başarısına olumlu yönde etki edip etmediğini araştırmışlardır. Powell ve Eddleston, girişimcilikte, aile ve iş alanlarının, profesyonel iş yaşamına göre daha iç içe geçtiğini, bu yüzden de iki alan arasındaki kaynak transferinin daha kolay yapılabildiğini

belirtmişlerdir (s.262). Aileden işe zenginleştirme, aile alanında yaratılan kaynakların, iş girişimine yarar sağlayacak şekilde iş alanında kullanılması olarak ifade edilmiştir (s.264).

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla, insan, sosyal ve finansal kaynaklara erişimlerinin daha zor olmasından dolayı, özellikle aileden işe zenginleştirmenin kadın girişimciler için önemli olabileceğinin altını çizmişlerdir. Kadınların erkeklere oranla işleri için gerekli kaynakları aile alanlarından elde etmeleri olasılığının daha fazla olduğunun altını çizen araştırmacılar, kadınların aileden işe zenginleşmeden daha fazla faydalanmalarını iki sebebe bağlamışlardır (Powell & Eddleston, 2013, s.263):

- Aile alanındaki kaynakların girişimcilik yararlarını kullanmak kadınlar için daha fazla yarar sağlamaktadır;
- Kadın cinsiyet rolü kadınları, iş-aile sinerjisi yaratmak için teşvik etmektedir.

Powell & Eddleston (2013) ailenin, bir girişimi beslemek için önemli bir role sahip olduğuna dikkat çekmişlerdir. Aile sayesinde, genellikle insan ve finansal kaynak sağlandığı; bazen aile bireylerinin ücretli ya da ücretsiz olarak girişim işinde çalıştığı, ya da finansal problemler ile karşılaşıldığında, girişimcilere destek verildiği belirtilmiştir. Bu yüzden hem manevi hem de maddi olarak aileden işe yapılan zenginleştirmelerin girişimcilik başarısı ile doğrudan ilgili olduğunun altı çizilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, erkeklere nazaran kadın girişimcilerin, girişimleri için aile desteğinden yararlandıkları ve bu desteğin kendilerinin girişimcilik başarısını olumlu yönde daha çok etkilediği ortaya çıkmıştır (s.274).

Laumann vd. (1978, s.458), sosyal ağ'ın tanımını "belirli bir tipte bir dizi özel ilişkiler (arkadaşlık, fonların transferi, örtüşen üyelik gibi) ile bağlantılı bir dizi düğüm (insanlar, organizasyonlar gibi)" şeklinde yapmışlardır. Girişimciler için sosyal ağlar özel bir öneme sahiptir. Sahip oldukları özel ağlar sayesinde, girişimciler ihtiyaç duydukları sosyal sermayeye ulaşabilir (Neumeyer vd., 2019). Her bir girişimcinin sahip olduğu sosyal ağın, zayıf ve güçlü bağlardan oluştuğunu belirten Neumeyer vd. (2019) etkileşim sıklığının, ilişkinin doğası, duygusal yoğunluk, ilişkinin çok yönlülüğü gibi özelliklerin bağın gücünü yansıttığı belirtmişlerdir. Zayıf bağlar, girişimcinin çok farklı bilgi ve bağlantıya erişmesine yardımcı olurken, güçlü bağlar da ulaşılması güç kaynakların

erişimine olanak sağlamaktadır. Neumeyer vd. (2019), Morris vd.'nin (2016) girişim teşebbüsleri için geliştirdikleri tipolojiyi kullanarak kadın ve erkek girişimcilerin arasındaki sosyal kaynak farklılıklarını incelemiştir. Morris vd. (2016), girişimleri dört gruba ayırmışlardır: Hayatta kalma, yaşam tarzı, yönetilen büyüme ve agresif büyüme. Neumeyer vd. (2019, s.484), yaptıkları araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin, yaşam tarzı ve hayatta kalma tipolojisindeki girişimlerde sosyal sermaye kullandıkları; erkek girişimcilerin ise daha çok agresif ve yönetilen büyüme tipolojilerinde sosyal sermayeyi kullandıklarını ifade etmişlerdir. Daha önceki araştırmalar, erkek egemen kültür modelinin yaşam tarzı ve hayatta kalma teşebbüslerinden ziyade agresif ve yönetilen büyüme teşebbüslerinde egemen olduğunu göstermiştir (Marlow & McAdam, 2013).

Carter vd. (2003, s.22-23), kadın girişimcilerin finansal stratejilerinin, özellikle öz kaynak kullanımı söz konusu olduğunda, hangi faktörler tarafından etkilendiğini araştırmışlardır. Sosyal sermayenin, öz kaynak kullanıp kullanmama tercihi üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı ama girişimin kurulma aşamasında bazı stratejileri etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Gelişmiş bir ağa sahip olan kadınların, kişisel birikimlerinin kullanma oranı artarken, profesyonel danışmanlık alan kadınların almayanlara nazaran, kişisel birikimlerini kullanmadıkları gözlenmiştir.

Al Mamun vd. (2016, s.363), sosyal sermayenin, girişimsel yetkinlikler ve şirket performansı söz konusu olduğunda, en çok göz ardı edilen faktörlerden biri olduğuna dikkat çekmişlerdir. Sosyal sermayenin maddi ya da sanal kaynaklardan oluştuğunu belirten araştırmacılar, sosyal sermayenin tanımını “Bir birey ya da sosyal birimin sahip olduğu ilişkiler ağının içerisinde gömülü olan, ağın aracılığı ile erişebildiği ya da türetebildiği gerçek ve potansiyel kaynakların toplamı” şeklinde vermişler ve sosyal sermayenin sahip olduğu üç boyutu aşağıdaki şekilde ifade etmişlerdir. (s.365):

- İlişkisel boyut: Güven üzerine kurulu bu boyutta, kişiler arası etkileşimden oluşan ilişkilere odaklanılmıştır.
- Bilişsel boyut: Bir ilişkide bulunan tarafların ortak paylaştıkları anlamlar ve yorum üzerine kurulu olan boyuttur.
- Yapısal boyut: Bir ağı meydana getiren birimler arasındaki bağları, nasıl göründüklerini, bir birime nasıl ve ne şekilde ulaşılacağı ile ilgili olan boyuttur.

Klyver vd. (2018), hem maddi hem de manevi sosyal desteğin zamanlamasının, başlangıç aşamasındaki girişimcilerin sürekliliğini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Klyver vd. (2018), manevi desteği, dinleme ve empati sağlama olarak tanımlarken, maddi desteği de problemlerin çözümüne odaklı somut yardım olarak tanımlamışlardır (s.710). Manevi desteğin, üç farklı şekilde, girişim sürekliliğini etkilediğini belirten Klyver vd. (2018), bu yöntemleri aşağıdaki şekilde sıralamışlardır:

- Manevi destek, girişimcileri olaylara daha olumlu bakmalarına neden olarak, onların yaratıcılığını destekleyerek, onların stresle başa çıkmalarına yardım ederek girişimlerine destek olmaktadır. Böylece, girişimlerinin başarılı olacağına dair daha olumlu düşünmeye eğilimlidirler.
- Manevi destek, girişimcilerin bir tür girişimci kimliği ve aidiyet duygusu yaratmalarına yardımcı olmaktadır. Bunun temel nedeni de girişimcilerin kendi sosyal ağlarından aldıkları onayın, girişimci olarak kabul görmelerini ve girişimlerinin meşrutiyet kazanmasını sağlamadaki rolüdür.
- Manevi destek aynı zamanda girişimcilik tutkusunu canlı tutmaya yardımcı olmaktadır. Herhangi bir olumsuzluk karşısında hemen pes etmemeyi engellemektedir (s.715-716).

Manevi ya da maddi desteğin girişimlerin farklı aşamalarında farklı şekilde uygun olduğunun altını çizen araştırmacılar, araştırma sonuçlarında göre, manevi desteğin, işlerin geliştirildiği aşamada önemli olduğu, maddi desteğin ise erken yaşta girişimlerini kuran girişimciler için anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Maddi desteğin girişimcinin yaşından farklı olarak, girişimin sürekliliği için her aşamasında önemli olduğu araştırmanın bir diğer sonuçlarından biridir. Manevi desteğin, özellikle girişimin ilk aşamalarında, girişimci kimliğinin oluşturulmaya çalışıldığı ve başkalarından onay alınmaya çalışıldığı dönemlerde önemli olduğu ortaya çıkmıştır (s.726-727).

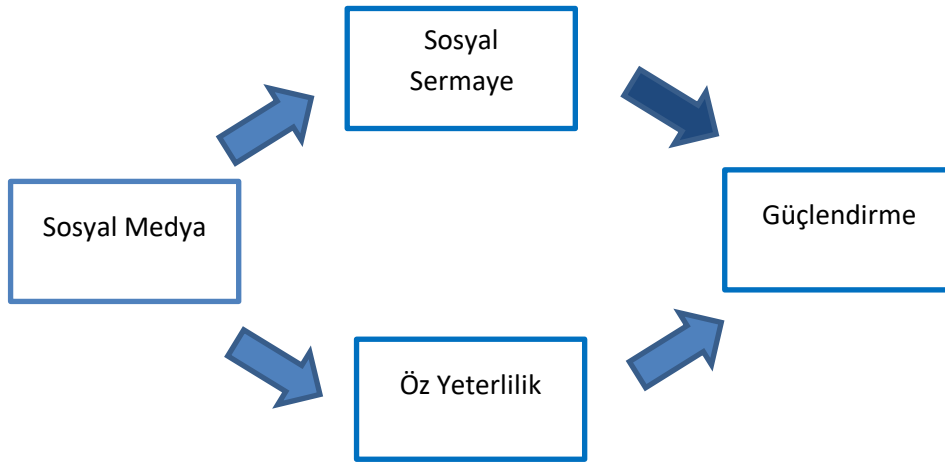
Bu bölümde sosyal destek mekanizmaları, sosyal ağlar ve bunların girişimciliğe etkisi ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Bir sonraki bölümde güçlendirme kavramı ve bilişim teknolojilerinin güçlendirmeye etkisi, özellikle anne girişimcilerdeki etkisine giriş yapılacaktır.

1.4.4. Bilişim Teknolojilerinin Güçlendirmeye Etkisi

Ajjan vd. (2014), kadınların güçlendirilmesi amacı ile Bilgi ve İletişim Teknolojilerini (BİT) temel alarak bir model önermişlerdir (Şekil 6). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin tanımı United Nations (2005, s.2) tarafından şu şekilde yapılmıştır: Bilgi ve iletişim teknolojileri, bilgiyi üretmek, işlemek, dağıtmak ve dönüştürmek için kullanılan karmaşık ve heterojen ürün, uygulama ve servisler bütünüdür. Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü, telekomünikasyon, televizyon, radyo yayıncılığı sektörlerinin yanı sıra; bilgisayar donanımı, yazılımı, hizmetleri ve elektronik medya sektörlerinden de oluşmaktadır. Ajjan vd. (2014, s.17), kadınların ekonomik olarak güçlendirilmesi için, onların girişimcilik aktivitelerinin artırılması gerektiğini savunmuşlardır. Gelişen teknoloji sayesinde, özellikle de sosyal medya göz önünde bulundurulduğunda, kadınlar girişimcilik aktivitelerini arttırabilme olanağı elde etmişlerdir. Bilgi ve iletişim teknolojilerini, her türlü bilgiye ulaşabilmek, saklamak, üretmek adına kullanılan iletişim/bilgisayar ağları, bilgisayar yazılımı/donanımı, internet gibi araçlardan oluşmaktadır (s.18). Marcelle (2000), bilgi ve iletişim teknolojilerini tanımı genişleterek, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram gibi sosyal medya ağlarını da eklemiştir. Ajjan vd. (2014, s.24), oluşturdukları güçlendirme modelinde, sosyal medya kullanımının kadınların öz yeterlilik duygularını yükselttiğini, aynı zamanda sosyal sermayelerini arttırdıklarını ifade etmiştir. Artan sosyal sermaye ve kazanılan öz yeterlilik ile kadınların kendilerini daha güçlü hissetmelerine neden olmaktadır. Sosyal medya sayesinde, bilgiye ve ihtiyaç duydukları kaynaklara daha çabuk ulaşabilen, kendilerini ifade edebilecek platformlar bulan kadınların, kendilerine güvenlerinin arttığını belirtmişlerdir. Sosyal medya sayesinde aynı zamanda, sosyal sermayelerini de artırma fırsatı elde etmişlerdir. Öz yeterlik duygusu artan kadınlar, internet kullanımı ile arttırdıkları bağlantıları sayesinde kendilerini daha güçlü hissederek hale gelmişlerdir.

Şekil 6

Kadınların Güçlendirilmesine Yönelik Kavramsal bir Model



Kaynak: Ajjan, H., Beninger, S., Mostafa, R. & Crittenden, V. (2014). Empowering Women Entrepreneurs In Emerging Economies: A Conceptual Model. *Organizations and Markets in Emerging Economies*. s.25.

Huyer ve Sikoska (2003, s.1), bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde, çalışma yöntemlerinin yeniden şekillenebileceğini ifade etmişlerdir. Bilgiye ulaşmayı, yaymayı, saklamayı kolaylaştıran teknoloji sayesinde bilgiye hızlı bir şekilde ulaşılabilir hale gelmiş ve verimlilik ve üretkenlik alanlarında da avantaj sağlamıştır. Huyer ve Sikoska (2003), bilgi ve iletişim teknolojilerinin kadınların güçlenmesinde önemli bir rol oynadığına değinmişlerdir. Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde, kadınlar durumlarını iyileştirmede aktif rol alabilir; bilgiye ulaşmada ve iletişim kurmada sağlanan kolaylık ile kadınlar ekonomik anlamda güçlenebilir hale gelmiştir. Yürütülen araştırma projesi sonuçlarına göre kadınlar bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde, bilgiye daha kolay erişmekte, kaynaklarını daha verimli kullanabilmenin yollarını öğrenmekte, aynı zamanda yeni işler fikirlerine daha kolay erişebilmektedir (s.7-8). Teknolojinin sağladığı yararlar sayesinde, kadınların kendilerine güveni artmış ve yeni kariyer ve mesleki olanaklar elde etmişlerdir. İnternet sayesinde kadınlar, sosyal ağlarda iletişim kurarak, sosyal çevrelerini genişletmişlerdir.

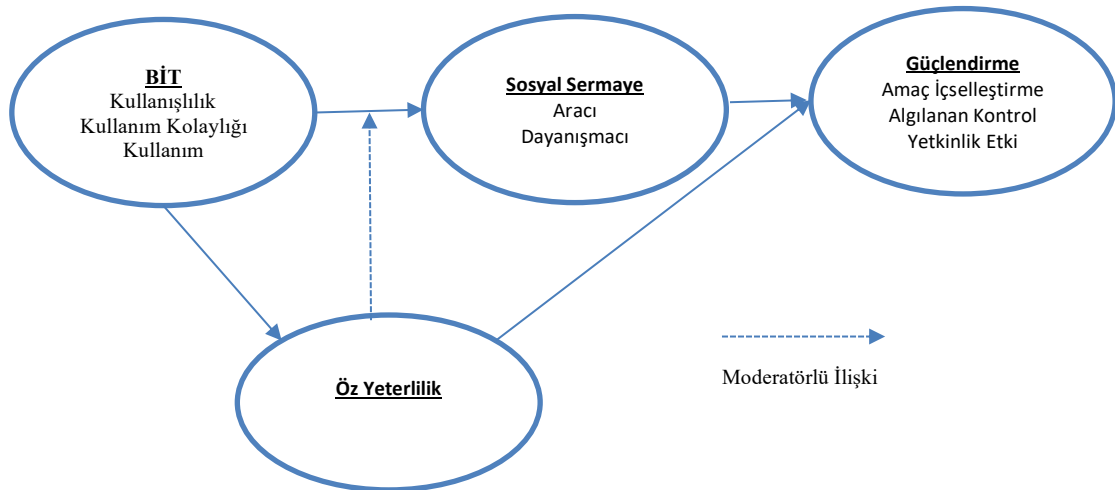
Chew vd. (2015, s.536), cep telefonu kullanımının sosyal bağ oluşturmada etkili olduğunu, kazanılan sosyal sermaye sayesinde kadın girişimcilerin çevrelerinden,

ailelerinden hem duygusal hem de psikolojik destek alabildiklerini ve geliştirilen sosyal ağlar sayesinde de işlerini büyütebildiklerine dikkat çekmişlerdir.

Crittenden vd. (2019), yaptıkları araştırmada Teknoloji Kabul Modelinden (Technology Acceptance Model) yararlanmışlardır. Davis (1989) tarafından oluşturulan Teknoloji Kabul Modeli, algılanan kullanılabilirlik ve kullanım kolaylığının, insanların teknolojiyi kabul etmeye yönelik tutumlarının belirlenmesinde kullanılmaktadır. Crittenden vd. (2019), bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) kullanımının kadın mikro girişimciler özelinde öz yeterlilik, sosyal sermaye ve güçlendirme konularını nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Çalışmalarının sonucunda kadınların bilgi ve iletişim teknolojileri hakkındaki düşüncelerinin, bu teknolojileri kullanma kolaylığının, kadınların teknolojiyi kullanma kararlarını etkilediğini ifade etmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, bilişim ve iletişim teknolojilerinin kullanımı öz yeterlilik ve sosyal sermaye üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Teknoloji kullanımı, sosyal sermayenin artırılmasına aracı olmaktadır. Ancak öz yeterliliğin varlığında bu ilişki daha da güçlü hale gelmektedir (Şekil 7).

Şekil 7

Güçlendirme için bir Kavramsal bir Model



Kaynak: Crittenden, V.L., Crittenden, W.F. & Ajjan, H. (2019). Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology. *Journal of Business Research*, 98, s.193.

Crittenden vd. (2019), yaptıkları araştırmada kendi işlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanan kadınların amaçlarını üç ana başlıkta özetlemişlerdir: İlki, kadınların diğer kadınlar ile iletişim kurmak; ikincisi satış işinde çalışan diğer insanlar ile iletişim kurmak ve birbirlerinden öğrenmek; üçüncüsü de müşteri ile iletişim kurarak hem ürün tanıtımı hem de ürün satışını yapmaktır. Araştırma sonuçlarına göre, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı kadınların aracı sosyal sermaye oluşturmada ve korumada yardımcı olmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri, insanların birbirleri ile bağ kurmasının önündeki engelleri ortadan kaldırarak, kadınların toplumdaki bağlarını ucuz ve kolay bir şekilde oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Normalde iletişim kuramayacakları biri ile bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde kolayca iletişim kurabilmektedirler. Aracı sosyal sermaye sayesinde, kadınlar oluşturdukları zayıf bağlar ile amaçlarını içselleştirebilmekte, dayanışmacı sosyal sermaye sayesinde ise algılanan kontrol düzeylerini artırabilmektedir. (s.199)

Crittenden vd. (2019), bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde sosyal ağlardaki hem güçlü hem de zayıf ağların güçlendiği belirtmişlerdir. Kadınlar, güçlü ağlar sayesinde gerekli kaynaklara ulaşabilmekte, zayıf ağlar sayesinde de yeni fikirlere erişebilmektedir. Kadınlar, daha önce tanımadıkları kadınlar ile iletişim kurup yeni iş fırsatları yakalayabilmekte (zayıf bağ), aynı zamanda mevcut ilişkilerini de güçlendirebilmektedir (güçlü ağ). Öz yeterliliği daha güçlü olan kadınlar, yeni girdikleri sosyal ağlarda daha rahat yeni ilişkiler geliştirebilmektedir. Bu yüzden öz yeterliliği geliştirmek adına eğitim programlarının önemine değinmişlerdir (s.200-201).

Venkatesh vd. (2017), yaptıkları araştırmada, bilgi teknolojileri kullanımının, sahip oldukları sosyal ağların kırsal alandaki kadın girişimciler üzerindeki etkilerine odaklanmışlardır. Girişimcilikte bilginin ulaşılabilirliğinin önemini vurgulayan araştırmacılar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin girişimcilik yolu önündeki bazı dezavantajları ortadan kaldırdığını belirtmişlerdir. Kadınların sahip oldukları ağlar ve bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanması onların bilgiye ulaşımını kolaylaştırmakta, finansa ve pazarlara erişim olanağı sağlamaktadır. Araştırmacılar, aile ve yakın çevre ağlarının girişimciliği olumlu yönde etkilediğini, kadınların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanımının artmasına yardımcı olduğunu savunmuşlardır (s.1714). Araştırma sonuçlarına göre ailelerinden gördükleri destek sayesinde, kadınlar bilgi ve

iletişim teknolojilerini daha rahat kullanma ve bunun sonucunda girişimlerini kurma olanağı elde etmişlerdir. İki farklı kırsal kesimdeki kadınların izlendiği araştırmada, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kurulduğu bölgedeki kadınlar daha fazla sayıda girişim kurmuşlar ve zaman içerisinde kurdukları girişimler daha çok kar elde etmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanımı, girişim kurarken etkili olmakla birlikte, işi yürütürken de etkisini göstermiştir. Aile ve yakın çevre ağlarının desteği, girişim için katalizör görevi görürken, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımı da önemli bir hızlandırıcı olarak görev almaktadır (s.1726-1728). Venkatesh vd. (2017) araştırma sonucunda, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımının yararlarını aşağıdaki şekilde sıralamışlardır (s.1729):

- Girişimcilik faaliyeti ve kârında, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanımının güçlü bir etkisi var ve bu etki zamanla daha da güçlenmektedir.
- Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı, kadınların kırsal alanlarda yaygın olan sosyo kültürel engellerin (aile ve toplumsal desteğin eksikliği ve güç sahibi insanların (hepsi erkek olan köy devlet memurları) muhalefeti gibi) üstesinden gelmelerine yardımcı olmaktadır.

Grace (1998), Avustralya’da kırsal alanda bilgi ve iletişim teknolojilerinin erişimi ve kullanımı ile ilgili yapılan bir projenin sonuçlarını aktarmıştır. Yapılan çalışmalar kapsamında, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımı sadece bireysel düzeyde değil, aynı zamanda kırsal toplumsal düzeyde de etkili olmuştur (s.154). Bireylerin yaşamında karşılaşılan olumlu yansımalar aşağıda özetlenmiştir:

- Bilgiye daha kolay erişim
- Azalan sosyal izolasyon sayesinde daha iyi stres yönetimi
- Teknoloji kullanımı ile elde edilen daha geniş bilgi ve bakış açısı sayesinde bireylerin kendilerine güven seviyelerindeki artış
- İstihdam ve küçük işletme fırsatlarının yaratılmasında artış

Toplumsal düzeydeki gelişmeler ise şu şekilde özetlenmiştir:

- Toplumdaki bireyler arasında artan iletişim sayesinde, yerel toplumdaki iletişim problemleri hakkındaki farkındalığın artması
- Toplumsal projeler için finansman erişimi kolaylığı
- Kırsal kesimdeki kadınların kamusal profilinin ve liderlik kapasitelerinin artması

Levis (2011, s.272), bilgi ve iletişim teknolojileri araçlarının, kadınların ekonomik olarak kontrolü ellerine almalarına, finans durumlarını kontrol edebilmelerine ve kendileri ve aileleri için daha iyi olanaklar sağlamalarına yardımcı olduğunu belirtmiştir.

2. BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırma yöntemi olarak kullanılan nitel araştırma hakkında bilgi verilmiştir. Nitel araştırmanın bir kolu olan olgubilimine (fenomenoloji) giriş yapıldıktan sonra, araştırmanın katılımcıları, veri toplama ve veri analizi anlatılmakta ve araştırmanın sınırlılıkları, geçerlik ve güvenilirliği hakkında bilgi verilerek bölüm sonlandırılmaktadır.

2.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırma yönteminin en doğru yaklaşım olacağı düşünülmüştür. Bunun temel nedeni, Creswell'in (2016, s.47) de belirttiği gibi, nitel araştırmanın bir problemin ve/veya konunun keşfedilmesi gerektiğinde kullanılmasıdır. Anne girişimciliği konusu, kadın girişimciliği altında yeni bir olgu olduğundan ve Türkiye'de daha önce benzer bir konuda araştırma yapılmadığı için nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Nitel araştırmanın, birçok farklı disiplinden kavramlar içermesi nedeni ile tanımını yapmanın zor olduğuna dikkat çeken Yıldırım ve Şimşek (2016), nitel araştırma için aşağıdaki gibi bir tanım sunmuşlardır:

“Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” (s.41)

Sığrı (2018, s.66-67), nitel araştırmanın ana hatlarını şu şekilde belirtmiştir:

- Yorumsamacıdır.
- Olguları teyit etmeye değil, keşfetmeye çalışır.
- Araştırmacının katılımını esas alır.
- Araştırma deseni esnektir.
- Bütüncüldür.
- Tümevarımcıdır.
- Nitel veri kullanır.
- Açık uçlu sorular sorar.

- Özneldir, araştırmacının bakış açısını yansıtması doğaldır.
- Amaca yönelik örneklem seçilir, yani araştırılan konu hakkında “bilgi bakımından zengin kişiler” bulunur.

Nitel araştırma **yorumlayıcı yaklaşıma** dayanır. Max Weber ve Wilhelm Dilthey’e kadar dayanan yorumlayıcı yaklaşım, ‘hermenötik’ ile ilişkilidir. Bu sözcük, Antik Yunan’da tanrıların isteklerini insanlara ileten, onların ne istediğini insanların anlamasını sağlayan tanrı Hermes’ten türemiştir. Yorumlayıcı bir araştırmacının amacı, incelediği insanların yaşamı nasıl deneyimlediklerini, onların neye önem verdiğini ortaya çıkarmaktır (Neuman, 2016, s.130-131). Nitel araştırmalar her durumu, olguyu kendi çevresi, doğal ortamında anlamaya çalışır (Sığrı, 2018, s.66).

Nitel araştırmada **tümevarım ilkesi** hakimdir. Tümevarım yöntemi ile gözlenen tek tek olgulardan genel yargılar elde edilmeye çalışılır (Sığrı, 2018, s.18). Nitel araştırmalar genel olarak önceden belirlenen bir hipotezin doğru ya da yanlış olup olmadığı ile ilgilenmez. Nitel araştırmalarda, toplanan veri ile araştırılan probleme ilişkin ana temalar çıkarılmaya çalışılır, bu verilerden anlamlı bir yapı oluşturulmaya çalışılır (Yıldırım ve şimşek, 2016, s.47).

Nitel araştırmada **bütüncül yaklaşım** vardır. Bu ilkeye göre bir bütün, onu oluşturan parçaların toplamından daha çok anlam ifade eder. İnsan davranışlarının incelenmesinde bütüncül yaklaşımın kullanılmasının temel nedeni, insan davranışını birbirinden bağımsız daha küçük davranışlara böldüğümüzde anlamını yitirmesidir. Bölünen küçük davranışların tek tek bir anlamlarının olmadığı, bir bütün olarak bir anlamları olduğu üzerinde durulmaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2016, s.45).

Sığrı (2018, s.69), nitel araştırma amacının tek bir doğru veya açıklama bulmaya çalışmak olmadığını, belirli bir süreci ya da olguyu anlamak için birçok olasılık bulmaya çalışmak olduğunu belirtmiştir.

Ospina (2004), nitel araştırma yapmanın bazı nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Daha önceden çalışılmamış bir olguyu araştırmak, daha sonra nitel araştırma için zemin hazırlamak.

- Nitel olarak araştırılan bir konu hakkında daha detaylı ve derinlemesine bilgi vermek.
- Bir konuyu daha iyi anlayabilmek için aynı anda hem nitel hem de nicel araştırma yapmak.
- Daha önce nicel olarak çalışılmış ama dar kapsamlı çalışıldığı için tam olarak anlaşılamamış bir olguya yeni bir bakış açısı kazandırmak.
- Bir sosyal olguyu, dışarıdan bakarak açıklamaktan ziyade, o olgu ile ilgili olan aktörlerin bakış açılarını anlamaya çalışmak.
- Sayısal olarak ele alınması zor ya da imkânsız olan karmaşık bir olguyu anlamak.
- Sadece bir açıdan ele alınıp çalışılmış olan ya da çalışılması zor olan ve göz ardı edilen olguları anlamak için.

2.2. ARAŞTIRMA YAKLAŞIMI

Creswell (2016) 5 temel nitel araştırma yaklaşımından bahsetmiştir:

- Anlatı Araştırması: Bu araştırma türünde, insanların yaşadığı ve anlattıkları deneyimlerinden hikâyeler toplanır ve bunlar kronolojik olarak sıralanır. Biyografik çalışmalar, otoetnografi, yaşam öyküsü, sözlü tarih gibi çeşitleri mevcuttur (s.70-73).
- Fenomenolojik Araştırma: Bu araştırma türünde, bir kavram (fenomen) ile ilgili insanların yaşadıkları deneyimleri ortak bir zeminde buluşturmaya çalışmaktadır. İnsanların fenomen ile ilgili deneyimleri için genel bir açıklama oluşturmaya çalışmaktır. Yorumlayıcı ve deneysel (psikolojik) fenomenoloji olmak üzere iki türü mevcuttur (s.77-79).
- Kuram Oluşturma Araştırması: Bu araştırma türünün amacı bir eylemi ya da süreci açıklamaktan ziyade o süreç ya da eylem ile ilgili bir kuram oluşturmaktır (s.83).
- Etnografik Araştırma: Bu araştırma türünde, benzer bir kültürü paylaşan bir grubun davranışları, yaşam biçimleri incelenir. Bu araştırmalarda genelde araştırmacı gözlem yöntemini kullanılır, araştırmacı grubun bir üyesi gibi gruba katılabilir ve gözlemlerini bu şekilde yürütebilir (s.90-96).

- Durum Çalışması Araştırması: Zaman ve yer gibi parametrelerle sınırlandırılabilen özel bir durumun açıklanması bu araştırma türü ile yapılmaktadır (s.96-97).

Bu tez çalışmasında, nitel araştırmanın fenomenoloji (olgubilim) araştırma yaklaşımı kullanılacaktır. Bunun temel nedeni Türkiye’de daha önce benzer bir araştırma olmadığı için ilk önceliğin anne girişimcilik olgusunu ortaya çıkarmak olmasıdır. Sığırı (2018, s.4) olguyu “yaşam boyunca doğrudan gözlenebilen ya da algılanabilen nesnel şeyler” olarak tanımlamıştır. Olgubilim ise “farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır” (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.69). Sığırı (2018, s.186), fenomenolojinin, fenomeni direkt ve aracısız anlamaya çalışmak olduğunu, olgulara ilişkin anlamları ortaya çıkarıp, bir insanın bir durum hakkındaki algısını ortaya çıkarmak amacıyla olduğunu belirtmiştir. “Bu olguya ilişkin algı/deneyimler nelerdir?” ve “Bu olguya ilişkin deneyimlerin meydana geldiği ortam ve koşullar nelerdir?” sorularına cevap arar.

Olgubilim, “bize tümüyle yabancı olmayan aynı zamanda da tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için uygun bir araştırma zemini oluşturur” (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.69). Fenomenolojik araştırmada, temel amaç bireylerin bir kavram ile ilgili yaşadıkları deneyimleri, algıları ve bu deneyimlerine yükledikleri anlamları ortaya çıkarmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.74).

Fenomenolojinin temelleri felsefeye dayanır ve bu yaklaşımın ortaya çıkmasında Edmund Husserl önemli rol oynar. Fenomenoloji, önkoşul, önyargı olmadan açıklayıcı olmayı hedefler (Cevizci, 2010, s.224). Sadece kişilerin ilgili fenomen ile ilgili deneyimlerini tasvir etme değil, aynı zamanda deneyimleri ile ilgili yorum yapıldığı yorumsal bir süreçtir (Creswell, 2016, s.80).

Yıldırım ve Şimşek (2016, s.72), fenomenolojik araştırma sonuçlarının kesin ve genellenebilir olmayabileceğini, fakat bu araştırmanın ilgili kavramı daha iyi anlamamızı sağlayacağına dikkat çekmiştir.

Araştırmanın ana problemi, anne girişimcilerin girişimcilik serüvenlerini ortaya çıkarmaktır. Araştırma aşağıdaki ana problem ve alt problemlere cevap aramaktadır:

Ana Problem:

- “Çocuğu olduktan sonra girişimciliğe adım atan kadınların (anne girişimciler) girişimcilik deneyimleri nasıldır?”

Alt Problemler:

- Girişimcilik kararlarını neler etkilemiştir?
- Annelik, girişimcilik kararlarını nasıl etkilemiştir?
- Girişimci olduktan sonra aile ve iş hayatlarında yaşadıkları problemler ve zorluklar nelerdir?
- Girişimci olduktan sonra hayatlarında nasıl değişiklikler olmuştur?
- Girişimleri, gelirlerini, sağlıklarını, aile hayatlarını, sosyal ilişkilerini nasıl etkilemiştir?
- Girişimcilikten beklentileri nelerdi ve bu beklentilerini karşılayabildiler mi?
- Girişimlerini ve/veya kendilerini başarılı buluyorlar mı?
- Girişimleri sırasında ne gibi destekler aldılar, talep ettikleri destekler nelerdir?

2.3. KATILIMCILAR VE ÖRNEKLEM

Araştırmaya konu olan fenomen, anne girişimci olmak olduğu için, araştırma evrenini anne girişimciler oluşturmaktadır. Girişimini kurduğunda bakmakla yükümlü olduğu, ilkokul çağında (0-10 yaş arası) en az bir çocuğu olan anne girişimciler araştırma evrenimizi oluşturmaktadır. Anne girişimciler ile ilgili bir veri tabanı olmadığı için araştırma evreninin belirli bir çerçevesi yoktur.

Bu araştırmada, örnekleme belirleyebilmek için amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, “zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak verir” (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.118). Amaçlı örnekleme, olasılıksız-seçkili örneklemedir ve nitel araştırmalarda örneklemin araştırma sorusu ile ilişkisi, temsil edebilme özelliğinden daha önemlidir (Sığrı, 2018, s.129). Amaçlı örnekleme, “araştırmacının araştırma amaçlarına göre örnekleme içine alacağı uygun öğeleri kendisinin seçtiği olasılık dışı bir tekniktir” (Sığrı, 2018, s.127). İlk aşamada belirlenen örnekleme büyütebilmek için kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Kartopu veya zincirleme tekniği, “kişiden kişiye, kişiden olaylara ulaşarak durumların tanımlanmasıyla bilgilerin zenginleştirilmesi şeklinde” tanımlanmıştır (Creswell, 2016, s.158).

Araştırma sorusunun amacına yönelik uygun örnekleme bulmak, örnekleme oluşturacak, ‘anne girişimci olmak’ fenomenini deneyimleyen kadınları belirleyebilmek için anne girişimcilerin tespit edilebileceği düşünölen bir-iki fuar ziyaret edilmiştir. Fuarlar dışında kadın girişimciler ile ilgili çevrimiçi bir web sitesi de kullanılmıştır.

- Öncelikle araştırmacı, 15-17 Aralık 2016 tarihlerinde İstanbul’da gerçekleşen ‘İBS Anne Bebek Çocuk Fuarı’na ziyaretçi olarak katılmıştır. Bu fuarda anne olduktan sonra girişimci kimliği kazanan kadınlar yani anne girişimci profiline uyan kadınlar ile iletişime geçilerek, iletişim bilgileri alınmıştır. Bu fuarı ziyaret etmekteki amaçlardan biri de araştırma için gerekli örnekleme oluşturacak yeterlilikte anne girişimciye ulaşıp ulaşılamayacağıın tespit edilmesiydi.
- Araştırmacı, 1 Kasım 2017 tarihinde yine İstanbul’da gerçekleşen ‘Dijital Topuklar’ zirvesine katılmıştır. Bu zirvede de anne girişimciler ile iletişim kurulmuştur, bu zirve sırasında tespit edilen birkaç anne girişimci ile görüşmeler yapılmıştır.
- www.hikayesigirisim.com İnternet sitesinde girişimi olan kadınların profilleri incelenip, anne girişimci profiline uyanlar ile iletişime geçilmiştir.
- Karum Yaratan Kadınlar Festivaline katılan katılımcılardan, anne girişimci profiline uyanlar ile iletişime geçilmiştir.

İlk örnekleme oluşturulduktan sonra anne girişimcilerden kartopu örnekleme için tanıdıkları başka anne girişimciler hakkında bilgi istenmiştir. Birkaç anne girişimci isim belirtmiştir; çoğunluğu belirtmemiştir. Belirtilen anne girişimcilerin çoğunluğu ise araştırmacı tarafından daha önceden tespit edildiği için, kartopu örnekleme ile örnekleme çok fazla büyümemiştir ve kartopu örnekleme tam olarak uygulanamamıştır.

Çeşitli platformlardan tespit edilen 55 anne girişimciye ulaşılmıştır. 55 anne girişimciye e-posta ya da mesaj yolu ile ulaşılmış, yapılacak araştırma ile ilgili bilgi verilmiş ve bu çalışmaya gönüllü olarak katılıp katılmayacakları sorulmuştur. İletişim kurulan 55 anne girişimciye 22 tanesi ile görüşme yapılmıştır. İletişim kurulan anne girişimcilerden

bazılarından hiç dönüş alınmamış, birkaç tanesi görüşmeye istekli oldukları halde, görüşmeye zaman ayıramadıkları için görüşme imkânı olmamıştır. Katılımcılar ile ilgili bilgiye bir sonraki bölümde Tablo 16’da yer verilmiştir.

2.4. VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Fenomenolojik bir araştırmada birincil veri toplama aracı görüşmedir. Bu araştırma için görüşme formu tekniği uygulanmıştır. Bu teknikte, araştırmacı daha önceden hazırladığı konu ve alanlara sadık kalarak, görüşme formunda hazırladığı soruları sorarken aynı zamanda daha ayrıntılı bilgi alabilmek için soruları detaylandırabilir. Araştırmacı, soruların cümle yapısını ve sırasını değiştirebilir, bazı sorularda ayrıntıya girebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.132). Anne girişimcilerle yapılacak olan birebir derinlemesine görüşmeler için 37 açık uçlu sorudan oluşan bir görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formunun başında demografik sorular da mevcuttur. Açık uçlu sorular kadınların, anne girişimcilik deneyimlerini derinlemesine algılayabilmek için hazırlanmıştır. Aynı zamanda, literatür taraması yapılırken, kadın girişimciler ile ilgili işlenen konular hakkında sorular da eklenmiştir. Sorular, kadınların annelik ve girişimcilik ile ilgili düşünceleri, anne girişimcilik kavramı, girişimciliğe hangi olaylar sonrasında karar verdikleri, var ise daha önceki çalışma hayatları, girişimlerini nasıl kurdukları, aldıkları destekler, yaşadıkları olumsuz olaylar, başarı ve başarısızlık ile ilgili düşünceleri, beklentileri, gelecek ile ilgili planları, yaşamları ile ilgili düşünceleri gibi konuları içermektedir. Sorular hazırlanırken, Carter ve Cannon (1992)’un kadın girişimcilerle ilgili olarak yaptıkları araştırmadan ayrıca Moore ve Buttner (1997)’in araştırmasından da faydalanılmıştır. Detaylı Görüşme Formu EK 1’de verilmiştir.

Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu’ndan onay alındıktan sonra görüşmeler yapılmıştır. Görüşmecilere araştırma hakkında bilgi verilen Gönüllü Katılım Formu e-posta yolu ile gönderilmiş ve gönüllü katılımı kabul eden anne girişimciler ile onlara uygun zaman dilimlerinde görüşmeler yapılmıştır. Yüz yüze yapılan görüşmeler olduğu gibi, farklı şehirler nedeni ile çeşitli iletişim araçları kullanılarak görüntülü görüşmeler de yapılmıştır. Görüntülü görüşmeler, anne girişimcilere ve araştırmacıya esneklik kazandırmış, görüşme takvimini oluştururken daha çabuk hareket edilmesine olanak sağlamıştır. Böylece görüşme süreci daha kısa sürmüştür. İlk görüşme Ekim 2017

tarihinde gerçekleştirilmiş ve görüşmeler Mayıs 2018 tarihine kadar devam etmiştir. Tüm görüşmeler araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Her görüşmeci ile bir kere görüşülmüştür. Görüşmeler ortalama 35-45 dakika arasında sürmüő, en kısa görüşme 25 dakika sürerken, en uzun görüşme 2 saat sürmüştür. Tüm görüşmeciler, görüşmeler yapılırken ses kaydının alınmasına onay vermiştir.

2.5. VERİ ANALİZİ

Görüşmeler sonucunda elde edilen nitel veri ile araştırmacı, konu ile ilgili açıklayıcı ve gerçekçi bir resim sunmayı hedeflemektedir (Sığrı, 2018, s.130). Nitel veri analizinin temel unsurları, veriyi kodlama, kodları daha geniş temalar altında birleştirme ve veri grafikleri, tabloları kullanarak karşılaştırma yapıp, yorumlamadan oluşmaktadır (Creswell, 2016, s.180). Yıldırım ve Şimşek (2016, s.238), veri analizinde üç temel kavrama dikkat çekmişlerdir:

- Betimleme: “Ne” sorusuna cevap verilen bu yaklaşım ile araştırma problemi ile ilgili olarak neler söylendiği, hangi sonuçların ortaya konulduğu belirtilir. “Nasıl” ve “neden” sorularına cevap vermek bu yöntem ile zor olabilir.
- Analiz: “Neden” ve “nasıl” sorularına cevap aranmaktadır. Kavramsal kodlama, kodları temalar altında birleştirme ve temalar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışmaktadır
- Yorumlama: Analizde “anlam” ön plana çıkmaktadır. Araştırmacı kendi öznel yorumunu ortaya koyar ve araştırma sorusu için ek bakış açısı sunmaya çalışır.

Yıldırım ve Şimşek (2016), betimsel analiz ve içerik analizine ayrıntılı biçimde değinmişlerdir. Betimsel analiz, daha yüzeysel olduğu, içerik analizinde ise araştırmada toplanan verilerin daha derinlemesine analiz edildiği ve daha önceden belirgin olmayan temaların ortaya çıkarılmasında olanak sağladığı için bu araştırmada da içerik analizi kullanılacaktır.

İçerik analizinde dört temel aşamadan mevcuttur (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.243-252):

1. Verilerin kodlanması: Veriler anlamlı bölümlere ayrılır, bu anlamlı bölümlere kod verilir ve farklı bölümlere benzer kod verilip verilemeyeceğine bakılır. Kodlama

elle yapılabileceği gibi bilgisayar ortamında da yapılabilir. Bu araştırmacıya çok büyük kolaylık sağlar. Kodlamada kullanılan kavramlar, araştırmacının kendisinden, literatür araştırmasından ya da verinin içerisinden gelebilir. Önemli olan kullanılan kavramın verideki bölümü iyi yansıtmasıdır.

2. Temaların bulunması: Kodlama sonrasında, kodları bir araya getirecek temaların ortaya çıkarılması gerekmektedir. Ortak yönleri olan kodlar, bir tema altında toplanarak kategorize edilir. Nitel araştırmada temalar “ortak bir fikir oluşturmak için bir araya getirilmiş birkaç koddan oluşan geniş bilgi birimleridir” (Creswell, 2016, s.186). Temalar, tümevarımcı bir araştırma tasarımında ortaya çıkar. Tematik kodlamada, iç tutarlılık önemlidir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, bir tema altında toplanan kodların anlamlı bir bütün oluşturup oluşturmadığıdır. Diğer önemli olan nokta da dış tutarlılıktır. Dış tutarlılıkta, ortaya konuların tüm temaların, araştırmada elde edilen verileri anlamlı bir şekilde açıklayabilmesidir. Temalar birbirleri ile farklı olsalar da kendi aralarında bir bütün oluşturmaları beklenir.
3. Kodların ve temaların düzenlenmesi: Bu aşamada, araştırmacı kendi görüş ve yorumlarına yer vermeden, veriyi işlenmiş bir biçimde sunar.
4. Bulguların tanımlanması ve yorumlanması: Veri ayrıntılı bir biçimde tanımlanıp, sunulduktan sonra araştırmacı tarafından yorumlanır ve sonuca varılır. Araştırmacının görüşleri önemlidir, çünkü bilgi toplama sürecinin bir parçasıdır. Bu aşamada önemli olan şey, görüşlerinin araştırmada toplanan veriler ile desteklenmesi önemlidir.

Anne girişimciler ile ilgili bu araştırmada, görüşmeler bitip veriler toplandıktan sonra, elde edilen veri, bir bilgisayar programına aktarılmıştır. Bunun için nitel veri analizlerinde sıklıkla kullanılan MAXQDA programı kullanılmıştır. Araştırmacı, bu programın kullanımını ile ilgili eğitime katılmıştır.

2.6. ARAŞTIRMANIN GEÇERLİĞİ VE GÜVENİRLİĞİ

Sığrı (2018, s.135), bilimsel araştırmalarda inandırıcılığın güvenilirlik ve geçerlik ile açıklandığını belirtmiş, bu kavramların nitel araştırmalarda da önem arz ettiğini ama

güvenirlik ve geçerliğin nicel araştırmalardaki gibi sayısal verilerle ölçülemeyeceğine de dikkat çekmiştir.

Geçerlik, ölçülen olguyu doğru ölçme ile ilgiliyken, güvenilirlik ise ölçümün tekrar kullanıldığında benzer sonuçlar vermesi ile ilgilidir. İç ve dış güvenilirlik olarak ikiye ayrılır. Dış güvenilirlik, araştırma sonuçlarının benzer ortamlarda tekrarlanması; iç güvenilirlik ise başka araştırmacının aynı veri ile benzer sonuçlara ulaşıp ulaşmayacağı ile ilgilidir. Sığrı (2018, s.136), olay ve olguların ortama ve zamana bağlı oldukları ve benzer şekilde tekrarlanmalarının neredeyse imkânsız olduğunda dikkat çekmiş ve nitel araştırmalarda güvenilirliği sağlamanın zor olduğunu ve yerine tutarlılığa önem verildiğini belirtmiştir. Sığrı (2018), aynı zamanda insan davranışlarının çok değişken olduğundan ve durağan olmamasından dolayı, nitel araştırmaların dış güvenilirliğe ters bir yapı sergilediğinden bahsetmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2016, s.284) pozitivist araştırmada yer alan sonuçların tekrar edilebilirliğinin, nitel araştırmalarda mümkün olmadığından bahsetmiş; sosyal bilimlerin ele aldığı araştırma konularında, katılımcılar olay ve olguları belirlediği için, bu olay ve olguları tekrar edebilmenin mümkün olmadığını belirtmişlerdir. Yıldırım ve Şimşek (2016), dış güvenilirlik için teyit edilebilirliğin altını çiziyor ve araştırmacının topladığı sonuçları ham veriler ile sürekli karşılaştırarak teyit etmesi gerektiği belirtiyor. Sığrı (2018), nitel araştırmalarda dış güvenilirliğin sağlanması için elde edilen verilerin sürekli teyit edilmesi, araştırmacının kendi konumunu açık olarak anlatması ve kullanılan kodların belirgin olması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcılar hakkında bilgi verilmesi, kullanılan varsayım ve kavramsal çerçevenin iyi anlatılması, veri toplama süreci ve analizi ile ilgili detaylı bilgi verilmesi de öneriler arasındadır.

Yıldırım ve Şimşek (2016, s.283), farklı araştırmacılar olayları farklı anlayıp yorumlayabileceği için iç güvenilirliğin de nitel araştırmaların doğasına ters olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle tutarlılığa önem verilmesi gerektiğinin altını çiziyorlar. Burada olay ve olguların değişebileceği kabul ediliyor ve tutarlılık için araştırmacının araştırma etkinliklerinde tutarlı davranıp davranmadığına odaklanılır. Sığrı (2018, s.139), tutarlılık için verilerin betimsel bir yaklaşımla sunulması gerektiğini, okuyucunun verileri yorum katılmamış hali ile okuma fırsatı elde etmesi gerektiğini, önceden oluşturulmuş ayrıntılı bir kavramsal çerçevenin veri analizinde iç güvenilirliği arttırdığının belirtmişleri.

Morrow (2005), nitel araştırmalarda güvenirliğin sağlanması için üç unsurdan bahsetmiştir: verinin uygunluğu, yorumun uygunluğu ve öznellik ve yansıtıcılık. Verinin uygunluğunun sağlanması ancak, katılımcıların gönüllü olması ile sağlanabileceğine dikkat çekmiştir. Gold (1994), nitel araştırmaların hipotez ile değil, araştırma sorusu ile şekillendiğini belirtmiştir. Nitel araştırma sorularının anlam ve sosyal etkileşimi ortaya çıkarmaya çalışan basit sorulardır.

Geçerlik de i ve dış geçerlik olmak üzere ikiye ayrılıyor. İ geçerlik, araştırma sürecinin tasarımına dair bir hata olup olmadığına ve sürecin ölçülmek isteneni ne kadar ölçtüğü ile ilgilidir (Sığrı, 2018, s.143). Nitel araştırmalarda, i geçerlik için inandırıcılık devreye girmekte ve bunu sağlamak için uzun süreli etkileşim, derinlik odaklı veri toplama, çeşitlenme, uzman incelemesi ve katılımcı teyidi önerilmektedir (Yıldırım ve şimşek, 2016, s.277). Araştırma süreci ve sonuçlarının açık, tutarlı ve başka araştırmacılar tarafından teyit edilebiliyor olması gerekmektedir. Dış geçerlik, araştırma sonuçlarının genellenebilirliği ile ilgilidir (Sığrı, 2018, s.145). Nitel araştırmalarda, genelleme yapmak zordur, özellikle değişkenler arasında karmaşık ilişkiler incelendiğinde bu durum daha da zor hale gelmektedir. Genelleme yerine aktarılabirlik kullanılan bir terim haline gelmiştir. Aktarılabirlik için ayrıntılı betimleme ve amaçlı örnekleme önerilmektedir (Yıldırım ve şimşek, 2016, s.281). Sığrı (2018) da örneklemin genellemeye izin verecek şekilde çeşitlendirilmiş olup olmadığına dikkat edilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Ayrıntılı betimlemede ham veriye okuyucunun doğrudan erişebiliyor olması gerekmektedir.

Cuba (1981) nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik için aşağıdakilerin kullanılmasını tavsiye etmiştir:

- Güvenilirlik (i geçerlik yerine),
- Aktarılabirlik (dış geçerlilik/genelleştirilebilirlik yerine),
- Gvenebilirlik (Güvenirlik yerine)
- Onaylanabilirlik (Nesnellik yerin)

Bu araştırmanın geçerlik ve güvenirliğini sağlamak için araştırmanın aşamaları hakkında detaylı bilgi verilmiş, görüşmelerin ses kaydı alınmış ve birebir transkript edilmiştir. Örneklemin çeşitliliğine önem verilmiş, görüşmeler benzer süreçler içerisinde yapılmış

ve görüşme süreci uzun sürmüştür. Görüşme öncesinde araştırmacı görüşmeciler ile iletişime geçtiği için görüşmeci ve araştırmacı arasında güven sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırmacının yorumları katılmadan ayrıntılı betimleme ile görüşmecilerin ham verileri araştırma raporunda sunulmuştur. Derinlemesine veri analizi yapılarak, farklı görüşler ve yorumlar elde edilmeye çalışılmıştır. Veri analizi ve sonuçları tez danışmanının geri bildirimini için sunulmuştur.

2.7. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın en önemli sınırlılığı, örneklemdir. Ana hatları ile belirli bir araştırma evreni olmadığı için, örneklemin ana evreni ne kadar temsil edebildiği tartışmalıdır. Araştırmacının, nitel veri analizinde deneyimi olmaması, görüşmelerin, zaman kısıtı nedeni ile görüntülü gerçekleştirilmesi diğer unsurlardır. Nitel araştırma sonuçlarının özelliği nedeni ile sonuçlarının genelleştirilememesi de bir diğer araştırma sınırlılığı olarak sayılabilir.

3. BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde çalışmanın bulguları hakkında bilgi verilecektir.

3.1. KATILIMCILARIN ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde çalışmanın bulguları hakkında bilgi verilecektir.

Tablo 16

Anne Girişimcilerin Çalışma Alanları

Anne Girişimci No	Yaş	Girişimin Kurulduğu Yıl	Çalışma Alanı	Anne Girişimci No	Yaş	Girişimin Kurulduğu Yıl	Çalışma Alanı
AG1	38	2013	Aksesuar Tasarım	AG12	38	2010	Yayıncılık
AG2	32	2016	Tekstil / Anne çocuk ürünleri/ e-ticaret	AG13	37	2012	Anne-çocuk ürünleri / e-ticaret
AG3	43	2010	Yayıncılık	AG14	39	2015	Tasarım / Anne-çocuk ürünleri
AG4	41	2014	Tekstil / Anne çocuk ürünleri/ e-ticaret	AG15	46	2014	Yayıncılık
AG5	42	2012	Gıda Üretimi	AG16	28	2016	Tasarım / Anne-çocuk ürünleri
AG6	42	2007	Tekstil / Anne çocuk ürünleri/ e-ticaret	AG17	38	2011	Organizasyon, Etkinlik
AG7	44	2007	Tekstil / Anne çocuk ürünleri/ e-ticaret	AG18	30	2015	Organizasyon, Etkinlik
AG8	28	2017	Tasarım / Anne-çocuk ürünleri	AG19	37	2008	İnşaat ve Anne-çocuk ürünleri
AG9	39	2012	Tekstil	AG20	42	2017	Gıda üretimi
AG10	41	2014	Anne-çocuk ürünleri / e-ticaret	AG21	38	2014	Tasarım
AG11	43	2014	Organizasyon, Etkinlik	AG22	32	2011	Tasarım / Anne-çocuk ürünleri / e-ticaret

Anne girişimcilerin, girişimlerini hangi yaşlarda kurduklarını Tablo 17’de incelenebilir. Kadınların %68’i girişimlerini 30 ile 39 yaşları arasında kurmuştur. En az yaş aralığı %9 ile 40-45 yaş aralığındaki kadınlar oluşturmaktadır.

Tablo 17

Anne Girişimcilerin Girişimlerini Kurduklarında Buldukları Yaş Dağılımı

Yaş Aralığı	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde %
20-29	5	23
30-39	15	68
40-45	2	9
Toplam	22	100

Anne girişimcilerin eğitim durumları Tablo 18’de verilmiştir. En az lise mezuniyeti olan anne girişimcilerin iyi bir eğitim aldığı gözlenmektedir. Girişimcilerin %68,2’si lisans ve yüksek lisans derecesine sahip.

Tablo 18

Anne Girişimcilerin Eğitim Düzeyi

Eğitim Durumu	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde
Lisans	11	50,0%
Lise	2	9,1%
Ön lisans	5	22,7%
Yüksek Lisans	4	18,2%
Toplam	22	100,0%

Görüşülen anne girişimcilerin hepsinin bir çalışma hayatları olmuştur. Anne girişimcilerden bir tanesi evlendikten sonra işi bırakmış, çoğunluğu çocukları olana kadar çalışma hayatına devam etmiştir. En son çalıştıkları pozisyona bakıldığında, 22 kadın girişimcinin 14 tanesi orta ya da üst düzey yöneticilik yaparken, diğerleri çeşitli görevlerde bulunmuşlardır.

Araştırmada yer alan 22 anne girişimcinin 21 tanesi evli, bir tanesi bekârdır. Görüşmeler yapılırken, anne girişimcilerden 10 tanesinin 1 çocuğu, 12 tanesinin ise 2 çocuğu vardır. Girişimlerini kurarken 12 anne girişimciden 7 tanesinin 2 çocuğu vardı. 5 tane anne

girişimcinin ikinci çocukları girişimcilik deneyimleri sırasında doğmuştur. Girişimciliğe adım attıklarında çocuklarının yaşları sorulduğunda, birkaç aylık bebekten 6 yaşa kadar dağılım gösteren cevaplar verildi. Bir tane anne girişimci, girişime başladığında çocuğunun 8 yaşında olduğunu belirtti. Çocukların yaş aralığına bakıldığında, çoğu anne girişimcinin çocukları 3 yaşına gelmeden girişimciliğe adım attığını görmekteyiz. Çocuğu 3 yaşından küçük olup girişimciliğe adım atan annelerden 5 tanesinin ikinci çocuğu mevcut ve 3 ile 6 yaş aralığında bulunmaktadır (Tablo 19).

Tablo 19.

Anne Girişimcilerin Girişimlerini Kurduklarında Çocuklarının Yaşları

Çocukların Yaş Aralığı	Anne Girişimci Sayısı	İkinci Çocuk Var Mı
0-3 yaş	20	
3-6 yaş	1	5
6'dan büyük	1	
Toplam	22	

Anne girişimcilerin kaç kardeşi olduğuna, kaçınıcı çocuk olduklarına bakıldığında (Tablo 20 ve Tablo 21), %63,4'sının ilk çocuk olduğu anlaşılmakta. %45,5'inin tek kardeşi varken (10 anne girişimci), %45,5'inin ikiden fazla kardeşi bulunmakta. 2 anne girişimcinin kardeşi yoktur.

Tablo 20

Anne Girişimcilerin Kardeş Sayısı

Kardeş Sayısı	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde
0	2	9,1%
1	10	45,5%
2	7	31,8%
3	1	4,5%
4	1	4,5%
5	1	4,5%
Toplam	22	100%

Tablo 21*Anne Girişimcilerin Ailede Kaçınıcı Çocuk Oldukları Bilgisi*

Kaçınıcı çocuk	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde
1.	14	63,6%
2.	4	18,2%
3.	3	13,6%
4.	1	4,5%
Toplam	22	100%

Anne girişimcilerin ailelerinde (anne, baba, eş ya da kardeş) girişimci olup olmadığına bakıldığı zaman, 8 anne girişimci ailelerinde başka girişimci olmadığını belirtmiştir. Diğer 14 kişinin (%63,6) ailelerinde bir veya birden fazla kişinin bir girişimcilik hikâyesi mevcut. Bunlar arasında esnaf olan; ticaret ile uğraşan; kendi matbaası, tekstil imalathanesi olan; danışmanlık veren; kendi kuaför salonu olan girişimciler sayılabilir.

Araştırmaya katılan anne girişimcilerin %54,5'i işlerini evden yürütmektedir. Diğerlerinin ev dışında ayrı bir ofisi, mağazası, üretim hanesi ya da atölyesi mevcuttur. Ofisi olan anne girişimcilerden iki tanesi son bir yılda ofis kiraladıklarını, daha önceden işlerini evden yürüttüklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar anne girişimcilerin işlerini evden yürütmeye meyilli olduklarını göstermektedir (Tablo 22).

Tablo 22*Anne Girişimcilerin Çalışma Yerleri*

Çalışma Yeri	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde
Ev	12	54,5%
Ofis	10	45,5%
Toplam	22	100%

Anne girişimcilerin tek başına mı yoksa ortak ile mi çalıştıkları bilgisine bakıldığında %77'inin tek başına işi yürüttüğü görülmektedir. 4 anne girişimci, girişimlerini kurarken bir ortak ile kurmuşlardır, bir tanesinde ise işe daha sonradan 2 ortak daha katılmıştır.

Anne girişimcilerin yanlarında birilerini çalıştırıp çalıştırmadıklarına bakıldığı zaman 12 tanesinin (%54,5) çalışanın olmadığını görmekteyiz. Maaşlarını ödedikleri bir

çalışanları olmasa da bazı işler için iş yaptırdıkları insanlar mevcut. 12 anne girişimciden 3 tanesi bazı işlerini dışarıya yaptırdığından bahsetmiştir. 2 anne girişimcinin 10 ve üzeri çalışanı varken, diğerlerinin çalışan sayısı 10'dan azdır (Tablo 23).

Tablo 23

Anne Girişimcilerin Çalışan Sayısı

Çalışan Sayısı	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde
10'dan az	8	36,4%
10'dan fazla	2	9,1%
Mevcut değil	12	54,5%
Toplam	22	100%

Anne girişimcilerin aile bütçesine hangi oranda katkıda buldukları sorusu soruldu. 3 anne girişimci belirli bir oran belirtmedi. Kazandıklarını işlerini büyütmek için ya da kişisel harcamaları için kullandıklarını, aile bütçesine bir katkı sağlamadıklarını belirtmişlerdir. Anne girişimcilerin %62,2'si, aile bütçesine %50'den daha az katkı sağladıklarını belirtirken, sadece %18,2'si aile bütçesinin çoğunluğuna katkı sağlamaktadır (Tablo 24).

Tablo 24

Anne Girişimcilerin Aile Bütçesine Katkısı

Ailenin Gelirine Katkı	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde
%50'den az	15	68,2%
%50'den fazla	4	18,2%
Belirtmedi	3	13,6%
Toplam	22	100%

Anne girişimcilere haftada ortalama kaç saat çalıştığı bilgisi sorulmuştur (Tablo 25). %68,2'si haftada ortalama 40 saat ve daha az çalıştıklarını belirtirken; diğerleri 40 saatten fazla çalıştıklarını belirtmişlerdir. En düşük belirtilen çalışma saati 10 iken, en yüksek 70 saat olarak belirtilmiştir.

Tablo 25*Anne Girişimcilerin Haftalık Ortalama Çalışma Saatleri*

Haftalık Ortalama Çalışma Saati	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde
40 saatten fazla	7	31,8%
40 ve daha az saat	15	68,2%
Toplam	22	100%

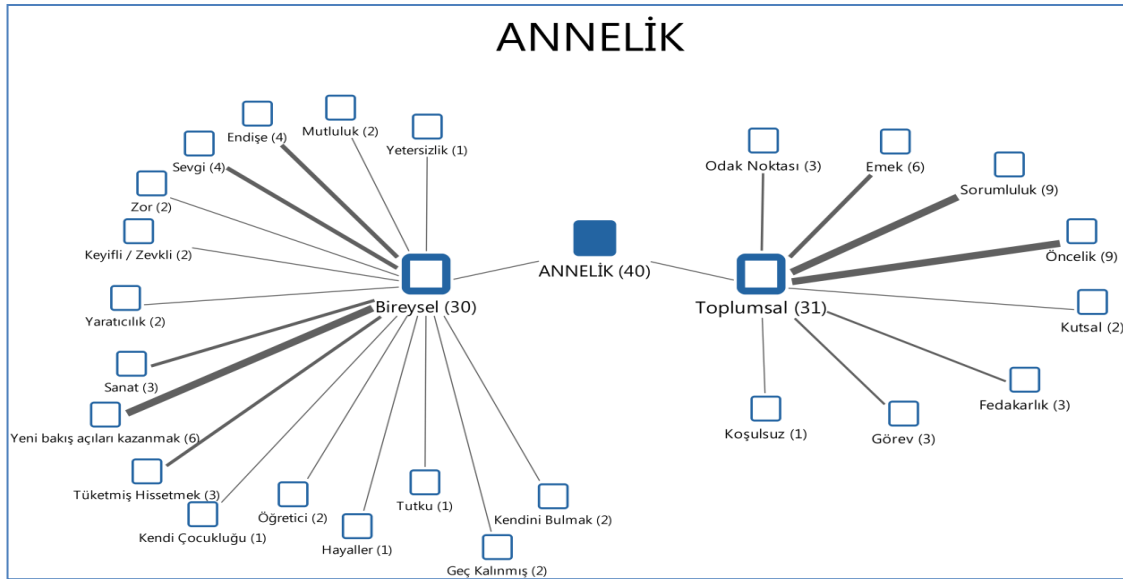
3.2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.2.1. Anne Girişimciler için “Annelik” Ne İfade Ediyor

Anne girişimciler ile yapılan görüşmelerde ilk soru annelik ile ilgili olmuştur. Kendi girişimlerini kuran annelere, anneliğin ne ifade ettiği sorulmuştur. Çok farklı cevaplar alınmıştır. Bazı cevaplar benzerlik gösterse de herkesin anneliği algılayış biçimi kendine özgü olmuştur. Bu yüzden de kodlama sırasında birçok kod elde edilmiştir. Bu kodlar Toplumsal ve Bireysel olmak üzere iki kategori altında sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Bireysel kodlar altında, görüşmeye katılan kişilerin kişisel tecrübelerinin sonucunda düşünceleri, anneliğin onlara hissettirdikleri sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Toplumsal kodlar altında ise, annelik ile ilgili biraz daha toplumun da kabul ettiği genel kanılar sınıflandırılmıştır (Şekil 8).

Şekil 8

Anne Girişimcilerin “Annelik” ile İlgili Düşünceleri



3.2.1.1. Annelik: Bireysel

Bireysel kategori altında sınıflandırılmış olan annelik ile ilgili söylemler için Tablo 26 oluşturulmuştur. Bireysel kategori altında en çok tekrarlanan kod “Yeni bakış açısı kazanmak” olmuştur. Kadınlar, anne olduktan sonra farklı şeyler keşfettiklerini, çocuk sahibi olmanın onları çevrelere ve olaylara farklı bakmalarına neden olduğu belirtmiştir. Anne girişimcilerin “Yeni bakış açısı kazanmak” ile ilgili söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG10: *Annelik, benim kanatlarım demek... hani bakış açısını da kastediyorum burada kanat derken. Farklı bir pencereden, farklı bir açıdan bakmaya başlıyorsunuz hayata. Ama yıllar geçtikçe ve hayatınızda farklı pencereler, açılımları yaptıkça aslında o çocukların sizin hayatınıza farklı şeyler getirdiğini fark edip ve kanatlarınız olduğunu fark ediyorsunuz.*

AG12: *... tamamen sizi ekarte edip farklı bir dünyaya açılan, kendinizi hiç ummadığınız bir okyanusun ortasında...*

AG15: *İki çocuğum olmasına rağmen, iki çocuğumla daha farklı şeyler öğreniyorum. Daha yeni yeni şeyler öğreniyorum.*

AG3: *Yani, anne psikolojisini keşfetmek demek benim için aslında dünyayı insanları, toplumu anlamak demek.*

Tablo 26*Anne Girişimcilerin Annelik ile İlgili Söylemleri*

Kod	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Yetersizlik	AG12	...kendinizi hiç ummadığınız bir okyanusun ortasında ne yapacağınızı bilemeden oradan oraya çırpınıp duruyorsunuz, sürekli bir yetersizlik duygusu, sürekli bir vicdan muhasebesi...
Mutluluk	AG12	Tarifsiz duygular, tamamen çok güzel bir duygu, tamamen sizi ekarte edip farklı bir dünyaya açılan, kendinizi hiç ummadığınız bir okyanusun ortasında ne yapacağınızı bilemeden oradan oraya çırpınıp duruyorsunuz, sürekli bir yetersizlik duygusu, sürekli bir vicdan muhasebesi, ama günün sonunda gözünüzü kapatıp tekrar açtığınızda çok mutlusunuz. Nedenini bilmiyorum.
	AG20	Çok mutluluk verici bir iş, his tabi, sizinle iletişime geçtiği andan itibaren, konuşmasa bile, ilk doğduğu andan itibaren müthiş bir his tabi.
	AG13	O büyüse de dünyanın öbür ucunda da gitse onun için pırpır eden bir şey var içinizde. Yani ne kadar yoğun olursanız olun, nereye giderseniz gidin, ne olursa olsun, o hep burada ve burada hep bir aynı zamanda hep onu düşünüyorsunuz, şu an ne yapıyor, uyudu mu, okulda düştü mü bir şey oldu mu veya onunla ilgili bir gündem varsa gibi.
	AG16	Yani şöyle, endişelerim evet çok oldu, çok uzun çalışma saatlerim ve oğlumla ilgilenememe gibi bir kaygım oldu ama şöyle ki oğlumun uykusu çok düzenli, sağ olsun. Akşam erkenden uyur, annesi de çalışır. Gündüz de çok çok ilgilenmiyorum işle açıkçası. Çünkü onun vaktinden almak istemiyorum. Hep bu endişem. Başka da bir kaygım yoktu.
Endişe	AG5	...bazen o kadar çok sorumluluğu ağır basıyor ki şey yapabiliyorsunuz, yanlış mı yapıyorum acaba diye panik yapıp, çok büyük bir stres kaynağı olabiliyor. O yüzden tam bir şey hali, ne derler, rahat olamama hali diyorum ben o zaman. Hep huzursuzluk, bir tatlı bir stres kaynağı. Tatlı bir kendinden şüphe etme kaynağı
	AG9	Yani her an her şeyini nasıl kontrol edebilirmişiz, nasıl bir gelecek sağlayabilirmişiz gibi böyle ... yani yapabilecek miyiz hala endişe olarak bir sürü şey ifade ediyor da yani ne olacak? Yarınki seçimleri ne olacak? Her şeyinde yardımcı olabilecek miyiz? Bir şeye takıldıklarında, yani annelik bilmiyorum yani hep sorumluluk gibi. Bir yerde de karışmadan ona sorumluluk yüklemek nasıl olacak gibi sorularla dolu bir şey.
Sevgi	AG14	Kendinden önce başka yani başka bir varlığı düşünmek, yanında olduğunda bile özlemek. Başka ne olabilir ki? Annelik işte...yani annelik koşulsuz bir şey herhalde.
	AG3	Çok sevdiğim bir iş oldu annelik. İçsel olarak çok sevdim.
	AG6	Annelik, sevgi...sevgi ve keyifli bir uğraş bence.
Zor	AG15	Çünkü zaten annelik başlı başına zor bir sanat. Dediğim gibi çok emek isteyen bir iş.
	AG17	Dünyanın en zor mesleğini ifade ediyor. En zor meslek annelik evet.
Keyifli / Zevkli	AG19	Çok zevkli
	AG6	Annelik, sevgi...sevgi ve keyifli bir uğraş bence. Yapabileceğiniz en keyifli uğraş diye düşünüyorum. A
Yaratıcılık	AG5	Ve çok güzel bir şey, bir gelecek yaratıyorsunuz... devamlı yaratıcı olmak

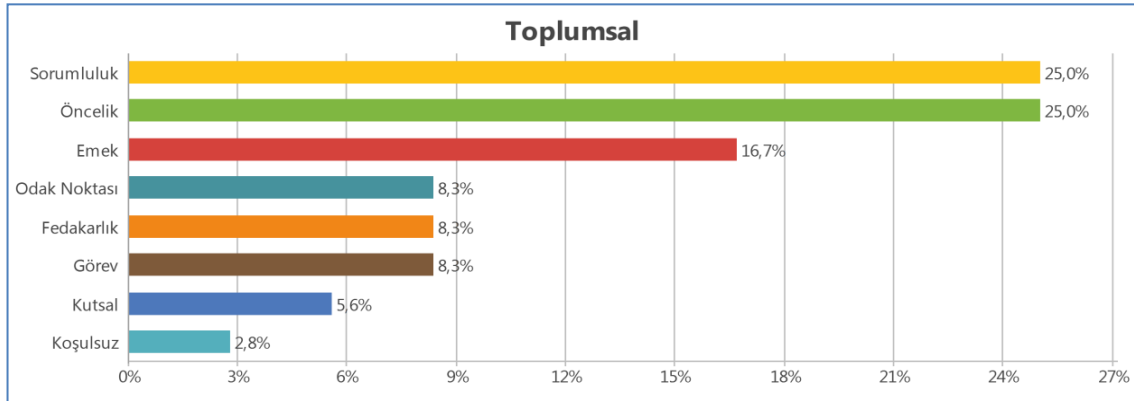
Kod	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Sanat	AG15	Çünkü zaten annelik başlı başına zor bir sanat. Dediğim gibi çok emek isteyen bir iş... Başlı başına bir sanat. Annelik çünkü o kadar şey ki, tam ortasında olmanız lazım. Ne fazla ne eksik, tam ortasını bulmak lazım... Dediğim gibi başlı başına bir sanat. O sanatı güzel işlemek lazım
	AG2	Ayy annelik benim için şu an tamamen kendi karakterimi ifade ediyor gibi yani çok annelik tarafından tüketildi bir yandan kişiliğim, son üç senede. Onun haricinde bir tekrar bir ben var mı onu bulmaya çalışıyorum işte bu şirket kurulduğundan beri. Dolayısı ile şu an her şeyi ifade ediyor. Yani o haricinde kalanları bulmaya çalışıyorum aslında işle beraber.
Tükenmiş Hissetmek	AG13	Çocuklarımızı çok seviyoruz ama o kadar çok bizi tüketiyorlar ki, ya da biz mi buna çok izin veriyoruz bilmiyorum hani Avrupa'daki, Amerika'daki annelere bakıyorum, öyle değiller çünkü. Ama Türkiye'de tabi bu çocuk bakımı ile ilgili roller hepsi annede olduğundan dolayı, kadın hayatımı belli bir süresini, mesela doğumdan sonraki ilk 3 ayı ben karanlık dönem olarak yorumluyorum, çünkü o süreyi gerçekten hatırlamıyorum ve gerçekten etrafımdaki bütün doğurmuş kişiler için de karanlık bir dönem olduğunu düşünüyorum. Hani alışma, kafa gidiyor zaten
	AG8	Önceden çalıştığım için çok sıkıcı şu an. Zaman geçmiyor. Çok güzel annelik ama işte ben de böyle bir şeyler yapmak istiyorum. Evde durmaktan ... böyle bir şeylerle uğraşayım, vakit geçireyim, para kazanayım. Evde durmak sıkıcı geliyor.
Öğretici	AG15	Annelik çünkü o kadar şey ki, tam ortasında olmanız lazım. Ne fazla ne eksik, tam ortasını bulmak lazım. Onun için de çok kendinizi geliştirmeniz, eğitmeniz lazım. Çünkü çocuklarla birlikte büyüyörsünüz, çocukla birlikte yeni şeyler görüyorsunuz, hiçbir zaman ben zaten biliyorum demedim. Bir bilgim var demedim. İki çocuğum olmasına rağmen, iki çoğumla daha farklı şeyler öğreniyorum. Daha yeni yeni şeyler öğreniyorum.
	AG19	Devamlı bir şey öğreniyörsünüz ondan, yani çok farklı bir şey.
Kendi Çocukluğu - Hayaller	AG16	Hayat, ışık, güneş. Yani kendi çocukluğum ve hayallerim diyebilirim. Çok başka bir şey anne olmak.
Tutku	AG18	Annelik, benim için dünyanın en tutkulu, tutkulu şeyi herhalde, ne olduğunu bilmiyorum ama
Kendini Bulmak	AG2	Onun haricinde bir tekrar bir ben var mı onu bulmaya çalışıyorum işte bu şirket kurulduğundan beri. Dolayısı ile şu an her şeyi ifade ediyor. Yani o haricinde kalanları bulmaya çalışıyorum aslında işle beraber.
	AG19	Kendimi yeniden buldum anne olunca
Geç Kalınmış	AG20	Annelik, geç kalınmış bir his şu an bende. Bugünkü aklım olsa çok daha erken anne olurum. Kurumsal hayatın biraz cilveleri aslında. Kurumsalda işte terfi edeyim, şu iş de bitsin, bu proje de bitsin, işte ev aldık borcunu bitirelim, araba aldık, borcu bitsin, çocuğun sorumluluklarında yükümüz olmasın, daha rahat yaşatalım çocuğu bir şekilde diye diye, 37 yaşında anne olmuş bir insan olarak, bugünkü aklım olsa daha erken anne olurum... Ama benim için geç kalınmış bir his yani, keşke daha önce olsaymış dediğim bir his.

3.2.1.2. Annelik: Toplumsal

Annelik ile ilgili yapılan kodlamalar neticesinde ikinci kategori olarak kodlar Toplumsal olarak sınıflandırılmıştır. Bu kategori altındaki kodlar Şekil 9’da yer almaktadır:

Şekil 9

Annelik: Toplumsal Kategori Kodları



Toplumsal kategori altındaki söylemler incelendiğinde, en çok söylemin Sorumluluk ve Öncelik ile ilgili olduğu görülmüştür. Kadınlar ile yapılan görüşmeler neticesinde, annelik onlar için en çok sorumluluk ve öncelik ifade etmektedir. Anne girişimcilerin sorumluluk ile ilgili söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG13: *Annelik yani annelik sorumluluk bence... Yani annelik ömür boyu sürecek bir sorumluluk büyüse de evlense de her türlü şey olsa da. Benim için sorumluluk, onun ağırlığını hissediyorum... Ondan dolayı özgürlüğünüz, hayatla ilgili yapacağınız her kararda, her adımda önce onları düşünmek zorundasınız. Artık siz yoksunuz. O yüzden benim için ağır bir sorumluluk... Benim için sorumluluk demek.*

AG21: *Annelik deyince direkt böyle sorumluluk, koskocaman bir sorumluluk kelimesi, altını nasıl isterseniz doldurun, yani hani çok çıplak bir sorumluluk da olabilir, ama siz onu destekleye de bilirsiniz, şey gibi çiçek buketi gibi yani. Bir tane dal çiçek demeti de olur, yüzlerce çiçekten de öyle, ama sorumluluk net bir şekilde.*

AG5: *Annelik çok büyük bir sorumluluk, muazzam büyük bir sorumluluk. Ve çok güzel bir şey, bir gelecek yaratıyorsunuz, ama bazen o kadar çok sorumluluğu ağır basıyor ki şey yapabiliyorsunuz, yanlış mı yapıyorum acaba diye panik yapıp, çok büyük bir stres kaynağı olabiliyor.*

AG7: *Gerçekten çocuklarımızın iyi birer yetişkin bireyler yetiştirmek üzere yani görevimiz o, belli bir yaşa gelene kadar 18 midir, bunu daha görmedik, göreceğiz. Ödünç aldığımızı ve tekrar hayata geri verdiğimizizi düşünüyorum. Sorumluluğumuz var yani belli bir yaşa kadar.*

AG9: *Annelik, bir sorumluluk ifade ediyor.*

Anne girişimciler, çocuklarını tüm diğer şeylerden öne koymayı, onları hayatlarında ilk sıraya koymaları gerektirdiğini belirtmişlerdir. Çocukları onlar için öncelik ifade ediyor ve bununla ilgili söylemleri şu şekildedir:

AG1: *Evet, kesinlikle şu an hayatımın ortasında yer alan, yani hayatımdaki her şey anneliğe göre şekillendiriyorum. Zaten bu işe girmemdeki amaç da buydu... Birinci sıram... Annelik bence birinci planda olmalı.*

AG10: *Öncelik kısmı da mesela o da sorgulanabilir bir şey, öncelik çocuklardı. Her zaman çocuklar lazım mı? Öz bakım kısmında evet, ama sonrasında, o lazım mı kısmında değiştirmiş olabilir benim iş hayatım,*

AG11: *Annelik dünyanın en güzel şeyi. Benim için hayatımın odağı haline geldi. Yani annelik öyle bir şey benim için.*

AG14: *E şimdi bir seçim yaptınız hani, çocuğu öncelik olarak gördünüz ama bir yandan da bir şeyler yapma isteği var o şekilde evden yapmak istedim,*

AG19: *...Önceliğim şu anda çocuklar*

AG7: *... Hakikaten anne olmak çok farklı, öncelikleriniz oluyor... yani hani önceliğiniz hakikaten aile ve çocuğunuz ise o zaman farklı oluyor... Önceliğiniz aile oluyor, bir an önce aileme gideyim diyorsunuz...*

Sorumluluk ve öncelik kodlarından sonra en çok bahsedilen konu emek olmuştur. Anne girişimciler, anneliğin çok emek istediğini, bir çocuk yetiştirmenin çok çaba gerektirdiğini belirtmişlerdir.

AG15: *Çünkü zaten annelik başlı başına zor bir sanat. Dediğim gibi çok emek isteyen bir iş.*

AG3: *... anneliğin ne kadar kıymetli bir iş olduğunu ve ne kadar emek vermek gerektiğini...*

AG4: *Yoğun bir hayat*

AG5: *İyi olmak, ondan sonra anda kalmak, anlamak, empati kurmak, filan. Çok uzun cevap verdim ama. Biraz bir delilik hali herhalde, bilmiyorum. Bir oraya bir buraya, uçlarda yaşamak hali birazcık.*

AG6: *Ama bununla beraber çok vakit ayırma gerektiriyor. Yani bunu da gerçekten yapmıyorsanız sonra bunun sıkıntılarını yaşıyorsunuz diye düşünüyorum... Ne kadar çok vakit ayırıp, emek harcarsanız onun karşılığını görüyorsunuz. Böyle güzel bir beraberlik hani diyeyim anneliğin tanımı*

Annelik ile ilgili Toplumsal kategori altında sınıflandırılan diğer kodlar ve söylemler için Tablo 27 incelenebilir.

Tablo 27

Annelik: Toplumsal Kategori Söylemleri

Kod	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Odak Noktası	AG1	Kesinlikle şu an hayatımın ortasında yer alan, yani hayatımdaki her şey anneliğe göre şekillendiriyorum
	AG2	Dolayısı ile şu an her şeyi ifade ediyor.
	AG11	Benim için hayatımın odağı haline geldi.
Fedakârlık	AG21	Annenin tek şeyi benim kafamda fedakârlık.
	AG22	Fedakârlık, kendinden önce
	AF4	Fedakârlık
Görev / Kutsal	AG12	Çünkü annelik yani kutsal, en kutsal görev annelik bence
	AG19	Çok kutsal bir görev.
Görev	AG7	Gerçekten çocuklarımızın iyi birer yetişkin bireyler yetiştirmek üzere yani görevimiz o, belli bir yaşa gelene kadar 18 midir, bunu daha görmedik, göreceğiz. Ödünç aldığımızı ve tekrar hayata geri verdiğimizizi düşünüyorum. Sorumluluğumuz var yani belli bir yaşa kadar.
Koşulsuz	AG14	Annelik işte...yani annelik koşulsuz bir şey herhalde.

3.2.2. Anne Girişimciler için “Girişimcilik” Boyutları

Görüşme yapılan kadınlara, onlar için girişimciliğin ne ifade ettiği sorulmuştur. Yapılan kodlamalar neticesinde, kodlar Süreç, Birey ve Ürün/Hizmet olmak üzere üç boyut altında gruplandırılmıştır (Tablo 28).

Tablo 28

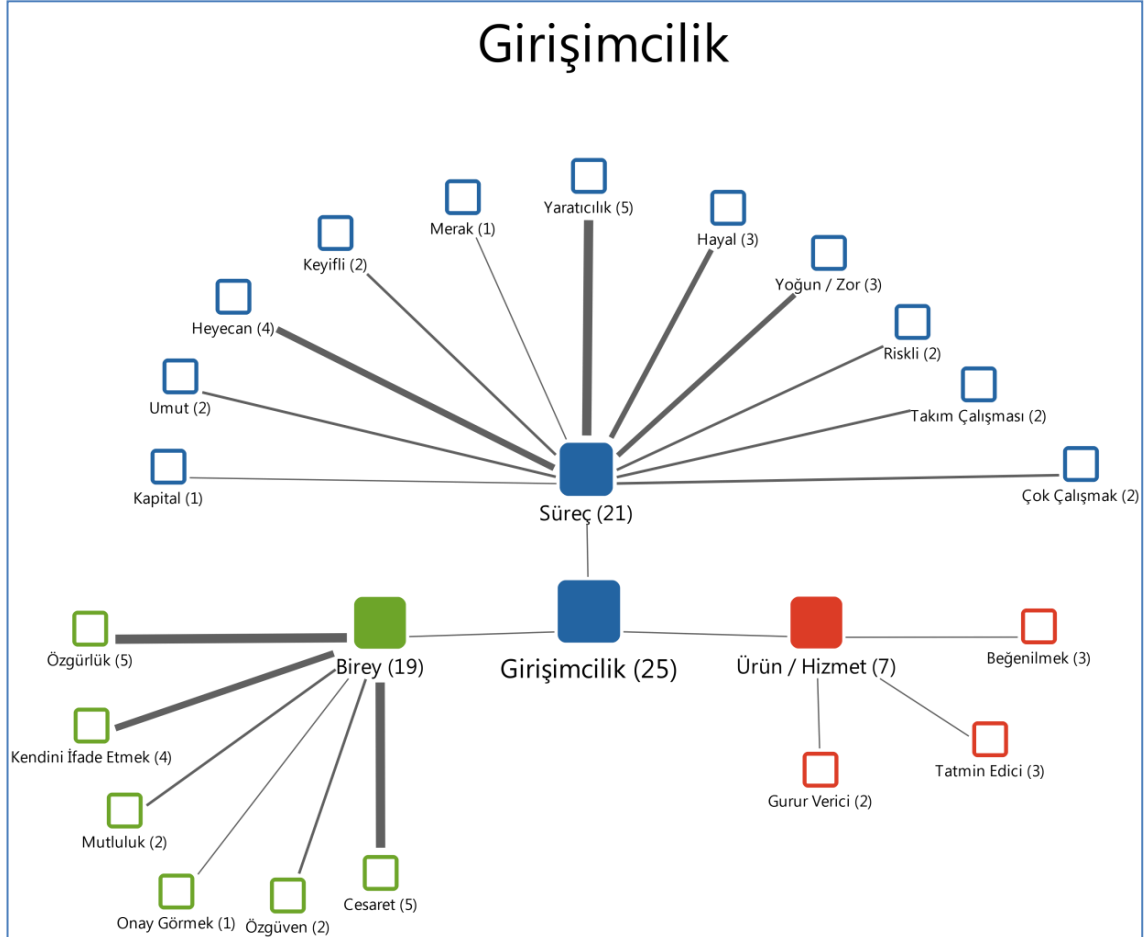
Girişimcilik Boyutları

Boyut	Bölümler	Yüzde
Süreç	48	47,52
Birey	38	37,62
Ürün / Hizmet	15	14,85
TOPLAM	101	100,00

Girişimciliğin üç boyutu ve her boyut altındaki kodlar için Şekil 10'da yer almaktadır. Üç boyuttan en büyük ağırlığı %47,52 ile Süreç boyutu kapsamaktadır. Daha sonra Birey boyutu %37,62 ile gelmektedir. Sonuncu boyutu da Ürün/Hizmet boyutu oluşturmaktadır.

Şekil 10

Girişimcilik ve Alt Boyutları



3.2.2.1. Süreç Boyutu

Girişimciliğin süreç boyutu incelendiğinde, anne girişimciler için girişimciliğin en çok yaratıcılık ifade ettiğini görmekteyiz. İkinci sırada ise heyecan yer almaktadır (Şekil 11). Girişimcilik ile kadınlar yaratıcılıklarını ortaya koyabilmekte, tüm bu girişimcilik süreci de onlara heyecan vermektedir. Yaratıcılık ile ilgili olarak kadınların söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG1: Girişimciliği bilmiyorum ama yaptığım işi tasarım anlamında çok sevdiğim için, o da böyle anneliğin bir tık altında. Başka bir iş kesinlikle diyorum ne yaparmışım acaba, çok seviyorum yaratmayı, üretmeyi...

AG3: Girişimci olmak için girişimci olmadım açıkçası. Ben üretiyorum, çok üretkenim biriyim. Bunu bıraksanız, başka bir şey, yazar oluyorum, yazarlığı bıraksam müzisyen oluyorum. Aslında daha sanatçı ruhluyum. Dolayısı ile girişimci olayım diye yapmıyorum hiçbir şeyi.

AG5: Girişimcilik çok zor fakat çok özgürleştirici, çok yaratıcı.

AG6: Girişimcilik, bir şey, bir işi yaratmak ve onu sürdürmek hani yeniden bir şey yaratabilmek ve sıfırdan bir iş kurmak.

AG9: Girişimcilik... yani aslında ben böyle çok girişimciliği planlayarak girişimciliğe atılmadım da yani bir iş yapmak, bir şeyler ortaya çıkarmak, güzel şeyler yaratmak yani güzel şeyler yapmak bu bir takım çalışması.

Girişimciliğin kendilerine verdiği heyecan ile ilgili kadınların söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG11: Heyecan, istek, yeni umutlar.

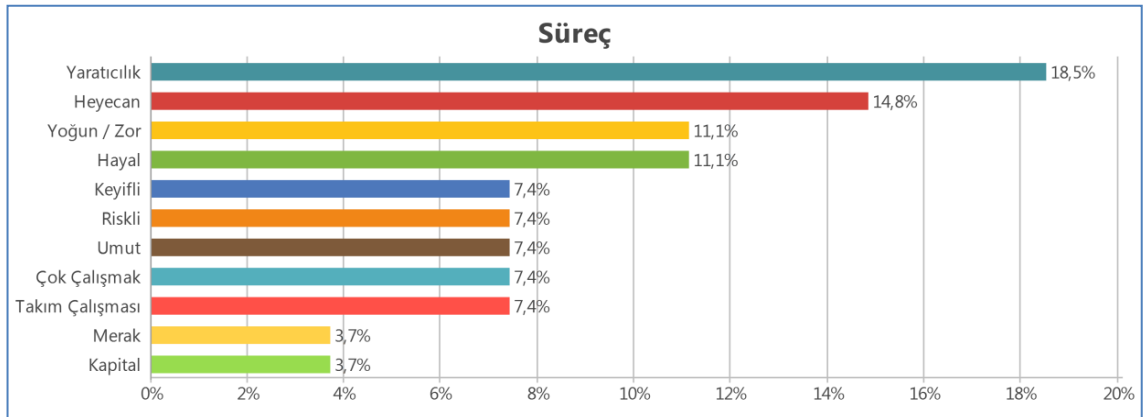
AG18: Girişimcilik benim için heyecan.

AG19: Girişimcilik bana heyecan veriyor.

AG20: Çok heyecan, heyecan, en büyük heyecan. Dinamizm. Rutinden uzak...

Şekil 11

Girişimciliğin Süreç Boyutu



Kadınların girişimcilik süreci ile ilgili yapılan diğer kodlamalar ve söylemleri için Tablo 29 incelenebilir.

Tablo 29

Anne Girişimcilerin Girişimciliğin Süreç Boyutu ile İlgili Söylemleri

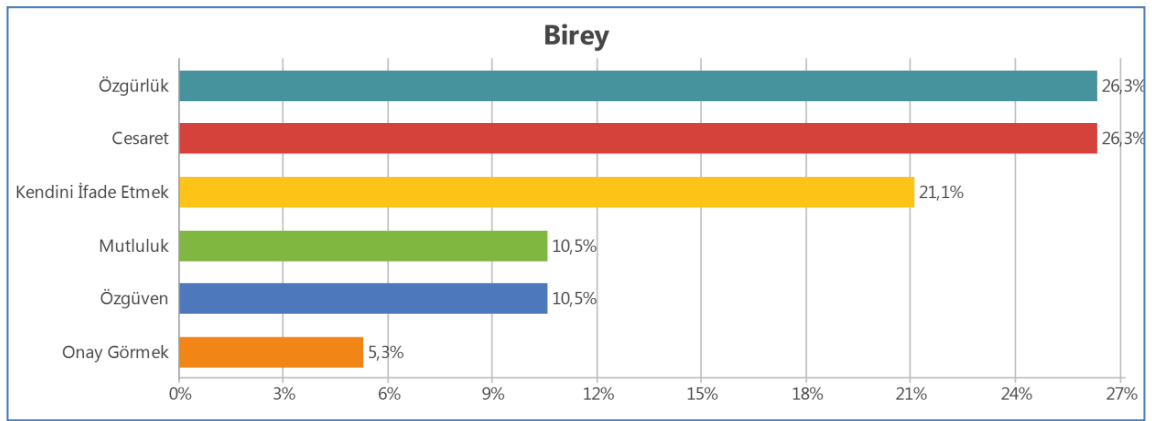
Kod	AG NO	Söylem
Hayal	AG16	Çok güzel bir soru. Yani girişimcilik, bu biraz işimle alakalı sanırım, ben kendi çocukluğum ile ilgili çalışıyorum. Hayal kurmayı, becerileri geliştirmeyi, günlük hayatın ihtiyaçlarını pekiştirmeyi
	AG17	Girişimcilik, herhalde hayallerin varsa olabilecek bir şey yani hayalperest isen ve hayallerine çok bağlıysan yapabileceğin bir şey. Girişimcilik çünkü hani, umudunu kaybetmemekle çok alakalı bir şey. Dolayısı ile çok hayalperest olman lazım. Çok fazla gerçekçiyse ve umutların çok çabuk yılıyorsa, girişimcilikte çok mutsuz olursun. O yüzden hayalperest olmanın başka bir adı girişimcilik benim için.
	AG22	Bunun öncesinde de şu ana kadar kurduğum hayalleri basamak basamak gerçekleştirdim.
Yoğun/Zor	AG22	Yani yaptığım iş ne kadar yoğun ne kadar zor ne kadar beni şey yapsa da tüketse de çok mutluyum, çok tatmin ediyor beni.
	AG13	Yani zor ama aynı zamanda sanki bir güç veriyor diye düşünüyorum
	AG5	Girişimcilik çok zor fakat çok özgürleştirici, çok yaratıcı.
Çok Çalışmak	AG20	Çok çalışılan, hani herkes girişimciliği hani kendi işim olsun falan deyip hayaller kurar ya insan, aslında kesinlikle de daha çok çalışılan bir iş
	AG7	Yani girişimcilik bence kişinin içindeki çalışma isteğinin özgürlükle beraber güzel bir harmonisi diye düşünüyorum. Çünkü gerçekten çalışmayı seven biri ancak bu işe kalkışabilir.
Keyifli	AG12	Girişimcilik çok güzel, çok harika bir şey. Tabi ki riskleri seviyorsanız, cesaretliyseniz, yapamayacağınız hiçbir şey yok. Bir kere kendi işinizin patronu olmak çok keyifli. Kendinizin yönetebilmesi...
	AG9	Bunu koordine ettiğin sürece güzel şeyler çıktığını gördük yönetici olduğum zamanlarda, bu da keyifli bir şey bana göre. Yani hani üretmek güzel çünkü. Hani yanında ne oluyor sen bir şeyler ürettikçe yanındakiler de bir şeyler öğreniyor, geliştiriyorsun kendini her gün adım adım.
Umut	AG11	Heyecan, istek, yeni umutlar. Bitmeyen bir umut.
	AG17	Girişimcilik çünkü hani, umudunu kaybetmemekle çok alakalı bir şey.
Riskli	AG12	Girişimcilik çok güzel, çok harika bir şey. Tabi ki riskleri seviyorsanız... Yani, çok risk var.
Takım Çalışması	AG9	Bir şeyleri koordine edip, doğru yönetip iyi bir takım çalışması girişimcilik... güzel şeyler yaratmak yani güzel şeyler yapmak bu bir takım çalışması. Bunu koordine ettiğin sürece güzel şeyler çıktığını gördük yönetici olduğum zamanlarda, bu da keyifli bir şey bana göre.
Kapital	AG10	Girişimciliği, cesaret ve kapital olarak tanımlarım.
Merak	AG8	Güzel şeyler keşfettim, farklı şeyler. Hiç bilgim yoktu öyle şeylere mesela. Bilgim yoktu. Daha çok araştırdım oldum. Meraklı oldum... Severek yapmak gerekiyor girişimciliği, olmak için. Merak ettim.

3.2.2.2. Birey Boyutu

Girişimcilik, anne girişimciler için en çok özgürlük ve cesareti çağrıştırmıştır. Yapılan görüşmeler neticesinde Birey boyutunda, özgürlük ve cesaret kodlamaları öne çıkmaktadır. Girişimleri sayesinde kendilerini ifade ettiklerini, kendilerini bulduklarını belirten anne girişimciler de mevcuttur. Girişimlerinin kendilerine mutluluk verdiğini, girişimleri sayesinde kendilerine güvenlerinin arttığını ve çevrelerinden onay gördüklerini de belirtmişlerdir (Şekil 12).

Şekil 12

Girişimciliğin Birey Boyutu



Anne girişimcilerin özgürlük ile ilgili söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG2: *Girişimcilik benim için şu anda özgürlüğü ifade ediyor, yani bu belki annelikten özgürlük, bu belki ekonomik özgürlük ama şu an için özgürlüğü ifade ediyor.*

AG15: *Girişimcilik bana özgürlüğü ifade ediyor, özellikle. Yeni insanlarla tanışyorsunuz. Yeni bilgiler ediniyorsunuz ve tamamıyla özgürsünüz. Yani özel sektör, gerçi belli bir yer dışarıda çalıştığınız zaman saatleriniz belli oluyor, kısıtlı sayıda bir şeyleri elde ediyorsunuz. Ama burada istediğini zaman çalışıyorsunuz, istediğiniz zaman nasıl söyleyeyim, ailenize zaman ayırabiliyorsunuz. Tamamıyla özgürlük diye girişimciliği ben öyle adlandırıyorum.*

AG5: *Girişimcilik çok zor fakat çok özgürleştirici, çok yaratıcı.*

AG7: *Yani girişimcilik bence kişinin içindeki çalışma isteğinin özgürlükle beraber güzel bir harmonisi diye düşünüyorum... Özgürlüğüne düşkün kişilerin daha iyi bu ikisine match ettiğini düşünüyorum.*

Girişimciliğin cesaret gerektirdiğini belirten anne girişimciler sözlerini şu şekilde ifade etmiştir:

AG10: *Girişimciliği, cesaret ve kapital olarak tanımlarım.*

AG12: *Girişimcilik çok güzel, çok harika bir şey. Tabi ki riskleri seviyorsanız, cesaretlisenez, yapamayacağınız hiçbir şey yok.*

AG13: *Girişimcilik, ya bunu aslında ben de düşündüm be biraz aslında ülkemizde delilik gibi geliyor da şimdi burada böyle söyleyip insanları korkutmak istemiyorum.*

AG21: *Girişimciliği biraz çılgınlık olarak niteliyorum ben. Yani çünkü göze almanız lazım bazı şeyleri.*

AG22: *Bir işe girişmeden girişimci olunmaz. Yani benim hep bu şekilde ilerledim şimdiye kadar. Aklıma koyduğumu direkt hayata geçirmek istiyorum.*

Girişimciliğin, kendilerini ortaya koymanın, kendi güçlerinin ve yapabileceklerinin farkına varmalarına yardımcı olduğunu ifade eden anneler için girişimcilik kendilerini ifade etme aracı olarak ortaya çıkmaktadır.

AG1: *Kendi fikrinizi sonuçta insanlara sunuyorsunuz*

AG10: *Yani şeyde, hani girişimciliği de aslında ben kendime kendimi ifade etme yolu olarak yorumluyorum. Çünkü hani marka olma sürecinde de bir kimlik oluşturuyorsunuz markanızla ilgili, bu kimlik de zaten hani iki tane sizde var: ya ekip olarak toplanıp, kurumsal olarak ortak akıl doğrultusunda bir marka oluşturuyorsunuz ama bunu bireysel olarak yaptığınızda, hele de girişimci annelik statüsünde tamamen kendi ruhunuzu da katıp sizle özdeşleşen bir marka oluyor.*

AG14: *kendinize yoğunlaşmaya başlıyorsunuz.*

AG5: *Çok yaratıcı çünkü neyi yapmak istediğime ben karar veriyorum ve şimdiye kadar başkalarının nasıl söyleyeyim maaşlı çalışanı olarak içimdeki bu cevheri ben dahil hiç kimse keşfedememiş.*

Girişimcilik sayesinde kendilerine olan güvenlerinin arttığını ifade eden anne girişimcilerden AG13 ve AG14'ün söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG13: *Ama ya insanın kendine olan özgüvenini aslında yükselten, onu daha güçlü hissettiren bir şey aslında. Yani zor ama aynı zamanda sanki bir güç veriyor diye düşünüyorum*

AG14: *Girişimcilik, özgüven. Bir kadın için hani kendinin de bir şeyler yapabileceğini önce kendi kendine kanıtlamak. Onay görmek.*

Girişimciliğin kendilerini mutlu ettiğini belirten AG2 ve AG16, sözlerini şu şekilde ifade etmiştir:

AG2: *Yani yaptığım iş ne kadar yoğun ne kadar zor ne kadar beni şey yapsa da tüketse de çok mutluyum, çok tatmin ediyor beni.*

AG16: *Çok mutluyum o yüzden, girişimci ve anne olduğum için özellikle*

3.2.2.3. Ürün/Hizmet Boyutu

Anne girişimciler için girişimcilik aynı zamanda, verdikleri hizmetlerin, yaptıkları ürünlerin beğenilmesi, yaptıkları girişim sayesinde takdir edilmeleri ve bundan gurur duymalarını ifade etmektedir. AG16, ürünlerinin beğenilmesinin kendisine gurur verdiğini aşağıdaki sözleriyle ifade etmiştir:

AG16: *Hayal kurmayı, becerileri geliştirmeyi, günlük hayatın ihtiyaçlarını pekiştirmeyi o yüzden bu giriş çok gurur verici... Ama bu işle beraber ve bu kadar hani takdir edilmekle beraber, benim yılsonuna kadar siparişim var şu anda, yetiştirmeye çalışıyorum bir yandan, yani bu takdiri görmek çok ayrı bir gurur vericiydi o yüzden iyi ki diyorum her zaman.*

Beğenilmek konusunda AG1 ve AG9 da aşağıdaki ifadeleri söylemişlerdir:

AG1: *Hani insanlara beğendirmek yaptığınız şeyleri, o bambaşka çok... güzel bir şey girişimcilik. Kendi fikrinizi sonuçta insanlara sunuyorsunuz*

AG9: *Bu da büyüyor yani yapılan şeyler beğenilince, bir yerde sergileniyor, birilerinin üzerinde oluyor güzel bir duygu yani.*

Girişimciliğin kendilerine tatmin sağladığını belirten anne girişimciler sözlerini aşağıdaki gibi belirtmişlerdir:

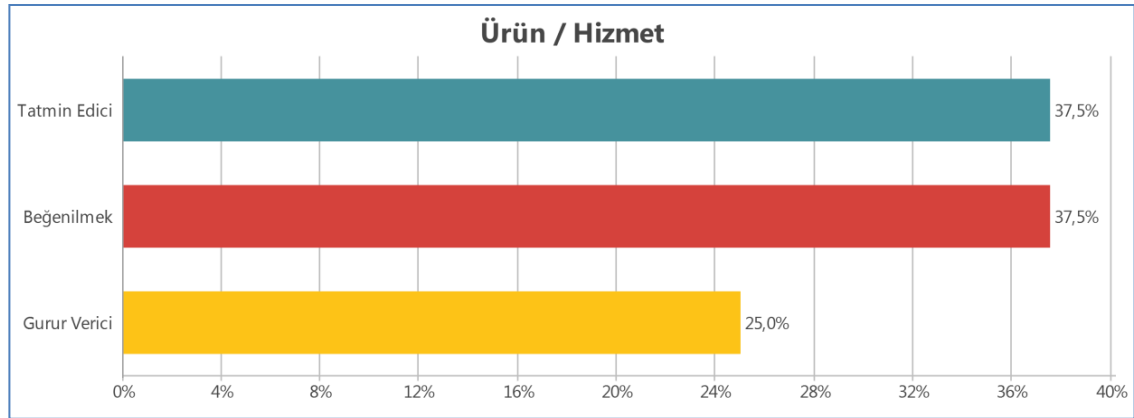
AG2: *Yani yaptığım iş ne kadar yoğun ne kadar zor ne kadar beni şey yapsa da tüketse de çok mutluyum, çok tatmin ediyor beni.*

AG10: *yine bir şey başarmış olmak, bir şey tamamlamış olmak son derece tatmin edici.*

AG20: *Müthiş bir manevi tatmin aslında orda. Yani paranın çok daha önüne geçen bir tatmin benim için.*

Şekil 13

Girişimciliğin Ürün/Hizmet Boyutu



3.2.3. Anne Girişimcilerin “Anne Girişimci” Tanımları

Görüşme yapılan anne girişimcilere, anne girişimci kavramının tanımını yapmaları istendi. Bir tanım yapmış olan anne girişimcilerin tanımları Tablo 30’da yer almaktadır.

Tablo 30

Anne Girişimcilerin “Anne Girişimci” Tanımı

AG NO	Anne Girişimci Tanımı
AG1	Anne olduktan sonra eğer sıfırdan bir işi kurup da geliştireyorsanız zaten anne girişimci denmeli.
AG2	Anne girişimci anneliğin yanında hem anne olmayı başarabilip hem de kendine başka bir şey yaratabilen kadına denir. Yani bu bir şirket olabilir, bir ürün olabilir, bu bir hizmet olabilir. Ama çocuğundan bağımsız olarak kendi bir şey yaratabiliyorsa, ya anne girişimci dediğimiz yaratabilen, yaratıcı kadına denir.
AG3	Yavan anlamında, kadın, doğurmuş kadın olup da girişimci olana diyebilirsiniz. Ama belki de hakikaten biraz kendi, anneliğine vakit ayırmaya çalışan girişimcilere desek daha doğru olur
AG6	Hem anne hem girişimciysem
AG7	Kimlere anne girişimci denebilir... Çocuğu olan ve kendi işini kurup büyötmeye kararlı kişiye
AG8	İşini severek yapan, hani ilk önce para olmayacak ilk etapta hani öyle vakit geçirmek, eğlenmek... Bunları düşünerek, yaparak düşünen kişiye sanırım anne girişimci diyebilirim.
AG9	Anne girişimci, yani anne ile girişimci aslında çok benziyor. İki de sorumluluk aslında.
AG11	Anne girişimci, bence çocuğu olduktan sonra onun için hayatını değiştiren anne grubu, anne girişimciyi kapsıyor.
AG12	Anne girişimcilik çocukla birlikte, çocuğunuzla yaşadığınız ortamdaki eksikliklerden, ihtiyaçlardan yola çıkıyor. Benim tanımladığım bu. Hani bu şekilde anne girişimci oluyor.

AG NO	Anne Girişimci Tanımı
AG14	Evinde üreten kadınlara da anne girişimci denebilir. Her şekilde, örgü yaparak, ürettiği şeyleri satabilen ve normal ticaret yapan hani bunun şeyi yok. Bu çok küçük bir şey de olabilir. Evinde reçel yapıp satan insanlar da var. Pasta yapanlar da var. Pazarda tezgâh açanlar da var.
AG15	Şu an aklıma gelen her ikisini birlikte yürütebilen herhalde.
AG17	Anne girişimci, çok çalışan kadınlara anne girişimci denir. Normal çalışan bir kadından iki kat daha fazla çalışan kadına anne girişimci denir. Çünkü normal çalışan bir anne sabah gider işine, akşam gelir, evet hayatı zordur ama bunun yanında girişimcilik 3. çocuk gibi şu anda. En az bir çocuk kadar işinize aynı şekilde emek verirseniz iş size cevap veriyor.
AG18	Bence anne girişimciler, daha önce çalışma hayatı olmuş, yoğun bir çalışma temposundan çıkmış, anneliğe adım atmış ve evde ne yapacağını şaşırılmış olan kadınlara anne girişimci denebilir
AG19	Yani anne girişimci demek yani, insanın çocuğu olduğu zaman farklı alanlara yöneliyorsunuz hani daha önce bilmediğiniz şeyleri görebiliyorsunuz.
AG20	Şimdi girişimci anne o yüzden benim için kendi mesai saatini belirleyebiliyor olmak...
AG22	Kimlere anne girişimci denebilir... Zorlukları teşvike, kendine teşvike çeviren insanlara, yaşadığı zorluklardan kendine basamak edinmiş insanlara bence anne girişimci denir

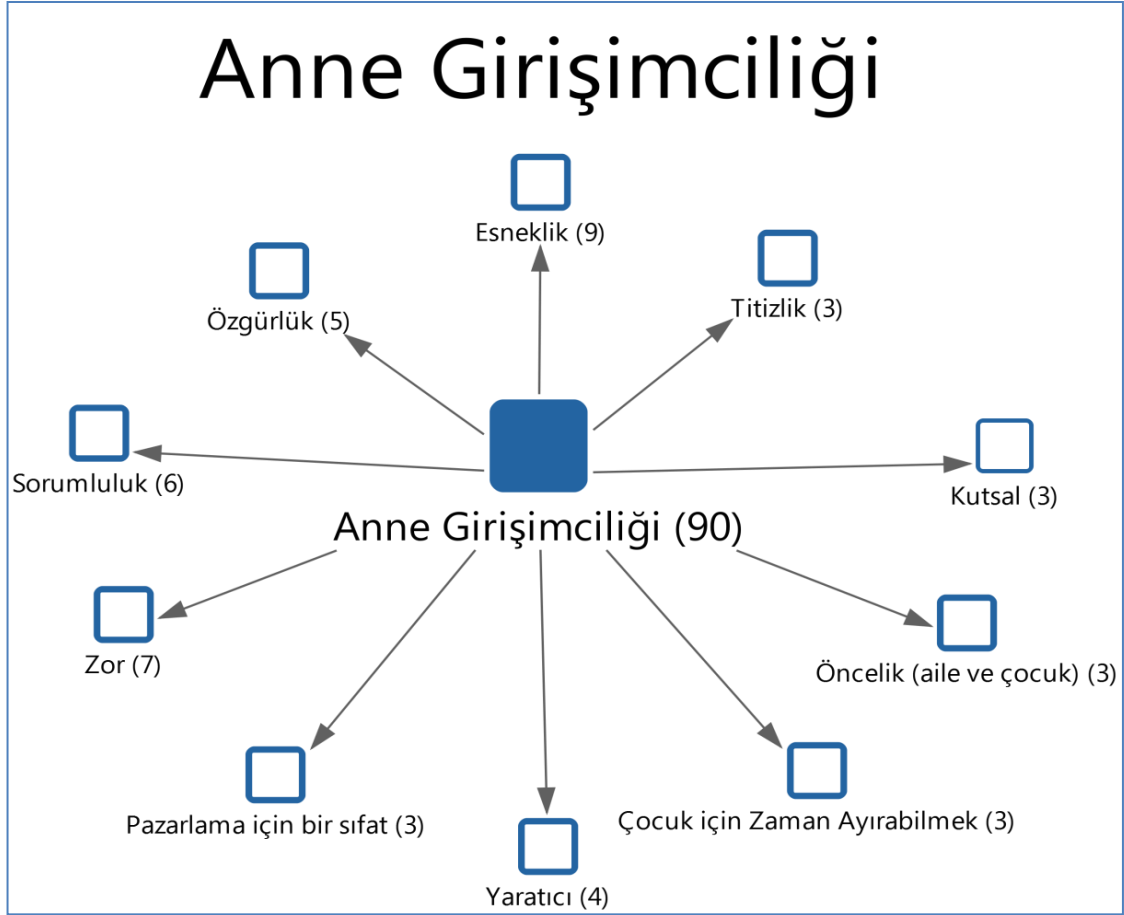
3.2.4. Anne Girişimciliği ile ilgili düşünceler

3.2.4.1. Anne Girişimciliği Kadınlar için Ne İfade Ediyor?

Anne girişimcilere “anne girişimciliği” ne ifade ediyor diye soruldu. Araştırmaya katılan kadınlardan çok farklı cevaplar alındı. Yapılan kodlama sonucunda 37 adet kod tespit edildi. En çok kullanılan ilk 10 kod için Şekil 14 incelenebilir. Tespit edilen tüm kodlar Tablo 31’de verilmiştir. Şekil 14 ve Tablo 31 incelendiğinde, anne girişimciliğin en çok esneklik, özgürlük ve sorumluluk ifade ettiğini söyleyebiliriz. Anneler, çocukları ile daha çok ilgilenebilmek için kendilerini daha esnek olmak zorunda hissediyor, kurumsal hayatın izin verdiği ölçüde bir yaşam istemiyor, kendi saatlerini kendileri belirleyebilmek istiyorlar. Bu esneklik onları daha özgür hissettiriyor. Kendilerine ait bir işin olması, çoğu anne girişimci için bir diğer çocuk gibi, bu yüzden de çocuklarına olduğu kadar kendi kurdukları işleri için de aynı zamanda kendilerini sorumlu hissediyorlar. Diğer kodlar incelendiğinde, annelik için söylenmiş birçok söylemin anne girişimci için de söylendiğini ifade edebiliriz. Annelik ile özdeşleşmiş kalıpları, anne girişimciliğine transfer etmişlerdir. Bu söylemler kutsal, kaygı/endişe verici, titizlik, güven, zevkli/keyifli, duygusal, fedakârlık, saygıdeğer kodları şeklinde listelenebilir.

Şekil 14

Anne Girişimciliği Ne İfade Ediyor



Kaynak: Çalışır, M. & Güney, S. (2020). Anne Girişimcilerin İş Kurma Motivasyonları ve Sorunları. Ergeneli, A. & Koyuncu-Lorasdağı, B. (Ed.), *Türkiye’de Sosyal Bilimlerde Güncel Tartışmalarda Kadın* içinde, s.400.

Anne girişimciliğin kendileri için esneklik ve özgürlük ifade ettiğini belirten anne girişimciler, elde ettikleri bu özgürlük ve esneklik sayesinde kendi zamanlarını kendileri ayarlayabiliyor, çocukları ile istedikleri şekilde ilgilenebiliyor ve onlar ile ilgili hiçbir şeyi kaçırmıyor.

AG15: Anne girişimci kavramı gene biraz özgürlüğü çağrıştırıyor. Şöyle ki, *tamamıyla evinizle ve çocuklarınızla rahatlıkla ilgilenme şeyini elde ediyorsunuz, imkânını elde ediyorsunuz... Anneyseniz, çocuğunu yanınızda, ona da müdahale edebiliyorsunuz, işinizi de yürütebiliyorsunuz, onun için hem özgür hem de zevkli.*

AG20: *Şimdi girişimci anne o yüzden benim için kendi mesai saatini belirleyebiliyor olmak, müthiş bir özgürlük... Ama daha yaşamsal hislerimizi ve hayatın bize dokunabileceği daha çok alanlar yaratabiliyoruz. Mesela hafta sonu*

ebeveyni olmuyoruz. Yani daha hayatın içinde insanlar olabiliyoruz. Mesela ben çocuğumun okulunun gezisine gelebilecek ebeveyn var mı dediklerinde işimi ona göre ayarlayıp, belki o akşam iki saat daha fazla çalışıyorum buraya gelip ama o gün o çocukla birlikte orman gezisine gidebiliyorum mesela...

AG6: ... Ama sadece benim için avantajı daha çok vaktimi kendim ayarlıyor olmam... Hani çocuklarla ilgili bir yere gidip, ne bileyim saat 5 te ilgilenip, 9a kadar, sonra 9-12 ye kadar kendim çalışabiliyorsam, benim için daha makbul olmuş oluyor... Ve hani şey diyecektim demin o geldi aklıma, ufak şeyleri kaçırmak istemiyorsunuz yani bir gösterisi oluyor bir yarışması oluyor hani ben şimdi nasıl izin alacağım müdürümden, toplantıyı nasıl organize edeceğim, ya da ben yurtdışındayım bu hafta kaputum, hiç... hiç bir şeye katılamıyorum demeyeyim diye, yani öyle bir fark var anne girişimcide.

AG7: O yüzden de bir nevi bir kaçış gibi oluyor. Yani siz o... biraz önce bahsettiğim özgürlüğü yaşayabilmek için... nasıl diyeyim... özgür ifade edebilmek için kendimizi böyle bir şey yapmak durumunda kaldık gibi geliyor.

AG20: Mesela hafta sonu ebeveyni olmuyoruz. Yani daha hayatın içinde insanlar olabiliyoruz. Mesela ben çocuğumun okulunun gezisine gelebilecek ebeveyn var mı dediklerinde işimi ona göre ayarlayıp, belki o akşam iki saat daha fazla çalışıyorum buraya gelip ama o gün o çocukla birlikte orman gezisine gidebiliyorum mesela.

AG15: Çocuklarınızla rahatlıkla ilgilenme şeyini elde ediyorsunuz, imkânını elde ediyorsunuz.

Anne girişimciliğin sağladığı esneklik sayesinde, anne girişimciliğin mantıklı bir tercih olduğunu ve aynı zamanda anneliği daha konforlu ve keyifli hale getirdiğini belirten AG20 sözlerini şu şekilde aktarmıştır:

AG20: Türkiye gerçeğinde çok daha keyifli bence... O yüzden girişimci anneliği ben çok mantıklı buluyorum, günümüz Türkiye ve günümüz çalışma koşullarında... O yüzden şey, girişimci annelik kesinlikle daha şanslı bir annelik, daha konforlu bir annelik, evet zor olabilir ama kesinlikle konfor alanı daha geniş bence.

Anne girişimciliğin, annelik gibi sorumluluk ifade ettiğini belirten anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG16: Anne olup, girişimci olmak çok çok büyük bir sorumluluk aslında. Çünkü ilgi alaka, sevgi, şefkat bekleyen bir yavrunuz varken bir de ilgilenmeniz gereken küçük bir işiniz var. Evet girişimci olmak belki dükkan değil, evde bile olsa apayrı bir sorumluluk.

AG5: Ama girişimcilikte sonra o taraf ileri gitmek isterken çocuk bu sefer, anne benle ol, şey yap işte, böyle çok arada kalıyorsunuz. Bu sefer tam tersine dönebiliyor işler. O yaratıcılık devam ediyor ama sorumluluklarınız çatışıyor bu

sefer. Yani işin tabi ne olduğunda bağlı hani herkes için geçerli olmayabilir, benim için böyle...

AG6: *Normalde çalışacağınız bir yere göre çok daha fazla sorumluluk ve çok daha kafanız orada gerçekten bir iş yürütüyorsanız.*

AG9: *Anne girişimci, yani anne ile girişimci aslında çok benziyor. İkisi de sorumluluk aslında. Girişimcinin de sorumlulukları bir nevi buradaki çocuklarını, aynı şekilde yani... bir şeyleri koordine edip, doğru yönetip iyi bir takım çalışması girişimcilik, annelik de biraz öyle. Hani çocuklarını doğru yönlendirip, doğru yetiştirmek, hani ikisi çok benziyor bu noktada.*

Anne girişimciliğin ifade ettiği olumlu şeylerin yanında, aynı zamanda kaygı verici olduğunu, kurumsal hayatın sağladığı güven hissinden sonra gelecek ile ilgili endişe sahibi olduğunu belirten AG11, sözlerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

AG11: *Tabi şimdi olduğu için daha fazla risk, yarının endişesi, bugünden yarının ne olacağı çünkü belli değil, bir garantinin olmaması. Anne girişimcilik biraz daha ne diyeyim, riskli ve kaygı uyandıran bir şey.*

Anne girişimcilerin daha az çalıştığını, işlerinin kolay olduğunu düşünmenin bir yanılgı olduğunu ifade eden anne girişimciler, anne girişimciliğin zorlu olduğunu, çok çalışmak ve her işi kendileri yapmak zorunda olduklarını ifade etmişlerdir.

AG11: *Çünkü annelik zaten çok zor ve çok ilgi, titizlik isteyen bir şey bunun yanında girişimcilik de öyle hele yeni girişimcilik daha da zor...*

AG15: *Tabi ki zorlukları da var, bilmiyorum böyle bir soru var mı, ona da geçeyim mi ama. Şöyle ki, işte mesela biraz önce sizin herkese dediğim gibi, çocuğun uyku saati şaştığında, o saatte bir iş ayarladıysanız, bekletiyorsunuz veya tam acil bir telefon geldiğinde, eteğinizi anne diye çekiştiren biri varken, telefondaki karşı tarafın duymamasını istiyorsunuz. Hani, belki rahatsız olur diye. O tür sıkıntılar yaşıyorsunuz.*

AG16: *Aslında evde çalışmak çok daha zor. Sabah gidip, akşam gidebileceğiniz bir iş olsa, dükkânınız olsa, evet belli saatler arasında sorumluluğunuz var ama evde olunca hem yavrunuzun ihtiyaçlarınıza hem evin ihtiyaçlarına hem kendinizin o an sakin kalma ve bir işe yarama gerçekten yarayabilmek için... Bilmiyorum anne girişimci olmak gerçekten çok zor.*

AG20: *Ama ben yine de her şeye rağmen, hani bütün çilesine rağmen, mesela ben tek başına çalıştığım için hem ameleym hem sevkiyatçiyim hem imalatçiyim hem patron. Şu an kağıt üstünde patronum belki ama herkes öyle diyor ama, aslında arka tarafta müthiş bir operasyon var yani.*

AG22: *Çok zor, çok zor.*

AG3: *Bu aslında çocuk da yaparım kariyer de sorusunu akla getiriyor. Benim bu soruya da cevabım şu: ikisini de yapabilirsiniz ama birinden birini boşlamak kaydı ile. Tabi ki yeni annelere sözüm. Çocuk büyüdükten sonra çocuk diye düşünmüyoruz artık zaten. Ama zor bir iş...*

AG7: *Hem zorlukları olan bir konu düşündüğünüz zaman, çünkü girişimcilik zaten belli başına ikinci bir çocuk yetiştirmek gibi bir şey yani. Hem bir çocuğu yetiştirip hem de bir işi büyütebilmek hakikaten zor.*

AG17: *Anne girişimci, çok çalışan kadınlara anne girişimci denir. Normal çalışan bir kadından iki kat daha fazla çalışan kadına anne girişimci denir. Çünkü normal çalışan bir anne sabah gider işine, akşam gelir, evet hayatı zordur ama bunun yanında girişimcilik 3. çocuk gibi şu anda. En az bir çocuk kadar işinize aynı şekilde emek verirsiniz iş size cevap veriyor. İşinizi bırakırsanız asla o işten para kazanamazsınız.*

AG6: *Benim için anne girişimci, şu demek değil hani daha ben daha az çalışıyorum değil aslında, ya da az sorumluluğum var demek değil. Normalde çalışacağınız bir yere göre çok daha fazla sorumluluk ve çok daha kafanız orada gerçekten bir iş yürütüyorsanız.*

Anneliğin son yıllarda öneminin daha çok artması nedeni ile insanların anneliğin ayrı bir mesai gerektirdiğini düşündükleri için kadınların anne girişimciliğe bu esnekliği elde edebilmek için adım attığını ifade eden AG3 sözlerini şu şekilde aktarmıştır:

AG3: *Bu ikisi bir araya geldiği zaman aslında bir soruna işaret ediyor. O da Günümüzde anneliğin önemi anlaşıldı. Kıymetli bir iş oldu ve buna bir mesai ayrılması gerektiği anlaşıldı. Ve bunu anlayan anneler de bu esnekliği diyeyim, bu önemi anlayan bir ortam yaratmaya çalışıyor.*

Kurumsal hayatın zorlu şartları nedeni ile çocuğu ile ilgilenmek için ihtiyaç duyduğu esnekliğe sahip olmadığı için kendini anne girişimci olmak zorunda hisseden AG11 bu yüzden anne girişimciliğin kendisine zorunluluk ifade ettiğini belirtmiştir.

AG11: *Anne girişimci kavramı zorunluluk... evet çünkü çocuğa uygun zaman, süreç ayırabilmek için iş yerlerinin saatlerine değil, ona uygun daha esnek çalışma saatlerine gelmek bir nevi girişimciliğe zorladı beni. Onun için zorunluluk.*

Anne girişimciliğin daha saygıdeğer olduğunu ve anne girişimcilerin istedikleri her şeyi yapabileceklerini ifade eden AG2'nin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG2: *Dolayısı ile herhangi bir girişimciyle anne girişimci arasında benim kafamda çok büyük bir fark var. Çok daha saygıdeğer görüyorum... anne girişimci istediği her şeyi yapabilir.*

Önceliğin çocuk ve aile olduğu için, anne girişimcilerin büyümeyi biraz geri plana ittiğini, iş konusunda daha az hırslı olduğunu ve daha duygusal olduklarını belirten anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG7: ... yani hani önceliğiniz hakikaten aile ve çocuğunuz ise o zaman farklı oluyor... Önceliğiniz aile oluyor, bir an önce aileme gideyim diyorsunuz, işinizi o miktarda büyütüyorsunuz, hırslarınız ona göre daha törpülenmiş oluyor.

AG19: ... Ya anne girişimci olduğu zaman sanki biraz daha duygusal ve hani maddi şeyi olmadığını hissettiriyor... anne girdiği zaman sanki böyle biraz daha duygusal, evine sadık hani

Anne girişimciliği yaratıcılık, üretme isteği, bir ihtiyacın giderilmesi ile bağdaştıran anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG1: Anne girişimci anneliğin yanında hem anne olmayı başarabilip hem de kendine başka bir şey yaratabilen kadına denir. Yani bu bir şirket olabilir, bir ürün olabilir, bu bir hizmet olabilir. Ama çocuğundan bağımsız olarak kendi bir şey yaratabiliyorsa, ya anne girişimci dediğimiz yaratabilen, yaratıcı kadına denir. Benim kafamda o.

AG5: O yaratıcı bir prosesin içinde artık çok karşılaştığımız bir hale geldi, anne girişimciler... O ilk, ilk fire için çok iyi. İlk start, ilk ateş için çok iyi çünkü ikisi de yaratıcı bir proses...

AG12: Anne girişimcilik çocukla birlikte, çocuğunuzla yaşadığınız ortamdaki eksikliklerden, ihtiyaçlardan yola çıkıyor...

AG14: Evinde üreten kadınlara da anne girişimci denebilir. Her şekilde, örgü yaparak, ürettiği şeyleri satabilen ve normal ticaret yapan hani bunun şeyi yok. Bu çok küçük bir şey de olabilir. Evinde reçel yapıp satan insanlar da var. Pasta yapanlar da var. Pazarda tezgâh açanlar da var.

Anne girişimciliği sayesinde, stres attığını, yaptığı işi sevdiğini, farklı bakış açıları kazanmasına yardımcı olduğunu, merak ile yeni şeyler öğrenmeye heveslendiğini belirten anne girişimci AG8'in söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG8: Yani, güzel bir şey. Anne girişimci olursa çocuklarına da yansır. Benim çocuğuma da yansıyor o. Hiçbir şey yapmasam, hiçbir şeyden haberim olmaz. Bir şey gördüğüm zaman ya da çocuğum ilerde bunu bana sorabilir mesela. Bilmiyorum demekten daha iyidir. Çünkü ben o işi yaparken başka şeyler de görüyorum onunla alakalı. Yani tüm hobi işleri ile ilgili oluyorsun, meraklı oluyorsun. Araştırıyorsun... İşini severek yapan, hani ilk önce para olmayacak ilk etapta hani öyle vakit geçirmek, eğlenmek... Ama insan kafa dağıtıyor, stres atıyorum onu yaparken. Dertleri unutuyorum. Bunları düşünerek, yaparak düşünen kişiye sanırım anne girişimci diyebilirim.

Farklı bakış açıcı kazandırdığını belirten bir diğer anne girişimci de AG19'dur. AG19 aynı zamanda anne girişimciliğinin öğrendiklerini başka anneler ile de paylaşma isteği doğurduğunu belirtmiştir:

AG19: *Yani anne girişimci demek yani, insanın çocuğu olduğu zaman farklı alanlara yöneliyorsunuz hani daha önce bilmediğiniz şeyleri görebiliyorsunuz. Ben bunu çok iyi yaşadım. Normalde kendi sektörümde ilerlerken çocuklar olunca, işte çocuklarla ilgili yatak odaları ile başlayıp sonra eğitim ve organik ürünler, çünkü çocuğu beslemen lazım, en iyi organığı araştırıyorsun ve bunu niye başkaları ile de paylaşmıyoruz diye... Bu birazcık daha manevi tatmini olan bir olay.*

Anne girişimci olgusunun bir sıfat olduğunu ifade eden anne girişimciler, bunun pazarlama açısından da faydalı olduğunu belirtmişlerdir:

AG5: *İşin pazarlama tarafında ben onu kullanıyorum yani. Şeyden, oradaki anne tecrübesini, şirketi kurmak, büyütmek ...*

AG9: *Sıfat değiştirmiş oluyor. Hani girişimciliğin özü aynı, hani mor tişört, mavi tişört mü sadece sıfatı değişiyor... Evet, sadece pazar kısmını, hitap ettiğiniz kısmı farklılaştırıyor.*

Anne girişimcilerin pes edemeyeceklerini belirten AG22 ve anne girişimciliğin daha güçlü bir olgu olduğunu belirten anne girişimciler şu ifadeleri kullanmışlardır:

AG22: *Girişimciliğe anne kelimesi eklenince bence artık pes etme ya da vazgeçme lüksünün olmadığını söyleyebilirim... Ve asla anneler, girişimci olup pes edilebilir ama anneler asla pes edemez.*

AG15: *Çünkü zaten annelik başlı başına zor bir sanat. Dediğim gibi çok emek isteyen bir iş. Bunun yanında bir de girişimciyseniz, her ikisini de yapabiliyor, başarabiliyorsanız, bence anne girişimci, iki kelime birbirine hem çok yakışıyor hem de çok güçlendiriyor.*

AG9: *Girişimci anne dediğin zaman sanki daha güçlü bir anne varmış gibi böyle arkada...*

Annelik ile özdeşleşen söylemleri (kutsal, titiz, güven, fedakâr) anne girişimciliğe de transfer eden kadınların söylemeleri aşağıdaki gibidir:

AG12: *... annelik yani kutsal, en kutsal görev annelik bence. Bir annenin elinin değdiği, küçükken izlediğimiz reklamlarda işte anne eli değmiş kurabiye, çocuk çıkar büyüdüğünde o kurabiye kokusunu alır, yani bence annelerin elinin değdiği her şey güzel olur. Her şey güvenilir olur. Ben tercih ederim açıkçası, bir babanın elinden çıkan mı bir anne mi? Tabii ki anne*

AG8: ... bir sorumluluk elde ediyor. Daha çok işini düzgün yapmak istiyorsunuz, hani anneye yakışır bir şey, girişimci olan. Anneye yakışır yani.

AG11: Daha güçlü hale getiriyor, çünkü annelik zaten çok zor ve çok ilgi, titizlik isteyen bir şey bunun yanında girişimcilik de öyle hele yeni girişimcilik daha da zor, ikisi bir arada olunca daha fazla anlamlı oluyor. İkisi de ayrı titizliğin birleşmesi.

AG5: Annelik işin daha çok pazarlama tarafında kalıyor yani insanlar size neden geliyor, size neden güveniyorlar? Çocukları söz konusu olduğu için.

AG21: Şimdi siz bu cümleyi söylerken de gözümün önünde fedakârlık kelimesi canlandı. Çünkü annelik zaten zor bir de siz onun üzerine bir şeyler ekliyorsunuz, uykunuzdan keyfinizden, gezip tozmanızdan... oradan da fedakârlık ediyorsunuz, feragat ediyorsunuz bazı şeylerden. Annenin tek şeyi benim kafamda fedakârlık... Bilakis daha değer katıyor, daha da kutsallaştırıyor.

AG7: o yüzden daha kutsal tabi bence anne girişimci diğer girişimcilere göre.

Tablo 31

Anne Girişimciliği Ne İfade Ediyor

Anne Girişimciliği Ne İfade Ediyor	Bölümler	Yüzde
Esneklik	9	10,98
Zor	7	8,54
Sorumluluk	6	7,32
Özgürlük	5	6,10
Yaratıcı	4	4,88
Pazarlama için bir sıfat	3	3,66
Titizlik	3	3,66
Öncelik (aile ve çocuk)	3	3,66
Kutsal	3	3,66
Güçlü	3	3,66
Çocuk için Zaman Ayırabilmek	3	3,66
Zevkli / Keyifli	2	2,44
Güven	2	2,44
İhtiyaç Giderme	2	2,44
Duygusal	2	2,44
Farklı Bakış Açısı Kazanmak	2	2,44
Manevi Tatmin	2	2,44
Anneliğin Mesai Gerektirmesi	2	2,44
Pes Etmemek	2	2,44
Bilgi Paylaşımı	1	1,22
Daha az Hırslı	1	1,22
Saygıdeğer	1	1,22
Çok Çalışmak	1	1,22

Anne Girişimciliği Ne İfade Ediyor	Bölümler	Yüzde
Eğlenmek	1	1,22
İşini Sevmek	1	1,22
Merak	1	1,22
Üretmek	1	1,22
Stres Atmak	1	1,22
Sürekli Kendini Geliştirmek	1	1,22
Kaygı / Endişe Verici	1	1,22
Mantıklı	1	1,22
Kendine Güven	1	1,22
Zorunluluk	1	1,22
Fedakârlık	1	1,22
Her İş Kendi Yapmak	1	1,22
Konforlu	1	1,22
TOPLAM	82	100,00

3.2.4.2. “Anne” kelimesi “Girişimcilik”e nasıl etki ediyor?

Anne girişimcilere “Girişimciliğe “anne” kelimesi eklenince değerinin azaldığını düşünüyor musunuz, yoksa “anne” kelimesi girişimciliği farklılaştırıp daha güçlü hale mi getiriyor?” sorusu soruldu. Annelerin %68’i (15 tanesi), “anne” kelimesinin girişimciliği daha güçlü hale getirdiğini, girişimciliğe değer kazandırdığını belirtmiştir. Buna temel olarak, anneliğin başlı başına bir iş olduğu, çocuk bakımının yanı sıra girişimcilik sorumluluğu da eklendiğinde hem daha zorlu hem de daha değerli ve daha güçlü hale geldiğini vurgulamışlardır. Annelik ile bağdaştırılan titizlik, güven, kutsallık gibi olguların da girişimciliği beslediğini ve güçlendirdiğini vurgulamışlardır.

AG2: Çok daha güçlü hale getiriyor, bence herhangi bir girişimci değil anne girişimci dediğimiz zaman bambaşka bir şeyden bahsediyoruz. Çünkü zaten annelik tam zamanlı bir iş, tam zamanlı bir... yani kafa yapısı olarak yani çocuk okula gider gelir ama orda bizim kafamız annelik hala 7/24 devam ediyor, çalışıyor, endişe, akşam yemeği, öğlen yemeği işte temiz kıyafeti var mı? Ya da okulda mutlu mu, arkadaşları ile hayatı, yani her anlamda o annelik kafada 7/24 devam ettiği için o kafada küçücük bir yer ya da büyük bir yer ayırabilmek çok önemli. Dolayısı ile herhangi bir girişimciyle anne girişimci arasında benim kafamda çok büyük bir fark var. Çok daha saygıdeğer görüyorum.

AG11: Daha güçlü hale getiriyor, çünkü annelik zaten çok zor ve çok ilgi, titizlik isteyen bir şey bunun yanında girişimcilik de öyle hele yeni girişimcilik daha da zor, ikisi bir arada olunca daha fazla anlamlı oluyor. İkisi de ayrı titizliğin birleşmesi.

AG12: *Tabii ki güçlü hale getirir, çünkü annelik yani kutsal, en kutsal görev annelik bence. Bir annenin elinin değdiği, küçükken izlediğimiz reklamlarda işte anne eli değmiş kurabiye, çocuk çıkar büyüdüğünde o kurabiye kokusunu alır, yani bence annelerin elinin değdiği her şey güzel olur. Her şey güvenilir olur. Ben tercih ederim açkçası, bir babanın elinden çıkan mı bir anne mi? Tabii ki anne*

AG14: *Daha güçlü hale getiriyor çünkü hem anne olup, o sorumluluğu alıp, ayrıyeten de üretime katkıda bulunmak çok daha farklı. Hani anne olmayıp girişimci olmak zaten kolay. İnsanlar zaten bir şeye giriyor yaşarken, her şeyde, yani adım adım yürüyorsunuz, bir şeyler yapıyorsunuz, okuyorsunuz. Bir şekilde hayatın içine giriyorsunuz. Ama anne olup da ikisini bir arada yapmak daha zor.*

AG15: *Aynen öyle, farklılaştırıyor, güçlendiriyor. Çünkü zaten annelik başlı başına zor bir sanat. Dediğim gibi çok emek isteyen bir iş. Bunun yanında bir de girişimciyseniz, her ikisini de yapabiliyor, başarabiliyorsanız, bence anne girişimci, iki kelime birbirine hem çok yaklaşıyor hem de çok güçlendiriyor.*

AG17: *Bence daha değerli hale getiriyordur ya, yani saygı, insanlarda saygı uyandırıyor olabilir. Hem annesin hem kendi işini çabaltıyorsun yapmaya. Birçok insanda, hani istisnalar mutlaka çıkar ama birçok insanda ama bence aaa aferin bak, kadın neler yapıyor, onun da iki çocuğu var ama uğraşabiliyor, fikrini uyandırıyor.*

AG22: *Girişimciliğe anne kelimesi eklenince bence artık pes etme ya da vazgeçme lüksünün olmadığını söyleyebilirim.*

AG8: *Yok, daha güçlü hale getiriyor. Çünkü bir sorumluluk elde ediyor. Daha çok işini düzgün yapmak istiyorsunuz, hani anneye yakışır bir şey, girişimci olan. Anneye yakışır yani.*

Bir anne girişimci özellikle ülkemizde anne olarak görülmenin kendi girişimlerinin ciddiye alınmamasına neden olduğunu, bu yüzden de değerini azalttığını düşünmekte.

AG13: *Ülkemizde azaltıyormuş gibi. Yani hani biz birçok yatırımcı ile görüştük Türkiye’de işte Hasan Aslanoba’dan Ali Sabancı’ya kadar. Yani bir anne olarak bir yatırımcının karşısına çıktığınız zaman hele ki anne bebek sektörü ise şöyle bakıyorlar, ha bunlar anne, evde otururken bebek ürünleri satalım demişler, gibi algılanıyor o yüzden burada bir değeri düşürmüş gibi oluyor aksine bence daha zeki bir yatırımcı olsa veya daha farklı bir bakış açısından, ha bu sektörü... aynı aslında artısı biz masanın o tarafındayken aynı zamanda bir de bu tarafındayız. Hem alan hem tüketen hem sunan taraftayız. Hani bunu artıya çevirmenin yollarına bakıldığı zaman bu dönüştürülebilir ama niyeyse annelik sanki hiç işiniz gücünüz yokken anne olmuşsunuz gibi, yani annelik o kadar değerli, içi dolu zor olmasına rağmen, saki içi boş bir şeymiş gibi, değersizmiş bir şey... yani iş dünyasında değersizleştiriliyor, maalesef. Yani anneysen, çocuğun varsa bir kere işe alınırken bile bu bir negatiflik, hamile kaldığımızda işten atılıyorsunuz, hani çocuğu olunca artık bu çalışmaz gözüyle bakılıyor. Öyle bir şey yok ama maalesef annelik hem çalışma hayatında hem girişimcilikte o değeri düşürüyor, öyle olmamasına rağmen. Düşürüyor.*

Diğer altı anne girişimci için anne ve girişimci kelimelerinin farklı olduğunu, aralarında biri ilişki olmadığını belirtmiştir. Bazıları bir üst kategoriye dikkat çekerek, kadın girişimciliğin ön plana çıkarılması gerektiğini düşünmektedir. İki tanesi bunun bir tercih olduğunun altını çizmiştir.

AG5: ... kadın girişimci kelimesinden daha kıymetli değil...Kadın girişimci kelimesi ile aynı. Çok daha farklı değil.

AG20: Yo, aslında bence ikisi de ayrı kavramlar. Yani çok da birleşince birbirinden, ha şey ama pozitif ayrımcılığa tabi oluyor kesinlikle. Yani işte benim şu an iş yaptığım bir sürü insan, ben kadın olduğum için, bu kadar çabaladığımı gördükleri için, aslında başka yerden daha uygun fiyata alabilecekleri bir ürünü beni desteklemek için, beni tercih edebiliyorlar. Geçen gün bir müşterim şey dedi, ... hanım siz domates bile satsanız biz alırız sizden falan dedi yani. Dedim çok teşekkür ederim, benim için çok onur verici bir cümle. Yani şey orada aslında annelik, girişimcilikten öte bence kadın girişimcilik daha altı çizilecek bir şey. Hani keşke böyle bir ayırım olmasa da hepimiz aynı insani koşullarda değerlendiriliyor olsak ama ben açıkçası o pozitif ayrımcılığın biraz konforunu yaşıyorum şu an o yüzden mutluyum yani iş ilişkilerimde.

AG10: Bence eşit kulvarda, belki hitap ettiğiniz hani anne olması sadece hitap ettiğiniz şeyle alakalı. Aslında şimdi sesli düşünüyorum bir yandan, diğer anne girişimci arkadaşlarımızı ve çoğunlukla bebek ürünü satıyoruz. Hani anne girişimci olup da inşaat sektöründe olan bir tanıdığım yok, en azından benim yok. Dolayısı ile sadece şey... sıfat değiştirmiş oluyor. Hani girişimciliğin özü aynı, hani mor tişört, mavi tişört mü sadece sıfatı değişiyor.

AG19: Ya ikisinin segmenti bence çok ayrı. Ya anne girişimci olduğu zaman sanki biraz daha duygusal ve hani maddi şeyi olmadığını hissettiriyor. Ama gerçek anlamda girişimci olarak baktığınız zaman para kazanan, böyle hırslı kadınlar vardır, böyle 7-24 çalışan, anne girdiği zaman sanki böyle biraz daha duygusal, evine sadık hani

AG3: Bu aslında çocuk da yaparım kariyer de sorusunu akla getiriyor. Benim bu soruya da cevabım şu: ikisini de yapabilirsiniz ama birinden birini boşlamak kaydı ile. Tabi ki yeni annelere sözüm. Çocuk büyüdükten sonra çocuk diye düşünmüyoruz artık zaten. Ama zor bir iş,

AG6: Değişik bir kavram yaratmışsınız. Benim için anne girişimci, şu demek değil hani daha ben daha az çalışıyorum değil aslında, ya da az sorumluluğum var demek değil. Normalde çalışacağınız bir yere göre çok daha fazla sorumluluk ve çok daha kafanız orada gerçekten bir iş yürütüyorsanız. Ki ama sadece benim için avantajı daha çok vaktimi kendim ayarlıyor olmam. Hani çocuklarla ilgili bir yere gidip, ne bileyim saat 5'te ilgilenip, 9'a kadar, sonra 9-12 ye kadar kendim çalışabiliyorsam, benim için daha makbul olmuş oluyor. ... Ve hani o hiçbir zaman bitmiyor yani büyüdü çocuklar, aaa ben yine kurumsal hayata dönemim diyemiyorsunuz. Ve hani şey diyecektim demin o geldi aklıma, ufak şeyleri kaçırmak istemiyorsunuz yani bir gösterisi oluyor bir yarışması oluyor hani ben şimdi nasıl izin alacağım

müdürümden, toplantıyı nasıl organize edeceğim, ya da ben yurtdışındayım bu hafta kaputum, hiç... hiçbir şeye katılamıyorum demeyeyim diye, yani öyle bir fark var anne girişimcide

3.2.4.3. Kendilerini Anne Girişimci olarak tanımlıyorlar mı?

22 anne girişimci ile yapılan görüşmeler neticesinde, 19 tanesi kendilerini anne girişimci olarak tanımlamıştır. Geriye kalan anne girişimcilerden bir tanesi kendini daha yolun başında gördüğü için, ikincisi anne girişimciden kadın girişimciliğe adım attığını düşündüğü için kendilerini tam olarak anne girişimci olarak tanımlamamışlardır. Bir diğeri de hem anne hem girişimci olduğu için belki bu tanım içine girdiğini ama bu konuda çekinceleri olduğunu belirtmiştir.

AG8: *Henüz değil ama yine de bir şeylerden başladım.*

AG13: *Ya en başlarda evet ama artık değil, ben artık kadın girişimciyim. Kadın girişimci olarak tanımlanmayı daha çok tercih ederim.*

AG6: *Evet yani hem anneyim hem girişimciyim. Ama hani anne girişimciyi siz nasıl tanımlarsınız bilemiyorum. Hem anne hem girişimciysem evet ama anne ile girişimcilik örtüşüyor mu bilmiyorum yani girişimci olup hani siz yine sonuçta,*

3.2.4.4. Anne girişimci olarak anılmak rahatsızlık veriyor mu?

Yapılan görüşmeler sonucunda, 22 anne girişimden 21 tanesi “anne girişimci” ifadesinden rahatsız olmadığını, bazı anne girişimciler bu ifadeden gurur duyduğunu belirtmiştir.

AG13: *Beni etmiyor aksine bunu vurgulamak istiyorum çünkü bunun bu değerleri düşürmediğini insanların algılamasını istiyorum.*

AG17: *Hayır, aksine mutlu ediyor, müşterilerime söylüyorum, benim de iki kızım var diye, her zaman vurguluyorum.*

AG22: *Hayır, onur duyarım.*

AG12: *Yok, çok mutluyum, çok seviyorum evet.*

Bir anne girişimci, “anne girişimci” olarak anılmanın kendi girişimcilik deneyiminin değerini düşürdüğünü belirtmiştir ve rahatsızlığını belirtmiştir.

AG6: *Yani bu evet değerini düşürüyor mu dediğinizden değil mi... Çok emin olamadım açıkçası buna şimdi. Yani net anne girişimci... e sanki yani toplumsal olarak anne girişimci biraz sanki böyle bir ya işte girişimci ama işte anne girişimci, bence biraz sanki ifadesel olarak değerini düşürdüğünü hissediyorum ben. Sanki o yoğunluğu ona veremiyor da işte anne olduğu kadar girişimci ya da hani hep şu konsept var ya anne oldum a bir baktım şu ihtiyaç eksikmiş, bunu yapayım dedim. Hani hep sanki oradan yola çıkıyor sanki...*

3.2.4.5. Anne Girişimciler Kimliklerini Nasıl Konumlandırıyor?

Anne girişimcilere, annelik kimliklerinin mi yoksa girişimci kimliklerinin mi kendilerini daha iyi yansıttığını sorusu sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplar incelendiğinde annelik kimliğinin kısmen baskın olduğu gözlenmektedir Her iki kimliği de sahiplenen anneler de katıldığında annelik kimliğinin biraz daha ağır bastığını söylemek mümkündür.

Tablo 32

Anne Girişimcileri En İyi Yansıtan Kimlik

Kimlik	AG Sayısı	Yüzde
Anne	8	36,4%
Anne Girişimci	7	31,8%
Girişimci	6	27,3%
Kişisel	1	4,5%
Toplam	22	100,0%

Anne girişimcilerden AG7, her iki kimliği de reddederek, kişisel kimliğini ortaya koymayı tercih ettiğini belirtmiştir. Bunu aşağıdaki şekilde ifade eden AG7, her türlü kimlikten sıyrılmaya çalıştığını altının çizmiştir:

AG7: *İkisi de yansıtmıyor. Ben kendimim, kendimim. Ya evet ben çok karşıyım bu işlere. O kişilik, bu maske onlardan sıyrılmaya çalışıyorum şu aralar özellikle. Tasavvufla ilgileniyorum ben son dönemde. Yani bunlar sıyrılmaya çalıştığım şeyler. İnsan kimliğimle ilgileniyorum.*

Annelik kimliğinin kendilerini daha iyi yansıttığını düşünen anne girişimciler, net bir şekilde bunu vurgulamıştır.

AG2: *Benim annelik kimliğim daha iyi yansıtıyor. Girişimcilik de iyi güzel, yeni bir kimlik ama annelikte kendimi daha çok buluyorum.*

AG12: *Annelik kimliğim yansıtıyor.*

AG15: *Annelik, o her şeyin önünde.*

AG8: *Ya bu işi anne olan daha iyi yapar diye düşünüyorum. Hani işten işe de değişiklik gösteriyor hobi işleri. Annelik benim için öncelik.*

AG3: *Annelik hem öyle olsun isterim hem öyle*

AG14: *Anne tabi ki, 10 senelik anneyim, girişimcilik daha yeni.*

Anne girişimcilerden AG10, anne girişimcilik kimliğinin belki de yapılan iş ile alakalı olduğunu, anne-bebek-çocuk sektöründe oldukları için annelik ve girişimci kimliklerinin ikisinin de onları yansıttığını, ama alakasız bir sektörde iş yapıyor olsaydı belki de farklı düşünebileceğini belirtmiştir.

AG10: *Yani ikisi bir. Bu yine yaptığım işle alakalı, yani ben atıyorum araba yedek parça satsam ya da bebek zıbını satıyor olsaydım ya da tekstilde olsaydım, aynı şeyi söyler miydim bilmiyorum ama tekstil deyince Hülya kanguru satıyor mesela, tekstil ile alakalı. Ama o da kendi çocuğunun derdinden yola çıkarak türettiği bir şey. Sektörünle alakalı herhalde. Bu, bende 50-50 yani.*

Benzer bir çıkarım AG16 için de yapılabilir. Yaptığı işi çok sevdiğini belirten AG16, girişimci olup olmamasının önemli olmadığını, aslında önemli olanın yaptığı iş ve çocuğunu düşünerek bu işi yapması olduğunu vurgulamıştır.

AG16: *Ya bu çok zor bir soru. En zor soru buydu galiba. Çünkü ikisi de benim için çok kıymetli. İkisini birleştirip işte girişimci anne kimliği üstüme tam yapıştı diyeyim. Çok kıymetli... ne yardan vazgeçebiliyorum ne serden, öyle bir şey oldu... işim, yani girişimcilik tamamen değil, bu bu tamamen bir risk. Ola da bilir olmaya da bilir, hayat da böyle. Ama beni işim, beni heyecanlandıran, yani 1.5 yıldır... Oğlum her sayfada gelip anne bana mı dikiyorsun, anne benim mi demesi, bilmiyorum beni çok şey yapıyor, etkiliyor.*

Girişimcilik kimliğini vurgulayan anne girişimci AG5, çocuğun eninde sonunda büyüyeceğini ve annelik kimliğinin hiçbir zaman ortadan kalkmayacağını ama girişimci kimliği için mücadele etmesi gerektiğini belirtmiştir. AG19 ise girişimci kimliğinin sürekli yeni fikirler üretebilmesine olanak sağladığının altını çizmiştir.

AG5: *...Çünkü eninde sonunda o çocuk büyüyip gidecek ve ben hiçbir zaman onun annesi olmak sıfatım hiçbir zaman değişmeyecek ama bu iş başarısız olursa artık*

girişimci olmayacağım. O yüzden artık çocuğum benden çıktı, çocuk sahibi olmak artık... ama girişimcilik tamamen bana bağlı. Benim kapasiteme ve benim şeyime bağlı... çalışma şeyime falan bağlı.

AG19: *Yani hani, girişimcilik böyle her noktada bir şeyler bulabiliyorum, kafamdan böyle devamlı tilkiler dolaşıyor yani. Bir de ben proje üretmeyi çok seviyorum, biraz da onunla alakalı.*

Girişimcilik kimliğini vurgulayan bir diğer anne girişimci AG9, annelik kimliğini çocuklarının üzerine fazla düşmeden, onları geleceğe hazırlamak, onları sorumlu ve kendi kararlarını alabilen yetişkin bireyler olarak yetiştirmek için kullanmaktadır.

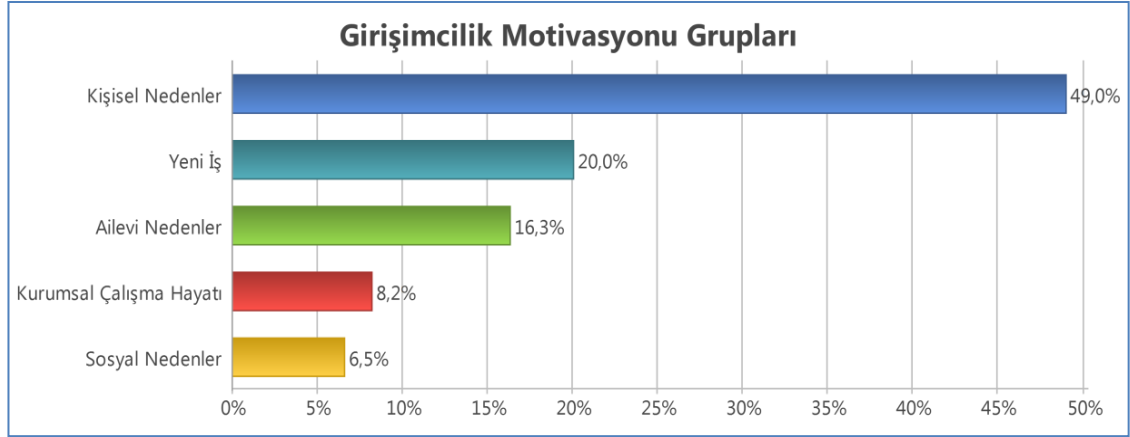
AG9: *Sanırım girişimci kimliğim beni daha iyi yansıtıyor. Yani hani anne, ben çok yeterli çok ilgili çok mükemmel anneyim diyemem. Ama şöyle yapmaya çalışıyorum, hani kendime hep bunun şeyini... ben bunlara yeterince zaman ayırıyor muyum, bu hep kafamda, çalışan bir anne de olsan hani girişimci değil de yeterince zaman ayırabiliyor muyum? ... Ben şu anda hep şey yapmaya çalışıyorum: nasıl sorumluluk sahibi olmalarını sağlarım... Biz de ebeveynleri olarak onları hep böyle bir şeye, bir şeylerin sorumluluğunu ve hayatını idame ettirmek için kararlar alma noktasında sağlam yere basan bireyler yetiştirebilirsek zaten onlarla ilgili kısmı çözeriz çünkü biz her zaman hayatlarında, yanlarında olamayacağız... Yani hani ben biraz geri planda kalan bir anneyim. Hani öyle çok üstüne düşen bir anne değilim. Ama bir taraftan da onların attıkları adımda önlerinde taş var mı kenardan da kontrol ediyorum.*

3.2.5. Anne Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyonları

Anne girişimciler ile yapılan görüşmeler neticesinde, girişimcilik motivasyonları beş temel grup altında toplanmıştır. Bu gruplar “Kişisel Nedenler”, “Ailevi Nedenler”, “Sosyal Nedenler”, “Kurumsal Çalışma Hayatı” ve “Yeni İş” olarak adlandırılmışlardır. Bu temel gruplar incelendiğinde en büyük yüzdenin “Kişisel Nedenler” grubunun oluşturduğu görülmektedir. Az da olsa sosyal nedenler de mevcut olup, anne girişimciler diğer kadın, anne ve çocuklara faydalı olma isteğini belirtmişlerdir (Şekil 15).

Şekil 15

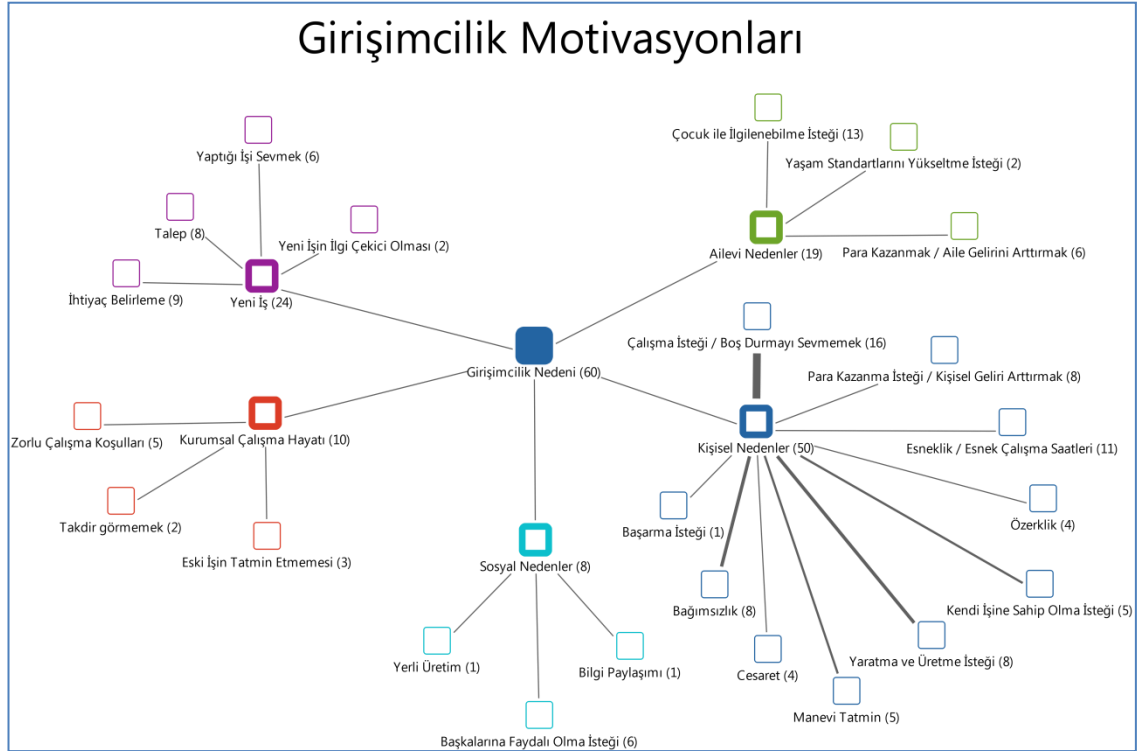
Anne Girişimciler Motivasyon Grupları Yüzdeleri



Girişimcilik Motivasyon grupları ve her bir grubun altındaki motivasyon faktörleri Şekil 16'da yer almaktadır. Bir sonraki bölümlerde her bir motivasyon grubu tek tek ele alınacaktır.

Şekil 16

Anne Girişimcilerin Motivasyonları

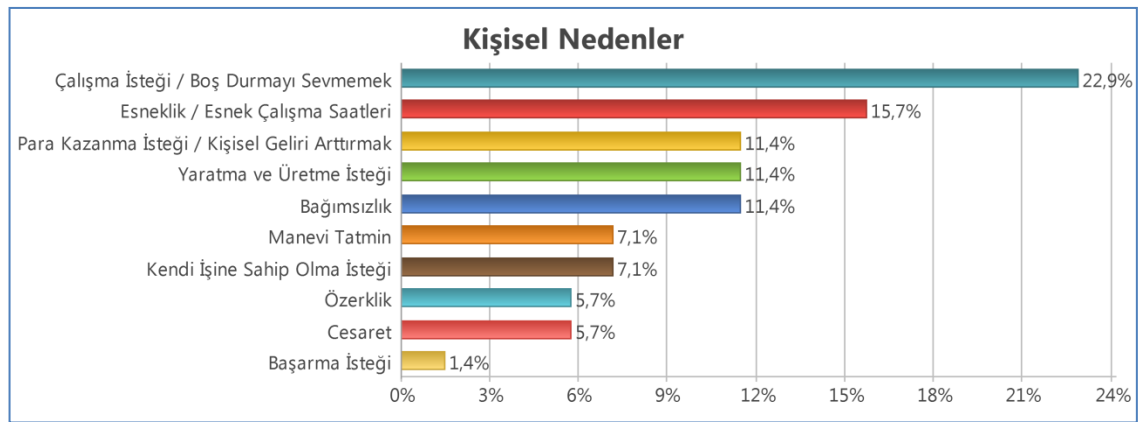


Motivasyon Nedeni	Bölümler	Yüzde
Kendi İşine Sahip Olma İsteği	5	7,14
Özerklik	4	5,71
Cesaret	4	5,71
Başarma İsteği	1	1,43
TOPLAM	70	100,00

*Birden fazla cevap

Şekil 18

“Kişisel Nedenler” Motivasyon Grubu Faktörlerinin Dağılımı



Evde boş durmak istemeyen, özellikle çocuktan sonra çocuğu ile ilgilenmek isteyen ve bu nedenle işini bırakan kadınlar, bir süre sonra evde olmaktan sıkılıp kendilerine evden çalışabilecekleri, üretebilecekleri bir ortam yaratmışlardır.

AG14: *Eee baktım çalışmadan da olmuyor. Evden dedim yapayım, kendim işte 30 tane elbise tasarlayıp, onları bir arkadaşa diktirdim... eee şimdi bir seçim yaptınız hani, çocuğu öncelik olarak gördünüz ama bir yandan da bir şeyler yapma isteği var o şekilde evden yapmak istedim.*

AG15: *İlk çocuğumun doğumundan önce çalışıyordum, işten ayrıldım. Daha sonra 2 yaşına gelince kızım çalışma hayatım olduğu için evde oturmak sıkılmaya başladı ve ne yapabilirim dedim, kızımı da bırakmak istemedim, evden çalışmanın yollarını aradım... Tamamıyla ilk çocuğum ile ilgili. Çünkü hem onunla vakit geçirmek istiyordum büyürken, onu yetiştirirken yanında olmak istiyordum. Hem de evden çalışmak istiyordum açıkçası. Her ikisini yapabileceğim bir tek şey vardı o da girişimcilikti. Öyle karar verdim.*

AG16: *Ben çok işe düşkün bir insanım aslında. O yüzden zaten girişimci oldum. Evet çalışmayı çok seviyorum.*

AG20: *Ama elbette ev kadını olamam, ruhen olamam zaten, o 1,5 sene bile, kendi isteğimle olsa bile çok şey, ev kadınlığı çok tüketen bir şey. Girişimcilik oradan doğdu zaten.*

AG5: *Aynı zamanda da şey düşünüyordum hani bir şeyler yapmalıyım.*

AG21: *Yani hobi amaçlı, evdeki giyilmiş kıyafetleri değerlendirme, boş durmama maksadı ile başladığım için*

AG8: *Evde durmak sıkıcı geliyor. Böyle bir şeylerle uğraşayım, vakit geçireyim, para kazanayım*

Boş durmak istemeyen, çalışmak isteyen kadınlar, aynı zamanda bir şeyler üretmek, yaratıcılıklarını ortaya çıkarmak istediklerini de belirtmişlerdir.

AG14: *Üretmek, bir işe yaramak, üretmek hani yaratıcılığımı da bir üründe görmek... Ah çalışsam da bir şey, atsam o enerjiyi hani üretme enerjisi isteği olur ya, yazmak gibi düşünün, kimisi yazmayı çok sever. Kimisi resim yapmayı.*

AG21: *Yani, şöyle ifade edeyim, bir şeyler üretmenin verdiği mutluluk. Maddi kazanç da önemli değil benim için. Sadece bir şeyler ürettiğim için mutlu oluyorum. Bana heyecan veren o, bu işi yapmamın sebebi o.*

AG7: *Bankacılık hakikaten hem ruhuma uygun değildi hem daha çok böyle yaratıcılık gerektiren hani... daha evet daha yaratıcılık gerektiren işlere bir ilgim vardı benim.*

Üretmek isteyen kadınlar, kendi iç dünyalarını da beslemek, manevi tatmin yaşamak istemişlerdir. Yaptıkları işten zevk almaları, onları mutlu ediyor ve manevi olarak tatmin yaşamalarına sebep oluyor.

AG18: *Şimdi şöyle, bir kere insanların özel günlerinde yanlarında olabilme fikri güzeldi.*

AG21: *Yani, şöyle ifade edeyim, bir şeyler üretmenin verdiği mutluluk. Maddi kazanç da önemli değil benim için. Sadece bir şeyler ürettiğim için mutlu oluyorum. Bana heyecan veren o, bu işi yapmamın sebebi o*

AG7: *Ruhumuza da iyi gelsin,*

AG16: *Kendi çocukluğumu yaşayabildiğim için, içime sığdırabildiğim için sanırım. Eksik kalan ne varsa, o sayfaları tamamlarken bir parça da ya ben burada olsaydım ne hissederdim hissi ile yola çıktım ben.*

AG22: *Ruhumu mutlu etmek, ürettiklerimin beğenilir olmasını görmek, böyle geri dönüşüm almak.*

Kurumsal çalışma hayatının belirli çalışma koşulları içerisinde çalışmak istemeyen, kendi çalışma saatlerini belirlemek isteyen, çocuğunu büyütürken kendi zamanını kendisi yönetmek isteyen kadınları girişimciliğe iten faktör “Esneklik / Esnek Çalışma Saatleri” altında toplandı.

AG1: *Bazıları diyor ki çok rahatsın ya, hani çalışma saatlerini ona göre ayarlıyorsun, evet çünkü ben bu işe o yüzden girdim... Ben bu işi zaten oğluma göre ayak uydurabileyim diye, işte o hasta olduğunda onun yanında olabileyim, bugün olduğu gibi, ne bileyim bir gösterisi olduğunda kapatıp gidebileyim'i yapabilmek için zaten bu işe girdim.*

AG11: *Evet çünkü çocuğa uygun zaman, süreç ayırabilmek için iş yerlerinin saatlerine değil, ona uygun daha esnek çalışma saatlerine gelmek bir nevi girişimciliğe zorladı beni.*

AG12: *Anne oldum, anne olduktan sonra o verilen belli mesai şartları içerisinde çocuğuma zaman ayıramayacağımı düşündüğüm için kendi işimi yapmaya, eşimin de desteği ile karar verdim.*

AG17: *Açıkçası, freelance, istediğim saatlere kendi hayatıma hakim olabilmek, evet muhakkak ki bunun da zor tarafları var, herkes uyurken ben uyanık kaldım, program hazırladım, İnternette araştırma yaptım. Gündüz ev ve çocuk hayatımla uğraşırken, geceleri uykumdan çok fazla feragat ettim. Ama dediğim gibi gün içinde hala öyleyim, işte malzemelerimi almaya gidiyorum mesela, arkasından çocuğumla kahvaltımı edebiliyorum. Annem de yanımda oluyor. Arkasından eve geliyorum, evde onları bırakıyorum, işte ürünlerimi paketliyorum, kargoya götürüyorum. Ya da görüşmem varsa, bir AVM'ye gideceksem, gidip görüşmemi yapıyorum. Saatler, tamamen kendime ait zaman dilimini yönetiyor olmak.*

AG3: *Esnek zamanlı çalışma.*

AG6: *Biz mesela ben bu işi kurdum çünkü benim çalıştığım kurumsal ortam gerçekten çok çalışmamı ve kendi vaktimi kendim ayarlayamaması gerektiren bir ortamdı.*

AG7: *Aaa bir de tabii şey de var, yani anne olduktan sonra, bence o çok etkiliydi. Bu örneği hep söylüyorum. Bence bunu anlatmalıyım. Bir gün bankada işte çalışıyoruz, yan masamdaki bir arkadaşım yeni geçmişti bankaya, bir senesi dolmamıştı daha. Dedi ki yarın dedi, kızı da ilkokula gidiyor, kızımın gösterisi var okula gidemeyeceğim dedi. Aaa neden dedim. Dedi ki izin yok dedi. İznimi alırsam dedi, bir haftalık izin zaten var onu da kullanamam dedi. O an bana dank etti, o zaman oğlum benim 1 yaşında falan. Ya dedim ben böyle ilerde çocuğumun mezuniyeti olacak, ne bileyim okulda bir provası olacak, hasta olacak, okuldan çağıracaklar, bir şey olacak eee dedim gidemeyeceğim, niye çalışıyoruz o zaman. Yani bence Türkiye'deki esnek çalışma saatlerinin olmayışı, çalışma sürelerini uzun oluşu, beklentilerin uzun olması, rekabetin yüksek olması, yani hakikaten insani boyutlarda olmayışı diyeceğim, özellikle anneleri çok mutsuz kılıyor, çalışan anneleri. Bunu erken gördüğümü düşünüyorum açıkçası.*

AG9: *Yani ben anne girişimci olarak hiç bunu birleştirip düşünmemiştim ama ilk girişimci olmaya karar verirken, yönetici olduğum dönemde çok yoğun çalıştığım için hani belki en iyi bildiğim işle ilgili bir girişimciliği denersem kendi iş programımı ona göre yönetip belki çocuklarım için de daha, onların bana ihtiyacı olduğu saatte zaman ayırırım gibi düşündüğümünden dolayı girişimciliği düşündüm aslında.*

Kişisel harcamaları için para kazanma isteği ile aile bütçesine katkıda bulunmak nedeni ile para kazanma istekleri iki farklı gruba ayrılmıştır. Aile bütçesine herhangi bir katkı yapması beklenmeyen kadınların para kazanma isteği “Kişisel Nedenler” grubuna eklenmiştir. Bu kadınlar tamamen kişisel harcamaları için para kazanma isteklerini belirtmişlerdir.

AG21: *Kazandığım tamamen bana yatırım, birikim gibi bir şey yani. Eşimin de benden o konuda bir beklentisi yok. Hani ben yaparsam kazanıyorum, yapmazsam kazanamıyorum. Keyfe keder ama çok sevdiğim için hiç bırakmıyorum ve yatırım oluyor, öyle söyleyeyim yani.*

AG1: *Hani böyle yapayım üç beş arkadaşşıma satarım, el harçlığım çıkar.*

AG8: *Şöyle diyeyim, bir de ben kredi çekmiştim çalışırken. Onun biraz borcu vardı. Hem dedim hani biraz katkım olur. Eşimden para istemeye çekiniyorum hala. Önceden çalıştığım için. Hani biraz da o yönden kendim ödeyeyim, hani aylık olarak çok cüzi bir miktar, 200 küsur falan. Hani o bahane ile hem de kafa dağıtırım, o bahaneyle yani.*

AG10: *Şeyde, bir de geçmişte bankada çalıştığım için sonra o parasızlık, ekonomi, hani birinin eline bakıyor benim çok ağrıma gitti... Oradan öyle velhasıl biraz kendi paramı kazanmak daha çok ağır basıyor.*

Bağımsızlık ve özerklik nedeni ile girişimciliğe adım atmış kadınlar, daha özgür olabilecekleri, kendi kararlarını kendileri verebilecekleri, kendileri sorumlu olabilecekleri bir iş istemişlerdir.

AG7: *İstediklerimi yapamayacağımı bildiğimi orada hissettiğim noktada... yani kurumsal hayat olarak çalışan biri olarak... uygun olmadığını hissettim.*

AG3: *Bağımsız ifade, özgür ifade, bağımsız ifade ihtiyacı*

AG4: *Kendilerine göre doğruları kimseye ihtiyaç duymadan hayata geçirme isteği*

AG6: *Bu benim hani kendi özgürlüğümü kısıtlayacağı için hani kaldırayabileceğim şeyler değildi.*

AG7: *O yüzden de bir nevi bir kaçış gibi oluyor. Yani siz o... biraz önce bahsettiğim özgürlüğü yaşayabilmek için, ya bizim öyle oldu ... biraz yani o kendi ... nasıl*

diyeyim... özgür ifade edebilmek için kendimizi böyle bir şey yapmak durumunda kaldık gibi geliyor.

AG2: *Dedim ki tamam ben kendi işimi yapıp kendi değerimi kendim verebileceğim, bunun bilineceği, bilinemese de sorumluluğun tamamen bana ait olduğu bir yerden gitmek istiyorum*

AG9: *Tabi ki hani çalışmam lazım ama öyle gergin bir ortam ve ... her şeyden sen sorumlusun bu sefer çözüm noktasında aldığı kararları da sen tek başına veremiyorsun. Ama öyle bir şey ki hani bütün firmanın yükü zaten senin üzerindeymiş gibi bir şey. Kim sorumlu, e sen asistansın sorumlu değilsin ama bütün yüklem bitmedi ya da şey yaptı, bunlardan sıkılmış olmak. Bir de uzun süre aynı yerde çalışmış olmak belki de ve yine de kararlarını alamamak.*

AG7: *Sizin bir müdahaleniz çok fazla olmuyor bence kurumsal hayatta. Yani yapılan işi yapıyordunuz, siz operatör gibi çalışıyorsunuz... Özellikle bankacılık gibi hele daha da her bir ufak ufak uzmanlık alanların olduğu işlerde, işlerin daha da böyle minik minik uzmanlaştığı iş alanlarında çok daha sıkıcı oluyor, o yaratıcılıktan uzaklaşıyorsunuz. Yani asıl buydu. Bir şey daha ekleyecektim burada ama bence bu yani özgürlük fikri.*

Bazı anne girişimciler, kendi işlerine sahip olma fikrinin çekiciliği ile girişimciliğe adım attıklarını belirtmişlerdir.

AG13: *Kendi işim, hoşuma gitti ve kendi işimi yapmaya karar verdim ama bu süreç hemen olmadı hani belki onun öncesinde de düşünüyordum, ya belki 3 yıllık bir düşünme süreci oldu ama ne yapacağımı bilmiyordum... belki hoşuma gitti kendi işin sahibi olmak. Orada bir mikro ekonomiye sahip olmak. Onu yönetmek, hani o tetikledi.*

AG10: *Allah'ım bana öyle bir iş ver ki, hani küçük olsun, şey olsun, her yere götürebileyim, her yere taşıyabileyim. Hakikaten çok dua ediyordum ama ne olduğunu bilmiyordum.*

AG6: *Sonra Türkiye'de hep kendi işimi yapma fikri vardı aklımda.*

AG7: *Fikir de çok hoş geldi, kendi işimi kurma fikri.*

Anneliğin kendilerine verdiği cesaret ile ya da bir durum karşısında yaşadıkları aydınlanma ile girişimcilik için cesaret kazanmalarını ifade eden kadınlar da olmuştur.

AG2: *Bir çocuk dünyaya getirdikten sonra çok şok oldum. Yani çok iyi hatırlıyorum o anımı. Ya dedim ben bir insan yaratabiliyorsam ben daha neler yapabilmişimi yani geçmişte kendime koyduğum sınırların hepsi tuz buz oldu uçtu. Bu girişimcilik şeyi motivasyonu tamamen oradan geldi. Yani ben bunu yapabiliyorsam ben aslında her şeyi yapabilmişim dedim.*

AG9: İş fikri nasıl çıktı? Kuaförde çıktı, çok saçma bir şekilde fön çektiriyordum. Bir tane çocuk dedi ki, abla dedi ... anlatıyor sıkıntısını... işte diyor ki ben diyor, 2500 lira biriktirmeye çalışıyorum, hayırdır niye dedim? Ben dedi bir iş yaptım. İşte dedi, kumaş aldım, onu anneme kestirdim, işte Bursa'dan daha ucuzunu buldum, ondan sonra bunu pijama yaptım dedi. İşte 3,5 liraya mal ettim dedi, pazarda işte 7 liraya sattım, bir günde de sattım dedi. Bu kadar şey yaptım. Şimdi çocuk anlatıyor, ben de çok bunalmışım. İşte bir karar alıyorsun, oluyor, olmuyor her zaman... 15 yıl boyunca aynı tekrarları duyunca aslında o ortamdayken görmüyorsun da dışarıda böyle çocuk dedi ki, çok kötü bir şey yaptım. Bu kadar para kazandım, hepsini bir haftada harcadım dedi. Şimdi mecbur geliyorum yine fön çekiyorum dedi. Sonra düşündüm bu çocuğun tekstil ile ilgili hiçbir bilgisi yok. İşte ben bütün bu aşamaları çok daha farklı, daha profesyonelce yönetiyorum. Bende eksik şeyi fark ettim. Bende bir cesaret yoktu. Yani o çocuktaki o bilgisizliğe rağmen ondaki cesaret beni çok etkiledi. Ve o gün karar verdim. Ben dedim, hiçbir şey olmasa bile bu girişimciliği deneyeceğim, çünkü ufacak bir cesaret lazım. Yani hani niye yapamayayım, ben zaten bunları yönetebilirim deyip o gün karar verdim. O günden sonra işten ayrılmam iki yıl sürdü... Sıkıldığım bir zamandı, yani aslında karar vermeme sağlayan şey o çocuğun bu işle ilgili hiçbir şey bilmemesine rağmen ki cesaretiydi.

AG19: Başkaları yapabiliyorsa ben neden yapmayayım diye ve ailemde de hep böyle olduğu için, yani çocukluğumdan beri evin içinde ticaret konuşuluyor.

AG17: AVM'lerde hep önüme yani çıkan bir işti, zaten bakıyordum hep oralarda bir etkinlikler düzenleniyor ve ben bunları yapabilirim diye düşünmüştüm.

3.2.5.2. "Ailevi Nedenler" Motivasyon Grubu

"Ailevi Nedenler" motivasyon grubu altında 3 faktör belirlenmiştir. Her bir faktörün "Ailevi Nedenler" altındaki yüzdesi ve kodlanan bölüm sayısı Tablo 34'te verilmiştir.

Tablo 34

"Ailevi Nedenler" Motivasyon Grubu

Motivasyon Nedeni	Bölümler	Yüzde
Çocuk ile İlgilenebilme İsteği	13	61,90
Para Kazanmak / Aile Gelirini Arttırmak	6	28,57
Yaşam Standartlarını Yükseltme İsteği	2	9,52
TOPLAM	21	100,00

"Ailevi Nedenler" motivasyon grubu altında yer alan "Çocuk ile İlgilenebilme İsteği" tüm faktörler içerisinde "Çalışma İsteği / Boş Durmayı Sevmemek" faktörünün ardından ikinci sırada yer almaktadır. Bu iki faktör birbiri ile ilişki içerisinde (Şekil 17).

Çocukları ile ilgilenebilmek için girişimciliğe adım atan kadınların söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG6: *Annelik, sevgi...sevgi ve keyifli bir uğraş bence. Yapabileceğiniz en keyifli uğraş diye düşünüyorum. Ama bununla beraber çok vakit ayırma gerektiriyor. Yani bunu da gerçekten yapmıyorsanız sonra bunun sıkıntılarını yaşıyorsunuz diye düşünüyorum. O yüzden bu işi seçmemdeki aslında biraz konuyu dağıtacağım bilmiyorum da nedeni bu oluyor açıkçası. Ne kadar çok bir iş, bir proje gibi görmemek gerekiyor, çünkü bizim gibi böyle daha çok kurumsaldan gelen ve daha böyle belli bir eğitimden geçmiş anneler için daha böyle bir iş gibi, proje gibi oluyor ama maalesef bence annelik böyle olmuyor. Ne kadar çok vakit ayırıp, emek harcarsanız onun karşılığını görüyorsunuz.*

AG9: *Yani ben anne girişimci olarak hiç bunu birleştirip düşünmemiştim ama ilk girişimci olmaya karar verirken, yönetici olduğum dönemde çok yoğun çalıştığım için hani belki en iyi bildiğim işle ilgili bir girişimciliği denersem kendi iş programımı ona göre yönetip belki çocuklarım için de daha, onların bana ihtiyacı olduğu saatte zaman ayırırım gibi düşündüğümünden dolayı girişimciliği düşündüm aslında.*

AG1: *Çünkü girişimciliğe, bu işe yapmaya başlamamdaki asıl sebep oğlum. Oğlumu dünyaya getirmeseydim radyocu olarak devam edecektim hayatıma hala ... Ben bu işi zaten oğluma göre ayak uydurabileyim diye, işte o hasta olduğunda onun yanında olabileyim, bugün olduğu gibi, ne bileyim bir gösterisi olduğunda kapatıp gidebileyim'i yapabilmek için zaten bu işe girdim.*

AG15: *Tamamıyla ilk çocuğum ile ilgili. Çünkü hem onunla vakit geçirmek istiyordum büyürken, onu yetiştirirken yanında olmak istiyordum. Hem de evden çalışmak istiyordum açıkçası. Her ikisini yapabileceğim bir tek şey vardı o da girişimcilikti. Öyle karar verdim.*

AG2: *Şimdi temel nedenlerden bir tanesi oğluma yakın olmak istedim.*

AG12: *Anne oldum, anne olduktan sonra o verilen belli mesai şartları içerisinde çocuğuma zaman ayıramayacağımı düşündüğüm için kendi işimi yapmaya, eşimin de desteği ile karar verdim.*

AG14: *Piyasan çıkmayayım, bir yandan çocukla da ilgileneyim, aynı anda bir şeyler üreteyim... Çocukla da ilgilenmek istedim aynı anda. İkisi aynı anda tabii.*

AG3: *...herkesle uğraşabiliyorum yani. Amaç da buydu zaten. Eğer o amaca ulaşamazsam o zaman anlamı kalmayacaktı.*

“Ailevi Nedenler” motivasyon grubunun altında yer alan diğer faktörler, aile bütçesine katkıda bulunma ve çocuğunu eğitimi gibi nedenler ile para kazanarak yaşam standartlarını arttırmak yer almaktadır.

AG5: *Bu iş para kazanmak için kuruldu. Bütün ticari şeyler gibi, kar amacı güden kuruluşlar gibi ve temelinde de hala bu var... Ya para kazanmam gerekiyordu. Kendimi gerçekleştirmenin dışında çocuğa daha iyi bir eğitim vermek, daha iyi yaşamak, kendi hayallerimi gerçekleştirebilmek için para kazanmam gerekiyordu. Ve bu para kazanmayı herkesin yaptığından daha farklı, fark yaratarak nispeten kazanmam gerektiğini hissettiğimden böyle bir, bir şeyleri bir şeyler oldu yani*

AG9: *Bu noktada da bilmediğimiz bir işi yeniden keşfetmektense hani kendi bildiğimiz işi nasıl para kazanacağımız, nasıl keyif alarak çalışabileceğimiz bir ortama dönüştürebiliriz bunun araştırmasıyla aslında çıktı biraz da. Hani fikir bu şekilde de gelişti. Ama asıl amaç tabii ki hani hayatımızı devam ettirebilmek için bir para da kazanmamız lazım. Bu işten keyif almamız lazım. Bunların hepsi vardı. Bu noktada da girişimci olup bunları şekillendirmek.*

AG22: *Onun öncesinde çok parasız kaldığımız dönemlerde benim bir şey yapmam gerekiyordu ama eşim vardiyalı çalışıyordu. Vardiyalı çalıştığı için benim herhangi bir işe girmem çok zor, çünkü onun gecesi yok gündüzü yok ve bizim bir bebeğimiz var. Sonra kızıma böyle aksesuarlar yaptım ama böyle Türkiye’de yoktu böyle aksesuarlar... İlki, yaşam standartlarını yükseltmek. Daha sonra ruhumu mutlu etmek, ürettiklerimin beğenilir olmasını görmek, böyle geri dönüşüm almak.*

3.2.5.3. “Yeni İş” Motivasyon Grubu

“Yeni İş” motivasyon grubu altında 4 faktör belirlenmiştir. Her bir faktörün “Yeni İş” altındaki yüzdesi ve kodlanan bölüm sayısı Tablo 35’te verilmiştir.

Tablo 35

“Yeni İş” Motivasyon Grubu

Motivasyon Faktörü	Bölümler	Yüzde
İhtiyaç Belirleme	9	36,00
Talep	8	32,00
Yaptığı İş Sevmek	6	24,00
Yeni İşin İlgi Çekici Olması	2	8,00
TOPLAM	25	100,00

Anneleri girişimciliğe iten en önemli bir diğer faktör de severek yaptıkları ya da kendi ihtiyaçları nedeni ile yaptıkları bir işin çevreleri tarafından da talep edilmesi ile birlikte bir iş koluna dönüşmesidir. Bazıları kendi çocukları için kullandıkları bir üründe gördükleri eksikliği gidermek istemişlerdir, bazıları yurtdışında gördükleri bir ürünü

Türkiye'ye uyarlamışlardır, bazıları da hobi amaçlı başladıkları bir işi, gelen talepler doğrultusunda büyütmüşlerdir.

“İhtiyaç Belirleme” adı altında kodlanan söylemler aşağıdaki gibidir:

AG12: *Ben, anne girişimci olarak zaten kızımın eksik... Kızımın çok sevdiği, çok beğenerek keyifle oynadığı puzzlelerden yola çıktık biz... Evet, çok farklı, dediğim gibi tamamen kızımın ilgi alanından, duyduğumuz eksiklik ve ihtiyaçlardan yola çıktık. Ve o zamanlarda Türkiye'de flash kart kavramı çok yaygın değildi. Çok ufak tefek yabancı yani ithal edilen firmaların ürünleri vardı. Onlara bakarak işte biz de neler yapabiliriz'i düşünerek, uzmanlardan destek alarak bu şekilde oluşturduk.*

AG10: *İkinci kızımın dış derdine çare ararken bu ürünü karşılaştık sonra şirket sahibi oldum vs.*

AG16: *Oğlum dolayısı ile. Yani, ben biraz sanırım, bilmiyorum attachment parenting', duyduunuz mu? Daha çok doğal ebeveynlik, doğal şefkatli yaklaşım tarzında bir anne olmaya çalıştığım için içten gelerek, oğlumu hem gıda, yediği şeyleri hem oynadığı hem giydiği şeylere biraz daha özen gösteriyordum. Bir oyuncuğu olmalı ama bu oyuncak ona bir şey öğretmemeli. Onun içinde bulunduğu durumu, kendi hayal dünyasında oluşturabilmeli, kendi içinden geldiği gibi oynayabilmeli dedim. Ve ona bir kitap yaptım.*

AG2: *Oğlum ilk doğduğu zaman, ilk doğduğu andan itibaren oğlumu taşıyordum işte, slinglerle, kangurularla ve kullanıcı olarak zaten bir şeylerin eksikliğini acaba başka türlü nasıl olabilirsiniz sorusu hep kafamda dönmeye başlamıştı. Oğlumla beraber işte baktım Türkiye'deki piyasaya, çok sınırlı sayıda ürün var ve aslında dünyada daha iyi, daha doğru taşıyıcılar olduğunu gördüm. Ve bizdekilerin satın alınanların eksik taraflarını gördüm. Neden yok sorusu ortaya çıktı. Yan birileri girmemiş bu işe, Var evet OK piyasada birkaç tane ama gene anne girişimci olan aynı sektörde ithalat yapan insanlar var ama niye yerli üretici yok? Kafamda hep o vardı. Niye yerli üretici yok. Dolayısı ile ben hep üretim kafasıyla girdim. Yani ben üretsem böyle bir şeyi nasıl yapardım? Ben bu kanguruyu nasıl yapardım? Diye kafamda hep başladı.*

AG5: *Esasen ihtiyaçtan ortaya çıktı, birçok başarılı iş gibi.*

Kendi çocukları için yaptıkları bir işin çevre tarafından beğenilmesi ve talep görmesi sonucunda kendi işlerini kuran annelerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG18: *Kızımın doğum ile bir şeyler yapmak istedim. Doğumuna hazırlık olarak. Araştırma yaparken, elim yatkındır bazı işlere, neden ben yapmayayım diye başladım. Onun bütün hastane odası, hediyelikleri falan derken, işte daha sonrasında mevlitti, doğum günüydü talepler oldu dışarıdan. Ben de onları değerlendirmek istedim, bu şekilde başladık.*

AG10: *Nerden buldun, bize de getir demeye başlayınca bir de hani artık yıllarca mail grubunda olduğum için kanka modunda, herkes ne kadar obsesif hem iyi hem*

kötüsü çıkıyor burada... Herkes bireysel olarak da güvendiği için sen en iyisi bulmuşsun zaten, bize de getir. Fotoğrafi paylaştım gece, sabah telefonu açtığımda 11 tane mi ne bize de al, nereye para gönderelim, ne kadar gönderelim diye mesaj vardı.

AG11: *Bu zaten, ben aslında bu işi hep böyle hep herkesin bana söylediği şey: sen hep bunları yap, herkesinkini çünkü ben yapardım. İşte bunu hayata geçirsene, hep yani senelerdir gelen bir destek vardı bunun için.*

AG16: *Oğluma kitap yaparken bir iş kurarım amacı ile başlamadım, sadece evet oğlum için yararlı bir şey yapmak istedim, anne eli değmiş bir şey olsun istedim. Ve daha sonra, beğenildiği için bu yola başladım... Çok sevildi arkadaşlarım tarafında.*

AG5: *İnsanlar bunu beğeniyor, bizim aile yemeğimiz oldu işte o sebze makarnalar. Neden olmasın, birleşti. Hikâyeler birleşti esasında. Ve yavaş yavaş yani çok yavaş aşırı yavaş devam ettim.*

İlgi duyduğu bir alanda, iş kolunda, severek yapmak istediği bir iş için girişimciliğe adım atan kadınların söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG13: *Daha sonrasında hani internete ilgim vardı, teknolojiye, çok seviyordum çünkü hep gelişen bir sektör olduğu için aslında beni burada anne bebekten çok İnternet tarafı, e-ticaret tarafı cezbeden oldu. Tabi onunla ilgili de bir şey olunca, ikisinin birleşiminden yoksa a ben anne oldum, çocuklarıma işte ürün alırken böyle bir şey buldum diye bir şey olmadı yani... E peki ben ne yapabilirim, kendim ne öğrenebilirim derken oradaki internetin, e-ticaretin beni çekmesi, sonrasında ne yapabilirime karar vermek işte orada hani internetin dikkatimi çekmesi, hoşuma gitmesi, sonra zaten e-ticaretin olacağına karar verince öncelikle onunla ilgili eğitimler aldım, çünkü hiçbir şey bilmiyordum.*

AG21: *Şimdi ben bu işi çok da maddi bir düşünce ile maddi bir beklenti ile yapmıyorum. Kazandığım tamamen bana yatırım, birikim gibi bir şey yani. Eşimin de benden o konuda bir beklentisi yok. Hani ben yaparsam kazanıyorum, yapmazsam kazanamıyorum. Keyfe keder ama çok sevdiğim için hiç bırakmıyorum ve yatırım oluyor, öyle söyleyeyim yani.*

AG20: *Şöyle bu benim aslında hobimdi. Yani mutfak zaten 10 yıl önceki girişimimde de hep beni öne çeken şeylerden biriydi. Çikolata hani yaptığım ve herkesin keyifle yediği bir şeydi... Öyle yani hobiydi, işe dönüştü aslında, öyle diyeyim.*

AG11: *Ben çocukları çok seviyorum. Ve çocuklarla etkinlik yapmayı, onlarla ilgilenmeyi çok seviyordum. Ajans tecrübem olduğu için hani oradan da sürekli bir şeylerin organizasyonuna alıştım. Müşteri ilişkilerine oradan yatkınım. Diğer arkadaşım da aynı zamanda anne olduk, aramızda iki gün var. O da şey, nedir kıyafet tasarımcısı, moda tasarımcısı diyeyim. O da anne olduktan sonra işi bırakmak zorunda kalmıştı ve onun tasarımı ile dedik ki ikimiz birleştirip voltran*

oluşturalım mı hem böyle çocuklarla bir şey yapalım ikimizin enerjisi böyle hem de sen tasarım, keyif aldığımız bir şeyi yaparız, hani severek yaparız. Böyle oluştu.

3.2.5.4. “Kurumsal Çalışma Hayatı” Motivasyon Grubu

“Kurumsal Çalışma Hayatı” motivasyon grubu altında 3 faktör belirlenmiştir. Her bir faktörün “Kurumsal Çalışma Hayatı” altındaki yüzdesi ve kodlanan bölüm sayısı Tablo 36’da verilmiştir.

Tablo 36

“Kurumsal Çalışma Hayatı” Motivasyon Faktörü

Motivasyon Faktörü	Bölümler	Yüzde
Zorlu Çalışma Koşulları	5	50,00
Eski İşin Tatmin Etmemesi	3	30,00
Takdir görmemek	2	20,00
TOPLAM	10	100,00

Kurumsal hayatın zorlu çalışma koşulları, kadınların çocukları ile yeterince ilgilenememesine neden olacağı için, onları kendilerine uygun çalışma saatleri ve koşullarını belirleyebilecekleri bir işe yönlendirmiştir.

AG6: *Ben bu işi kurdum çünkü benim çalıştığım kurumsal ortam gerçekten çok çalışmamı ve kendi vaktimi kendim ayarlayamaması gerektiren bir ortamdı. İş seyahatine gidiyorsunuz, saat 8 oluyor akşam yemeğe misafiriniz var, müdür kalman gerekiyor diyor, toplantı var diyor. Bu benim hani kendi özgürlüğümü kısıtlayacağı için hani kaldırabileceğim şeyler değildi. Ve o noktada, bir de yurtdışında çalıştığım için, benim için o da kötü bir deneyimdi. Yani iyi bir deneyim oldu açıkçası, buraya adapte olamadım iyice, hani orada çünkü sonuçta burada bir set çekebiliyorsunuz hani benim bu saatte çıkmam gerekiyor, gerekirse akşam o işi yapayım diyorsunuz ya da hani müdürünüz size gelip 6’dan sonra niye buradasın diyebiliyor, ama burada o işlerin hepsi tam tersi yürüdüğü için hani ve bu hani sizin kendi kariyerinizde kendi eğitiminizde görmediğiniz insanlar o hiyerarşi de burada çok iyi gitmiyor diyeyim. Onlar beni çok rahatsız ettiği için hani ben böyle bir yöne geçtim.*

AG20: *Şöyle, profesyonel hayatın zorlu koşulları diyeyim, çok yıldıgım için aslında... Benim açıkçası en temel şeyim, profesyonel hayatın o kanlı ve hırslı ortamı çok yormuştu beni. O mesai saatlerinin çok uzun olması, trafikte geçen uzun*

Yaptıkları işin onları mutlu etmemesi, o iş ortamında takdir görmediklerini hissetmeleri kadınları girişimciliğe iten diğer nedenlerdendir.

AG7: *İstediklerimi yapamayacağımı bildiğimi orada hissettiğim noktada... yani kurumsal hayat olarak çalışan biri olarak... uygun olmadığını hissettim. Yani 12 sene zaten onu yavaş yavaş hissediyorsunuz, bir noktaya geliyor. Ve son yıllarda da zaten hakikaten bir farklı bir şeyler yapmak istiyordum. Ve o artık kurumsal hayatta olmayacağını anlamıştım kendimin bir çabada bulunmam gerektiğini anlamıştım.*

AG2: *İkinci temel neden: Türkiye’de akademik hayatın, ya bilmiyorum siz daha iyi biliyorsunuz, Türkiye’de benim gördüğüm kadarı ile beni çok da fazla artık ... manevi olarak da çok tatmin etmeyen bir yapısı var.*

AG4: *Önerilerin hayat bulmaması...*

AG9: *Birini çıkarma konusunda bile, aile şirketinde çalışmanın zorluğuydu belki bu. Ve bu bana yanlış geliyordu. Her zaman, yani mesela patronumun benimle ilgili bir sıkıntısı varsa her zaman şunu diyor, AG9 müsait olduğun bir zamanda gel senle şu tavrın konusunda ya da bugün bu işle ilgili şu tutumunu beğenmedim ya da bunu şöyle geliştirmeliyiz deyip bana gidip muhasebeci ile işte AG9 neden böyle yapıyor, git bir sor öğren. Ondan sonra sen kendini dev aynasında görme işte herkes bu işi yapıyor, dışarıda bu işler böyle, bu iş böyle gibi hani biraz da 16 yaşında orada başlayıp, hep orada devam etmenin de dezavantajı vardı tabi ki çünkü biz profesyonelce böyle bir iş yürümez zaten. Ama orada gördüğümüz kadarı ile biz orada hep iş odaklı şey yapıyorduk, bu da sıkı aslında uzun süreler. Bir yere kadar evet orada çok önemli birisin ama değilsin yani. Bunların bıkkınlığı ile belki bir karar verdim.*

3.2.5.5. “Sosyal Nedenler” Motivasyon Grubu

“Sosyal Nedenler” motivasyon grubu altında 3 faktör belirlenmiştir. Her bir faktörün “Sosyal Nedenler” altındaki yüzdesi ve kodlanan bölüm sayısı Tablo 37’de verilmiştir.

Tablo 37

“Sosyal Nedenler” Motivasyon Grubu

Motivasyon Faktörü	Bölümler	Yüzde
Başkalarına Faydalı Olma İsteği	6	75,00
Yerli Üretim	1	12,50
Bilgi Paylaşımı	1	12,50
TOPLAM	8	100,00

“Sosyal Nedenler” arasında, başkalarına faydalı olma isteği, kendi çocuklarında edindikleri tecrübe ve bilgiyi başkaları ile paylaşma isteği ve yurtdışından ithal edilen bir ürünün yerli üretimini yapma isteği gibi nedenler tespit edilmiştir.

AG19: *Ve şunu da seviyorum ben: toplumdaki kadınları eğitmek, onlara bir şeyler katmak, işte anne çocuk eğitimleri, kişisel gelişimler, bunlar biraz heyecan veriyor bana. Gençleri yetiştiren, çocukları yetiştiren anneler ise, anneleri eğitmek lazım... Yani, çocuklarımla ilgili eğitim ve şeyleri, yeme-içme organik, doğal beslenmeye başlayınca araştırmaya giriyorum. Bu sırada Montessori sistemini, eğitim sistemini kavradım. E bir baktım çok keyifli yataklar var, odalar var, çalışma sistemleri var. E bunu biz zaten mobilya imalatımız vardı, niye biz bunu diğer insanlarla paylaşmayalım dedik ve biz buna oda tasarımlarını da ekledik. Komple bebeğinize özel, doğal ürünlerle hani yatak odasındaki boya su bazlı olması lazım, tiner esansı olmaması lazım. İşte hani minik detaylarla toplumu bilinçlendirmeye çalışıyorum. Aynı zamanda gerçekten üreticiden tüketiciye gidiyoruz. Hatta hikayesigirişim’de böyle bir şey yaptık. Gerçekten kadınlarla birlikte yine kadınlara hizmet, çocuklara hizmet vermeyi hedefledik.*

AG15: *Ama hep bu arayış içinde benim gibi kadınların olduğunu, sadece evden çalışmak için iş aramak değil, üreten, evinde üreten kadının da bunun nasıl acaba geniş kitlelere duyurabiliyor, işte kendi sadece eşine, dostuna, komşusuna mı satıyor ürettiğini ve bunun için ne yapabilirim diye düşünüyordum zaten.*

AG5: *Ama çok kapitalist bir şey değil, son derece ne derler kendine göre etik dertleri olan, sosyal dertleri de olan bir şirket. O yüzden bu ön plana çıkmıyor yani, kar ediyor olmamız yani hiçbir firma tabi ki bunu çıkarmıyor ortaya. Biz daha böyle bir kendimize ait sosyal bir sos olarak da kullanmıyoruz, bir pazarlama cover-up olarak da kullanmıyoruz yani bunun arkasına da sığınmıyoruz ama çünkü gerçekten de bir faydamız var kadının daha çok iş hayatına katılması ya bunun altında işin içeriğinin ya da bu gıdaların bu şekilde olmasının sebebinin altında felsefik olarak bu Virginia Wolf’un kadının kendine ait bir odası olmalı felsefesinin olduğunu düşünüyorum. Çünkü ben orada iyi sağlıklı, belki abarttığımı düşünebilirsiniz ama bunun altında bu yatıyor. İyi, sağlıklı, pratik yani bunun içinde acaba işte bilmem ne var mıdır, endişe duydurmadan, hemen hazırlayıp sonra işte hemen bir ocağa atıp eğer ev yemeği yapmak istiyorsa ondan sonra hemen çocuğu ile beraber kaliteli zaman, kendine zaman ayırıcı, ona zaman kazandırabilecek gıdalar. 5,10 dakika yapabileceği, ortaya çıkarabileceği ve oradaki amaç gerçekten şey: çoğunlukla kadın mutfaka girdiği için Türkiye’de... Ve yani dışarıda yaşayan Türk anneleri vs. için anne be babaları için konuşuyorum ama amaç orada onlara zaman yaratmak çünkü her gün 3 kere yemek yemek zorundayız, o yaptığımız şeyi ne derler zamanı daha kısa hale getirmek, daha sağlıklıdan ödün kesinlikle ödün vermeden, onlara zaman yaratabilmek, onlara ihtimal verebilmek yani.*

AG16: *Çünkü diyorum ya benim amacım aslında sadece para kazanmak değildi. Çünkü ben 1,5 yıldır hiç para kazanmıyorum. Gerçekten kazanmıyorum. Ayda 2-3 kitap bitirebiliyorum ve yani o kitaplar sırf malzemeye, sağa sola gittiği için para*

kazanamıyorum. Ama önemli olan bir amacıma ulaşıyorum, daha çok insana ulaşıp çocuklara sağlıklı oyuncak nedir, bunları tanıtıyorum.

AG2: *Neden yok sorusu ortaya çıktı. Yan birileri girmemiş bu işe, var evet OK piyasada birkaç tane ama gene anne girişimci olan aynı sektörde ithalat yapan insanlar var ama niye yerli üretici yok? Kafamda hep o vardı. Niye yerli üretici yok. Dolayısı ile ben hep üretim kafasıyla girdim. Yani ben üretsem böyle bir şeyi nasıl yapardım? Ben bu kanguruyu nasıl yapardım? Diye kafamda hep başladı.*

3.2.5.6. Motivasyon Kaynağı: İş Sahibi Olmak mı Yapılan İş mi?

Anne girişimciler iş fikirlerini oluştururken onları en çok motive eden unsur soruldu. Onları heyecanlandıran şey ortaya koyacakları iş miydi yoksa bir iş sahibi olma düşüncesi miydi diye soruldu. 22 anne girişimciden 15 tanesi (%68,2) işin kendisini dile getirirken, 3 tanesi (%13,6) iş sahibi olma fikrinin ağır bastığını, 4 tanesi (%18,2) ise her iki unsurun da etkili olduğunu dile getirmiştir. İşin kendisini dile getiren kadınların söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG2: *İşin kendisiydi. En çok beni heyecanlandıran ilerde bir gün annelerin kucağında benim kendi ürünlerimi görebilecek miyim? Benim en çok hala dokunan o, kalbime dokunan.*

AG3: *İş sahibi olmak değil, hayır. Hatta o beni korkutuyor. Onun vereceği sorumluluklar beni korkutuyor. Para kazanamama fobim var. İşin kendisi kesinlikle, içeriği.*

AG9: *Yani, iş sahibi olma fikrinden ziyade aslında zaten bildiğimiz işi nasıl kendimiz yönetip bir şekle sokarız o daha önemliydi. Yani çünkü sonuçta öyle ya da böyle hayat devam ettiği sürece bir iş yapacağız. Hani bu patron olmak değil, işi yaparken keyifli ve eğlenceli hale de getirmek mümkün olabilir diye hep çalışırken de savunuyordum.*

AG11: *İşin kendisi. Evet hem çocukları seviyorum hem de böyle organizasyon yapmayı çok seviyorum. Hani çocuklarla işte doğum günüydü bilmem neydi, o çok heyecanlandırıyor, ya böyle süsleyeceğiz, işte birileri mutlu olacak, şöyle olacak falan bu fikir bizi çok heyecanlandırdı, hakikaten de böyle oluyor. Gittiğimiz zaman çok coşku ile karşılanıyoruz, kurumsal hayatta hiçbir zaman göremeyeceğimiz şeyler.*

AG12: *İşin kendisiydi tabi ki, çocuklara ulaşma fikri, hiç tanımadığımız.*

AG16: *Hayır işin kendisiydi, Yeni bir şeyler üretebilme arzusu.*

Her iki unsuru da belirten kadınların söylemleri ise aşağıda verilmiştir:

AG1: *İkisi de heyecanlandırdı.*

AG4: *İlk başta işin kendisi, sonra iş sahibi olmak.*

AG13: *Yani yeni işin kendisiydi. Çünkü hani dediğim gibi bir marka yaratmak, bilinen bir şey yaratmak orada cezbediyor, yoksa ben iş sahibi olayım değil. Yani hani o oradaki o şey değildi yani o markanın, herkes tarafından bilinen bir şeye sahip olma isteği diyeyim... Belki hoşuma gitti kendi işin sahibi olmak.*

AG20: *İkisi de aslında. Ama şöyle diyeyim, ürettiğim bir şeyin beğeniliyor ve tercih ediliyor olması şeyi, fikri, benim için ticari başarının ya da girişimin hep önüne geçti. Yani ben burada bugün çikolata yapıyorum ve satıyorum, yarın bir gün atıyorum makaron yaptığımda ya da başka bir şey düşündüğümde ya da bir fikir olarak bir firmaya bir şey sunduğumda onun beğenilmesi bile, benim için oradaki ticari kazançtan çok daha büyük bir kazanç. Müthiş bir manevi tatmin aslında orda. Yani paranın çok daha önüne geçen bir tatmin benim için.*

3.2.6. Girişimcilik Öncesi İş Deneyimleri

3.2.6.1. Anne Girişimcilerin Çalışma Hayatları

Anne girişimcilerin daha önceki iş tecrübeleri hakkında bilgiler sorulduğunda, hepsinin bir çalışma hayatının olduğunu gözlenmiştir. 3 anne girişimci evlenmeden önce işlerini bıraktıklarını belirtirken, çocuk nedeni ile işlerini bıraktıklarını belirten anne girişimci sayısı ise 9'dur. 2 anne girişimci ara ara çalıştığını belirtmiş, geri kalan 8 anne girişimci de girişimlerini kurma sürecinde işlerini bıraktıklarını belirtmişlerdir (Tablo 38).

Tablo 38

Anne Girişimcilerin İşlerini Bırakma Nedeni

İş bırakma Nedeni	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde (%)
Evlenmek	3	13,6
Çocuk nedeni ile (doğum öncesi veya sonrası)	9	40,9
Girişimciliğe adım atmak	8	36,4
Girişimini kurduğunda ara ara çalıştığını belirten	2	9,1
TOPLAM	22	100

Girişimlerini kurduklarında çalışmadığını belirten 14 anne girişimci (%63,6) varken, geri kalan 8 tanesi (%34,4) aktif bir çalışma hayatı içerisindeymiş. Girişimleri ile birlikte profesyonel çalışma hayatını sonlandırmışlardır.

Çalışma hayatlarındaki pozisyonlarına bakıldığında, yönetici (orta ve üst düzey yönetici) konumunda çalışmış olan anne girişimcilerin sayısı 14 (%63,6) iken, çalışan konumunda olanların sayısı 8'dir (%36,4).

İş hayatındaki deneyim yılına bakıldığında, anne girişimcilerin iş hayatında tecrübeli oldukları gözlenmiştir (Tablo 39). %77,3 oranındaki anne girişimcinin 10 yıl ve üstü iş hayatı deneyimine sahip olduğu gözlenmiştir.

Tablo 39

Anne Girişimcilerin İş Hayatında Deneyim Yılları

İş Hayatında Deneyim Yılları	Anne Girişimci Sayısı	Yüzde (%)
5 yıldan az	2	9,1
5 ile 10 yıl arası	3	13,6
10 ile 20 yıl arası	11	50,0
20 yıl ve üstü	6	27,3
TOPLAM	22	100

3.2.6.2. Çalışma Hayatı Deneyimleri ve Girişimlerine Etkisi

3.2.6.2.1. Çalışma Hayatının Hissettirdikleri

Çalışma hayatında kendilerini nasıl hissettikleri anne girişimcilere sorulduğunda, birbirinden farklı cevaplar alındı. Söylemler, olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılabilir. Herkesin yaşadığı deneyimler, çalıştıkları kurumlar farklılık gösterdiğinden, yaşadıkları deneyimler de farklı olmaktadır. Çalışma hayatında kendilerini mutlu hissettiklerini, o işlerini sevdiklerini dile getirenler olduğu kadar mutsuz, kısıtlanmış ve engellenmiş hissettiklerini belirten anne girişimciler de mevcut.

Olumlu söylemler altında, çalıştıkları ortamda, yaptıkları işte mutlu olduklarını belirten ve kurumsal çalışma hayatının nispeten güvenli bir ortam sağladığını belirten anne

girişimcilerin söylemleri sıralanabilir. Çalıştıkları işte mutlu olduklarını ama çocuk nedeni ile işi bıraktıklarını belirten anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG17: *Beyaz yakalı son çalıştığım şirkette çok mutluydum. ... grubu, çalışanlarına çok değer veren bir şirketti. Çalışma ortamım çok iyiydi, yöneticilerim çok iyiydi. Orayı her zaman çok saygı ve sevgi ile anıyorum, 10 yıl oldu bırakmış olmamla, 2008 yılında ayrıldım oradan. Kızıma hamileyken ayrıldım, ilk kızıma ve çocuk için ayrıldım aslında. O çalışmaya hayatımı çok seviyordum dediğim gibi belki şu andaki yaşadıklarımı baksam, belki de bırakmayabilirdim, bilmiyorum. Bazen dönem dönem çok iyi bir işim varmış, keşke bırakmasaydım dediğim oldu.*

AG1: *Ya... o işimi de çok seviyordum biliyor musunuz? Yani, radyoculuk, o mikrofon tozu, hani sahne tozu derler ya, gerçekten mikrofonun da öyle bir sihri var. Böyle geceleri rüyama falan giriyordu, program sunuyordum. Çok keyifli bir şey çünkü. Onu bir kere atmam lazım. Çok isterdim ama işte yani gerçekten çocukla beraber yürüyebilecek bir yaşam tarzı değil o. Gece yayınlarınız oluyor, partiler oluyor, gitmeniz gerekiyor, hani evet çocuktan önce eşimle beraber kalk gidelim yapabiliyorduk ama çocuğumu devamlı bırakıp da işte hafta sonu yayınlar, özel yayınlar... yapılabilecek bir şey değil de... ama işte çok özlediğim bir şey ama bu şu an yaptığım bu tasarım işi de en az onun kadar keyif aldığım bir şey. O yüzden çok mutluyum.*

AG2: *İşte araştırma görevlisiyken de kendimi iyi hissediyordum. Çünkü profesyonel öğrenciliği de çok seven bir insanım, insandım ya da o zamanlar çok seviyordum. Okumayı, yazmayı hep çok seviyordum. Eee sevdiğim bir alanda da çalışıyordum.*

Kurumsal çalışma hayatının güvenli hissettirdiğini belirten anne girişimciler de mevcut:

AG16: *Ya tabii ki de aldığınız ücret, gelirinizi belli, sigortanız devam ediyor, işte yemeğinizi veriyorlar, her gün ne yemek yiyeceğim diye düşünmüyorsunuz...*

AG11: *...Ama daha fazla gelir ve daha fazla güvence olduğu için daha güvencede hissediyordum, o zamanlar eğer hisleri soruyorsanız.*

AG10: *Valla, o yüksek topuklar ve ofis kıyafetleri, ekstra bir güven veriyordu. Onun dışında, şimdiki hislerimle baktığımda çok farklı, yine bir şey başarmış olmak, bir şey tamamlamış olmak son derece tatmin edici. Tek farkı artık ayağımda düz ayakkabılar var. Giymek zorunda değilim topuklu, onun dışında her şey aynı.*

Olumsuz söylemlerin çoğunluğu, anne girişimcilerin kendilerini kısıtlanmış, baskılanmış ya da özgür olmadıklarına dair ifadeleri içeren söylemlerdir.

AG6: *çalıştığım kurumsal ortam gerçekten çok çalışmamı ve kendi vaktimi kendim ayarlayamaması gerektiren bir ortamdı. İş seyahatine gidiyorsunuz, saat 8 oluyor akşam yemeğe misafiriniz var, müdür kalman gerekiyor diyor, toplantı var diyor. Bu benim hani kendi özgürlüğümü kısıtlayacağı için hani kaldırılabileceğim şeyler*

değildi... Kısıtlanmış hissediyordum bence, özgürlüğüm kısıtlanmış, kendi vaktini yönetemiyor

AG16: *Özel sektörün vermiş olduğu bir şey ile, baskı ile pek hoş değildi, sorumluluklar çok fazlaydı... ama moral, motivasyon ve sürekli üzerinizde bir itaat kurmak isteyen, baskı kurmak isteyen insanlar olduğu için, pek de hoş değildi.*

AG8: *Orada başkasının sorumluluğu altında olduğum için pek rahat hissedemiyordum. Onlara bağlı çalışıyordum. Özgür değildim fazla. Hani günlerim kısıtlıydı. Tatilim kısıtlıydı.*

AG7: *... hakikaten kurumsal hayatın o sınırları içerisinde uymayacaktı ve ruhum sıkılacaktı biliyorum. O yüzden bahsettiğim o özgürlük tarafı hakikaten işi şey yapıyor... Kendimi çok daha engellenmiş ve tabiri caizse köleleştirilmiş hissediyordum*

AG15: *Kendimi çok özgür, rahat hissedemiyordum. Yani açıkçası mutsuzdum...*

AG5: *Engelleniyormuş gibi, hissiyat oydu. Kendimi anlatamıyormuş gibi genelde. Çünkü çok iş değiştirmek zorunda da kaldım. Tam da böyle yerine oturamamışım.*

Eski çalışma hayatlarının monoton olduğunu, yaratıcılıktan uzak olduğunu, çok yoğun çalışma saatlerine maruz kaldıklarını, bu nedenle yorgun hissettiklerini belirten anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG21: *Şimdi orada, belirli sınırlar var, belirli görevler var. Onları yapmak zorundasınız ve hep aynı şeyleri yapmak zorundasınız, Sabah giriş saatiniz belli, görevlerini belli, çıkış saatiniz belli, ama girişimci olduğunuzda tamamen sizin hayal gücünüzle hareket ediyorsunuz, yani şimdi o 7 yıllık çalışma dönemimde bir an evvel ben işten çıkıp eve gitmek istiyorsunuz... Çalışma hayatı ile girişimcilik arasındaki fark o. Biri monoton, birisi heyecan verici. Biri işçi mantığı yani...*

AG13: *Daha enerjisi düşük, sebebini bilmiyorum. Bir şeyleri sanırım görev olarak yapmakla, isteyerek, kendiniz için bir şeyler yapmak arasında fark var. Hani birisi size verilmiş görevler var, onları yapmanız gerekiyor, yapıyorsunuz...*

AG3: *Hiçbir zaman 9-6 iş modeline yapı olarak uymadım. Ama bunun anneliğimle ilgisi yok. Bunun belki daha üretkeni daha sanatçı bir kişiliğe sahip olmamla ilgili vardır.*

AG7: *Bankacılık hakikaten hem ruhuma uygun değildi hem daha çok böyle yaratıcılık gerektiren hani...*

AG6: *Çalıştığım kurumsal ortam gerçekten çok çalışmamı ve kendi vaktimi kendim ayarlayamaması gerektiren bir ortamdı.*

AG18: *Yoğun bir çalışma hayatım vardı. Açıkçası çok mutlu değildim, yoğunluktan dolayı. Yorucuydu. Şu anda da zaman zaman yorulduğum oluyor çünkü çocuklarımdan vakit ayırıp, gece uzun saatler çalıştığım oluyor... Oradaki*

yoğunluk beni yıprattığı için kendi işimi yapmak istedim. O işe devam etmek istemedim.

AG15: *İşte sabah onun için işe gitmek, hatta bazen öyle ağırdı ki mesai saatlerimiz, evde işte eşimin evde olduğu zamanlar ben yine çalışıyordum. O biraz beni sıkıyordu.*

AG11: *Çok yoğun çalışıyordum o zamanlarda ama kendime daha az vakit ayırabiliyordum. Çünkü iş yerinin saatleri ile her şey birdi.*

Çalışma hayatında fazla ilerleme imkânının olmadığını dile getiren, erkek-egemen şirkette çalışması nedeni ile ayrımcılık gördüğünü belirten, yönetici pozisyonunda olmasına rağmen karar verme yetkisi olmayan, yaptıklarının değerinin görülmediğini düşünen anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG22: *Çalışıyordum ama ne kadar çalışırsam çalışayım alabileceğim maaş standarttı. Ya da kendimi ne kadar ön plana çıkarsam da gelebileceğim yer standarttı.*

AG5: *Oturabileceğimi düşündüğüm yerlerde egolar ile karşılaşmışım vs. vs.*

AG2: *Ben kendim bireysel olarak okuyup yazmayı sevdiğim için de akademiden devam etmek istedim ama orda da evet orda çok kalbim de kırıldı. Yani yazdığım orda birkaç şey başka bir hoca tarafından alındı falan o zaman dedim ki tamam ben kendi işimi yapıp kendi değerimi kendim verebileceğim, bunun bilineceği, bilinemese de sorumluluğun tamamen bana ait olduğu bir yerden gitmek istiyorum.*

AG12: *İş hayatında kadın olarak bir de benim çalıştığım şirket bir mühendislik üzerineydi... maalesef erkek egemen bir firmaydı. Orada tabi ki istediğiniz alanlara sığrayamıyorsunuz, eğer mühendislik eğitiminiz yoksa belli bir aşamada kalıyorsunuz... Kadın olmanın dezavantajlarını yaşıyorsunuz... işte yani bir yerde dayatmacı oluyorlar size karşı. Çünkü doğum yapmışsınız, işte işe ihtiyacınız var mı yok mu'yu, onlar varmış gibi algılıyorlar ama işte o andaki siz onu düşünemiyorsunuz, çünkü oraya bir emek vermişsiniz ve oradan gelecek şeyleri bırakamıyorsunuz. Tabi oradan dediler iki satış departmanı, oradan dediler ki proje yönetimi departmanına yani biraz yıldırıyorlar gibi geliyor anne olduktan sonra, çocuk sahibi olduktan sonra kadınsınız. Çalışma saatlerinize çok dikkat ediyorlar, işte haftalık izinleriniz, süt saatleriniz şunlar bunlar, herkesin gözünde gözüktüyor, aaa yine mi izin, gene mi izin şeklinde. Hep ikinci plana atılıyorsunuz. Anne olduktan sonra özellikle çok istediğiniz görevlerde de yer alamıyorsunuz.*

AG9: *Yani nasıl hissediyordum? Şimdi şöyle, işi yönetme kısmında yapmak istediğim çoğu şeyi yapıyordum ama şöyle karar mercii ben olmadığım için çok karar almada zorlanıyordum... Yani çünkü böyle ne oluyor, prosedürlere takılıyor, onun onayını bekliyorsun böyle, yani hemen bazen hızlı karar verip işin doğrularına göre... daha çok aslında kendim karar almayı seviyorum belki de... Şöyle diyeyim, her şeyi danışmıyordum, birçok kararı kendim alıyordum ama şöyle bir şey var, tabi ne kadar olsa patronum şey diyordu... ben diyordum böyle*

yapmalıyız hayır dur bir bekle, bu sefer zaman geçiyor. Ondan sonra geliyor bana ya bunu böyle yapalım. Zaten bu benim sana 3 gün önce dur bekle yapmayalım dediğin şeydi... ki genelde bütün kararları ben alıyordum ama ben almıyordum gibi davranıyorlardı. Biraz da orada yetiştiğim için o biraz sıkıntı oluyordu. Hani insanın bunu 3 gün sonra patronunun kararı olarak duyup yapması farklı bir şey, hani o anda hemen uygulamaya sokması çok ayrı bir şey... Şimdi şöyle herhalde biz oranın çocuğu gibiydik. İnsan çocuğunu çok övmez ya şımarmasın diye. Hiçbir zaman bizim yanımızda evet bunu iyi çözdünüz demediler. Ama müşterilerimiz geldiği zaman AG9 bizim her şeyimiz. Gibi bir yaklaşım vardı. Hani öyle olunca insan psikolojik olarak tam böyle şey yapamıyor. Hani gerçekten önemli miyim? Öyleyse neden hissettirilmiyor gibi zaman zaman düşünceye kapılıyorsun tabi.

3.2.6.2.2. Çalışma Hayatının Girişimlerine Etkisi

Girişimlerini eski iş tecrübelerini, mesleklerini temel alarak oluşturan anne girişimci sayısı 6'dır (%27,3). Geri kalan 16 tane anne girişimci, girişimlerini mevcut tecrübelerine göre çok farklı bir alanda konumlandırmışlardır. Bir önceki işlerinin girişimleri ile ilgisi olan anne girişimciler aşağıdaki gibidir (Tablo 40):

Tablo 40

Eski İş Tecrübelerine Göre Benzer İş Kollarında Girişim Kuran Anne Girişimciler

Anne Girişimci	Eski İş Alanı	Girişimi
AG5	Gıda Mühendisliği	Gıda Üretimi
AG9	Tekstil Sektörü	Tekstil Sektörü
AG10	Bankada Dış Ticaret Uzmanlığı	Dış Ticaret
AG11	Reklam Ajansı	Organizasyon, Tasarım, Müşteri İlişkileri
AG14	Moda Tasarımı	Moda Tasarımı
AG17	Eğitim ve Organizasyon Departmanı	Organizasyon

Girişimleri öncesi iş tecrübelerinin şu anki işlerine bir katkısı olup olmadığı sorulduğunda, 6 tane anne girişimci (%27,3) iş tecrübelerinin şu anki işlerine hiçbir katkısının olmadığını dile getirmiştir. İş tecrübelerinin kazandırdıkları Tablo 41'de yer almaktadır.

Tablo 41*İş Tecrübelerinin Kazandırdıkları*

Kazanım	Bölümler	Yüzde
İş Deneyimi	8	34,78
İşi Yönetme	6	26,09
İş Hayatı / Ticaret	2	8,70
Çalışma Temposu	1	4,35
Bir Şey Kazandırmadı	6	26,09
TOPLAM	23	100,00

Girişimleri öncesi çalışmış olmaları kendilerine iş tecrübesi kazandırdığını, yine benzer bir iş yaptıkları ifade eden anne girişimcilerin “İş Deneyimi” hakkındaki söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG17: *Evet, yani organizasyon orada da düzenliyordum. Eğitimleri organize ediyordum, artı bu eğitimlere gelen katılımcılara işte yemekler, eğlenceler, otel programları vs. o katılımcının İstanbul’da eğitim için kaldığı süre boyunca konaklamasından, eğitimine, ulaşımına kadar her şeyini ayarlıyorduk. Ve bu benim için bir fikirdi. Bir burada yapılan programı, şablonu öğrenmiştim.*

AG6: *Tabi yani ben hani iş yönetimi okumuştum üniversitede. Sonra master’ım da işletme ve elektronik ticaret üzerineydi tekrardan. Tabi ya full yardımı oldu tüm hayatım yani bankacı olarak yaptığım işlerde ben daha çok pazarlama backgroundliyum. Pazarlama ile ilgili, işletme finans kısmı olsun evet yani, daha önceki iş hayatım olmasa bunu yapamazdım. İşin tekstil kısmı ve yapılan iş, işlenme kısmı teknik boyutu hani arkasında aslında belli bir iş yönetimi birikimi gerekiyor.*

AG9: *Zaten aynı işi yapıyordum.*

AG10: *Ondan sonra gündüz öğrencisiydim dilekçe vererek akşam dersleri almaya başladım, gündüz Garanti Bankasının dış ticaret bölümünde çalışmaya başladım. Dolayısı ile ortaokul, lise ve üniversite dış ticaret üzerinden gitmiş oldu. Mezun olduktan sonra direkt kadroya alındım ve orada 7 sene devam ettim. Dolayısı ile tüm o sürece hem dış ticaret hem şey kısmını iyice özümsemiş ve şey olmuş oldum.*

AG12: *Bir teklif nasıl sunulur, bir sözleşme nasıl yazılır, bütün bu konularda bilgi sahibi olduğunuz için ithalat ihracat nasıl yapılır bunları da düşünüyorsunuz tabi ki çok katkısı oldu, çok çok mutluyum orada çalıştığım için*

AG14: *Zaten ben çocuk sektöründe, girişimciliğim de çocuk sektöründe yaptım zaten. Çocuk kız elbisesi, prenses elbisesi. Şöyle çevre yaptım işte, çalıştığım sektörde, çevreden işte hani bir iletişim kuruyorsunuz, kumaşçı atölyeci, diken vs. tabi onlardan yararlandım.*

AG5: *Oldu, oldu. Çünkü hep gıda işinde çalıştığım için oradaki bilgi birikimi işe yaradı.*

AG3: *Yaptığım her işin, reklamcılıktan başlayarak, çevirmenlikten geçerek, yardımı oldu. Müzisyenliğin bile yardımı oldu.*

Girişimleri öncesi çalışma hayatlarının kendilerini işi yönetme konusunda tecrübe ve bilgi sağladığını belirten anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir.

AG4: *Disiplin*

AG20: *Evet oldu, elbette oldu. Yani iş planı yapıyor olmak... Kesinlikle profesyonel hayatımdaki o yöneticilik, aynı anda o bir sürü işi yapabilme yetisi, onlar hep profesyonel hayatın kazandırdığı beceriler aslında. Hani bugün aynı anda işte sizle konuşup, resmi işe koşup oradan gelip çikolata yapabiliyor olmak aslında profesyonel hayatın getirdiği çok yönlülüğün bir şeyi aslında.*

AG7: *Tabi oldu muhakkak. Yani orada hakikaten bankacılıkta çalışırken ben ticareti öğrendiğimi düşünüyorum, ticaretin nasıl işlediğini, işte bir firmanın işini yaparken nelere dikkat etmesi gerektiğini, bunları gördüm. O yüzden bu kendi işimize de yansıttık bunu.*

AG21: *Çalışma hayatımın şöyle şeyi olmuştur, hani mali açıdan, ekonomik açıdan kaçta alınır, kaçta mal edersen, üzerine ne kar koyman gerekir, o tip konularda, yoksa benim çalıştığım alan ile şu an yaptığım işin hiçbir alakası yok ama. Hani teknik olarak bir yarar sağladı bana.*

AG12: *Yani, riskleri değerlendirmek diyelim. Hani finansal ve muhasebesel anlamda da dediğim gibi stajyer olarak başladığım için çok şanslıydım, orası benim için bir okuldu, bütün departmanları biliyordum, bütün konulara hâkimdir, yani bir firma kuracak kadar bilgiye sahiptim, orada herhalde ben pişip, bu işi yapmak üzere işimden ayrılmışım demek ki sonunda dönüp bakınca arkaya. O anda o aşamada anlayamayabiliyorsunuz hiçbir şekilde ama daha sonra düşündüğünüzde diyorsunuz ki hakikaten benim orada çalışmamın bir amacı varmış demek ki buymuş.*

Genel olarak iş hayatını ve ticareti öğrendiğini, çalışma temposunu tecrübe etmiş olduklarını belirten anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG7: *Uzun süre bankada çalıştığımda iş hayatını görme fırsatım oldu.*

AG11: *Biraz oldu tabii hem tasarım hem işte oranın vizyonu, bu araştırmacılık ve bu organizasyonların işleyiş tarzı falan, oldu.*

AG22: *Oldu mu, hiç düşünmemiştim. İllaki olmuştur. Yani ben Lise 2'nin yazından beri çalışan bir insanım ve çalışmaktan hoşlanan bir insanım, boş kalmak bana göre değil. Belki bu şekilde yardımcı olmuştur.*

3.2.6.3. Girişimcilik Deneyimleri

Anne girişimcilerin, şu anki girişimlerinden önce herhangi bir girişimcilik deneyimleri olup olmadığı sorulduğunda, 16 tanesini (%72,7) böyle bir deneyimi olmadığını, 6 tanesi (%27,3) ise bir girişimcilik deneyimleri olduğunu belirtmişlerdir.

Girişimcilik deneyimi olan AG20, evlenmeden önce benzer sektörde (gıda üretimi) bir girişim kurduğunu ama onu ekonomik kriz nedeni ile kapatmak zorunda kaldığını belirtmiştir. Olumsuz sonuçlanan girişimcilik deneyiminin şu anki girişimini yönetirken etkilediğini, risk almadan, çok büyümeden işini yürütmeye çalıştığını, daha temkinli davrandığını dile getirmiştir.

AG20: *Bir tanesi 30 yaşındayken yaptım. Yaklaşık bir 2006 yılıydı. Ev yemekleri dükkânı kurmuştum. Orada 3 yıl kadar işlettim. Orada 2008'in sonlarıydı, ekonomik krizden dolayı devretmek zorunda kaldım. Yaklaşık son bir senesinde işte birikimlerimle finanse ettim. Ama sonrasında hani çok da ilerlemenin çok zorlamanın anlamı yok diye düşündüm ve devrettim. Tekrar profesyonel hayata geri döndüm... daha önceki tırnak içince söylüyorum başarısız girişimin, süttten ağzı yanan, yoğurdu üfleyerek yerden hareketle, ki ben başarısızlık nedir diye hep sorgularım. Orada benimki aslında sadece mali ve ticari bir başarısızlık, kayıp olabilir belki başarısızlık değil de ama ben orada profesyonel hayatta tecrübe etmediğim, hiç öğrenmediğim bir sürü deneyimleri, o 3 yıllık girişimimde öğrendim aslında. Ve o girişimdeki hatalarım ya da doğrularım bugünkü girişimime kesinlikle baz oluşturuyor. Yani çok temkinli ilerliyorum, çok planlı ilerliyorum, önümü görmediğim hiçbir hareketi yapmıyorum. Anlık karar vermiyorum...*

AG10, ilk çocuğunun doğumundan sonra hastane odası süslemeleri konusunda bir girişimi olduğunu belirtmiştir.

AG10: *O zaman hastane odaları süslemesi yeni yeni moda olmuştu... hastane odası yapılacak ya o zaman Çanakkale'deydim, yok yani şey yok, Çanakkale'de hastane odası süsleyecek bir şey yok. İş başa düştü... Sonra kızımın doğumunda ben kendim süsledim. Gelenler aaa dedi, süper olmuş. Harika olmuş. Tabi hamile annenin arkadaşı da hamile oluyor. Nerden aldın, beni tek tek uğraştırma sen şey yapsana, gel kurulumu da sen yap, sana verelim şeyi, ücreti falan... hastane odası sepeti. Sonra o iş yormaya başladı, çok güzel gidiyordu yani yaşam koşulları ile de alakalı. Yani benim bakıcım olsa, şu olsa, çocuğa baksa, o çok güzel ve keyifli bir iş, ama o sepetin içerisine neredeyse 25, 30 ürün giriyor. Dolayısı ile 30 kişi ile, tedarik ile şey yapman lazım. Her ürün aynı hızla gitmiyor, devamı olmuyor, falan filan böyle bir süre sonra yormaya başladı.*

3.2.7. Girişimciliğe Adım Atma

3.2.7.1. Girişimcilik eğitimi

Anne girişimcilerden 12 tanesi (%54,5) girişimleri öncesinde bir eğitime katılmadıklarını belirtirken, 10 tanesi (%45,5) katıldıklarını belirtmiştir. Eğitime katıldıklarını belirten girişimcilerin katıldıkları eğitimlere baktığımızda, KOSGEB eğitimi, kendi lisans/yüksek lisans eğitimleri ön plana çıkmaktadır.

AG5: İşletme yüksek lisans eğitimi, KOSGEB eğitimi

AG11: İşletme lisans, yüksek lisans

AG12: 10 bin kadın eğitimi

AG13: KOSGEB eğitimi

AG17: KAGİDER eğitimi

AG18: Alev Şenol'un eğitimi

AG20: KOSGEB eğitimi

Anne girişimcilerinden bazıları ise, sürekli kendilerini geliştirmeye çalıştıkları, farklı farklı eğitimler alarak eksiklik gördükleri noktaları kapatmaya çalıştıkları gözlenmiştir.

AG5: *...Ondan sonra devamlı tabii ki şey, şirketi kurduktan sonra devamlı eğitimler, işte melek yatırımcılardan olsun, bankalardan olsun, işte ticaret oda borsa... devamlı bir eğitim içindeyim şimdi. Hatta kendime de daha iyi olmak için bir işletme koçu bile tuttum. Bu sene onunla da çalışacağız... Başka çarem yok çünkü yetişemiyorum ve hata yapma riskimi azaltmam lazım. İşin iyiliği için. Hem devam ettirme isteği var hem elemanlarımın sorumluluğu var. Falan falan falan...*

AG13: *Bu işe girmeye karar verince önce eğitimler aldım, onun haricinde hala daha alıyorum çünkü bir şirket sahibi olmak, hani işin içine girdikçe, büyüdükçe birçok konuda bir şeyler bilmeniz gerekiyor, uzman olmasanız da finansla ilgili, işte muhasebe ile ilgili, işte Allahtan ticaret lisesinde okumuştum, muhasebe tarafını biraz biliyordum gibi gibi... Yani bu girişimcilik aslında çok uzun süreli bir eğitim gibi oluyor, çünkü iş geliştikçe, iş büyüdükçe siz ona yetemiyorsunuz ve bir sürü şey mesela şimdi ben TEB girişim evi ile çalışıyorum. Onlar mentörlük veriyorlar.*

AG3: *Önce değil ama süreç boyunca evet. Sosyal medya... neydi sosyal medya iletişimi filan falan... pazarlama, sosyal medya pazarlama eğitimi aldım ve bir takım farklı eğitimlere katıldım, isimlerini şu anda hatırlayamayacağım.*

3.2.7.2. İş planı

Anne girişimcilerden 10 tanesi (%45,5) iş planı hazırlamadığını belirtirken, 12 tanesi (%54,5) hazırladığını belirtmiştir. İş planı hazırladığını belirten anne girişimcilerden iki tanesi de iş planını daha sonra, dükkân açarken ya da yatırım ararken gibi nedenlerle hazırladıklarını belirtmişlerdir.

AG1: *Yani hani burayı açarken tabii ki oldu. Sonuçta bir iş yeri açıyorsunuz. İşte devlete karşı sorumluluğunuz var, dükkânın içini nasıl yapsam, oraya onu mu koysam, bunu mu ... Böyle bir iş, bu anlamda bir iş planı hazırladım... Sadece hani dükkân açma anlamında buraya yerleşme anlamında bir plan oluşturdum*

AG13: *İş planı, iş başladıktan sonra hazırladım. Çünkü işte yatırımcılara sunum falan hazırlamamız gerekiyordu. İşte bizden bir iş planı istiyorlardı. O zaman iş planları ile ilgili araştırmalar yapmıştım, bir iş planı hazırlamıştık. Sonrasında ... bunun ne kadar önemli olduğunu ve iş planının olması gerektiğini biraz geç de olsa öğrenmiş oldum. O yüzden kendime hani böyle excel'de basit yıllık iş planları yapıyorum. Bu bence bir şirketin büyüye de olmazsa olmazı olmalı. Ne yapacağım, yani yol haritasını bilmeyince, nereye doğru gidiyorum ben, en azından o listede yaptıklarınıza tik atıp, şunu yaptım, bunu yaptım artık buradayım veya bu noktaya gelemedim, hani bazen beklentiler de yazıyorum, bu olduğunda bu olmalı, e bu olmadı şimdi ne yapacağız gibi şeyleri düşünmek için iş planı olmalı ama bunu da bununla ilgi de biraz bilmeli insani ya da kendine göre herkes iş planını yorumlamalı ama yazmak daha kalıcı oluyor.*

İş planının kimler tarafından hazırlandığına bakıldığı zaman, daha öncesinde uzun bir profesyonel çalışma hayatı olmuş olanların iş planı hazırlama konusunda daha çok eğilim gösterdikleri gözlenmiştir.

AG20: *Tabi tabi, ama o mesleki bir şey yani. Ben ne iş yapsam, plan yaparım...*

AG7: *Tabi, bir iş planı hazırladık. Yani ne tarz ürünler yapabileceğimizi, işte nerde hangi kanallardan satacağımızı, işte daha çok cash çalışalım, perakende direkt tüketiciye çalışalım, işte onun dışında kimlere satabiliriz, aralarda farklı kanallar var mı, bunları düşündük. Ürünleri çıkarttık tekrar, tek tek. Böyle bir iş planı yaptık tabi.*

3.2.7.3. Sermaye ve Finansal Destek

Anne girişimciler işlerini kurma aşamasında finansal olarak biri hariç hepsi ailevi / kişisel birikimlerini kullanmışlardır. Bu aşamada, eşin desteğinin çok önemli hale geldiği anlaşılıyor. Kişisel sermaye kullanan 21 kadından 9 tanesi (%43) eşlerinin desteğini

vurgulamışlardır. Bir tanesi, bireysel emeklilik fonunu bozdurmuş, bir diğeri önceki işinden ayrılırken aldığı tazminatı sermaye olarak kullanmış, bir tanesi de çocuklarına doğumda takılan altınları bozdurarak işe ilk sermayesini koymuştur.

AG10: *Yani sadece çocukların çeyreğidir. Yani doğumlarında takılan takılardır... Gittim çeyrekleri bozdum, kadına parayı gönderdim, kadın bana ürünleri gönderdi. İnsanlara kargo çıkışı yaptım, ilk kargo çıkışımdı,*

AG12: *Yani, şöyle söyleyeyim benim tabi ki işten 10 yıl sonra ayrıldığımda aldığım bir tazminat vardı. O tazminatla ne yapmak istersin diye sordu eşim bana. Yani bilmem dedim, hani ne yapabilirim, işte ne yaparız, işte sonra girişimciliği bana sunduğunda dedim ben bu parayı riske edebilirim sonuçta gene bir iş için. O yüzden bana çok mantıklı geldi. Çok fazla düşünmedim üzerinde.*

AG13: *...ilk bu iş için oluşturduğum sermayeyi, ilk yurtdışında gönderdiğim çocuk kıyafetlerindeki para ile ilk sermayemi kurdum.*

AG20: *Şöyle bir küçük birikimle oldu, bir 10 yıllık hayat birikimim vardı, hayat sigortam, onu bozdurdum. Bir 4-5 bin lira paraydı yanlış hatırlamıyorsam, onunla başlamıştım. Sonra iş kendi kendine besledi aslında... Finansal destek, söylediğim gibi 10 yıllık bir emeklilik vardı, onu bozdurdum, onunla kurduğum bir şeydi aslında.*

AG17: *Finansal olarak evet eşimden almıştım. Aile bütçemiz. Tabi o benden daha düzenli bir işi olduğu için ve geliri olduğu için, ilk şirket kuruluş aşaması işte, kişilere ödeyeceğim paralar, malzeme giderlerim vs. onlar için bana destek vermişti.*

Öz sermaye kullanmadığını belirten bir anne girişimci ise, müşterinin desteği ile ilk işlerini yaptığını belirtmiştir.

AG9: *Finansal destek aldık. Hani bu konuda müşteriden finansal destek almasaydık hani onun maliyetlerini çözüp başlayamazdık işe... Şöyle ipleri satın almakta kendi finans gücünü kullandı. Yani müşteri üzerinde ipleri aldık... Bu noktada biz aslında biraz müşteri destekleri ile ilerledik. Yani müşterinin finans desteği sayesinde biraz ilerledik. Çünkü belli bir öz sermayemiz olmadığı için hani müşteri destekledi finansal olarak öyle devam ettik.*

Daha sonraki aşamalarda, işlerini büyütmek için finansal destek arayışına giren anne girişimci sayısı 9 (%41). 13 tanesi herhangi bir finansal destek arayışına girmeden, kendi kazandıkları ile işe devam etmiştir.

AG1: *Yok hiç öyle şeylere girmedim. Ufak ufak başladım. Yavaş yavaş büyüttüm. Çünkü zaten öbür türlü çok gereksiz büyük bir risk olur. İşte var öyle girişimci arkadaşlarım da var. Ama böyle hani yüksekte yere çarpıyorlar. Yavaş yavaş ilerletmek lazım*

AG2: *Yok aramadım. Zaten küçük küçük başladık. Yani böyle gücümüzün yettiği kadar ithal etmekle başladık. Şimdi üretirken de ilk üretimde gücümün yettiği kadar üretiyorum. Ama şimdi iş kendi kendine biraz döndürmeye başladı yani.*

Finansal destek arayan 9 anne girişimciden 4 tanesi bu arayışlarının olumsuz olduğunu, 4 tanesi olumlu, 1 tanesi de başvuru aşamasında olduğunu belirtmiştir.

Tablo 42

Finansal Destek Arayışı Oldu Mu?

Finansa Destek Arandı mı?	Anne Girişimci		Finansal Destek Arayışının Sonucu	Anne Girişimci	
	Sayısı	Yüzde		Sayısı	Yüzde
Hayır	13	59%			
Evet	9	41%	Olumlu	4	44%
			Olumsuz	4	44%
			Başvuru Aşaması	1	11%

Finansal destek arayışları olumsuz sonuçlanan anne girişimciler, bu olumsuzluğun nedeni olarak bankaların herhangi bir teminat almadan destek vermemelerine bağlamıştır.

AG3: *Çok istedim almayı. Çok şanslılıklar oldu bu süreçte. Yani mesela birisi bize yardım etmeye nihayet şey yaptı ve çok da makul bir fiyat istedi. Tam anlaşlık, olacaktı, adam kalp krizi geçirdi ve öldü. Öyle bir şok ki bu hani, onun üstüne tekrar birini bulmak kolay olmadı.*

AG6: *Ara ara oldu böyle düşüncelerimiz, mesela atıyorum bir melek yatırımcı almalı mıyız... gibi fikirler oldu. Ama sonuç olarak böyle bir iki başvurumuz oldu hani yani bunları yapmak için ama olumlu sonuçlanmadı. Biz de çok çok üzerine gitmedik.*

AG9: *Finansal destek arayışımız oldu ama şöyle ilk kredibilite sıkıntısı olduğu için bankalarda mesela hiçbir kredimiz olmuyor. Hani iş gücüne göre. Mesela ilk şirket açıldı bir sene herhangi bir kredilendirme alamıyordun.*

AG17: *Dediğim gibi bir bankaya mesela bir ara bir başvurmuşum bu üretim kısmında. Kendimiz acaba bazı işleri yapabilir miyiz, ufak tefek makineler alabilir miyiz diye baktığımızda, baktım ki hiçbir banka zaten sana KOBİ desteğini öyle, şey vermiyor yani, bir şeye dayalı olmadan vermiyor.*

Finansal destek arayışları olumlu sonuçlanan anne girişimcilerden bir tanesi KGF garantörlüğünde banka kredisinden bahsetmiş, bir tanesi KOSGEB'ten girişimcilik desteği kazandığı, bir diğeri ise tüketici kredileri ile işi finanse ettiğinden bahsetmiştir.

AG5: ... belirli bir seviyeye gelince de kadın girişimci kredisine başvurduğum, üretimhane vs. açabilmek için ve onda da bayağı bir uzun süre şey yaptı ama hani gerçekten tamamen banka kredisi ile kurulmuş bir iş oldu açıkçası. Devletin tabii ki desteği var çünkü o kredide KGF'nin garantörlüğü vardı. İşte Mayıs'ta bitecek o kredimiz de 5 senemiz dolacak.

AG13: KOSGEB'ten girişimcilik desteği kazandım, orada bir girişimcilik eğitimi veriliyorlar ama onu ben girişimcilik, yani size girişimcilik belgesi veriyorlar ... yani çok uzun ve çok zorlu bir süreç KOSGEB'ten destek almak çok zor, 30 bin lira veriyorlar ama gerçekten bunu almak çok zor. Ama hani, istikrarlıysanız, zaten o kurulun karşısına çıktığınızda artık o işi yaptığınızı görüyorsa kurul zaten size destek veriyor, ama o aşamaya gelene kadar 50 sayfalık bir iş planı gibi bir şey yapıyorsunuz.

AG15: Finansal konusunda açıkçası çalıştığım zaman, eğitimlerimizde sponsor desteği ile yürütüyoruz. Ama amacımız bizim girişimimiz olarak Türkiye'ye yayılmak. Türkiye'deki bütün kadınlara yayılmak. O yüzden finans desteğine çok ihtiyacımız var. Şu an onun çalışmalarını yapıyoruz. Çeşitli işte kurumlara destek almak için görüşmelerimiz devam ediyor. Olumlu görüşmelerimiz de var, daha sonuçlanmayan ama.

AG22: Sürekli bol bol kendi kredilerimizi çektik.

AG20: Var, evet KOSGEB planımı hazırlıyorum şu an. Onun 50bin liralık bir hibesi var. İki tane kuzenim de benim gibi girişimci kadınlar. Onlar aldılar destekleri. O beni çok heyecanlandırıyor tabii. Ben buraya ciddi para harcadım, onu almak istiyorum.

3.2.7.4. Anne Girişimciler Çevreleri Tarafından Desteklendi Mi?

Anne girişimciler bir işe başlarken en çok ihtiyaç duydukları destek, çevreleri tarafından manevi açıdan desteklenmeleri ve işlerini yürütebileceklerine dair çevrelerindeki insanların onlara güvenmesi ve bu yolda onları desteklemeleridir. Ailenin, arkadaşlarının, eşin desteği bu durumda çok önemli hale gelmektedir. Hemen hemen hepsi, bu manevi desteğe sahip olduklarını belirtmişlerdir. İki tanesi, ailelerinden gelen birkaç olumsuz yorumdan bahsetmiştir. Bu yorumlar genellikle, evlerine ve çocuklarına zaman ayıramayabilecekleri ya da yaptıkları ürünün ne işe yarayacağını tam olarak anlayamayacaklarından kaynaklı yorumlardır.

AG10: *Mesela bu hikayemde bana sadece babam destek oldu, kendi annem dahil inanmadı. Kendi kocam dahil inanmadı. Çok sıkıştığımda sadece babam finansal anlamda, kademeli, kademeli şey yaptı, destek gönderdi... Orda mesela bu işe girerken, çok fazla bilgisayar başındasın, e-ticaret yapıyorum anne, yani işim bu, yok yok biraz çocuklarına zaman ayır, olmuyor böyle bu iş, bu işler... e bankadayken de bilgisayar başındaydım, yok yok falan. Biraz acaba şey mi yapsaydın falan... gibi. Ne zaman annemden destek almaya başladım biliyor musun? Çok enteresandır yani o da. Bu iş ikinci senesi falan oldu. Sonra böyle hani etrafta yayıldı, şey oldu, ailem Mersin'de ya, birkaç kere şeye denk gelmiş, hani konu komşu gittiklerinde falan, işte çocuğun boynunda kolye satınca, ha benim kızım da bunlardan sattıyor... aaa benim kızım, Ay teyze, Türkiye'nin en büyük markası, çok kaliteli ürünler, falan filan. Öyle öyle konuşmaları duya duya a o zaman iyi bir şey yapıyorsun'a geldi. Bana değil, başkaları aracılığı ile bana inandığı için mesela orada yargılama gibi böyle bir şey.*

AG2: *Ay valla aile büyüklerinin yardımı hiç dokunmadı. Yani onların desteği dokunmadı üstüne bir de endişeleri ile üstüme yıkarak... "AG2 nasıl olacak" falan yani olacak... ben mesela hala şöyle derler. "Benim bu senin yaptığına hiç kafam basmıyor" merak etmeyin diyorum benim kafam basıyor. Yani önemli olan benim kafamın basması. Onların hiç desteğini alamadım. Hala da alamıyorum... Şeyi algılamıyorlar yani ... niçin ... bu bebek kangurusunu niçin yapıyorum. Onlar çünkü puset var zaten hani işte ten tene temas, bebekle annenin güvenli bağlanması falan filan gibi şeyle o tabi yani çok fazla bir şey ifade etmiyor.*

Aileleri tarafından desteklendiklerini belirten anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG21: *İşte, bir marketten aldığım bir dikiş makinesi ile, kız kardeşimin de motivasyonu ile, abla sen yaparsın, desteği ile giyinmiş kotlar ile çocuk önlükleri mutfak önlükleri yapmaya başladım... bir sıkıntı yaşadığımda bir arıza ile karşılaştığımda mutlaka şeye düştüğüm, umutsuzluğa düştüğüm zamanlar oldu, o zamanlarda da ailemden çok destek aldım, özellikle kız kardeşlerim ve annem.*

AG13: *Ama dediğim gibi eğer ki eşiniz veya aileniz size o desteği veriyorsa, maddi manevi o zaman hani o korku düşüyor aşağıya, ama olmasa, tek olsanız çok daha zor.*

AG1: *Manevi destek zaten ailemin kesinlikle o yani hani yadsınamaz bir şey... Aynen öyle ama annem babam işte kız kardeşim, eşim, ya yaparsın ne olacak hani olmasa da zarara da girsen biz senin arkadayız önemli değil, denemiş olursun içinde kalmaz gibi...*

AG17: *Onun haricinde de annemden destek çok gördüm. Eşimden de görüyorum.*

AG11: *En çok desteği annem ve eşim...*

AG16: *Yani, ilk olarak şey benim bu kadar yorulduğuma gerçekten üzülüyordu. Hani kapris anlamında değil ama geçekten çok yoruluyorsun bir de beni tanıdığı için, 'bir şey de böyle eksik kalıversin' dediği için sürekli. Ben de olmaz, kalmasın,*

tam olmalı dediğim için bu konuda biz sıkıntı yaşadık. Sen de artık her şeyin en güzelini istiyorsun ama olmuyor işte, zorlama dedi ama onun dışında çalışmama ... yani beni hep destekledi açıkçası. Hep arkamda durdu, maddi manevi.

AG20: *Evet onlar çok destek oldular. Babam özellikle çok destek oldu. O bir işçi emeklisi, yani kafa olarak hep şey düzen ve sistem adamıdır. O hep işin başından beri çok destek oldu bana. Fizikselde de gelip yani yaparken de çok yani, kutulama yaptı, çikolataları dondururken falan bir sürü şeyde o benim kadar şu an imalata hakim aslında. Annem de geri hizmette çok yardım etti. Mesela büyük bir iş alıyordum, yılbaşı öncesi büyük bir sipariş aldığımda, biz tabii yemek yapacak, evde sofrayı kurup kaldıracak zamanımız olmadığına, annem geliyordu. İşte o geri hizmet taraflarında annem çalışıyordu. Öyle yaptık işte bir şeyler.*

AG12: *Annem babam çok mutlular. Her zaman destekliyorlar...*

AG3: *Moral desteği çok var aileden, yani sen yapmak istediğin şeyi yap, kalbindeki işi yap, sen mutlu ol, önemli olan bu şeyi çok şükür var.*

AG19: *Annem destekliyor. Annem çok destekliyor yani, hiç şeyi yok. Dedem, annem, dayım hepsi çok destekliyorlar.*

AG5: *Ama annem ve babam için söylüyorum, şey diye düşündüler tabii ki ... olacak mı bak böyle, hani küçük küçük planlayarak, onları da böyle şey... onlardan da bir taraftan şey de almadım yani, para verin demeyince, onlardan sadece manevi destek, maddi değil, manevi isteyince de insanlar verdiler bunu yani.*

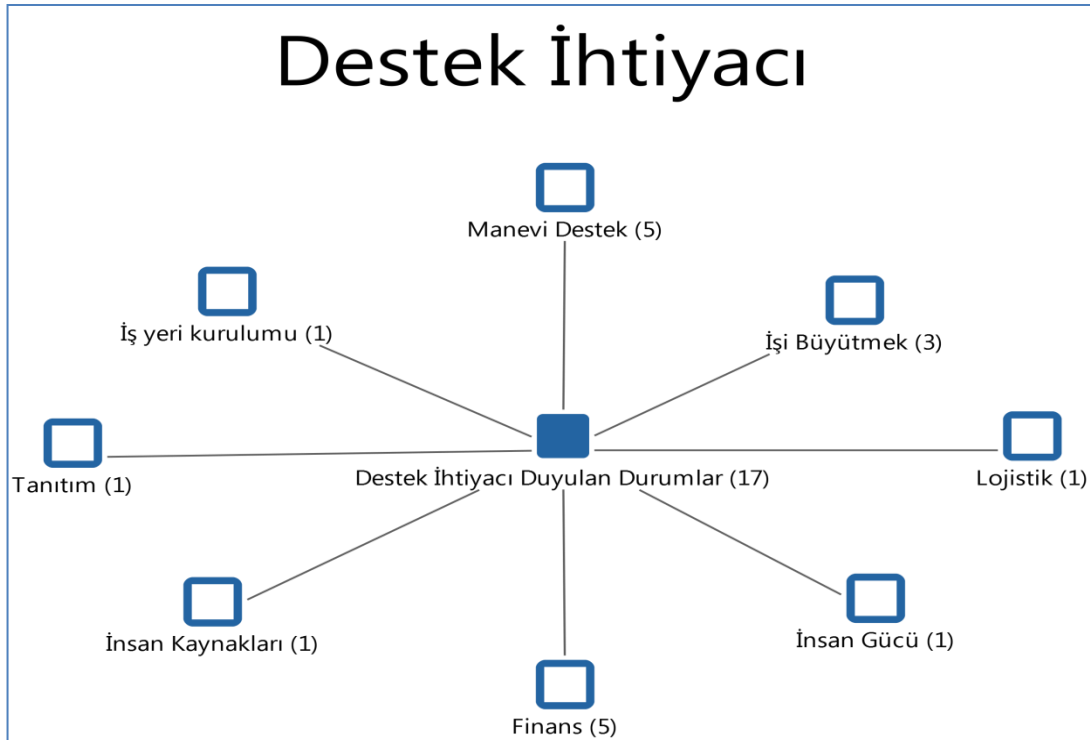
AG14: *Onlar Fransa'dalar. Onlar da sevindiler. Hani manevi olarak destek oldular. Tüyo vermek gerektiğinde fikir aldım.*

3.2.7.5. Anne Girişimcilerin Destek Duyduğu Durumlar

Anne girişimcilerin en çok hangi konularda desteğe ihtiyaç duydukları sorulduğunda, en çok finansman konusunda ve manevi açıdan desteklenmeğe ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Anne girişimcilerin belirttiği destek ihtiyaçları Şekil 19'da yer almaktadır.

Şekil 19

Anne Girişimcilerin Destek İhtiyacı Hissettiği Durumlar



Anne Girişimcilerin destek ihtiyaçları konusundaki söylemleri Tablo 43'te yer almaktadır:

Tablo 43

Anne Girişimcilerin Destek İhtiyaçları Konusunda Söylemleri

Destek İhtiyacı	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Finans	AG17	Finansal aşamadır ya...
	AG15	Finans, finans konusunda. Yoksa çalışmaksa hani şey olarak güç olarak sonuna kadar hazırız, sonuna kadar da çalışırız, yeter ki bize finansal destek verilsin çünkü sonuçta ben evden çalışıyorum, yaptığım işten para kazanıyorum. Eğer bu işten para kazanamazsam ben daha fazlasını yapamam.
	AG3	Çok istedim almayı. Çok şanslılıklar oldu bu süreçte. Yani mesela birisi bize yardım etmeye nihayet şey yaptı ve çok da makul bir fiyat istedi. Tam anlaşlık, olacaktı, adam kalp krizi geçirdi ve öldü. Öyle bir şok ki bu hani, onun üstüne tekrar birini bulmak kolay olmadı.
	AG9	Başında, yani en çok finans işte. Finans, para bulmak sıkıntıydı, O da müşteri ile çözdük yani o müşterilerimizin desteği ile çözünce zaten diğer kısımları da her firmada olan benzer sıkıntılar olduğu için hani onlar da zaten işin kendi işleyişi içinde alışık olduğumuz problemlerdi.
	AG5	Ekip ve finans diyebiliriz yani. İnsan kaynakları ve finans diyebiliriz.

Destek İhtiyacı	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Manevi Destek	AG22	İlk başlarda, kim varsa gerçekten bana inanmalarını istemiştim.
	AG16	Her aşaması desem. Her aşaması çünkü şey kadınları biliyorsunuz yani kadın olduğunu için, içgüdüsel bir çöküş yaşıyor bazı dönemlerde ya evet bu olmayacak ya, hayır artık çok sıkıldım, bunaldım... sonra bir şey oluyor, hayır ben bunu yapabilirim, evet ben bununla başladım devam etmeliyim gibi ama her süreçte dışarıdan en azından bir sarılma bile olsa ya da karşıdan bir sevdiğiniz arkadaşınız 'sen bunu da başarabilirsin, evet sıkıldın, üzüldün ama' bu aynalamak ya da empati kurmak
	AG21	Biraz önce söylediğim gibi, hani sıkıntılar, umutsuzluğa düştüğüm zamanlarda, desteğe ihtiyaç duydum. O da maddiden ziyade manevi, hani sen yaparsın, bu işin altından da kalkarsın, insan ne zorluklar yaşıyor gibisinden, motive ettiler ve beğendiler. Beğeni de şey, ilaç gibi
	AG11	Aslında her aşamasında manevi desteğe en çok ihtiyaç duyuluyor. Hani ilk başladıktan sonra, bizim iş için en azından kendi kendimize daha bir finanse edebiliyorsunuz ama hani manevi güç... biraz mesela iş olmadığında bir düşünüş olabilirse ailenin desteğine insan ihtiyaç duyuyor. Yaparsın, aslansın, kaplansın ...
	AG5	...sana şu yardım eder diye tanıştırmalar... ben sizi nasıl aldım götürdüm işte mesela bu arkadaşlar da var, bu arkadaşlar da var, o yardım edebilme isteği ile de alakalı. Kadınlar daha çok yapıyor sanki bunu.
İş Büyütmek	AG7	Büyütürken çok ihtiyaç oluyor. Kurarken bir şekilde siz o geçmiş backgroundunuzla zaten bir hesap yapıyorsunuz, işi planı yapıyorsunuz onu yürürlüğe koyuyorsunuz. Ama o bir noktaya kadar getiriyor sizi ama ondan sonra büyütürken gerçekten ihtiyaç oluyor. Birçok firmanın sorunu o zaten bence. O lifecycle dediğimiz bir markanın büyümesindeki döngüyü iyi ayarlamak gerekiyor... Bir şeye başvurduk, e-tohum var. E-tohum diye bir yer var. Böyle start-up businesslara yardımcı oluyorlar. Her yıl belli bir firmayı seçiyorlar. Bayağı bir firma ile görüşüp, azaltıyorlar. Bir kere ona başvurduk hani o kapsamda düşünürsek ama onun dışında bir yardım istemedik birinden.
	AG6	Evet, aslında şu an en çok desteğe ihtiyaç duyduğum an şu an. Daha çok büyümek istediğimiz noktada... çünkü yani kurması ve işi oturtması bana şahsen zor gelmedi diyeyim. Ama büyütmek en zor kısmıymış.
İnsan Gücü	AG13	Başlangıç, yani her anlamda yani hani bir sitedeki bir ürün 15 bine yakın ürünler var. O ürünler tek tek giriliyor. Onları girerken işte bilgisayar başında, kardeşim, eşi veya bilgisayar başında oturup onları yardım edebilecek herkes olabilir hani bu konuda sadece finansal olarak değil veya mağazayı düzenlemek lazım. Yani gidip günlerce e-bebek ve joker mağazalarını gezdik. Neyin yanına ne koymuşlar, neyi neyle dizmişler. Mağazaya girince hangi reyondan başlıyor, en arkada ne var gibi, çünkü bilmiyorsunuz. Gidip bakıyorsunuz, öğreniyorsunuz, gelip uyguluyorsunuz gibi gibi. O yüzden etrafınızdan sadece maddi destek değil onun haricinde işin yapılışı ile ilgili tek başına siz neye yetiştirebilirsiniz, ne yapabilirsiniz. İster istemez dışarıdan, eğer hani destek olacak kimse yoksa ne bileyim freelance çalışan kişilerden destek alabilirsiniz, stajyer alabilirsiniz gibi gibi. Destek her anlamda gerekiyor. Başlangıç noktasında sistemi oturtuktan sonra iş hacmine göre yanınıza çalışan alabilirsiniz veya kendiniz tek başına yapabiliyorsanız yapabilirsiniz.

Destek İhtiyacı	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Lojistik	AG12	Şimdi biz yeni yeni şey yapmaya başladık, dağıtımçıyı aradan çıkarıp kendimiz ürünlerimizi satmaya başladık. Çünkü dediğim, bahsettim sebeplerden dolayı, o bizi çok engelleyen bir şey olmaya başladı. Şimdi o tip bir şeydeyiz. Tabii burada sizin de tek başına olmamanız gerekiyor, belli bir desteğiniz, üretim aşamasından sonra işte lojistik anlamında desteğiniz olması gerekiyor. Burada sağ olsun matbaam bana destek olmayı kabul etti. Hatta teklif etti. Çünkü ben gerçekten yorulduğumu hissediyordum hatta dedim yani kapatalım biz. Artık yapmayalım üretim. Onlar da yapmayın, güzel gidiyor, ürünleriniz güzel satıyor, biz size destek oluruz, gittiği yere kadar. Biraz da böyle deneyelim. O şekilde yani, lojistik anlamda destek alıyorum matbaadan.
İş Yeri Kurulumu	AG20	İmalathaneyi kurarken. Çünkü orada fiziksel efor olarak birkaç insanın yardımcı gerekebiliyordu. İşte teknik işler, inşaat işleri, orada çok tabii bilgi ve deneyimim olmadığı için orada babam da eşim de oralarda, yakın arkadaşlarım sağ olsunlar onlar gelip işin başında durdular sağ olsun. Öyle olunca ben, çünkü eş zamanlı siparişlerim de oluyordu. Ben aynı anda evde sipariş hazırlayıp gelip burada işin başında, inşaatın başında duramıyordum. O dönemde evet ihtiyacım oldu.
Tanıtım	AG15	Çeşitli işte üst düzey kuruluşlara gidiyoruz bizlere destek versinler diye, Desteksiz olmayan bir iş.
İnsan Kaynakları	AG5	Ekip ve finans diyebiliriz yani. İnsan kaynakları ve finans diyebiliriz.

3.2.7.6. Kadın Girişimciler Arasındaki Dayanışma

Anne girişimciler ile yapılan görüşmeler sırasında birkaç ilginç nokta tespit edilmiştir. Anne girişimciler arasında birbirlerini destekleme olgusu gözlenmiştir. Annelik gibi ortak bir paydada buluştukları için ya da sadece yardım etme isteğinden kaynaklı olduğu için anne girişimcilerin birbirlerine yardım ettikleri gözlenmiştir; sektör aynı olsun ya da olmasın. AG2, işini kurma sürecinde en çok desteği rakip iki firma tarafından gördüğünü dile getirirken, AG10 ise anne girişimci olan başka bir arkadaşı tarafından desteklendiğini ifade etmiştir. AG20 de işini tanıtma aşamasında başka kadın girişimciler tarafından desteklendiğini belirtmiş, kendisi de başka girişimcilere referans olarak, kadınların birbirlerine yardımcı olduklarını ifade etmiştir.

AG2: *Benim rakiplerimin en çok bana faydası dokundu biliyor musunuz? Yani öyle harika bir sektördeyim herhalde... İki tane büyük rakibim var. İkisi de girişimci anne. İkisi de aynı. Yani biz 3 tane kadınız. 3 kadın girişimciyiz. İş kurarken sorduğum bütün sorulardan en doğru ve dürüst cevapları o ikisinden aldım. Ve en çok bana yardım eden onlar oldu. Valla yani kim şuraya başvur, şunu yap, hepsi bana bilmediğim kapıları bile açtılar yani.*

AG10: *Kadın kadının hem kuyusu mantığı vardır ya, bence kadın kadının değil de biz çok konuştuğumuz için öyle diyoruz bence birbirimize... Hani iş birliği kısmı önemli ama kadınlar hani o anne... hani annelik belki burada da devreye giriyor*

mudur bilmiyorum. Biz sürekli paylaşma ve yardım etme hissiyatı doğuyor, mesela ben anne olmazdan önce bu duygulara sahip değildim. Hani daha bireysel ve ben ben diyorsun, bildiğini biraz kendine saklıyorsun, anne olduktan sonra bildiğini de paylaşıyorsun... Şeyde de en son ne demiştim ben bu konuyu bir şeye bağlayacaktım... 21 tane kargo, bugün ortalama 15 liraya götürüyor kargolar standart indirimsiz, ne yapar 21, 315 lira. 315 lirayı ben nereden bulacağım, cebimde para yok zaten bir çeyrek günümüz parası ile 150 lira, 2 çeyreğim kalmamış yani gelen 5-6 taneydi. Bozmuşuz, etmişiz. Hülya var... Ben ona hep CEO'm derim. Hülya'yı aradım, dedim ki böyle böyle, zaten aynı mail grubundaydık, o da şey yapıyor, görüyor yani yazışmaları falan, denk geldikçe, Dedim bana kargo indirim kodunu verir misin, böylece 15 lira değil de 5 liraya gitmiş olacak kargolar. E tabi veririm dedi. Onun kodunu aldım... onun kodu sayesinde indirimli gönderdim.

AG20: *Beni şimdi özel bir şeylerde falan, bana mesela ücretsiz stand veriyorlar, işte bir tanıtım yapacakları zaman benim ürünüümü koyuyorlar, filan böyle çok pozitif bir destek var orada. Hani kadın kadının şeyidir derler ya aslında ben onun tam tersini yaşıyorum. Hani sağ olsunlar tüm girişimci arkadaşların hepsi çok destek, birbirimizi destekliyoruz daha doğrusu... Yani hani bana birisi sorduğunda makaron yapıyor musunuz dediğinde ben aslında makaron yapabiliyorum evet ama ben diyorum ki bu benim uzmanlığım değil, hani ben yapıyorum ama çok güvendiğim bir arkadaşım var, istiyorsanız sizi ona yönlendireyim diyorum. Ya da işte biz oda kokusu arıyoruz, kandil gibi bir şey arıyoruz, hediye vereceğiz diyorlar, benim bunu yapan bir arkadaşım var, sizi ona yönlendireyim diyorum. Mesela orada bir kadın dayanışması gibi oluyor aslında.*

AG10, kadın girişimcilerin başka kadın girişimcilere de ön ayak olduğunu, onlara yol göstererek başka kadınların de girişimci olmalarına vesile olduğunu, kadınların birbirlerine yardım ettiklerini, yol gösterdiklerini dile getirmiştir.

AG10: *Mesela hani kadın girişimci arkasından başka kadın girişimcileri de tetikliyor, çünkü benim Instagram'dan takip ediyorum bazen denk geliyor falan filan, bazıları da hani müşteriler de diyor biz de hani bayiniz olalım, şey yapalım. Benim, öyle söyleyeyim, Türkiye genelinde 18 bayim var. Bu bayilerimin yarısı benim eski müşterimdir. Çünkü aldı, memnun kaldı, bir şekilde kendi bebek mağazası var, şudur budur, biz de arkadaşım aldı falan, sonra biz alalım, biz satalım, biz de kazanalım falan, bu karını da paylaşıyorsun. Yani hep birlikte kazanalım diyorsun. Dolayısı ile ne o, iyilik küçük de olsa, herkes bir şeyi fark ediyor ve kadın girişimci, hani mesela Hülya çok şey yapıyor, Hülya bana kargo kodunu vermese belki ben bu işe belki cesaret edemezdim çünkü 15 lira benim için çok ciddi rakamdı. Sonrasında ben, hani şey diyorum el vermek gibi diyorum, Hülya bana yardım etti ya, ben de arkamdan böyle başka sektörlerde iş kuracaklara ben de onları cesaretlendirdim, ben de kendi kargomu verdim şey yaptım, falan filan gibi. Yardımlaşma da işin içine giriyor.*

3.2.7.7. Anne Girişimcilerin Girişim Öncesindeki Endişeleri

Anne girişimcilerin, girişimcilerini kurarken hangi konularda endişe duydukları ile ilgili sonuçlar birkaç alt gruba bölünmüştür. İki anne girişimci endişe duydukları bir durum olmadığını belirtmiştir. Geri kalan 20 anne girişimcinin endişeleri Tablo 44 ve Şekil 20’de gösterilmiştir.

Tablo 44

Anne Girişimcilerin Endişeleri

Endişeler	Sayı	Yüzde
Ailevi	2	%6
Çocuk ile ilgilenememe	2	%6
Ürün	2	%6
Kalite	2	%6
Müşteri	10	%29
Talep	5	%15
Müşteri Beğenisi	6	%18
Ekonomik	11	%32
Süreklilik	3	%9
Ülkenin ekonomik durumu	2	%6
Finansal	7	%21
Kişisel	7	%21
Başarısızlık	7	%21

*Birden fazla cevap

Anne girişimcilerin, belirttiği endişeler incelendiğinde en çok ekonomik nedenler ve müşteri ile ilgili endişeler belirtilmiştir. Bir sonraki sırada ise başarısız olma endişesi yatmaktadır. Anne Girişimci AG11’in belirttiği gibi bazı endişeler iç içe geçmektedir (Şekil 20). Ülkenin ekonomik koşulları nedeni ile müşteriden yeterince talep görememek bu endişelerden biridir.

AG11: *Tabi ki de endişe vardı. O endişe her zaman oluyor. Devamı olur mu hani bugün var ama yarın olur mu, işte ekonomideki herhangi bir dalgalanmada, bunlar çünkü nasıl diyeyim, ekstra harcamalar, insanların ilk kesebileceği şeyler. Onun için hep bunun bir endişesi oluyor tabi. İlk başladığında da bugün de var.*

Ekonomik kriz, finansal tablolar, işin devamı gibi endişelerini anne girişimciler aşağıdaki şekilde belirtmiştir:

AG20: *Endişem kriz, ekonomik kriz. Yani siz her şeyi iyi yapmanız bile, ülkenin kendi dinamikleri var. Yani dalgalanmalar kriz, ürün hammadem döviz olduğu için, döviz dalgalanmaları yine başka bir şey.*

AG3: *Her zaman için finansaldı endişelerim.*

AG5: *Finansal. İş artık 20 senelik mühendisim, onda bir şeyim yok. Ama o işte de yani hani üretebilmek artık bir parametre değil. Gelişen Teknoloji bu kadar dünyada, bunu pazarlayabilmek önemli. Akıllıca vergiyi yönetmek, akıllıca nakidi yönetmek önemli.*

AG7: *O bankadaki maaşı, konumu bırakıyorsunuz. Onunla eş değer hala kazanabilecek miyim endişe oluyor tabi. O vardı. Böyle bir endişe vardı.*

AG17: *Tabi yani, yeri geliyor 10 tane görüşmeye gidiyorsunuz, bir tanesinden alabiliyorsanız işi şanslısınız. Ama siz o 10 görüşmeye gidene kadar vakit harcıyorsunuz, İstanbul gibi bir şehirde yol parası harcıyorsunuz. Gidiyorsunuz, geliyorsunuz, gittiğiniz yerde yemek yiyorsunuz, yani 10 yere gittiğiniz zaman ciddi bir karşınıza nereden baksanız 500 TL'ye yakın masraf çıkıyor. Ama siz bu 10'un 10'unu da iş olarak alamayabilirsiniz. Bu orayı cebinizden harcıyor olabilirsiniz. Zaten hizmet ve organizasyonu hafifletmemin sebebi bu olmuştu. Çok fazla rekabet piyasası var. Ve dediğim gibi yani, 10 yere gidip vakit harcadığımda dönüp baktığımda kazancıma, bir tane alırsam ancak masrafım çıkıyor, cebime biraz para giriyor. Bir yandan devam eden aylık BAĞKUR vs. muhasebeci giderlerim var*

İki anne girişimci, girişimlerinin çocuklarına ayıracakları zamandan çalıp çalmayacağı konusunda endişelerini belirtmişlerdir.

AG16: *Endişelerim evet çok oldu, çok uzun çalışma saatlerim ve oğlumla ilgilenememe gibi bir kaygım oldu ... Çünkü onun vaktinden almak istemiyorum. Hep bu endişem. Başka da bir kaygım yoktu.*

AG18: *Tabi ki, başarısız olmak, acaba yapabilir miyim? Çocuklarla yürütebilir miyim vs.*

Madde olarak bakıldığında en çok belirtilen endişe, başarısız olmaktır. Girdikleri bu yeni yolda, anne girişimciler “acaba başarısız olur muyum” endişesini taşımışlardır.

AG5: *Çok, bayağı. Başarısız olma şeyi, korku. Hala var o başarısız olacağım, o yüzden o kadar çok eğitim o kadar çok işte işletme koçu, aman bir yerde yanlış yapmayayım.*

AG9: *Bu işi birebir yapabilir miyim bununla ilgili çok endişem vardı. Çünkü çok eksiklikleri var.*

AG21: İlk aşamalarda şöyle, şimdi çapımız çok küçük, durumunuz belirli ölçüde, hani bir makine alacaksın mesela ama ben bunu alıyorum ama yapabilir miyim?

AG2: Evet tabii yani iş tutar mı tutmaz mı? Acaba boşuna bir işe mi giriyorum. Acaba doktora devam etmeli miydim? Yılların emeğini mi harcıyorum?

Müşteri talepleri ve müşterinin yorum ve beğenileri ile ilgili endişeler de önemli yer kaplamaktadır.

AG6: Ben hep aynı şeyi söylüyorum hani bir şekilde üretiyorsunuz ama o bulamadığınız zaman o talebi o zaman sıkıntı oluyor hani... Yani satamamak bence hani bizim işimizi, bizim en çok düşündüğümüz satamamak fikriydi.

AG15: İlk olduğumu için ilginin ne olacağını bilemedim. Ondan dolayı çok endişeleniyordum. Acaba tutar mı bu fikir, ne kadar ilgi görür diye. Ondan dolayı endişem vardı.

AG18: İnsanlara mahcup olur muyum, sonuçta özel günlerini, özel anlarını teslim ediyorlar ve sonunda mahcup olmak var.

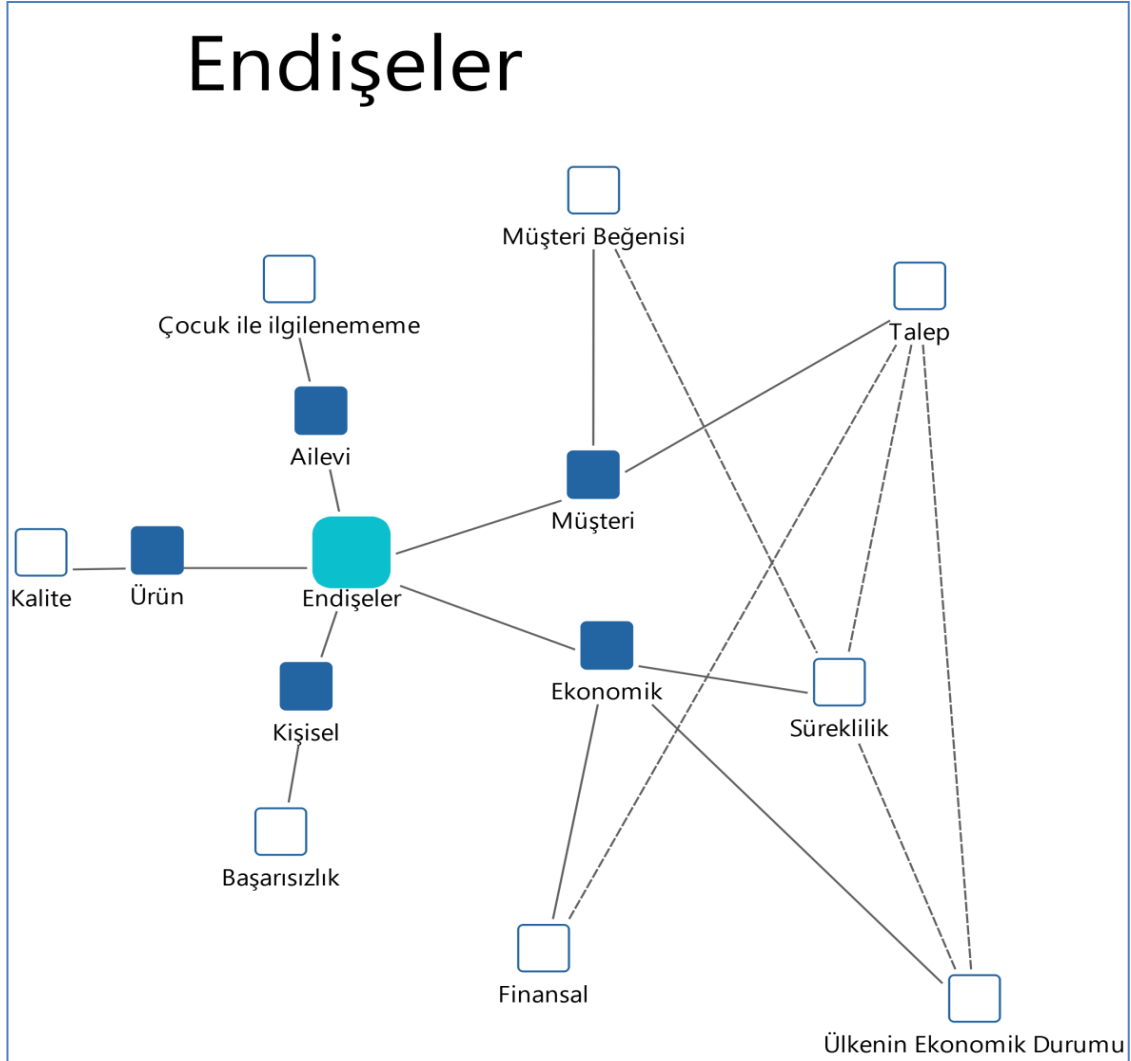
AG9: Aslında ben hep... finans vs. bunlar hep bir şekilde çözülür diye düşünürdüm. Tek sıkıntımız hani müşteri işin sonunda memnun kalıp devamlılığı olur mu, çünkü bu işte en önemli şey süreklilik... ilk korkutan şey bizi müşteri memnuniyetini sağlayamazsak ... Zaten bildiğimiz işti ama hani oluyor ya sonuçta birilerine emanet edip bir iş yapıyorsunuz ve aynı verimi alamayınca sıkıntı olur mu diye endişelendik. Ha tabii ki finans da endişe verici ama bu noktada müşteri zaten önden bize o güveni verdiği için ikinci aşama olarak daha çok biz onun memnun kalıp kalmayacağı endişesini hissettik aslında.

Ürünlerini dışarıda ürettiren anne girişimcilerde ürünlerinin kalitesi ile ilgili endişeler belirtilmiştir.

AG14: Endişelerim tabii ki vardı. İşin kalitesi daha çok. Kumaş seçimi hani... Korkum şey oldu, acaba üreticiler, çünkü benim, nasıl desem, benim..., benden bağımsız nasıl işçiliği yapacaklar, düzgün dikilecek mi, düzgün kesilecek mi,

Şekil 20

Anne Girişimcilerin Endişeleri



Çoğu anne girişimci endişelerinde haklı çıkmadıklarını belirtirken, bazıları da haklı çıktıklarını belirtmişlerdir. Başarısızlık korkusu olan anne girişimciler bu korkularının yersiz olduğunu görmüşlerdir. Ekonomik endişeleri, ürün kalitesi ile ilgili endişeleri olan anne girişimciler bu endişelerinde haklı çıktıklarını belirtmişlerdir.

AG20: Geçen sene çok yaşadım onu mesela, hani yıl içinde ürün fiyatı değişmedi, ben yılbaşı ürünleri için fiyat verdim her yere, hop Ekim'in sonunda dövizden dolayı fiyat değişti. Ben kendi marjımdan vermek zorunda kaldım. Kimseye dönüp de firmaya, kusura bakmayın, benim ürünüm şu kadardan şu kadara çıktı diyemedim. Maliyet arttı tabi.

AG14: Nitekim de çok sorunlar yaşadım. Yanlış kesildi, tekrar kumaş al, tekrar kestir. Yanlış dikildi, hoop sil baştan tekrar diktir, böyle sıkıntılar

AG13: Evet oldu. Yani hani dediğim gibi o işle ilgili bilmediğiniz o eksiklikler var ya, onları siz başta zaten fark edemiyorsunuz, bilmediğinizi bilmiyorsunuz, farkında değilsiniz, onları farkına varınca bu sefer diğer bilmediğiniz şeylerin size nasıl zarar verebileceği endişesi doğuyor. Ben şimdi bunları bilmiyorum, bilmediğim bir şeylerin içinden bana zarar verecek bir şey var mı, ya da bunu nasıl öğrenebilirim gibi. O endişeler oluyor. Farkındalık aslında korkutuyor.

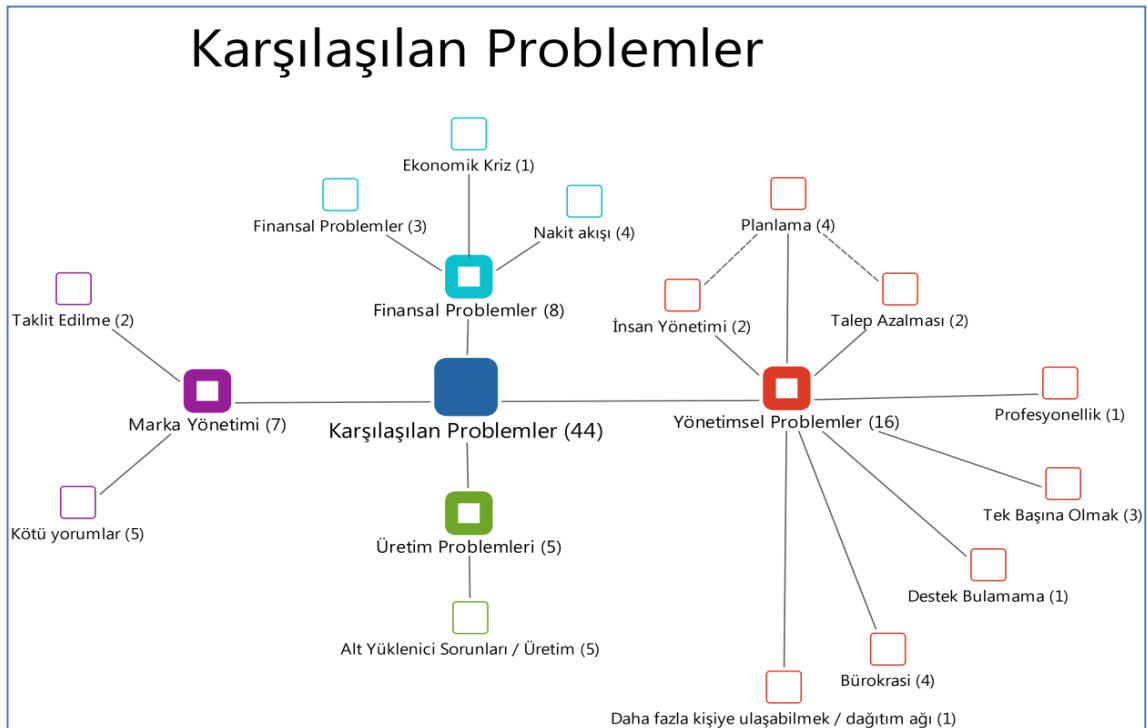
AG7: Bir kısmında haklı çıktık, evet yani hakikaten... ama bu bir tercihti. Yani şöyle diyeyim, evet ben hala bankadaki o maddi olanaklar üst üste koyduğunuzda daha farklı olabilirdi. Ama bu bir tercih yani bunu yaparken de o tercihle yaptık. O yüzden hiç pişman değilim ben. Yine olsa yine yaparım.

3.2.8. Anne Girişimcilerin Karşılaştıkları Problemler

Anne girişimciler ile yapılan görüşmelerde işlerini yürütürken karşılaştıkları problemlerin neler olduğu ve anne ya da kadın olmalarının bu problemlere bir etkisinin olup olmadığı soruları yöneltilmiştir. Görüşmeler neticesinde yapılan analiz sonucunda anne girişimcilerin belirttiği problemler dört grup altında sınıflandırılmıştır (Şekil 21).

Şekil 21

Anne Girişimcilerin Karşılaştığı Problemler



Kaynak: Çalışır, M. & Güney, S. (2020). Anne Girişimcilerin İş Kurma Motivasyonları ve Sorunları. Ergeneli, A. & Koyuncu-Lorasdağı, B. (Ed.), *Türkiye’de Sosyal Bilimlerde Güncel Tartışmalarda Kadın* içinde, s.403

Tablo 45

Anne Girişimcilerin Karşılaştığı Problemlerin Dağılımı

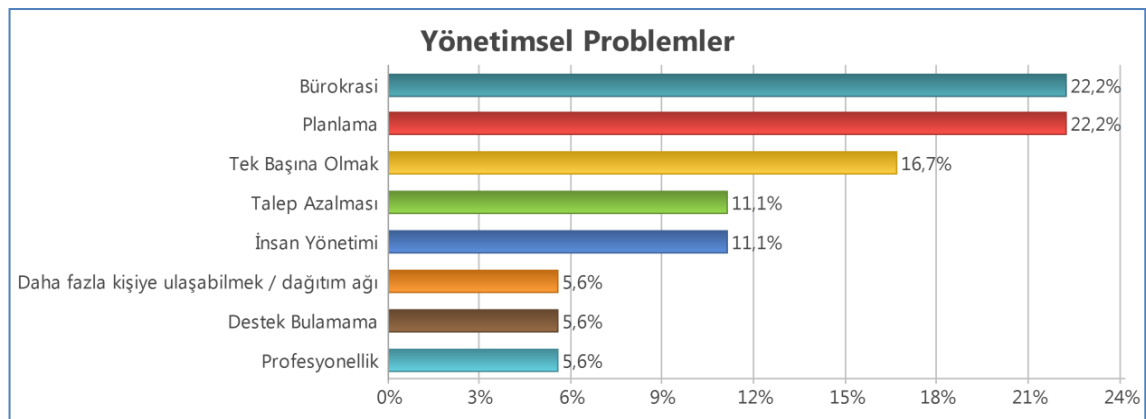
Problemler	Bölümler	Yüzde
Yönetimsel Problemler	34	45,95
Finansal Problemler	16	21,62
Marka Yönetimi	14	18,92
Üretim Problemleri	10	13,51
TOPLAM	74	100,00

3.2.8.1. Yönetimsel Problemler

“Yönetimsel Problemler”, karşılaşılan problemler arasında en büyük paya sahip olan grubu oluşturmaktadır. Bu grup altında, kadınlar işlerini yönetirken karşılaştıkları problemleri belirtmişlerdir. İşi yürütürken tek başına oldukları için her şeye yetişememelerinden, bazen fazla duygusal davranıp profesyonelliği kaybettiklerinden, iyi yetişmiş ve nitelikli eleman sıkıntısından, taleplerin iniş ve çıkışlarında dolayı işi tam olarak planlayamamaktan, daha fazla insana ulaşmak için dağıtım ağına ulaşmakta sıkıntı çektiklerinden bahsetmişlerdir.

Şekil 22

Yönetimsel Problemler



Planlama ile ilgili sıkıntılar, insan kaynağının yönetimi ve müşteri talepleri ile ilişkili çıkmıştır. İnsan yönetimi konusunda AG5'in söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG5: ... insan yönetimi de birazcık şey, insanları yönetmekte de... diyorum ya patronluk tarafı, maaşı hem veren hem de işten çıkartabilme yetkisine sahip olmak daha farklı bir konuma taşıyor mühendisten, ben de senin gibi maaşlı çalışan işte... bir patron yani bir şey diyemiyorsun yani. Tepeye böyle bir evil patron imgesi koyup, ya işte böyle idare edelim filan yapamıyorsun, öyle devam ettirmişim 15 sene boyunca ben. Ama şimdi oradaki evil patron ben olduğum için ve benim için de öyle çok davrandıkları için, onu olmamaya çalışarak ama bu sefer kötü niyetli şeylerle de karşılaştığım oldu. Birkaç hikâye oldu. Ama çok büyük bir zarar vermeden, maddi anlamda manevi anlamda tabii ki Allah kahretmesin dediğim insan oluyor ama maddi anlamda çok büyük zarar vermeden şey yaptık, onları öğrendik ve öğrenmeye devam ediyoruz yani, ekip iyi ama kesinlikle başıboş bırakılmaması lazım, kesinlikle motive edilmeleri gerekiyor.

Özellikle planlama konusunda sıkıntı yaşayan anne girişimci AG9'un söylemi aşağıdaki gibidir:

AG9: Evet, beklemediğimiz birçok problem oldu. Yani bir kere işin belirsizliği en büyük problemdi ilk başta. Çünkü bu beğeniye açık bir şey olduğu için hani beğenilmeyebiliyor, mesela bir efor sarf ediyorsunuz, bir koleksiyon yapıyor, ama o beğenilmeyebiliyor. Bu sıkıntı oluyor, hani geleceğini düşündüğünüz iş gelmiyor. Bu da tabii planlama yapmakta sıkıntı oluyordu... Ama tabii ki eleman sıkıntısı olabiliyor. Bir program yapacaksınız, bir sezon boyunca yanınızda birileri olmalı mı olmamalı mı, yani insanların fikirleri de değişken olabildiği için tabii tam bir ekip olmayınca planlama da doğru olamıyor. Planlama ve ekip doğru oturduğu zaman zaten bir şekilde sistem kendiliğinden işliyor. Yani o noktada sıkıntı olmuyor da. İlk etapta sıkıntı, her şeyin oturması bir süreç bir zaman o da çözüldü çok şükür şimdilik.

Daha önce örneğin gümrük mevzuatı gibi konularda bilgi sahibi olmadıkları için problemler yaşayan, devlet ile ilgili konularda gecikmeler yaşadıklarını belirten, destek istedikleri devlet kurumlarından bazen istedikleri desteği göremediklerini belirten anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG20: Beklemediğim, yani prosedürel oldu biraz. Devlet süreçleri biraz yavaş işliyor, belki OHAL'in etkisiyledir bilmiyorum, normal şartlarda daha hızlı alınan birçok belge ya da onay, şimdi birçok aşamadan geçtiği için biraz orada planladığımdan... uzadıği zamanlar oldu. Hani ben iki haftaya hallederim dediğim işler, iki ay sürdü falan. Evrak işlerinde biraz aksamalar oldu. Onun dışında çok şükür bir şey olmadı.

AG15: Yani çok belediyenin kapısını çaldık, evet birkaç belediye destek verdi ama yani ben, kendi fikrim açıkçası şöyle düşünüyorum. Hangi belediyeye gidersek

gidelim, kendi bölgesindeki kadınlara bizim de ulaşabilmemiz için onların bize yol açacağını düşündüm açıkçası. Ama, zaten biz bu işi yapıyoruz deyip önümüze kesen çok oldu.

AG10: *Yani sürpriz olan tek şey Türkiye’de daha önce kehribar dış kolyesi gelmediği için, bir arkadaş mesela bana çok sıkı tembihlemişti, çok iyi bir gümrükçü bulman lazım. Ama çıkabilecek sorunlar ne olduğunu bilmediğim için iyi gümrükçü kavramını, tanımını da yapamıyorsun. Kurulduk, mal geldi. Sonra yani DHL, TNT ve UPS birkaç şey daha var. Onlar aracılığı ile geliyor. Onlar, mal gümrüğe geldiğinde de kendi gümrük firmaları da var. Diyorlar ki bizle çekebilirsiniz malı. Şimdi o vakte kadar da ben gümrükçü bulmamıştım... Neyse, mal geldi. Formu tık tık doldurdular ettiler, bu mal ne dediler. Anlattık ettik. Bunlar, yani ülkeye girerken GETİP numarası denen numaralar var. Mesela orada, bankacılık, dış ticaret hani tüm okulları okumuş olmanın da faydası var artı, dedim ki bu GETİP numarası yanlış. Benim anlattığım, ürünün GETİP’i değil bu, başka bir şey. Yok yok olur olur falan filan... Sonra bunlar beyannameyi hazırladılar, gümrükten geçecek mal, sonra ülkeye girecek falan. Gümrük görevlileri, GETİP ile ürünün eşleşmediğini fark edince firmaya ceza yazdı... Yani ceza, o onun KDV’siydi, KDV’nin KDV’si ekleye ekleye gidiyor. Ben 1000 euroluk faturaya iki katı kadar da ceza parası vs. idi, neredeyse. Daha ilk mal satmadan, kafadan içerdeyiz yani.*

Tek başına oldukları için problemler yaşayan, işlerini yürütürken onlara yol gösterici biri olmasının eksikliğini yaşayan, bazen de duygusal yaklaşıp profesyonelliğini kaybettiği belirten anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG13: *Ya tek olunca, tabi kurumsal olmadığınız süre içerisinde belki de bu yani belli bir büyüklüğe ulaşmadığın süre içerisinde her şeyi siz yapmak zorundasınız.*

AG2: *Çünkü güvenebileceğim adam çok az olduğunu onu öğrendim. Etrafımda lafına güveneceğim, akıl danışabileceğim insanın olmadığını yani mentor burada önemli. Bir mentor aradım.*

AG10: *Şimdi bunun içinde en çok sıkıldığım nokta, marka büyüdükçe “ben annesiyim markanın”, bakışlarım objektif değil, korumalıyım, örnek veriyorum, müşteri ile konuşurken, ne o, sertifikanız var mı cümlesi beni 1, 1.5 sene önce acayip sinirlendiriyordu. Ne demek sertifikanız var mı, biz oluşturduk onu, benim çocuğum zaten, markanın adı çocuklarımın adı... Çocuklarımın adını vermişim zaten ne münasebet, sen ne diyorsun falan. Sonra uzaklaşıyorsun, orada hani sağ olsun o zaman çalışanım, şeyde dedi ki, hani bankada da çalışmışım ya, bankadaki call center gibi düşün dedi. Sen şimdi patron adına firma çalışanı olarak açtığında, şimdi kadın bu soruyu sorduğunda nasıl bir cevap vereceksin? Tıkır tıkır hani biz evet böyleyiz, derneğe üyeyiz falan filan, anlatacaksın kendini. Bunun kızmak nerde öfkelenmek nerde, şey nerde. Kadın şey değil ki, burada büyüdükçe farklı bakışlara ihtiyaç duyuyorum, çocuğu kreşe vermek gibi diyebilirsiniz işin özeti.*

3.2.8.2. Finansal Problemler

“Finansal Problemler” altında nakit akışı ile ilgili problemler ağırlık taşımaktadır (Şekil 23). Nakit akışı ile ilgili, anne girişimciler alacaklarını zamanında alamadıklarından, yaşadıkları tahsilat problemlerinden bahsetmişlerdir. Bir anne girişimci de ülkede PayPal sisteminin devre dışı bırakılması nedeni ile yurtdışına yaptığı satışları artık yapamadığından bahsetmiştir.

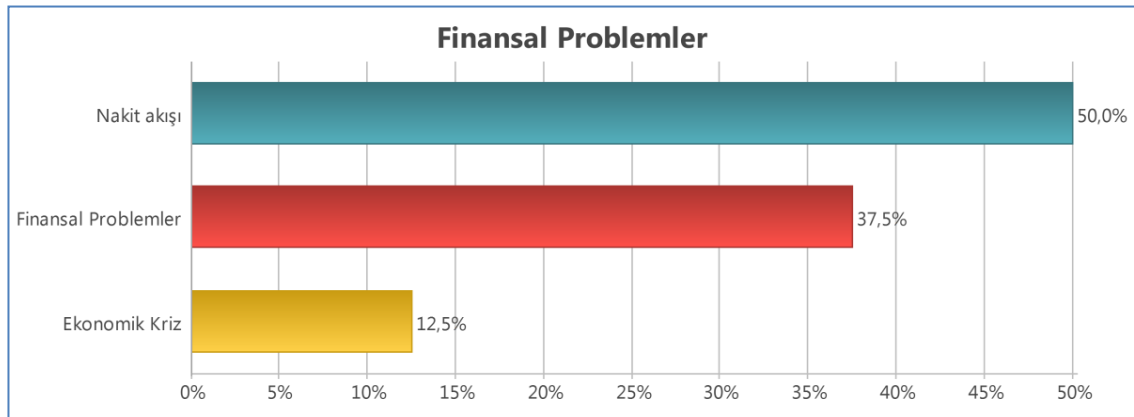
AG17: *E tabi, hizmet sektörü verirken mesela bir AVM, işi tamamlamama rağmen, 3 iş yapmama rağmen onlara, paramı ödemedi. Hala da ödemedi. Koskoca AVM'si olan insanlar, düşünün ki iki faturanızı ödemiyor yani çok nasıl kötü bir şey*

AG12: *Finansal anlamda mesela bir sözleşme yapıyorsunuz dağıtımçı ile; daha sonrasında dağıtım olayının o şekilde yürümediğini öğreniyorsunuz. Size verilen vadelerde ödeme yapılmıyor, size verilen sözlerde, sözleşmede yazsa bile ve tekel gibiler. Yani uyacaksınız ya kabul edeceksiniz. Ya yapmayacaksınız bu işi, başka size başka bir çıkar yol bırakmıyorlar yani 6 ay vadeden bahsederken 8-9 aylara kadar vadeler çıkıyor yani o zaman da siz finanse ediyorsunuz işi zaten. Hani zaten matbaaya da üretim için bir ödeme yapmanız gerekiyor. Orada bir evrak döndüremediğiniz sürece diyorsunuz ki ya bu işi yapmak ne kadar mantıklı. Hani sizin cebinize bir sene sonra ödeme giriyor. Yani bu şekilde.*

AG1: *Yurt dışına satış yapıyordum Amerika'ya, Kanada'ya falan gönderiyordum ama bu PayPal sistemi kaldırıldı. Yurtdışından işte hiçbir şekilde para alımı gönderimi ve transfer yapamıyoruz.*

Şekil 23

Finansal Problemler Dağılımı



Girişimcilik ile birçok mevzuata tabi olmaya başlayan anne girişimler, bu konularda karşılaştıkları eksikliklerini gidermeye çalışmışlardır. Bu konular arasında vergi sistemi, işin finansmanı gibi konular yer almaktadır. İşler büyüdükçe, işin finans kısmını yönetmek konusunda bocalamışlardır.

AG5: *İşin vergi tarafını hiç bilmiyordum. Finans tarafı ve vergi tarafı diyebiliriz sürpriz olanlar. Çünkü maaşlı bir çalışan olarak, siz kendi bütçenizi, elinize gelen maaş ve kendi harcadığınız filan feşman bununla ilgili yani, yoksa normalde maaşlı şimdiki kadar 2000, 3000 lira ile bunu handle etmeye alışık bir insan olarak, cirolar böyle 50lere, 100lere falan çıkınca ne oluyor, bunu nereye, nakit falan, bunu öğreniyorum işte. O yüzden sürpriz tarafı o, finans ve şey tarafı, çok mesela korka korka işte... 100 kilo irmik aldım, ondan yapacağım makarnayı üretebilecek miyim, kapasiteyi yavaş yavaş arttırmak filan, makinelerin alt yapısı olsa bile şeye korka korka o hammaddenin parasını ödeyebilir miyim acaba diye ... ufak ufak ufak ufak işte şeyler o zamanlar ilk başladığımda 1000 liralık 2000 liralık ödemeler rüyalarım girerken, nispeten korkuturken 300, 500, 1000, 1500 filan, şimdi daha çok 5000, 10000, 15000, 20000 lik ödemeler böyle şey yapıyor, level level artıyor. Bunun bir şeyi olması lazım. İşin büyümesi ile beraber kendine göre bir deneyim içinde onu öğrenmem vs. lazım.*

AG22: *Ne olabilir, en fazla finansal problemler olabilir.*

AG19: *Yani şöyle, Türkiye'deki ekonomik kriz çok etkiliyor. Yani böyle mesela kafamı çok daha farklı yerlerde hayal ederken farklı şekillerde de bulabiliyorsunuz yani. Özellikle biz çok etkileniyoruz, inşaat sektörü olarak açıkçası. Hem de hani bilmiyorum hani çok daha iyi şeyler şey yapıyorum, hedeflerim var ama bu biraz zaman alıyor merdivenleri çıkmak.*

3.2.8.3. Marka Yönetimi

“Marka Yönetimi” problem grubu altında iki temel başlık belirlenmiştir. Bunlardan biri müşterilerden gelen kötü yorumlar iken bir diğeri de rakipler tarafından taklit edilmektir.

Taklit edildiğini belirten iki anne girişimciden AG15, benzer işler yapacak insanların ortaya çıkmasının normal olduğunu ama sanki kendilerinin hiç var olmamış gibi lanse edilmesinin sorun yaratığını düşünmektedir. Ortak hareket halinde belki daha iyi şeyler başarabilecek iken, kadınların birbirine destek olması gerektiğini düşünürken, rakip görerek birbirlerinin önünü kesmenin kötü olduğunu düşünmektedir.

AG15: *Sürpriz olan problem aslında şöyle oldu. Dediğim gibi ben çok araştırdım bu fikri oluşturmadan önce. İltik biz. Ama bizden sonra sürekli oluşumlar başladı. Tabi ki olacak, aksini zaten inkâr etmiyorum. Ama bu olurken de sizin varlığınızı yok sayanları gördüğünüzde o zaman işte o sizi çok üzüyor. Yani sonuçta belki*

birlikte el ele verirsek daha büyük işler yapacağız ama öyle bir durum oluyor ki, siz yoksunuz, onlar zaten baştan beri vardı. Biz sonradan çıkmışız gibi çok şeyler yaşadık. Derler ya kadının en büyük düşmanı kadındır diye, onu öyle güzel deneyimlettiler ki bize bu süreç içerisinde şimdi biraz böyle adımlarımızı temkinli atıyoruz.

Anne girişimci AG16 da benzer bir problemden bahsederek, yaptığı ürünün birebir başkaları tarafından kullanılmak istenmesinin rahatsız edici olduğunu vurgulamıştır.

AG16: *Sayfalarımı birebir kullanmak isteyenler, özelden taciz edenler, nasıl yaptınız, nasıl yaptınız. Hadi bir video çekin... ben de aksine herkese yardımcı olmak istedim, gerçekten. Evet bunu böyle yaptım, bunu böyle yaptım diye tanıtıcı videolar çektim.*

İnsanlara hizmet sunarken, farklı farklı insanlar ile karşılaştıklarını, bazen olumsuz yorumlar ile karşılaştıklarını belirten anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG16: *Sadece canımı sıkan bazı yorumlar vardı. İşte taklitçi dediler, ki diyorum ya şu anda Türkiye 'de benim gibi kitap yapan gerçekten yok. Kumaş üzerine yok. Daha çok bir şeyleri öğretme çabasında. Renkler, sayılar, eşleştirme tarzında oldukları için o yüzden yok diyorum. Farkım da aslında bu. Ben hiçbir şekilde, hiçbir kitabımda eşleştirme, renk bulma. Sayıları öğretme gibi bir çaba içerisine girmedim.*

AG22: *İnsanların geri dönüşümünde bir bazı problemler yaşıyoruz ama firma olarak artık onu aşabildiğimizi düşünüyorum. Atlatıyoruz. Onun dışında çok büyük problemlerle karşılaşmadım.*

AG17: *Ve bir günde mesela karikatürist götürmüştüm oraya, çocukların karikatürünü çizdi vs. Kadın bizi gidip şikâyet etmiş danışmaya, çocuğumun karikatürünü kötü çizdiler diye. Çirkin çizmişiz. Çocuğumu çirkin çizdiler demiş. Bu karikatür dedik. Hayır çirkin çizdiniz dedi. Bizi şikâyet etti, böyle değişik şeyler de geliyor başımıza.*

AG21: *Şöyle, insanlarla çalışmanın zor olduğunu bildiğim için, insanlarla birebir ilişki içerisindeyiz. Bu tip zorlukları yaşıyorum herkes gibi. Hani, herkes gibi yaşıyorum ama ben bunu zaten göze almıştım. Karşınızda makine yok. Her insanın fikri başka, her insanın düşüncesi başka. O yüzden o tip sorunları göze alarak zaten bu işin içine girdim, çünkü ana malzemeniz insan.*

AG18: *Bazı insanların, mesela yaklaşımları benim için sürpriz oldu. Talep ederken tuhaf şeylerle karşılaşılabilir.*

3.2.8.4. Üretim Problemleri

Ürünlerini, özellikle kendisi değil de alt yüklenici kullanarak ürettiren anne girişimciler ürünleri ile ilgili karşılaştıkları problemlerden bahsetmişlerdir. Bu hatalı/yanlış ürünlerin maliyetlerini arttırdığını vurgulamışlardır. Üretim ile ilgili bir yerle anlaşp daha sonra o yerin işi yapmaması nedeni ile problemle karşılaştığını belirten anne girişimciler de mevcut.

AG14: *Tabi ki oldu. Ben biriyle anlaştım. Bir atölye ile anlaşmıştım. O atölye benim bildiğim atölyeydi, eski firmamdaki ürünleri o atölye dikiyordu ve hatta sorunsuz yani, çok iyi bir şekilde teslim ediyordu. O bana söz verdi, dikerim abla falan diye. Sonra zaman geçti, adet az olunca bunu da başka firma mal yığıdığı için benimle uğraşamadı. Kendine göre o da haklı ama sözünü tutmadı. O da ayrı bir konu. Derken ben, Osman Bey'e, çünkü kesim, kalıplar Osman Bey'de yapılıyordu. Onu ara, bunu ara, birini buldum, dikebilir diye. Anlaştık belli bir meblağa, bir 10 gün sabah akşam gittim yanına. Tam böyle işi böyle ufak ufak parçalarda fark etmedim hataları. Sonra eteği dikeceği anda, yani işçilikten kaçmak için kolay yoluna kaçtı, onu da gördüm ben, biraz atıştık, hemen eşimi aradım, gel dedim, ürünleri malları topluyoruz, çuval çuval kumaşları, elbiseleri, kurdeleleri hepsini arabaya yükledik, aldım onları oradan. Dolayısı ile adama belli bir kaparo da vermiştim. Baktım adam bu işi mahvedecek, aldım hemen, dedim iş büyümeden alayım, iki tane iş arkadaşım vardı. Onlarla konuştum. Biz hallederiz deyince, onlara evlerine verdim dikimi. O şekilde diktirdim, çok sıkıntılar yaşadım. Bayağı. Üretim aşamasında çok sıkıntılar yaşadım.*

AG12: *Tabi ki oldu. Sürprizler olmaz mı yani üretimde, bir kere girişimciliğin hamurunda var her türlü sürpriz. Üretim yapıyorsunuz, üretimin belli aksaklıkları var. Sizin müdahale edemediğiniz şeyler var. Mesela baskıya girerken rengin işte atıyorum sarı olarak siz ekranda görüyorsunuz baskıya giriyor yeşil çıkıyor. Ve orada sarı yazıyor. Onu hiç unutmuyorum ve kartta sarı yazıyor ama yeşil. Orada bir kartela varmış, o karteladan sizin başka bir sarı rengi seçmeniz gerekiyormuş ki baskıda sarı gözüksün falan. Tabi ki bunları hep tecrübe ede ede, ciddi şeyler yaşaya yaşaya öğreniyorsunuz.*

AG18: *Çünkü sonuçta direkt benim ürettiğim bir şey değil. Ben de bir hammadde sağlıyorum, dolayısı ile tedarikçilerin bana yansıttıkları zaman zaman gecikmeleri ben de yansıtabiliyorum. Mahcubiyet tabi ki oluyor.*

3.2.8.5. Kadın ya da Anne Olmanın Problemlere Etkisi

Anne girişimcilere, anneliğin ya da kadın olmanın karşılaştıkları problemleri etkileyip etkilemediği sorusu sorulmuştur. Anne girişimcilerin çoğunluğu kadın ya da anne olmalarının problemlere bir etki etmediğini ifade etmiştir. 22 anne girişimciden 13 tanesi

(%59) etkilemediğini ifade vermiştir. Anne girişimcilerin bu konudaki düşünceleri aşağıdaki gibidir:

AG6: *Yok yani ben açıkçası kendimi hiç kadın olarak o şekilde konumlandırmadığım için belki de yani benim bakış açımdan dolayı hani hiçbir şekilde aaa evet biz kadınız diye bu böyle oldu diye düşünmüyorum.*

AG8: *Hayır düşünmüyorum.*

AG11: *Yoo, hayır, çünkü çevremde hep genelde annelerle vs. ile çalıştığım için, herkes bu çevrede anlayışlı.*

AG14: *Yok, şu anda öyle bir şey olmadı. Hani, bir şeylerle, açıkçası öyle bir sıkıntı ile karşılaşmadım.*

AG16: *Yo olmadı, hep takdir gördüm gerçekten.*

Kadın ya da anne olmanın olumsuz bir duruma neden olmadığını, hatta bazı durumlarda pozitif ayrımcılığa neden olduğunu belirten anne girişimciler de mevcuttur. Bunu destekler ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG20: *Yok, kadınlıkla ilgili bir durum değildi çünkü. Prosedürel bir şeydi. Aksine kadın girişimci olduğum için ve hani annelikten sonra iş hayatına bu şekilde dönmeye karar vermiş biri olduğum için hep tedarikçilerimin desteğini gördüm. Yani ben hep bunu söylerim, işte kutucum, malzemecim falan hep şey dediler yani hani siz bu kadar hevesli ve isteklisiniz, biz elimizden geldiğince sizi destekleriz falan dediler. İşte ödeme vadelerini uzattılar, işte sormadılar falan. Yani öyle bir, ben bugün bunu hep söylüyorum, bugün bu noktaya geldiysem tedarikçilerimin de çok desteği vardır yani. Onların sayesinde. Onların da bana yaptıkları tabi kadın girişimci olduğum için pozitif ayrımcılık yine orda. Belki bir erkek olsaydı bu kadar yardımcı olmazlardı ama...*

AG22: *Bence problemle karşılaştığımı düşünmüyorum, daha önemsendiğimi hissediyorum. Daha sahip çıkıldığımı, ya atıyorum siz bunu sizin çocuğunuzdan çaldığınız zamanla hazırlıyorsunuz, el emeği olduğu için. Daha ön planda tuttu bence zorluklarla karşılaşmadım, daha sevdirdi.*

AG9: *Yani karşılaştığımız problemleri... bazı yerde avantaj aslında kadın olmak. Hani biraz daha erkek girişimciye göre üslubuna dikkat ediyor çoğu ara firmalar diyeyim. Yani bazı noktada da zor tabi. Bizim tekstilde gelende kadın girişimciye alışkın bir sektör değil. Yani tabi biraz yadırgıyorlar ama bizim ilk başladığımız noktada zaten 16 yıldır bulunduğumuz çevre çerçevesinde döndüğü için çok da zorlanmadım, yadırganmadım. Zaten hep bu işin çevresinde devam ettiğimiz için çok şey yapmadı, yani zorlanmadım.*

Anne girişimci AG5'in de ifadeleri benzer noktaları işaret etmenin yanı sıra, ifade ettiği bazı noktalar Çelebi vd.'nin (1993) girişimci kadınlar ile ilgili yaptıkları araştırmada elde

ettikleri bir sonucu destekler nitelikte. Araştırma hipotezlerinden biri, üç büyük kent dışındaki işkadınlarına, işlem çevrelerindeki birimlerin temsilcileri tarafından kadın oldukları için güçlük çıkarılacağıdır. Üç büyük kentte ise güçlük çıkarılmaması beklenmekteydi. Araştırma sonuçlarına göre hipotez doğrulanmamıştır çünkü üç büyük kentteki işkadınları kaynak ve hammadde sağlayanların kendilerine daha çok güçlük çıkardığını belirtirken, diğer kentlerdeki kadınlar ise daha olumlu davranışlar gördüklerini belirtmişlerdir (Çelebi vd., 1993: 123).

AG5: *Yo hayır, tam tersi, pozitif bir etkisi vardı. Çünkü o yani hani nasıl söyleyeyim, belki 10 sene önce olsaydı kesinlikle bir şeyle karşılaşırđım ama şu anda bir girişimcilik, ne diyorlar ona habitatu olduğu için bir ortam olduğu için ve bankalar da bununla ilgili çalışmalar vs. yaptıkları için kadın bankacılığı var, işte efendime söyleyeyim, ya bu artık şey oldu ne derler, Türkiye’de, taşrada bile, Kırklareli, İstanbul’dan çok sonra gelen şey, burada beni buldularsa ve şey yapalım, size yardım edelim diyorlarsa artık o sektör tarafından yani bankalar tarafından sindirilmiş. KOSGEB, İstanbul, Ankara’da olsam bu kadar belki ilgilenmezlerdi benimle. Taşrada olmamın bir avantajı var. Çünkü neredeyse bazen peşimden koşuyorlar bile diyebilirim yani, bilmem ne yarışması var, sizi çok uygun gördük biz, lütfen şuna bir imza atın falan kendileri geldikleri oluyor. Ya da eğitimlerde adımız geçiyormuş, hani yani parmakla gösteriliyoruz. İşte bunun için birkaç tane sebebi var. İstanbul’da olsak bu kadar parmakla gösterilmezdik filan ama o yüzden neredeyse şey değil yani köstek değil çoğunlukla destek oldu insanlar. Daha doğrusu kurumlar diyeyim. Köstek bölümü gene de çok batıda olduğum için de çok köstek görmedim esasında. Ama işte dükkânı tutarsın, dükkân ararken bir tane amca vardı inanamadı benim iş kuracağıma. Kardeşim diyor, kızım diyor orası ev değil, kiralayacağım amca diyorum, kiralayacağım. Ev değil kızım, tamam amca dükkân arıyorum diyorum ...ev değil... inanamadı yani benim bir iş kuracağıma. Yani bu tamamen şey insanların bilinçaltı ya da önyargıları ile ilgili... Kadın sınıflarıyla kadın çok örtüştüğü için işte, böyle kilolu bir ana modeli filan gibi. Yani orada önyargılarla çok çatışmadığından çok bir sorun olmadı. Hatta kurumlardan dediğim gibi çoğunlukla destek gördüm.*

AG5’in, şu ana kadar olan durumda kadın olmanın problemlere etki etmediğini ifade etse de şirket büyüdükçe bazı sorunlarla karşılaşabileceğinin altını çizmiştir. Şirket büyüdükçe, başkaları tarafından ilgi çekebileceğini ve kadınlar için çizilmiş, görünmez sınırları aştığında problemler yaşayabileceğini belirtmiştir:

AG5: *Ama bundan sonrasında, büyümeye başladıkça erkeklerden özellikle onların izin verdiği, izin verdiği kar ve başarı limitinin üzerine çıkmaya başladıkça kem gözlerle bakacaklarını düşünüyorum açıkçası çünkü bunun sinyallerini almaya başladım. Bilmiyorum soruya bir anlamı olur mu ama...*

22 anne girişimciden 9 tanesi (%41) anneliğin ya da kadın olmanın yaşadıkları problemleri etkilediğini ifade etmiştir. Bu anne girişimcilerden 5 tanesi problemlerin annelikten kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Özellikle çocuk ile ilgili ana sorumluluğun anne üzerinde olmasından kaynaklı doğan, işi planlama problemleri yaşayabildiklerini ifade etmişlerdir.

AG1: *Şey anne olduğum için maalesef işimi aksattıyorum bazen. Kendime de kızmıyor değilim. İşte mesela oğlum hasta olduğunda bakacak kimse olmadığı için okula gönderemiyorum ben bakıyorum ama sonra kendimi şöyle telkin ediyorum. Sen bu işi zaten bu yüzden yaptın. Oğlunla vakit geçirebilmek için şu anda hasta sana ihtiyacı var, iki gün gidemeyeceksin. Tamam, hani önemli bir işin de yok, randevun da yok tamam deyip, kendi kendimi böyle teselli ediyorum.*

AG3: *Anne olmamım tabi ki ilgisi var. Yine kadın olmamım ne kadar ilgisi var bilmiyorum açıkçası.*

AG13: *Girişimci olarak mı? Yani şimdi anne olduğunuz için girişimci de olsanız, kendi işiniz de olsa gene çocuklarınızla ilgili sorumluluk sizde. Mesela sabah evden biz üçümüz çıkıyoruz. Ben onları okula bırakıyorum, buraya geliyorum. Mesela buraya geldim, çok önemli bir işim var veya toplantım var, okul beni arıyor çocuğunuz düştü gelip alın. Şimdi benim bırakıp gitmem gerekiyor. Ekstradan bir kişi yok. Ha dedesi buralardaysa dedesinden rica ediyorum, yoksa gitmek zorundayım, hani annelik sizi işinizle ilgili, mesela eşim ben Çin'e fuara gidiyorum 15 günlüğüne deyip gidebilir. Yani ben Almanya'ya 3 gün fuara gideceğim, o 3 günü hani çocukları kim alıp götürecektir, işte baba sen unutma, oradan bile arayıp gittin mi, çocukları okulda unutma şeklinde veya organize edip ayarlamamız gerekiyor. Öyle ay ben Çin'e gidiyorum 15 gün yokum, yapamıyorsunuz, o yüzden hani negatif etkisi hani çocuklarınızla ilgili şeyler sizde olduğundan dolayı atıyorum hasta oldu, doktora götüreceksiniz, işinizi ona göre organize ediyorsunuz. Gene işinizi çocuğunuza göre organize ediyorsunuz aslında yani ben işte 16:40'ta buradan çıkıp onları alıp eve bırakıyorum ya da anneme bırakıyorum, sonra tekrar buraya geliyorum... E bu sefer siz gününüzün orta bir saatinde ister istemez onlarla ilgili vakit ayırmak zorundasınız. Bunlar gene sizde. Mesela babaları gene yok. O mesela hep işte, hep işte. E siz de çalışıyorsunuz, ya aradaki hani farklılıklar bunlar.*

AG15: *Kadın olduğum için bir de anne olunca şöyle de dezavantajı var. Mesela bazı eğitimler var katılmak istiyorsunuz, ya da görüşmeler oluyor sizi çağırıyorlar, işte saatleri uymuyor mesela size. Erkek olsa, eğitimini alır, görüşmesini yapar, ama evdeki ortamı ayarlamak, geç saatteyse bu görüşme, dönüşünü işte ulaşımı... bu sıkıntılar tabi ki yaşıyor. Bazı şeyleri öteleyebiliyorsunuz ö yüzden.*

AG21: *Evet, yani şöyle, erkekler altlarında araba, maddi imkânları da kendine, herkesin kendine göre bir maddi imkânı da var, şimdi ben bir malzeme almaya giderken önce çocukları düşünmek zorundayım, işte birisi sabahçı, birisi öğlenci, okula gidip geliyor falan. Önce onun bir planını yapmam gerekiyor, hangi saatte gitmeliyim, onu buraya nasıl getirebilirim, bir makineyi bir yerden nasıl*

getirebilirim, bir dolabı bir yerden nasıl getirebilirim, ama hani erkek olsam, ya da anne olmasam, böyle gideceğim saat, geleceğim saat kimseyi ilgilendirmiyor olsa tabi ki daha rahat hareket ederim. Yani sıkıntı yaşadığım noktalar onlar. Bir yere gitmek için önce kafamda bir şeyleri ayarlama, çocukların durumunu ayarlaman gerekiyor. Onların okulda olduğu saatleri ayarlaman gerekiyor. İşte malzeme getirirken, makine getirirken, önce eşinle ya da onu getirecek kişi ile görüşmen gerekiyor, Sıkıntılı noktalar oralar.

Anne Girişimci AG17, annelikten ziyade kadın olmanın problemleri arttırdığını belirtmiştir. Kadın ile erkek bir iş kurduğunda, çevre tarafından farklı algılandıklarını, kadının daha az ciddiye alındığını, erkeklerin verdiği güven duygusunun, kadınlar tarafından sağlanamadığını ifade etmiştir. Anneliğin kişisel bir şey olduğunu, doğru planlama ile oluşabilecek problemlerin aşılabileceğini, ama erkeklerin kadına bakış açısı nedeni ile rahatsızlık verici durumların ortaya çıkabildiğini ifade etmiştir.

AG17: *Bence yani bunu bir orana vurursam, evet kadın olduğunuz için işinizi daha özenli yapacağımıza inanan insanlar da çıkıyor ama kadın olduğunuz için çocuklarınız var, aman bu kadın bu işi yetiştiremez, bunu bu hobi gibi yapıyor, iş gibi yapmıyor zaten diye gören büyük bir çoğunluk da var. Erkeklerin ben bu işi yapıyorum diye ortaya çıktığında, bir ofis kurduğunda, sağladığı güven ile kadının sağladığı güven eşit değil bence. Erkeklerle daha fazla, hani bu adam iş yapıyor diye bakıyorlar, kadınsa ise sanki hobi yapıyor diye bakıyorlar... Anne olmanın bir problemlere arttırdığını düşünmüyorum. Yani sizin kendi içinizde zamanı doğru yönetememe, işte çocukların bakımı ile ilgili sıkıntıları olabilir. Hani bu sizin kendi içinizde problem kısmı. Dışarıdaki işveren ile ilgili kısmı ise, kadın olunca belki bazen birkaç densiz çıkmış olabilir. Yani çirkin şekilde davranan. Benim çok çok başıma gelmedi ama bazen hissettiğim oldu, ister istemez böyle acayip gereksiz densiz hareketler hissettiğim olmuştur. Tabi karşısında bir erkek olsa, onu yapamayacağına göre sadece sen kadınsın ve oraya giriyorsun diye öyle ilginç bakış açıları da bulunan erkekler var maalesef. Ya bunun eğitimler alakası yok ama. Eğitimlisi de bunu yapıyor, eğitimsizi de bunu yapıyor yani. Ben bunun eğitimle alakası olduğunu düşünmüyorum. Tamamen karakterle ilgili.*

Anne girişimcilerden AG2, AG10 ve AG15, kadın olmanın bazen problemlere neden olabileceğini, bunun tamamen karşıdaki kişinin düşünce yapısından kaynaklı olduğunu ifade etmişlerdir. Kadınlara karşı iş konusunda olumsuz yaklaşan, ciddiye almayan kişilerin onları yıldırmadığını, aksine işlerine daha çok sarsılmalarına neden olduğunu da altını çizmişlerdir.

AG15: *Kadın olduğumuz için değil ama... ya da şöyle diyeyim, kadına verilen değeri kim nasıl veriyorsa öyle dönüş alıyoruz aslında. Yani kadını ekonomide görmek istiyorlarsa, destekliyorsa, ama kadın evinde otursun diyorlarsa kadını evinde oturtuyorlar.*

AG2: *Evet, Aynen tamamen bununla ilgili yaşadım. Yani ben... hem kadın bu arada evet yani kadın olmasaydım ya da anne olmasaydım karşılaşmayacağımı düşündüğüm birçok problem. Bu işte karşıdaki herhangi bir kişinin sizi ciddiye alması bile olabilir. Yani gidiyorum bir gümrük firması ile görüşüyorum. Gümrük müşavirliği anlaşması yapmak için, adamlara gidip kadın olarak gittiğiniz zaman aldığım fiyat ayrı, eşimin aldığı fiyat bile ayrı. Yani aynı firmadan. Bu bile insanı böyle bir yerde zorluyor ama... yılmıyoruz yani*

AG10: *Yani şey yapınca biraz hani, vardır ya ha ha ha formatı. Evet, ama bunu şey yaşarken, yani muhatabı bulunduğunuz erkek olan kişilerle görüşürken yaşıyorsunuz. Kadının anne ya da anne olmaması önem taşıyor. Yani hemcinsinizle böyle bir şey yapmıyorsunuz... kadın kadınla birbiriyle empati kurma yetisine sahip. Erkek güler ha ha ha yaptı. O zaman da şeyde, nedir o, duyguların gidişini farklılaştırıyorsunuz, hani hırslanıyorsun ya, hırs bende, yani öyle kodladım ya ağrına gidecek kenara çekileceksin ya kendini hırslandıracaksın ileri gideceksin. Hırslandırıp ileriye gitme olarak kullandım ben bu bakışları. Çünkü tüm bu süreçte, işte hani bir kolye değil, kolyenin kutusunu yaptırıyorsun, kartlarını yaptırıyorsun, çantasını yaptırıyorum, bunları yaptırıyorum falan filan, hani ürünü paket halinde çıkarıyorsun falan filan. O sektörün de %, hatta %100 erkek. Yani bir fikri şey yapıyorsun, aaa olmaz... ya kardeşim ben yaptırıyorum, sen şimdi aaaaa, ay aynen. Bir kör saltukla 3 maymunu oynayarak geçiriyorsunuz süreci. Hazmı zor ama o hazımsızlığı da hırs olarak yorumladığında... biraz öyle gelişti. Öyle söyleyeyim.*

3.2.9. Anne Girişimcilerin Hedefleri ve Gelecek Planları

3.2.9.1. Anne Girişimcilerin Hedeflerine Ulaşma Durumu

Anne girişimcilerin, girişimleri öncesinde kendilerine koydukları hedefler ve amaçlara ne kadar ulaştıkları sorusu sorulduğunda farklı cevaplar ve durumlar tespit edilmiştir. Kendilerine koydukları hedeflere ulaşmış ve ulaşmadıkları ile ilgili cevapları Tablo 46'da verilmiştir.

Tablo 46

Anne Girişimcilerin Hedeflerine Ulaşma Durumu

Hedeflerine Ulaşma Durumu	AG Sayısı	Yüzde
Hedeflerine Henüz Ulaşmadı	6	27,3%
Hedeflerine Ulaştı	3	13,6%
Beklediğinden Daha İyi Durumda	5	22,7%
Hedefleri Farklılaştı / Yenilendi	8	36,4%
TOPLAM	22	100%

Anne girişimcilerin çoğunluğu, hedeflerine ulaştıklarını ve hedeflerine ulaştıktan sonra kendilerine yeni hedefler koyduklarını, hedeflerini farklılaştırdıklarını ifade etmişlerdir. Yapabildiklerini görünce, başardıklarını fark edince, kendilerine koydukları hedeflere beklediklerinden daha önce ulaşıncaya, yeni yeni hedefler koymaya, daha farklı ve büyük düşünmeye başlamışlardır. AG5 ve AG2'nin söylemleri buna örnek verilebilir.

AG5: *Ulaştım ve geçtim ama bu işte dönüşüm ve devinim, ayakta kalmak için devam edebilmek için oldum diye bir şey yokmuş. Buralara gelebileceğimizi bile tahmin etmiyordum ama gelebileceğimizi gördükten sonra bu sefer farklı bir vizyon oluştu. Ve farklı şeyler yapma isteği, yani o girişimci kafadan, girişimci kafadan çıktım demeyeyim de nasıl desem başlangıç kafasında çıktım. O başlangıçtaki vizyon çünkü değişti. Yani aman satayım, aman kredimi ödeyeyim derken şimdi neden bunu da yapmayayım. Tabi bu yine girişimci aurasının, habitatının da özelliği. Dünya artık senin bakışı var insanlarda. Neden yapamayasın, neden yapmayayım, bunu yaptın, bir daha neden başaramayasın, yani o yüzden aklımızda başka internet sitesi, başka iş fikri, yavaş yavaş neden olmasın diye belki daha sağlam adımlarla olacak. Çünkü burada artık belirli bir tecrübem var. Oradaki hataları yapmadan, tekrar etmeden güzelce şey yapılabilir, yapılabilir yani. Ekstra bir şeyler yapılabilir.*

AG2: *Hedeflerimi çok güzel koymuşum. Daha hızlı gerçekleştirdiler. Daha kendime inanmam gerektiğini anladım. Yani iki senede bunu anladım. Aslında çok daha fazla şeyi çok daha hızlı bir şekilde yapabiliyormuşum. Daha gerçekçi planlar kurabilmişim... Beklediğimden çok daha önce ulaştım. Evet ve daha ileriye geldim. Daha sonrasını planlamam lazım. Şimdiden.*

AG13: *Bir kısmına evet, bir kısmına evet yani hani farklılaştı çünkü mağaza benim hiç aklımda olan bir şey değildi. Ama o oldu, şu an olduğu için evet mutluyum, amaçlarıma bir yenisi daha eklendi ne bileyim bir sürü mağazam olması gibi.*

AG14: *Bu benim için ilk adım oldu. Yani bu benim için basamak oldu bu iş. Para kazanmaktan ziyade, Demsa grubunda Harvey Nichols ve Galerie Lafayette ürünlerimin sergilenmesi, benim için bir reklam, hem biraz para kazandım, reklam hem de basamak oldu. Bunun sayesinde başka şeyler planlıyorum.*

AG16: *Yani şöyle, ilk başlangıçtaki BEN ile şu andaki BEN çok çok farklı. Çünkü oğlum büyüdükçe, benim de büyüyüp, bakış açım daha da genişliyor ve daha şey yapıyor... İş konusunda da böyle. İlk günkü BEN ile şu anki BEN'in arasında hedefleri de farklı, amaçları da farklı, yani ben bu işe gerçekten yani evet ben bunu yapabilirim ama kendimi daha da geliştirmeliyim açısından girdim. Bir ayda bir kitabı ancak bitirebilmişim. Şu anda mesela ayda 3 kitap diyorum. Bu benim bir hedefimdi ama aslında 5 kitap olmalı. Şu andaki hedefim de bu. Yani katlanarak, katlanarak acaba neyi nereden yapabilirim, şurada bir cihaz varmış, acaba baksam mı, yani hedeflerim de amaçlarımda gün geçtikçe benim gibi büyüyor. Bu açık bir gerçek.*

Amacı ve hedefleri farklılaşan anne girişimcilerden AG17, ise girişimci olduğu servis sektörünü terk etmeden üretim alanında da girişimde bulunarak hedeflerini farklılaştırmıştır.

AG17: *Farklılaştı tabi, ilk başladığımda o hizmet sektöründe devam ederim orada iyi bir ajans olurum diye hayal ediyordum. Ama gördüm ki o rekabet piyasasında benim baş edebileceğim çapın çok büyüğünde bir piyasa var orada... Üretime başladığımdan beri de geçen Ağustos'tan beri çok ağırlık verdim. Üretimden çok memnunum, çok çalışıyorum, çok çabalıyorum ama Türkiye'de çok fazla olmayan bir şeyi bulup ürettim ben şu anda. Ve üzerinde de çok çalıştım yani çok profesyonel görünen ürünler hazırlıyorum. Dolayısı ile oradaki şey beni kazanç olarak da mutlu ediyor, maneviyatta da mutlu ediyor. Verdiğim emeğin karşılığını üretim kısmında daha iyi alıyorum. Hizmet sektöründe, hizmeti satarak o aynı başarıyı yakalayamadım ben.*

Üç anne girişimci hedeflerine ulaştıklarını belirtmiş, oldukları durumdan memnun olduklarını belirterek, farklılaşma ya da hedeflerini yenileme ihtiyacını belirtmemişlerdir.

AG20: *Aslında çok planladığım yerdeyim aslında. Çok da uzun vadeli yapmıyorum tabi Türkiye gerçeğinde çok uzun vadeli plan yapmamayı öğrendim. Ama kesinlikle plan yapmak gerektiğini biliyorum. Önümü görmediğim hiçbir riske girmiyorum. Girdiğim riskler varlıklarımın ötesine geçmesini asla istemiyorum.*

AG11: *Ulaştım, en büyük amacım işte çocuğumla daha fazla vakit geçirebilmektir. Evet onu gerçekleştirebildim. Eve daha fazla vakit ayırabilmektir, sonuçta hani evde olduğum için bazı şeylerin kontrolü, annemle ilgilenebiliyorum, hani hem işte oğlumla vakit geçirebiliyorum. Onu okula götür ya da dersine bakabiliyorum. Okulunda herhangi bir etkinlik olduğunda hani rahatlıkla gidebiliyorum, benim en büyük isteğim buydu çünkü dışarıda çalıştığınız zaman izin almak çok büyük sıkıntı. Bu açıdan hani isteklerim doğrultusunda gidiyorum.*

Beş anne girişimci başlangıçta hayal ettiklerinden ve planladıklarından daha iyi bir durumda olduklarını ifade etmişlerdir.

AG1: *Şöyle baştan hani bu kadar olumlu tepki alacağımı çevremden hiç beklemiyordum. Ne müşterilerden olsun ne beğenen insanlardan olsun. Ve şu an öyle bir noktaya geldim ki tam böyle yurt dışına açılma noktasındayız şu an. Yani mesela bu nokta hiç benim hayalimde olmayan evet aklımda olmayan bir şeydi. Ya diyorum şimdi mesela gerçekten böyle bir şey oluyor mu olacak mı inanmıyorum. Ama başlarken hiç öyle bir düşüncem yoktu. Şuraya ilerlerim, şöyle bakalım, hep böyle biraz rahat bıraktım. Rahat bir insan olduğum için rahat bıraktım. Olduğu kadar, olmadığı kadar diye bir laf vardır, hakikaten öyle. Bazen de bir şeyleri zorlamamak lazım, olmuyorsa da üzülmemek lazım.*

AG12: Yani, hedeflerimin çok ötesindeyim, hiç hayal bile etmemiştim. Gerçekten yani bu kadar işin büyüyeceğini, ben diyordum 4 kart yeter ömür boyu satalım gitsin. 4 kart mesela, bizim hedefimiz neydi çocuklara ulaşmak, çocuklar için sevilen bir şey yapmak, onların zihinsel gelişimine destek olmak. Tamam 4 tane kart yeterli. Tabi ki yetmedi, 10 karta gitti. En son işte Tan Sağtürk ile gene kızım konservatuarda bale eğitimi alırken biz tanıştık Tan Bey ile. Ona işte işimden bahsettim. Ben kızımdan dolayı bale kartları yapmak istediğimden bahsettim. Tan Bey de birlikte yapalım o zaman dedi, hep birlikte evet yani Tan Bey ile bale kartı yapacağımı hayal dahi edemezdim... Tabi ki beklentilerimin, hayallerimin ötesinde çok şey gerçekleşti. Satış volume'unda da aynı şekilde. Bu şekilde...

AG21: Ben şu an çok çok üstündeyim onların. Yani hobi amaçlı, evdeki giyilmiş kıyafetleri değerlendirme, boş durmama maksadı ile başladığım için, şimdi internette satış yapan, sipariş alan, düzenli bir iş yapıyorum şu anda. Yani o başlangıçtaki noktanın çok çok üzerindeyim. Şu anda bir odayı atölye yapmış durumdayım, hiç bu noktayı hayal etmezdim yani.

AG22: Patlattım ortalığı. Yani şöyle gerçekten ben çok hayalperestim ve böyle anı yaşayabilen bir insanım, hızlı karar veririm ve onu uygulurum. Sonunu düşünmem ama birebir de oluyor. Şansım da güzel gitti. Şu anda patlattım ortalığı ve Türkiye'de ilk marka tescilli anne-bebek-çocuk aksesuarlarını üreten insan oldum. Çok da seviliyoruz. O yüzden ben de ... oldu yani... bu kadarını yok hedeflememişim ama bütün hayallerimi yaşadım çok şükür.

AG9: Şöyle yani, hayal ettiğimizden daha iyi bir noktada. Yani benim kendi hayal ettiğim noktadan hani en kötü bir şeyler yaparız diye yola çıktık ama hani bu işi bu kadar kısa zamanda bu hale getirebileceğimizi ben de hayalini etmemiştim. Ama yaptıkça çabaladıkça yani hayal ettiğimizden de daha iyi bir noktada.

Anne girişimcilerden ikinci büyük çoğunluğu hedeflerine henüz ulaşamadıklarını ifade eden grup oluşturmaktadır. Hedeflerine ulaşma yolunda olduklarını ifade eden anne girişimciler de olduğu kadar, artık ilk amaç ve hedeflerine ulaşma azmi kalmamış anne girişimciler de mevcut. AG6 ve AG7 bu ikinci gruba dahil edilebilir.

AG10: Hani, %15sini tutturdum. Kurarken Türkiye'nin ilki başardık zaten ve en büyük kehribar markası olmak vardı, bu hani dış kolyesi lokomotif ürün ama ben aslında kehribara ait her şeyi yapıyorum.

AG15: Hedeflerim kesinlikle değişmedi ama hala yolun başında olduğumu hissediyorum. Çünkü benim amacım çünkü Türkiye'deki her kadına ulaşmak, oradaki evden çalışan, ürünleri, keşfedilmemiş ürünleri keşfetmek, onların işte, satış odaklı destek vermek, müşteri ile buluşturmak, onların da ekonomiye katkılarının olması ve hem sosyal hem de maddi olarak özgürlüklerinde destek olmak istiyorum açıkçası. Hikayesi girişim'in Türkiye'de evden çalışan her kadının bilmesini istiyorum. Bu işte daha yolun başında olduğumuzu biliyorum. Ama hızla da çalışıyorum. Birkaç böyle şey de olan da oldu işte ya hani, buraya kadar, bence de artık devamı gelmez. Sen bırak kapat ama hani o iş o noktaya geldiğinde dönüp

arkama şunu düşünmem lazım, elimden gelen her şeyi yaptım, olmadı. Ama şu anda daha fazla çalışmam gerektiğini düşünüyorum ve pes etmeye niyetim yok.

AG18: *Başlarken tabii ki hedeflerim vardı. Amaçlarım vardı. Şu anda başladığım duruma göre bence güzel bir aşama kaydettim. Ama hedefime ulaştım mı? Henüz değil. Hedefe ulaşma yolundayım.*

AG6: *Evet, yani bence hedefler farklı yöne gitti. Hani istediğim... bu işle istediğim hedefe ulaştım mı? Hayır. Cevabım hayır... işte cirosal ve finansal olarak hedefime ulaşamadığımı düşünüyorum ben. Ben yani kurumsal hayatta kalıyor olsaydım, hani biz bunu düşünmüştük en başta. Kurumsal hayatta kaldığımda alacağım maaşı diyeyim hani bir şekilde burada ilk sene, ikinci sene, üçüncü sene, dördüncü sene olmasa bile eee artık bir zaman sonra alıyor olurum. Hiçbir zaman o hedefe ulaşamadık.*

AG7: *Yani baştaki hayalimize ulaştığımızı söyleyemeyeceğim ben. Kolay değilmiş hani. O zaman insan biraz daha, biraz da duygusal davranıyor yani o anki durumdan çıkıp daha olumlu, ümitli düşünmeye çalışıyor ama... O yüzden evet yani baştaki o büyük daha uçuk hedeflerimiz vardı, onlar olmadı açıkçası.*

3.2.9.2. Anne Girişimcilerin Gelecek Hayalleri ve Planları

Anne girişimcilerin gelecek ile ilgili hayalleri, planları ve hedeflerine baktığımızda, birbirinden farklı birçok istek görmekteyiz (Şekil 24). Birden fazla hedef belirten anne girişimciler de mevcuttur. Çeşitli şekillerde büyümeyi hedefleyenler olduğu kadar, mevcut halini koruyup, büyümeden işine devam etmeyi hedefleyen anne girişimciler de var. Evden yürüttüğü işini, bir atölye açarak devam ettirmek isteyen, kurumsallaşarak daha etkin olmayı hedefleyen, iş yaptığı sektörde bir marka haline gelmek isteyen de varken, aynı zamanda belli bir noktaya ulaştığını düşünen ve kendine sosyal hedefler koyan anne girişimciler de mevcut.

AG13: *Mesela bayilikle ilgili, bu yıl kendim bayilik ile ilgili şeyler öğrenmeye karar verdim. Çünkü ben çok mağaza açamam. Hani hayalim e-bebek'in rakibi olmak ve onu geçmek. Evet şu an çok komik gözüküyor olabilir ama. Hani kendim bir sürü mağaza açamayacağım için bayilik sistemini öğrenip, insanlara minik minik bayilikler vererek, hani markayı Türkiye geneline yaymağı hedefliyorum ama tabii ki bayilik de ayrı bir şey, bayilik sözleşmesinden, bunun bir sisteminin kurulmasına kadar, şimdi bu yıl onu öğrenmeye çalışıyorum. Öğrendikten sonra bayilik vereceğim.*

Bayilik ile büyümeyi hedefleyen bir diğer anne girişimci olan AG10'un söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG10: *... onun yerine bayi ağı ile kendi markamı bireysel olarak büyütme daha mantıklı geliyor.*

İhracat yaparak büyümeyi hedefleyen anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG9: *Ama ilk etapta da tutunmak bir şey olmak, bir firma olmak, bir şeyleri yoluna koymaktı amacımız. Şimdiki araştırmalarımız da tamamen küçük bir makine yatırımı ve daha çok ihracat odaklı, yeni müşteriler bulup, bu karlılığı da sağlamak yanında. Yani yeni projemiz bu.*

AG5: *İleride hani holding derecesine gelir mi bilmiyorum ama ihracat yapabilmek istiyorum yani bu işle beraber ya da bu çatı altında benzer bir dikeyde değil, yatayda belki gelişebilecek başka iş modelleri ... birbirine yakın, birbirine destekleyecek işler ile büyümek...*

AG10: *İhracat hayalim devam ediyor. Onu inşallah rabbim nasip eder. Zaten her şeyim dış ticaret üzerinden gittiği için, çift bacaklı olması hoşuma gider.*

AG2: *Öyle daha büyük şey planlarım var. İşte ihracatlar, büyük firmalar böyle dünya markası olma falan, neden olmasın ya? Yani olabilir.*

Yeni satış yerleri hedefleyen anne girişimci AG14, aynı ürünleri satmış olduğu markaların farklı şehirlerdeki mağazalarında da satış yapmayı hedeflemektedir.

AG14: *Evet, hayallerim, aynı şeyde, aynı hedef kitle müşterisinde, başka yerlerde satış noktalarına ürün vermek... Bu benim için ilk adım oldu. Yani bu benim için basamak oldu bu iş. Para kazanmaktan ziyade, Demsa grubunda Harvey Nichols ve Galeries Lafayette'de ürünlerimin sergilenmesi, benim için bir reklam, hem biraz para kazandım, reklam hem de basamak oldu. Bunun sayesinde başka şeyler planlıyorum. Mesela... Galerie Lafayette'nin Dubai, Fransa, işte Katar ya da işte farklı farklı ülkelerde yerleri var. Buradaki Lafayette'i onlara referans olarak gösterip, onlara da koleksiyon satmak istiyorum. Onlara da Beymen'e BG Stora hepsine saldırmayı düşünüyorum.*

Sosyal içerikli hedefleri olan anne girişimciler, hizmetleri ve ürünleri ile daha çok insana ulaşmayı, onlara katkıda bulunmayı, işlerini büyütürken başkalarına faydalı olmayı hedefliyor.

AG5: *Evet yani iyi bir şekilde büyütebilmek, bu sadece maddi anlamda değil, manevi anlamda da fark yaratabilmek, özellikle kadınlara, kız çocuklarına... İşte o mentörlük yapabilmek. Yani daha o seviyeye gelmedim, belki girişimci için mentörlük yapabilecek durumdayım ama daha böyle tamam oldum ben... yani nasıl söyleyeyim... evet evet, bilmediğim şeyler var işte finans, vergi vs. daha bilmediğim için bakalım daha ne challengelarım olacak karşımda. Onları öğrenip şey yapmak, ne derler bir 5 -10 senede mentör haline gelebilmek istiyorum. Şu anda onu şey yapmak istiyorum, çünkü ezelden beri öğretmen olmak isterdim, yani küçüklüğümde o esasında şey demek yani hani içinde... bildiğini aktarabilmek demek. Bilgiyi paylaşabilmek demek. Doğru bilgiyi şu anda ediniyorum, doğru tecrübeyi ediniyorum. Onu aktarabilmek ilerde iyi olacak bence. İşe de yarayacak yani.*

AG3: *Ama belki çocukların daha sağlıklı büyümesi açısından herkesin bilinçlenmesi ve daha iyi eğitim alması yönünde çok ciddi baskı yapmak isterim. Herkese, her iki tarafa hem devlete hem de annelere. Yani eğitim alın.*

AG19: *Ya ben mesela Ümit Boyner'i çok beğeniyorum ve takdir ediyorum o kadını. Yani hani beğeniyorum ve bir de benim şey, Filli Boya'nın sahibi var, CEO'su var. Kadın boyacılar olayı falan var, hatta onlarla bir proje üretmeyi falan hedefliyorum yani. Şimdi kadın boyacılar eğitiyorlar ya, kadın boyacıları topluma kazandırıyorlar, e bir kadın niye evinizi kadınlar boyamasın yani? Böyle enteresan şeyler, bunu pazarlayabilmek önemli.*

AG15: *Benim amacım çünkü Türkiye'deki her kadına ulaşmak, oradaki evden çalışan, ürünleri, keşfedilmemiş ürünleri keşfetmek, onların işte, satış odaklı destek vermek, müşteri ile buluşturmak, onların da ekonomiye katkılarının olması ve hem sosyal hem de maddi olarak özgürlüklerinde destek olmak istiyorum açıkçası. Hikayesi girişim'in Türkiye'de evden çalışan her kadının bilmesini istiyorum. Bu işte daha yolun başında olduğumuzu biliyorum.*

AG12: *Geleceğe yönelik, ürünlerimizi biz şu anda dağıtım ağından yeni aldığımız için bütün anaokullarında ben yer alsın istiyorum. Çünkü anaokullarında kullanılan, hatta devlet anaokullarında kullanılsın istiyorum. Özel okullar gene birçok çeşitli şeyler bulabiliyorlar. Bizim ürünlerimiz, Montessori eğitim sistemine çok uygun zaten ve bence Montessori bir çocuğun hayatında olmazsa olmaz bir eğitim sistemi. Keşke herkes bu eğitimi alabilse. Hedefim, ulaşabilirsem eğer yapabilirsem bütün devlet okullarında, anaokullarında ürünlerimin yer almasını istiyorum. Çocuklara, daha fazla çocuğa ulaşsın istiyorum.*

Evden yürüttükleri işlerini, bir atölye kurup oradan devam ettirmek isteyen, tasarım odaklı işlerini farklı alanlarda büyütmeyi hayal eden anne girişimciler de mevcut.

AG8: *Var aslında hayalim. İşte bir hobi, tasarım atölyesi açmak. Hani bu işle de alakalı değil, bu zaten küçük bir iş hani öyle. Daha büyük hani böyle, ahşap tasarım, bebek üzerine yine, bebek aksesuarları, odası işte dekorasyon ürünler falan. Kendim yapmak ya da ablamla birlikte yapmak. Ya da böyle tekstil işi yine bebek üzerine, yastıktır, beşik korumalıdır, yine böyle zevkli işler*

AG21: *Yani yine bu çerçevede devam etmek istiyorum, hani ben çocuklar biraz büyüdüğünde bir atölye, yanımda çalışan olabilir. Ama yine çerçeve böyle olur yani. Her malzemeyi ben görmeliyim, her işi ben takip etmeliyim, o yüzden şu anda da yanıma bir yardımcı alabilirim ama ben kendim yapmak istiyorum, herkesin yaptığı iş çünkü içime sinmiyor, beğenemiyorum. Bunu ben yaptım diye satamam yani, ben kendim yapmalıyım. Yine bu çerçevede, birkaç yardımcı olabilir.*

AG14: *Hani ben de öyle bir şey olsa, bir show room açarım dışarıda, bir ofis açarım.*

Diğerlerinin aksine, olduğu konumdan memnun olan ve büyümeyi pek fazla düşünmeyen, büyümek yerine şu anki pazarından memnun olup butik kalmayı hedefleyen anne girişimcilerin söylemleri ise aşağıda verilmiştir:

AG9: *Yani böyle birden çok büyük bir işletme olalım, milyon adet yapalım, öyle bir şeyimiz yok... Hani standart olsun, geçinelim çünkü çok iş çok para kazanmak değil. O işi doğru yönetmediğin zaman çok işin de olsa, ha bu karlı bir şey demek değil bana göre. Ben 30 liraya Hollanda'ya Danimarka'ya iş yapmayı tercih ediyorum. 30 TL'ye Türkiye'ye yapmaktansa. Yani daha özel müşterilere özel şeyler yapabilecek bilgimiz becerimiz var. Hani bunu bu yönde geliştirip daha çok ihracat odaklı bir şey yapabilirsek, vizyonumuzu o yönde geliştirebilirsek, oturtursak daha mantıklı bizim için.*

AG20: *Büyümeyi düşünmüyorum. Yani butik kalmak istiyorum. Çok para kazanmak değil ama farklı bir güzel işler yapmak gibi bir isteğim var. Daha farklı, daha güzel bir iş ne yapabilirim diye şeyim var, isteğim var geleceğe yönelik. Ha 5 yıl sonra da mesela 5 yıl sonrasında burası büyüsün, belki 3 tane makine alayım, 20 tane de çalışanımsun gibi bir derdim yok. Ama hani bir iki kişi daha olursa ben biraz daha... o zaman patron olduğumu hissedebilirim herhalde. Şu an hissedemiyorum ama.*

Üretime yoğunlaşmak isteyen anne girişimciler, başkalarına üretirmek yerine kendileri bunu yapmak, kendi kapasitelerini arttırmayı istemektedirler:

AG17: *Evet, bu üretimi çok sevdim. Bir de dedim ki ben olmayan bir şeyi, Türkiye çok fazla olmayan, çok özel bir şeyi, çok seri üretmeye başladım. Gerçekten hani, özel siparişle yapılacak bir şeyi ben seri üretime geçirdim. Ve şu andaki hedefim, kendi makinelerimi alıp bunu yapmak. Evet ben bunu ustalara yaptırıyorum ama ben bu makineleri alırsam, bunların başına bir adam koysam, bir makine ile bile şu anda yaptığım satış cirosunu kendim ürettirebilirim. Sorsanız bundan sonra ne*

yapmak istersiniz diye evet bunu iletmek istiyorum... Onu büyütmek istiyorum. Yani bir marka olmak istiyorum. Kendi üretimimi de yapmak istiyorum. Böyle hayallerim var. Bilmiyorum gerçekleşir mi ama

AG16: *Bir ayda bir kitabı ancak bitirebilmişim. Şu anda mesela ayda 3 kitap diyorum. Bu benim bir hedefimdi ama aslında 5 kitap olmalı. Şu andaki hedefim de bu.*

İşlerini standartlaştırmak, kendileri olmadığında da işlerin yürüyebilmesini isteyen, kurumsallaşmak isteyen anne girişimcilerin yanı sıra bilinirliğini arttırmak ve bir marka haline gelmek isteyen anne girişimciler de mevcut.

AG9: *Geleceğe yönelik bu işi daha profesyonel olan bir şekilde nasıl sokarım onunla ilgili şu an düşüncelerim var işte yani bu işi nasıl daha sistematik hale oturtabiliriz. Hani bu çark kendiliğinden nasıl işler. Tabi ki tıkandığı noktalarda yine müdahale edeceğiz ama hani ufak tefek birkaç makine yatırımımız var işte numune aşamasını en azından burada çözmek. Bir iki eleman takviyesi ile burada standart en azından belli bir oranda bir iş şeyini kurmak. Sonrasında da standartları olan, işte mesela kapasitemizi belirleyip, evet biz yıllık bu kadar iş yapabiliyoruz, bunu bu ekiple çözebiliyoruz işte bu noktada da bu bizim için yeterli deyip hani çok böyle büyüyelim biz, milyon adet yapalım, böyle bir şey değil. Hani standart rutin halde işleyen bir işletme, tabi ki hani imkanlar doğrultusunda yüzde 10, yüzde 5 her sene kendine göre doğru orantılı bir büyümeyi de sağlarsa, hani bu saatten sonra da hedeflerimiz bu. Daha standart hale getirip, standart bir şekilde devam etmek. Hani tabi ki işte müşterilerin çoğu talebi ama ben zaten daha fazla bir iş yükü istemiyorum bu saatten sonra. Ama dediğim gibi ancak hırsları olan, hedefleri olan, kendini geliştirmek isteyen ekibe birileri katılırsa da bununla beraber büyütmek. Ama hani bu saatten sonra benim ancak böyle yapmayı isteyen birileri ile belki ben de şey yapabilirim ama bir yorgunluk da var. Hani bu kadar yıl çalışmanın yorgunluğu belki de. Ama hani daha böyle standardı oturtup, normal bir rutin işletme devam eden bir işletme olsun o kadar.*

AG10: *Onun dışında da hani bir şey olgusu var, hani bugün ölüp gidersek, burada kurmuş bir düzen var. İşte başına kim gelecek, bunun için işte biraz büyüğü yetiştiriyorum. Ama şu formatta yetiştiriyorum, küçük küçük yavaştan yavaştan. Buradaki sistemi öğren, bu işin başında olmak zorunda değilsin çünkü maaşlı birini tutunca bu benim yaptığım işleri zaten o kişi yapıyor, yapacak. Telefona bakar, konuşur, kargosunu hazırlar falan. Sen, kontrol edebilecek, nerde ne hata olduğunda gözlemleyebilecek kadar tüm her şeyi öğren, ister yap, başına sen otur sen, vizyon misyon biç, istersen hazır biçilmiş vizyonla başkasına devam ettir.*

AG15: *Dediğim gibi hikayesigirisim.com'un Türkiye'deki herkes tarafında bilinirliğinin olmasını istiyorum. Yani mesela atıyorum, kendi bölgenizde evden butik pasta yapan birini arıyorsunuz, bizim sitemize girdiğiniz zaman hemen ona kendi bölgenize yakın, bir kariyer.net gibi bir sahibinden.com gibi, hani oradan ulaşsın, o kadınlar ürettiklerini satabilsin, ekonomiye katkıda, kendilerine katkıda*

bulunabilsinler. Sadece şu anda en büyük hedefim bu. Türkiye’de bilinirliğinin artması.

AG18: *Güzel bir organizasyon şirketi kurmak gibi bir hayalim var. Bu yönde de ilerleyeceğim inşallah. Hedeflerim bu doğrultuda inşallah... benim zaten şu anda da işte doğum günü, mevlüt, bebek, hastane odası falan yapıyorum. Ama o zaman belki hani bir şirket kurulduğunda, ya da bir yer açıldığında işte düğün, nişan komple bir organizasyon olarak planlayabilirim.*

AG10: *Mütevazi davranıyordum da artık benim ismimle değil marka olarak büyümemiz gerektiği için arkadaşlar da sağ olsun, iteleyle iteleyle, akıl vere vere, artık mütevazi davranmamaya başladım. Mütevazilikle şey farklıymış çünkü, hani markanı yönlendirmek o başka bir şeymiş. Sektörü da yaratan kadın benim. Yani bu anlamda, şimdi bunu çok zikretmiyordum ama yeni yeni işte artık bu senenin projeleri içerisinde bunu daha ön olana çıkacağız.*

AG2: *Büyük firmalar böyle dünya markası olma falan, neden olmasın ya?*

AG17: *Yani bir marka olmak istiyorum.*

Yurtdışına taşınmayı planlayan AG1, orada eğitim alarak kendini geliştirmek isteyen anne girişimci mevcut işini yurtdışında devam ettirmeyi planlamaktadır.

AG1: *Dükkanındaki son bir ayımız bizim. Bir ay sonra kapatıyoruz biz burayı. Az önce bahsettiğim akademik IELTS akademik sınava gireceğim. Martın 1’inde Kanada’da moda okumak için, tam aslında moda tasarımı da değil de bizde olmayan bir bölüm. Moda, mağaza yöneticiliği diye bir bölüm. Hem moda görüyorsunuz hem mağaza yöneticiliği, işte bir mağaza nasıl yönetilir onu görüyorsunuz. O bölümü okuyacağım. Kayıt yaptırıp, iki yıl. Toronto’ya gidiyoruz. Haziran’da oraya yerleşeceğiz... Ve bu işi orada açtığımız, biraz daha büyük buradan, bir ... Hem o bölümü okuyacağım hem çalışacağım. Çünkü yurt dışından gerçekten çok fazla talep var. Yurt dışına satış yapıyordum Amerika’ya, Kanada’ya falan gönderiyordum ama bu PayPal sistemi kaldırıldı. Yurtdışından işte hiçbir şekilde para alımı gönderimi ve transfer yapamıyoruz. O yüzden de böyle bir karar aldık.*

Kendini geliştirmek için hedefi olan ve bu konuda adımlar atan bir başka anne girişimci AG5, bu sayede kendini yeterli düzeyde geliştirdiğinde mentörlük yapabilecek seviyeye gelmek istiyor ve başka girişimci adaylarına yardımcı olmayı hedefliyor (sosyal içerikli hedeflerde de bahsedilmişti).

AG5: *Hatta kendime de daha iyi olmak için bir işletme koçu bile tuttum. Bu sene onunla da çalışacağız. Sizinle tanıştığımızda bu iş yoktu. Yani hani bu da bir şey olur mu dedim ama, Aralık ayı itibarı ile başladık çalışmaya...*

Maddi gelirini arttırmak isteyen, daha iyi bir gelir düzeyine ulaşmayı hedefleyen anne girişimciler de mevcut:

AG9: *Biz aslında bu aşamaya bundan sonra geçmemiz lazım. Biz dedim ya ilk etapta müşteri memnuniyetini ... bundan sonraki çalışmalarımız, yapacağımız yatırımlar bu karlılığı ve verimliliği nasıl arttırabiliriz.*

AG16: *Para kazanmak istiyorum gerçekten. Bu kez de para kazanmak istiyorum. Artık hayallerimin arasında bunun gerçekten, şimdi ben kendime bir çalışma alanı oluşturuyorum... Hani bir şeyler oluşturmaya çalışıyorum hayallerim için. Evet ilk baştaki gerçekten amacım para kazanmak değildi ama zaman geçtikçe ya ben çalışıyorum ama neden çalışıyorum, oğlumun ihtiyaçlarını, kendi ihtiyaçlarımı karşılayamayacaksam ben bu kadar uzun çalışma saatlerini neden veriyorum, diyorum kendi kendime ve sorgulamaya başlıyorum. O yüzden şimdiki hedefim gerçekten para kazanmak*

AG11: *Hayallerim, maddi geliri daha doygun olabilecek, hepimizi daha mutlu edebilecek, yani en büyük işten beklenti o. Ama tabi bunun paralelinde de bunun manevi doygunluğunun da devam etmesi.*

Uzun yıllar boyunca girişimlerini devam ettiren ama mevcut işlerinin maddi açıdan kendilerini tam olarak tatmin etmediğini belirten iki anne girişimci, mevcut işleri ile ilgili bir plandan bahsetmemişlerdir. Tekrar kurumsal hayata dönmek konusunda kararlı olan anne girişimcilerin gelecek ile ilgili hedefleri belirsiz.

AG6: *Şu anki işimle ilgili mi? Açıkçası şu anki işimle ilgili çok o şeyin, şu curve'ın aşağısındayım diyeyim. Şu an bu işimle ilgili pek bir hedefim kalmadı ya da yapmak isteyeceğim bir şeyim kalmadı... onun ucu çok açık benim için bilemiyorum. Yeni bir iş kurmam, yeni bir girişim kurmam ama farklı bir şey, farklı bir ilgi alanıma yönelebilirim diye düşünüyorum. Ne olduğunu şu an net bir şekilde söyleyemesem de... Ben de bir daha kurumsal hayata dönmek istemiyorum.*

AG7: *Yani, bir defa bu noktadan sonra hayatta büyük konuşmayayım hani tekrar bir farklı bir şeyde çalışacağımı düşünmüyorum. Aslında büyük konuşmak gibi oldu gereksiz oldu. Yani işimizi farklı bir sinerji ile tekrar büyütebiliriz, farklı açılımlar da olabilir. Farklı biri gelse ben bu işi alıp farklı bir noktaya götürmek istiyorum derse OK de diyebiliriz ona. Biz aradan da çekilebiliriz. Devam etmek durumunda değiliz. Yani çok farklı opsiyonlar olabilir, hepsine açığız açıkçası. İş nasıl yönlendirirse ama burada dediğim gibi ben önemli olan benim kendi isteklerim, arzum. Hayat beni nasıl yönlendiriyorsa ben oraya giderim. Hani iş yönlendirmiyor onu da söyleyeyim. Benim açımdan öyle.*

3.2.10. Anne Girişimcilerin Başarı ile İlgili Düşünceleri

3.2.10.1. Anne Girişimcilerin Başarı Kriterleri

Anne Girişimciler ile yapılan görüşmeler neticesinde, kendilerine yöneltilen başarı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar üç grup altında toplanmıştır. Başarı kriterleri Bireysel, Müşteri ve İş odaklı olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Tablo 47). Başarı kriterlerinin dağılımını incelendiğinde genel olarak oranların birbirine yakın olduğu ama Müşteri Odaklı olan grubun daha ağırlıkta olduğu gözlenmektedir.

Tablo 47

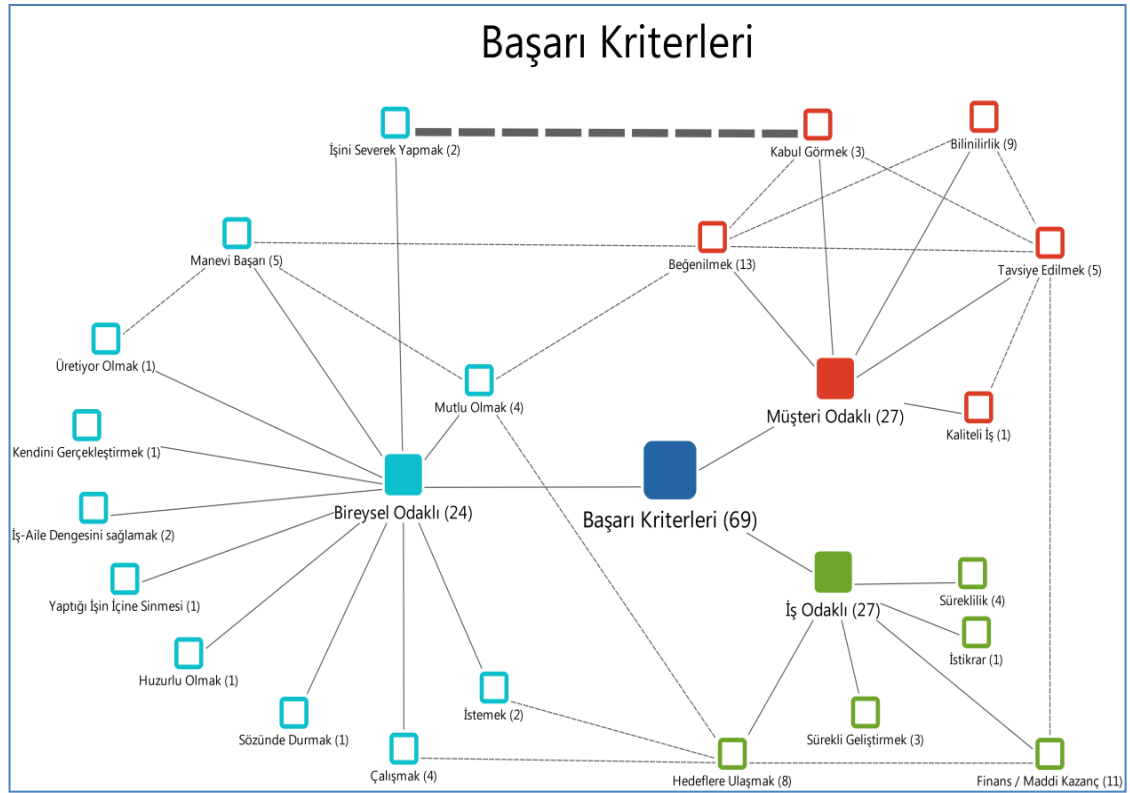
Anne Girişimcilerin Başarı Kriterleri Dağılımı

Başarı Kriterleri	Bölümler	Yüzde
Müşteri Odaklı	61	36,75
İş Odaklı	55	33,13
Bireysel Odaklı	50	30,12
TOPLAM	166	100,00

Başarı kriterlerinin alt kırılımları ve birbirleri ile olan ilişkileri Şekil 25'te yer almaktadır.

Şekil 25

Anne Girişimcilerin Başarı Kriterleri

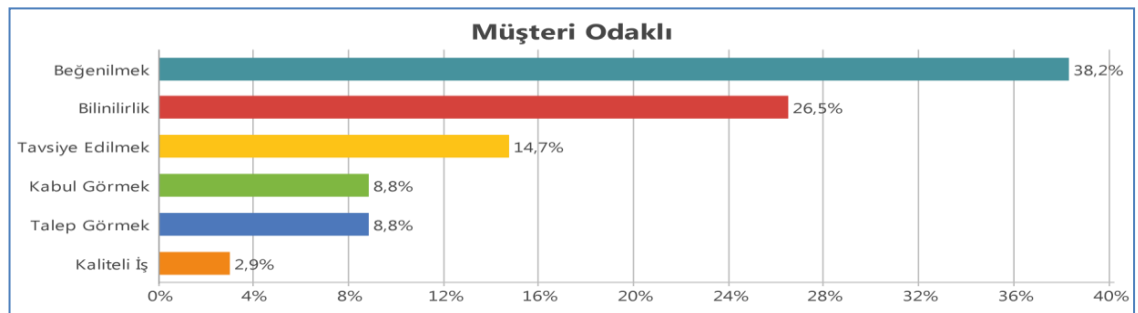


3.2.10.1.1. Müşteri Odaklı Başarı Kriterleri

Müşteri odaklı başarı kriterleri incelendiğinde (Şekil 26) ürünlerin beğenilmesi, markanın bilinirliği ve müşteriler tarafından başkalarına tavsiye edilmesi gibi kriterlerin yer aldığı görülmektedir.

Şekil 26

Müşteri Odaklı Başarı Kriterleri



Anne girişimciler için beğenilmek en önemli başarı göstergelerinden birisidir. En çok bahsedilen ve onlar için önemli olan konu yaptıklarının beğenilmesi ve takdir edilmesidir. Yaptıkları işin beğenilerek, onlara eski müşteriler aracılığı ile yeni müşteriler kazandırması, talep görmeleri, bu talebi yaratabilmeleri onlar için önemli başarı faktörleridir. Ürünleri ve sundukları hizmet ile müşterilerin beğenisini ve mutluluğunu gözlemlemeleri onlar için en büyük başarıyı yansıtmaktadır. “Beğenilmek” başarı kriteri için anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG22: *Başarı... Yaptığının herkes tarafından beğenilmesi.*

AG21: *Beğeni insanı daha başarılı hissettiriyor.*

AG9: *Şimdi şöyle, aslında müşteriler çok iyi yaptınız dediği zaman bu bizim için başarı... sizin yaptığınız ürünler beğeniliyor demesi çok anlamlı bizim için.*

AG1: *Ama beğeni çok farklı bir şey bence. Onu parayla satın alamazsınız.*

AG14: *Yaptığınız işin kabul görmesi, beğenilmesi...*

AG3: *Herhalde eleştirileri önemsemek lazım bu durumda. Ama Türkiye'de de eleştiri kültürü biraz zayıf. O yüzden iyi eleştirileri yakalamaya çalışıyorum. Genellikle sessizlik tercih ediliyor dolayısı ile olumsuz eleştirileri az duyuyorum ama belki o da bir başarıdır aslında*

AG2: *Ya da başka bir yerlerde birisi birisi ile konuşurken “ay ÜRÜNÜ aldık çok mutluyuz” dediği zaman işte o mesela bana geliyorsa bir şekilde “AG2 böyle böyle bahsettiler” bu benim için en büyük başarı...*

AG7: *Yani mesela bize Instagramdan gönderiyorlar, bir tane bebeğe bir şey yapmışız, onu üzerine giydirmişler, çok beğendik diye gönderiyorlar. Bunun hazzı hiçbir şeyde çok.*

Anne Girişimcilerin, Müşteri Odaklı başarı kriterleri altındaki diğer alt maddeler için söylemleri Tablo 48’de listelenmiştir.

Tablo 48

Anne Girişimcilerin “Müşteri Odaklı” Başarı Kriterleri için Söylemleri

Başarı Kriteri	AG	Anne Girişimci Söylemi
Bilinirlik	AG12	Tabii ki, başarı bilinirlik
	AG2	Birincisi başarı benim için ifade eden şey bir kadının üstünde sokakta yürürken bebeğini taşırken kendi ürünümü görebiliyor olmam. Bu benim için çok büyük bir başarı.

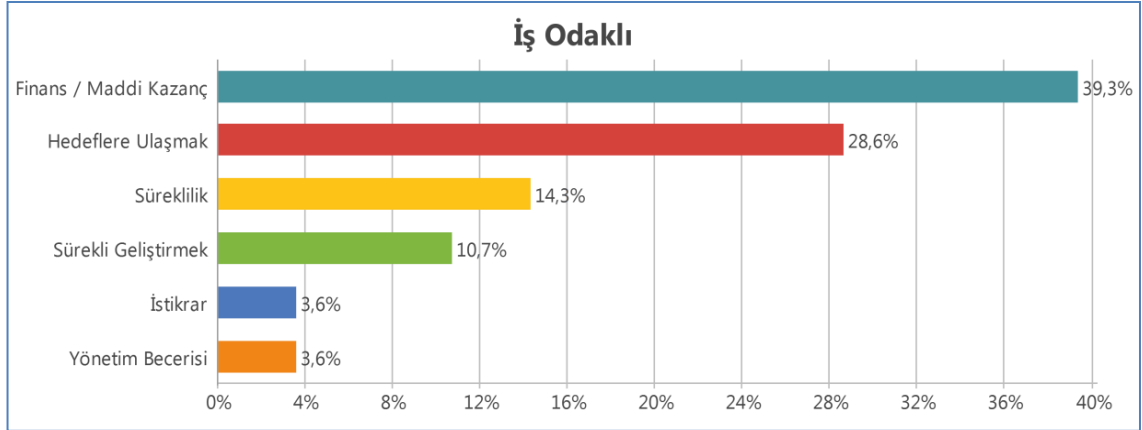
Başarı Kriteri	AG	Anne Girişimci Söylemi
	AG3	Yani bir kere ben reklamcı isem eğer, uzmanlık alanım reklam ise bir isim yaptığımı görüyorum hani Ankara'da enteresan bir şekilde. Ve bu aralar artık AG3 ... 'aaa gerçekten mi?' falan yapıyorlar. E bu bir başar
	AG20	Biri çikolata dediğinde aklına ben geliyor muyum, bence başarı o yani.
Tavsiye Edilmek	AG20	Hani ticari başarı, ben bugün kazançlıyım hani çok kazançlı değilim ama yavaş yavaş bir yola oturduğunu biliyorum. İş yaptığım biri bir başkasına tavsiye ediyor. Sizi şunla tanıştırayım, belki onunla da iş yaparsınız dediğinde bu benim için bir başarı mesela... Yani bir memnuniyetin başka bir işi getiriyor olması, benim için bir başarı.
	AG12	Birebir tanımadığınız kişiler tarafından, bloggerları falan katmadan, hiç bilmediğiniz kişiler tarafından ürünlerinizin tavsiye edilir olması bence
Kabul Görmek	AG14	Başarı da kabul görmek... Başarı, yani yaptığınız, yani benim sektörümde yaptığımız işin kabul görmesi, beğenilmesi...
	AG20	Benim için başarı aslında şey kabul görmüş olmak. Kabul görmek,
Talep Görmek	AG6	Yani satamamak bence hani bizim işimizi, bizim en çok düşündüğümüz satamamak fikriydi. Onu başardık yani en önemli kısmı o yani.
	AG17	Yani büyük büyük firmalara kendimi ikna edip, ifade edip, sunumumu yapıp ve onları bana güvenip iş vermelerini sağlamak benim için aslında gurur verici bir başarıydı.
Kaliteli İş	AG12	Başarı bilinirlik, yaptığımız işin kalitesi

3.2.10.1.2. İş Odaklı Başarı Kriterleri

Birincil amaçları çok büyük karlar elde etmek olmasa da finansal başarı ve maddi kazanç elde etmek, bazı anne girişimciler için önemli bir başarı kriteridir. Kazanç ve kar elde etmek, işlerini iyi yaptıklarını ve işlerini sürdürebileceklerinin bir göstergesi olarak onlar için önemli bir kriterdir. Başarıyı, kendilerine koydukları hedeflere ulaşmak olarak tanımlayan anne girişimcilerin yanı sıra, iş konusunda kendilerini geliştirebildikleri ölçüde, işlerini daha iyi yapabildikleri ölçüde başarılı olduklarını düşünen, işlerini her anlamda doğru şekilde yönetebilmeyi başarı olarak gören anne girişimciler de mevcut.

Şekil 27

İş Odaklı Başarı Kriterleri



Anne Girişimcilerin, İş Odaklı başarı kriterleri için söylemleri Tablo 49’da listelenmiştir.

Tablo 49

Anne Girişimcilerin “İş Odaklı” Başarı Kriterleri için Söylemleri

Başarı Kriteri	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Finans / Maddi Kazanç	AG4	İş karlı olmalı, kar olmayan bir iş yapmamalı
	AG17	Başarı kriterlerim neler? İster istemez tabi ki maddi kazancımı oranlıyorsun, kazandığın sürece ha demek ki bu başarmışım ki kazandım diyorsun.
	AG20	Hani ticari başarı, ben bugün kazançlıyım hani çok kazançlı değilim ama yavaş yavaş bir yola oturduğumu biliyorum
	AG6	İş için başarı başka bir şey. İş için başarı, karlılık, ciro, topluma yararlı bir şey sunabilmek bence. Hani biz bence bu sağlıklı bir üretim yapabilmek hani bunlarda yakaladık ama hani genel olarak dışarıdan baktığımızda ciro olarak ufak bir şirketiz. Hani bu kendi içinde başarılı bir şirket ama belki ne bileyim başka bir ülkede yaşıyor olsaydık farklı bir hedef kitleye ulaşabilirdik belki. Belki o kadar belli bir kitleyle örtüştüğümüz için diye düşünüyorum bunu. Belli bir yere kadar gelebildik.
	AG7	Biraz önce o şirketler başarılı değil dememin sebebi o, yani biri size para enjekte ediyorsa o şekilde reklam ile büyüyorsanız, borcunuz varsa, borcunuzu ödeyemediyse, yaptığınız işten zarar ediyorsanız, işte bu gerçek başarı değil.
	AG11	Tabi bir de girişimcilikte başarı maddi rahatlığı sağladınız mı? Şu anda ben daha başındayım maddi rahatlık açısından. Ama o başarı yolunda gittiğimize inanıyorum.

Başarı Kriteri	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
	AG5	Finansal. İş artık 20 senelik mühendisim, onda bir şeyim yok. Ama o işte de yani hani üretebilmek artık bir parametre değil. Gelişen Teknoloji bu kadar dünyada. Bunu pazarlayabilmek önemli. Akıllıca vergiyi yönetmek, akıllıca nakiti yönetmek önemli. Bunları öğrenmem gerekiyor. O yüzden üretim artık, üretim zaten neredeyse, ekibi de iyi yerleştirdik, yetiştirdik, orda bir şeyimiz yok, hamdolsun. Zaten işim oydu. Ama ona işte şey diyorum ben 20 senelik mühendisim ama 5 senelik patronum. Daha çok patronlukta yeniyim yani o yüzden öğreniyorum bir şeyleri
	AG10	Tabi tabi, para olmadan işletme olmuyor. Başarı kriterleri arasında ya çok böyle şey olacak gibi hani klişe bir laf gibi ama. Bir kere, başarılı olmak, doğru karar vermeyi de ekleyebilir miyiz bilmiyorum şimdi, çok şey oldu. Para olmadan hiçbir yere hareket edemiyorsun. Ama atıyorum verazeynin bilmem kaç dolar ciro yapması benim için şey değil, benim için bir başarı değil. Burada hani BOSCH'un mu reklamında vardı, insanın güvenini kaybetmektense, para kaybetmeyi tercih ederim gibi. Yani her şeyi, marka olur, insan olur, çocuk olur, şey olur... ruhu ile bedeni bir arada tut, o eşit hani terazide durmak belki de. Öyle diyebilirsin
	AG3	Ama şimdi artık bir şey daha kanıtlamam lazım, finansal olarak ayakta durmayı öğrenmem lazım.
	AG22	Hedeflediğimiz yere ulaşmak
	AG8	Başarı, istenilerek yapılan, hedefe ulaşılan iş.
	AG13	Bence başarı, benim kendime koyduğum başarı hedefi bu işte koyduğum en yüksek zirve. Yani hani ben ne zaman ki o istediğim en yüksek hedefe ulaştım zaman ancak kendimi tamam işte oldu diyebileceğimi düşünüyorum. Evet başarı.
Hedeflere Ulaşmak	AG11	Başarı, hani hedeflerinize ulaştığımız zaman, tabi bir de girişimcilikte başarı maddi rahatlığı sağladınız mı?
	AG10	Bence başarı hedef koymak ve hedefine ulaşmak için gösterdiğin süreç, çaba, emek. Varmaktan öte o süreç, çünkü süreç içerisinde koyduğum hedefin doğru olmadığını da gözlemleyebilirsin, o zaman hedefini değiştirmen lazım, o da başarının bir parçası, yani onun farkına varabilmek de bir başarının parçası.
	AG6	Biz 10 senedir devam ettiriyoruz bu bir başarı oluyor... hani o işi devam ettiren, anne olduğun için işte onları yapıyorsun da sonra annelik o noktada daha farklı bir boyuta gelince o işten çıkmıyor olmak gerekiyor
Süreklilik	AG7	Yani biz şirketi kurduğumuzdan beri elimizi cebimize atmadık. Yani evden bir para enjekte etmedik işyerimize. Ve işimizi büyüttük. Bu anlamda düşünürseniz ve survive ettik, kaç oldu, 10 yıl oldu. Bir sürü açıldı kapandı. İşte aldılar, borçlar aldılar, banka kredileri aldılar, melek yatırımcılar aldılar, büyüdüler, büyüdüler sora kapandılar. Ha şimdi on binlerce üyeleri olan firmalar var. Bu firmalar sizce başarılı mı diye bana sorsanız bence başarısız.
Sürekli Geliştirmek	AG8	Başarı kriterlerim, ilk başta işte merak ettim. Sonra araştırdım. Pes etmedim. İşte ilerledim.
	AG16	Ama şöyle ki, ben hiçbir zaman kendimi çok başarılı olarak görmedim. Göremedim, çünkü görebilseydim üretemezdim. Yani üzerine üzerine ekleyemezdim. O yüzden her zaman diyorum ki bir tarafım hep eksik, ne kadar tamam olursam olayım, bir tarafım eksik... Benim sadece istediğim şu ki, eğik yaptığım çizgileri düz yapabilmek. Ya da keçeyi keserken elimi kesmek yerine ya da iğneyi batırmak yerine dikerken iğne elime batmasın istemek. Benim başarı kriterlerim tamamen bu.
İstikrar	AG2	Birazcık istikrar benim için şu an başarıyı ifade ediyor

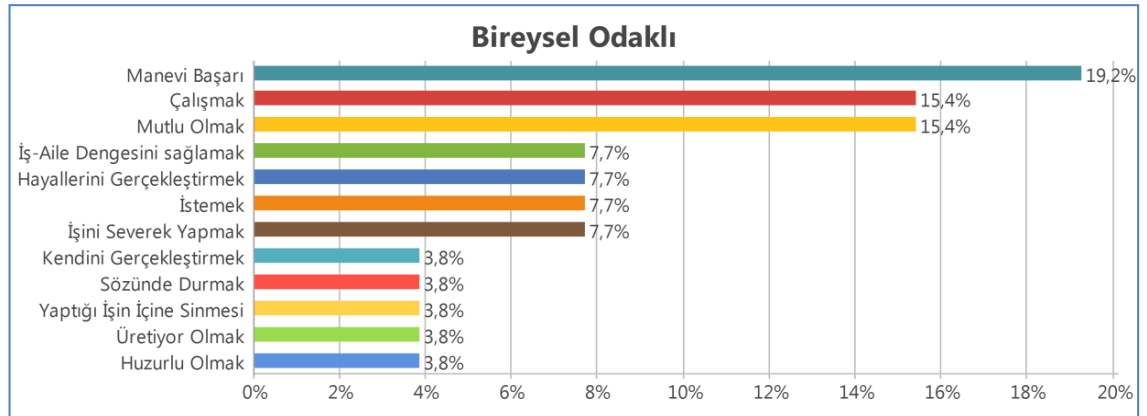
Başarı Kriteri	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Yönetim Becerisi	AG7	Evet yani, öngörülü olmak gerekiyor tabii bazı şeylerde o öngörüğü gösteremezseniz... başarısız olabiliyorsunuz yani öngörülü olabilmek bence önemli olan. Birçok faktör var o faktörlerin hepsini aynı anda görüp daha vizyoner olup, riski de görebilmek, riski yönetebilmek, yani o riski ... her işte bir risk var. Ama o riski ne kadar yönetebiliyorsunuz ne kadar... yönetebilmekten kasıt tabii o riski görüp bir noktaya kadar evet ben bunu kabul ederim, bundan sonrasını kabul etmem diyebilmek. Bunlar yönetsel beceriler. Bunları yapabildiğiniz oranda başarılısınız bence. Bunları yapamadığınız durumda da başarısızınız.

3.2.10.1.3. Bireysel Odaklı Başarı Kriterleri

Anne girişimcilerin en çok bahsettikleri bir diğer konu da yaşadıkları manevi tatmindir. Maddi başarıdan ziyade, odaklandıkları ve başarılı olmak istedikleri konu manevi başarıdır. İşlerini yaparken mutlu olmaları, işlerini severek ve isteyerek yapmaları, yapılan işin sonucunda o işin kendilerini tatmin etmesi, hayallerini gerçekleştirebilmek, üretiyor olmak ve gün sonunda hissettikleri huzur onlar için her biri birer başarı kriteri. Bir anne girişimci özellikle iş-aile dengesini sağlayabiliyor olmanın kendisi için bir başarı kriteri olduğunu vurgulamıştır. İş ve aileyi doğru planlama ile dengede tutabilmek çocuk ve evin ihtiyaçlarını işin gereklilikleri ile yürütebilmek bir başarı kriteri kendisi için.

Şekil 28

Bireysel Odaklı Başarı Kriterleri



Anne Girişimcilerin, Bireysel Odaklı başarı kriterleri için söylemleri Tablo 50'de listelenmiştir.

Tablo 50*Anne Girişimcilerin “Bireysel Odaklı” Başarı Kriterleri için Söylemleri*

Başarı Kriteri	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Manevi Başarı	AG20	Yani herkes bana orada zaten kızıyor, bu nasıl bir ticaret anlayışı diye, ya o işte hep manevi işin, eski işlerden gelen aslında bir zemin muhtemelen. Hani benim için manevi başarı daha önemli aslında şu an
	AG7	Benim için başarı, yani maddi... maddi olarak çok değerlendirmek istemiyorum yani işin iki boyutu var yine. Bir maddi tarafı tabi bir de manevi tarafı var. Maddi taraf da yine çok göreceli...
	AG11	Şöyle her organizasyondan sonra gelen teşekkürler ile başarılı hissediyorum. Hani o karşının mutluluğu, teşekkür en büyük şey zaten. Hani manevi
Mutlu Olmak	AG22	Başarı... yaptığını herkes tarafından beğenilmesi. Hedeflediğimiz yere ulaşmak. Ve bunların hepsini yaşarken mutlu olmak. Bence bu. Ben daha böyle soyut, birazcık, somut soyut değerleri önemsiyorum. Daha yolum çok var. Çok yolum var ama şu anda yapabileceğimin en iyisini yaptım.
	AG6	Hani kendi başarı kriterin nedir? Bence mutluluk. İnsanın kendi mutluluğunu kendinde olan kendi mutluluğunu yakalamış olması. Başkalarından bağımsız, işinden bağımsız, eşinden çocuğundan bağımsız, kendi birey olarak mutluluğu yakalamış olması bence insanın hayattaki başarısı ve hani bunu da çevresine yardımcı, kendi kriterlerinde iyi bir birey olabilmesi.
	AG7	İşte artık kendime takıyorum maskeyi, onu yapmaya çalışıyorum. Yani o... iş hayatında birçok insanın yapmadığı bir şey. Bence amaç hepsini bir arada yapabilmek. Yani bütün bunları yapabilmek, hatta şimdi geçen arkadaşlarla konuşuyoruz, alakasız olacak ama böyle çok fazla bu antidepresan ilaç kullanımının olduğu konuşuluyordu. Hep onu diyorum ben. Amaç onu kullanmadan o ruh haline gelebilmek. Yani o da bir başarı kriteri bu bence... Yani hakikaten siz doyumlu bir şekilde aile hayatınızla, kendi kişisel hayatınızla doyumlu bir şekilde işiniz de doyumlu bir şekilde yapabiliyorsanız gerçekten başarılı ve mutlusunuz bence.
Çalışmak	AG21	Başarının sırrı da gayret etmek, yani azim... azim, çalışma ve istek.
	AG15	Başarı bence çok çalışmaktır.
	AG14	Ama başarısız olmak da bir başarı, çünkü o sonra başarıyı getirir, aldığımız tecrübe.
İstemek	AG10	Hedefine ulaşmak için gösterdiğin süreç, çaba, emek. Varmaktan öte o süreç, çünkü süreç içerisinde koyduğun hedefin doğru olmadığını da gözlemleyebilirsin, o zaman hedefini değiştirmen lazım, o da başarının bir parçası, yani onun farkına varabilmek de bir başarının parçası.
	AG8	Başarı, istenilerek yapılan, hedefe ulaşılan iş.
Hayallerini Gerçekleştirmek	AG21	Yani insan kötü bir yapacağında bile... istemek gerekir. Her şey istemek ile başlar.
İş-Aile Dengesini Sağlamak	AG5	Hayale ettiğini gerçekleştirebilmek, evet başarının şeyi hayal ettiğini gerçekleştirebilmek.
Sözünde Durmak	AG2	Üçüncü başarı kriteri gördüğüm şey ben bunu ailemle işi dengeleyebiliyor muyum? Yoksa hani darmadağın mı oluyoruz? Yani evde her yerde kıyafetler ve böyle dolapta altı günlük bir tavuk yemeği olmasın yani. Bu başarısızlık olurdu
Kendini Gerçekleştirmek	AG5	Başarı, verdiğin sözü tutabilmek.
	AG5	Minimum bir başarı, yani yaşamasını sağlayabilecek alt şey. Tamam. Yaşamaya devam ettikten sonra farklı neler yapabilirsin, şirketin kendini gerçekleştirebilmesini sağlamak yani. İşte o da sosyal şeylere katılmak işte kadın... pay forward yapmak. İşte stajyerimiz var mesela bizim. Lise stajyeri

Başarı Kriteri	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
		ama 50 yaşlarında bir ablamız, ona şeyi öğretiyoruz, iş dünyasını öğretiyoruz, gıdayı öğretmekten çok iş dünyasını öğretiyoruz mesela. Bu pay forward ve bu en baştaki ya ne işim olur... belki demezdim ama yani en başta düşündüklerim içerisinde bu yoktu yani. Böyle bir misyon yoktu. Şimdi daha fazla var. Çünkü ben bu kadar böyle şeyin üzerinden atlaya zıplaya yaptıysam bana benim gibi birinin konuşmasını isterdim. Yani o yüzden pay forward var işin içinde. Türkiye için bir şeyler, Türk kadını için bir şeyler yapabilmek var yani hani farklı ürünler, o işte o pratik zaman kazandıran tarifleri ve yemek, gıdaları vs. yapabilmek için onlar var. Farklı ürünler var. Bitmiyor, hiçbir zaman bitmiyor. Yani hep bir level yani bir 5 sene sonraki AG5 belki bambaşka şeylerden konuşuyor olacak ama, mantıklı muhtemelen bu olacakmış gibi gözüküyor yani.
Yaptığı İşin İçine Sinmesi	AG16	Aslında başarılı hissettiğim nokta şu, kitap biter, videosunu her şeyini tamamlarım, kargo paketini ulaştırmadan önce şöyle bir kitabı incelerim, ya derim gerçekten olmuş mu, evet evet olmuş derim ve içime sinmeyen hiçbir sayfayı bugüne kadar kitabıma eklemedim.
Üretiyor Olmak	AG7	Yani yaptığımız iş bir katma değer, bir üretim yapıyoruz, bu çok önemli. Yani Türkiye’de ne yazık ki kimse üretime girmiyor. Herkes üretimden kaçıyor. Aslında işin en şeyi bence tatmin edici tarafı o üretimde.

Anne girişimcilerin başarı tanımları yapıldıktan sonra, kendilerini başarılı görüp görmedikleri sorusu sorulmuştur. Çoğu kendisini başarılı görmektedir. Bir tanesi mükemmeliyetçi yapısından kaynaklı olarak, bir tanesi de kendisini hala yolun başında gördüğü için kendilerini tam olarak başarılı hissetmediklerini belirtmiştir.

AG16: *Evet bu çok yani, bu hep korktuğum bir sorudur aslında. Kendimle yüzleşmekten de gerçekten korktuğum bir sorudur. Çünkü az önce dedim, derken bile çok çekinerek söyledim. Hani bu ülkede benim gibi kitap yapan yok derken, aslında hani aslında kendimi orada yüceltmek değil de yani nasıl desem, o başarıyı aslında yakalayabildiğim için çok mutluyum gerçekten... Ama şöyle ki, ben hiçbir zaman kendimi çok başarılı olarak görmedim. Göremedim, çünkü görebilseydim üretemezdim. Yani üzerine üzerine ekleyemezdim. O yüzden her zaman diyorum ki bir tarafım hep eksik, ne kadar tamam olursam olayım, bir tarafım eksik... Yaptığım ve boşta duran bir sürü sayfam var. Çünkü içime sinmedi mi olmuyor. O yüzden o konuda, yani ekleyemediklerim konusunda bu. Biraz mükemmeliyetçilik var galiba o yüzden biraz başarısız hissedebildiğim oldu. Ama dediğim gibi kitap biter, bakarım evet başarmışım derim.*

AG1: *Şu an tam yüzde yüz başarılı görmüyorum. Çünkü daha önümde çok uzun bir yol var bence hani tam evet oldu dediğim bir nokta var kafamda, o noktaya geldiğimde ancak böyle bir şey*

Diğer anne girişimciler, genel olarak ürünleri ve hizmetleri beğenildiğinde kendilerini başarılı görmektedir. Bir tanesi yaptığı iş sayesinde mutlu olduğu için, bir tanesi kendine

koyduğu hedefleri gerçekleştirdiği için, iki tanesi ev işe işi birlikte yürütebildiği için, bir tanesi de cesaretinden dolayı kendilerini başarılı görmektedir.

AG8: *Kendimi başarılı görüyorum ama işte, bu işlerde çevre lazım. Çevre olmadığı için, bazı işte etkenler de oluyor. O da bazen etkiliyor işte benim yapma enerjimi.*

AG1: *Bir de o yaptığınız şeyler, insanlar yani beğenisini aldıkça insanların daha fazla şey oluyorum böyle... evet diyorum ya oldu ben başarabiliyorum bu işi.*

AG17: *Tabi kendimi işimde başarılı görüyorum.*

AG21: *Kendimi başarılı görüyorum.*

AG1: *Şöyle her organizasyondan sonra gelen teşekkürler ile başarılı hissediyorum. Hani o karşının mutluluğu, teşekkür en büyük şey zaten. Hani manevi*

AG18: *Kendimi, işimde başarılı görüyorum. Başarı benim işim için, iş aldığım kişinin gözlerindeki mutluluk... Dediğim gibi iş aldığım insanları mutlu ettiğimde başarılı hissediyorum.*

AG9: *Evet, kendimi işimi başarılı görüyorum.*

AG6: *Yani kendimi başarılı görüyorum işim ayrı bir konu gibi düşünüyorum. Hani kendi başarı kriterin nedir? Bence mutluluk*

AG2: *Dışarıda ürün memnuniyetini gördüğüm zaman başarılı hissediyorum... İşte yani ev ve işi dengeleyebildiğim zaman başarılı hissediyorum*

AG15: *Ben şu anda kendimi şöyle başarılı görüyorum. Daha evle yani evden çalışma ile girişimciliği her ikisini de birlikte götürebildiğim için başarılı görüyorum.*

AG10: *Yani koyduğum hedefe vardığımda, başarılı buluyorum, yani hani ilk olacağım dedim oldum. İşte kitap yazacağım dedim, evet oldum. Kitabın ama bağış amaçlı yazıldı, bağış yapacağım dedim, bağışını yaptık, gibi gibi. Şey sonuç başarı...*

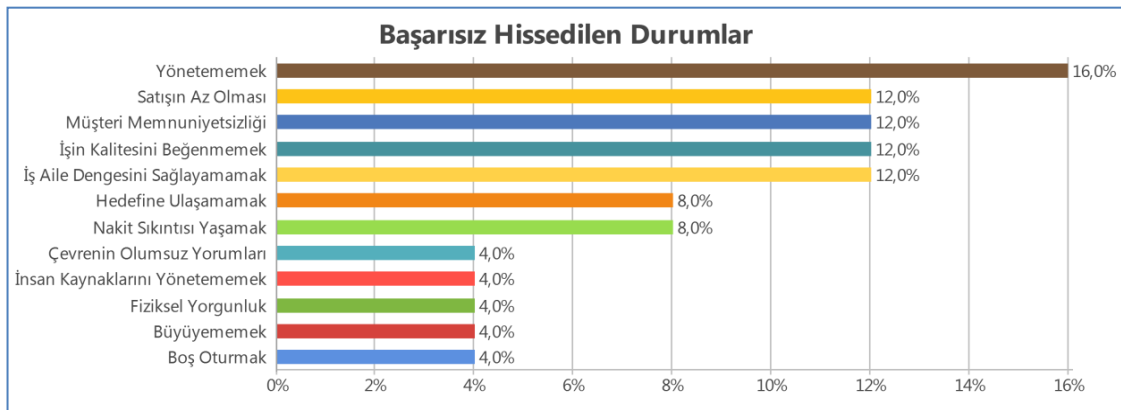
AG13: *Ama kendimi başarılı görüyor muyum, evet görüyorum çünkü hani gerçekten kimse... yani cesaret konusunda, herkesin cesaret edemediği bir şeyi yapabildiğim için, tek başına bir markayı yaratabildiğim için, e yani tek başına yapılabilecek bir şey değil. İnsanlar bunu onlarca kişilik ekiplerle yapıyorlar... Yani kendimi başarılı görüyorum ama istediğim başarıyı elde etmem koyduğum en yüksek hedefe ulaştığım noktada olacak. Yani hedefim o. O zaman işte başardım diyebilirim.*

3.2.10.2. Anne Girişimcilerin Başarısızlık ile İlgili Düşünceleri

Anne Girişimcilere, hangi durumlarda kendilerini başarısız hissettikleri sorulmuştur. Kendilerine koydukları başarı kriterleri temel alındığında, o kriterleri yerine getiremediklerinde kendilerini başarısız gördüklerini ifade etmişlerdir. Müşterilerden gelen olumsuz yorumlar, çevrelerinde işleriyle ilgili destekleyici olmayan yorumlar, satışların yeterli düzeyde olmaması veya azalması, koydukları hedeflere ulaşamamak, nakit sıkıntısı yaşamak, yeterli seviyede işi büyütememek, işi ve insan kaynaklarını yönetememek gibi nedenler anne girişimcileri başarısız hissettiren nedenler olarak belirtilmiştir (Şekil 29).

Şekil 29

Anne Girişimcilerin Başarısız Hissettiği Durumlar



Anne Girişimcilerin başarısız hissettikleri durumlar ile ilgili söylemleri Tablo 51’de verilmiştir.

Tablo 51

Anne Girişimcilerin Başarısızlık ile İlgili Söylemleri

Başarısız Hissettiren Durum	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Müşteri Memnuniyetsizliği	AG17	Yani, başarısız hissettiğim, illaki bir müşterimden mutsuz, olumsuz geri dönüşler aldığımda, ya da o işin aksayan bir şeyi çıktığında keşke bundaki bu olayı fark etseydim, daha önceden ben bunu hesaplamalıyım, bu benim işimdi ve ben bunu hesaba katmalıydım diye düşündüğümde başarısız hissediyorum
	AG22	Çok eleştiriye, kötü anlamda eleştiri geldiğinde kendimi çok başarısız hissediyorum.

Başarısız Hissettiren Durum	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
	AG21	Başarısız, hani takdir edilmiyor, beğenilmiyorsa o zaman da kendini başarısız addediyorsun.
Çevrenin Olumsuz Yorumları	AG15	Başarısız hissettiğim, yani şöyle hissediyorum ben aslında kendime güveniyorum ve yaptığım işi çok seviyorum, çok keyifle yapıyorum, şu durumlarda başarısız hissediyordum: etraftan çevreden işte demin dediğim gibi, o buraya kadar, olmuyor, boşuna kürek çekiyorsun, o kadar çok çalışıyorsun ama karşılığında hani bir şey elde edemiyorsun sözlerini duyduğum zaman kendimi biraz acaba mı diyorum.
	AG7	Birçok faktör var o faktörlerin hepsini aynı anda görüp daha vizyoner olup, riski de görebilmek, riski yönetebilmek, yani o riski ... her işte bir risk var ama o riski ne kadar yönetebiliyorsunuz ne kadar... yönetebilmekten kasıt tabi o riski görüp bir noktaya kadar evet ben bunu kabul ederim, bundan sonrasını kabul etmem diyebilmek. Bunlar yönetsel beceriler. Bunları yapabildiğiniz oranda başarılısınız bence. Bunları yapamadığınız durumda başarısızınız.
Yönetememek	AG13	Evet, gözümün önündeki şeyleri bazen hata yaptığımı anladığımda yani hani nasıl bunu fark edemedim veya niye zamanında şunu böyle böyle yapmadım gibi gibi, mesela daha geçen fark ettim bizim iade bölümünde bir şey vardı, o çok önemli bir şey o yanlış, yani nasıl bu önemli bir şey neden bunu atladım yani niye bakmadım. Bu sefer bir şey bulunca bu sefer komple siteyi baştan aşağıya tarıyorsunuz acaba başka bir şey var mı diye, yani tabi ki oluyor.
	AG18	Ama acaba yetiştiremeyecek miyim kaygısı oluştuğunda içimde acaba başarısız mıyım diye de düşünüyorum.
	AG19	Ya bazen çok üst üste geliyor her şey. Ya bugün az önce mesela bir ara çıldırdım.
İnsan Kaynaklarını Yönetememek	AG9	Şöyle hani tam anlamıyla iyi bir ekip oturtamadık, bu bizim başarısızlığımız. Aslında şu zamana kadar bunu sağlamalıydık ama bizim ilk focuslandığımız alan da daha çok dediğim gibi yani bu işi servis edeceğimiz müşteriler, bu kısmı tamam ama çok sağlam bir ekip henüz oturtmadık. Hani bu bizim eksiliğimiz ve başarısızlığımız. Bu noktada da çok istekli, başarı için çalışan çok kişi görmediğimizden. Ya da biz denk gelmedik. Yani herkes daha çok sıkılmadan, işte çok fazla... daha doğrusu çok hedefleri olan birilerine denk gelmek ile alakalı herhalde bu. İnşallah öyle birileri ile karşılaşsak o eksikliğimizi de çözeceğiz.
Nakit Sıkıntısı Yaşamak	AG5	Para olmadığında başarısız hissediyorum. Parayı çeviremediğimde, nakit
	AG3	Yani maddi olarak başarılı görmüyorum ama galiba maddiyata da takılı değilim.
İş Aile Dengesini Sağlayamamak	AG10	Ofise taşınınca, ofiste biz çalışmaya başladık ya, evde her şeyin bizim yaptığımızı fark ettim. Yani burada hani başarısızlık ise mesela buna tanı koyabilirim. Ben çocukların kıçlarını toplamayı öğretmemişim, benim için bir başarısızlık... Hay lanet olsun diyorsun, kendin yapıyorsun, ama hani bu da mesela benim için bir başarısızlık yani mutlaka vardır bir çözümü her şeyi kadın, hani çözümü her şeye kadınlar koşacak, olmamalı.
	AG3	En çok başarısız hissettiğim yer ev dengesini kuramadığım yer
Hedefine Ulaşamamak	AG15	Ama başarılı görmediğim taraf, daha amacıma ulaşmadım. Oraya geldiğim zaman kendimi tam başarılı hissedeceğim.

Başarısız Hissettiren Durum	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
	AG1	Mesela kendime bir kota koyuyorum. Fuarlara katıldığım da falan özellikle. Diyorum ki işte geçen fuarda, aynı fuara katılıyorum bu kadar yapmıştım, bu sefer kesin bu kadar ürün satarım diyorum. Bir şey oluyor mesela aynı anda şehirde üç tane etkinlik oluyor az kişi geliyor. O zaman kendimi başarısız hissediyorum. Ama diyorlar ki bana da o senin başarısızlığın değil, o etkinliğin, içinde bulunduğun etkinlikteki bir eksiden kaynaklanıyor. Ama ben işte onu kendime yoruyorum.
İşin Kalitesini Beğenmemek	AG16	Yaptığım ve boşta duran bir sürü sayfam var. Çünkü içime sinmedi mi olmuyor. O yüzden o konuda, yani ekleyemediklerim konusunda bu. Biraz mükemmeliyetçilik var galiba o yüzden biraz başarısız hissedebildiğim oldu. Ama dediğim gibi kitap biter, bakarım evet başarmışım derim.
	AG12	Tam tersi durumlarda başarısız hissederim. Yani yaptığımız işin kalitesiz olması, kötü bir şeyin çıkması ürününüzle ilgili bir öngörünün çıkması başarısız hissettirir bana.
	AG8	Genelde başarısız hissetmiyorum çünkü hani kendisinin istediği gibi yaptığım için sonradan mesela malzeme beklemediği gibi oluyor ya da hani benden kaynaklı değil yani, malzemeden kaynaklı bir şey oluyor.
Satışın Az Olması	AG22	Ya da işler biraz durulduğunda. Şey var mesela hani bizim bu yarınımız yok, bugün bir şey üretiyoruz ve satıyoruz ama yarın olamama kaygısı ya da yarına bir maddi gelirim olamayacağı konusu beni böyle yoran bir kısım. O zamanlar kendimi çok başarısız ve tekrardan aynı şeyi elde edemeyeceğimiz hissi yaratıyor. Ama motive edici tek bir mesaj bile günümü güzelleştirebiliyor.
	AG12	Satış volume, satış adetleri tabi ki.
	AG8	İlk başlarda olmuştu. Hani ben mi yapamıyorum acaba neden müşterim yok. O tür şeyleri yaşadım. İlk zamanlarda olmuyordu, çevrem yoktu. Sonra letgo'dan falan başka yerlerden de yaymaya çalıştım.
Büyüyememek	AG7	Ama ufağız, büyüyemedik. O açıdan bana biri için de ben başarısızım.
Fiziksel Yorgunluk	AG20	Başarısız hissettiğim, fiziksel olarak yani 42 yaş yani ruhum 30larda ama vücudum 42 olunca bazen vücut enerjim düşünce ve heyecan hızıma yetişemeyebiliyor. O bir başarısızlık doğurabiliyor bende. Yani ben işte bugün 5 kilo çikolata yapabilirim diyorum ama günün sonuna doğru çok yorulduğumu hissediyorum fiziksel olarak, çünkü çok az makine kullanıyoruz, bildiğiniz fiziksel, el emeği ile yapılmış bir şey olduğu için, hani vücudun da bir şeyi var, o yüzden bazen öyle bir keşke daha erken bu işlere girişseydim dediğim oluyor. Bu heyecan varken, vücudum da o tempoyu kaldırabiliyorken aslında olsaydı
	AG14	Hiçbir şey yapmazsam başarısız hissederim. Çünkü başarısız olmak da bir başarı. Yani hiçbir şey yapmayan insan başarısız olabilir mi, onu yaşayamaz değil mi, çünkü hiçbir şey yapmıyordur. Yiyip, içip geziyordur, ya da hiçbir şey yapmıyordur, bir amacı yoktur. Ama başarısız olmak da bir başarı, çünkü o sonra başarıyı getirir, aldığımız tecrübe.

3.2.11. Girişim Sonrası Yakın Çevre ile Olan İlişkilerdeki Değişim

Anne girişimcilerin, girişimleri sonrası en yakınlarındaki kişiler ile ilişkilerinde meydana gelen değişiklikler sorulmuştur. İlişkiler olumlu mu ya da olumsuz yönde mi ilerledi, girişimleri sonucunda yaşanan değişimler üstünde duruldu. Bu ilişkiler, çocukları, eşleri, aileleri ve arkadaşları ile olan ilişkiler olarak dört grup altında incelenmiştir.

3.2.11.1. Çocuk ile İlişkileri

Girişimci olma nedenlerine bakıldığında, çocukları ile istedikleri gibi, kimseye hesap vermeden, kimseden izin almak zorunda kalmadan zaman geçirmek isteyen, çocuklarına daha iyi bir hayat sunmak isteyen, çocuklarının ihtiyaçlarından yola çıkarak bir şeyler üreten kadınların, girişimleri sonrasında çocukları ile olan ilişkilerinin değişimine göz atmak önemli hale gelmektedir. 22 anne girişimci ile yapılan görüşmeler neticesinde, çocukları ile ilişkilerinin genel anlamda olumlu olduğu, ilk etapta ulaşmak istedikleri amaç olan çocukları ile istedikleri şekilde ilgilenilme olanağına ulaştıkları gözlenmiştir. Elde ettikleri esneklik, çocukları ile ilişkilerini iyi yönde etkilemiştir. Örnekteki çoğu çocuğun, “çalışan anne” kavramına uzak olduğunu söylemek mümkündür. Çalışan anneden kasıt, kurumsal bir yerde, başkaları adına çalışan, belirli çalışma saatleri olan ve kendi zaman yönetimini işine göre ayarlamak zorunda olan annedir. Çoğu çocuk annelerinin kurumsal hayat tecrübelerine pek şahit olmamıştır, ya da bunu algılayabilecek yaşta olmamışlardır. Bu nedenle annelerin çocukları ile ilgili aktardıkları birkaç olumsuz durum aslında çalışan annelerin sıklıkla karşılaştığı durumlardır. Anne girişimci olmaları onların birer çalışan anne oldukları gerçeğini değiştirmiyor. Sadece evden çalışabilme olanakları ve zamanlarını kendilerinin ayarlayabiliyor olmaları onların avantajıdır. Görüşmeler neticesinde, çocukların, annelerinin işlerine ilgi gösterdikleri; annelerinin işlerinden, yaptıklarından gurur duydukları, bunun avantajını değerlendirdikleri sonucuna da ulaşmak mümkündür.

Girişimini kurma aşamasında, geçirdikleri yoğun bir dönem nedeni ile çocuğu ile yeterince vakit geçiremediğini belirten AG20, işlerin düzene girmesi ile artık daha rahat zaman ayırabildiğini belirtmiştir. Yoğun olduğu dönemde babanın daha çok devreye girmesi ile bu dönemin daha kolay atlatıldığını ifade etmiştir.

AG20: *O biraz zor tabi, ilk 6 ay çok zor geçti. Hani o evet, belki şimdi ben bırakıyor ben alıyorum okuldan, daha fazla zaman geçirebiliyoruz, düzene girmeye başladığı için ama, ilk başlarda, o çok yoğun çalıştığım günde 17 saatler, Cumartesi pazarlar falan çalıştığım dönemlerde ona çok zaman ayıramadığım olmuştu. Ama bunu biliyordum yani, o aşamanın böyle geçeceğini tahmin ediyordum. O dönemde de babası biraz devreye girdi. Hani onun o boşluğu yaşamamasın diye. O dönemde evet ama şimdi nispeten çok daha normale giriyoruz.*

İşi nedeni ile çocuklarına daha az zaman ayırmak zorunda kaldığını belirten anne girişimciler de mevcut. AG21, çocuklarının büyüdüğünü hem yaşları nedeni ile hem de girişimi nedeni ile onlarla eskisi gibi oyun oynayamamasının üzüntüsünü ara ara yaşadığını ifade etmiştir. Bunu farklı şekillerde gidermeye çalıştığını ve para kazanıyor olmanın avantajını da kullandığını belirtmiştir. Para kazanıyor olmanın, çocuklarının hoşuna gittiğini ifade etmiştir.

AG21: *Sadece, vicdanımı sızlatan bir şey var, eskiden çocuklarımla çok oyun oynardım, ben böyle eğlenceli anne olmaya çalışan birisiyim ve iki tane oğlum var dedim ya futbol falan oynardım onlarla. Ben kaleci olurum şimdi büyük oğlum özellikle, anne dikişe başladığından beri hiç bizimle oyun oynamıyorsun diyor. Ama o da büyüdü, onunla ne oynayayım, 9,10 yaşındaki çocukla ne oynayabilir ki insan? Tabi işin o tarafı var ama dikişe uğraşsam ne bileyim kutu oyunları oynardık belki, vicdanımı sızlatan tek nokta orası. Yani oğlumdan o sözleri duymak... Şimdi o vicdan azabını şey yapmak için de büyük oğlumun sınıf annesi oldum. 3 yıldır sınıf anneliği yapıyorum, o yönde besleyeyim istedim. Bir bunu ekleyebiliriz. Onlarla olan iletişimim sifıra inmedi ben bu işle uğraştığım için. Hani onlarla olan ilişkiyi belirli bir seviyede tutmaya çalışıyorum... Şimdi şöyle tabi bir maddi destek, maddi bir gelir var bu taraftan. Hani hiç kullanmıyor değilim onu. Çocukların ihtiyaçlarında kullandığım zaman hoşlarına gidiyor bazen hani anneler tehdit eder ya, ben de tehdit ediyorum ya tamam o zaman ben bu dikişi bırakayım yani falan diyorum, o serzenişte bulunan oğlum diyor ki, tamam tamam anne bırakma, çünkü bir maddi bir şey var, orada bir gelir var. Her şeyi babaya da söyleyemiyorsun, baba da her şeye evet demez bir de bizde öyledir. Ama ben kazandığım ile onların isteklerine cevap veriyorum ufak ufak da olsa. Dolayısı ile dikişi bırakıyorum diye tehdit ettiğimde yok yok, tamam sen devam et diyor. Onlar da şey yapıyor.*

Anne girişimci AG5, öncelikleri doğru belirleyip, çocuk ile kaliteli zaman geçirmenin gerekliliğine vurgu yapmıştır. Zaman zaman yoğun geçen iş seyahatleri sırasında problemler yaşayabildiklerini belirtmiştir.

AG5: *Ya biraz olumsuz çünkü biraz zaman ayırabilmekte sorun yaşıyorsun. İşte onu yönetebilmek önemli, önceliklerini belirleyebilmek önemli. İşte şey onun mesela bir onu da yavaş yavaş öğrenmeye başladım yani işi de planlı olmak gerekiyor yani... zamanın kıymetini bilmek gerekiyor. Onun bir gazını alıp, onunla*

ilgili kaliteli zamanı geçirdikten sonra ilk önce ev ortamında isek, şey isek ilk önce o, onunla beraber bir şeyler yapmak, ne bileyim gazını almak. İlk kaliteli zamanımızı, işte oyunumsu vs. geçirdikten sonra işte o dersine ben işime. O işte plan ama onu yapmak lazım, önceliği eğer şey yaparsan orada arıza çıkabiliyor. İş gezilerinde falan arıza çıkabiliyor yani. Fazla uzun zaman, fazla gezdiğimde gittiğimde arıza çıkabiliyor.

AG9 ve AG14 de çocuklarına ayırdıkları zamanın azaldığını ifade etmişlerdir. Bunu çocukları ile konuşarak, onlar için çabaladıklarını ifade ederek bunun bir problem olmasının önüne geçmeye çalışmışlardır. Ya da babanın daha çok devreye girmesi ile bu açığı kapatmaya çalışmışlardır.

AG9: *Şimdi çocuklarla ilgili aslında çocuklar eskiden bizi çok daha az görüyordu. Hani ben gene bir nebze de babasını çok görmüyordu. Sabah çünkü çok erken bir saatte gidip, çok geç saatte geliyordu. Ama şimdi babayla daha çok zaman geçirebiliyorlar... Daha önce ben daha fazla zaman ayırabiliyordum. Ben okula götürüp getiriyordum, işte bir yere gidilecekse ben daha fazla şey yapıyordum, onun iş yeri uzak olduğu için daha çok şey yapamıyordu, zaman geçiremiyordu. Ama şimdi babayla da daha çok şey paylaşabiliyorlar. Yani eski işi onu daha geç saatlerde, erken başlayıp geç bitiyordu, çocuklara hiç uymuyordu. E şimdi ne oluyor, onlara bir şekilde hem de biz de yardımlaşmış oluyoruz, hem de paylaşmış oluyoruz, çocukların sorumluluğunu. O iyi, yani onun işi olduğunda ben alıyorum, benim işim olduğunda o alıyor. Böylece yardımlaşıyoruz.*

AG14: *Birazcık, işte birazcık zaman olarak yani eskisi kadar zaman harcamadım, ama söyledim. Anlattım, oğlum bu senin için, hani ben de senin için yapıyorum, daha iyi şartlarda ol, başarmak istiyorum vs. anlattım durumu. O da anlayışla karşıladı.*

Anne girişimci olmanın avantajını kullanan ve bunun çocukları ile ilişkilerinde olumlu yansıdığını belirten anne girişimciler, esnek çalışmanın altını çizmişlerdir. Çocukların ihtiyaç duyduğu anda, yanlarında olabildiklerini, onların etkinliklerine katılabildiklerini ifade etmişlerdir. AG11, çocuğu ile daha fazla vakit geçirmek amacı ile, çoğunun iki yaş sendromunu daha rahat atlatabilmek için işi bırakıp kendi girişimini kurduktan sonra, çocuğu ile daha fazla vakit geçirebilme olanağı nedeni ile problemlerin azaldığını ifade etmiştir.

AG17: *Çocuklarımla, yani... zannetmiyorum yani sonuçta büyük kızım okulda bir şey unuttuğunda kalkıp hemen götürebiliyorum. Hastalandı, aman buyurun gelin alın dediklerinde ikisini de birini kreşten, birini okuldan kimseye sormadan, hesap vermeden gidip alabiliyorum. Her özel günlerinde yanlarında oldum bugüne kadar. Okulda olan kutlamalar, vs.ler aman anneler günü, veli toplantısı, her şeylerine gittim, hiç kimseye ben gidebilir miyim izin sormadan gittim. Yapılması gereken her*

şeylerine, o gün cevap verdim. Dolayısı ile olumsuz bir etkisi olduğunu sanmıyorum. Bazen hani evde vakit olarak belki onlarla çok oynayamıyorumdur. Çünkü ev işleri de devam ediyor bir yandan, hayat devam ediyor. Yani bir tek onlarla birlikte oyun oynama zamanımdan çalmışumdur ama onun haricinde, onların okul hayatları ile ilgili bence çok daha olumlu yönde oldu. Çünkü birçok anne, birçok çocuk boynu bükük iken, özel günlerinde ne anne ne babası yanlarındayken, onların yerine dedeleri, nineleri geliyor iken, ben hep çocuklarımın yanında oluyorum.

AG8: Çok daha pozitif etkilendi. Daha çok vakit ayırabildiğim için, mesela işim daha yakındı her gün ben eve gidemesem de gündüz mesela oğlum ufak olduğu için geliyordu, görebiliyordum. Emzirdiğim zamanlarda mesela yardımcı getiriyordu bana emziriyordum tekrar götürüyordu sonra bir daha getiriyordu bir daha emzirebiliyordum. Hani o yakınlığı çok kullandım. Eve çok daha vaktinde geliyordum. Trafik, nispeten az trafikli bir... şu anda mesela taşındım ben çocukların okulundan dolayı ama hani o ilk zamanlarda, ilk yıllarda, ilk 5 sene diyeyim eve çok yakınca mesafedeydim. O da çok avantaj oluyordu benim için. Her bir şeyini, mesela gösterilerini kaçırmıyorsun, yarışmalarını kaçırmıyorsun, okuldan bir şey için çağırıyorlar, her zaman gidebilecek durumdasınız. Bunlar tabii büyük avantaj. Hasta oluyor çocuklar ve anne mesela uzun bir seyahate gitmesi gerekiyor, çocuğu ateş içinde bırakıp gidiyor yani bunlar çok can sıkıcı durumlar oluyor.

AG15: Şöyle söyleyeyim, şu anda küçük pek daha bir şey anlamıyor tabii ki. Anne işe gidiyor diyoruz arada böyle. Ama o kavramı daha bilmiyor. Büyük çok alıştı evden çalışmama. Bazen şaka yapıyorum, bırakacağım, dışarıda çalışacağım... Anne senin bir işin var ya, evden çalışıyorsun, okuldan geldiğimde seni evde görmek istiyorum diyor. O bayağı bundan mutlu.

AG7: Çok farklı yani, çocuğumu kendim büyüttüm. Kendi işim olduğu için kendim büyüttüm diyebilirim. Yani öbür türlü başkası büyütüyor olacaktı.

AG11: Olumlu etkilendi. En azından o sendromlarımız ve o tersliklerimiz sona erdi. İşte pedagojik takip süresi bitti. Daha mutlu... Tabii, evet tabii o ona yetmiyor ama gene de onlara kalsa 24 saat, onlar 23 saat anne ile oynamak ister.

AG2: Şimdi ben sanırım kendimi daha iyi hissettiğim için Murat'la da daha iyi vakit geçiriyorum. Murat'la daha az vakit geçireceğimi düşündüğüm için daha kaliteli vakit geçiriyorum. Yani eskiden bu kadar oyun oynamıyorduk. Yani hani şimdi her şeyi yapıyoruz. Ben de çok daha fazla vakit geçirmek istiyorum. Çok fazla bizim evde televizyon vs. izlenmiyor hani dolayısı ile sürekli bir aktiflik gerekiyor. Ama tabii o büyüdükçe daha da fazla beraber vakit geçirebiliyoruz, bir de o da var. Ben işe başlamadan evvel daha küçüktü, 1- 1,5 yaşındaydı. Hani ne kadar kaliteli zaman geçirebilirsin. Çok bir iletişim yok. Ama şimdi konuşmaya başladı vs. şimdi bir sürü şey yani arkadaş gibi de şey yapabiliyoruz.

AG3 ve AG2, işlerini yaparken bazen streslerini eve yansıtabildiklerini ifade etmişlerdir.

Bunun farkında olduklarını ve bunu artık daha iyi yönetebildiklerini belirtmişlerdir.

AG3: Genel olarak güzel etkilendi. Bir dönem oldu, o da işte aşırıya kaçmış annelerin bana böyle saldırdığı, çemkirdiği ve benim haksızlığa uğradığımı hissettiğim ve canımın sıkıldığı bir dönem oldu. O sırada belki biraz asabiydim. Ama hani genele yaymak yanlış olur ama... Onun dışında dengeyi buldum diye umut ediyorum.

AG2: Olumsuz şeyi nadir anlarda bazen kendi stresimi eve yansıtabiliyorum. Bilincindeyim yaptığım zaman. Kendime daha çok kızıyorum. Ama bazen oluyor.

3.2.11.2.Eş ile İlişkileri

Eş ile ilişkiler iki başlık altında incelenmiştir. İlk başlık altında, anne girişimcilerin girişimleri sonrası eşleri ile ilişkilerinde meydana gelen değişiklikler incelenirken; ikinci başlık altında ev-çocuk ile ilgili yapılması gerekenlerin paylaşımları konusunda eşlerin davranışlarında herhangi bir değişimin olup olmadığı incelenmiştir.

Eşlerin kadınların girişimlerini genel olarak desteklediğini söyleyebiliriz. İlk başlarda desteklemeyen eşlerin, daha sonraki aşamada kadınların başarılarını gördükçe, onlarla gurur duymaya başladıklarını da ifade edebiliriz. Kadınların ekonomik kazanç elde ettikçe, eşlerinin bundan içsel olarak rahatsızlık yaşadığını düşünen anne girişimciler de mevcut.

Tablo 52

Anne Girişimcilerin Eşleri ile Olan İlişkilerindeki Değişim

Eş ile İlişkideki Değişim	AG Sayısı	Yüzde
Değişiklik Yok	5	22,7
Olumsuz Etkilendi	4	18,2
Olumsuz iken Olumluya Dönüştü	3	13,6
Olumlu Etkilendi	10	45,5
TOPLAM	22	100

İlişkilerinin olumlu etkilendiğini ifade eden anne girişimciler, girişimleri sayesinde kendilerine güven kazandıkça eşlerinin de kendilerine farklı bir gözle bakmaya başladığını, kendileri de girişimci olunca birbirlerini daha iyi anladıklarını, daha az stres yaşadıkları için bunun ilişkilerine daha pozitif yansıdığını dile getirmişlerdir.

AG2: *Oldu yani bunu da itiraf etmek istemiyorum ama sanırım daha iyi olduk ya. Benim kendime birazcık daha güvenmem onun da bana daha güvenerek değil ama bana daha şefkatli yaklaşmasını sağladı galiba. Farkımız o oldu.*

AG12: *Tabi ki, ikimiz de girişimci olunca birbirimizi daha iyi anladık. Çalışma saatlerinin düzensizliği, hiçbir şekilde çalıştığınız zamanki gibi değilsiniz. Tatiliniz işte özel günlerinizi bile planlarken iş konuşuyorsunuz. Tabi ki bu birbirimize daha yakınlaştırdı, daha anlayışlı hale getirdi. Bilmiyorum yani ben girişimci olmasaydım eşimin yaptığını bu kadar iyi anlayıp onu bu kadar iyi idare edebilir miydim, çünkü o da çok yoğun çalışıyor, yurtdışında gidiyor geliyor sürekli, hani bir yerde ben maaşlı çalışan, düzenli bir iş hayatı olan biri olsaydım hadi yeter sen de benim gibi bir işte çalış diyebilirdim diye düşünüyorum.*

AG15: *Evet, yani şöyle söyleyeyim, onun bana olan desteğini ve güvenini gördükten sonra zaten daha farklı bakmaya başladım ona karşı. Tabi ki yani severek evlendik işte ama demek ki arkanda, demek ki bana güveniyor, başarısız da olsam işte... Destek veriyor diye düşündükçe yani hani, evliliğimizin daha da böyle genişlediğini düşünüyorum.*

AG8: *Evet yani çok pozitif yönde oldu benim açımdan. Çünkü çok daha az gergin, çok daha az... İstedğim insanlarla muhatap olabiliyorum. Çok avantajlı bence o kendi işinizde. Ve daha çok eve vakit ayırabildiğim için benim için çok daha avantajlı, pozitif oldu.*

AG5: *Daha iyi bir takım olduk. Eştik, takım olduk. Evet çok daha iyi birbirimizi anlar gibi olduk sanki ne bileyim, evet her zaman takımdık her zaman beraber çok iyi eğleniyorduk vs. ama sanki daha böyle bir kenetlendik açıkçası ve bu sadece işle ilgili de olmayabilir yani. Artık 10 senelik evliyiz ondan da kaynaklanmış olabilir ama iş de bunun içinde var o zamanın içinde var yani.*

AG22: *Yok, eşim çok destektir bana. Daha, yani şöyle o inanmamıştı. Hani en başta anlatmıştım. O kadar paralar kazanamazsın, çok daha fazlasını kazandığımı gördü. Ve şu anda onun gurur kaynağı oldum. Ama ilk başlarda çok burnundan getirdim.*

İlişkilerinin ilk başlarda olumsuz iken, süreç içerisinde olumlu yönde etkilendiğini belirten anne girişimcilerin genel ifadesi, eşlerinin girişimlerini ilk başlarda desteklemiyor iken, daha sonra onların başarılarını gördükçe bundan gurur duymaya başladıklarını yönündedir.

AG21: *Şimdi, biraz evvel şeyden bahsettim ya ben giyilmiş kotlardan çocuk önlükleri falan. O zaman eşim küçümseyerek bakıyordu. Bir hafta uğraşp bir önlük dikiyorsun, bu kadar uğraşmana değer mi gibisinden, sonra zamanla işin rengi değişti tabi. O yeşil portakal önce bir sarıya dönüyor, sonra turuncuya dönüyor ya, iş turuncuya döndü. Ondan sonra sıkıştığında benden maddi destek istemeye başladı. O küçümsemeler şeye dönüştü, işte biraz bana destek çıkabilir misin, tabi ben hiç başına kakmadım, hani sen beni küçümsüyordun falan demedim, istemem*

yani, üzme utandırmak. Şu anda o durumdayız, sıkıştığında benden hani maddi destek isteyecek durumda. Bu noktadan o noktaya geldik.

AG20: Olumlu oldu tabi, başlangıçta çok şey yaptı, hani dediğim gibi çok matematik kafalı bir adam olduğu için hiç istemedi böyle bir şey yapmamı aslında. Yaklaşık bir 4-5 ay falan hep şey yaptı, temkinli ve mesafeli durdu bu duruma, desteklemediğini çok net ifade etti ama senin kararın dedi. Saygı duyarım dedi. O desteklemediği dönemde çok yalnızken tabi o dönem çok zorlandım tabi, birçok anlamda çok zorlandım, yetişemediğim oluyordu. Çünkü işin kurulma aşamasında aynı anda bir sürü şeyi yapmanız gerekebiliyor. O yüzden şeydi, o dönemler zordu ama sonrasında, işi bir şekilde rayına oturduktan sonra, o da bir gelecek gördü belki de şimdi eskisi gibi değil, çok destek o anlamda.

AG14: Eşim benim pek çalışmamı bugüne kadar istemedi. Kıskanç bir yapısı var. Bugüne kadar yaptığım koleksiyonlara yorum da yapmadı, evde çalıştığımda, güzel şey diye. Harvey Nickols'un hani Demsa grubunun beni beğenmesi vs. hani biraz ona da şey oldu... yani ona ispatlamış hissettim kendimi. Çünkü beni pek öyle ileriye değil de yani hep aşağıya çekmeye çalıştı açıkçası... Gitti, çünkü müşterileri var vs. Hani ben iş yapıyorum falan filan firmaya ama isim vermiyorum. E tabi firmaya şey yapıyorum falan öyle demiyor ama Harvey Nickols'a yapıyor falan, gurur duyduğu fark ediyorum. Çünkü kıskanç biri olduğu için çok çalışmamı istemiyor. Kötü biri değil ama başarmamı çok istediğini zannetmiyorum ama bu kendi işim olduğu için ve kendi de gördü artık yapacak bir şey yok. Baktı ki yapıyorum ediyorum, beğeniliyor bir de iyi bir yer dendi, artık ona da artık kendimi güçlü hissediyorum bir yönden ona karşı.

Eşleri ile ilişkilerinin olumsuz etkilendiği ifade eden anne girişimcilerden AG9, eşinin de kendi girişiminde çalıştığı için bazen sorunlar çıktığını ifade etmiştir. AG13 ve AG17 ise eşlerinin, kadınların ekonomik özgürlükleri karşısında bocaladıklarını, kendilerinden bağımsız hale geldiklerini düşündükleri için arada çatışma yaşadıklarını ifade etmişlerdir. AG19, yaşadıkları ekonomik problemlerin de eşi ile arasında problemlere yol açtığını belirtmiştir.

AG9: Doğruyu söylemek gerekirse biraz sinirli oldu. Genelde ben iş isteyen taraf olduğum için. Biraz bir sıkıntı oldu yani ne kadar olsa işvereni muamelesi de gördüğüm için, iş isteyen pek sevilmiyor.

AG13: Evet, oldu. Yani erkekler eşlerini hem iş kurmasını istiyorlar hem kurduktan bir şeyler yaptıktan sonra endişeye kapılıyorlar. Ha bu para olarak bana bağlıydı, finansal açıdan ama şimdi kendi parasını da kazanınca giderse endişesi yaşadıklarını gördüm... Yani hani şimdi bu kendi işi oldu, tamamen kendi işi. Maaşınızı olması ile kendi işinizin arasında fark var. Şimdi o benim finansal dengemi bilemez, ben ayda 1 milyon kazandığımda onun bunu bilmesi mümkün değil. Gibi gibi. Hani böyle bir şey olduğunda benle, niyeyse öyle bir düşünceye kapılıyorlar ve erkeklerin kadınların kendi işlerini kurmasını istememeleri, istemiyorlar esasında bence. İstememe sebepleri de onlardan o bağımlılığı

tamamen koparması çünkü bir kadının özgürleşmesi demek maddi olarak gücünün olması demek aynı zamanda. Maddi olarak gücünü yoksa hiçbir şey yapamazsınız, o kişiye bağımlısınız. Onlar onlara bağımlı olmamızı istiyorlar. Hâlbuki biz onları sevdiğimiz için, onlarla olmak istediğimiz için onlarla bir araya geldiğimiz, bizim daha duygusal düşündüğümüzü bilmiyorlar. Onlar daha farklı çalışıyor kafaları bence... ama şey psikolojik açıdan bu tarz düşünceleri olduğunu biliyorum. Çünkü hareketlerinde endişe, kaygı hissediyorsunuz, diyordunuz ki ne oldu? O da diyor ki sen tamamen bağımsızlaştın. Çünkü erkekler onlara bağımlı olmamızı istiyorlar.

AG17: *Daha kötü oldu. Çünkü sizin çalışma saatleriniz dengesiz bir kere. Yani o uyurken sen yataktan kalkıp, ya da işte onunla aynı anda yatağa yatamıyorsun, ya da işin var hani gidip onunla uyusan bir problemi aklın işte çünkü sırf yani onu kırmamak için gidiyorsun yani, böyle bir saçma bir şey var. Hâlbuki senin içinde, ruhunda o işi yapmak var. Yap ki bitir, çünkü bu sefer sabah erken kalkmak lazım, 6'da falan kalkman lazım yani, ama onun işi öyle değil ki. Onun geldiği saat belli, uyuduğu saat belli, sabah işe gittiği saat belli. Dolayısı ile sizi çok anlayamıyor bu sefer diyor ki sen işini bizden önce tutuyorsun, çocuklarında önce tutuyorsun. Ailenden bile önce her şey siye sitem ediyor sana. E ikincisi de bazen çok iyi kazanabiliyorsun. O zaman o hakimiyet duygusu onda şey oluyor, zedeleniyor. Bakıyor, görüyor ki sen iyi kazanıyorsun. Eee aslında sen benliğin için ona bir şey için hayır diyorsun ya da bir şeye tepki gösteriyorsun ama o ona bağlıyor. Ne oldu, bu ay çok kazandın galiba. Aslında öyle değil, benim için öyle değil. Ama o öyle algılıyor. Aslında ben hiç kazanmasam da o tepkiyi veririm. Ama o, kazancın maddi kazancın arttıkça kendine özgüvenin arttığını düşünüyor, erkeklerde çünkü bence öyle. Ne kadar paraları varsa o kadar özgüvenliler. Kadınları da öyle düşünüyorlar. Aslında kadınlarda öyle değil. Kadınların özgüveni içinden geliyor, kalbinden geliyor.*

AG19: *Yani şöyle, ben ilk başladığım zaman, nasıl diyeyim, çalışıyordum zaten, eşimle tanıştığında, kendi işimdeydim. İlk başta çok güzeldi, o zaman çok iyi para kazanıyorduk böyle rakamlar çok iyiydi falan, sıkıntı yoktu. Sonra tabi doğum moğum olunca tabi eskisi gibi randıman olmayınca, hazıra da dağa dayanmıyor. Sonra bir baktım, oradaki şeylerde falan şey yapınca sarsılınca bütçeler, e sonra dedim ki sen kazan o zaman, ben kazanamıyorsam, e o da yok. İşe sahip çıkmadı. Ve bana sen çok horozluk yapıyorsun gibilerinden saçma sapan ithamlarda bulundu o yüzden hiç uğraşmaya gerek yoktu yani.*

Girişimleri sonrasında ev hayatında, ev işleri ve çocuk bakımı gibi konularda eşlerin davranışlarında herhangi bir değişiklik meydana gelip gelmediğini sorulduğunda, gelen cevaplardan genellikle, önceden de bu konuları paylaşan eşler arasında desteğin devam ettiğini gözlemleyebiliriz. Ev işleri ve çocuklar ile ilgili tüm sorumluluk annede ise, bu sorumluluk girişimcilik kursun kurmasın pek değişkenlik göstermiyor ve anne bu sorumluluğuna devam ediyor. Önceden de bu konuda yardımcı dokunmayan eşlerin davranışları, kadınlar kendi işlerini kurduktan sonra da pek değişkenlik göstermiyor. Sadece bazı durumlarda, eşler, iş konusunda kadınlara yardımcı oluyorlar. Örneğin getir

götür işleri gibi. 22 anne girişimciden 9 tanesi (%41) ev işleri ve çocuk konusunda tüm sorumluluğun kendilerinde olduğunu ifade etmiştir. Geri kalan 13 anne girişimci (%59), sorumluluğu paylaştıklarını, eşlerinin her konuda kendilerine destek olduğunu ifade etmiştir. Tüm sorumluluğun kendilerinde olduğunu ifade eden anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG1: *Ay yok hiç nerde. Önceden diyordum ki evdeyim, hani beni evde görüyor. İşte de sonuçta çalışıyorum. Sipariş yetiştirmeye çalışıyorum. Dükkânlara ürün yapıyorum. Ama evdesin diyordu. İşte çamaşır da yaparsın, ne olacak şunu da yap, yemeği de her şeyi de dört dörtlük istiyordu. Ama ben evde çalışıyorum diyordum. Şimdi dükkâna geldim. Hiçbir şey değişmedi. Diyordum ki kendi iş yerin olduğunda böyle olmayacak biliyorum yine hiçbir şey değişmedi, Şimdi diyor ki kendi işyerin diyor yani istediğin zaman oradan feragat edip evde yapman gereken bir şeyi yapabilirsin diyor.*

AG16: *Benim eşim çay bile demlemez yani... Orada ocakta yemek hazır, hadi Esra gel yemeği koy der. Ama arada bana kahve yapar hani bak çok yorgun görünüyorsun, bir kendine gel diye. Yani şöyle tatlı tatlı yardımlar olur ama genel anlamda evin tüm sorumluluğu bendedir.*

AG17: *Yani, ev işleri olarak onun çok böyle dişe dokunur bir yardımı yok. Yani, ben çalışıyorum, evin düzeni, sorumluluğu, çocuklar vs.ler bana ait. Hall olmazsa surat asılıyor tabi, dolayısı ile ben o desteği eşimden değil, ben kazancımın bölerek, onun da çözümünü işte yardımcı tutarak, yardımcıyı finanse ederek buluyorum.*

AG21: *Hayır yok, yani ben bu işle uğraştığım için diğer sorumluluklarımı aksatmadım, aksatmamaya çalıştım. Dikişle uğraşıyorsun, ama şunu ihmal ediyorsun, dikişle uğraşıyorsun ama şunu yapmıyorsun sözlerini duymayı hiç istemem ne çocuklarımdan ne eşimden. O yüzden önce o sorumlulukları yerine getirmeye çalışıyorum, belki önceki kadar çok zaman ayıramıyorum ama yerine getiriyorum. Yüzeysel de olsa bir şekilde yerine getiriyorum.*

Tüm sorumluluğun kendisinde olduğunu ifade eden AG7, girişimini kurduğunda aslında biraz da buna kendisinin neden olduğunu, kurumsal hayatın o stresli ortamından çıkınca ev ve çocuk ile ilgili sorumluluğu daha çok kendisinin üstlendiğini ifade etmiştir. Bir diğer anne girişimci AG10 ise eş yardımının aslında yanlış bir ifade olduğunu, aynı evi paylaştıkları için aslında sorumluluğun ortak olduğunu ama erkeklerin bu sorumluluğu kadınların üzerine yıktığını belirtmiştir. Erkeklerden yardım değil, kendi sorumluluklarını yerine getirmelerini istemek gerektiğinin altını çizmiştir.

AG7: *İşte, orada ben biraz hata yaptım. Yani kendi işim olduğu için bu sefer hani kurumsal hayattan o öyle baskıcı bir hayattan çıkınca bu sefer her şeyi bir üstlenme oldu bende. O üstlenmenin, o benim hatamdı yani sonuç olarak.*

AG10: *Yani, ne o, kısmi mi desem, yani şöyle oldu, yine ev hayatında bir şey değişmedi, sadece dışarıda övmeye başladı. Benim üzerimden rant yapma diyorum. Bir süre sonra işin çılığını çıkarmaya da başladı. Kar payı çıkardı kendine yani, işin özeti, öyle. Ama yine çamaşır beni bekliyor, bulaşık beni bekliyor... Ya kardeşim benim işim değil ki, benim işim değil. Dolayısı ile yardım konusu söz konusu değil. Yardım etmiyorsun, sen bana kendi sorumluluğunu sırtlamışsın kardeşim. Benim sırtıma bindirmişsin, yok öyle bir şey. Yoksa ben bir tabak kirletiyorum, bir çatal bir kaşık, çaydanlığı ortak kullanıyoruz, evet bu girer şeyin içerisine, evet ocağı, bulaşık makinesi, buzdolabını, çamaşır makinesini evet ortak kullanıyoruz, ha buzdolabı temizliği kısmında bir sen bir ben girer, ama bunun adı yardım değil yani. Orada bizim o tanımı o olguyu değiştirmemiz lazım.*

Ev ve çocuk ile ilgili tüm sorumluluk kendilerinde iken, işleri konusunda eşlerinin kendilerine yardımcı olduğunu da belirten anne girişimciler mevcut.

AG11: *Yani o zaman, ben kendi işimi yapıyordum, evin düzeninde değişiklik değil de diyeyim, bana daha destek oldu, iş bazında destek olmaya çalıştı.*

AG14: *Yok, şöyle tabi ki yardım ediyordu, maddi olarak yardımcı oluyordu. Mesela akşam atölye, diktirdiğim yerler çok uzak evime, yani 1 saat 1,5 saat, işten yorgun argın gelip de ürünleri 2-3 kere götürmüştür, getirmiştir. Hani bir şey lazım olmuştur, ya yardım gördüm.*

Ev ve çocuk ile ilgili sorumlulukları eşleri ile paylaştıklarını belirten anne girişimciler, eşlerinin kendilerini her konuda desteklediklerinin de altını çizmiştir. Eşleri ev ve çocuk sorumluluklarının yanı sıra, işleri konusunda da onlara destek olmaya çalışmışlardır. Yapılan görüşmelerde, eşlerinin yardımı ve desteğinin girişimlerini kurup işletebilmelerinde ne kadar önemli bir unsur olduğu gözlenmiştir. Anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG2: *Orası çok olumlu oldu. Ani ben birazcık o konuda da şanslıyım. İşte bütün bu iyi şanslar bir araya gelmese zaten iş olmazdı. Yani eşimin desteğini herhalde ya hiç başka ... bilmiyorum etrafımda hiç görmüyorum o kadar destek. Ki o da çok zor çalışıyor yani o her gün Kilyos'tan Sarıyer'den kalkıp Tuzla'ya giden, yani her gün yaklaşık 150 km'ye yakın yol yapan, yolda hayatı, ömrü geçen ve çok ağır gemi inşaat sektöründe çalışan bir insan. Ona rağmen, bugün öğleden sonra toplantım var deyince, bir şekilde işten gelip mesela Murat'ı okuldan alabiliyor. Ve hiç sorgusuz sualsiz. Yani kendi toplantısı iptal edip bunu yapabiliyor. Akşam çok yorgun olmasına rağmen mesela görüyorum çok yorgun, mahvolmuş ama orada Murat'la ilgilenir, mesela Murat'ı bu akşam sen yıkar mısın dediğim zaman yıkar. Çünkü şeyi biliyor, ben ondan bunu rica ediyorsam da onu manipüle etmek için ya*

da suistimal etmek için gerçekten istemiyorum. Hani birbirimize en azından o konuda güvencemiz var. Biri bir şey rica ediyorsa ya mutlaka kendi yapamadığı için yapıyordur. Yoksa bunu zaten kendi yapar gibi iletişimimiz var. Yani daha iyi olduk. Aile genel anlamda benim çalışmaya başlamamla daha iyi oldu. Daha az zaman harcamama rağmen daha kısa zamanda daha fazla şey yapabiliyoruz artık.

AG3: *Herhalde güzel bir denge kurduk. Yani çok sıkıntı yaşamıyoruz o konuda.*

AG5: *Başlangıçta olur mu olmaz mı diye eşimle çok tartıştık, yapabilir miyiz? Yapamaz mıyız? Bu fikir iyi mi? Ondan sonra onun çok büyük desteğini, hem kösteğini gördüm hep söylerim, çünkü çok iyi irdelememi sağladı. Çok dedi mesela, işte AG5, normalden çok daha fazla çalışman lazım, farkında mısın dedi. O zaman çok kırılmıştım buna, çok ... ben az çalışıyorum, ben zaten çalışmaya şeyim... şimdi onu hiçbir zaman söylemiyor, çünkü biliyor çok çalıştığımı, bunun altından kalkabildiğimi de fark etti. Hatta en büyüm yardımcı o oldu yani, klasik bir baba figürünün dışında, ben olsam da olmasam da işte, anne çalışıyor, AG5'in şu anda şeye ihtiyacı var, gelir yardım eder, dün akşam en basitinden saatlerce dükkanda durdu ve ustalar vardı içeride doğalgaz döşemek için, hiçbir şey söylemedi yani çok minnettarım ona. O anlamda... Olumlu bir gelişme oldu. Daha çok yemek bende, çocuğun sorumluluğu bende gibi gözükürken şimdi eşimle daha çok paylaşıyoruz hatta paylaşmasını da istiyorum. Mesela hala bende alışveriş çoğunlukla bende. Artık diyorum ki kendi istediklerinin alışverişini kendin yap, çünkü yetiştiremiyorum artık diyorum. Yani geri bildirimde bulunuyorum. Bunu şey yapmıyor, hayır sen kadınsın, bu senin görevin falan kesinlikle öyle bir şeyi yoktur. Çok Avrupalı'dır o anlamda. Ve paylaşıyoruz yani, paylaşıyoruz.*

AG6: *Ya genelde zaten çok yardımcı ve her şeyi bölüşebildiğim bir eşim var hani o açıdan bizim için çok değişiklik olmadı. Benim daha rahat olmam tabi onu etkiledi ama o da hani bundan dolayı daha az evle ilgilenir olmadı açıkçası. Yani çocuklarla aynı şekilde ilgileniyor hani evde de bir yardımcı evle ilgilendiği için genel işte alışverişi bölüşüyoruz falan bizim genelde bir sıkıntımız o anlamda olmuyor.*

AG8: *Eşim yardım ediyordu, bu işi yapmaya başlayınca biraz daha yardım eder oldu. Benim siparişim var hani bununla ilgileneceğimi sen şunu yapar mısın, bunu yapar mısın daha fazla yapmaya başladı. Destek oluyor.*

AG12: *Tabi ki yani, birbirimizi destekledik her zaman. O beni çok fazla destekledi. Ya o zamanlarda bizim kimsemiz yoktu bize destek verecek, kızım, üçümüz birlikteyken. Her konuda, ev işlerinde olsun, iş anlamında olsun, kargoları mesela dağıtımçıya ürünlerin gitmesi gerekiyor ve depoyu kendimiz tutuyorduk. Depoya ürünleri eşim götürüyordu. Birlikte hazırlıyorduk paketlerini, ben faturalarını hazırlardım, o ürünleri ulaştırırdı, bu şekilde çok desteği olmuştur.*

AG15: *Olumlu, çok destek. Çayımı bile getirir çalışırken.*

AG20: *Babanın da var aynı sorumlulukları. Hani benim eşim sağ olsun, hep söylemişimdir, belki benim bugün bu işleri yapabiliyor olmamın en büyük şeyi, şımarıklığı diyeyim yani, ben bugün bu şımarıklığı yapabiliyorsam eşim sayesinde çünkü bir tek emzirmemiştir yani, her şeyini yapmış bir adamdır. Hani altını*

değiştirmiştir, yıkamıştır, benim bugün girişimci olmamın temeli, onun bana sağladığı alandır aslında. Belik böyle bir adam olmasaydı, hayır ben bu eve para getiriyorum, sen de getirmek zorundasın, ya da daha üstten bakıp ey de diyebilirdi, bu kadar eğitimin var gidip bir profesyonelde gayet kariyerli, masalı, kartvizitli bir yerde çalışabilecekken, neden böyle bir riske atıyoruz hayatımızı da diyebilirdi. Demedi, mesela o da benim için bir özgürlük alanı aslında... Ama dediğim gibi yani hani benim bugün bu işi yapıyor olmamdaki en büyük şansım aslında onun bana sağladığı alandır aslında. Yani şey olarak başta evde yaparken falan da iş yaparken de çok yardım ederdi. Kutulamaya yardım ederdi, işte getir götür işlerine yardım ederdi. İşte araştırma kısmında, masa başı araştırma kısmı var bir de bunun, yurtiçi ne yapıyor, nasıl ilerleyebiliriz, farklı ne cihaz var, ne test cihazı var filan diye. O taraftaki o geri ofis işlerinde bana yardımcı olmuştur.

3.2.11.3. Aile ile İlişkileri

Yakın aile ile ilişkiler incelendiğinde, anne girişimciler genel olarak olumlu yorumlarda bulunmuşlardır. Aileleri onları manevi anlamda desteklemekte, aynı zamanda gerekli olduğunda işlerini yürütmelerine ya da çocuk bakımlarında yardımcı olmaktadır. Anne girişimcilerin aile ilişkileri hakkındaki söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG2: *Onlarla da daha iyiyiz. Yani sanırım herkes kendi hayatında bir şeylerle meşgul olunca birisine zaman ayırmak istediğin zaman gerçekten yüzde yüz bu sefer onunla vakit ayırıyor ve ilgileniyor ve dolayısı ile daha az da olsa daha kaliteli zaman geçiriyoruz herkesle.*

AG12: *Annem babam çok mutlular. Her zaman destekliyorlar, nereye gitseler, burada SENİN ÜRÜNLERİN var, burada SENİN ÜRÜNLERİN yok, bu mağaza ile görüşün. Bak burada arkalara koymuşlar kızım, ben aldım onu en öne koydum, tozunu da sildim. Hatta duamı da ettim, şimdi bak kaç tane satış olacak sen takip et şu mağazadayım. Sağ olsunlar. Onlar çok keyifliler, çok mutlular.*

AG14: *Onlar Fransa'dalar. Onlar da sevindiler. Hani manevi olarak destek oldular.*

AG15: *İyi, yoo, olumsuz da sadece işte anne yüreğidir ya bazen, hani gelir böyle geç saatlere kadar çalıştığımı gördükçe, yine bilgisayar karşısında bırak artık ... ama çok güzel, seviyorum ben bu işi diyorum, yoksa çok destekleri kıyamama var sadece.*

AG17: *Hiç hiç çok olumlu. Kendi işimi yapıyor olmam, dediğim gibi annem buraya geldiğinde önce gidiyoruz işimizi hallediyoruz, sonra vakit kalıyor, güzel kahvaltımızı ediyoruz, öğle yemeğimizi yiyoruz. Dolaşıyoruz. Yani o zamanı sizin yönetiyor olmanız çok önemli bir şey.*

AG20: *Evet onlar çok destek oldular. Babam özellikle çok destek oldu. O bir işçi emeklisi, yani kafa olarak hep şey düzen ve sistem adamıdır. O hep işin başından*

beri çok destek oldu bana. Fizikselde de gelip yani yaparken de çok yani, kutulama yaptı, çikolataları dondururken falan bir sürü şeyde o benim kadar şu an imalata hakim aslında. Annem de geri hizmette çok yardım etti. Mesela büyük bir iş alıyordum, yılbaşı öncesi büyük bir sipariş aldığımda, biz tabi yemek yapacak, evde sofrayı kurup kaldıracak zamanımız olmadığına, annem geliyordu. İşte o geri hizmet taraflarında annem çalışıyordu. Öyle yaptık işte bir şeyler.

AG21: *Onlarla ilgili hiçbir olumsuz deneyimim yok. Onların bana desteği var her zaman, annem babam, kardeşlerim. Olumsuz zamanlarda destek oluyorlar ama hiç olumsuz bir yönde onların bir etkileri olmadı. Hep beni motive ettiler, destek oldular. Ne karar verirsem vereyim arkamda oldular.*

İki anne girişimci olumsuz bir iki noktadan bahsetmişlerdir. Bir tanesinin yakın aileden ziyade, yaşadığı problemler akrabaların beklentilerinin artması nedeni ile ilgili iken, diğesinde ise farklı görüş açısından kaynaklı olumsuzluklar ile ilgilidir.

AG9: *Şöyle, anne baba kardeşler değil de akrabalar ile ilgili ciddi sıkıntılarımız var. Akrabalarımızın şöyle beklentileri arttı, tabi bu işin nasıl olduğunu çok bilmedikleri için, hani mesela etrafımızdaki insanlar hani işte siz artık iş sahibisiniz gibi farklı bir gözle bakıyor ama bu iş sahibi olmak çok konforlu bir hayatım var değil. Evet günün belli saatlerinde birini ekstrem bir sağlık problemi olur onun için zaman ayırabiliyorsun ama onlar bunu şöyle algılıyor, sen artık çalışmıyorsun, kendi işin o yüzden istediğin zaman istediğin işi yapabilirsin. Biz çalışıyoruz, bizim arabamız da yok, bizim herhangi bir yere gitmeye o yüzden hani sana ekstra bir sorumluluk yüklemeye çalışıyorlar. Hani daha doğrusu kendi halletmeleri gereken durumları biraz böyle senin üstüne yıkmaya çalışıyorlar gibi bir durum oluşuyor. Bu da akrabalık ilişkilerini bir yerde anlayış göstermedikleri için bir mesafe koymana sebep oluyor. Hani özellikle yakın olduğun, hani uzak olduklarına zaten bir beklenti yok zaten de ama yakın olanlarda müthiş bir beklenti var. Yani hastalanıyor, senin hastaneye götürmeni bekliyor çünkü sen iş sahibisin, sen çalışmıyor milleti çalıştırıyorsun ondan sonra senin işin o kadar. Sen oturuyorsun, bunu yap diyordun o iş yapılıyor gibi gördükleri için sıkıntı oluyor. Biraz bozulma noktasına geliyor. Yani tabii hiç saymadan böyle bir sürü para kazanıyorsun ... onları vermiyorsun gibi bir durum oluşuyor.*

AG19: *Kardeşim her zaman şey mantığında olmuştur, bizden biraz farklı, bir yere gir maaşlı, sabit maaşlı çalış işte hayatım düzene girsin mantığında. Çok ters, yani o da ziraat mühendisi ama o da evde oturuyor, çocuk bakıyor, çalışmıyor. Ben de çıldırıyorum.*

3.2.11.4. Arkadaşları ile İlişkileri

Anne girişimcilerin, girişimleri sonrasında arkadaşları ile olan ilişkilerinde meydana gelen değişikliğe bakıldığında, genel olarak arkadaşlık ilişkilerinin olumlu yönde geliştiğini belirtebiliriz (Tablo 53).

Tablo 53*Anne Girişimcilerin Arkadaşlık İlişkilerindeki Değişim*

Arkadaş İlişkisi	AG Sayısı	Yüzde
Fark Etmedi	5	22,7
Azaldı	4	18,2
Olumlu Etkilendi	13	59,1
TOPLAM	22	100

Olumlu yönde arkadaşlık ilişkilerinin değiştiğini ifade eden anne girişimciler, özellikle de elde ettikleri esneklik sayesinde, kendi saatlerini kendileri ayarlayabiliyor olmaları nedeni ile arkadaşları ile daha çok görüşebildiklerini, daha çok sosyalleştiklerini belirterek bu durumdan memnun gözükmektedirler. Çocuklar ile ilişkilerde belirtilen esneklik faktörü burada da devreye girerek, ilişkilerin olumlu yönde gelişmesine katkıda bulunmuştur. Birkaç tanesi arkadaşları tarafından desteklendiklerinin de altını çizerek, bunun onların motivasyonunu arttırdığını belirtmiştir.

AG3: *Çok güzel tabi, esnek zaman olduğu için, onlarla herhangi bir çalışan kadından çok daha rahat buluşabiliyorum. Daha rahat ben onlara gidip gelebiliyorum... Arkadaşlar şey canavarca beni bu işin içine atıyorlar zaten*

AG6: *Onlar için de tabi çok daha pozitif oldu bence açıkçası benim hani ne bileyim daha rahat evinize çağırabiliyorsunuz, siz gidebiliyorsunuz, gelebiliyorsunuz hani dışarıda bir yerde buluşulacağı zaman a benim işim var bu hafta seyahattem, gece onlara kadar çalışmam gerekiyor, yıl sonu kapanış hani böyle dertlerimiz hiç olmuyordu o yüzden çok daha iyi oldu.*

AG7: *Onunla ilgili pek bir etkilendi diyemem. Yani biraz daha fazla vakit ayırabildiğimi söyleyebilirim tabi arkadaşlarıma kendi işim olması sebebi ile. Ama çok azdır o fark. Genelde onlar da hep çalışıyor. Yani iş saatleri içerisinde zaten çok öyle bir arkadaşlığa vakit ayırma durumu pek olmuyor. Hala olmuyor yani.*

AG10: *Yani, arkadaşlarımla ilişkilerim etkilenmedi, sadece network ağım gelişti. Güzel insanlar tanıdım işim sayesinde.*

AG15: *Güzel, onlar da destekliyor. Hani işte böyle hatta bazen çok görüşmediğim ama sosyal medyadan birbirimizi takip ettiğimiz arkadaşlarımız var. Ben kendimle ilgili, işle ilgili bir şey paylaştığım zaman, aşağıya acayip yorumlar geliyor. Süpersin, harikasın, arkandayız diye... O zaman daha da güçleniyorum.*

AG17: *Hiç etkilenmedi hatta daha olumlu. Saatlerimi kendim yönettiğim için her şeye katılabiliyorum.*

AG18: *Arkadaşlarımla ilişkim iyi yönde etkilendi. Çünkü onların da özel günlerine katkıda bulunmaya başladım. Sadece onların yanında olmaktan ziyade artık katkıda bulunmaya başladım. O yüzden güzel etkilendi.*

AG20: *Çok daha iyi tabi, yani kurumsalda çok daha az hayatımız kalıyordu, sosyal hayatımız, çocuktan sonra özellikle. Şimdi ama öyle değil. Gün içinde bile sosyalleştiğim oluyor, hani zamanım olduğunda, arkadaşşıma işte öğlen kahvesine gidiyorum iş yerine. Ya da o bu taraflarda, arkadaşlarımla bu taraflarda iş olduğunda bana uğrayabiliyorlar. Filan yani daha rahat bir sosyal hayatımız var aslında o anlamda.*

AG21: *Şimdi şöyle, ben karakter olarak takdir edilmeyi çok seven hoşlanan bir insanım, herkes sever de balık burcuym, balık burçları daha çok hoşlanır. Takdir edilmeyi çok severim, tabi bu işi yaptığım için, arkadaşlarımla tarafından da takdir edilmek bana şey gibi, antidepresan öyle söyleyeyim yani. Çok mutlu ediyor takdir edilmek, beğenilmek, bu işle ilgili hani beğenilmek. Ürünlerin beğenilmesi, onlar tarafından beğenilmesi beni çok mutlu ediyor.*

Arkadaşlık ilişkilerinin azaldığını belirten anne girişimcilerin temel nedeni işlerinin yoğunluğudur. İşlerinin yoğunluğu nedeni ile eskisi kadar arkadaşlıklarına zaman ayıramadıklarını ifade etmişlerdir.

AG2: *Azaldı. Vallahi yani görüşemiyorum. Ancak yani...*

AG11: *Şöyle, onlara ayırdığım zamanda düşünmeye başladı. Çünkü herkes diyor ki sürekli bir yerlerdesin hiç bize vakit ayırmıyorsun. Ama benim olduğum yerler iş ile ilgili alanlar, tabi o yünde yeni bir şey olduğu için, hani bazı ilişkileri sağlam tutmak ve şey gerekiyor bir de etkinlik gerekiyor, onun için arkadaşlarla birazcık daha zorlaştık.*

AG16: *Aaa evet, onda çok büyük değişiklik oldu. Yine mi kitap, yine mi keçe, hadi artık gel, ne oldu, unuttuk seni, yüzünü hatırlamıyoruz falan diye çok sitem alıyorum... Tabi ki sosyal hayat tamamen demeyeyim de kısmen bitiyor. Bir sorumluluk olduğu için*

AG22: *Arkadaşım kalmadı diyebilirim maalesef.*

Arkadaş ilişkilerinde değişiklik olmadığını belirten anne girişimciler, hâlihazırdaki arkadaşları ile ilişkilerinin zaten devam ettiğini, değer verdikleri arkadaşlıklarının önemli olduğunun altını çizmişlerdir. Yoğun bir çalışma temposuna sahip olunca da eskisinden farklı bir şey olmadığını dile getirmişlerdir.

AG1: *Yani, olumlu da olumsuz da hiçbir şey olmadı. Bir şey değişmedi arkadaşlarımla, dediğim gibi çok samimi görüştüğüm bir tane, dostum dediğim arkadaşım var, hani o da çalışıyor zaten. Yani o bana çalışan gözüyle bakıyor. Sağ olsun.*

AG9: Arkadaşlarımızla... ya zaten nasıl diyeyim bizim arkadaşlarımız genelde bu iş çevresinde olmuş oluyor. Bu iş çevresindeki insanlarla da mesela işinizi çözdükten sonra bir iş yemeği olsun ya da beraber bir yerlere gidip şey yapabiliyoruz ama hani bu çevrenin dışındaki insanlarla pek anlaşamıyoruz çünkü hani bizim yoğunluğumuzu anlamayacakları için çok da onlara ayıracak bir vaktimiz olmuyor. Hani hem iş hem çocuklar olunca hani ayrıca arkadaşlarımız için çok nadir zaman ayırıyoruz.

AG14: Benim çok arkadaşım yok aşırı, birkaç kişi ile görüşürüm, sevinenler... ya sevindiler, belli bir süre zaten işten sebep çok fazla görüşemedim. Zaten belli insanlarla görüşüyorum 2-3 kişi. Öyle

AG19: Yani, insanlarda şey var yani, bazen bakıyorum bayanlarda, kadınlarda, bazen bir kıskançlık bir hasetlik oluyor ama ben çok takmıyorum yani herkes kendini şey yapar, ben onları hiç düşünmek istemiyorum. O gözle görmek istemiyorum. Ben kendi hayatımı yaşıyorum, benle birlikte olmak isteyen her zaman yanımda olur yani. Hani çok insanların dediği ile ben hareket etmekten hoşlaşmıyorum pek. Yani fikir alırım, yani fikir sorarım ama başka bakış açılarını görmek isterim çünkü insanlar bu konuya nasıl bakıyor diye ama sonra bana hangisi mantıklı ve sağlıklı geliyorsa kendime, yine kendi dediğimi yaparım yani. Almam gerekenleri alırım ama.

3.2.12. Anne Girişimcilerin İş-Aile Dengesini Sağlamak için Aldıkları Yardımlar

Anne girişimcilerin, ev ve çocuk ile ilgili konularda herhangi bir yardım alıp almadıkları soruldu. Bir önceki bölümde eş ile olan ilişkilerinde eşin yardımı incelendiği için bu başlık altında bir daha incelenmemiştir. Yapılan görüşmeler neticesinde, aile büyüklerinin büyük bir yardımı olduğu gözlenmektedir. Çocuk bakımından, ev işlerine yardım etmeye kadar, aile büyüklerinin anne girişimcilere büyük bir yardımı dokunmaktadır. Ev işleri veya çocuk bakımı için yardımcı olan anneler de mevcut. Haftada tek gün gelen yardımcı olduğu gibi, yatılı yardımcısı olanlar da mevcut. Anne girişimcilerden sadece bir tanesi herhangi bir yardım almadığını belirtmiştir (Tablo 54).

Tablo 54

Anne Girişimcilerin Aldığı Yardımlar

Alınan Yardım	AG Sayısı (*)	Yüzde
Aile Büyükleri	13	59,1%
Yardımcı	13	59,1%
Birden Fazla Yardım Alan	5	22,7%

Alınan Yardım	AG Sayısı (*)	Yüzde
Yardım Almıyor	1	4,5%

(* Birden fazla Cevap)

Anne girişimcilerin aldıkları yardımlar ile ilgili söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG2: *Valla haftanın 3 günü bana gelen bir de yardımcım var ama o tamamen ev temizliği konusunda yani yemek vesaire ya da çocuk değil... Ama şimdi yapacak vaktim olmadığı için mesela o tip destekler geliyor bana... Annem de oğlumuzla, ben işte işe gittiğim zaman oğluma bakmak adına geliyor...*

AG1: *Çok acil durumlarda annem sağ olsun yardıma koşuyor... Yani bir yardımcımız, bir şeyimiz yok.*

AG11: *Evet şöyle, annemden alıyorum. Annemle birlikte yaşıyoruz zaten onun çok büyük desteği oluyor hani iş organizasyon vs. olduğundan hani çocukla beraber olması, yanında olması ya da yemeklerde falan her konuda destek olması en büyük destek.*

AG12: *Tabi ki, annelerden alıyoruz. Yardımcı bir ablamız var. Bizimle kalıyor. Ondan destek alıyoruz.*

AG13: *Ya anneanne, babaanne çocukların bakımı ile ilgili destek uluyorlar. İşte ev işleri ile ilgili haftada bir normalde temizlikçi çağırıyordum çünkü ütü çok büyük problem.*

AG15: *Evet yani çünkü toplantılara, eğitimlere gittiğimiz zaman oluyor. O zaman anneanne, babaanne destekli, çocuğa bakabilmek için.*

AG16: *Yani, eşimin ailesi üst katımda yaşıyorlar. Oğlum doğduğundan beri gördüğü için onları biraz aşına. Gün içerisinde park, bahçe vs. dedesiyle zaman geçirebiliyor. Yardım sayılıyorsa, sadece bu konuda yardım alıyorum.*

AG17: *Tabi, yardımcı tutuyorum ücretli eve. Haftada 3 gün geliyor. Annem de destek, ama yakınımında oturmadığı için arada geliyor iki hafta kalıyor sonra evine dönüyor...*

AG18: *Anne, baba ve eş dışında bir yardım almıyorum.*

AG9: *Annem yardımcı oluyor. Genelde eşim yardımcı oluyor. Sabah okula bırakılacakları zaman eşim falan yapıyor. O şekilde bir şekilde çözüyoruz. Ama annem sürekli bizde olduğu için hani bir şekilde onlarla ilgileniyor.*

AG10: *Home-office çalışırken, çalışmam, yani şöyle planlama yapıyorduk. Sabah 9 gibi geliyordu, 12'ye kadar ev işleri ile ilgileniyordu, 3'te çıkıyordu. 12'den 3'e kadar hani ben faturaları bastırılmış oluyordum, şudur budur, paketlemeyi yapıyordu ve çıkıyordu.*

AG14: *... ya arada bir ütüye gelen biri oluyor.*

AG19: *Yani ev temizliğinde bir yardımcımız var, işte hani arada geliyor. Yani arada artık 2-3 günde bir gelmeye başladı böyle, dün geldi, yarın da gelecek. Çünkü hani onu da ben artık yapmak istemiyorum hani.*

AG20: *Alıyorduk, 4 ay önce, 3 ay öncesine kadar alıyorduk. Yatılı bir yardımcımız vardı. Ama ev değiştirdiğimiz için, yeni evimizin koşullarında onu yatıracak bir yerimiz yoktu. Daha küçük bir eve geldik. Öyle olunca zaten çocuğumuz da büyüdü, bütün gün okulda olduğu için, haftada bir gelen bir yardımcımız var artık. Ama hani evin bütün temposu bizde tabi. Yani yemekti, evin günlük işleri falan, buradan gidince de ev mesaisi oluyor.*

AG3: *Haftada 3 kez yardımcı geliyor, 2-3 saat kalıyor evi temizliyor, yemek yapmama yardım ediyor. Çok büyük çok çok büyük bir şey benim için yani.*

AG5: *Alıyorum. Haftada iki kadın geliyor, o olmazsa olmaz. Uğraşamam yani artık evin ...*

AG6: *Evet, evde full bir yardımcım var benim. Gece kalmıyor ama normal hafta arası full kalıyor. Onun dışında bir yardım almıyorum hani anneler vs. gibi yani.*

AG7: *Ama tabi eve temizliye falan biri geliyor, o tip şeylerde alıyoruz.*

3.2.13. Girişim Sonrası Yaşam Kalitesindeki Değişim

Anne girişimcilerin, girişimleri sonrası yaşam kalitelerindeki değişim, beş başlık altında incelenmiştir. Bu başlıklar, gelir, sosyal hayat, kişisel ve aile sağlığı ve kişisel zaman olarak belirlenmiştir. Bu bölümler Carter ve Cannon (1992)'nda Yaşam Kalitesi başlığı altında incelenmiştir. Bu beş başlık incelendiğinde, hepsinde var olan durumunu koruyan ya da iyileşme gözlenen anne girişimci sayısı 7'dir (%32). Beş alanın hepsinde olumsuzluk yaşayan anne girişimci ise yoktur.

3.2.13.1. Gelirdeki Değişim

Anne girişimcilere gelirlerindeki değişim sorulduğunda, çoğunluğun gelirlerinin arttığını ifade etmiştir (%54,5). Gelirlerinde azalma olduğunu ifade eden anne girişimcilerden bazıları, kurumsal hayata göre şu anda daha az kazandıklarını, bazıları da kazandıklarını işe geri yatırdıkları için gelirdeki değişimin onlara çok yansımadığını ifade etmiştir. Daha girişimlerinin başında olduğunu düşünen anne girişimciler ise, gelir konusunda olumlu düşünerek, artış göstereceğini umduklarını ifade etmektedirler.

Tablo 55*Anne Girişimcilerin Gelirlerindeki Değişim*

Gelirdeki Değişim	AG Sayısı	Yüzde
Arttı	12	54,5%
Azaldı	8	36,4%
Benzer	2	9,1%
Toplam	22	100,0%

Gelirlerindeki artışı ifade eden anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG1: Arttı gelirim tabii ki

AG2: Tabii dramatik bir değişiklik oldu. Tabii yani ondan önce benim araştırma görevlisi olarak aldığım bir şey yok gibi bir şeydi yani. Daha iyi yönde oldu. Daha arttı.

AG9: Artma oldu tabii ki, hani mesela sonuç olarak daha rahat harcama yapabiliyorsun. Ya da çalıştığım döneme göre mutlaka aldığın riske göre bir kazancın olmuş oluyor.

AG10: Arttı, mesela şey hani daha özgür, toplu olarak herhalde değil mi, refah kısmında neler değişti'yi sormak istiyorsunuz, yani işten önce, işten sonra Devrim'in hayatını kıyasladığımda, ben kendi hayatımın %50 oranında konforlaştığını düşünüyorum.

AG22: Kaça katlandı, ona katlandı. Çok katlandı.

Gelirinde azalma olduğunu ifade eden anne girişimci sayısının da az olmadığı söylenebilir.

AG3: Gelirde düşme yaşandı

AG6: Bayağı daha kötü oldu ve bu yıllar itibarı ile düzelmedi. Benim şahsi eve katkım anlamında diyorsunuz değil mi?... Çok ciddi bir düşüş yani ben dışarıda çalışacağıma göre gelirim belki beşte biri diyeyim size.

AG7: Yani gelirim çok fark ettiğini söyleyemeyeceğim. Yani fark etmedi. Hatta belki gerilemiş bile olabilir.

AG8: Çalışırken ki daha iyiydi, belli bir ücret vardı çünkü. Şimdi belli olmuyor, yani değişiyor.

AG11: Ama tabii bir tek istek, şey olmuyor, tam çalıştığınız bir yerdeki gelirle bu daha farklı oluyor. En azından başlangıç aşamaları için.

AG14: *Bizi sarstı üretim, biraz. Tabi eşim sponsor olduğu için onun da elemanları var, onların sigortası, işyerinin kirası, evin şeyi. Birazcık böyle bizi maddi olarak zorladı.*

AG16: *(Özel sektöre göre) inanılmaz bir düşüş*

AG20: *Gelirim düştü tabi ki, şu an için eve şey yapmadım, işe yatırdığım için düştü. Profesyonelde olsam daha fazla para kazanırdım... Evet belki gelir olarak profesyonelden daha az para kazanıyor olabiliriz.*

3.2.13.2.Sosyal Hayattaki Değişim

Anne girişimcilerin sosyal hayatlarındaki değişime baktığımızda, büyük çoğunluğun sosyal hayatlarında olumlu yönde önemli bir değişim gözlenmektedir. Sosyal hayattaki değişimi değerlendirirken, bir önceki işlerine göre ya da evde çocuk bakarken, girişimleri sayesinde tekrar çalışma hayatına dönünce yaşadıkları farka bakarak verilen cevap değişim gösterebilmektedir. Eğer çalışma hayatını girişimleri için değil de çocuk için bırakıp, girişimlerini ondan sonra kurdular ise, sosyal hayatlarındaki değişimi bir önceki durumlarına göre değerlendirmekte fayda var. Sosyal hayatlarındaki artış, büyük oranda sahip oldukları esnekliğe ve yaptıkları iş nedeni ile birçok insanla tanışmalarına borçlu olduklarını söyleyebiliriz.

Tablo 56

Anne Girişimcilerin Sosyal Hayattaki Değişimleri

Sosyal Hayattaki Değişim	AG Sayısı	Yüzde
Daha İyi	18	81,8%
Daha Kötü	3	13,6%
Benzer	1	4,5%
Toplam	22	100,0%

Sosyal hayatlarının azaldığını ifade eden üç anne girişimciyi incelediğimizde, hepsinin işini evden yürüttüğünü, girişimleri öncesinde evde olduklarını ve o zaman arkadaşları ile daha çok görüşme şansı olduğunu ama girişimleri sonrası işlerini yetiştirmek adına boş zamanlarının azaldığını ve arkadaşları ile daha az görüşmek durumunda kaldıklarını söyleyebilir.

AG14: *Biraz daha azaldı tabi, arkadaşlarımla görüşmem azaldı.*

AG16: *Tabii ki sosyal hayat tamamen demeyeyim de kısmen bitiyor... Evde çalışıyorum sürekli, düştü*

AG22: *İşte mümkün olduğunda azaldı.*

Sosyal hayatlarının daha çok canlandığını ifade eden anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG1: *Sosyal hayatım da kesinlikle, çevrem daha fazla genişledi... Eve göre daha iyi ama radyoculuğa göre çok daha az. Kısıtlı bir sosyal hayat var.*

AG2: *Sosyal hayatım da daha iyi oldu. Çünkü yani sınıf falan atlamadık tabii ki öyle dramatik bir gelir yok ama daha fazla dışarı çıkabiliyoruz. Ben en azında daha sosyalleşebiliyorum yani. Ben demin yani anneliğin haricinde daha başka bir iş yapabilen bir kadın aradığım için, bu araştırma içerisinde daha sosyal bir kadın haline geldim.*

AG7: *Evet işte dediğim gibi hayata katılıyor olmak çok şey fark ettiriyor yani sosyal hayatım çok değişti çünkü kurumsal hayatta çalışırken bir spora gitmek, geç gelmek erken çıkmak gibi durumlar olmadığı için sosyal hayatım çok değişti.*

AG13: *Aslında hani arkadaşlarınızla görüştüğünüz zaman düşünüyor ama işle ilgili de insanlarla sosyalleşiyorsunuz. Hani o açıdan bir sürü değişik insanla tanıştım. Hani o açıdan arttı mı azaldı mı arttı diye düşünüyorum.*

AG20: *Gün içinde bile sosyalleştiğim oluyor, hani zamanım olduğunda, arkadaşıma işte öğlen kahvesine gidiyorum iş yerine... Daha rahat bir sosyal hayatımız var aslında o anlamda.*

3.2.13.3. Kişisel Sağlıkta Değişim

Anne girişimcilerin kişisel sağlıklarındaki değişime baktığımızda, çoğunluğun daha iyi durumda olduğunu ya da bir değişim olmadığını gözlemlemekteyiz. Kişisel sağlıklarının daha kötü olduğunu ifade eden anne girişimciler, olumsuz değişimi kendi yoğunluklarına, strese ve kaygıya bağlamaktadır.

AG5: *Kötü etkilendi. Stres temelli hastalıklar çıkmaya başladı. Şu anda hafif bir antidepressan kullanıyorum hatta.*

AG2: *O biraz kendime dikkat etmediğimden için sanırım yemek düzeni biraz şaştı. Evdeyken Murat'la beraber, oğlumla 3 öğün gıda güzel yiyorduk falan. Şimdi hem saçma yiyorum. Hem sanırım çok kahveden kansızlık başlamış. İşte sağlık birazcık kötü oldu yani.*

AG22: *Sinir sistemim bozuk, depresyonda... Şu anda işte bir düşüş var ben size demiştim hemen bir demoralize oluyorum, tekrar olmayacak mı, düşüş mü*

yaşıyoruz, bir şeyleri yanlış mı yapıyorum, kendimi eleştirmeye başlıyorum. Bu da beni olumsuz yönde etkiliyor. Yani onun dışında yani bir sorunum yok ama çok stresli, birebir Internet üzerinden satış yaptığımız için, insanlar sadece mesajlaşarak ya da telefonda, yüz yüze olmadığından bazen yanlış anlaşılmalara açık bir konumdayız. Bu da bizi zorluyor o yüzden biraz sinir sistemi yıpranıyor.

Tablo 57

Anne Girişimcilerin Kişisel Sağlıklarındaki Değişim

Kişisel Sağlıkta Değişim	AG Sayısı	Yüzde
Daha İyi	12	54,5%
Daha Kötü	4	18,2%
Benzer	6	27,3%
Toplam	22	100,0%

Daha iyi hissettiklerini belirten anne girişimciler, bunu genel olarak daha mutlu hissetmelerine bağlıyorlar.

AG3: *Çok iyi... e mutlu ediyor, mutluluk kendi şeyini ayarlayabilmek falan...*

AG8: *Sağlığım... psikolojik olarak önceden hep biraz stresliydim. Onu işte yaparken kafa dağittim çok. Daha iyi hissettim kendimi*

AG11: *Sağlığım da iyi çünkü mutluyum.*

AG18: *Daha önce çalışırken, daha yoğun çalıştığım için sağlık olarak kendimi kötü hissedebiliyordum ama şu anda evden çalışıyorum, daha rahatım ve sevdiğim bir işi yapıyorum dolayısı ile daha iyi*

3.2.13.4.Aile Sağlığındaki Değişim

Anne girişimcilerin girişimleri sonrası aile üyelerinin sağlığında olumsuz yönde bir değişim gözlenmemiştir. Özellikle çocuk konusunda dikkatli oldukları için, daha çok zaman ayırabildikleri için bu alanda bir problem yaşamadıkları gözlenmiştir.

AG3: *İyidir, iyidir, çünkü herkesle uğraşabiliyorum yani. Amaç da buydu zaten. Eğer o amaca ulaşamazsam o zaman anlamı kalmayacaktı*

Tablo 58*Anne Girişimcilerin Aile Sağlıklarındaki Değişim*

Aile Sağlıkındaki Değişim	AG Sayısı	Yüzde
Daha İyi	3	13,6%
Benzer	19	86,4%
Toplam	22	100,0%

3.2.13.5. Kişisel Zamandaki Değişim

Anne girişimcilerin, kendilerine ayırdıkları sürenin, girişimleri sonrasında artıp artmadığına bakıldığında, genel olarak bu sürenin arttığını söyleyebiliriz. Kişisel zamanın özellikle küçük yaşta çocuğu olan anneler için bir lüks olduğunu ifade eden birkaç anne olduğu kadar, planlandığı takdirde kendine zaman ayırmanın problem olmadığını düşünen anneler de mevcut.

Tablo 59*Anne Girişimcilerin Kendilerine Ayırdıkları Kişisel Zamandaki Değişim*

Kişisel Zamandaki Değişim	AG Sayısı	Yüzde
Daha İyi	14	63,6%
Daha Kötü	7	31,8%
Benzer	1	4,5%
Toplam	22	100,0%

Kendilerine ayırdıkları zamanın arttığını ifade eden anne girişimciler, sahip oldukları esnekliği kullanıyor; işlerini, ev ve çocukları ayarladıktan sonra kendilerine zaman ayırıyor:

AG6: *O da çok daha fazla, ona göre çok daha spor yapabiliyorum. Kendim yapmak istediğim şeyleri çok daha vakit ayırabiliyorum. Kesinlikle.*

AG7: *Biraz daha eve ve aileye ve kendimize aslında, kendimiz önemli. Yani ben onu biraz geç fark ettim. Öyle bir etkisi oldu, onu da söylemek isterim. Yani ben mesela bankada çalışırken daha stresli bir ortamda çalışıyordum. Ve o zaman bu stresimi dengeleyebilmek için ne yapabilirim diyordum. Bir dönem yogaya falan gittim, çok iyi gelmişti. Ondan sonra, bu işi kurduktan sonra o tip şeyleri çok geri attım ben. Nasıl olsa kendi işim, stres yok diye düşündüm. Ama öyle değil tabii. 3*

sene önce bir kalp krizi geçirdim ben. Ondan sonra ... evet yani biraz daha farklı görmeye başlıyorsunuz bazı şeyleri. O yüzden bakış açım çok değişti şimdi.

AG10: *Belki mesela mesai saatleri diye konuştuk ya, çalışma saatleri, ya çalışma saatlerini bir kısmını bu ofise taşıdığın saatlerde ofisteki saat benim. Çünkü kafama göre şey yapıyorum, arka odada işte koltuk var. Oturup kahve molamı uzun yapıyorum... Mesela 7'ye kadar, ben 7'de gidiyorum eve. 5-7 arası mesela benim böyle lak lak, canım ne isterse yapabileceğim zaman, hani ister kargo, çok yüklendiyse dosyalarımı bakarım, o biraz özgürlük kazandırdı.*

AG17: *Evet, dolayısı ile evet diyebilirim buna. Kendi zamanımı kendim yönettiğim için sorun olmuyor hiçbir şey. Hiçbir şey için izin almak zorunda değilim. Bir kuafore gitmek için sadece günümü ayarlıyorum, o kadar.*

AG19: *Yani kendime zaman ayırmayı seviyorum. Anne oldum diye hayatımı da bitirdim anlamında değil yani çocuğa endeksli hiçbir zaman yaşamıyorum. Akşam yemeğe gideceksem, birisini bulup, hani çocukları şey yapıp, gidebiliyorum, ya da tatile çıkabiliyorum. Bunda şeyim yok yani, seviyorum kendimi.*

Kendilerine ayırdıkları zamanın azaldığını ifade eden annelerin söylemleri ise çoğunlukla, bu olumsuzluğun girişimcilikten değil annelikten kaynaklandığını ifade etmişlerdir:

AG1: *Öyle bir zaman var mı acaba? Anneler için var mı bence acaba... Hani bu girişimcilik ya da başka bir şey değil bence bir annenin kendine ayıracağı çok az yani tam bütün işleri bitiriyorum akşam 10 dakika evet ben de koltuğa oturup televizyona bakabilirim.*

AG18: *Kendimize pek fırsat kalmıyor. Şimdi burada tabi öncesinde çocuklar yoktu, kendime daha çok zaman ayırıyordum. Burada hafta sonları bile çalışmak zorunda kalabiliyorum. Burada tabi ki zamanım daha azaldı. Hem çocuklardan hem işten dolayı daha azaldı.*

3.2.14. Girişim Sonrası Davranış ve Önceliklerdeki Değişim

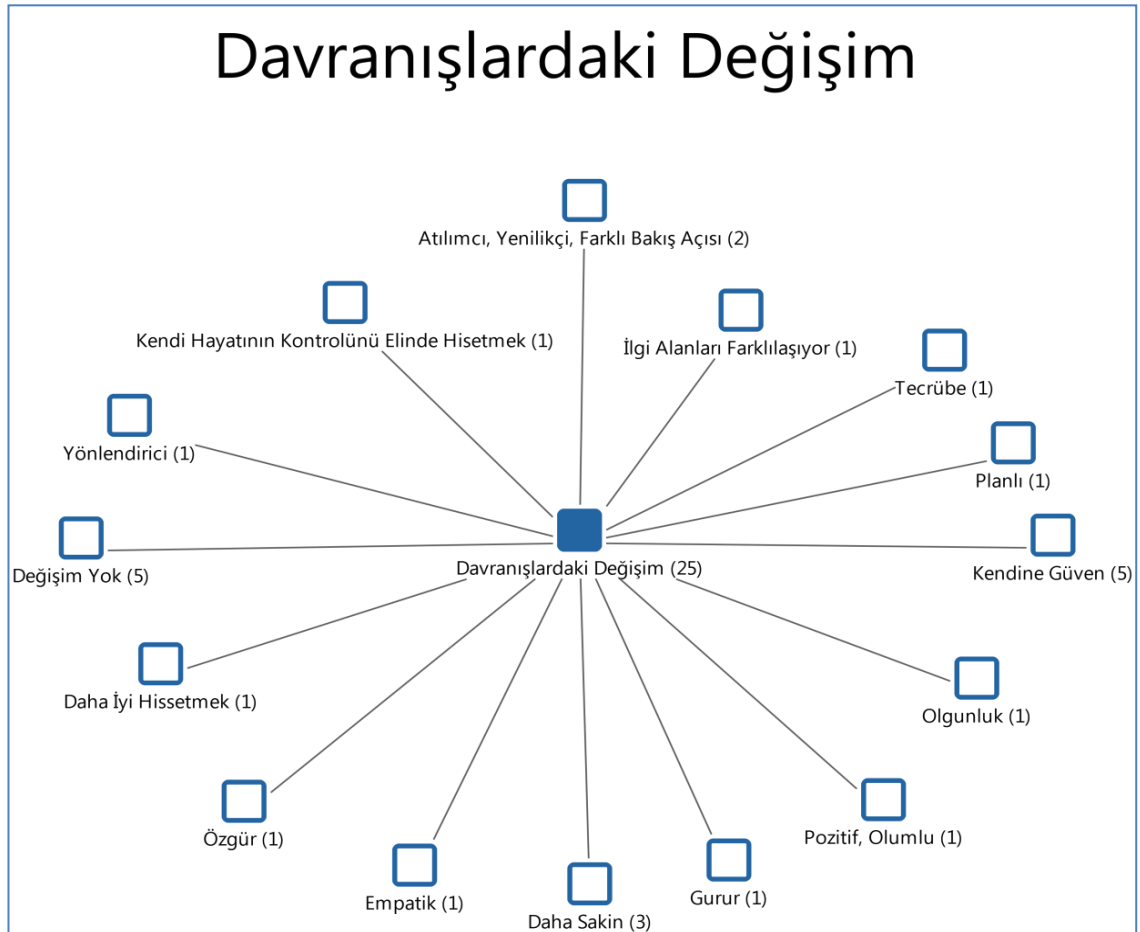
3.2.14.1. Anne Girişimcilerin Davranışlarında Meydana Gelen Değişimler

Anne girişimcilerin, girişimleri sonrasında kendilerinde meydana gelen davranış değişiklikleri incelendiğinde, oluşan değişimlerin pozitif yönde olduğu gözlenmiştir. Kadınların özgüvenlerinin arttığı, genel olarak kendilerini daha iyi hissettikleri söylenebilir. Başarabildiklerini gördükleri zaman, kendilerine olan güvenleri artmış, daha fazlasını başarabileceklerini hissetmişlerdir. Davranışlarının değişmediğini ifade eden

beş anne girişimci (%23) dışında diğerleri (%77) davranışlarında meydana gelen değişimden bahsetmişlerdir. Kadınların, davranışlarında meydana gelen değişiklikler için Şekil 30 incelenebilir.

Şekil 30

Anne Girişimcilerin Davranışlarında Meydana Gelen Değişimler



Anne girişimcilerden bazıları iş sayesinde daha sakin olduklarını, bilmedikleri bir alanda tecrübe kazandıkça olgunlaştıklarını ifade etmişlerdir. Kurumsal hayatın tekdüzeliğinden sonra, girişimciliğin kendilerine yeni kapılar, yeni ilgi alanları kazandırdığını, kendilerini daha üretken, aktif ve yaratıcı kıldığını belirtmişlerdir. Anne girişimcilerin davranışlarında meydana gelen değişimler için olan söylemleri için Tablo 60 incelenebilir.

Tablo 60*Anne Girişimcilerin Davranış Değişimleri*

Davranış Değişimi	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
Kendine Güven	AG6	İşte kendi işini kurmuş birinin özgüveni kendine geliyor bir defa. O özgüvenle hayata bakış açımız farklı oluyor.
	AG5	Evet. Kendime güvenim geldi. İşte 5 sene önceki Tuğba ile şu anda aynı değilim. Farklı bir şekilde kendime güvenmeye başladım. İnsanlara davranışlarım değişti. Kendime bakışım... Ben ne yapmak istersem, ne tarafa bakmak istersem, nereye gitmek istersem oraya gidebileceğimi
	AG16	Gerçekten kendime bakış açım, özgüvenim çok yükseldi. Zaten yüksekti, ama şimdi ya bir el emeği, sizin elinizden hiçbir şekilde, fabrikasyon olmadan, elinizden bir ürün çıkıyor, düşünüsenize.
	AG15	Davranışlarımı değiştirdi, evet. Kendime karşı özgüvenim arttı. Evvelen işte bir topluluğa girdiğimde bile, yani tanıımıyorsam bir çekingenlik yaşıyordum. Şimdi bıraksınlar çıkayım sahneye. Konuşayım saatlerce falan bayağı bir özgüvenim arttı.
	AG10	Yani, eski AG10'a yani 4 sene önceki AG10'a baktığımda, karar verirken yani iş hayatında karar merci değilsiniz. Uygulama merciisiniz. İşim kısmında karar mercii de siz olduğunuz için, başta kendi kendiniz sorgulayarak tutuk tutuk da karar verseniz, ilerleyen süreçte verdiğiniz kararların doğru ile karşılaşıyorsunuz ya o güven veriyor insana, duruşunuzu dikleştiriyor.
Daha Sakin	AG9	Davranışlarımı biraz değiştirmiştir. Daha sinirli bir yapım vardı çalışırken hani kabullenmeyen, şimdi daha sakin bir şeyleri dinleyip karar alma kısmında olgunlaştırdığımı düşünüyorum... Daha sakin ve böyle bir şeyleri daha böyle hemen fevri tepki vermeden önce bir nefes alıp bir daha düşünüp, bir daha söyleme, yani 3 defa düşünüp öyle söylüyorum bir şeyleri. Daha fazla derin nefes alıyorsun.
	AG8	Evet değişti. Davranışlarımda şu yönde bir değişiklik oldu. Hani bu işi yapmadan önce agresif davranıyordum. Hani boş kaldığım için, çalışmamak beni çok boşluğa düşürdü. Rahatladım. Daha sakin davranmaya başladım. Hatta mesela sipariş olmadığı zamanlarda geriliyorum arada.
Tecrübe ve Olgunlaşmak	AG9	Bazı şeyleri mesela çalışırken anlayamıyordum hani niye böyle davranılıyor vs. diye sonra benzer problemler kendim yaşamaya başlayınca daha önceki işverenim neden bazı şeyleri öyle yaptığını şu an anlayabiliyorum. Çünkü öyle bir an geliyor ki hani böyle o an çok anlamsız geliyordu ama buna göre şeyler, sorunlar yaşandıkça bir de hep aklına geliyor ister istemez hani demek ki patronum daha önce bundan dolayı böyle davranıyormuş gibi. Hak vereceğimi hiç düşünmüyordum ama bazı noktalarda farklı deneyimleri olmuş, ben bunları daha yeni tecrübe ediyorum mesela.
Atılımcı, Yenilikçi, Farklı Bakış Açısı	AG6	Kesinlikle, yani o bir defa, dediğim gibi kurumsal hayattaki kendini köle hissetme hali ortadan kalkınca, insan çok daha atılımcı, atılım içinde olabiliyor. İşte kendi işini kurmuş birinin özgüveni kendine geliyor bir defa. O özgüvenle hayata bakış açımız farklı oluyor. Opsiyonları daha açık tutma eğilimi başlıyor çünkü kendi işiniz olduğunda öyle olmak durumundasınız. Yeniliklere açık olmak zorundasınız, farklı opsiyonları değerlendirmek zorundasınız. Ama kurumsal bir hayata yıllardır aynı işi yapıyorsanız bakış açınız değişmiyor, bakış açınız aksine daha da körleşiyor, o şeyde kalıyor. O yüzden çok faydası olduğunu söyleyebilirim.
	AG7	Değiştirdi, kesinlikle çok değiştirdi. Benim kendi adıma gelişimim adına çok değiştirdi. Hani o en başta dediğim şey, en önemlisi kendimi challenge

Davranış Değişimi	AG NO	Anne Girişimci Söylemi
		ettim ve orada bir görüyorsunuz hani herkesin bir limit var. Siz yeterince başarılı bir insan olabilirsiniz hani iş hayatımızda kariyerinizde ama her şey her zaman sizin kontrolünüzde olmuyor. Kendi adıma, kendi kişisel gelişimim adına çok şey kattığını düşünüyorum girişimci hayatımın.
Kendi Hayatımın Kontrolünü Elinde Hissetmek	AG5	Şu anda işlerin çok çok daha fazla benim elimde olduğunu Ben ne yapmak istersem ne tarafa bakmak istersem, nereye gitmek istersem oraya gidebileceğimi, hayatım... daha çok kontrolündeyim. O da çok güzel çok muazzam, çok güzel bir şeymiş meğersem. Yani bunu şimdi çok daha bilinçli yaşıyorum ve bunu şeylerde görüyorum işte, üniversite öğrencisi arkadaşlarda filan görüyorum. Şimdi çok daha bilinçliler, çok da hoşuma gidiyor çünkü ben o bilinç aşağı yukarı yoktu nerdeyse. Yokmuş daha doğrusu.
Yönlendirici	AG5	Biraz daha böyle, işte sürüyü takip etmek, hani gene çok böyle sürüyü takip etmek falan değil ama yani gene de akıllıca sürüyü takip ederken akıllıca seçimler yaparak filan buraya gelmişim. Ama şimdi çok daha başka yani sürüyü takip etmek zorunda değilim artık. Onları, hata o sürüyü yönlendirebilecek hale geldiğimi fark ettim.
Daha İyi Hissetmek	AG22	Kendimi şu anda daha iyi hissediyorum. Nasıl diyeyim, daha önce daha böyle buruk haldeyken, para kazanamadığım, kendim üretmediğim için, şu an çok daha iyiyim aslında, orjinalinde. Bu aralar hariç. Tabi ki katkısı oldu. Kendini bir kere daha iyi hissediyorsun, daha özel hissediyorsun, tanıyorsun. Gazetelerde, televizyonlarda yer aldık. Yani bu insanı motive edici şeyler.
Özgür ve Empati Sahibi	AG20	Değiştirdi, yani daha empatik bir tip oldum aslında. Daha böyle daha insani bakış açısına dönüyorsunuz, profesyonel hayat sizi daha robotik bir hale getiriyor. Daha böyle çok inanmadığımız şeyleri savunmak zorunda kalabiliyorsunuz profesyonelde. O yüzden hani, burada biraz daha özgürsünüz, o açıdan çok daha farklı, daha iyi yani.
Gurur Duymak	AG16	Gururlanıyorum, gerçekten kendime bakış açım, özgüvenim çok yükseldi... Sıfırdan başlıyorsunuz. Hiçbir eğitim almıyorsunuz. Ya bu bu bence paha biçilemez bir şey gerçekten. O yüzden gururlanıyorum.
Pozitif, Olumlu Hissetmek	AG2	Davranışlarımı değiştirdi. Yani hem kendime karşı hem aileme karşı değiştirdi. Kendimde fark edilebilir bir pozitiflik hissediyorum. Yani eskiden de sakindim falan ama böyle şimdi daha umutluyum yani böyle hep şeyim yani, yani en kötülüğün altında da vardır bunun içinde güzel bir şey, bir bekleyelim, daha bir umutla bakıyorum. Çünkü öbür taraf hiç bakılabilecek bir taraf değil yani hep beraber oturup ağlamayı çok tercih etmiyorum yani. Eğer ağlanacak bir durum varsa da ağlamayalım, peki onu da böyle kabul edelim ve bundan nasıl bir yola devam edebiliriz. Ya hep bir açık tarafına bakmayı tercih ediyorum. Yoksa hiç yaşamayalım yani. Tahammül etmek istemiyorum.
Planlı	AG4	Daha planlı oluyor, denge kurmaya çalışıyorsun
İlgi Alanlarının Değişimi	AG12	Davranışlarımı, önceliklerimi... değiştirdi. Nasıl değiştirdi? Bir mağazaya gittiğimde, kitapla ilgili bir D&R'a gittiğimde önceliğim kendime değil, çocuk bölümüne gitmek oluyor. Orada yeni gelen fikirler, yeni gelen ürünleri bakıyorum, kendi ürünlerimin durumuna bakıyorum. Bu şekilde değiştiriyor. Beklentilerinizi, ilgi alanlarımızı değiştiriyor.

3.2.14.2. Anne Girişimcilerin Önceliklerinde Meydana Gelen Değişimler

Girişimcilik sonrasında, anne girişimcilerin önceliklerinde meydana gelen değişim incelendiğinde, genel olarak kadınlarda biraz kendilerine doğru bir eğilim ve işin öncelik kazandığı gözlenmiştir. Çocuk ve ev önceliğini korumakla beraber, iş ile ilgili yapılması gerekenler, iş ile ilgili düşünceler kadınların hayatında biraz öne çıkmıştır. Önceliklerin değişmesinde çocukların büyümesi de önemli bir etken olmaktadır. Çocuk büyüdükçe ve aileden bağımsız bir birey olmaya başladıkça, her türlü ihtiyacını karşılamak için birine muhtaç olma durumundan kurtuldukça, anne de farklı alanlara ilgisini ve önceliğini aktarabilir hale geliyor.

AG10: *Öncelik kısmı da mesela o da sorgulanabilir bir şey, öncelik çocuklardı. Her zaman çocuklar lazım mı? Öz bakım kısmında evet, ama sonrasında, o lazım mı kısmında değiştirmiş olabilir benim iş hayatım, çünkü 4 senedir bir de kademeli olarak arttı ya bu iş de marka... Şey kısmında işte o davranışsal, ne demiştim, öncelik kısmında mecburiyet gereği onlardan ilgiyi çekip bu tarafa gelince gözlemlerim ki önceliğimi artık onlara vermeme gerek yok. Onlar zaten başarılılar ve şimdi önceliğim iş yani...*

AG2: *Önceliklerim, valla ben kendimi birazcık üst soralara aldım. Çünkü... kitap cümlesi olarak hep şey diyordum yani anne kendini iyi hissettiği sürece aile daha mutlu olur falan ama bu asla gerçek olmuyor yani anne kendini tükettiği sürece aile daha iyi olur gibi bir şey gerçekleşiyordu bizde. Ama yok ben kendim daha iyi mesela özellikle şeyde bunu çok iyi gördüm. İki yaş sendromu zamanı, meğersem hiç öyle bir şey yokmuş. 2 yaş sendromu tamamen benim kendi krizlerimi Murat'a yansıtmamış. Yani bir gün oturdum ve kendi kendimi silkeledim. Yani ne yapmaya çalışıyorsun. Çocuk mutsuz da olabilir kendini o zaman öyle hissediyor olabilir bunu bir sakın karşıla bakalım dediğim noktada gerçekten bıçak gibi kesildi. Ben sakınlaştığım noktada Murat böyle pamuk gibi bir çocuk oldu. Ben de o noktadan sonra dedim ki o zaman kendine gel. Yani kime neye sinirleniyorsun. Bütün gerginliği yaratan sensin aslında dedim.*

AG9: *Yo, aslında çalışırken bunları düşünmediğimi fark ettim. Yani kesinlikle böyle değilmiş. Yani hani çalışırken böyle her sabah o iş bitecek, ne olacak, ne bitecek, ondan sonra bir şekilde onu organize ediyorsun e sonra ben şu işimi yapmalıyım deyip daha planlı programlı yapılabiliyorsun ama kendi işinde işi yoluna koysan, finans kısmını çözmeye çalışıyorsun, finansı yerine koysan, yeni iş olacak mı ayrıca onu planlaman gerekiyor yani planlaman gereken alan sayısı arttığı için, bir de her anlamda... iş olarak baraksan hepsine işin hiç bitmiyor. Hani çalışırken bir şekilde o saatlerde işin bitiyor, iki saatte olsa orada reset atıyorsun, bunda sürekli uyurken bile yarınki ya da önümüzdeki ay projeler ne olacak, hani hep bir işlevsellik var yani.*

AG17: *Evet, tabii. Öncelik tabii ki çocuklarım, evim ama işim de en az onlar da öncelikli olmak zorunda kalıyor. Çünkü yani cevap veremediğiniz, siz bunu beslemezseniz bu asla büyümaz. Siz fotoğraf çekmezseniz, yeni ürün üretmezseniz, siz o ürünü tanıtmasanız, siz kadınlarla ilgili sosyal aktivitesi olan toplantıları olan girişimcilik eğitimi, yok şeylere, gidip reklamınızı yapmazsanız, size iş durduğu yerden asla cevap vermez.*

AG21: *Önceliklerimi şöyle değiştirdi. Bir şey yapacağımda önce acil siparişim var mı diye düşünüyorum. Yetiştirmem gereken bir iş var mı, önceliklerimi o yönde değiştirdi hani vazifeler öne kaydı, o listenin en üstüne çıktı görevler vazifeler.*

AG13: *Öncelik bakımından tabii ki değiştirdi. Yani önceliğinizi işe vermeniz gerekiyor, yani ilk kafanızda, ilk düşündüğünüz şey hep o olmak zorunda oluyor. Çünkü onunla ilgili bir sürü birbirine bağlı şey var. İşle ilgili eksikleri yapılması gerekenler, yarım kalmış işler, yapılacaklar gibi gibi. Hani işle ilgili bütün her şey hep öncelik onlar aklınızda, sonra diğerleri geliyor gibi. Şey var. İşle ilgili eksikleri yapılması gerekenler, yarım kalmış işler, yapılacaklar gibi gibi. Hani işle ilgili bütün her şey hep öncelik onlar aklınızda, sonra diğerleri geliyor gibi.*

AG11: *Davranışları değil ama öncelikleri değiştiriyor tabii. Arkadaşlara vakit ayıracakken onun yerine işte vakit ayırabiliyorsunuz. İşte, biraz daha araştırmada olabiliyorsunuz. O açılardan evet*

3.2.15. Anne Girişimciler Ağı

Anne girişimcilerin, başka anne girişimciler ile bir iletişim ağlarının olup olmadığı, bu ağların nasıl ve hangi ortamlarda oluştuğu ile ilgili soru karşısında, 8 anne girişimci (%36,4) herhangi bir ağ içerisinde olmadıklarını belirtirken, geri kalan 14 anne girişimci (%63,6) çeşitli şekillerde başka girişimciler ile iletişim içerisinde olduklarını ifade etmiştir. Anne girişimcileri, diğer anne / kadın girişimciler ile bir araya getiren ortamlara baktığımızda bunların fuarlar, etkinlikler, eğitimler olduğunu görmekteyiz. Bunların dışında sosyal medya aracılığı ile insanların birbirleri ile iletişimi daha kolay hale geldiği için, anne girişimciler çeşitli sosyal medya platformları aracılığı ile bir ağ içerisine girmektedir. Bu tür ağların kadınların birbirlerine yardımcı olmasına, fikir ve bilgi paylaşımına olanak sağladığı gözlenmiştir. Anne girişimcilerin bu konudaki söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG1: *İşte, o organizasyonlara katıldıkça zaten şu an mesela katıldığım benim tasarım pazarları, tasarım pazarlarına katılıyorum. Özellikle Karum'da falan kuruluyor. Hatta adı bile "Yaratan Kadınlar". Ve sadece kadın tasarımcılar katılıyor, işte bir ikisine katıldıkça katıldıkça oradan bir kişiyi yakalyorsunuz,*

oradan bir kişi yakalıyorsunuz, hakikaten öyle bir ağın içinde buldum 3-4 yıl sonunda.

AG2: *Var, sosyal medya aracılığı ile oldu. Ya da böyle bu tip etkinliklerle, fuarlarla, işte zirvelerle tanışa tanışa*

AG3: *Var, sevgi ve destek var aramızda. Yani ben sonuçta işin medya kanalı gibiyim. Gerektiği zaman onlara şey yapıyorum.*

AG5: *Var var, öyle bir ağ var ve çok da besleyici ve çok da iyi bir ağ. O insanlığın, o lonca tarafını falan neden kurduklarını falan oradan anlayabiliyorum. Çünkü o networkün içinde olman lazım... kendiliğinden, merak, işte ortak yerlerde bulunmak, fuarlar ya da arkadaşlarım bak işte bir şey sordum, sana şu yardım eder diye tanıştırmalar... o yardım edebilme isteği ile de alakalı. Kadınlar daha çok yapıyor sanki bunu...*

AG10: *Ya biz genelde, biraz aynı okulun mezunları gibiyiz. Hani bu mail grupları ve şeyden türeyen. Orada tanıştık şey yaptık, çocuklar büyüdüğü de bir şekilde hepimiz bir yerlere atıldık, şey yaptık.*

AG11: *A bu WhatsApp grupları var, girişimci anneler oluyor, işte Kadıköy anneleri, işte şurada girişim toplantıları oluyor, çok fazla var annelerin böyle girişim toplantıları. Bu ağlardan çok var. Özellikle hani hem buluşma açısından hem de WhatsApp grupları vs. açısından*

AG12: *Anne girişimcilerle, oluyor mesela, bloggerlar, anne bloggerlarla birbirimize desteklerimiz oluyor. Onlar işte ürün tanıtmak istiyorlar, ürün sunmak istiyorlar. Hediye etmek istiyorlar, bu şekilde birbirimize sosyal medyadan biz destek oluyoruz. Orada bulduk birbirimizi zaten. Sosyal medya, Instagram dutlukken biz oralardaydık... Network ağımız var, dediğim gibi 10 bin kadın girişimci eğitiminden kalan arkadaşlarımız var...*

AG13: *Ya anne girişimcilerle yok ama we connect gibi yerler var. Biliyor musunuz bilmiyorum. Uluslararası kadın, iş kadınları diyeyim, oraya üyeyim, oranın toplantılarına katılıyorum. Oraya gelenlerin çoğu hem anne hem girişimci veya mesela bir firmanın CEO'su kadın, orada çalışanlarını oranın eğitimlerine gönderiyor gibi düşünün. İşte 1000 yaprak var biliyorsunuz. O da we connect ile falan çalışıyor. Hani kadınların olduğu ortamlarda hani bulunmaya çalışıyorum. Onların toplantılarına vs., hani araştırıyorum gidiyorum gibi gibi takip ediyorum yani.*

AG17: *Bir kere sosyal medya zaten bunun için çok büyük bir cennet, Pazar yeri orası. Herkesi o şekilde bulabiliyorsunuz ve hayalleriniz benzer oradaysa bu kişilerle zaten yolunuz çatışıyor bir eğitimde bir yerde mutlaka bir araya geliyorsunuz.*

AG19: *Var, sosyal medya üzerinde görüşüyoruz. Onların yaptıkları, işte örgü sepetler, bebekler, oyuncaklar, perdeler işte şeyler, yatak örtüleri falan var. Onları biz Montessori olarak bizim odaların içine koyuyoruz. Nasıl olsa bir bebek odası tasarlıyorsak, onların ürünleri de bizde satmaları için destek vermeye çalışıyoruz. Onlar kazansız hem biz kazanalım.*

AG22: *Var, sosyal medyadan oluşuyor. Etkinliklerde tanılıyoruz.*

3.2.15.1. Diğer Anne/Kadın Girişimcilere Yardım

Anne girişimcilerin, başka kadınlara girişimci olma konusunda yardım edip etmeyecekleri hakkındaki soruya verilen cevapların hepsi olumluydu. Kadınlar, başka kadınları teşvik etmek, desteklemek, bilgilerini paylaşmak konusunda hevesliler. Hemen hemen hepsi, çevrelerindeki kadınları yönlendirme, onları kendi işlerini kurma konusunda teşvik etme, bilgi verme konusunda istekliler. Bu mahallesindeki bir komşu da olabilir, bir arkadaşı ya da akrabası da olabilir.

Kadın girişimciler ile ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olup, orada faaliyet göstermek konusunda kadınların bazı çekinceleri olmakla birlikte, bireysel düzeyde kendi yapabilecekleri yardımlar konusunda çok açıklar. Bunun temel nedenlerinden biri zaman konusudur. Aile ve kendi işlerinden arta kalan sürede aktif bir zaman ayırabileceklerini düşünmemektedirler. Bu yüzden bu konudaki çabaları daha çok bireysel düzeyde kalmaktadır.

AG1: *Yani hani böyle birebir konuşsam bunun artıları tabii ki söylerim kesinlikle hani. Ama hani zaten işime, evime ve oğluma hani ancak böyle kısıtlı zaman ayırıp, kendime ayıramıyorum. Hani o anlamda böyle hani örgüte katılmak falan şu an çok zamanımı alır ya.*

AG2: *Dolayısı ile ben isterim yani yapabileceğim, paylaşabileceğim bir iki tane fikrim varsa mentor olarak, tabii bu fikrimi paylaşmak isterim. Biz de öğreniriz, herkes birbirimizden öğreniriz. Dediğim gibi bana en çok fayda sağlayan sektördeki rekabet içinde olduğum insanlar, kadınların bana yol göstermesiydi.*

AG8: *Evet, kendi işimle ilgili bile söylediğim böyle başka illerdeki arkadaşlarım olmuştu. Sen de yapabilirsin. Güzel kafa dağıtabilirsin falan.*

AG9: *Ya aslında, konuştuğum herkesi destekleme taraftarıyım. Ama öyle ekstra bir vaktim var mı desem ona zaman ayırıp öyle bir vaktim olmadığı için şey yapamıyorum. Mesela dayımın kızı vardı, böyle çok şey yapamıyor ama mesela ona her zaman şey diyorum. Sana şöyle küçük bir dükkânda, böyle nasıl diyeyim, tuhafıye gibi bir şeyler alıp satıyor, yapmalısın diyorum yani, onun o konuda yeteneği var.*

AG12: *Evet, olabilir. Bu konuda eğitim de aldım. Tabii ki bu şeyle alakalı, bahsettim zamanla alakalı. Hani zaman ayırabilsem çok çok isterim. Bu konuda eğitimlerimiz de tamam. Dediğim gibi 10 bin kadın girişimci mezunu olmak, hani herkesin harcı değil, öyle kolay kolay da olunmuyor oradan mezun. Aldığınız eğitimin hakkını*

vermeniz gerekiyor. O yüzden isterim tabi ki ama bir iki sene sonra sanırım, ufaklığı da biraz büyütürsem, ondan sonra onlara vaktim olacak diye düşünüyorum.

AG13: *Aslında we connect'te böyle bir şey var. Orada mesela bizler uzmanlık alanlarımıza göre diğer kadın girişimcilere eğitimler verebiliyoruz. Atıyorum benim uzmanlık alanım e-ticaret, orada ücretsiz PMG gibi gruplar da bu grubu destekliyor. Alan yaratıyorlar. Orada işte ben bu ay kadınlara e-ticaret veya dijital parlama ile ilgili bildiklerimi anlatmak, onların da bilgi sahibi olmalarını sağlamak gibi şeyler yapılıyor. Neden olmasın yani?*

AG14: *Yok, kendi çevremdeki insanları şu anda yapabileceğim, kendi çevremde gözlemlediğim yeteneği olan kadınlara tüyo vermek, yardım etmek, kurslara yönlendirmek sonra da hani onlara manevi olarak destek olmak. Bilgi paylaşımı. Tabi ki elimden ne gelirse, sorana şey yapana yardımcı olurum, oluyorum da*

AG15: *Aynen öyle, yani eğitim, bilgim daha doğrusu el verdiği sürece veya işte daha da geliştirme imkânım olursa, tabi ki elimden geleni yaparım. Çünkü bence artık bir zaman sonra bu iş böyle olacak diye düşünüyorum. Hani artık insanlar anne girişimci olarak kendi yaşamlarını böyle devam ettirmeyi tercih edeceklerini düşünüyorum.*

AG16: *... Ben bu işi yapmak istiyorum, hadi oluşturalım bana yardımcı ol diyene de kesinlikle kapımı kapatmam. Aktif halde yapan insanlara da yardımcı olmaya çalıştım ki ben çok yakın arkadaşımı bu işe teşvik ettim. Şu an kendi sipariş de alıyor...*

Bir iki tane anne girişimci, kadın girişimcilere verilen bir eğitime katıldığını ve kendi tecrübelerini paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Var olan bir girişimci eğitimine konuşmacı olarak katılmışlardır:

AG17: *Olabilirim, zaten Alev Şenol beni kendi girişimcilik hikayemi anlatmak için kendi sunumunun içine çoğu zaman dahil etmiştir. Ben de gidip, bayanlara neleri, nasıl yapılması gerektiğini anlattığım kendimce olmuştur. Yani ben burada çok iyiyim demiyorum sadece onların gitmeyi düşündüğü yolda ben bir kısmından geçtim, bir kısmını hala yürüyorum. Dolayısı ile onlara verebileceğim öneriler oluyor. Ve dolayısı ile bu tip konuşma programlarına katılıyorum. Dinleyici olarak da katılıyorum, konuşmacı olarak da katılıyorum. Sizlerden bu şekilde beni bulan insanlar, bana sormak istedikleri şeyler olduğundan cevap veriyorum. Yani elimden kendi çapımda gelen bu. Ama daha sonra kendim de büyümüş olurum artık, yani kendimle çok fazla meydana çıkarmak için uğraşmıyor olduğumda, tabi ki ben de bir şeyler yapabilirim ama bu tamamen sizin büyümenizle alakalı. Önce kendiniz büyüyeceksiniz ki sonra etrafınızı büyütürsünüz.*

AG20: *Girerim. Evet evet tabi, çok isterim. Yani orada, çünkü ben bunun bir tane maddi başarısızlıkla sonuçlanmış bir girişimim olarak, geçen beni bir yere çağırdılar, neresiydi ya? Bir kadın var, kendi çapında bir akademi yapıyor, ücretsiz böyle kadınlara girişim ile ilgili, evet Alev Şenol. Alev Şenol, biz sosyal medyadan tanıştık onunla ve beni şey diye, hikâyemizi anlatınca birbirimize bana şey dedi,*

seninki dedi diğer girişimlerden çok farklı. Sen çünkü bir kere yapmış, başaramamış ama 10 sene geçmiş bir daha yapmışsın. Yani hani olmadı deyip kenara çekilip küsmemişsin dedi. Küsebilirdim hani sen orada başarısızlıklarını da anlatabilirsin. Hani benim başarısızlığım da bir hikâye aslında. Yani orada anlık yaptığım kararlar, hızlı aldığım kararlar, işte... orada da benim bir sürü hatam var ki ben onu tamam evet ülkesel bir kriz... Alev Şenol'un söylediği, seninki dedi enteresan bir hikâye, yani sen iki girişimini de anlatabilirsin. Yani birinde yaptım olmadı, birinde yapıyorum bakalım olacak mı?

Bir anne girişimci daha kendisini mentor olabilecek düzeyde görmediğini, ama bu yolda ilerlediğini, bu konuda kendini geliştirmek istediğini dile getirmiş ve kendisini hazır hissettiğinde bu konuda çaba göstereceğini ifade etmiştir:

AG5: *İşte o mentörlük yapabilmek. Yani daha o seviyeye gelmedim, belki girişimci için mentörlük yapabilecek durumdayım ama daha böyle tamam oldum ben... yani nasıl söyleyeyim... evet evet, bilmediğim şeyler var işte finans, vergi vs. daha bilmediğim için bakalım daha ne challenge larım olacak karşımda. Onları öğrenip şey yapmak, ne derler bir 5 -10 senede mentör haline gelebilmek istiyorum. Şu anda onu şey yapmak istiyorum, çünkü ezelden beri öğretmen olmak isterdim, yani küçüklüğümde o esasında şey demek yani hani içinde... Bildiğini aktarabilmek demek. Bilgiyi paylaşabilmek demek. Doğru bilgiyi şu anda ediniyorum, doğru tecrübeyi ediniyorum. Onu aktarabilmek ilerde iyi olacak bence. İşe de yarayacak yani.*

3.2.16. Sosyal Medyanın Girişimlere Etkisi

Sosyal medya platformlarının, anne girişimcilerin girişimlerini hangi yönlerden etkilediği ve bu etkinin gücü irdelenmiştir. Hemen hemen herkes, günümüzde sosyal medyanın önemli bir olgu olduğunu belirtmekle birlikte, sosyal medyayı kullanıp kullanmamaları değişkenlik göstermektedir. Bazıları için sosyal medya olmazsa olmaz iken, bazıları da sosyal medyanın bu kadar çok kullanılmasının yanlış olduğunu ve kendilerini bu yeni olguya adapte edemediklerini belirtmektedirler. Sosyal medyanın etkisi ile ilgili anne girişimcilerin düşünceleri için Tablo 61 incelenebilir. Anne girişimcilerin 18 tanesi (%81,8) sosyal medyanın girişimleri için çok etkili olduğunu belirtirken, 2 tanesi kullanmıyor, 1 tanesi kendi işi için önemli olduğunu düşünmüyor, 1 tanesi de etkili olduğunu kabul etmekle birlikte, bu etkinin diğer 18 anne girişimcinin düşündüğü gibi çok etkili olduğunu belirtmiyor.

Tablo 61*Anne Girişimciler için Sosyal Medya'nın Etkisi*

Sosyal Medya Etkisi	AG sayısı	Yüzde
Çok Kullanmıyor	2	9,1%
Önemli Değil	1	4,5%
Etkili	1	4,5%
Çok Etkili	18	81,8%
TOPLAM	22	100,0%

AG9, sosyal medyayı kullanmadığını ve işi için önemli olmadığını ifade etmektedir:

AG9: *Çok aktif sosyal medya kullanmıyordum zaten o dönemde de. Hani ekstra bunun şeyi olmadı... O dönemde de çok aktif kullanmıyorduk sosyal medyayı zaten. Diyorum ya bu çevredeydim tam böyle kendi dünyamızı yarattık.*

AG20 ise sosyal medyanın etkili olduğunu ama bu etkiyi çok abartmamak gerektiğini, önemli olanın başarı olduğunu ifade etmiştir

AG20: *Olumludur, bence. Ama çok da merkezinde olmamalı yani orada bir kısmı, sosyal medyadaki etkinin bir kısmı çok sanal ve ayakları yere basmayan bir değer. Bir kısmı da gerçekten sizi taşıyan, tanınırlığınızı sağlayan bir şey. Çok böyle gözde büyütmemek lazım ama yok da saymamak lazım. Orada sanal bir durum var. Önemli olan onun gerçek başarıya dönüşmesi.*

Sosyal medyayı kullanmayı çok sevmediklerini belirten AG6 ve AG7, sosyal medyadaki durumun biraz sanal olduğunu, zamanlarını sosyal medyada çok harcamak istemediklerini ifade etmişlerdir.

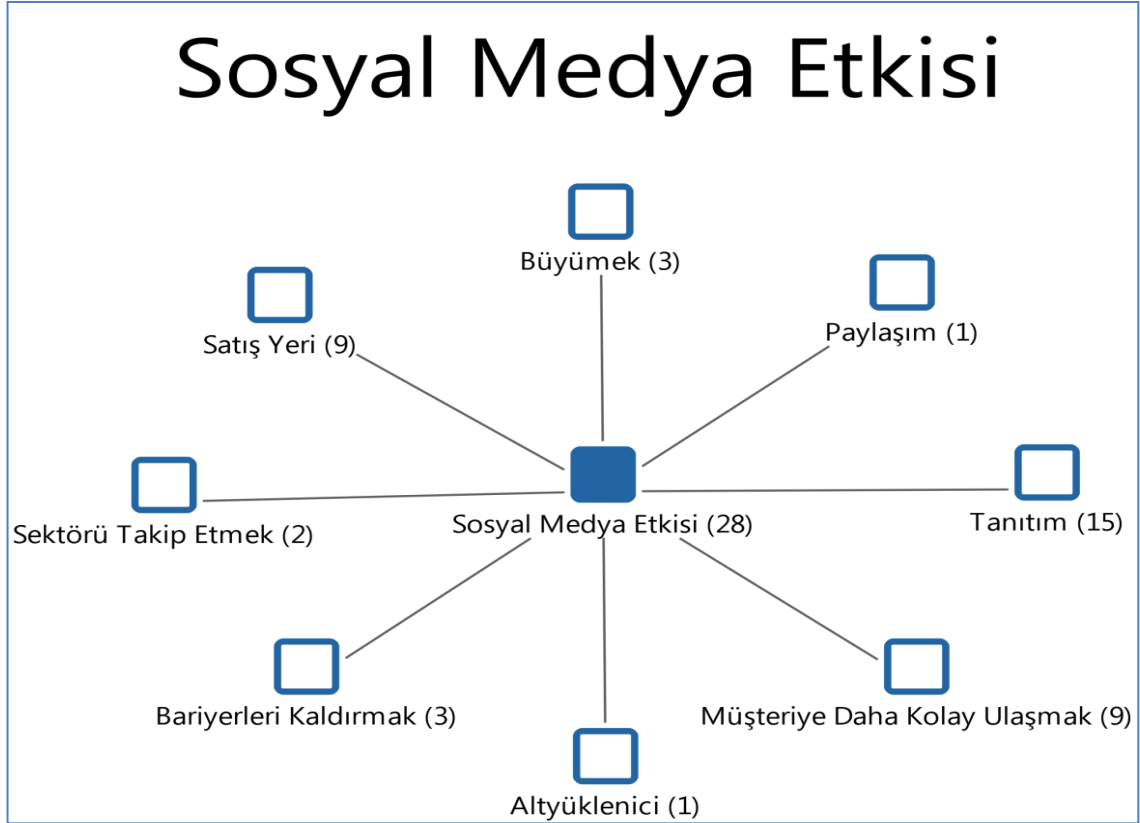
AG6: *Bunun tam nasıl ele almam gerektiğini düşünüyorum. Bilemedim. Yani sosyal medyada benim var olmam gerekiyor bu işimle. Bu benim hiç hoşuma gitmiyor... Ama hani ben sosyal medyada daha etkili olsam ve sosyal medyayı kullanmayı seven biri olsam... ben şahsen hani çok bunun kullanım şeklinin ülkemizde özellikle yanlış buluyorum ve daha yanlış değerlerin çok ön plana çıktığını düşünüyorum. O yüzden de kendimi daha çok geriye çekiyorum, sadece paylaşılması gereken bir şey olduğu zaman sosyal anlamda işte bir platform olarak kullanılması gerektiğini düşünüyorum. Ama maalesef bu böyle olmuyor ve benim karakterimle çelişiyor bu konu. Ve öyle olmasaydı ben de diğer bazı girişimciler gibi ya da bazı iş yapanlar insanlar gibi devamlı sosyal medyada olabilmeyi her şeyiyle ürünümle, şirketimle, kendimle, arkadaşlarımla, satın alan müşterimle falan olsaydım daha geliştirdi tabii. Önemli bir rolü var sosyal medyanın benim işim üzerinde. Ama ben bunu yeterince kullanabiliyor muyum? Hayır.*

AG7: *Yani işi tanıtmamıza yarıyor sosyal medya. O manada zaten şey çok oraya kaymış durumda... sosyal medya çok güçlü biliyorsunuz artık... Öyle her dakikamızı sosyal medyada geçireyim edeyim tipler değiliz. Olan vaktimizde bir kitap okuyalım, bir film seyredelim şeyindeyiz. Hani öyle full time iş hayatı yaşayan insanlar değiliz. Öyle olanlar daha farklı oluyor. Çok aktif oluyorlar ve kullanım sayıları çok çılgın olabiliyor.*

Sosyal medyanın girişimleri nasıl etkilediğine baktığımızda, anne girişimcilerin çoğunluğunun, sosyal medyayı işlerini tanıtmak amacı ile kullandığını görmekteyiz (Şekil 31). Sosyal medya aracılığı ile müşterilere ulaşmanın daha kolay olduğunu belirten anne girişimciler, sosyal medyayı aynı zamanda bir Pazar yeri, bir satış yeri olarak da kullanmaktadırlar. Müşterilerine sosyal medya aracılığı ile ulaşan anne girişimciler, ürünlerinin satışını da sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirmektedir. Sosyal medyanın bir diğer önemli etkisi, sektöre giriş bariyerlerini ortadan kaldırmasıdır. Birçok giriş bariyerini ortadan kaldırdığı için, anne girişimciler rahatlıkla kendi işlerini kurup, evlerinden dışarı çıkmadan ürünlerini pazarlayabilir, satabilir konuma gelmektedirler. Bir şirketi kurmak için gerekli fiziksel ve finansal bariyerleri aşarak, sosyal medya sayesinde sanal ortamda kendi dükkânlarını açma fırsatı elde ediyorlar. Reklamlara ve pazarlama için bütçe ayırmadan, sosyal medyanın olanaklarını kullanarak, birçok kişiye ulaşma şansı elde ediyorlar. Aynı zamanda çoğu anne girişimcinin müşterisi de anne olduğu için, küçük çocukları dolayısı ile onlar da büyük çoğunlukla eve bağımlı olduğu için, o anneler de sosyal medya aracılığı ile istedikleri ürünleri evlerinde oturarak araştırıp, o ürünlere kolaylıkla ulaşabilmektedirler.

Şekil 31

Sosyal Medyanın Girişimlere Etkisi



Sosyal medyayı tanıtım amacı ile kullanan anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG7: Yani işi tanıtılmamıza yarıyor sosyal medya.

AG22: Eşe dosta derken Instagram'da böyle ürünleri paylaşırken etiketler koydum, etiketi koyunca baktım ki insanlar fark ediyor. Tanımadığım insanlar.

AG20: Bir kısmı da gerçekten sizi taşıyan, tanınırlüğünüzü sağlayan bir şey.

AG16: Aaa bu bence hem sosyal medya hem de insanların çevresi ile alakalı, aslında ben bir grupta tanıştım ve benim grup benim hayatımı değiştiren grup. İki insan tanıdım, o iki insan da bana çevrelerini açınca çok bambaşka yerlere gittim. Yani çok minnetim, saygım, sevgim sonsuzdur onlara. Sosyal medya da bu çevreden dolayısı ile oldu. İşte videolarımı paylaştılar ve daha sonra bir patlama yaşandı. 1-1,5 yıl bekleyenler oldu o yüzden sosyal medya çok çok kıymetli, gerçekten.

AG14: Sosyal medyanın rolü tanınmak, yani iletişim, yani kapı oldu, DEMSA ile tanışmama kapı oldu. Sosyal medya olmasaydı tanışamazdım. Ürünlerimi görmezlerdi ve o şekilde.

AG13: *Yüksek, yani çünkü çok fazla insanlar artık hayatlarının yüzde 35'ini sosyal medyada geçirdikleri için. Bu sadece benim için değil, yaptığımız her iş alanında, onun popülaritesini sağlamak için sosyal medya çok önemli bir etken artık. Televizyondan bile daha fazla etkili.*

AG12: *Çünkü sosyal medya bu konuda çok bizi destekliyor, hiç tanımadığım, hiç bilmediğim şehirlerden işte hatta ülkelerden, yurt dışından bile mailler alıyoruz.*

AG12: *Siz de o ağı içerisinde ürününüzü, işinizi tanıtmaya imkanı buluyorsunuz ... Sosyal medyada dediğim gibi yani orada bir ürününüzün, hiç tanımadığınız bir kişi tarafından sevilmesi ve önerilmesi sizi her zaman öne çıkarıyor.*

AG11: *Çok önemli, çünkü sosyal medya sayesinde ben yaptıklarımı duyurabiliyorum.*

AG1: *İnsanlara nasıl tanıtılabıldim ki çünkü tasarım yapıyorum her gün farklı bir ürünü paylaşıyorum ki görüyorlar. Reklam vereceksin de paran olacak da mesela ürünlerini radyoda anlatamazsın. Nasıl anlatacaksın ben şimdi anlatayım buradan. Mesela dinleyen ne kadar anlayacak 'Çok güzel tüylü taşlı swarowskili falan'. Hiçbir şey canlanmaz insanın kafasında. Görsel bir şey benimki. O yüzden çok önemli bir şey.*

AG2: *... Ve telefondan anlatmam lazım ki hayır aslında böyle zor olmak zorunda değil. Yani o çocuk o kadar ağlamak zorunda değil. Bunun daha kolay ve güzeli var. E senin de özgür olabileceğin bir modeli var'ı ona işte o sosyal medyadan girip anlatıyorum ancak.*

Sosyal medya sayesinde müşteriye daha kolay ulaşabildiğini ifade eden anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG8: *Çok etkisi var. O olmasa olmazdı. Herkes şu an zaten internetten alışveriş yapıyor, internetten bir şeyler araştırıyor, internetten yaptırıyor. Hani evden çıkmak artık zor mu geliyor ya da anne adayları, anneler evden çıkamıyorlar. Daha kolay ulaşıyorum.*

AG16: *Yani geliri belli olan, gideri belli olan, neyi alıp neyi alamayacağı belli olan. Ama benim ürettiğim kitabın ücreti, hani orta halli bir aile için yani evin kirasının yarısı kadar. Şimdi kimse bunu göz önüne alıp da çocuğuna hadi gel ben sana 300-400 lira vereyim, bir kitap alayım diyemiyor. E bu yüzden de benim çalışabildiğim kesim birazcık gelir kaynağı geniş olan insanlar. O yüzden yani onlar paylaştı ve aldı yürüdü gitti. Öyle söyleyeyim.*

AG13: *Çok etkili o yüzden orada işte bizimle ilgili haber yapmak istediklerinde, bir şey olduğunda hemen kabul ediyoruz ve orada paylaşılacak isteniyoruz çünkü orada bir kişi bile sizi duysa, bu bizim için artı oluyor. O yüzden çok önemli.*

AG11: *Ve insanlarla oradan bağlantı kurabiliyorum. Onun için sosyal medya benim için çok önemli işim için.*

AG10: *Yani şöyle, ben işim ya da hani Malatya'daydım çevrem şey, o kozmopolitik yaşadığım ortam gereği tek iletişim kanalım bilgisayar, forumlar, siteler. Dolayısı ile ben oradan arkadaş bulacağım. O olmayaydı, ben o zaman çevremdeki komşulardan şey yapacaktım, muhatap kuracaktım. Eğer onların da ihtiyacı olup, hani aynı süreç öbür tarafa taşınmış olacaktı. Tamamen ihtiyaç olup olması ile alakalı. İnternet bu anlamda özgürlük taşıyor çünkü daha çok şey var, insan akışı var. Ama öbür tarafta atıyorum, 20 dairelik bir apartmanda oturduğunuzda kaç kişinin çocuğu var? Onun kaç tane şeyi var? Topu topu 5 tane talep gelirdi belki. O 5 talep de hani uzun soluklu iş boyutuna getirmezdi.*

AG1: *Sosyal medyayla zaten başladım. İnternet sayfam bile yoktu. Direk sosyal medya ile başladım. Oradan öyle müşteri topladım, topladım ondan sonra bir internet sayfası kurayım.*

AG2: *Çok büyük, %80 - %90 oradan dönüyor yani. Çünkü anneler de oraya bakıyor... O olmasaydı nasıl annelere ulaşırdım bilmiyorum. Çünkü benim müşterim çocuk doğduktan sonra günün 24 saatini kucağında bebekle koltukta oturan ve elinde de sıkıntıdan cep telefonu ile geçiren kadın. Benim bu kadına nasıl ulaşmam, başka türlü ulaşmam. Yani telefonda girmem lazım o kadına.*

Sosyal medyanın çeşitli platformlarını satış yeri olarak kullanan anne girişimcilerin söylemleri aşağıdaki gibidir:

AG8: *İnternet'ten alışveriş yapıyor, internette bir şeyler araştırıyor, internet'ten yaptırıyor.*

AG22: *Sosyal medya ile ortaya çıkan bir firma olduğum için hala daha sadece sosyal medyadan, yani bir mağazamız yok, aktif satış yapan birkaç bayimiz var, onun dışında sadece sosyal medyadan satış yaptığımız için, İnternet sitesi, o yüzden benim için ileri önemli.*

AG21: *Çok büyük, çok büyük, şu an satışlarımın %80 ini sosyal medya üzerinden yapıyorum.*

AG19: *Onunla ilgili sosyal medyayı kullanmayı çalışıyorum. Oralara yüklemeler yaparak, orada insanlara fiyatlar veriyorum.*

AG17: *Bir kere sosyal medya zaten bunun için çok büyük bir cennet, Pazar yeri orası.*

AG10: *E-ticaret kısmında benim için her şey.*

AG14: *Evden çalışıyordum, kişiye özel sipariş üzerine. Yani hani Instagram'dan çalışıyordum.*

Sosyal medya sayesinde sektöre giriş bariyerlerinin ortadan kalktığını ifade eden anne girişimciler şu tespitlerde bulunmuştur:

AG3: *Temel taş demem gerekir herhalde. Çünkü o özgürlüğü verdi. Çünkü bende o finansal güç olmadığı için sosyal medya bana bunu ücretsiz olarak verdi.*

AG14: *Sosyal medya artık her şey. Herkesi bulabiliyorsunuz, herkese ulaşabiliyorsunuz.*

AG11: *Ve şey bana kaynak ve fikir oluşturması için de sosyal medya.*

Sosyal medya sayesinde büyüdüklerini, işlerini ilerlettiklerini ifade eden anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG10: *Onun sayesinde büyüdük.*

AG21: *Sosyal medya olmasaydı işim bu kadar büyümezdi.*

AG18: *Olmasaydı bu kadar ilerleyemezdi*

Altyüklenici bulmak için ya da sektörü takip etmek ve sosyal bir şey paylaşmak için sosyal medyayı kullanan anne girişimcilerin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

AG19: *Sosyal medya üzerinde görüşüyoruz. Onların yaptıkları, işte örgü sepetler, bebekler, oyuncaklar, perdeler işte şeyler, yatak örtüleri falan var. Onları biz Montessori olarak bizim odaların içine koyuyoruz. Nasıl olsa bir bebek odası tasarlıyorsak, onların ürünleri de bizde satmaları için destek vermeye çalışıyoruz. Onlar kazansız hem biz kazanalım.*

AG20: *Ama ben sektörü takip etmek adına sosyal medyayı çok önemli bir mecra olarak görüyorum. Yani kim ne iş yapıyor, yurt dışında ne iş yapılıyor, yeni ne yapılabilir, ya da ben bunu yaptım diye birilerine ilham olabilmek...*

AG11: *... fikir oluşturması için de sosyal medya.*

AG6: *Sadece paylaşılması gereken bir şey olduğu zaman sosyal anlamda işte bir platform olarak kullanılması gerektiğini düşünüyorum.*

4. BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde, araştırmanın bulguları gözden geçirildikten sonra ortaya çıkan sonuçlar literatür kapsamında değerlendirilecektir. Ardından araştırmanın kısıtlarından bahsedildikten sonra, gelecek araştırmalar için önerilerde bulunulacaktır.

4.1. ARAŞTIRMA BULGULARININ TARTIŞILMASI

Bu araştırmanın amacı, anne girişimcilerin girişimcilik serüvenlerini ortaya çıkarmaktır. Araştırmada, nitel araştırmanın fenomenoloji (olgubilim) araştırma yaklaşımı kullanılmıştır. Anne girişimciliği konusu, kadın girişimciliği altında yeni bir olgu olduğundan ve Türkiye’de daha önce benzer bir konuda araştırma yapılmadığı için nitel araştırma yöntemi seçilmiştir.

Araştırmaya konu olan fenomen, anne girişimci olmak olduğu için, araştırma evrenini anne girişimciler oluşturmuştur. Girişimini kurduğunda bakmakla yükümlü olduğu, ilkokul çağında (0-10 yaş arası) en az bir çocuğu olan anne girişimciler araştırma evrenini oluşturmuştur. Çeşitli platformlardan tespit edilen 55 anne girişimciye ulaşılmış ancak 22 tanesi ile görüşme yapılabilmektedir.

Anne girişimcilerin demografik özellikleri incelendiğinde, kadınların %68’i girişimlerini 30 ile 39 yaşları arasında kurdukları, %68,2’si lisans ve yüksek lisans derecesine sahip olduğu ve hepsinin girişimlerinden önce bir çalışma hayatına sahip oldukları gözlenmiştir. Girişimlerini kurmadan önce en son çalıştıkları pozisyon incelendiğinde, 22 kadından 14 tanesi orta veya üst düzey yönetici pozisyonunda olduğu, girişimlerini kurarken 20 tanesinin 3 yaş ve altında çocuğu olduğu gözlenmiştir. 22 anne girişimciden 14 tanesinin (%63,6) ailelerinde bir veya birden fazla kişinin bir girişimcilik hikâyesi mevcuttur. Anne girişimcilerin yarısından fazlası girişimlerini evden yürütmekte, %77’i de tek başına ortak olmadan girişimlerini sürdürmektedirler. 10 tane anne girişimcinin çalışanı varken, 12 anne girişimcinin ise hiç çalışanı yoktur.

4.1.1. Anneliğin Anlamı

Anne girişimcilerin annelik ile ilgili düşünceleri incelendiğinde, iki boyut ortaya çıkmıştır: bireysel ve toplumsal boyut. Bireysel boyut altında en çok tekrarlanan kod “Yeni bakış açıcı kazanmak” olmuştur. Kadınlar, anne olduktan sonra farklı şeyler keşfettiklerini, çocuk sahibi olmanın onları çevrelerine ve olaylara farklı bakmalarına neden olduğunu belirtmiştir. Annelik ile ilgili olarak “Yeni Bakış Açısı kazanmak” ve “Öğretici” kodları altındaki söylemler, Bailey (2000)’in araştırmasındaki kadınların söylemleri ile paralellik göstermektedir. Araştırmada, kadınlar anneliğin kişisel gelişimlerine katkıda bulunduğunu, annelik sayesinde farklı beceriler elde ettiklerinden bahsetmişlerdir.

Toplumsal kategori altındaki söylemler incelendiğinde, en çok söylemin “Sorumluluk” ve “Öncelik” ile ilgili olduğu görülmüştür. Toplumsal kategori altında sınıflandırılan “Sorumluluk”, “Öncelik”, “Fedakârlık” gibi kavramlar, yoğun annelik ideolojisinin varsayımları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Arendell (1999), yoğun annelik ideolojisinde annenin kendinden fedakârlık yapması, kendi istek ve ihtiyaçlarını göz ardı etmesi, bakmakla yükümlü olduklarına öncelik vermesi beklendiğini belirtmiştir.

Dow (2016)’un tanımladığı *Entegre Annelik*’in varsayımlarından biri olarak kadının ev dışında çalışıyor olması gerektiğini ifade etmiştir. Kadının, kariyerini çocuğa göre şekillendirdiğini, daha esnek çalışma koşullarına sahip işyerlerine geçtiğini ya da işveren konumuna, girişimci konumuna geçtiğini ifade etmiştir. AG10 da benzer bir düşüncüyü dile getirmektedir.

AG10: ... kadın, hadi gelenekselmiş, evet kadın çocuğa bakmak ile yükümlü. 0-3 yaş arası evet yeni öğretilenler çok önemli anne olması lazım. 0-3 arasında annenin evde çalışabileceği bir iş yürütüyor olması ya da işyerinin böyle bir imkan sağlaması müthiş. Ama 3 yaşından sonra... O kadının oradan çıkması lazım çünkü 3 yaşından sonra çocuğun öz bakıma ihtiyacı kalmıyor ya... Evden çıkınca çocukların gözünde şey yaptı, ne o, hani biraz daha saygı görmeye başladım, öyle söyleyeyim...

Dow (2016)’un da ifade ettiği, kadının çalışan statüsünden işveren statüsüne geçiş yapması gerektiği ile ilgili olarak anne girişimcilerin söylemleri ile paralellik gösterdiğini ifade etmek mümkündür.

4.1.2. Girişimcilik ve Anne Girişimciliğinin Anlamları

Anne girişimcilerin girişimcilik ile ilgili düşünceleri, üç farklı boyut altında gruplandırılmıştır: süreç, birey ve ürün/hizmet. Girişimciliğin süreç boyutu incelendiğinde öne çıkan kavramlar yaratıcılık ve heyecan olduğu gözlenmiştir. Birey boyutunda ise özgürlük ve cesaret öne çıkan kavramlar olmuştur. Ürün/hizmet boyutu incelendiğinde; kadınlar verdikleri hizmetlerin, yaptıkları ürünlerin beğenilmesi, yaptıkları girişim sayesinde takdir edilmeleri ve bundan gurur duymalarını ifade etmektedir. Yaratıcılık, Green ve Cohen (1995)'in de belirttiği gibi girişimcilik tanımını temel alan ana faktörlerden biri olduğu söylenebilir. Anne girişimcilerin ürün/hizmet boyutu altındaki söylemleri ise Hisrich ve Brush (1985)'in girişimcilik tanımı ile uyuşmaktadır. Anne girişimcilerin verdikleri hizmetlerin/ürünlerin beğenilmesi, kendilerinin takdir edilmesi ile ilgili olarak söylemleri, araştırmacıların girişimciliği gerekli zaman ve çabayı harcayarak, değeri olan farklı bir şey yaratma süreci şeklindeki tanımına benzerlik göstermektedir.

Kadınlar için, anne girişimciliğinin ne ifade ettiğine bakıldığında, en sık tekrarlanan kodların, esneklik, özgürlük ve sorumluluk olduğu gözlenmiştir. Anneler, çocukları ile daha çok ilgilenebilmek adına kendilerini daha esnek olmak zorunda hissediyor, kurumsal hayatın izin verdiği ölçüde bir yaşam istemiyor, kendi saatlerini kendileri belirleyebilmek istiyorlar. Bu esneklik onları daha özgür hissettiriyor. Kendilerine ait bir işin olması, çoğu anne girişimci için kendi çocuklarından farklı olarak sahip oldukları diğer bir çocuk gibidir. Bu yüzden de çocuklarına olduğu kadar kendi kurdukları işler için de sorumlu hissediyorlar. Annelerin %68'i (15 tanesi), "anne" kelimesinin girişimciliği daha güçlü hale getirdiğini, girişimciliğe değer kazandırdığını belirtmiştir. Anneliğin başlı başına bir iş olduğu, çocuk bakımının yanı sıra girişimcilik sorumluluğu da eklendiğinde hem daha zorlu hem de daha değerli ve daha güçlü hale geldiğini vurgulamışlardır. Annelik ile bağdaştırılan titizlik, güven, kutsallık gibi olguların da girişimciliği beslediğini ve güçlendirdiğini vurgulamışlardır. Bu bulgu, "Anne Girişimci" unvanının bazı anne girişimciler tarafından hem anne hem de iş kadını olmalarını yansıttığı için desteklendiğini belirten Richomme-Huet ve Vial (2014) tarafından da desteklenmektedir. Richomme-Huet ve Vial (2014) tarafından ifade edilen ve "Anne Girişimci" unvanının bazı kadınlar tarafından profesyonel olmadığı gerekçesi ile

kullanılmak istenmediği sonucu araştırma bulgularında rastlanmıştır. AG13, özellikle ülkemizde anne olarak görülmenin kendi girişimlerinin ciddiye alınmamasına neden olduğunu belirtmiştir. Altı anne girişimci de anne ve girişimci kelimelerinin farklı olduğunu, aralarında bir ilişki olmadığını ifade etmişlerdir. Bu anne girişimcilerin söylemleri Krueger (2015)'ın ifade ettiği gibi “anne girişimci” kavramında anneliğin önceliklendirildiği sonucuna ulaşılammaktadır. Bu sonucun tüm anne girişimciler için genellenemeyeceği ifade edilebilir.

Anne girişimcilerin, “anne girişimci” tanımları incelendiğinde, Bailey (2000)'nin araştırma sonuçları ile bazı benzerlikler gösterdiğini söylemek mümkündür. Bailey (2000), kadınların anne olduktan sonra işini evden yürütmek için arayış içerisinde olduklarından ve ortaya koyduğu “*Benliğin Projesi*” temasını ile kadınların kendilerini bulmak için hem anneliklerini hem de çalışma hayatlarını bütünleştirmekten bahsetmiştir. “Anne girişimci” tanımlarındaki “... *belki de hakikaten biraz kendi, anneliğine vakit ayırmaya çalışan girişimcilere desek daha doğru olur*”, “*Anne girişimci anneliğin yanında hem anne olmayı başarabilip hem de kendine başka bir şey yaratabilen kadına denir*” ve “... *daha önce çalışma hayatı olmuş, yoğun bir çalışma temposundan çıkmış, anneliğe adım atmış ve evde ne yapacağını şaşırılmış olan kadınlara anne girişimci denebilir*” gibi ifadeler, kadınların annelik ve iş hayatlarını bütünleştirmek adına, girişimci oldukları sonucuna varılabilir.

4.1.3. Girişimcilik Motivasyonu

Araştırma sonucunda, kadınların, girişimcilik motivasyonları beş temel grup altında toplanmıştır. Bu gruplar “Kişisel Nedenler”, “Ailevi Nedenler”, “Sosyal Nedenler”, “Kurumsal Çalışma Hayatı” ve “Yeni İş” olarak adlandırılmışlardır. “Kişisel Nedenler” altında öne çıkan iki kod, çalışma isteği ve esneklik olmuştur. Kadınlar çoğunlukla evde boş durmak istememişlerdir, özellikle çocuktan sonra çocuğu ile ilgilenmek isteyen ve bu nedenle işini bırakan kadınlar, bir süre sonra evde olmaktan sıkılıp kendilerine evden çalışabilecekleri, üretebilecekleri bir ortam yaratmışlardır. Esneklik ise, kurumsal çalışma hayatının belirli çalışma koşulları içerisinde çalışmak istemeyen, kendi çalışma saatlerini belirlemek isteyen, çocuğunu büyütürken kendi zamanını kendisi yönetmek isteyen kadınlar için bir motivasyon oluşturmuştur. “Ailevi Nedenler” altında Çocuk ile

İlgilenebilme İsteği birinci neden olarak gözlenmiştir. Tüm motivasyon faktörleri incelendiğinde, “çocuk ile ilgilenbilme isteği”, “çalışma isteği” faktörünün ardından ikinci sırada yer almaktadır. Khan ve Rowlands (2018), araştırma sonuçlarına göre anne girişimcilerin ilk motivasyonu, aile dengesini sağlamaktır. Bu araştırma kapsamında ise ailevi faktörlerin, “çalışma isteği” faktörünün ardından ikinci sırada yer aldığı gözlenmiştir. Duberley ve Carrigan (2012), kadınların girişimciliği seçme nedeni olarak “iyi bir anne” olma isteği olduğunu belirtmişlerdi. Anne Girişimcilerin de “Çocuk ile İlgilenebilme İsteği” bu sonuç ile benzerlik göstermektedir.

Dawson & Henley (2012), kadın girişimcilerin ikinci motivasyon kaynağının ailevi sorumluluklar/evden çalışma isteği olduğunu ifade etmişlerdir. Bu motivasyon kaynağı, Anne Girişimler için de benzerlik göstermektedir. Dawson & Henley (2012) araştırmalarında birinci faktörü bağımsız olmak olarak belirtmişlerdir. Anne Girişimcilerde birinci faktör olarak yer alması da esneklik faktörünün kadınlara sağladığı bağımsızlık göz önünde bulundurulduğunda, anne girişimciler için de önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Sheikh ve Yousafzai (2015) araştırmalarında kadınların çocuklarının yanında olabilmek için evden yürütebilecekleri bir iş kurduklarını ifade etmişlerdir. “Ailevi Nedenler” altında yer alan Çocuk ile İlgilenebilme İsteği, Sheikh ve Yousafzai (2015) araştırma sonucu ile benzerlik göstermektedir.

“Kişisel Nedenler” altında sınıflandırılan “cesaret” motivasyon faktöründe, anneliğin kadınlara verdiği cesareten bahsedilmiştir. Bailey (2000), kendi araştırmasında da benzer bir bulguya rastlamıştır. Kadınlar, bir çocuk yapabilmenin/doğurabilmenin mucizesinden bahsetmişlerdir. Zahmacioğlu vd. (2015) de çocuk doğurabilmenin kadınları ne kadar güçlü hissettirdiği bulgusuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde AG2 de “*Bir çocuk dünyaya getirdikten sonra çok şok oldum. Yani çok iyi hatırlıyorum o anımı. Ya dedim ben bir insan yaratabiliyorsam ben daha neler yapabilirmişim... Yani ben bunu yapabiliyorsam ben aslında her şeyi yapabilirmişim dedim.*” ifadesini kullanmıştır.

Bailey (2000) araştırmasında kadınların anne olduktan sonra kariyerleri ile ilgili farklı düşünmeye başladıklarından ve kariyer göz önünde bulundurulduğunda anneliğin özgürleştirici olduğundan bahsetmiştir. AG20’nin anne olduktan sonraki kariyer ile ilgili düşünceleri Bailey’nin araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir:

AG20: ...Hani kariyer diye bir şey var mıymış diye soruyorum şimdi 42 yaşından 20li yaşlarıma baktığımda. Çünkü kariyer diye bir şey aslında, evet biz bir şeyler için çabalyoruz, ne bileyim işte eğitimimizi destekliyoruz, dilimizi destekliyoruz, tecrübemizi, deneyimimizi, işte yanında bir de sosyal beceriler eklemeye çalışıyoruz, daha zengin bir insan olmak için ama şimdi aslında kariyer bir... Yani şimdi kariyer diye bir şey var mı şimdi gerçekten sorguluyorum yani hani hangisi gerçek hayat onu sorguluyoruz, tercih ettiğimiz şey değişiyor mu onu sorguluyoruz. Bunları hep ama geriye dönüp düşününce, o anda sorgulamıyorduk... Sonra şeyi sorguladım, yarım saat çocuğu görmek için mi doğurduk...

Para kazanmak, aile gelirini arttırmak da “Ailevi Nedenler” altında yer alan diğer faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Para kazanma isteği, Jayawarna, Rouse ve Kitching (2013)’in “Maddiyat” motivasyon faktörü ile paralellik göstermektedir. Kurumsal hayatın zorlu çalışma koşulları, işin tatmin sağlamaması ve kadınların kurumsal hayatta takdir görmemeleri, onları girişimcilğe iten diğer faktörlerdir. Eski işlerinden kaynaklı motivasyon faktörleri Boneberger ve Kirilova (2015) araştırma sonucu ile benzerlik göstermektedir. Boneberger ve Kirilova (2015) araştırmalarında memnun olunmayan bir önceki iş ve işsizlik gibi faktörlerden bahsetmişlerdir.

“Yeni İş”i severek yapmaları, çevrelerinden talep görmeleri kadınları girişimlerini kurmaya itmiştir. Kadınların girişimlerini kurma motivasyonları arasında yer alan “Sosyal Nedenler” arasında başkalarına faydalı olma isteği, yerli üretim ve bilgi paylaşma isteği olduğu görülmüştür. “Sosyal Nedenler”, Jayawarna, Rouse ve Kitching (2013)’in “Toplum” motivasyon faktörü ile paralellik göstermektedir. Daha geniş bir topluluğa katkıda bulunma isteği ya da benzer geçmişe sahip kişilere yardım sağlama isteği gibi nedenleri içeren “Toplum” teması, AG5’in amaçlarından biri olan annelere çocukları ile daha çok kaliteli zaman geçirebilmelerini sağlamak için güvenli gıda üretme isteğini desteklemektedir. Benzer şekilde AG15’in amacı da üretim yapan kadınların daha büyük kitlelere ulaşabilmesine yardımcı olmaktır. “Sosyal Nedenler” aynı zamanda Brush (1992)’in araştırmasında kadınların toplum yararına bir şeyler yapabilme isteğinin önemli bir yer tuttuğuna dair ifadesi ile de benzerlik göstermektedir.

Anne girişimcilerin motivasyonları incelendiğinde büyük çoğunluğunun Hughes (2006) tarafından tanımlanan üç motivasyon grubundan biri olan “İş-Aile Girişimcileri” grubuna girdikleri söylenebilir. Bu motivasyon grubunda yer alan kişilerin temel motivasyonları iş-aile dengesini sağlamak ve esneklik kazanmaktır. Esneklik faktörü Jayawarna, Rouse

ve Kitching (2013)'in araştırmasında da ortaya çıkmıştır. Esneklik teması altındaki motivasyon faktörleri evden çalışma isteğini, aile ve işi birleştirebilmek için esnekliğe sahip olmayı, iş saatlerini kontrol edebilmeyi ve işte bağımsız olmayı içermektedir. Bu da araştırmada çıkan sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Jayawarna, Rouse ve Kitching (2013)'in sınıflandırmasına göre Anne Girişimler, “Elverişlilik girişimcileri” motivasyon kümesine dahil edilebilir. “Elverişlilik girişimcileri” esneklik faktörü ile motive olup, aile gibi diğer yaşam uğraşları etrafında işlerini yürütebilmeyi amaçlamaktadırlar. Esneklik faktörü Duberley ve Carrigan (2012)'in çalışmasının sonuçları ile de benzerlik göstermektedir. Esnek çalışma imkânı sayesinde kadınlar çocuklarına ve işlerine ayıracakları zamanı kendileri belirleyebiliyor.

Anne Girişimcilerin motivasyon faktörleri incelendiğinde Cromie (1987)'nin araştırma sonucu ile de paralellik gösterdiği söylenebilir. Cromie (1987), kadınların girişimcilik sayesinde kariyer isteklerini ve anne rolünün gerekliliklerini birleştirmeyi amaçladıklarını ortaya koymuştur. Aynı şekilde Shabbir ve di Gregorio (1996)'un “Kişisel Özgürlük” ve “Tatmin” motivasyon gruplarının da anne girişimcilerin motivasyon faktörleri arasında olduğu söylenebilir. Ancak “Güvenlik” motivasyon grubu faktörlerine rastlanmamıştır.

Orhan ve Scott (2001) yaptıkları araştırma sonucunda, çekme motivasyon faktörleri arasında *fırsatları pazarlanabilir bir fikre dönüştürme isteği* faktörüne ulaşmışlardır. Bu motivasyon faktörünün Anne Girişimciler için de geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle “Yeni İş” altına gruplanan anne girişimcilerin motivasyon faktörleri *fırsatları pazarlanabilir bir fikre dönüştürme isteği* ile benzerlik göstermektedir. Kadınlar severek yaptıkları ya da kendi ihtiyaçları nedeni ile yaptıkları bir işin çevreleri tarafından da talep edilmesi ile birlikte girişimciliğe adım atmışlardır.

Orhan ve Scott (2001) araştırmasında ortaya koydukları yedi farklı motivasyon grupları incelendiğinde, bunlardan “Başka Seçeneğin Olmaması” ve “Bilgili Girişimci” gruplarının Anne Girişimciler için de kullanılabileceği söylenebilir. Anne Girişimcilerden AG10, eşinin iş/şehir değişikliği nedeni ile ve çocuklarına bakabilmek için işinden istifa etmiştir. “Başka Seçeneğin Olmaması” motivasyon grubu için örnek olarak gösterilebilir. AG4, AG5, AG9 ve AG20, “Bilgili Girişimci” oldukları söylenebilir. Daha önceki iş deneyimlerine göre girişimlerini kurmuşlardır.

AG10: *Nedeni aslında işten ayrılma sebebim çocuk, çünkü öğretilmiş bir olgu var hani, çocuk ev iş hepsi bir arada olmuyor diye. Fiziksel olarak hakikaten öyle, bir yardımcınız olmaz ise, ki ben ya eşim de bankacıydı o dönemde biz 8-9 şehir değiştirdik. Habire bakıcı değiştirmektense işten ayrılalım diye başladı ... ayrılmak. O zamanlarda şey düşünüyorsun hani çocuk oldu, eve bağlandım, oturdum kaldım, ayağımda pranga falan diye. Ama yıllar geçtikçe ve hayatınızda farklı pencereler, açılımları yaptıkça aslında o çocukların sizin hayatınıza farklı şeyler getirdiğini fark edip...*

Hughes (2003) tarafından yürütülen çalışmada ortaya çıkan motivasyon faktörlerinden “Bağımsızlık İsteği”, “Anlamlı bir iş için arzu duyma”, “Esnek çalışma saatleri”, “İş ve aile dengesi”, “Evden çalışabilme olanağı”, “Başka iş imkanının olmaması” ve “Daha İyi bir Gelir” anne girişimcilerin motivasyon faktörleri ile uyumlu olduğu söylenebilir. Hughes (2006) kadınların girişimciliğe adım atarken, evden çalışabilme, daha esnek olabilme, iş-aile dengesini sağlama gibi nedenleri daha çok önemsedikleri sonucuna ulaşmıştı. Anne girişimcilerin de benzer faktörleri önemsedikleri söylenebilir.

Goffee ve Scase (1992) tarafından oluşturulan kadın girişimci profilleri incelendiğinde, anne girişimcilerin “Evcil Kadın Girişimci” ve “Geleneksel Kadın Girişimci” tiplerinin özelliklerini gösterdiği söylenebilir. Anne girişimcilerin, ne tam olarak “Geleneksel Kadın Girişimci” tipi özelliklerini ne de “Evcil Kadın Girişimci” tipi özelliklerini taşıdıkları ifade edilebilir. “Geleneksel Kadın Girişimci” tipi işlerini çocuklarını büyüttükten sonra kurdukları için anne girişimciler ile çelişiyor, ancak girişimlerine bağlılıkları benzerlik göstermektedir. Bazı anne girişimciler tam olarak “Evcil Kadın Girişimci” tipi özelliklerini yansıtsa da tüm anne girişimcilerin bu girişimci tipi altında olduğu söylenemez. Özellikle de girişimlerinin kar amacı gütmeyeceği konusunda bazı anne girişimcilerin söylemleri ile çelişmektedir.

Cromie ve Hayes (1988) tarafından önerilen kadın girişimci profilleri incelendiğinde Anne Girişimcilerin “Düalist Kadın Girişimci Tipi” altında sınıflandırılabilceği söylenebilir. “Düalist Kadın Girişimci Tipi”nin ana amacı hem ailevi hem de iş rollerini daha kolay bir şekilde yürütebilmektir. Ancak Anne Girişimciler ile ilgili olarak çelişen konu ekonomik olarak bir zorunlulukları olmadığı konusudur. Bazı anne girişimciler için bunu söylemek mümkün olmakla birlikte ekonomik zorunluluk olmamasını tüm anne girişimciler için genellemek mümkün değildir.

Annelerin girişimci olma nedenleri DeMartino ve Barbato (2003)'nun araştırma sonuçları ile de benzerlik göstermektedir. Kadınlar, ailevi sorumluluklarının yönetiminde esnekliğe imkân verdiği için girişimciliği seçmişlerdir. Anne Girişimcilerin esneklik ile ilgili ifadeleri, kadınların çocuklarına bakabilmek için zaman ve esneklik kazanmak amacı ile mevcut işlerini bırakıp girişimlerini kurduklarını ifade eden Göransson (2016) ile benzerlik göstermektedir.

Nel, Maritz ve Thongprovati (2010) kadınların, çocukları için daha iyisini istemeleri ve mevcut olan ürünlerin bunu sağlamaması sonucunda girişimlerine başladıklarını ifade etmişlerdir. Anne Girişimcilerden AG5, girişimini ailesine sebze yedirme derdinden ortaya çıktığını; AG10 çocuğunun hastalığına iyi gelen üründen girişimini kurduğunu; AG12, çocuğu ile oynadığı oyunlardan türeterek yeni bir iş fikri ortaya çıkardığını ifade etmiştir. Bu sonuçlar, anne girişimciliğin başlangıcında günlük hayatta karşılaşılan problemleri çözüme isteğinin yattığını vurgulayan Korsgaard (2007)'ın söylemi ile de paralellik göstermektedir.

En çok tekrarlanan kodlara baktığımızda anne girişimcilerin fırsat bazlı girişimci olduklarını ifade edebiliriz. Annelik sayesinde karşılarına çıkan fırsatları değerlendirmişlerdir. İhtiyaç bazlı girişimci olan anneler de mevcuttur. Eş dolayısı ile işini bırakıp şehir değiştiren, çalıştığı kurumdan memnun olmayıp arayış içerisine giren annelerin, ihtiyaç bazlı girişimci olduklarını ifade edebiliriz.

Anne girişimcilerin, Hakim (2007) tarafından ortaya atılan sınıflandırma baz alındığında “Uyumlu” grup altında oldukları söylenebilir. Anne Girişimciler iş ve ailelerini dengelemeyi amaçlamaktadırlar.

4.1.4. Girişimcilik Serüveni

Anne girişimciler işlerini kurma aşamasında finansal olarak biri hariç hepsi ailevi / kişisel birikimlerini kullanmışlardır. Bu aşamada, eşin desteği önemli bir kriter haline gelmiştir. Eş desteğinin önemine Boneberger ve Kirilova (2015) araştırmasında da değinmiştir. Girişimlerinin ilerleyen dönemlerinde, girişimlerini büyütme adına finansal destek arayışına giren anne girişimciler olmuştur. Kadınların girişimlerini kendi kişisel sermayeleri ile kurmuş olmaları bulgusu Khan ve Rowlands (2018) ve Tariq (2018)'ın

araştırma sonuçları ile de benzerlik göstermektedir. Anne girişimcilerin, Powell ve Eddleston (2013) tarafından ele alınan *aileden işe zenginleştirmeyi* kullandıklarını aile ifade edebiliriz. Kadınlar, aile alanında yaratılan kaynakları, işlerine transfer etmişlerdir.

Anne girişimciler girişimlerini kurmak ve devam ettirmek için çevrelerinin desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Manevi açıdan desteklenmek ve işlerini yürütebileceklerine dair çevrelerindeki insanların onlara güvenmesi onlara güç vermektedir. Ailenin, arkadaşlarının, eşin desteği bu durumda çok önemli hale gelmektedir. Hemen hemen hepsi, bu manevi desteğe sahip olduklarını belirtmişlerdir. Algılanan sosyal destek, onların girişimlerine adım atmalarına ve devam ettirmelerine olanak sağlamaktadır. Algılanan sosyal desteğin önemi Maya vd (2012) tarafından da ifade edilmiştir. Anne girişimcilerin destek ihtiyacı farklı gruplar altında toplanmıştır. Manevi ve finansal desteğin en çok bahsedilen iki unsur olduğu gözlenmiştir. Anne girişimciler işlerini sürdürmek için finansal desteğe ihtiyaç duyarken, aynı zamanda karşılaştıkları zorlu durumlarda çevrelerinden gördükleri manevi destek ile de güçlenerek işlerine devam edebilmektedir. Manevi destek ve yardım sadece yakın çevreden de gelmemektedir. Anne girişimcilerin belirttiği sosyal destek ihtiyaçları hem manevi hem de maddi destekler, Klyver (2018) tarafından da desteklenmiştir. Anne girişimciler ile yapılan görüşmeler sırasında birkaç ilginç nokta tespit edilmiştir. Anne girişimciler arasında birbirlerini destekleme olgusu gözlenmiştir. Annelik gibi ortak bir paydada buluştukları için ya da sadece yardım etme isteğinden kaynaklı olduğu için anne girişimcilerin birbirlerine yardım ettikleri gözlenmiştir; sektör aynı olsun ya da olmasın. AG2, işini kurma sürecinde en çok desteği rakip iki firma tarafından gördüğünü dile getirirken, AG10 ise anne girişimci olan başka bir arkadaşı tarafından desteklendiğini ifade etmiştir. AG20 de işini tanıtmaya başlamasında başka kadın girişimciler tarafından desteklendiğini belirtmiş, kendisi de başka girişimcilere referans olarak, kadınların birbirlerine yardımcı olduklarını ifade etmiştir. Sosyal ağların önemi Morris vd. (2016) da ifade etmiştir.

Girişimlerini kurmadan önce, anne girişimcilerin yaşadığı endişeler incelendiğinde en çok ekonomik nedenler ve müşteri ile ilgili endişeler yaşadıkları görülmüştür. Bir sonraki sırada ise başarısız olma endişesinin yer aldığı gözlenmiştir. Başarısızlık korkusu yaşayan anne girişimciler bu korkularının yersiz olduğunu görmüşlerdir.

Anne girişimcilerin karşılaştıkları problemler incelendiğinde, “Yönetimsel Problemler”in en büyük paya sahip olan grup olduğu gözlenmiştir. Bu grup altında, kadınlar işlerini yönetirken karşılaştıkları problemleri belirtmişlerdir. İşi yürütürken tek başına oldukları için her şeye yetişememelerinden, bazen fazla duygusal davranıp profesyonelliği kaybettiklerinden, iyi yetişmiş ve nitelikli eleman sıkıntısından, taleplerin iniş ve çıkışlarından dolayı işi tam olarak planlayamamaktan, daha fazla insana ulaşmak için dağıtım ağına ulaşmakta sıkıntı çektiklerinden bahsetmişlerdir. İkinci sırada yer alan “Finansal Problemler” altında nakit akışı ile ilgili problemler ağırlık taşımaktadır. “Marka Yönetimi” problem grubu altında iki temel başlık belirlenmiştir. Bunlardan biri müşterilerden gelen kötü yorumlar iken bir diğeri de rakipler tarafından taklit edilmektir. Ürünlerini, özellikle kendisi değil de alt yüklenici kullanarak ürettiren anne girişimciler ürünleri ile ilgili karşılaştıkları problemlerden bahsetmişlerdir. Bu hatalı/yanlış ürünlerin maliyetlerini arttırdığını vurgulamışlardır.

Kadın ya da anne olmanın, karşılaştıkları problemleri arttırıp arttırmadığı konusunda, anne girişimcilerin %59’ü kadın/anne olmanın problemlere etki etmediğini ifade etmiştir. Kadın ya da anne olmanın olumsuz bir duruma neden olmadığını, hatta bazı durumlarda pozitif ayrımcılığa neden olduğunu belirten anne girişimciler de mevcuttur. Geri kalan anneler ise karşılaştıkları problemlerin annelikten kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Özellikle çocuk ile ilgili ana sorumluluğun anne üzerinde olmasından kaynaklanan işi planlama problemleri yaşayabildiklerini ifade etmişlerdir. Kadınların yaşadığı ve annelikten kaynaklanan problemler, Duberley ve Carrigan (2012) araştırma sonucu ile benzerlik göstermektedir. Duberley ve Carrigan (2012), kadınların ailelerine ayıracakları zaman ile işin gerektirdikleri çakışığında, stres yaşadıklarını belirtmişlerdir. Benzer bulgulara esnek çalışmanın iş-aile yaşantısına etkisini inceleyen Gezmiş (2022) de ulaşmıştır.

Hedeflerine ulaşp ulaşmadıkları incelendiğinde, anne girişimcilerin çoğunluğu, hedeflerine ulaştıklarını ve hedeflerine ulaştıktan sonra kendilerine yeni hedefler koyduklarını hatta hedeflerini farklılaştırdıklarını ifade etmişlerdir. Yapabildiklerini görünce, başardıklarını fark edince, kendilerine koydukları hedeflere beklediklerinden daha önce ulaşınca, yeni yeni hedefler koymaya, daha farklı ve büyük düşünmeye başlamışlardır. Gelecek hedefleri incelendiğinde, en büyük hedefin büyüme hedefi

olduğu gözlenmiştir. Büyüme hedefleri dışında sosyal hedefi olan anne girişimciler ise hizmetleri ve ürünleri ile daha çok insana ulaşmayı, onlara katkıda bulunmayı, işlerini büyütürken başkalarına faydalı olmayı hedeflemektedir. Green ve Cohen (1995), kadınların kendilerini başarılı hissetmeleri için topluma bir şeyler geri verebilmeyi ifade ettiklerini belirtmişlerdi. Anne girişimcilerin hedefleri arasında da başkalarına faydalı olmayı istemeleri Green ve Cohen (1995)'in bulguları ile uyumludur. Büyüme ile ilgili olarak Duberley ve Carrigan (2012) yaptıkları araştırmada anne girişimcilerin çocukları ile geçirecekleri zamanı kısıtlayacağından dolayı işlerini büyütme istemediklerini ifade etmişlerdir. Bu çalışmanın çıktıları incelendiğinde bununla tam olarak benzer bir ifadeye rastlanmamıştır. Çalışmaya katılan Anne Girişimcilerin çoğunluğu gelecek ile ilgili olarak büyüme hedefi olduğunu belirtmiştir. Butik kalmayı isteyen anne girişimciler ise, maddiyattan ziyade, manevi tatmin yaşamak istediklerini belirtmiş ve yaptıkları işin beğenilmesinin daha önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı şekilde Anne Girişimcilerin büyüme ile ilgili istekleri, Kilkolly-Proffit (2013)'in ifade ettiği gibi anne girişimciliğinin büyüme arzusu tarafından yönlendirilen girişimcilik kavramı ile çelişmediğini de söyleyebiliriz. Göransson (2016) da anne girişimcilerin, zamanlarını çocuklarından almaması için işlerini büyütme tercih etmediklerini, işlerinin büyüklüğünün çocukları ile geçirecekleri zamanı engellemeyecek büyüklükte olmasını istediklerini belirtmiştir. Ancak bu araştırma kapsamında benzer bir bulguya rastlanmamıştır. Bu çalışmaya katılan Anne Girişimcilerden AG2, başarılı hissetmek için iş aile dengesini sağlayabilmekten bahsetse de aynı şekilde büyüme isteğini de dile getirmiştir.

AG2: *Üçüncü başarı kriteri gördüğüm şey ben bunu ailemle işi dengeleyebiliyor muyum? Yoksa hani darmadağın mı oluyoruz? ... Şimdi mesela şeyi düşünüyorum yani imalathane, büyütme falan gibi fikirlerim var.*

Anne girişimcilerin başarı ile ilgili düşünceleri incelendiğinde, başarı kriterlerinin üç farklı grup altında toplandığı gözlenmiştir: Müşteri, İş ve Bireysel Odaklı kriterler. Müşteri odaklı başarı kriterlerinde ürünlerin beğenilmesi, markanın bilinirliği ve müşteriler tarafından başkalarına tavsiye edilmesi gibi kriterler yer alırken, iş odaklı başarı kriterlerinde finansal başarı ve maddi kazanç elde etmek gibi kriterler yer almaktadır. Anne girişimciler için maddi kazanç, işlerini iyi yaptıklarını ve işlerini sürdürebileceklerinin bir göstergesidir. Bireysel başarı kriterleri altında manevi başarı en önemli kriter olarak yer almaktadır. Diğer kriterler arasında işlerini yaparken mutlu

olmaları, işlerini severek ve isteyerek yapmaları, yapılan işin sonucunda o işin kendilerini tatmin etmesi, hayallerini gerçekleştirebilmek, üretiyor olmak ve gün sonunda hissettikleri huzur onlar için birer başarı kriteri. İş-aile dengesini sağlayabiliyor olmak da bir diğer başarı kriteri olarak belirtilmiştir. Green ve Cohen (1995), kadınların erkeklere göre başarı kriterlerinin farklı olduğundan bahsetmişlerdi. Kadınların kendilerini başarılı hissetmeleri için kişisel ve profesyonel gelişme göstermeleri, iş-aile dengesinin sağlayabilmeleri, topluma bir şeyler geri verebilmeyi içermektedir. Anne girişimcilerin başarı kriterleri incelendiğinde Green ve Cohen (1995)'in bulguları ile paralellik gösterdiği söylenebilir.

Anne girişimcilerin hangi durumlarda başarısız hissettikleri incelendiğinde, kendilerine koydukları başarı kriterleri baz alındığında, o kriterleri yerine getiremediklerinde başarısızlık hissettikleri gözlenmiştir.

4.1.5. Girişimciliğin Kadınların Yaşamlarına Etkisi

Anne girişimcilerin, girişimleri sonrası çocukları, eşleri, aileleri ve arkadaşları ile olan ilişkilerinde meydana gelen değişiklikler incelenmiştir. Anne girişimcilerin çocukları ile ilişkilerinin genel anlamda olumlu olduğu, ilk etapta ulaşmak istedikleri amaç olan çocukları ile istedikleri şekilde ilgilenebilme olanağına ulaştıkları gözlenmiştir. Kendi işlerini yaparak elde ettikleri esneklik, çocukları ile ilişkilerini iyi yönde etkilemiştir. Çocukların, annelerinin işlerine ilgi gösterdikleri, annelerinin işlerinden, yaptıklarından gurur duydukları da ifade edilebilir. Girişimlerinin bazen yoğun bir çalışma temposu da gerektirdiğini vurgulayan anne girişimciler, bu dönemlerde babalardan destek aldıklarını belirtmişlerdir.

Eşleri ile ilişkilerinde meydana gelen değişiklikler incelendiğinde, anne girişimcilerin yarısından fazlasında bu ilişkilerin olumlu anlamda geliştiği söylenebilir. Kadınların girişimlerinin eşler tarafından desteklendiği sonucuna ulaşılabilir. Kadınlar girişimleri sayesinde kendilerine güven kazandıkça eşlerinin de kendilerine farklı bir gözle bakmaya başladığını, kendileri de girişimci olunca birbirlerini daha iyi anladıklarını, daha az stres yaşadıkları için bunun ilişkilerine daha pozitif yansıdığını dile getirmişlerdir. İlk aşamada eşlerini desteklemeyen erkekler, sonrasında eşlerinin başarılarını gördükçe onlarla gurur

duymaya başlamış ve desteklerini göstermişlerdir. İlişkilerinin olumsuz etkilendiğini ifade eden anne girişimciler kazandıkları ekonomik özgürlükleri karşısında eşlerinin bocaladığını, kendilerinden bağımsız hale geldiklerini düşündükleri için arada çatışma yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bazı durumlarda yaşanan ekonomik sıkıntılar da eşler arasında gerginliğe yol açabilmektedir.

Girişimleri sonrasında ev hayatında, ev işleri ve çocuk bakımı gibi konularda eşlerin davranışlarında herhangi bir değişiklik meydana gelip gelmediği incelendiğinde değişiklik olmadığı gözlenmiştir. Hali hazırda bu konuları paylaşan eşler arasında desteğin devam ettiği ancak zaten tüm sorumluluğun annede olan durumlarda girişim sonrasında da bir değişim gözlenmemiştir. Önceden de bu konuda yardımcı dokunmayan eşlerin davranışları, kadınlar kendi işlerini kurduktan sonra da pek değişiklik göstermemiştir. Ancak iş konusunda bir destek ihtiyacı olduğunda eşler yardım konusunda daha yapıcı oldukları gözlenmiştir.

Yakın aile ile ilişkiler incelendiğinde genel olarak ilişkilerin olumlu olduğunu, ailelerin anne girişimcileri manevi anlamda desteklediğini, aynı zamanda gerekli durumlarda işlerini yürütmelerine ya da çocuk bakımlarında yardımcı oldukları ifade edilebilir.

Anne girişimcilerin arkadaşları ile ilişkilerinin olumlu yönde geliştiği sonucuna varılabilir. Girişimleri sayesinde elde ettikleri esnek çalışma koşulları sayesinde daha rahat sosyalleşebildiklerini ifade eden anne girişimciler, arkadaşlık ilişkilerinin de bundan olumlu etkilendiğini belirtmiştir. Arkadaşları tarafından desteklenmenin motivasyonlarını da olumlu etkilediği söylenebilir. Yoğun çalışma temposu nedeni ile arkadaşları ile ilişkilerinin azaldığını belirten az sayıda anne girişimci de mevcut.

Anne girişimcilerin çevrelerinden aldıkları yardımlar incelendiğinde, aile büyüklerinin yardım konusunda başı çektiğini söyleyebiliriz. Çocuk bakımından, ev işlerine yardım etmeye kadar, aile büyüklerinin anne girişimcilere büyük bir yardımı dokunmaktadır. Aile büyükleri dışında eve yardımcı alan anne girişimciler de mevcut. Anne girişimcilerde çevrelerinden aldıkları desteğin önemli olduğunu ifade etmek olasıdır. Sosyal destek faktörünün önemi Hudson Breen (2014) tarafından da ortaya konulmuştur. “Desteklendiğini hissetme”nin kadınların temel gereksinimi olduğunu ve karşılanması gerektiğinin altını çizen araştırmacı, “desteklendiğini hissetme”nin hayat arkadaşı ve

diğer insanlar ile sahip olunan destekleyici ilişkilerden ve işi yürütmek için gerekli enstrümantal destekten oluştuğunu ifade etmiştir.

Anne girişimcilerin, yaşam kalitelerindeki değişim gelir, sosyal hayat, kişisel ve aile sağlığı ve kişisel zaman şeklindeki beş başlık altında incelenmiştir. Bu başlıklar belirlenirken Carter ve Cannon (1992)'ndan faydalanılmıştır.

- Gelirdeki değişim incelendiğinde, anne girişimcilerin yarısında fazlasının gelirinin arttığını söylenebilir. Kurumsal hayata göre daha az kazandığı ifade eden kadınlar olduğu kadar, kazandığını girişimine yatıran, daha yolun başında olduğu için gelirinin ilerleyen zamanda artacağını belirten anne girişimciler de mevcut.
- Anne girişimcilerin sosyal hayatları incelendiğinde, sosyal hayatlarının olumlu yönde geliştiğini ifade etmek mümkündür. Sosyal hayatlarındaki olumlu gelişme, büyük oranda sahip oldukları esneklik ve yaptıkları iş nedeni ile birçok insanla tanışmalarından kaynaklı olduğu söylenebilir. Sosyal hayatında olumsuz gelişme olduğunu belirten kadınlar incelendiğinde, hepsinin işini evden yürüttüğünü söylenebilir. Girişimleri öncesinde evde oldukları ve arkadaşları ile daha çok görüşme şansı var iken, girişimleri sonrası işlerini yürütebilmek adına arkadaşları ile daha az görüşebildikleri söylenebilir.
- Anne girişimcilerin kişisel sağlıklarındaki değişime baktığımızda, çoğunluğun daha iyi durumda olduğunu ya da bir değişim olmadığını ifade etmek mümkündür. Anne girişimciler, sağlıklarının daha iyi olmasını, mutlu olmalarına bağlamışlardır.
- Girişimleri sonrasında aile üyelerinin sağlığında olumsuz yönde bir değişim gözlenmemiştir.
- Anne girişimcilerin kendilerine ayırdıkları kişisel zaman incelendiğinde, bu zamanın arttığı söylenebilir. Kişisel zamanın artmasında en büyük etkinin kazandıkları esneklik olduğu ifade edilebilir. Kişisel zamanlarının azaldığını ifade eden annelerin söylemleri incelendiğinde ise bu azalmanın girişimden değil, annelikten kaynaklı olduğunu sonucuna varılabilir.

Anne girişimcilerin, girişimleri sonrasında kendilerinde meydana gelen davranış değişiklikleri incelendiğinde, oluşan değişimlerin pozitif yönde olduğu söylenebilir. Kadınların özgüvenlerinin arttığı, genel olarak kendilerini daha iyi hissettikleri

söylenbilir. Başarabildiklerini gördükleri zaman, kendilerine olan güvenleri artmış, daha fazlasını başarabileceklerini hissetmişlerdir. Girişimciliğin kendilerine yeni kapılar, yeni ilgi alanları kazandırdığını, kendilerini daha üretken, aktif ve yaratıcı kıldığını belirtmişlerdir.

Girişimleri sonrasında değişen öncelikler incelendiğinde genel olarak kadınlarda biraz kendilerine doğru bir eğilim oluştuğunu ve işin öncelik kazandığını söyleyebiliriz. Çocuk ve ev önceliğini korumakla beraber, iş ile ilgili yapılması gerekenler, iş ile ilgili düşünceler kadınların hayatında biraz öne çıkmıştır. Önceliklerin değişmesinde çocukların büyümesi de önemli bir etken olmaktadır.

4.1.6. Girişimcilikte Sosyal Medyanın Etkisi

Anne girişimciler, diğer anne / kadın girişimciler ile çeşitli fuarlar, etkinlikler ve eğitimlerde bir araya gelmektedir. Bu etkinlikler dışında sosyal medya da kadınların bir araya gelmesine olanak sağlamaktadır. Çeşitli sosyal medya platformları sayesinde kadınlar birbirlerine yardımcı olmakta, fikir ve bilgi paylaşmaktadır. Kadınlar, başka kadınları teşvik etmek, desteklemek, bilgilerini paylaşmak konusunda hevesli oldukları anlaşılmaktadır. Görüşmeye katılan tüm anne girişimcilerin çevrelerindeki kadınları yönlendirme, onları kendi işlerini kurma konusunda teşvik etme, bilgi verme konusunda istekli oldukları gözlenmiştir.

Sosyal medya platformlarının, girişimler üzerindeki etkisi incelendiğinde tüm anne girişimciler sosyal medyanın önemli bir olgu olduğunu ifade etmişlerdir. Hepsi sosyal medya platformlarının etkili olduğunu düşünmekle birlikte sosyal medyayı kullanıp kullanmamaları değişkenlik göstermektedir. Anne girişimcilerin 18 tanesi (%81,8) sosyal medyanın girişimleri için çok etkili olduğunu belirtmiştir. Sosyal medyayı hangi yönlerden kullandıkları incelendiğinde, ilk sırada işlerini tanıtmak olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda sosyal medya aracılığı ile müşterilere ulaşmanın daha kolay olduğu, sosyal medyanın aynı zamanda bir pazar yeri, bir satış yeri olarak da kullanıldığı söylenebilir. Müşterilerine sosyal medya aracılığı ile ulaşan anne girişimciler, ürünlerinin satışını da sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirmektedir.

Sosyal medyanın en büyük avantajlarından biri, bir şirketi kurmak için gerekli fiziksel ve finansal bariyerleri ortadan kaldırarak, sanal ortamda kadınların kendi dükkânlarını açma fırsatı vermesidir. Kadınlar pazarlama için bütçe ayırmadan, sosyal medyanın olanaklarını kullanarak, birçok kişiye ulaşma şansı elde etmektedir.

Sosyal medyanın tüm bu avantajları göz önünde bulundurulduğunda, kadınların girişimciliğe adım atmasında etkili olduğu sonucuna varılabilir. Ajjan vd. (2014) de benzer bir sonuca ulaşarak, sosyal medya sayesinde kadınların girişimcilik aktivitelerini arttırma olanağı elde ettiklerini ifade etmişlerdir.

Sosyal medya konusunda Anne Girişimcilerin söylemleri, Ajjan vd.’nin (2014) araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Araştırma bulgularında, sosyal medya sayesinde, kadınların ihtiyaç duyduğu bilgi ve kaynaklara ulaşabildiğini, kendilerini ifade edebildikleri ortamlar elde ettiklerinden bahsedilmiştir. Bunların kadınların öz yeterlik duygularını ve sosyal sermayelerini arttırmalarına yardımcı olduğu da ifade edilmiştir. AG3’ün söylemi bunu doğrular nitelikte “*Temel taş demem gerekir herhalde. Çünkü o özgürlüğü verdi. Çünkü bende o finansal güç olmadığı için sosyal medya bana bunu ücretsiz olarak verdi.*”. Aynı şekilde AG14’ün “*Sosyal medya artık her şey. Herkesi bulabiliyorsunuz, herkese ulaşabiliyorsunuz.*” ve AG11’in “*Ve şey bana kaynak ve fikir oluşturması için de sosyal medya.*” söylemleri de Ajjan vd.’nin (2014) araştırma bulgularını destekler niteliktedir. Anne girişimcilerin bu söylemleri, Venkatesh vd.’nin (2017) araştırma sonucu ile de benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar, kadınların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanması onların bilgiye ulaşımını kolaylaştırdığını, finansa ve pazara erişim olanağı sağladığından bahsetmişlerdir.

Levis (2011), bilgi ve iletişim teknolojileri araçlarının, kadınların ekonomik olarak kontrolü ellerine almalarına, finans durumlarını kontrol edebilmelerine ve kendileri ve aileleri için daha iyi olanaklar sağlamalarına yardımcı olduğunu belirtmişti. Anne Girişimci AG22, Levis’in bu bulgusuna çok iyi örnek teşkil etmektedir:

AG22: *Onun öncesinde çok parasız kaldığımız dönemlerde benim bir şey yapmam gerekiyordu ama eşim vardiyalı çalışıyordu. Vardiyalı çalıştığı için benim herhangi bir işe girmem çok zor, çünkü onun gecesi yok gündüzü yok ve bizim bir bebeğimiz var. Sonra kızıma böyle aksesuarlar yaptım ama böyle Türkiye’de yoktu böyle aksesuarlar... Gelir kaça katlandı, ona katlandı. Çok katlandı... Yaşam standartlarımız yükseldi. Kendimize ev aldık. Kirada yaşıyorduk, daha küçük bir*

evdeydik daha büyük bir ev aldık... Benim çalışanlarımdan biri kayınvalidem, biri annem. Onlar da iki kadın girişimci oldular sayemde. İkisi de kendilerine 2-3 sene öncesinde ev aldılar, ev kredisi ödüyorlar. Öyle yani

Krueger (2015) teknolojinin, anne girişimciliğin oluşmasında önemli bir unsur olduğunun altını çizmiştir. Bu araştırmada da benzer bir sonuca ulaşılmıştır. Anne girişimci internetin dünya çapındaki dağıtım gücü sayesinde (Luckman, 2015) girişimlerini devam ettirmekte, yeni müşterilere ulaşmakta ve ürünlerinin satışını yapabilmektedirler.

Teknolojinin özellikler sosyal medyanın önemine değinen Ekinsmyth (2011), internet teknolojisinin anne girişimciliğin ortaya çıkması ve ilerlemesinde önemli bir role sahip olduğunu ifade etmiş ve sosyal medyanın gittikçe önem kazandığına dikkat çekmiştir. İnternet sayesinde potansiyel müşterilere, iş ortaklarına daha rahat ulaşıldığını ifade eden Ekinsmyth (2011)'in bulguları, araştırmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Vaast ve Davidson (2010) dijital girişimciliği, dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımına dayalı fırsatların arayışı olarak tanımlamışlardır. Anne girişimcilerin sosyal medyayı kullanımı, onların da birer dijital girişimci olarak ifade edilmesine olanak sağlamaktadır.

4.1.7. Genel Bulgular, Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Araştırmacılara Öneriler

Kirkwood (2009), kadın girişimci ile ilgili araştırmalarda “annelik” boyutunun önemine değinmiştir. Kadınlar ile erkeklerin, benzer çekme faktörleri nedeni ile girişimciliğe adım attığını ama kadınların deneyimlediği itme faktörlerinin genellikle aileleri (çocukları ile daha esnek bir zaman) ile ilgili olduğunu belirtmiştir. Anne Girişimci olgusu, annelik kavramının, kadınların girişimlerini nasıl etkilediğini anlamak için önemli bir unsur haline gelmiştir. Benzer tespiti de Bruin, Welter & Brush (2007) da ifade etmişlerdir. Kadın girişimcileri araştırırken, “annelik” olgusunun göz ardı edilmemesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Anne girişimciliğin başlangıcında günlük hayatta karşılaşılan problemleri çözme isteğinin yattığını vurgulayan Korsgaard (2007)'in araştırma sonuçları ile bu araştırmanın sonuçları paralellik göstermektedir. Çocukları ile daha kolay vakit geçirebilmek için,

“haftasonu ebeveyni” olmamak için, çocuklarının önemli anlarında yanlarında olabilmek için kadınları mevcut işlerini bırakıp girişimciliğe adım atmışlardır.

Anneler, girişimleri sayesinde Damaske (2013)’ın belirttiği dilemmanın önüne geçmişlerdir. Kadın, anne olunca çalışmayı bıraktığında üretken olmamakla suçlanır, çalışmaya devam ettiğinde ise kötü anne olmakla suçlanır. Anne girişimciliği sayesinde, kadınlar üretken olmaya devam ederek, çocuklarından da uzak kalmamayı hedeflemişlerdir.

Araştırma bulguları incelendiğinde, Hamel (2000)’in İş Konsepti Buluşçuluğunun anne girişimciler tarafından kullanıldığı sonucuna ulaşılabilir. Çoğu anne girişimcinin kendi yetenek ve hobilerine bağlı iş fikirlerini hayata geçirdikleri söylenebilir. Bazıları yetenekleri doğrultusunda iş fikirlerini hayata geçirirken, bazıları hobilerini işe dönüştürmüş, diğerleri de kendi çocuklarının ihtiyaçlarından ortaya çıkan iş fikirleri ile girişimciliğe adım atmışlardır. Anne Girişimcilerin “Annelik” ile ilgili en çok dile getirdikleri “Yeni Bakış Açısı Kazanmak” ifadesi burada devreye girmektedir. Annelik sayesinde elde ettikleri yeni bakış açıları onlara girişimleri için zemin hazırlamıştır. Richomme-Huet ve Vial (2014) da benzer bir olguya dikkat çekmişlerdir. Kadınların anneliği deneyimlerken, yeni bir iş fırsatını görmeleri ile girişimciliğe adım attıklarını ifade etmişlerdir. AG2, AG4, AG5, AG8, AG10, AG12, AG12, AG20, AG21 ve AG22 annelik sayesinde yakaladıkları yeni iş fırsatlarını değerlendirip girişimcilerini kurmuşlardır.

Surangi ve Ranwalav (2018)’in söylem analizi incelendiğinde, araştırma bulgularının söylem analizi ile paralellik gösterdiği sonucuna varılabilir. Söylem analizi sonucunda yer alan *kadınların kendi ihtiyaçlarından ödün vermeleri beklenmektedir* ifadesine araştırmanın sonuçlarında gözlenebilir. AG21 bunu şu şekilde ifade etmiştir:

Bir yere gitmek için önce kafamda bir şeyleri ayarlama, çocukların durumunu ayarlamam gerekiyor. Onların okulda olduğu saatleri ayarlamam gerekiyor...yani ben bu işle uğraştığım için diğer sorumluluklarımı aksatmadım, aksatmamaya çalıştım. Dikişle uğraşıyorsun, ama şunu ihmal ediyorsun, dikişle uğraşıyorsun ama şunu yapmıyorsun sözlerini duymayı hiç istemem ne çocuklarımdan ne eşimden. O yüzden önce o sorumlulukları yerine getirmeye çalışıyorum...

Söylem analizinin bir diğer sonucu *anneliği destekleyen girişimcilik* olmuştur. Kadınlar iş ve annelik rollerini gerçekleştirebilmek için duydukları fazla esnekliğe girişimcilik sayesinde ulaşmışlardır. *Yeni bir girişimcilik kimliği: 'Ben sadece bir ev kadını değilim'* söylemine de anne girişimciler arasında ifade edilmiştir. AG10 şu şekilde ifade etmiştir:

Şimdi girişim, aslında her şey birbiriyle örtüşüyor da evde sürekli bir çalışan anne evet var, ne işi olduğunu anlamasalar da, ama en azından hani sürekli çalışan, boş durmayan, oturmayan işte evdeki televizyon karşısında sabah programları seyretmeyen, bir şeyler yapmaya ve üretmeye çalışan bir anne olgusu...

4.1.7.1. Anne Girişimciliği, Annelik İdeolojileri ve Feminist Teori

Annelik ve anne girişimciliği göz önünde bulundurulduğunda, anne girişimciliğinin yoğun annelik ideolojisi söylemleri ile çeliştiğini söylemek mümkündür. Gunderson ve Barrett (2017)'a göre Yoğun Annelikte anne, kendi duygusal ihtiyaçlarını çocuğu ile gidermektedir ve başka bir şeye ihtiyaç duymamaktadır. Duygusal açıdan, iyi anne olmak kadın için yeterli olduğu savunulmuştur. Ancak, Anne Girişimciler incelendiğinde, kadınların Yoğun Annelik ideolojisinin bu varsayımını göz ardı etmişlerdir. Anne Girişimciliği sayesinde, kadınlar duygusal olarak çocukları ile yetinmiyor, çocuklarından ayrı olarak kendilerini gerçekleştirecek farklı yollar bulmaktadır. Benzer şekilde Anne Girişimciliğinin, Dow (2016)'un belirttiği *Hegemonik Annelik* ideolojisine de karşı geldiğini söyleyebiliriz. Çocuk bakımını sadece annenin görevi olarak gören ve kadının çalışmaması gerektiğini belirten bu ideolojiye karşı Anne Girişimciliği *Entegre Annelik*'in öne çıkmasında önemli rol oynamaktadır.

Anne girişimciliği sayesinde, DiQuinzio (1999)'nun belirttiği feministlikteki çelişki ortadan kalkmaktadır. Feministliğin fark ikilemine (the dilemma of difference) dayandığını belirten araştırmacı, feminist teorinin bir yandan kadınların farklılıklarını reddederek onların eşitliğini sağlamaya çalışırken, diğer yandan kadınlara has özel durumları ele almak için bu farklılıkları kullanabildiğini belirtmiştir. Annelik ideolojilerinden *Temel Annelik*'e göre kadınların temel fonksiyonu annelik olduğu için kadınların bireyselliğine karşı çıkmaktadır. Anne girişimciliği sayesinde kadınlar anneliklerini öne çıkararak bireyselliklerini daha da kullanmaktadır. Anne girişimciliği kadınların bireyselliklerini öne çıkarmaya zemin hazırlamaktadır

Badinter (2017), kadın ve anne kimlikleri arasında kadınların müzakereci konumunda olduklarını belirtmiş ve her iki kimliğin taleplerinin artması sonucunda bu müzakerenin de gittikçe zorlaştığının altını çizmiştir. Anne girişimciliği, kadınların her iki kimlikten de vazgeçmeden kadınlara yeni bir seçenek sunabilir mi?

4.1.7.2. Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Araştırmacılara Öneriler

Anne girişimci olgusu üzerine yapılan bu araştırmanın kısıtlarının olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırma evreninin belirli olmaması nedeni ile araştırmaya katılan ve örneklem olarak seçilen anne girişimcilerin tüm anne girişimciler evrenini ne kadar temsil ettiği tartışmalıdır. Ayrıca nitel araştırma yürütülmüş olması elde edilen sonuçların genelleştirilmesine olanak vermemektedir.

Genel olarak literatürde kadın girişimcilerin erkeklere oranlar büyüme ile ilgili olarak farklı düşündüğü belirtilmiştir. Bu çalışmada anne girişimcilerin büyüme ile ilgili düşüncelerinin farklı olduğu gözlenmiştir. Bu farklılığın neden kaynaklandığı ile ilgili olarak daha detaylı araştırma yapılabilir.

Bir diğer araştırma önerisi anne girişimcilerin girişimcilik ile ilgili görüş ve düşüncelerini, annelik faktörünün ne kadar etkilediği ile ilgilidir. Çocukları büyüdükçe ve bakım ihtiyacı azaldıkça annelik faktörünün etkisinde değişim gözlemlenebilir. Çocukları büyüdükçe anne girişimciden kadın girişimciye doğru bir evrilme, önceliklerde bir değişim olacağı düşünülmektedir. Bu nedenler zaman içerisindeki bu değişim bir araştırmanın konusu olabilir.

Bu araştırma sonucunda, sosyal medyanın girişimler üzerinde çok büyük öneme sahip olduğu gözlenmiştir. Kadınlar, sosyal medyanın sağladığı olanaklar ile kendilerini daha güçlü hissetmektedirler. Girişimler ve sosyal medya etkisi üzerinde detaylı araştırmalar yürütülebilir. Sadece kadın ya da anne girişimciler özelinde değil, genel olarak sosyal medyanın girişimciliğe etkisi üzerinde çalışmalar yapılabilir. Değişen çağ ile kullanılan teknoloji ve sosyal medya yaşamın her alanında önem kazanmıştır.

Girişimci olan kadınların, evlilik uyumlarında nasıl bir değişiklik olduğu ile ilgili bir çalışma da yapılabilir. Kadının gelirinin artması, evlilikteki uyumu olumlu yönde mi

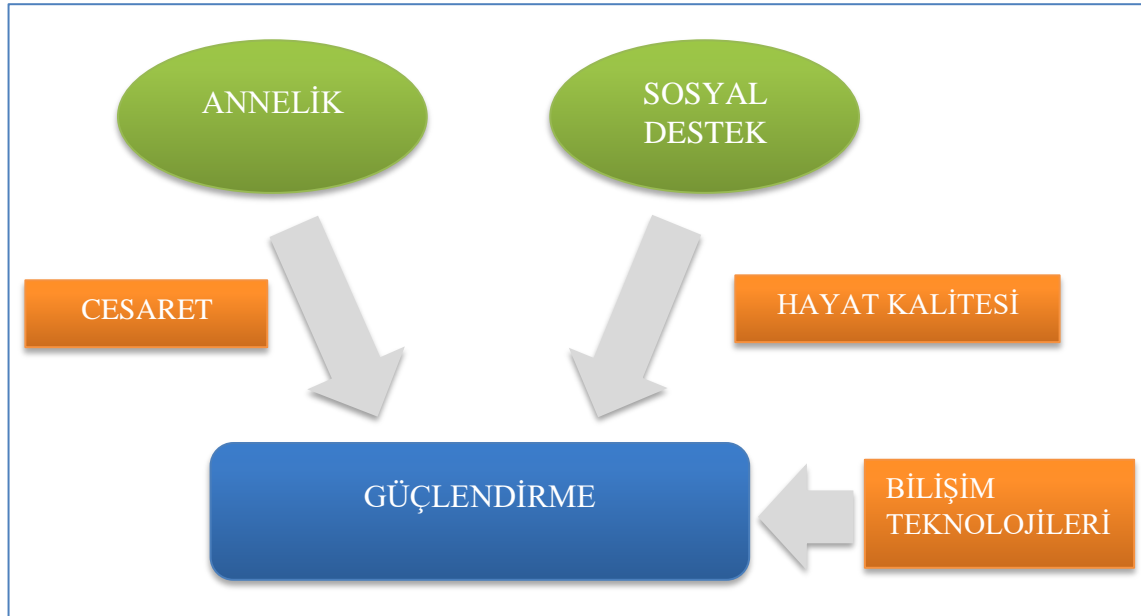
etkiliyor, yoksa olumsuz yönde mi etkiliyor konusu çalışılabilir. Aynı zamanda kişilerin toplumsal cinsiyet rollerine etkisinin bu uyum üzerindeki etkisi de incelenebilir.

Bir diğer araştırma konusu da anne girişimciliğinin feminist teoriyi nasıl etkilediği ile ilgili olabilir. Aynı zamanda anne girişimciliğinin, annelik ideolojilerini nasıl etkilediği, mevcut ideolojilerde nasıl değişikliklere yol açtığı ile ilgili bir araştırma faydalı olabilir.

Son olarak, Şekil 32’de detayları verilen anne girişimciliği güçlendirme modeli bir araştırma konusu olabilir. Anneliğin verdiği cesaret ve kadınların çevrelerinden aldıkları sosyal destek ile yaşam kalitelerinde meydana gelen artışın, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yardımı ile anne girişimcileri nasıl güçlendirdiği üzerine bir model oluşturarak çalışılabilir.

Şekil 32

Anne Girişimci Güçlendirme Modeli



KAYNAKÇA

- Ajjan, H., Beninger, S., Mostafa, R. & Crittenden, V. (2014). Empowering Women Entrepreneurs In Emerging Economies: A Conceptual Model. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 5(1), 16-30.
- Al Mamun A., Muniady RAL., Permarupa P.Y., Zainol N.R.B., Che Nawi N.B., & Malarvizhi CA. (2016). Social capital and entrepreneurial competencies: A study among women micro-entrepreneurs in Malaysia. *The Journal of Developing Areas*, 50(5), 363-370.
- Alsop, R., Bertelsen M. & Holland, J. (2006) *Empowerment in Practice – from Analysis to Implementation*, Washington, DC: World Bank.
- Andersson, P. (2008). Happiness and health: Well-being among the self-employed. *The Journal of Socio-Economics*, 37(1), 213-236.
- Araz Takay B. & Kalemci Tüzün İ. (2015). Kadın Girişimciler Schumpeter'in Girişimcisi olursa. *Niğde İİBF*, 8(1), 41-52.
- Arendell, T. (1999). *Mothering and Motherhood: A Decade Review*. Working Paper No. 3, Berkeley, CA: Center for Working Families, University of California, Berkeley. Erişim adresi: <https://dlib.bc.edu/islandora/object/bc-ir:100461>
- Badinter, E. (2017). *Kadınlık mı? Annelik mi?*, 3. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bailey, L. (2000). Bridging home and work in the transition to motherhood: A discursive study. *European Journal of Women's Studies*, 7(1), 53-70.
- Baines, S. & Wheelock, J. (1998). Working for each other: Gender, the household and micro-business survival and growth. *International Small Business Journal*, 17(1), 16–35.
- Bedük, A. (2005). Türkiye’de çalışan kadın ve kadın girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 106-117.
- Bhat, R. A. (2015). Role of education in the empowerment of Women in India. *Journal of Education and Practice*, 6(10), 188-191.
- Binder, M. & Coad, A. (2013). Life satisfaction and self-employment: a matching approach. *Small Business Economics*, 40(4), 1009-1033.
- Block, J. & Koellinger, P. (2009). I Can’t Get No Satisfaction—Necessity Entrepreneurship and Procedural Utility. *Kyklos*, 62(2), 191-209.
- Boden, R. (1996). Gender and self-employment selection: An empirical assessment. *Journal of Socio-economics*, 25(6), 671–682.
- Boden, R. (1999). Flexible working hours, family responsibilities and female self-employment. *American Journal of Economics and Sociology*, 58(1), 71–83.

- Bogenhold, D. & Staber, U. (1993). Self-employment dynamics: A reply to Meager. *Work. Employment and Society*, 7(3), 465–472.
- Boneberger, D. & Kirilova, B. (2015). *Mumpreneurs: Motivational factors for Swedish mothers to start their own business*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Jönköping Üniversitesi, Jönköping.
- Bowlby J. (1969) *Attachment and loss. Vol 1: Attachment*. New York: Basic Books.
- Brush, C.G. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (4), 5.
- Burleson, D.S., Albrecht, T. L., Goldsmith, D.J. & Sarason, I. G. (1994). Introduction: The Communication of Social Support. Burleson, B. R., Albrecht, T. L., & Sarason, I. G. (Ed.), *Communication of social support: Messages, interactions, relationships, and community* içinde (s.xi-xxx). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Bygrave, W.D. (1994). *The portable MBA in entrepreneurship*. New York: Wiley.
- Caree, M. & Verheul, I. (2012). What Makes Entrepreneurs Happy? Determinants of Satisfaction Among Founders? *Journal of Happiness Studies*, 13(2), 371-387.
- Carsrud, A. & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*. 49 (1), 9-26
- Carter, S. & Cannon, T. (1992). *Women as Entrepreneurs: A Study of Female Business Owners, Their Motivations, Experiences and Strategies for Success*. London: Academic Press.
- Carter, N., Brush, C., Greene, P., Gatewood, E. & Hart, M. (2003). Women entrepreneurs who break through to equity financing: the influence of human, social and financial capital. *Venture Capital*, 5(1), 1-28.
- Casteleijn-Osorno, R. (2014). *Comparing sense-making of identities of mompreneurs in Malta and Finland*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aalto Üniversitesi, Espoo.
- Cevizci, A. (2010). *Bilgi Felsefesi*, 1. Baskı. İstanbul: Say Yayınları.
- Chew, H.E., Ilavarasan, V.P. & Levy, M.R. (2015). Mattering Matters: Agency, Empowerment, and Mobile Phone Use by Female Microentrepreneurs *Information Technology for Development*, 21(4), 523-542.
- Conger, J.A., & Kanungo, R.N. (1988). The Empowerment Process: Integrating Theory And Practice. *The Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.
- Connelly, R. (2001). Self-employment and providing childcare. *Demography*, 29(1), 17–29.
- Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosomatic Medicine*, 38(5), 300-314.

- Cohen S., Gottlieb B. & Underwood L. (2000). *Social relationships and health: challenges for measurement and intervention*. New York: Oxford University Press.
- Cooper, A.C. & Artz, K.W. (1995). Determinants of satisfaction for entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 439-457.
- Creswell, J.W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, 3. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Crittenden, V.L., Crittenden, W.F. & Ajjan, H. (2019). Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology. *Journal of Business Research*, 98, 191-203.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*, 8(3), 251-261.
- Cromie, S. & Hayes, J. (1988). Towards a typology of female entrepreneurs. *The Sociological Review*, 36(1), 87–113.
- Crum, M. & Chen. Y. (2015). Self-employment and subjective well-being: a multi-country analysis. *International Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 15-28.
- Guba, E.G. (1981) Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries, *Educational Communication and Technology Journal* (29), 75–91.
- Çalışır, M. & Güney, S. (2020). Anne Girişimcilerin İş Kurma Motivasyonları ve Sorunları. Ergeneli, A. & Koyuncu-Lorasdağı, B. (Ed.), *Türkiye’de Sosyal Bilimlerde Güncel Tartışmalarda Kadın* içinde (s.379-416). Ankara: Nobel Yayın.
- Çelebi, N., Tokuroğlu, B. & Baran, A. (1993). *Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Yayınları.
- Damaske, S. (2013). Work, family, and accounts of mothers' lives using discourse to navigate intensive mothering ideals. *Sociology Compass*, 7(6), 436-444.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dawson, C. & Hanley, A. (2012). “Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18(6), 697-719.
- de Bruin, A., Welter, F. & Brush, C. (2007). What We Know About the ‘Mothers of Invention’: An Overview and Research Agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 323-340.
- DeMartino, R. & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815-832.

- Diener, E., Emmons R. A., Larsen, R. J. & Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- DiQuinzio, P. (1999). *The Impossibility of Motherhood: Feminism, Individualism, and the Problem of Mothering*. New York: Routledge.
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26(3), 81–90.
- Dow, D.M. (2016). Integrated Motherhood: Beyond Hegemonic Ideologies of Motherhood. *Journal of Marriage and Family*, 78, 180-196.
- Duberley, J. & Carrigan, M. (2012). The career identities of ‘mumpreneurs’: Women’s experiences of combining enterprise and motherhood. *International Small Business Journal*, March, 1-23.
- Dumitru, I.D. (2013). Motivations for Women to Get Into Businesses: a Case Study on Female Entrepreneurs from the North-East Region of Romania. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 13 (2), 308-313.
- Durah, D. (2016). *Momprenneur Networks in Germany: Multiple-Case Study On How Women Entrepreneurs Utilize A Momprenneur Network In Germany*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of Twente, Enschede.
- Ebbers, I. & Piper, A. (2017). Satisfaction comparisons: women with families, full-time and part-time self-employed. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(2), 171-187.
- Ecevit, Y. (1993). *Kadın girişimciliğinin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi*. Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, Eğitim Serisi, Yayın No: 74, 15-34.
- Ekinsmyth, C. (2011). Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK ‘Mumpreneurs’. *Geoforum*, 42(1), 102-114.
- Ekinsmyth, C. (2013). Managing tthe business of everyday life: the roles of space and place in “mumpreneurship”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(5), 525-546.
- Ekinsmyth, C. (2014). Mothers’ business, work/life and the politics of ‘mumpreneurship’. *Gender, Place and Culture*, 21(10), 1230-1248.
- Ergeneli, A. (2006). *Örgüt ve İnsan*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Ertürk, Y. (1993). *Girişimcilikte örgütlü dayanışma yaklaşımı: Hindistan’dan bir örnek*. Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, Eğitim Serisi, Yayın No: 74, 43-48.

- Fosić, I., Kristić, J. & Trusić, A. (2017). Motivational factors: Drivers behind women entrepreneurs' decision to start an entrepreneurial venture in Croatia. *Scientific Annals of Economics and Business*, 64 (3), 339-357.
- Gezmiş, Y. (2022). *The Effect Of Flexible Working On Work-Family Spillover And The Mediating Role Of Psychological Well-Being*. Yüksek Lisans Tezi. YÖK tez merkezinden edinilmiştir (764927).
- Gilbert, N. (2008). *A Mother's Work: How Feminism, the Market and Policy Shape Family Life*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Goffee, R. & Scase, R. (1992). *Kadınlar İş Başında: Kadın Girişimcileri Deneyimleri*. İstanbul: ETİ Kitapları.
- Gold, P. B. (1994). *Preparing qualitative research for publication in counseling psychology journals*. Amerikan Psikoloji Derneği'nin 102. Yıllık Kongresinde sunulan bildiri. Los Angeles, CA.
- Gottlieb, B.H. & Bergen, A.E. (2010). Social support concepts and measures. *Journal of Psychosomatic Research*, 69(5) 511–520.
- Goyal, M. & Parkash, J. (2011). Women Entrepreneurship in India-Problems and Prospects. *ZENITH, International Journal of Multidisciplinary Research*, 1(5), 195-207.
- Göransson, K. (2016). 'The Mumpreneur': Intensive Motherhood, Maternal Identity and the Meaning of Educational Work in Singapore, *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, 39.
- Granger, B., Stanworth, J. & Stanworth, C. (1995). Self-employment career dynamics: The case of 'unemployment push' in UK book publishing. *Work, Employment and Society*, 9(3), 499–516.
- Grace, M. (1998). Using Communication and Information Technologies to Empower Women in Rural Communities. Erişim adresi: <https://eric.ed.gov/?id=ED450979>
- Green, E. & Cohen, L. (1995). 'Women's Business': are women entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of 'women's work' in a new way? *Journal of Gender Studies*, 4(3), 297-314.
- Greenhaus, J.H., Collins, K.M.& Shaw, J.D. (2003). The relation between work-family balance and quality of life. *Journal of Vocational Behavior*, 63(3), 510-531.
- Gunderson J. & Barrett A.E. (2017). Emotional Cost of Emotional Support? The Association Between Intensive Mothering and Psychological Well-Being in Midlife. *Journal of Family Issues*, 38(7), 992-1009.
- Gurstein, P. (1995). Planning for telework and home-based employment: A Canadian survey on integrating work into residential environments, working paper. Ottawa: Centre for Future Studies in Housing and Living.

- Güney, S. (2008). *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. 3. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hakim, C. (2006). Women, careers, and work-life preferences. *British Journal of Guidance and Counselling*. 34(3), 279-294.
- Hakim, C. (2007). *Work-lifestyle choices in the 21st Century: preference theory*. New York: Oxford University Press.
- Halaç, D.S. (2015). Annelik ve iş hayatının kesişiminde yeni bir fenomen: Anne Girişimciliği. O.S., Dalkılıç. (Ed.), *ÇalışAnne - Kadın akademisyenlerin kaleminden çalışma yaşamında annelik içinde* (s.247-281). Ankara: Nobel.
- Hays, S. (1996). *The Cultural Contradictions of Motherhood*. New Haven: Yale University Press.
- Hessles, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*. 31, 323-339.
- Hessels, J., Arampatzi, E., van der Zwan, P. & Burger, M. (2018). Life satisfaction and self-employment in different types of occupations. *Applied Economics Letters*, 25(11), 734-740.
- Hisrich, R. D., & Brush, C. G., (1985) *The woman entrepreneur: Characteristics and prescriptions for success*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Hisrich, R.D. & Öztürk, S.A. (1999). Women Entrepreneurs in a Developing Economy. *Journal of Management Development*, 18(2), 114-125.
- Hisrich, R.D. (2000). Can psychological approaches be used effectively: An overview. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 93-96.
- Hock, E., Christman, K. & Hock, M. (1980). Career-Related Decisions of Mothers of Infants. *Family Relations*. 29(3), 325-330.
- Hudson Breen, R.E. (2014). *Meet the "Mompreneurs": How Self-Employed Women with Children Manage Multiple Life Roles*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Victoria Üniversitesi, Victoria.
- Hughes, K.D. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and Organization*. 10(4), 433-454.
- Hughes, K.D. (2006). Exploring Motivation and Success Among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. 19(2), 107-120.
- Hundley, G. (2001). Why and when are the self-employed more satisfied with their work? *Industrial Relations*, 40(2), 293-316.
- Huyer, S. & Sikoska, T. (2003). *Overcoming The Gender Digital Divide: Understanding ICTs and their Potential for the empowerment of Women*. INSTRAW Research Paper Series No. 1.

- Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2013). Entrepreneur motivations and life course. *International Small Business Journal*, 31(1), 34–56.
- Jean, M. & Forbes, C.S. (2012). An Exploration of the Motivations and Expectation Gaps of Mompreneurs. *Journal of Business Diversity*, 12(2), 112-130.
- Kabeer, N. (2001). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurements of Women's Empowerment. *Discussing Women's Empowerment – Theory and Practice* içinde (s.17-57). Sida Studies No.3
- Kaplan, M. & Çelik, A. (2017). Girişimciliğin Annelik Perspektifinden Görünüşü: Anne Girişimciliği-Arka Plan, Kavram, Yazın ve Öneri. Kaygısız, E.G. & Wolff, R.A (Ed.) *Yönetim ve Organizasyon Makaleleri: Kadın Akademisyenlere Armağan* içinde (s.221-229). Giresun Üniversitesi: Eğitim Yayınevi.
- Karadeniz, E. (2010). Entrepreneurship in Turkey 2010. *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*.
- Karasek, R.A., Jr. (1979). Job demands, job decision latitude, and mental strain: Implications for job redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285-308.
- Kariv, D. (2011). Entrepreneurial orientations of women business founders from a push/pull perspective: Canadians versus non-Canadians - a multinational assessment. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 24(3), 67-80.
- Keskin, S. (2014). Türkiye'de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 71-94.
- Khan, M.S. & Rowlands, C. (2018). Mumpreneurship in New Zealand: an exploratory investigation. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 38 (5-6), 459-473,
- Kim, J. (17 Ekim 1991). The changing business of motherhood. *USA Today*, s.4B.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journey*, 24(5), 346–364.
- Klyver, K., Honig, B. & Steffens, P. (2018). Social support timing and persistence in nascent entrepreneurship: exploring when instrumental and emotional support is most effective. *Small Business Economics*, 51(3), 709–734.
- Korsgaard, S. (2007). Mompreneurship as a Challenge to the Growth Ideology of Entrepreneurship. *Kontur*, 16, 42-46.
- Krishnan, L. & Kamalanabhan, T.J. (2013). Entrepreneurial Success and Life Satisfaction Among Women Entrepreneurs in Micro Enterprises. *South Asian Journal of Management*, 20(2), 40-63.
- Krueger, M.J. (2015). *Care and capitalist crisis in anglophone digital landscapes: the case of the mompreneur*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. University of Washington, Seattle.

- Lamar, M.R. & Forbes, L.K. (2020). A phenomenological investigation into the role of intensive mothering in working mothers' career experiences. *Journal of Counselor Leadership and Advocacy*, 7(2), 147-162.
- Laumann, E.O., Galaskiewicz, J. & Marsden, P.V. (1978). Community structure as interorganizational linkages. *Annual Review of Sociology*, 4, 455- 484.
- Levis, M.S. (2011). Working toward Women's Economic Empowerment: Using Information and Communication Technology in Developing Areas to Market Traditional Crafts. Jacko, J.A. (Ed.) *Human-Computer Interaction. Users and Applications* içinde (S.266-273). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Lewis, P. (2010). 'Mumpreneurs': Revealing the Post-feminist Entrepreneur. Lewis, Patricia & Simpson, Ruth, (Ed.). *Revealing and Concealing Gender: Issues of Visibility in Organizations* içinde (s.124-138). Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Lewis, K.V., Harris, C., Morrison, R. & Ho, M. (2015). The entrepreneurship motherhood nexus: A longitudinal investigation from a boundaryless career perspective", *Career Development International*, 20 (1), 21-37.
- Littler, J. (2017). Desperate Success: Managing the mumpreneur. J. Littler (Ed.), *Against Meritocracy: Culture, power and myths of mobility* içinde (s.179-211). Routledge.
- Luckman, S. (2015) Women's Micro-Entrepreneurial Homeworking, *Australian Feminist Studies*, 30(84), 146-160.
- Luomala, K. (2018). *Mumpreneurs? Everyday complexities in the realm of time, money, business and motherhood*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. University of Turku, Turku.
- Mallon, M. & Cohen, L. (2001). Time for a change? Women's accounts of the move from organizational careers to self-employment. *British Journal of Management*, 12(3), 217-230.
- Marcelle, G. M. (2000). Transforming Information and Communications Technologies for gender equality. UNDP.
- Marlow, S., & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(1), 114-124.
- Maya, İ. Ç, Uzman, E. & Işık, H. (2012). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Farklı Kaynaklardan Algıladıkları Sosyal Desteğin Yordaması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(1), 23-48.
- McKay, R. (2001). Women entrepreneurs: moving beyond family and flexibility. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 7(4), 148-165.
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism*. London: Sage.

- Mehta, R. ve Poornima V (2018). Factors Motivating Mumpreneurs In India: Issues and Problems. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 5(2), 498-504.
- Menon, S.T. (1999). Psychological Empowerment: Definition, Measurement, and Validation. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 31(3), 161-164.
- Mitchell, B.C. (2004). Motives of Entrepreneurs: A Case Study of South Africa. *The Journal of Entrepreneurship*, 13(2), 167-183.
- Molino, M., Dolce, V., Cortese, C. G., & Ghislieri, C. (2018). Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. Gender differences in Italy. *PLoS. ONE.*, 13(6), 1-19.
- Moore, D.P. & Buttner, E.H. (1997). *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., Schindehutte, M., & Spivack, A. J. (2012). Framing the entrepreneurial experience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 11–40.
- Morrow, S. L. (2005). Quality and trustworthiness in qualitative research in counseling psychology. *Journal of Counseling Psychology*, 52(2), 250-260.
- Naughton, T.J. (1987). Contrasting Models of Quality of Working Life Among the Self-Employed: An Empirical Test. *Academy of Management Proceedings*, 1987(1), 78-81.
- Nel, P., Maritz, A., & Thongprovati, O. (2010). Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon. *International Journal of Organizational Innovation*, 3(1), 6-34.
- Neuman, W.L. (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*, 8. Baskı, Ankara: Yayınodası.
- Neumeyer, X., Santos, S.C., Caetano, A. & Kalbfleisch, P. (2019). Entrepreneurship ecosystems and women entrepreneurs: a social capital and network approach. *Small Business Economics*, 53(2), 475-489.
- Okafor, C., & Amalu, R. (2010). Entrepreneurial Motivations as Determinants of Women Entrepreneurship Challenges. *Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin, Economic Sciences Series*, 62 (2), 67-77.
- Orhan, M. & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explorative model. *Women in Management Review*, 16 (5), 232-47.
- Ospina, S. (2004). Qualitative Research. G. R. Goethals, G. J. Sorenson, & J. MacGregor Burns (Ed.), *Encyclopedia of leadership* içinde (s.1279-1284). London: Sage.
- Pardo-del-Val, M. (2010) Services Supporting Female Entrepreneurs. *The Service Industries Journal*, 30(9), 1479-1498.
- Patterson, N. & Mavin, S. (2009). Women entrepreneurs: Jumping the corporate ship and gaining new wings. *International Small Business Journal*, 27(2), 173–192.

- Phizacklea, A. & Wolkowitz, C. (1995). *Homeworking Women: Gender, Racism and Class at Work*. London: Sage.
- Polat, A. (2012). *Çalışan Kadınlar ve "Süper-Annelik" Kavramı*. III. Kadın Hekimlik ve Kadın Sağlığı Kongresi, Kongre Kitabı, Türk Tabipleri Birliği Yayınları, Ankara, 36-42. Erişim adresi: <https://www.ttb.org.tr/kutuphane/kadinhek3.pdf>
- Powell, G.N. & Eddleston, K.A. (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: Do female and male entrepreneurs experience different outcomes? *Journal of Business Venturing*, 28 (2), 261-280.
- Kilkolly-Proffit, M. (2013). Socialisation of daughters in women-led family businesses: Growing up with "mentor mum". *University of Auckland Business Review*. 16 (1), 6-15.
- Reynolds, P. D., W. D. Bygrave, E. Autio, L. Cox, & M. Hay (2002). *Global Entrepreneurship Monitor: 2002, Executive Report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Rani, S. B., & Rao, K. D. (2007). Perspectives on Women Entrepreneurship. *ICFAI Journal of Entrepreneurship Development*, 4(4), 16-27.
- Richomme-Huet, K., & Vial, V. (2014). Business Lessons from a "Mompreneurs" Network. *Global Business and Organizational Excellence*, 33(4), 18-27.
- Sarri, K. Trihopoulou, A. (2005). Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: a Review of the Greek Situation. *Women in Management Review*, 20(1), 24-36.
- Sevä, I.J., Vinberg, S., Nordenmark, M. & Strandh, M. (2016). Subjective well-being among the self-employed in Europe: macroeconomy, gender and immigrant status. *Small Business Economics*, 46(2), 239-253.
- Sığırı, Ü. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, 1. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Singh, K.P. (1993). Women Entrepreneurs: Their Profile and Motivation. *The Journal of Entrepreneurship*, 2 (1), 47-59.
- Shabbir, A. & di Gregorio, S. (1996). An Examination of the Relationship Between Women's Personal Goals and Structural Factors Influencing Their Decision To Start A Business: The Case of Pakistan. *Journal of Business Venturing*, 11(6), 507-529.
- Sheikh, S. & Yousafzai, S. (2015). Institutional embeddedness of mumpreneurship in the UK: A career narrative approach. *2015 Diana International Research Conference: Theme: Women Entrepreneurs in Ecosystems*'da sunuldu, Babson College, Wellesley, MA, USA, 9 Haziran 2015.
- Steyaert, C. & Katz, J. (2004). Reclaiming the Space of Entrepreneurship in Society: Geographical, Discursive and Social Dimensions. *Entrepreneurship and Regional Development*, 16, 179-196.

- Surangi, H.A.K.N.S. ve Ranwala, R.S. (2018). A Discourse Analysis of Research Texts on Mumpreneurs. *Kelaniya Journal of Management*, 7(1), 1–12.
- Tariq, J. (2018). Understanding the Motivations and Obstacles Faced by Female Entrepreneurs: A Phenomenological Study of Graduate Mumpreneurs of Islamabad. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 4(2), 1071-1087.
- Thoits, P. A. (1982). Conceptual, methodological, and theoretical problems in studying social support as a buffer against lifestress. *Journal of Health and Social Behavior*, 23(2), 145–159.
- Thomas, K.W., & Velthouse, B.A. (1990). Cognitive Elements of Empowerment: An 'Interpretive' Model of Intrinsic Task Motivation. *Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.
- United Nations. (2005). *Women2000 and Beyond: Gender Equality and the Empowerment of Women through ICT*. Division for the Advancement of Women Department of Economic and Social Affairs, United Nations. Erişim adresi: <https://www.un.org/womenwatch/daw/public/w2000-09.05-ict-e.pdf>
- Vaast, E., & Davidson, E. (2010). Digital Entrepreneurship and Its Sociomaterial Enactment. *43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1-10
- Venkatesh, V., Shaw, J.D., Sykes, T.A., Wamba, S.F. & Macharia, M. (2017). Networks, technology, and entrepreneurship: a field quasi-experiment among women in rural India. *Academy of Management Journal*, 60(5), 1709-1740.
- Vershinina, N. & Phillips, N. (2016) Mumpreneurship matters: In search of alternative conceptualisation and contextualisation. *ISBE Conference 2016*'de sunuldu, Paris. 27- 28 Ekim 2016.
- Vershinina, N. & Phillips, N. (2017) Entrepreneurship mothers motivation and commitment from the perspective of possible selves. *ISBE Institute of Small Business and Entrepreneurship*.
- Vijaha, V. & Kamalanabhan, T.J. (1998). A Scale to Assess Entrepreneurial Motivation. *The Journal of Entrepreneurship*, 7(2), 183-298.
- Vroom, V.H. (1964). *Work and Motivation*. New York.
- Wellington, A. (2006). Self-employment: The new solution for balancing family and career? *Labour Economics*, 13(3), 357–386.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zahmicioğlu, O., Atalay, H. & Akbas N.B (2015). Motherhood as a "Profession": Post-Career Motherhood Experiences of Women from The Upper-Middle Class in Turkey. *Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 28(3), 255-264.

Zagefka, H., Houston, D., Duff, L. & Moftizadeh, N. (2021). Combining Motherhood and Work: Effects of Dual Identity and Identity Conflict on Well-Being. *Journal of Child and Family Studies*, 30(10), 2452-2460.

EK 1: GÖRÜŞME FORMU

Demografik Sorular

1. Yaşınız
2. Eğitim Durumunuz
3. Medeni Durumunuz
4. Çocuk sayısı, yaşları
5. Girişimciliğe başladığınızda kaç çocuğunuz vardı ve yaşları neydi?
6. Kardeşleriniz var mı? Ailenizin kaçınıcı çocuğusunuz?
7. Girişiminizi ne zaman kurdunuz?
8. Çalışma alanınız nedir?
9. Çalışanınız var mı? Kaç kişi?
10. Ortağınız var mı? Var ise bu kişiler aileden mi yoksa aile dışından kişiler mi?
11. İşinizi evden mi yürütüyorsunuz, yoksa ayrı bir ofisiniz var mı?
12. Girişimci olmadan önce çalışıyor muydunuz? Eğer çalışıyorsanız nerede ve hangi görevde çalıştığınızı belirtebilir misiniz?
13. İş hayatında kaç yıllık bir deneyiminiz var?
14. En son nasıl bir pozisyonda çalışıyordunuz?
15. Ailenizde başka girişimci olan var mı? (anne, baba, eş, kardeş)
16. Anne ve babanızın meslekleri nelerdir? Şu an aktif olarak çalışmaya devam ediyorlar mı yoksa emekli mi oldular?
17. Ailenizin toplam gelirinin ne kadarı, sizin elde ettiğiniz gelir oluşturuyor?
18. Ortalama haftada kaç saat çalışıyorsunuz?



Açık Uçlu Sorular

1. Annelik sizin için ne ifade ediyor?
2. Girişimcilik size ne ifade ediyor? Girişimciliği nasıl tanımlarsınız?
3. “Anne Girişimci” kavramı sizin için ne ifade ediyor? Bu kavramı nasıl tanımlarsınız? Kimlere anne girişimci denebilir?
4. Siz kendinizi anne girişimci olarak tanımlar mısınız?
5. Girişimciliğe “anne” kelimesi eklenince değerinin azaldığını düşünüyor musunuz, yoksa “anne” kelimesi girişimciliği farklılaştırıp daha güçlü hale mi getiriyor?
6. Anne Girişimci olarak ifade edilmeniz sizi rahatsız eder mi?
7. Girişimci olmadan önce bir çalışma hayatınız oldu mu? Eğer olduysa çalışma hayatında kendinizi nasıl hissediyordunuz?
8. Şu anki işinizden bahsedebilir misiniz? Ortaya nasıl çıktı?
 - a. En son çalıştığınız işle ilgili mi?
9. Daha önceki çalışma hayatınızın, iş fikrinizi hayata geçirirken bir yardımı oldu mu? Nasıl, hangi yönlerden bir yardımı oldu?
10. Daha önce girişimcilik deneyiminiz oldu mu? Oldu ise deneyiminizi anlatabilir misiniz?

11. İş fikrinizi planlarken sizi en çok heyecanlandıran şey işin kendisi miydi, iş sahibi olma fikri miydi?
12. Sizi girişimciliğe iten temel nedenler nelerdir? Hangi olaylar sonrasında, hangi isteklerinizi karşılamak için kendinizi, kendi işinizi kurarken hayal ettiniz?
13. İş fikriniz nasıl hayat geçti? Nerede hayat buldu?
14. Girişimciliğe adım atmadan önce, girişimcilik ile ilgili herhangi bir eğitime, kursa katıldınız mı? İş fikriniz ile ilgili iş planı hazırladınız mı? İş fikrinizle ilgili bir hazırlık aşaması oldu mu? Ne kadar sürdü? Bu aşamada neler yaptınız?
15. Finansal ve/veya deneyim anlamında herhangi bir destek aldınız mı? Aldınız ise kimlerden nasıl destekler aldınız?
 - a. Finansal destek ararken zorlandınız mı? Problemlerle karşılaştınız mı? Kadın olmanız karşılaştığınız problemleri arttırdı mı?
16. İş fikrinizi hayata geçirirken endişeleriniz var mıydı? Var ise bu endişeleriniz nelerdi? (finansal gereklilikler, nasıl iş yapılacağı, başarısızlık...)
 - a. İş fikrinizi hayata geçirdikten sonra hangi endişelerinizde haklı çıktınız?
17. İş fikrinizi hayata geçirdikten sonra karşılaştığınız problemler neler oldu? Hangilerini bekliyordunuz, hangileri sizin için sürpriz oldu? Bu problemlerle kadın/anne olduğunuz için karşılaştığınızı düşünüyor musunuz? Kadın/anne olmanızın bu problemlere bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?
18. Girişimciliğin hangi aşamasında en çok desteğe ve/veya yardıma ihtiyaç duydunuz?
 - a. Destek almaya çalıştığınız kurum, kişilerden size en çok yardımı dokunan kimlerdi? Kimlerin size pek yardımı dokunmadı?
19. İş fikriniz öncesindeki amaçlarınızı, kendinize koyduğunuz hedefleri, iş fikrinizin bulunduğu şu anki durum ile karşılaştırdığınızda nasıl bir değerlendirme yaparsınız?
20. Sizce başarı nedir? Başarı kriterleriniz nelerdir? Kendinizi, işinizi başarılı görüyor musunuz?
 - a. Ekonomik büyüme, kar, finansal istikrar sizin için ne ifade ediyor?
21. Hangi durumlarda kendinizi başarılı ya da başarısız hissediyorsunuz?
22. Haftada ortalama kaç saat çalışıyorsunuz? Çalışma saatlerinizi nasıl planlıyorsunuz?
23. Aile, ev işleri, çocuklarla ilgili herhangi bir yardım alıyor musunuz? Alıyorsanız kimden/kimlerden yardım alıyorsunuz?
24. Girişimci olduktan sonra eşinizle ilişkinizin niteliğinde bir farklılaşma oldu mu?
25. İş fikriniz sonrasında aile hayatınızda ne gibi değişiklikler oldu? Eşiniz ile ilişkinizde, beklenen sorumluluklar, yardım gibi konularda olumlu/olumsuz yönde nasıl bir gelişme oldu?
26. Çocuklarınızla ilişkiniz nasıl etkilendi? Yaşadığınız olumlu/olumsuz deneyimler nelerdir?
27. Arkadaşlarınızla ilişkiniz nasıl etkilendi? Yaşadığınız olumlu/olumsuz deneyimler nelerdir?

28. Aileniz ile (Anne, baba, kardeşler) ilişkiniz nasıl etkilendi? Yaşadığınız olumlu/olumsuz deneyimler nelerdir?
29. İş girişiminiz sonrası
 - a. Geliriniz
 - b. Sosyal hayatınız
 - c. Sağlığınız
 - d. Ailenizin sağlığı
 - e. Kendinize ayırdığınız zaman bakımından yaşam kalitenizde nasıl değişiklikler oldu?
30. Girişimcilik, davranışlarınızı ya da önceliklerinizi değiştirdi mi?
31. Annelik kimliğiniz mi, girişimci kimliğiniz mi sizi daha iyi yansıtıyor?
32. İş fikriniz, girişimciliğiniz ile ilgili geleceğe yönelik ne tür hedefleriniz, planlarınız, hayalleriniz var?
33. Devletten destek benzeri, gelecekle ilgili talepleriniz var mıdır?
34. Çevrenizde, kendi işini kuran başka kadın akraba ya da arkadaşlarınız var mı?
35. Diğer anne girişimcilerle aranızda bir iletişim ağı var mıdır? Var ise nasıl oluştu, gelişti?
36. Başka kadınların / annelerin girişimci olması konusunda bir çaba içerisine girer misiniz? Örneğin mentörlük yapma ya da girişimcilik konusunda faaliyet gösteren bir sivil toplum kurumuna üye olma gibi.
37. Sosyal medyanın, girişiminiz üzerindeki rolü nedir?

EK 2: ETİK KURUL KARARI

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ Rektörlük	18 Eylül 2017
Sayı : 35853172/ 433-3066		
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE		
Enstitünüz İşletme Anabilim Dalı doktora programı öğrencilerinden Meliha ÇALIŞIR 'ın Prof. Dr. Semra GÜNEY danışmanlığında yürüttüğü " Anne Girişimcilerin Motivasyonları, Yaşam Doyumları, Beklenti Boşlukları: Fenomenolojik Bir Çalışma " başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun 12 Eylül 2017 tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.		
Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.		
 Prof. Dr. Rahime M. NOHUTCU Rektör a. Rektör Yardımcısı		
<i>Öğrenci İşlerine Yazışmasını Yapılan 20-09-2017</i>		
Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara Telefon: 0 (312) 305 3001 - 3002 • Faks: 0 (312) 311 9992 E-posta: yazimd@hacettepe.edu.tr • www.hacettepe.edu.tr	Ayrıntılı Bilgi için: Yazı İşleri Müdürlüğü 0 (312) 305 1008	

EK 3: ORJİNALLİK RAPORU

 <p>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU</p>
<p>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İŞLETME ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA</p> <p style="text-align: right;">Tarih: 17/01/2023</p> <p>Tez Başlığı: ANNE GİRİŞİMCİLERİN MOTİVASYONLARI, YAŞAM DOYUMLARI VE GİRİŞİMCİLİK DENEYİMLERİ: FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA</p> <p>Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 284 sayfalık kısmına ilişkin, 17/01/2023 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Tunitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %2 'dir.</p> <p>Uygulanan filtrelemeler:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- <input checked="" type="checkbox"/> Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç 2- <input checked="" type="checkbox"/> Kaynakça hariç 3- <input checked="" type="checkbox"/> Alıntılar hariç 4- <input type="checkbox"/> Alıntılar dâhil 5- <input checked="" type="checkbox"/> 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç <p>Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.</p> <p>Gereğini saygılarımla arz ederim.</p> <p style="text-align: right;">Tarih ve İmza</p> <p>Adı Soyadı: Meliha Çalışır</p> <p>Öğrenci No: N11145342</p> <p>Anabilim Dalı: İşletme</p> <p>Programı: İşletme-Doktora</p> <p>Statusü: <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Bütünleşik Dr.</p>
<p><u>DANIŞMAN ONAYI</u></p> <p>UYGUNDUR.</p> <p style="text-align: center;">_____ (Prof.Dr.Semra Güney)</p>



**HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
Ph.D. DISSERTATION ORIGINALITY REPORT**

**HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
BUSINESS ADMINISTRATION DEPARTMENT**

Date: 17/01/2023

Thesis Title: MUMPRENEURS' MOTIVATIONS, LIFE SATISFACTION AND ENTREPRENEURIAL EXPERIENCES: A PHENOMENOLOGICAL STUDY

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 17/01/2023 for the total of 284 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled as above, the similarity index of my thesis is 2 %.

Filtering options applied:

1. Approval and Declaration sections excluded
2. Bibliography/Works Cited excluded
3. Quotes excluded
4. Quotes included
5. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

I respectfully submit this for approval.

Date and Signature

Name Surname: Meliha Çalışır
 Student No: N11145342
 Department: Business Administration Department
 Program: Business Administration -Ph.D.
 Status: Ph.D. Combined MA/ Ph.D.

ADVISOR APPROVAL

APPROVED.

(Prof.Dr.Semra Güney)