



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Antropoloji Anabilim Dalı

**TURİZMDE KADIN İSTİHDAMI VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ
BEYPAZARI ÖRNEĞİ**

Zeynep KÖSE

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2014

TURİZMDE KADIN İSTİHDAMI VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ: BEYPAZARI
ÖRNEĞİ

Zeynep KÖSE

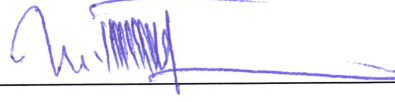
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Antropoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2014

KABUL VE ONAY

Zeynep KÖSE tarafından hazırlanan "Turizmde Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği Beypazarı Örneği" başlıklı bu çalışma, 14 Mayıs 2014 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



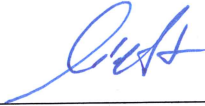
Prof. Dr. Metin ÖZBEK (Başkan)



Prof. Dr. Gülay ARIKAN



Doç. Dr. Tuğça POYRAZ TACOĞLU



Yrd. Doç. Dr. Nihal ATA TUTKUN



Yrd. Doç. Dr. Nilüfer ÖZCAN DEMİR (Danışman)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Prof. Dr. Yusuf ÇELİK


Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

14/05/2014



Zeynep KÖSE

ÖZET

Küreselleşen dünyada en önemli sektörlerden biri olan turizm aynı zamanda kadın girişimciliği ve kadın istihdamı açısından da çeşitli sosyo-kültürel ve ekonomik avantajları bünyesinde bulunduran bir zemin niteliğindedir. Özellikle kaynakların sınırsız olduğunun var sayıldığı geleneksel 3-S (deniz, güneş, kum) turizmi paradigmasının tartışıldığı son on-on beş yıllık zaman dilimi içerisinde alternatif turizmlere olan ilgi artmıştır. Alternatif turizm geleneksel turizm paradigmasının aksine doğal, çevresel, kültürel kaynakların sınırlı olduğunu bilen ve onların zenginleştirilmesini ön plana çıkartan bir "sürdürülebilir formdur". Alternatif turizmin (sürdürülebilir turizm) en önemli vurgularından biri de yerel halkın bölgedeki turizm faaliyetlerinde istihdam edilmesi ve turizm sektörünün avantajlarından istifade edilmesidir. Ayrıca yerel halkın otantik geleneklerinin turizm sektörü için turistik hizmet ve ürünlere dönüştürülmesi de bir diğer önemli unsurdur. Bu da yerel halk ile turistlerin ve sektörün çatışmadığı bir ortamdan geçmektedir.

Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm destinasyonu olarak Ankara'nın Beypazarı ilçesindeki turizm sektöründe istihdam edilen kadın çalışanlar ve kendi tezgahını ya da işletmesini kuran kadın girişimcilerle görüşülmüş, turizmde kadın girişimciliği ve istihdamının toplumsal cinsiyet rolleri üzerindeki etkisi ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, kadın girişimciliği, kadın istihdamı, Beypazarı, sürdürülebilir turizm.

ABSTRACT

Tourism is one of the most important sectors in a globalizing world but also in terms of women's entrepreneurship and employment of women in the various socio-cultural and economic advantages of the ground an offering of nature. Deemed to have unlimited resources is especially the traditional 3-S (sea, sun, sand) tourism paradigm discussed in the last ten to fifteen year period has increased interest in alternative tourism. Contrary to the traditional paradigm of tourism, alternative tourism, natural, environmental and cultural resources are limited and who put forward their enrichment in a "sustainable form". Alternative tourism (sustainable tourism) is one of the most important emphasis of the employment of local people in tourism activities in the region and the tourism industry is to benefit from the advantages. The authentic traditions of the local population for the tourism sector is another important element in the conversion of tourist services and products. This is a conflict with the local people and the environment and the sector passes the tourists.

In this context, as a sustainable tourism destination in the district of Ankara Beypazarı, female workers are employed in the tourism sector and women entrepreneurs who set up their loom or the organization of the interviewed women's entrepreneurship and employment in tourism and its impact on gender roles are discussed

Keywords: Entrepreneurship, women's entrepreneurship, women's employment, Beypazarı, sustainable tourism.

İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMA LİSTESİ	x
TABLolar LİSTESİ	xii
HARİTALAR LİSTESİ	xiii
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	xiv
GİRİŞ	1
1.BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ	3
1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE TEMEL PROBLEMLERİ	3
1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	6
1.3. YÖNTEM VE TEKNİKLER	9
1.3.1. Odak Grup Görüşmesi.....	10
1.3.2. Nitel İçerik Analizi.....	11
1.3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	12
1.3.4. Verilerin Toplanması.....	13
1.3.5. Verilerin Analizi.....	14
1.4. ARAŞTIRMA SIRASINDA KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	15

2. BÖLÜM-: ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	16
2.1. GİRİŞİMCİLİK VE İSTİHDAM KAVRAMLARI.....	16
2.2. KADIN İSTİHDAMI KAVRAMI.....	19
2.2.1. Kadınların Ekonomik Yaşam İçerisindeki Yeri.....	21
2.2.2. Türkiye'de kadın İşgücü.....	24
2.2.3. Kadının Karar Alma Mekanizmalarına Katılımı.....	26
2.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI.....	28
2.3.1. Kadın Girişimciliğinin Dünyadaki Örnekleri.....	29
2.3.2. Kadın Girişimciliği Kavramı ve Özellikleri.....	30
2.3.3. Kadınları Girişimci Olmaya İten Nedenler.....	31
2.3.4. Kadın Girişimci Türleri.....	32
2.3.5. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar.....	33
2.3.6. Türkiye'de Girişimci Kadınlar.....	35
2.4. KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖNÜNDEKİ ZORLUKLAR.....	38
2.4.1.Cinsiyet Temelli Nedenler.....	39
2.4.1.1. Sermaye.....	39
2.4.1.2. Rol Ayrımcılığı.....	40
2.4.1.3. Geleneksel Baskı ve İnançlar.....	40
2.4.1.4. Cinsel ve Duygusal Mobbing.....	40
2.4.1.5. Cam Tavan.....	41
2.4.1.6. İletişim Eksikliği.....	41
2.4.1.7.Yasalar.....	42
2.4.1.8. Eğitim.....	42
2.4.1.9. Rol Çatışmaları.....	43

2.4.1.10. Zaman.....	43
2.4.1.11. Sosyal Sorunlar.....	44
2.4.1.12. Rol Modeli Eksikliği.....	44
2.4.2. Örgüt Temelli Nedenler.....	44
2.4.2.1. Örgüt Kültürü.....	45
2.4.2.2. Liderlik.....	45
2.4.2.3. Örgütlenememe.....	46
2.4.2.4. Koordinasyon.....	46
2.5. KADININ ÇALIŞMA YAŞAMINDAKİ YERİNE YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....	46
2.5.1. Yapısalcı İşlevselci Yaklaşım.....	47
2.5.2. Çatışma Kuramı	48
2.5.3 Feminist Yaklaşım.....	49
2.5.3.1 Liberal Feminizm.....	50
2.5.3.2 Sosyalist Feminizm.....	51
2.5.3.3.Radikal Feminizm.....	51
2.5.4. Neo-Klasik/ Beşeri Sermaye Kuramı.....	52
3.BÖLÜM:TURİZMDE KADIN İSTİHDAMI VE GİRİŞİMCİLİĞİ.53	
3.1. TURİZMDE KADIN İSTİHDAMI.....	53
3.1.1. Turizm Sektörü ve Özellikleri.....	53
3.1.2. Türkiye'de Turizm sektörünün Gelişimi.....	58
3.1.3. Turizmde İstihdam.....	60
3.1.4. Turizmde Kadın İstihdamı.....	64
3.1.5. Turizmde Kadın İstihdamını Etkileyen Nedenler.....	66

3.2. TURİZMDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ	68
3.2.1. Kültürel Turizm.....	69
3.2.2. Kırsal Turizm.....	72
3.2.3. Kültürel (Kırsal) Turizmde Kadın İstihdamı ve Girişimciliği.....	76
4. BÖLÜM: BEYPAZARI'NDA KÜLTÜREL TURİZM ÇEVRESİ ...	78
4.1. KÜLTÜREL DESTİNASYON OLARAK BEYPAZARI	78
4.2. BEYPAZARI'NDA YERLİ HALK - TURİST İLİŞKİSİ	83
4.3. BEYPAZARI'NDA YERLİ HALKIN TURİZMDE İSTİHDAMI	87
4.3.1. Yerel Kalkınma	89
4.3.2. Farkındalık	91
4.3.3. İstihdam için Eğitim.....	91
4.4. BEYPAZARI'NDA TURİZMDE KADIN GİRİŞİMCİLER VE KADIN İSTİHDAMI	93
4.5. RURWOMBACK PROJESİ	94
5.BÖLÜM: NİTEL VERİLERİN ANALİZİ	98
5.1. KATILIMCILARIN GENEL ÖZELİKLERİ	98
5.2. İSTİHDAM VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARINA GÖRE VERİLERİN ANALİZİ	100
5.2.1. Turizmde İstihdam ve Girişimcilik.....	101
5.2.2 Turizmde Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği.....	103
5.3. BEYPAZARI'NDA TURİZM ALANINDA KADIN İSTİHDAMI VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ AÇISINDAN VERİLERİN ANALİZİ	112
6. BÖLÜM: SONUÇ VE TARTIŞMA	129
KAYNAKÇA	141

EK 1. ODAK GRUP GÖRÜŞME SORULARI.....145

KISALTIMA LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

C: Cilt

GAP-GİDEM: Güneydoğu Anadolu Projesi- Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi

GSH: Gayrisafı Hasıla

GZTF: Güçlü Zayıf Yönler- Fırsatlar Tehditler Analizi

İ.İ.B.F: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

KAGIDER: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği

KAMER: Kadın Merkezi

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

M.Ö: Milattan Önce

M.S: Milattan Sonra

OECD: Uluslararası Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı

s.s: sayfa sayısı

S: Sayı

S.B.E: Sosyal Bilimler Enstitüsü

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

T.C: Türkiye Cumhuriyeti

TESK: Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu

T.İ.S.K: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TUSKIP: Turizm Sektöründe Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

TÜSİAD: Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

WTO: Dünya Turizm Örgütü

Y.Y.L.T: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Beypazarı'nı Ziyaret Eden Turist Sayısının Yıllara Göre Dağılımı.....	83
Tablo 2: Katılımcıların Yaş Göre Dağılımı	98
Tablo 3 : Katılımcıların Eğitim Durumu.....	99
Tablo 4 : Katılımcıların Medeni Hali.....	100

HARİTALAR LİSTESİ

Harita 1: Beypazarı haritası.....	146
Harita 2: Beypazarı'nı gösteren Ankara Haritası.....	147

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 1 : Beypazarı Evleri.....	148
Fotoğraf 2 : Beypazarı'nda Tezgahta Satış Yapan Kadınlar.....	148
Fotoğraf 3 : Beypazarı'nda Çarşıda Gezen Turistler.....	149
Fotoğraf 4 : Beypazarı'nda Alışveriş Yapan Turistler.....	149
Fotoğraf 5 : Beypazarı'nda Evde Üretim Yapan Kadınlar.....	150

GİRİŞ

Günümüzde kaynakların sonsuz olduğunu savunan ve bu nedenle çevresel-kültürel-doğal kaynakların tükenme sürecinde önemli bir faktör olan geleneksel 3-S (deniz-güneş-kum) turizmi dünya üzerinde yaygınlığını sürdürse de, önemli ölçüde tartışılan bir modeldir. Bir bölgede sadece denizin, güneşin ve kumun getirdiği olanaklardan hareketle o bölgenin tesisleşmesi, çevresel duyarlılıkların göz önünde bulundurulmadığı olumsuz sonuçlar doğurduğu gibi, yerel halkın kültürel hassasiyetlerinin de önemsenmediği ve yerel halk ile turizm sektörünün bileşenleri arasında bir çatışma durumunun söz konusu olduğu bir düzleme referans vermektedir. Bu bağlamda özellikle on-on beş yıllık zaman diliminde dünyada yaygınlık kazanmaya başlayan alternatif turizmler ön plana çıkmaktadır. Şarap turizmi, gezi turizmi, kültürel miras turizmi, kongre turizmi gibi alternatif turizm türlerinde bir destinasyon tüm unsurları ile devreye girmektedir. Geleneksel turizm paradigmasına göre alternatif turizm, kaynakların sürdürülebilirliğini temsil etmektedir. Bu gerek çevresel ve doğal kaynakların korunması ve geliştirilmesi sürecidir gerekse de destinasyondaki yerel halkın gündelik yaşamı ve kültürel değerleri ile çatışmadan onların turizm sektörü içerisinde girişimci ya da çalışan olarak yer almalarını önermektedir.

Çalışmanın seçilmesindeki temel neden ülkemizde yeni yeni yerleşiklemeye başlayan kültürel-kırsal turizm sektörü içerisinde önemli bir yeri olan Beypazarı ilçesinde oluşturulan ve yerel halkın da bir paydası olduğu turizm modelidir. Bu sürdürülebilir modelde yerel halk değerler (sosyo-kültürel) ve ekonomik anlamda turizm sektörünün dışarısında bırakılmamış, bizatihi en önemli paydaşlarından birine dönüşmüştür. Özellikle geleneksel toplumlarda kadının yeri düşünüldüğünde Beypazarlı kadınların turizm sektörü içerisinde istihdam edildikleri ve kendi işletmeleri ya da tezgahlarına da sahip olduğu bir örneğe işaret etmektedir. Kuşkusuz bu durum toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden tanımlanması ve kadının anne ve eş rolünün yanında çalışan rolünü de eklemesi sonucunu doğurmaktadır. Bu durumda ise çeşitli çatışmalar söz konusu olmakta ve kadının toplum içerisindeki rolü, emeğinin değeri yeniden tanımlanmaktadır.

Bu çerçeveden hareketle çalışmanın Başlığı; "Turizmde Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği: Beypazarı Örneği"dir.

1.BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE TEMEL PROBLEMLERİ

Günümüzde yaşam standartlarının yükselmesi, teknolojik gelişmeler ve dünyanın küreselleşme yolundaki hızlı ilerleyişi turizm faaliyetlerini de etkileyerek seyahat etmek isteyen insan sayısında hızlı bir artışı beraberinde getirmektedir. Bu nedenle de turizm sektörü dünyada diğer sektörlerle göre en hızlı gelişen sektör konumuna gelmiştir. Bu durum ekonomi alanında da geniş bir pazar anlamına gelmektedir.

Turizm ekolojik, siyasi, sosyal, kültürel ve toplumlar üzerinde en çok etkisi olan ekonomik yönüyle uluslar arası bir harekettir. Bu nedenle turizmin getirileri değerlendirilirken daha çok gelir getirici istihdam yönü ile ekonomik boyutları değerlendirilmektedir.

Ülkemizde ekonomik alanda kadın istihdamı eğitim seviyesinin yükselmesi ile orantılı olarak artmakla birlikte istenilen seviyede olmadığı bilinmektedir. Türkiye’de 1970’lerden sonra kadınının iş hayatının içerisinde olması gerektiği konusunda sivil toplum örgütleri tarafından vurgulanarak bazı girişimlerde bulunulmuş ancak istenilen sonuçlar alınamamıştır. Bazı kadın kuruluşları kadının istihdamının sağlanması için işverenlere işyerlerinde belli bir kota konulmasını, kadınlara ucuz ve uzun vadede kredi verilmesini, kadınların kendi işyerlerini açmaları için bazı kolaylıkların sağlanması gibi konularda çabalar sarf etmektedir.

Türkiye’de kadın istihdamı incelendiğinde, birçok alanda özellikle eğitim ve beceriyi gerektiren işlerde kadınların daha çok istihdam edildiği ve ağırlıklarının olduğu gözlenmektedir. Özellikle bilim alanında kadın istihdamının erkeklerle hemen hemen aynı oranda olduğu görülmektedir.

Sosyolojik açıdan konuya baktığımızda aileleri ve kendileri düşünsel anlamda çağdaş olan, bilimselliği ön plana çıkarmış, ekonomik açıdan özgür olan kadınların eğitimde ve iş hayatında diğer kadınlardan daha önde oldukları gözlenmektedir. Bir ulusun kadınlarının ne kadar istihdam edildiği o ulusun ne kadar çağdaş olduğuyula orantılıdır.

Türkiye özelinde baktığımızda ülkemizin toplumsal yapısı, nüfus yoğunluğu, göçler, ülkede meydana gelen bazı etnik çatışmalar gibi kriterler göz önünde bulundurulduğunda yine de kadın istihdamının bu koşullara rağmen gerilemediği görülmektedir. Kadınların bu konuda bilinçlenmesinde göz ardı edilmemesi gerekli unsurlardan biriside medyadır. Bu hızlı iletişim ağı sayesinde kadınlar ülke içerisinde meydana gelen gelişmelerden haberdar olmakta ve kendilerini bireysel ve ekonomik anlamda nasıl ifade edebilecekleri konusunda bilinçlenerek sessizliklerini bir ölçüde bozmaktadırlar.

Dünyada ve ülkemizde turizm sektörünün artık bir endüstri haline geldiğinin fark edilmesiyle birlikte kadınlarında bu alandaki istihdamlarının arttığını görmekteyiz. 2008 yılında Dünya Çalışma Örgütü (ILO) nun yaptığı bir araştırmaya göre dünya genelinde 3 milyar kişi çalışmaktadır; bunun 1.2 milyarının kadınlar, 1.8 milyarını da erkekler oluşturmaktadır.

Yapılan araştırmalara göre turizm endüstrisi yaklaşık 212 milyon kişiye iş olanağı sunmaktadır. 2007 Dünya Çalışma Örgütü verilerine göre turizm alanında çalışanların % 46' sını kadın işgücü oluştururken % 54' ünü de erkek işgücü oluşturmaktadır. Bazı ülkelerde bu oranın daha da fazla olduğu söylenmektedir. 1988 - 1997 yılları arasında kadınların turizm endüstrisine katılımlarının ciddi oranda yüksek olduğu söylenmektedir.

Araştırmalardan elde ettiğimiz sonuçlara göre gelişmekte olan ülkelerdeki kadınların % 60 nın tarım dışı sektörlerde çalıştığı bunların bir kısmının doğrudan ya da dolaylı olarak turizm sektörüne hizmet ettiği bilinmektedir. El işi üretimi, yöresel yemek yapımı, küçük yerel dükkanların işletilmesi, sokakta seyyar satıcılık gibi işlerde kadınların çalıştığı görülmektedir. Ancak kadınların turizm alanındaki bu faaliyetleri

görünmez ya da doğal karşılanan iş faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir. Bu şekilde kadınların turizm sektöründeki çalışmaları kayıt dışı olduğu için turizm endüstrisindeki payları rakamsal olarak doğruyu vermemektedir. Belki de turizm alanında kayıt dışı çalışanların kayıtlı çalışanlarla birleştirildiğinde kadınların oranının erkeklere oranla daha fazla çıkma ihtimali yüksek olabilir.

Ülkemizde 2000’li yıllarda Ankara iline bağlı Beypazarı ilçesinin özellikle yerel yönetimin öncülüğünde turizm alanında yaptığı sıçrayışla tercih edilen turizm merkezlerinden biri haline gelmiştir. Görülmektedir ki turizm alanında ki bu canlanma da kadının rolü oldukça büyüktür. Beypazarı ilçesine turizm sektörü açısından bakıldığında konaklama yerlerinden restoranlara tutun da sokaktaki tezgahlara kadar kadının her alanda işgücüne sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmamızın genel anlamda konusunu özetledikten sonra bu konu ve çalışmanın kapsamı çerçevesinde aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır.

- S.1. Toplumsal cinsiyet ayrımcılığı turizm alanında kadının istihdam ve girişimciliğini nasıl etkilemektedir?
- S.2. Toplumsal cinsiyet ayrımcılığı kadının işgücünü nasıl etkilemektedir?
- S.3. Türkiye’de turizm alanında kadın istihdamı ve girişimciliği önündeki zorluklar nelerdir?
- S.4. Turizm alanı kadın istihdamı ve girişimciliği açısından uygun bir alan mıdır?
- S.5. Turizm alanında kadın işgücünün önemi nedir?
- S.6. Beypazarı’nda kırsal- kültürel turizm çevresi nasıldır?
- S.7. Beypazarı’nda yerli halkla turist arasındaki ilişki nasıldır?
- S.8. Beypazarı turizm alanında istihdam edilen kadınlar ya da girişimci kadınlar açısından uygun bir destinasyon mudur?
- S.9. Beypazarı’nda turizm alanında çalışan kadınların memnuniyet düzeyi nasıldır, hayata bakışları nasıl etkilenmiştir?
- S.10. Beypazarı’nda turizm alanında çalışan kadınların çalışan kadın olma özelliğiyle beraber aile ilişkilerinde nasıl bir değişim meydana gelmiştir?

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bir ülkede ki ekonomik kalkınmanın ölçütü o ülkede ki üretim faktörlerinin mümkün olduğunca yüksek düzeyde ve verimli kullanılmasıyla özdeşdir. Ancak bu üretim faktörlerinin başında gelen işgücünün kullanılması dünyanın bütün ülkelerinde erkeklerin lehine bir seyir izlemektedir. Tarih boyunca bakıldığında üretimin her aşamasında bulunan ve önemli bir parçası olan kadınların emek piyasalarında ücret karşılığı çalışmaya başlamaları sanayi devriminden sonra yaygınlaşmaya başlamıştır. Sanayi devriminden önce kadınların geleneksel rollerinin dışına çıkamadıkları bilinmektedir. Kadınların emek piyasalarında çalışmaya başlaması sanayi devrimi kadar II. Dünya Savaşı'ndan sonrada artış göstermiştir.

Sanayi devrimi ile beraber tarım alanında meydana gelen teknolojik gelişmeler sonunda boşa çıkan tarımsal kadın işgücü de kente göç ederek emek piyasalarına işgücü olarak katılmaya başlamıştır. Sanayileşmenin bu ilk döneminde kadın işgücü özellikle tekstil alanında düşük ücretlerle ve kötü koşullarda çalıştırılmıştır. Bu dönemde yaşanan bir başka gelişmede imalat sektörünün tarım alanından boşa çıkan kadınların bir kısmını istihdam edememesi nedeniyle boşa kalan kadınların kentlerde hizmet sektöründe çalışmaya başlamalarıdır.

Sanayi dallarının zamanla gelişmeye başlaması kadınlara farklı istihdam alanları da yaratmıştır.

Bununla birlikte kadınlar sadece imalat sektöründe çalışmakla kalmamış tezgahçılık, sekreterlik, muhasebecilik, gibi hizmet sektörlerinde de çalışmaya başlamıştır.

1950' li yıllardan itibaren ekonomileri gelişmiş olan ülkeler sektörel bazı dönüşümler yaşamış bunlarda kadın işgücünün katılımını arttırmış, sanayinin ve tarımın hakim olduğu yapının yerini hizmet sektörüne bırakmıştır.

Üretim alanında malların kitlesel üretilmesi yerine küçük bölümler halinde üretilmesi ve üretimde ürün çeşitlenmesine gidilmesi üretimde esnekliği doğurmuştur. Bununla birlikte işletmeler tam zamanlı çalışan sayısını azaltarak yarı zamanlı (part-time) ve geçici

personel istihdamına yönelmişlerdir. Böylece kadınlar evdeki sorumluluklarından vazgeçmeyerek dışarıda da çalışma imkanı bulmuşlardır.

Dünyada bu gelişmeler yaşanırken Türkiye’de de sanayileşmenin etkileri görülmüş ancak tarım alanında istihdamın çözülmesine rağmen kadınlar sanayi sektöründe kendilerine yer bulamamışlardır. Benzer şekilde hizmet sektörü de 1980 yılında sadece %12.3’nü kadın istihdamına ayırırken, sektörde erkeklerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu dönemde Türkiye’de endüstrinin sunduğu imkanlardan erkekler yararlanabilmekte, tarımında kadınlar için uygun istihdam alanı olduğu düşünülmektedir.

Türkiye’de 1988 yılından itibaren kadın işgücüne katılma oranlarının arttığını görmekteyiz. Ancak kırsal ve kentte farklı bir seyir izlemektedir. 1988-2002 yılları arasında bakıldığında kadınların kırsal alanlarda işgücüne katılım oranlarının kentsel alanlara göre 3 katı daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye’de kadınların işgücüne katılımlarını etkileyen birbiriyle bağlantılı olan pek çok unsur vardır. Bunları kısaca sıralayacak olursak kadının ücretsiz aile işçisi olarak çalıştırılması, kadının eğitim düzeyi, kayıt dışı istihdam edilmeleri, yaş durumları, medeni durumları ve kadınlara yönelik yapılan yasal düzenlemelerdir.

Kadın işgücünün artmasında sanayi devrimi ve II. Dünya savaşı kadar turizm olgusunun gelişerek bir endüstri haline gelmesinin de payı büyüktür. Ancak turizm alanında çalışan kadınların sayısı ve kalkınmaya katkıları konusunda az sayıda araştırma yapılmıştır. Bunlardan birisi olan Edgell’in 1990 yılında yaptığı bir araştırmaya göre dünyada her on beş kişiden birisi turizm alanında çalışmakta bunun yarısını kadınların oluşturduğunu söylemektedir. Özellikle Amerika’da turizm alanında çalışanların % 52’sini kadınlar oluşturmaktadır.

Turizm tarıma ve bacalı sanayiye alternatif olarak gelişerek bir endüstri haline gelmiştir. Bu gelişme ile turizmdeki kadın istihdamı artmıştır. Ancak turizm sektöründe çalışan kadınlar ne yazık ki düşük ücretli, mevsimlik işçi, geçici işçi ve tam gün olmayan

işlerde çalıştırılmaktadır. Kadınların eğitim düzeylerinin artması ve kalifiye eleman haline gelmeleri ile turizm sektöründe de kayıtsız olarak çalışanların yanında kayıtlı olarak istihdam edilenlerin sayısında da artış olmuştur.

Kadınların istihdam edildiği hizmet sektörleri içerisinde en çok gözle görülen ve tanık olunan sektörün turizm olduğu bilinmektedir. Bu durumun bir yerde çalışmak şeklinde olduğu gibi sektörde kendi işini kurarak hizmet verme biçiminde de olabilir. Bu nedendir ki hizmet sektörleri içerisinde turizm alanı kadın işgücü açısından önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Çalışmanın öncelikli amacı dünyada ve Türkiye’de kadın işgücü ve kadın istihdamının ne boyutta olduğu ve bunun içerisinde turizm alanında kadın girişimciliğinin ve kadın istihdamının yerinin ne olduğu, aslında kadının ekonomik alanda ciddi girişimlerinin mevcut olduğu özellikle turizm endüstrisi alanında son zamanlarda kadın işgücünün bu endüstriyi canlandıran öğelerden biri olduğu ancak kayıt dışı olan kadın işgücünden dolayı rakamsal olarak fazla gözükmeyen kadınların her alanda olduğu gibi turizm alanında önemli bir yer tuttuğunu, ayrıca turizm sektöründe kadının çalışan ve girişimci olarak toplumsal cinsiyet rolleri içerisinde yeniden tanımlanmasını sağlamaktır.

Bunu yaparken Ankara ili Beypazarı ilçesinin önemli bir turizm merkezi olmasında kadın işgücünün ne denli önemli bir rol oynadığını da yaptığımız saha araştırmasından elde ettiğimiz veriler ışığında ortaya koymaktır.

Kadınların ekonomik alanda istihdam edilmemelerinin en önemli boyutu sosyolojiktir. Kadın her alanda birey olarak varlığını ortaya koyup istihdam edilerek üretken olmak istediği halde erkek egemen toplumlarda ve dini baskılar nedeniyle varlığını ortaya koyamayan edilgen bir birey haline getirilmektedir.

Çağdaş düşünceden çok uzakta erkeğin baskısı altında, eğitimsiz bırakılmış ve adeta bir köle gözüyle bakılan kadınlar Türkiye’nin önemli sorunlardan birisi olmaktadır. Ancak son zamanlarda medya sayesinde ve sivil toplum örgütleri tarafından bilinçlendirilen kadınlar biraz daha özgür düşünmeye başlamışlar ve en önemli şeyin bir kadın için ekonomik özgürlük olduğunun farkına vararak, ev içerisindeki işlerin dışında kişiye

ekonomik getirisi olan dış alanlarda da çalışmak istemektedirler. Para kazanmaya başlayan kadının kendine güveni gelerek daha özgür yaşamaya başlaması ve ev ekonomisine sağladığı katkılarından dolayı eşleri tarafından destek görmeleri onları bu konuda yüreklendirmiş ve iş hayatı içerisinde değişik alanlara yönelmelerine yardımcı olmuştur.

Türkiye özellikle bünyesindeki doğal-çevresel-kültürel özelliklere sahip karakteristik destinasyonları ile alternatif turizm pazarında (yas turizmi, inanç turizmi, kırsal turizm, kültür turizmi, av turizmi, doğa turizmi vb.) önemli bir ülke olmaya adaydır. Öte yandan Türkiye'de kadının geleneksel toplumsal rolü ile turizmin getirdiği modernleşme ilişkileri arasında görünürde çelişen bir durum söz konusudur. Dolayısıyla kırsaldaki kadınların turizm sektöründeki istihdamları ve girişimcilik pratikleri onların çalışma yaşamına diğer sektörlerle nazaran daha kolay intibak etmeleri sonucunu doğurmaktadır. Bu noktada geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri ile çalışan kadın arasındaki mesafe Batılı literatürde sıkça işlenmiş olsa da ülkemizde özellikle de turizm sektöründe henüz yeni bir alandır.

Bu çalışma ile kadının iş hayatına girmesinde ve istihdam edilmesinde en çok ihtiyaç duyulan alanlardan birinin turizm olduğunu ve turizmin bir endüstri haline gelmesinde kayıtlı ya da kayıtsız turizm alanında faaliyet gösteren kadınların çok büyük paya sahip olduklarını, buldukları bölgede turizmi nasıl canlandırdıklarını tespit etmek ve Beypazarı'nın da buna çok iyi bir örnek olduğunu ortaya koymaktır. Böylece toplumlarda kadın istihdamındaki artışın bölgesel olduğu kadar ülke ekonomisine sağladığı yararlar açısından da düşünüldüğünde ne kadar geniş bir alanı etkilediğinin farkına varılmasını bu çalışma sayesinde bir kez daha ortaya koymaktır.

1.3. YÖNTEM VE TEKNİKLER

Çalışmamızda nitel araştırma yöntemlerinden biri olan açık uçlu sorularla hazırlanarak gerçekleştirilen odak grup görüşmesi, konu ile ilgili nitel içerik analizi ve görüşme teknikleri kullanılmıştır. Nitel araştırmaya ait herkesin kabul edeceği bir tanım

olmamakla beraber görüşme, içerik analizi, gözlem, verilerin toplanması aşamalarından oluşan doğal ortamda gerçekleşen bir sürecin izlendiği araştırma şeklinde tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle sosyal olguları buldukları ortam içerisinde anlamak ve değerlendirmektir.

Nitel araştırma yöntemi içerisinde kullanılan üç tür veri toplama tekniği kullanılmaktadır. Bunlar gözlem, görüşme ve yazılı dökümanların incelenmesi çalışmamızda da bu teknik kullanılmıştır.

1.3.1. Odak Grup Görüşmesi

Odak grup görüşmelerinde sistemli bir şekilde toplanan verilerin, sistemli bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Odak grup görüşmeleri beraberinde gözlemi de getirmektedir. Odak gruplarda yapılan görüşmelerde grubun ortak problemi yada deneyimi üzerine yaptıkları yorumlar ve düşünceler sistemli bir şekilde değerlendirilerek bir sonuca varılmaktadır. Odak grup görüşmelerinin temel amacı budur. Ancak bunlar kadar bir diğer önemli kriter ise bu odak grup görüşmesinin son derece olumlu ve kişileri tedirgin etmeyen bir ortamda gerçekleşmesidir. Aksi takdirde kişiler düşüncelerini özgürce ifade etmekten kaçınabilirler.

Çalışmamızdaki veriler öncelikle çalışma konumuzla ilgili yazılı dökümanların incelenmesiyle elde edilmiştir. Daha sonra çalışmamızın alan kısmını oluşturan Beypazarı'na gidilerek sosyal bilimlerde sıkça kullanılan bir yöntem olan katılımcı gözlem yöntemi kullanılmıştır. Bununla birlikte nitel araştırma yöntemi olan odak grup görüşmesi için 20 kadından oluşan beşer kişilik dört odak grup görüşmesi yapılmıştır. Bu odak gruplar çalışan kadınlar içerisinde gelişmiş güzel seçilmiştir. Çalışmamızdaki her bir odak grup katılımcısına 20 ortak soru sorulmuş sorular çoktan seçmeli olmayıp ucu açık sorulardır. Odak gruba katılan kadınların hiç birisinin ismi açıklanmayacağı sözü verilirken, odak gruba katılan kadınların hiç birisinde fotoğraf vermek istememişlerdir bunun üzerine çalışmaya katılan kadınlara bu güvencede verilmiştir. Ancak görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Odak grup görüşmelerimiz yaklaşık 2-

3saat arasında değişmekle beraber çalışmamızı oluşturan bir diğer yöntem olan katılımcı gözlem yöntemini gerçekleştirmek için üç gün süreyle Beypazarı'nda bulunulmuştur.

1.3.2. Nitel İçerik Analizi

Nitel araştırmalarda araştırma konusu esas alınmak suretiyle yapılan veri analizleri birbirinden farklı özellikler taşımaktadır. Bu nedenle her nitel araştırmanın kendine has bir veri analiz yöntemi çıkarması gerekmektedir. Nitel çalışmalarda bu veri analiz planı dahilinde yapılan araştırmalarda her bir veri yeni birtakım yaklaşımları beraberinde getirmektedir.

Wolcott (1994) veri analizinde üç yol önermektedir:

Birinci yol, toplanan verinin özgün (orjinal) formuna mümkün olduğu kadar sadık kalarak ve gerektiğinde araştırmaya katılan bireylerin söylediklerinden doğrudan alıntı yaparak betimsel bir yaklaşımla verileri okuyucuya sunmaktır. Bu yaklaşımda veriler ve ulaşılan sonuçlar birbirine " anlatım " olarak yakındır. İkinici yol ise, birinci yaklaşımı da içeren bir biçimde bazı nedensel ve açıklayıcı sonuçlara ulaşmak amacıyla "sistemantik analiz " yapmaktır. Yani veriler betimsel bir yaklaşımla sunulur ve buna ek olarak belirlenen bazı temalar ve temalar arası ilişkiler belirlenir. nc yaklaşımda ise araştırmacı, birinci veya ikinci yaklaşımı temel alır ve buna ek olarak, veri analizi sürecine kendi yorumlarını da dahil eder. Burada araştırmacının katılımcı ve öznel yönü daha çok ön plana çıkmakta, veri toplamanın yanında veri analizinde de, kendi yorumları ve anlayışı ile araştırmacı daha etkin bir rol üstlenmektedir (Yıldırım ve şimşek, 2011:221-222).

Nitel araştırmalarda veri analizinde kullanılan ve Wolcott'un da sözünü ettiği üç temel yöntem çalışmamızda da kullanılarak değerlendirmeler bu çerçevede yapılmıştır. Bunlar betimleme, analiz ve yorumlamadır. Betimleme kısmında görüşülen kişilerde ve yapılan kaynak taramalarında araştırma konusuna ait hangi bilgilerin ortaya konduğunu tespit etmektir. Burada " neden " ve " nasıl " sorularına yanıt vermek mümkün değildir.

Araştırma verileri araştırma soruları ya da kavramsal çerçeve ile ilişkilendirilerek özetlenir. Araştırmanın analiz kısmında çalışmaya ait " neden " ve " nasıl " sorularına yanıt aranarak, araştırmanın konusu içerisindeki sorun ya da sorunlarla ilgili yapılan görüşmelerde elde edilen bulgularla ve kavramsal çerçeve içerisinde bulunan temalar arasındaki ilişkilendirmeyi yapmak ve doğrudan görülemeyen bulguları tanımlayarak anlaşılır bir dille okuyuculara sunmaktır. Bu nedenle elde edilen veriler düzenlenerek sistemli ve açık bir biçimde betimlenir. Veri analizinde en önemli şey anlamdır. Nitel çalışmada elde edilen bulgular araştırma konusunun bulunduğu ortam içerisinde değerlendirilerek ve araştırmanın kavramsal çerçevesiyle ilişkilendirilerek yorumlanması ve bazı tahminlerde bulunulması araştırmacı tarafından gerçekleştirilir. Araştırmacı konuyla ilgili elde ettiği verileri, bu araştırmadan çıkardığı sonuçları yorumlayarak okuyucuya sunmakta, böylece araştırma içerisindeki sorulara farklı bir bakış açısı getirmektedir.

Çalışmamızda araştırma bulguları, öncede belirlemiş olduğumuz kavramsal çerçeveye uygun olarak analizleri yapılmış ve yorumlanmıştır. Belirlenen çerçeveye göre veriler okunmuş ve düzenlenmiştir. Bu şekilde düzenlenen veriler yapılan kaynak okumaları ve görüşmelerle ilişkilendirilerek çalışma konusuyla ilgili yorumlar ve çıkarımlarda bulunulmuştur. Bunlar yapılırken bazı doğrudan alıntılarla desteklenerek konu pekiştirilmiştir. En son aşama olan araştırma bulgularının açıklanması ve yorumlanması kısmında araştırmacının konuyla ilgili bilgi birikimi ve bunları ilişkilendirerek yorumlaması önemlidir. Bunun devamında ise araştırma konusuna ait elde edilen bulgular çerçevesinde konuyla ilgili bazı tanımlar, yorumlar ve sonuçlar çıkarılmıştır.

1.3.3.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda evreni belirlemek araştırmacının hem üzerinde çalışma yaptığı konuya ait hem de çalışma sırasında karşılaşacağı sorunları çözmesi için yeterli değildir, çünkü evren dediğimiz alan genellikle tamamına ulaşılamayacak kadar büyük ve geniştir. Bu nedenle araştırmacılar bütün evren üzerinde çalışmak yerine

o evreni temsil edebileceklerini düşündükleri bireyler, gruplar, olay ve olgular üzerinde çalışmayı tercih etmişlerdir. Buna da örneklem adını vermişlerdir.

Çalışmamız nitel bir araştırma yöntemine dayanması nedeniyle nitel araştırma yönteminde kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden birisi olan ölçüt örnekleme yöntemi ile odak grup oluşturulmuş ve görüşmeler bu şekilde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni Beypazarı'nda turizm sektörü olup, araştırmanın örnekleme ise turizm alanında beşer kişilik dört grup halinde görüşülen 20 girişimci ve çalışan kadınlardır. Burada girişimci kadınların sayısının az olması nedeniyle onlarda çalışan kadınlar kategorisinde değerlendirilmiştir.

Çalışmadaki bu örneklem grubu ölçüt örnekleme tekniğiyle oluşturulmuştur. Çalışmamızdaki örneklem grubunu oluşturmada ölçütümüz odak grup bireylerinin kadın olması ve Beypazarı'nda turizm sektöründe çalışıyor olmasıdır. Bu ölçütler doğrultusunda Beypazarı'nda turizm sektöründe çalışan, beşer kadından oluşan dört odak grup oluşturulmuş ve bu gruplarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan gruplar içerisindeki kadınlar ölçütlerimiz dışında ortak özelliklere sahip kişilerden oluşmamaktadır. Ancak örneklem grubu seçerken ortaya koyduğumuz ölçütler gibi görüşmeler sonunda elde ettiğimiz veriler içerisinde de ortak özelliklerin olduğu tespit edilmiştir. Böylece amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt örnekleme yöntemi ile seçtiğimiz örneklem grubunun çalışma açısından doğru bir yöntem olduğu ortaya çıkmıştır.

1.3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmamıza ait yazılı kaynakların sınırlı olması nedeniyle alana gitmek koşuluyla odak grup görüşmelerinin yapılmasının faydalı olacağı düşünülmüştür. Bu konuda yapılan ilk araştırmada Beypazarı'nda Belediyenin kendilerine tezgah vererek çalışmaya başlayan kadınların sayısının 50 civarında olduğu saptanmıştır. Bunun yanı sıra bizzat işletme sahibi kadınların sayısı ise yedi ya da sekizdir. Ancak Beypazarı'nda bu iki kesim dışında evden üretim gerçekleştiren kadınların bu ürünleri satılması için işletme ya da tezgah sahibi kadınlara göndermesi söz konusudur. Dolayısıyla Beypazarı'nda turizm alanında hem kayıt dışı bir istihdam hem de kayıt dışı bir girişimcilikten söz

edilebilir. Bu nedenle girişimci kadınların sayısının az olmasından hareketle bu kadınlar da çalışan kadınlar kategorisi altında değerlendirilmişlerdir.

Araştırmaya beşer kişiden dörder grup halinde katılan kadınların yaş olarak 30 ile 60 yaş arasında bir yelpazede buldukları görülmektedir. Bu kadınlar Beypazarı'nda çalışan kadınların yaklaşık % 33'üne tekabül etmektedir. Turizm alanında çalışan kadınlardan seçtiğimiz beşer kişilik kadınlardan oluşan dört odak grupla yaptığımız görüşmelerde her bir kadına 20 soru sorulmuştur, sorular açık uçlu sorulardır. Bunun yanı sıra kadınların sektöre ait ve kendi yaşam biçimlerine ait araştırma konusuyla ilgili konulardaki yorumları dijital ortamda ses kaydı altına alınmış ve daha sonra bunlar deşifre edilerek yazılı ortama aktarılmıştır. Bu işlemlerle beraber odak gruplarla yapılan görüşmeler sırasında gözlem tekniği de kullanılarak yapılan gözlemler diğer verilerle birleştirilerek yorumlar yapılarak yazılmıştır.

1.3.5.Verilerin Analizi

Araştırmamızda verilerin analizini nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan analiz türlerinden biri olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu analiz tekniğinde kullanılan betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması aşamaları çalışmamıza uyarlanarak araştırma verilerinin analizi yapılmıştır. Birinci aşamada araştırmamızda araştırma konumuza ait bir kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu kavramsal çerçevede konuyla ilgili kavramların gerekli açıklamaları yapılmıştır. Araştırmamızda kavramsal çerçeve istihdam ve girişimcilik kavramlarıyla beraber kadın istihdamı ve kadın girişimciliği üzerine oturtulmuştur. Daha sonra bu kavramsal çerçeve içerisinde genel olarak ve Türkiye'de kadınların istihdam ve girişimcilik üzerine yaşadıklarını ve karşılaştıkları engeller ile turizm alanında kadın istihdamı ve kadın girişimciliği konusunda tematik bir çerçeve metin halinde yazılarak oluşturulmuştur. Bu çerçeve oluşturulurken sonuçlarda yararlanmak üzere bazı doğrudan alıntılara da yer verilmiştir. Tematik çerçevede Beypazarı'nda turizm olgusunun nasıl algılandığı, bu destinasyonda kadın girişimciliği ve kadın istihdamının nasıl gerçekleştiği de yer almaktadır.

Yer alan bu konular üzerine elde edilen bulgular yazılmıştır. Bu konuda yapılan görüşmeler ve gözlemlerle birlikte tanımlanan bulgular ve araştırmacının yorumları da katılarak araştırmanın sonuç kısmı oluşturulmuştur.

1.4. ARAŞTIRMA SIRASINDA KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Çalışmamızın nitel araştırma yöntemleri ile yapılmış olması bazı avantaj ve dezavantajları içerisinde barındırmaktadır. Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği açısından araştırmacıya değişik stratejiler belirleme imkanı sağlaması bakımından nitel araştırma teknikleri bir çok avantaj sağlamaktadır. Araştırma alanında yüz yüze ve derinlemesine görüşmeler yapmak, konuyu doğal ortam içerisinde gözlemleyerek ve yaşayarak bilgi toplama olanağını elde etmek, elde edilen bulguları istediği zaman alana giderek doğrulama imkanı bulmak gibi avantajları vardır. Araştırmanın güvenilirliği konusunda da kişilerde oluşabilecek kuşukları gidermek için araştırmacı bazı stratejiler belirleyerek bunların oluşmasını engelleyebilir. Bunun için yapılacak en güvenilir teknik araştırmacının yaptığı gözlem ve görüşmeler sonucu elde ettiği bulguları öncelikle herhangi bir yorum katmadan yazarak, yorumunu en son eklemelidir.

Araştırmamız geçerliliğini ve güvenilirliğini maksimum sağlamak açısından bu yolla yapılmıştır. Ancak çalışmamız içerisinde bazı sınırlılıklar yaşanmıştır. Bunları sıralayacak olursak çalışma alanımız olan Beypazarı ilçesinde turizm sektöründe ki girişimci kadınları sadece işletme sahibi kadınlar olarak düşünürsek sayısal olarak çalışan kadınlara nazaran az olduğu tespit edilmiştir. Bu kadınların sayısı yedi sekiz olarak kaydedilmiştir. Bununla birlikte ev dışında çalışan kadınlar aracılığıyla ürünlerini pazarlayan çok sayıda kadın bulunmaktadır ancak bu kadınların sayısına da ulaşmak mümkün olmamıştır. Çünkü bu kadınlar ürünleri evlerinde hazırlamakta tezgahı ya da işletmesi olan kadınlar sayesinde pazarlama sürecine dahil olmaktadır. Dolayısıyla bu kategorideki kadınlarla görüşme yapılarak görüşlerine başvurmak mümkün olmamıştır. Bir diğer güçlüğümüz ise yaptığımız kaynak taramalarında Beypazarı'na ait çalışmaların kısıtlı olması ön plana çıkmaktadır.

2.BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. GİRİŞİMCİLİK VE İSTİHDAM KAVRAMLARI

Küreselleşen dünyada sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte girişimcilik de ayrı bir önem kazanmaya başlamıştır. Bunda emek-yoğun bir modelden, teknoloji-yoğun bir modele geçişin büyük payı bulunmaktadır. Üretim, ulaşım ve yönetim alanlarında ortaya çıkan geniş çaplı gelişmelerle birlikte, küresel bir pazar oluşmuş ve bu pazarın geldiği rekabetçi konum içerisinde farklılık yaratmak önemli bir özellik durumuna gelmiştir. Bilginin merkezinde olduğu bu yeni paradigmada, yenilik, yaratıcılık ve yönetim süreçlerinin ön plana çıkmasında bir istihdam hem de en temel motif "girişimcilik" kavramıdır (Soysal, 2010: 86).

Girişimcilik kavramı ile ifade edilen, Fransızca "entreprende", Almanca'da ise "unternehmen" kelimelerinden türetilmiş ve Türkçe'de "üstlenmek" anlamına gelen eylemdir. Bu tanımdan hareketle girişimcilik, risk alma, fırsat peşinde koşma ve bu fırsatların gerçekleştirilmesi ve yenilik yaratma süreçlerine verilen addır. Bu bağlamda, girişimcilikte fırsat unsuru oldukça önemlidir ve girişimcilik, fırsatlar üzerinde yoğunlaşır ve onları bir düşünce biçimi gibi algılar ve değer yaratır (Güney, 2006: 27). Girişimci ise, bir ekonomistin bakış açısına göre, üretim sürecindeki riskler ile satış sürecindeki belirsizlikleri "üstlenerek" iş gücü, toprak ve sermaye unsurlarını bir araya getiren ve üretim sürecine dahil eden kişidir (Soyak, 2010: 130). O, başkaları tarafından daha önce görülmemiş ve fark edilmemiş bir fırsatı yakalar ve başka işlerde görülmeyen süreçleri hayata geçirir.

Girişimcinin motivasyonu fırsatlar, enstrümanı ise yeniliklerdir. İş dünyasına uyarlandığında ise girişimcilik, yerleşik kalıplar için bir tehdit ya da rekabet unsuru gibi algılanabileceği gibi, bir müşteri ya da yenilik yaratan bir zihin gibi algılanabilir ve verimli kılınabilir (Soyak, 2010: 131). Bir iş dünyası örgütü olan TÜSİAD da girişimciyi; "Bilinenleri en iyi yapan ve hünelerine aklını da katan, olağan ve olağandışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak

önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi" olarak tarif etmektedir (Küçükaltan, 2009: 24). Girişimciliğin tarihteki ilk tanımı ise, 1755 yılında İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Ona göre girişimci, kar amacıyla bir işi ya da süreci organize eden ve riski üstlenen kişidir. Nitekim, girişimcilik kavramının yaygınlaşmasında en önemli rollerden birine sahip olan eser ise John Stuart Mill'in "Principles of Political Economy" (1844) tarihli çalışmasıdır (Yıldız, 2007: 2).

Erdoğmuş'a göre (2000: 95) girişimcilerin temel özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır;

- a) Başarma ihtiyacı,
- b) Risk Almak,
- c) Denetim Odağı.

Bununla birlikte girişimcilere atfedilen diğer özellikler ise şunlardır (Soysal, 2010: 86);

- a) Ataklık,
- b) Yaratıcılık,
- c) Öngörü Yeteneği,
- d) Analiz Yeteneği,
- e) Hızlı Karar verme,
- f) Özgüvene Sahip Olma,
- g) Güven Verebilme,
- h) Akılcılık.

Bu temalar bağlamında girişimcilere ait temel karakteristiği özetleyen temalar; içsel motivasyon, çalışma disiplini, pozitif düşünme, eldeki kaynakları maksimize etmek, yeni kaynak yaratma kapasitesi, etkin iletişim ve girişim vizyonudur (Soysal, 2010: 87). Schumpeter ise girişimciyi, yeni ürünler üreten, yeni süreçler geliştiren, yeni ihracat pazarları bulan, yeni hammadde ve yarı mamul arz kaynakları bulan kişi olarak tasvir etmiştir (Yıldız, 2007: 2). Bununla birlikte girişimciliğe zemin sağlayan yani bireyleri girişimciliğe iten faktörler ise şu şekilde sıralanmaktadır;

- a) Kabul edilme ihtiyacı,
- b) Gelir elde etme aracı olarak girişim fikri,

- c) Bireyin kendini geliştirmesi,
- d) Bağımsızlık isteği,
- e) Topluma katkı isteği,
- f) Girişimciliğin bir çıkış yolu olarak görülmesi,
- g) Kendi kendinin patronu olma isteği,
- h) Maddi ve manevi kazanımlar,
- i) Kendi geleceğini kendi şekillendirme isteği,
- j) Bağımsız ve esnek bir iş ortamı isteği,
- k) İş fırsatlarını değerlendirme isteği (Soysal, 2010: 88).

Görüldüğü üzere girişimciliği karakterize eden unsurlar fırsatlar ve bu fırsatlara yenilik ile karşılık vermek olarak özetlenebilmektedir. Küreselleşen ekonomiler beraberinde küresel riskleri getirdiği gibi, dünyayı bir köy haline de getirmiş ve teknolojik gelişme sayesinde girişimciliğe demokratik bir ruh kazandırmıştır. Bugün özellikle de internet teknolojileri aracılığı ile dünyanın herhangi bir yerinde üretilen ürün satışa sunulabilmekte ve hedef pazara ulaşarak arz edilebilmektedir. Örneğin, Meksika'da otantik şapkalar yapan bir mağaza da internet teknolojileri aracılığı ile dünyanın her yanından tketickiye ürünlerini ulaştırabilme imkanına sahip olmuştur. Dolayısıyla kitle üretiminin yanında butik ve esnek üretim ve tüketicinin daha yoğunlaştığı ve daraldığı niş pazarların ulaşılabilirliğinin artması adına girişimcilik önemli bir kavram olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda küreselleşme çağında girişimcilik kimlik değiştirmiş, yenilikçi, fırsatları değerlendirebilen, özgüveni yüksek ve eldeki kaynaklardan yararlanabilen herkesin dahil olabileceği bir algıya dönüşmüştür (Zahra, 2008: 120).

Kuşkusuz, bu süreçte toplumsal yaşamın imajlarından hareket edilerek ekonomik anlamda ikincil konumda bulunan sosyal grupların da girişimciliğe dair pozitif örnekleri söz konusudur. Kadınlar bu sosyal grupların en başında gelmektedir ve onların ekonomik yaşam içerisindeki yerlerinin çalışan olarak tartışıldığı bir dönemden, girişimci olarak ekonomik yaşamdaki yerlerinin tartışıldığı bir döneme geçilmiştir. Bu bağlamda kadınların ekonomik yaşam içerisindeki yeri, tarih içerisinde geçirdiği dönüşüm ve günümüze yansımaları açısından önem arz etmektedir.

Bir ülkede üretim hacmini belirleyen en önemli faktörlerden biri işgücü bir diğeri ise sermayedir. Sermaye kısa sürede ve dönemde değişmeyeceğine göre genellikle ekonomi analizlerinin çoğunda üretimi belirleyen tek değişken olarak işgücü dikkate alınmaktadır. Bu nedenle bir ülkede kullanılacak işgücü miktarı o ülkedeki toplam üretimi sınırlayan temel bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun bir diğeri adı "İstihdam Kapasitesi" dir. Ancak bunu saptamak çok kolay değildir. İşgücünü ölçmede kullanılan iki kriter vardır. Bunlardan birisi çalışan işgücü bir diğeri ise iş saatidir. Birincisinin içerisinde ülke nüfusu ve bu nüfus içerisinde çalışabilecek yaş ve yetenekteki insanların sayısı, ikincisinin içerisinde ise bu insanların ne kadar süre ile üretime katıldıkları yani çalıştıkları girmektedir. Üç çeşit istihdam vardır. Bunlar:

- a) Eksik İstihdam: İhtiyaçtan daha az miktarda işçinin işe alınarak mevcut istihdamın tam olarak sağlanamaması durumudur.
- b) Tam İstihdam: Bir toplumda işsizliğin en aza indirgenmesi, mevcut istihdamın ihtiyacı olan sayıda tam işçi çalıştırılmasıdır.
- c) Aşırı İstihdam: Tam istihdamın üzerinde ve ihtiyaçtan daha fazla işçi çalıştırılmasıdır. Bu çerçevede bir ülkede üretim faktörlerinin tamamı çalışıyor ve üretime katılıyorsa bu ekonominin tam istihdam durumunda olduğu söylenebilir ve ülke ekonomisinde istenilen durum budur.

2.2. KADIN İSTİHDAMI KAVRAMI

Kadınların ekonomik ve toplumsal yaşamda erkeklerin arasında ikincil konuma gelmelerinin nedenleri şu şekilde sıralanmaktadır¹;

- a) Erkek egemen kültürden kaynaklanan toplumsal ayrımcılık,
- b) Kadınlara eğitim olanaklarının daha kısıtlı sunulması,
- c) Kadınların erkeklerden fizyolojik olarak farklılıklarına vurgu yapılması,
- d) Hukuki mevzuattaki eksikler ve yanlışlıklar.

¹ Bennur Koca, **Çalışma Hayatı ve Kadın**, Web Adresi: http://iys.inonu.edu.tr/webpanel/dosyalar/1456/file/Calisma_Hayati_ve_Kadin_Bennur_Koca.pdf, Erişim Tarihi: 23.03.2013.

Ancak tüm bu kısıtlılıklar ve engeller, kadının çalışma yaşamına "de facto" olarak katılmasının önüne geçememiş, sosyo-ekonomik şartlardan kaynaklı kadınlar sosyal ve ekonomik yaşam içerisinde yerlerini almışlardır. Dolayısıyla bugün gerek Sanayileşmiş Batı toplumlarından gerekse de Batı dışı toplumlarda kadınlar bir şekilde istihdam edilmektedirler. Bugün dünya nüfusunun yarısına yakın bir oran olan %49,7'sini kadınlar oluştururken, bunların işgücüne katılım oranı dünya üzerinde %51,6 olarak gerçekleşmiştir. Kadınların istihdam edilme oranları 2004 ile 2008 yılları arasında %49,7'den %48,6'ye yükselirken, dünyada ekonomik krizin hissedildiği 2009'da yeniden %48'e düşmüştür. Bu bağlamda, dünyada 2009 yılında erkek nüfusun %72,8'i istihdam edilirken, kadınlarda bu oran %48'dir (Sosyal İş Sendikası, 2010: 6).

Kadınların istihdam edilen bölümü ise kategorik olarak genelde aynı işlerde yoğunlaşmaktadırlar. Örneğin, hizmet sektöründe ya da üretim sektörünün dokuma ve gıda gibi alanlarda kadınlar ağırlıklı olarak istihdam edilmektedirler. Yine aynı iş yeri içerisinde kadınlar erkeklere nazaran daha az beceri ve daha çok tekrar gerektiren, buna karşılık daha az tatminin sağlandığı ve daha az inisiyatifin kullanıldığı görevlerdedirler. Kadınların maruz kaldıkları bu ayrımcılık yansımaları ücret politikalarında da bulunmaktadır. Belirli ülkelerde rakamlar arasındaki mesafe daralmış olsa da, dünya genelinde kadınlar erkeklerin kazançlarının yarısı ile dörtte üçü arasında bir ücret kazanmaktadırlar. Ancak bu ücret politikasına karşın yine de kriz dönemlerinde işletmenin işine son verdiği çalışanlar ağırlıklı olarak kadınlar olmaktadır. Kariyer ve yükselme olanakları da yine erkeklere kadınlardan daha çok tanınmaktadır. Bu kadınların yoğun olduğu meslek gruplarının yönetim kadrolarında dahi bu şekilde gözlemlenen bir süreçtir².

Günümüzde araştırmalara göre kadın istihdamının en yoğun yaşandığı ülke, her 100 kadından %71'inin istihdam edildiği Danimarka iken, onu %70 ile İsveç, %66 ile Hollanda, %65 ile Finlandiya ve son olarak %62 ile İngiltere izlemektedir. Görüldüğü üzere bunlar sanayileşmiş Kuzey Avrupa ülkeleridir ve Türkiye'de ise bu oran %24 ile Avrupa Birliği (AB) ülkeleri arasında en düşük orandır³. Bu bağlamda, AB'nin iş

² age.

³ age.

yaşamında kadın ile erkek arasındaki eşitsizlikleri gidermeye yönelik üzerinde özellikle çalıştığı başlıklar şunlardır⁴;

- a) İş ve ev hayatının beraber yürütülmesinin sağlanması,
- b) Kadınların bilim dünyasına katılmasının sağlanması,
- c) Kadınların şiddet ve cinsel tacize karşı etkin olarak korunması,
- d) Kadınlara dönük eğitim ve meslek olanaklarının artırılması,
- e) Eşit işe eşit ücret ilkesinin yaygınlaştırılması,
- f) Karar Alma mekanizmasında erkekler ile kadınlar arasında denge sağlanması,
- g) Kadınların işgücüne aktif katılımının sağlanması.

Günümüzde kalkınma ile kadın istihdamı arasında kabul edilen anlamlı bir korelasyon söz konusudur. Dolayısıyla kadınların ekonomik yaşam içerisinde daha çok yer almaları ve kalkınma ile büyüme süreçlerinden daha çok pay almaları aynı zamanda onların sosyal statülerinin iyileşmesini ve genel ekonomik görünümü etkileyen bir unsurdur. Bu açıdan kadınların ekonomik gelişim içerisinde aktif bir görev üstlenmeleri ekonomiler için önemli bir artı değerdir. Bu artı değer, kalkınma hızını arttırmakta ve dengeli bir büyümeye zemin sağlamaktadır (İlkay vd. 2012: 115).

Bu çalışmada da kadınların ekonomik dönüştürücü konumlarına da vurgu yapılacak ve bu açıdan kadınların Beypazarı örneğinde üstlendikleri roller de tartışılacaktır.

2.2.1. Kadınların Ekonomik Yaşam İçerisinde Yeri

Kadınlar avcı-toplayıcı toplumdaki beri sosyal ve ekonomik hayat içerisinde önemli bir işlev sahibidirler. Özellikle cinsler arasında iş bölümüne dayanan bu toplumsal yapılarda, kadının işleri erkeğinkilere kıyasla daha basit ya da daha değersiz işler olarak algılanmamaktaydı. Örneğin, çocukların soğuktan, sıcaktan, yırtıcı hayvanlardan korunması, yiyecek-giyecek hazırlanması, ev işleri, onarım gibi işler bu dönemde

⁴ Öznur İşçi ve Hatice Görgülü, "AB Sürecinde Türkiye'de Kadın İşgücü İstihdamı", Web Adresi: http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Oznur%20Isci%20&%20Hatice%20Gorgulu.pdf, Erişim Tarihi: 23.03.2013.

kadının sürdürdüğü ve önemli işler arasındaydılar. Bu bağlamda, tarım toplumuna geçiş ve özel mülkiyetin ortaya çıkması ile birlikte kadın erkekten toplumsal rol itibarı ile ayrıldı ve daha şefkat ve yumuşaklık gerektiren, ev işleri, dikiş gibi işlerle uğraşmaya başladı. Kadın ile erkek arasında gerçekleştirilen bu yeni rol dağılımında, kadınlar eve kapatılmaya başlanmış, mal varlığına sahip erkeğe daha çok değer verilmeye başlanmıştır. Bu dönemde ataerkil vurgulu dinlerin ortaya çıkması da kadına verilen değerde düşüşe yol açmış, tek tanrılı dinler kadına anne ve eş özelliklerini atfederek, kadın ile erkek arasında bir kategorik ayrım oluşturmuştur (Çıtak, 2008: 25-26).

Özellikle, 10. ve 15. yüzyıllar arasında hüküm süren feodal düzen bu anlamda erkeğin mutlak egemenliğine zemin sağlamakla birlikte, kadınların da üretime katılmasını şart koşturmuştur. Çünkü, toprakların mülkiyeti köylüler de olmamakta, senyörün adına yalnızca kullanım hakkı söz konusu olmaktadır. Bu da kadınların toplumsal yaşamda geri planda kalmasını, hukuki ve eğitimsel haklarını kaybetmelerini beraberinde getirmiştir (Çıtak, 2008: 27).

Bu bağlamda, Sanayi Devrimi ve sonrasında oluşan işgücü yapısındaki değişiklikler önemli bir dönüşümü ön plana çıkartmaktadır. 17. ve 18. yüzyılda görülmeye başlanan kapitalist üretim tarzları da kadının hakları üzerinde köklü değişimi getirmemiştir. Buna göre işçi sınıfının ortaya çıkması ve sanayinin işlerlik kazanması için sosyal katmanlardan her üyenin faaliyet içerisine katılması gerekmiş ve ilk kez bu dönemde kadınlar ücret karşılığı çalışmaya başlamışlardır. Aslında o güne kadar üretimin bir şekilde içerisinde yer alan kadınlar ilk kez ücret almaya başlamaktadırlar ve dolayısıyla "işçi statüsü" kazanmaktadırlar. Sanayi Devrimi'nden sonra sayısı hızla artan savaşlar sonucu, erkeklerin cepheye gitmesi de kadını sosyal hayatta var etmeye başlamıştır. 20. yüzyılın ilk çeyreğinde İngiltere'de ticaret hayatında 500.000'den 900.000'e çıkan kadın sayısı, kamuda 260.000'den 560.000'e yükselirken, 1914 ile 1918 yani savaş yılları sırasında 1.345.000 kadın ekonomik yaşam içerisinde yerini almıştır. Özellikle 20. yüzyılın ilk yarısı yani II. Dünya Savaşı'nı da kapsayan yıllarda kadının emek gücüne oldukça yoğun bir şekilde başvurulmuş, kamuda, üretimde ve ticaret hayatında kadın unsuru sıklıkla gözlemlenmeye başlanmıştır. Örneğin, 1943'te 10 bekar kadından 9'u, 10 evli kadından ise 8'i askeri ve sivil sektörlerde çalışmaktadır (Çıtak, 2008: 32).

Nitekim kadının zorunluluktan kaynaklı iş yaşamında görülmesi, 1970'li yıllardan sonra hizmet sektörünün genişlemeye başlaması ile daha da yaygınlık kazanmıştır. Çalışma yaşamına giren kadının ise ailesiyle ve eviyle ilgili işlerini kolaylaştırması açısından ise eğitimden, ev aletlerine kadar çeşitli çözümler getirilerek kadınların eve bağlanma nedenleri minimize edilmiştir. Bu dönemde doğum kontrol tekniklerinin gelişimi ve cinsiyet ayrımcılığının yasalar ile yasaklanması da diğer önemli gelişmeler olarak ön plana çıkmaktadırlar (Demirbilek, 2007: 17).

1970'li yıllardan sonra Avrupa ve Amerika'da kadın önemli ölçüde ekonomik özgürlüğünü elde etmiştir. Küreselleşen ekonomilerin gücü sosyal yapıları da dönüştürmeye başlamış, eski çağlardan beri süregelen kadının ekonomik yaşamdaki yerine yönelik tartışmalar sürse de, ekonomik yaşamın zorlukları karşısında varlığını sürdürebilmek için kadın da işçi ya da girişimci olarak bu sürecin bir parçası olmuştur. Kuşkusuz bu dönüşümde en temel engellerden biri cinsiyet rolleridir. Cinsiyet rolleri, post-modern bilgi toplumunda da ortadan kalkmamış, kadının biyolojik özelliklerinden ruhsal karakteristiğine kadar çeşitli unsurlardan ötürü erkekle arasında kategorik bir ayırım olduğu var sayılmıştır (Demirbilek, 2007: 18).

Kadın için cinsiyet rollerinin gerektirdiği çerçeve, onun "evlilik ve aile" kurumları üzerinden tanımlanmasını beraberinde getirmiştir. Aile, toplumun en küçük birimi olarak kabul edilmektedir ve geleneklerin, sembollerin, değerlerin ve normların kuşaklar içerisinde aktarımında büyük rol oynamaktadır. Ancak sosyo-ekonomik şartlardaki değişiklik ve her kültürde aileye atfedilen özelliklerin farklılaşmasından aileler de dönüşüm sürecinin içerisine dahil olmuşlardır. Örneğin, sanayileşmiş Batı ülkelerinde aileler daha bireyci yapılar olmuş ve çekirdek aile formuna dönüşmüşlerdir (Çıtak, 2008: 22).

Batı dışı toplumlarda ise, aileye atfedilen geleneksel roller sürse de, küreselleşme ile birlikte bu değerlerin de aşınacağı düşünülmektedir. Örneğin ülkemizde de bugün hala kadının anne ve eş rolüne sıklıkla vurgu yapılırsa da, kadınlar özellikle de kırdan kente göç süreci sonucunda sosyo-ekonomik şartlara paralel ekonominin birer katılımcısına dönüşmüşlerdir. Burada temel amaç ev ekonomisine ikinci bir gelir kaynağı

yaratmaktadır. Çünkü kent yaşamının getirdiği zorluklar içerisinde sadece erkeğin maddi yükü omuzladığı bir yapının olanaklılığından bahsedilememektedir. "Evin reisi" addedilen erkeğin bu rolü çoğunlukla sembolik düzlemde kalmış ve kadın toplumsal roller tarafından çok kabul görmese de ekonomik hayat içerisinde yer almaya başlamıştır (Çıtak, 2008: 22).

Bu bağlamda, toplumsal baskı, toplumsal rollerden ileri gelmektedir. Bir kadının evinin dışarısına çıkması ve ev işleri ile çocuklar dışında bir şeylerle ilgilenmesi toplum tarafından kabul edilmemekte, bilhassa alt gelir gruplarına mensup kadınlar çalışma yaşamına girmek için sosyal çevrelerini ikna etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu anlamda getirilen bir diğer çözüm de evden gerçekleştirilebilecek işler bulmak olmaktadır. Orta-üst sosyal sınıflara mensup kadınlarda ise eğitim ve ekonomik gelişmişlik sonucu kadınlar kendilerini gerçekleştirmek için ekonomik bağımsızlıklarını sağlamak istemekte, bu nedenle de ekonomik hayat içerisinde yerlerini almaktadırlar. Böylece daha özgür, güçlü ve bilinçli bir kadın tipolojisi oluşmakta anne, eş, ev kadını rollerinin dışında iş yaşamında da kadınlar edilgen değil etkin bir role sahip olabilmektedirler (Çıtak, 2008: 24).

2.2.2 Türkiye'de Kadın İşgücü

Osmanlı'da 19. yüzyılda ve 20. yüzyılın başında örgütlenen kadın hareketlerinin talepleri arasında eğitim hakkı ve iş olanakları bulunsa da ve Cumhuriyet rejimi kadına ilk seçme ve seçilme hakkını veren yönetim olsa da, ülkemizde kadınların toplumsal rollerden kaynaklı engeller uzun süredir devam etmektedir. Bununla birlikte kadınların işsizlik oranı da erkeklerin iki katı seviyesinde seyretmektedir. Bu nedenle, kadınların iş gücüne katılımı son yirmi yılın verilerine bakıldığında düşüş göstermektedir. Buna göre 1990'da %34,1 olan katılım, 2002'de %26,9'a ve 2004'te %25,4'e gerilemiştir. 2010'da ise %27,6'lık oranla yeniden yükselmeye başlayan kadın iş gücü üç kategori altında değerlendirilebilmektedir. Bunlar şu şekilde dağılmaktadırlar⁵;

- a) Tarım sektöründe aile işçisi olarak ücretsiz çalışan ve kırsalda yaşayan kadınlar,

⁵ İşçi ve Görgülü, **age**.

- b) Kentlerde emek-yoğun işlerde düşük ücretle istihdam edilen eğitimsiz ya da eğitilmiş alt sosyo-ekonomik sınıfa mensup kadınlar,
- c) Kentlerde yüksek eğitime ve kendi mesleğine sahip, orta-üst sınıf kadınlardır.

2010 verilerine göre ülkemizde, kadın istihdamı sektörlerimize göre şu şekilde dağılım göstermektedir⁶;

- a) %42,4 tarım sektörü,
- b) %15,9 sanayi sektörü
- c) %41,7 hizmet sektörü.

Özel sektör- kamu sektöründeki kadın- erkek dağılımına bakıldığında ise çarpıcı rakamlarla karşılaşılmaktadır. Çalışan erkeklerin %25'i kamu sektöründe iken, kadınlarda bu oran %33'e çıkmaktadır. Özel sektörde ise şartlar zorlaşmakta, 8,4 milyon çalışanın %16'sı kadınlar ile sınırlı kalmaktadır⁷.

Türkiye'de kadın istihdamının genel sorunlarına bakıldığında zaman özellikle köyden kente göçlerin etkisiyle kırsaldan gelen kadınların eğitim ve mesleki bilgi-beceri sorunlarından ötürü kent işgücü piyasasına giremediğini, girdiği durumlarda ise rahatlıkla entegre olmadığı görülmektedir. Cinsiyet rolleri bağlamında ise işgücüne katılamayan kadınların verdiği cevap anlam kazanmaktadır. Buna göre her 100 kadından 61.5'i işgücüne katılamama nedenini "ev kadını olmak" olarak göstermektedir. Bu kadınlardan ise çalışma imkanı bulabilenler öncelikle evli olmaları ve 0-6 yaş arası çocuğa sahip olmaları nedeniyle zorlanmakta ve sosyal güvencesi olmayan, statüsüz ve düşük gelirli işlerde çalışmak zorunda kalmaktadırlar. Bugün özellikle hizmet sektöründe yoğunlaşan bu grup, tekstil, gıda, hazır giyimde de gözlemlenebilmekte ve yine sosyal hak ve güvencelerden yoksun olarak istihdam edilmektedirler. Bu kategorinin oranı her 100 kadından 58.5'ine tekabül etmektedir. 58.5'lik kesimin %56,8'i ise ücretsiz aile işçisi konumundadırlar⁸.

⁶ age.

⁷ age.

⁸ age.

Buradan da anlaşılacağı üzere, kadınların eğitim düzeyindeki artış, iş gücüne katılma olanakları üzerinde pozitif etki gerçekleştirmektedir. Ancak kadın eğitilmiş olsa, istihdam edildikten sonra ücret politikalarından, kariyer olanaklarına kadar geniş bir yelpazede eşitsizliklerle karşı karşıya kalabilmektedir. Örneğin, kadınların aylık kazançları üst düzey eğitime sahip olsalar bile özel sektörde erkeklerin kazançlarının %68'ine, kamu sektöründe ise erkeklerin %76'sına tekabül etmektedir⁹.

Yine bununla birlikte kriz dönemlerinde ilk olarak kadınların gözden çıkartılması ya da işlerin "kadınlara uygun işler" ve "erkekler için uygun işler" olarak kategorize edilerek kadınların sigortasız ve düşük statülü işlere mahkum edilmesi de süreç içerisinde gözlemlenebilen diğer eşitlik dışı politikalar. Bu bağlamda, kadınların ülkemizde istihdam edilme biçimleri bir "korunmasız istihdam" süreci olarak ön plana çıkmaktadır (Soysal İş Sendikası, 2010: 7). Kuşkusuz bu yasaların tanıdığı bir haktan çok toplumsal cinsiyet rollerinin bir ürünüdür ve erkek-egemen bir bakış açısını yansıtmaktadır. Dolayısıyla ülkemizin kadın istihdamı konusunda kat etmesi gereken bir yol olduğu açıktır. Bu nedenle kadınların işgücüne katılımındaki %5'lik bir artış, genel yoksulluğun azaltılmasında %15'lik bir katkıda bulunacaktır. Bunu sağlayabilmek için; ilk kez iş arayan kadınlara iş fırsatları yaratılmalı, parasal açıdan çocuk bakımları karşılanabilmeli ve eğitime yatırımlar sürdürülebilmelidir (DTB ve DB, 2009: 29). Böylece kadınların toplumsal ve ekonomik yaşam içerisinde daha çok aktif rol almaları ve karar alma mekanizmalarına katılmaları sağlanacaktır.

2.2.3. Kadının Karar Alma Mekanizmalarına Katılımı

Eski çağlardan beri sosyal ve ekonomik hayat içerisinde yer alan kadın, cinsiyet rollerinin (toplumsal cinsiyet) de etkisiyle, ikincil öneme sahip olmuş ve özellikle Sanayi Devrimi ile birlikte sosyo-ekonomik hayat içerisinde yer almaya başlasa da, erkekler karşısında eşitlikçi olmayan ücret ve kariyer politikaları ile karşı karşıya kalmışlardır. Bu bağlamda, kadının anne ve eş rolleri onun iş yaşamı içerisindeki mobilizasyonunu kısıtlayan unsurlar olarak gündeme getirilmiş, böylece önlerine bir

⁹ age, s.6.

"cam tavan" örülmüştür. Bu cam duvar, kadınları vasıf gerektirmeyen, düşük ücretli işlerle sınırlı tutmuş, eğitim imkanı bulan kadınları da bu kez kariyer olanaklarına erişmek konusunda çeşitli kısıtlar karşılamıştır (Öğüt, 2006: 64).

Günümüzde kadınların ekonomik hayat içerisinde daha aktif bir şekilde var olmalarını sağlayan bir çok etmen söz konusudur. Bunlardan bir kaçısı;

- a) Çalışan kadınları koruyan ve destekleyen yasalar,
- b) Demografik dönüşüm,
- c) Standart dışı çalışma şekillerindeki artış,
- ç) Eğitim seviyesindeki yükselme,
- d) Kentleşme,
- e) Ekonomik sıkıntılar,
- f) Evlenme oranlarındaki azalma,
- g) Boşanma oranlarındaki artış,
- h) Çocuk bakımı hizmetlerindeki artış,
- ı) Toplumsal imajda olumlu yönde değişimdir (Soysal, 2010: 89).

Bu açıdan bakıldığında, özellikle gelişmekte olan ekonomiler için kadının işgücüne katılımı kaçınılmaz gözükmektedir. Ekonomik yaşam içerisine katılan ve ekonomik özgürlüklerini elde etmiş kadınlar ise bunun yansımalarını sosyal hayattaki kazanımlarda elde edebilmekte, özellikle iş yerinde kariyer olanaklarında "cam duvar" engelini her geçen gün daha da aşabilmekte, özellikle hukuki mevzuat ve teşvikler ile birlikte siyasal düzlemde de temsil edilmeye başlamaktadırlar. Örneğin, ülkemiz 1990'lı yıllara dek kadınlara seçme-seçilme hakkını çok erken dönemde vermesine rağmen ilk kadın başbakanını görememiştir. Parlamentoda kadın temsili ise çok düşük oranlarda kalmıştır (Gökçimen, 2008: 40).

Bugün ülkemizde çok sayıda kadın doktor, akademisyen, asker, polis, sporcu, avukat, mühendis vb. olduğu gibi, ekonomik yaşamın lokomotif konumundaki bir çok kadın girişimci de bulunmaktadır. Bu süreç kadınların inisiyatif aldığı ve sosyo-ekonomik yaşam içerisinde öne çıktıkları bir dönemin de habercisidir. Ancak bu örnekler olumlu olmakla birlikte, özellikle alt-orta sınıf ya da kırsaldaki kadınların sosyo-ekonomik

yaşam içerisinde birer birey olarak var olmaları da önemini sürdürmektedir. Çünkü bu çok daha geniş kapsamlı bir kalkınma modelinin sözcüsü olabilecek bir durumdur.

Bu açıdan kadınların ekonomik yaşamda edindikleri konum, onları karar mekanizmalarına taşıyacaktır. Bir kadının karar alması onun fırsatlar karşısında risk aldığı ve ekonomik girişim ürettiği bir düzlemde mümkündür. Bu bağlamda ülkemizde kadın girişimciliği bir model olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle küçük işletme girişimciliğinin gelişmekte olan ülkeler için bir çıkış modeli olarak önerilmesi kadının ekonomik yaşam içerisindeki yeri ile örtüşmekte, yoksulluk ve istihdam sorunları karşısında küçük işletmeler kapsayıcılığı ve yaygınlığı ile önemli birer model kimliğine sahiptirler¹⁰.

2.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI

Günümüz küreselleşen dünyasında rekabetçi bir yapı içerisinde var olmak isteyen girişimcilerin önündeki olanaklar oldukça fazlalaşmıştır. Özellikle, teknolojik gelişim ve internetin hayatımıza girmesiyle, e-pazarlama ve e-satış süreçleri gelişmiş, niş pazarların ortaya çıkması ile birlikte daha dar ve yoğun bir pazarda faaliyet gösteren girişimciler ortaya çıkmıştır. Kadın girişimciler de bu yeni sosyal grupların arasındadır. Bugün sadece ABD'de 8 milyona yakın kadın girişimci bulunmaktadır ve işlerini yürütme biçimlerine ve çıktılara odaklanıldığında oldukça başarılı sonuçlar ile karşılaşmaktadır (Soysal, 2010: 89).

Ülkemizde de yavaş yavaş yaygınlık kazanmaya başlayan bu kavram, M. Rifat Hisarcıklıoğlu'nun da dediği gibi bir "moda" olmaktan çok bir zorunluluk olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde küçük işletmeler bir çıkış modeli olarak önerilirken, kadınların istihdama katılması da genel yoksulluğun ve işsizliğin azalmasını direkt olarak etkileyen faktörlerdir. Bu açıdan kadın girişimciliği,

¹⁰ Koca, age.

yenilikçi, fırsatları takip eden, risk alan ve yine başkalarına- özellikle de kadınlara istihdam alanı yaratan bir kategori olarak önem kazanmaktadır¹¹.

Bu bağlamda kadın girişimciliğinin feminist kuram içerisinde aldığı konum bir anlamda geleneksel aile rolünü ve kendisine yöneltilmiş olan baskıcı kalıpların kırılmasını temsil ederken, bir yandan da işveren olarak diğer kadınlar karşısında aldığı yeni konumu etmektedir.

2.3.1. Kadın Girişimciliğinin Dünyadaki Örnekleri

Kadın girişimciliği, ilk kez 1970'li yıllarda kullanılmaya başlansa da, 1980'ler "Kadın girişimciliği on yılı" olarak anılmaktadır. Bugün ABD, kadın girişimciliğinde en önemli merkezlerden birini oluşturmaktadır. Kadınlar, erkeklere göre 2.4 kat daha çok iş yeri açmaktadırlar (Narin vd. 2006: 69). Özellikle 1990'lı yıllardan sonra kadın girişimcilerin sayısında ciddi artışlar söz konusu olmuştur. 1977'de 1.9 milyon işletme kadın girişimciler tarafından yönetilmekteyken, 1985'te bu rakam 3.7 milyona, 1994'te 6 milyona günümüzde ise 8 milyona yakın bir noktaya yükselmiştir. Bununla birlikte bu işletmeler, 1994 verilerine göre yaklaşık 11 milyon kişiye istihdam yaratmaktadırlar. Kanada'da ise tüm işletmelerin 1/3'ü kadınlar tarafından kurulup yönetilmektedir. Küçük işletme sahibi kadınların diğer işletmelere olan oranı Avrupa'da da oldukça yüksek rakamlarda seyretmektedir. Buna göre;

- a) İsveç- %28,
- b) Fransa- %25,
- c) Norveç- %29,
- d) Almanya %25,
- e) Hollanda %21'dir (Güney, 2006:32).

Bugün kadın işletmeleri yarı zamanlı küçük işler olabildikleri gibi, yıllık cirosu 500 milyon \$'ı bulan Body Shop gibi uluslararası işletmeler de olabilmektedir. Bu bağlamda

¹¹ ..., (2011), "Kadınların Girişimciliği Moda Değil Zorunluluk", **Ekonomik Forum Dergisi**, Ekim, s.44-47.

kadın işletmeleri, kadınlara istihdam ve girişimcilik vasıtasıyla kendilerini ifade edebilme olanağı tanımıştır (Narin vd., 2006: 69).

2.3.2. Kadın Girişimciliği Kavramı ve Özellikleri

Kadın girişimciliğin ne olduğu ve kadın girişimcinin kim olduğu sorunu üzerinde net bir şekilde konsensusa varılmamış bir konudur. Bazı araştırmacılar, kadın girişimciye bir işletmenin kurucusu kimliğini atfederken, bazıları bir işletmenin ikinci kuşak kadınlarını da bu grup içerisinde değerlendirmeyi gerekli görmekte, bazıları evin içinde iş yapan ev kadınına kadın girişimci olarak tasvir ederken, bazı bakış açılarına göre ise ev dışındaki girişimleri asıl girişimcilik olarak kabul etmektedir. Bununla birlikte, avukat, eczacı, doktor gibi meslekleri yürüten kadınlar kimi araştırmacılara göre girişimci olarak kabul edilmezken, kimilerine göre girişimcilik kategorisi içerisinde değerlendirilmektedir (Çakıcı, 2004: 2).

Bu bağlamda, kadın girişimciliği, bir kadının toplumsal cinsiyet rolleri dağılımı itibarı ile evi ile sınırlandığı alanın dışında, kendi adına bir işletme kurması ve tek başına ya da istihdam ettiği kişilerle birlikte çalışması ya da işin sahibi olması, çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla irtibat halinde, işletmenin geleceğine dönük planlar yaparak ve işletmenin kazancının kullanımı ve yatırımı üzerinde söz sahibi olması ve işletmesinin risklerini üstlenmesidir (Ecevit, 1994:34). Dolayısıyla kadın girişimciyi, kadın istihdamı içerisinde yer alan unsurlardan farklı kılan, onun riske girmesi ve fırsatları değerlendirmeye yönelik hamleleridir. Bu bağlamda, araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerin ortak özellikleri şu şekilde sıralanmıştır (Soysal, 210: 90);

- a) Dinamizm,
- b) Bağımsızlık,
- c) Yüksek özgüven,
- d) Rekabet gücü,
- e) Amaç odaklılık,
- f) Hırs,
- g) Risk almak,
- h) Kendi işini kontrol etmek.

2.3.3. Kadınları Girişimci Olmaya İten Nedenleri

Kadınların bir iş kurma ve girişimde bulunmasının nedenleri makro ve mikro çerçeveden bağımsız olarak düşünülemez. Buna göre, bir ülkede işsizlik, yoksulluk, kadının iş hayatındaki yeri ve kadının iş cinsiyetten kaynaklı ayrımcılığa uğraması gibi negatif nedenler kadınların bağımsız bir alanda kendilerini var etmelerine zemin sağlarken, mikro bağlamda ise kadınların bağımsızlık istekleri, kendilerini gerçekleştirme arzuları, kendi işlerinin esnek bir şekilde patronu olma ve bunu gerçekleştirirken aile yaşamları ile dengeli bir geçiş sağlamak gibi unsurlar devreye girmektedir. Bunlardan ilk grup, "itme" faktörleri olarak değerlendirilirken, ikinci grup "çekme" faktörleri olarak değerlendirilmektedir (Soysal, 2010: 89).

Bir başka görüşe göre ise kadınlar sosyo-kültürel yapıdaki değişimin sonucu olarak işgücüne katılmış ve şirketlerin orta yönetim kadrolarında karşılaşılabilecekleri personel azaltma politikalarından etkilenmemek amacıyla kendi işlerini kurma yönünde hareket etmişlerdir. Bununla birlikte işletmelerde kadınların kariyer olanaklarını sınırlandıran "cam tavan"ın varlığı da bir diğer etmen olarak ön plana çıkmaktadır (aktaran Soysal, 2010: 91).

Kadınları girişimciliğe iten bir diğer neden ise özellikle devletlerin kalkınma planlarında yerel ekonominin ve özellikle kadınların birer aktör gibi algılanmalarıdır. Özellikle kırsal alanda gerçekleştirilecek olan kalkınma politikalarının bir parçası olarak kadınlar mikro-finansman yöntemi ile finanse edilmekte ve yerlerinden girişimcilik örnekleri sergilemektedirler. Bunda kadınların erkeklere oranla daha az öz sermayeye sahip olmalarının ve bu durumun verdiği güvensizlikle banka kredilerine daha az yönelmelerinin de payı bulunmaktadır (Soysal, 2010: 91).

2.3.4. Kadın Girişimci Türleri

Kadınlar içerisinde gelmiş oldukları sosyo-kültürel ve ekonomik şartlar bağlamında iki türlü girişimci kategorisi altında değerlendirilmektedirler. Bunlardan ilki geleneksel kadın girişimciler, ikincisi ise modern kadın girişimcilerdir. Geleneksel kadın girişimcilerin özellikleri şöyle sıralanmaktadır (Arat, 1993: 174);

- a) 35-45 yaş aralığında,
- b) Evli,
- c) Ülke ortalamasının üzerinde eğitime sahip,
- d) Yeni kurulmuş bir işletmenin başında olan,
- e) Birden çok çalışanı olan,
- f) Perakende ticaret ya da hizmet işletmesinin sahibi,
- g) Sermayesi, kişisel birikimi ve sahip olduğu varlıklar.

Modern kadın girişimciler ise (Arat, 1993: 175);

- a) İşletme yönetimi ve teknik konularda eğitilmiş,
- b) Erkeklerin yoğun olduğu sektörlerde çalışan,
- c) Geleneksel kadın rolünün işini daha az etkilediği kadınlardan oluşmaktadır.

Bir diğer ayrıma göre ise kadın girişimciler, geleneksel cinsiyetten, bireyselleşmeye kadar olan bir skalada dört kategori altında ele alınmaktadır. Bunlar sırasıyla (Soysal, 2010: 92);

Geleneksel Girişimciler: Girişimcilik idealleri ile geleneksel rolleri sentezlemiş, iş ile aile görevlerini dengeleyen ve işini daha çok geliştirmeyi düşünmeyen girişimcilerdir.

Yenilikçi Girişimciler: Girişimciliğini, aile rollerinin üzerinde kabul eden ve işletmesinin büyümesini cinsiyet rollerinin üzerinde algılayan girişimcilerdir.

Evcimen Girişimciler: Girişimciliği yan işi gibi kabul eden ve ev işlerini ve geleneksel rolleri işinin üzerinde gören girişimcilerdir.

Radikal Girişimciler: İş-Aile dengesini kurmayı değil, kadınların iş yaşamında ikinci plana atılmasını engellemek için girişimcilik gerçekleştiren girişimcilerdir.

Görüldüğü üzere girişimcilik türleri her iki tanımında da aile ve evlilik merkezli geleneksel kadın rollerinin tartışmaya açılması, eleştirilmesi ya da terk edilmeyerek sıkı sıkıya sahiplenilmesi üzerinden inşa edilmektedir. Bunlardan bir bölümü aile ve ev işlerinin devre dışı bırakıldığı bir yapıya referans verirken, bir diğer bölümü girişimciliği her an feda etmeye hazır ya da seçeneksizlikten bu işi sürdüren bir gruba işaret etmektedir.

2.3.5. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar iki tablo üzerinden karşılaştırılmaktadır. Bunlardan birincisi Ronsdant'ın tablosudur. Burada ele alınan kategoriler (Güney, 2006: 28);

Kişisel Kategoriler: Erkekler ile kadınlar arasında farklar bulunmakla birlikte, girişimci olmayan erkek kadınlara nazaran oldukça azdır.

Deneyim: Kadınlar bir iş üzerinde erkeklere göre daha çok deneyim elde etmiş olsa da, iş kurulduktan sonra erkeklere nazaran işe daha az zaman ayırabilmektedirler.

Hedefler: Kadınlar yaşam tarzına, erkekler ise kârlılığa daha çok önem göstermektedirler.

İş Faktörleri: Kadınlar daha küçük ve rutin alanlarda iş kurarken, erkekler daha geniş alanlara yönelmektedirler. Ancak kuşkusuz bundaki en temel pay çevresel engellerdedir.

Çevresel Faktörler: Kadınlar öz sermaye ve finansman araçlarına daha uzakken, erkekler bu dinamiklere karşı daha cesurdurlar. Bununla birlikte, kadın girişimciler ağırlıklı olarak perakende ticaret ve hizmet sektöründe girişimde bulunmaktadır.

İkinci karşılaştırma metodu ise Hisrich ve Peters tarafından hazırlanmıştır. Burada ise özellikler sıralanmış ve her özelliğin kadın ve erkekteki yansımaları ele alınmıştır.

Motivasyon: Erkekler, işin çıktısından (başarı), kişisel bağımsızlıktan, kontrolden kaynaklı iş tatmininden motive olurken, kadınlar ise, bir amacın gerçekleşmiş olmasından, bir işi tek başına başarmanın getirdiği bağımsızlıktan motive olmaktadır.

Hareket Noktası: Erkekler mevcut işin tatmin etmemesi, yeni işe önceden ilgi gösterme, işten çıkartılma ya da işi bırakma noktasından hareket ederken, kadınlar da işlerinden hayal kırıklığı duyma ve bir alanda fırsat görmekten hareket etmektedirler.

Fon Kaynakları: Erkekler kişisel varlık ve öz sermayelerinden, finans enstrümanlarından, bankalardan, yatırımcılardan ve borçlardan kaynak yaratabilirken, kadınlarda bu durum sadece kişisel borçlar ve kişisel varlık ve birikimlerden ileri gelmektedir.

Mesleki Geçmiş: Erkekler ücretli işler yapmış ve bu işlerde uzmanlaşmışken, kadınlar iş alanında deneyimli orta düzey yöneticidirler.

Kişisel Özellikler: Erkekler ikna edici, amaç odaklı, yenilikçi ve idealist, şevkli ve enerjik iken, kendi işinin patronu olma zorunluluğu hissederler, buna karşın kadınlar esnek ve duyarlı, amaç odaklı, yaratıcı ve gerçekçi, şevkli ve enerjik ve sosyo-ekonomik çevre ile uğraşabilme yeteneğine sahiptirler.

Özgeçmiş: Erkekler 23-35 yaşları arası işletme kuran ya da aileden işletmeyi devir alan, ağırlıklı olarak üniversite mezunu ve ailenin ilk çocuğu iken, kadınlar 33-45 yaşları arası ilk işletmelerini kuran ya da aileden gelen geleneği sahiplenen, üniversite mezunu ve ailenin ilk çocuğudurlar.

Destek Grupları: Erkeklerde destek sağlayan gruplar arkadaşlar, muhasebeciler, avukatlar, iş dünyasındaki diğer paydaşlar ve eşler iken, kadınlarda sürecin içerisinde yakın arkadaşlar, eş ve aileler ve profesyonel kadın grupları ön plana çıkmaktadır.

Kurdukları İlk İş Türü: Erkekler üretim ya da inşaat gibi sektörlerde ilk girişimcilik deneyimlerini yaşarken, kadınlar ağırlıklı olarak hizmet sektöründe yer almaktadırlar (Güney, 2006: 29).

ABD Merkezli Centre for Women's Business Research isimindeki şirketin yaptığı araştırmada kadın girişimciliği konusundaki ortak deneyim ve gereksinimler ele alınmış ve beş kritik alan ön plana çıkmıştır. Bunlar şu şekilde özetlenmektedir (Soyak, 2010: 132);

Bilgiye erişim: Kadınlar eğitim ve mesleki eğitime ve danışmanlığa ulaşmak isterler.

Sermayeye erişim: Finans konusunda cinsiyet açısından temel engellerle karşılaşır.

Piyasalara erişim: Uluslararası ticarete yönelik fırsatlara isteklidirler ve program ve hizmetler hakkında bilgi ararlar,

Network'e erişim: Kadınlara dönük sektör ve işbirliklerine yönelmek isterler,

Onaylanma: İşletme sahibi kadınlar ciddiye alınmak ve ciddi bir biçimde davranmak isterler.

2.3.6 Türkiye'de Girişimci Kadınlar

Ülkemizde 2010 verilerine göre 100 kadından 14.1'i kendi hesabına ve iş veren olarak çalışmaktadır¹². Ortalama yaşları 30 ile 39 arasında değişen bu kadınların, %45'i lise, %20'si ise üniversite mezunudur. Bununla birlikte, %50'lik bir dilim ise herhangi bir mesleki kursa devam etmiştir. Ağırlıklı olarak kentli, evli, iki çocuklu, çekirdek ailede yaşayan, babası ticaretle uğraşmış, annesi ev hanımı olan bu kadınlar ilk olarak kendileri

¹² age, s.7.

iş kurmayı düşünmüş ve ailelerinden destek görmüşlerdir. Bu kadınların kendi içsel motivasyonları ile girişimciliğe yönelenlerinin oranı %42 iken, evde oturmaktan sıkılanlar %10, aile bütçesine katkı amacıyla iş kuranları ise %23,4 oranlarındadır. İş çevrelerinden destek alan bu kadınlar, finansman sorunu yaşamakta, kira yüksekliğinden ve mal temin sorunlarından şikayetçi olmaktadır (Güney, 2006: 33).

Görüldüğü üzere kadın girişimciliği ülkemizde henüz istenen rakamlara ulaşamamış olsa da, herhangi bir nedenden ötürü girişimciliğe yönelen kadınlarımızın sayısında artış söz konusudur. Kuşkusuz bu belirli bir sürecin ürünüdür. Ülkemizde, Osmanlı'dan itibaren eğitim ve çalışma haklarını savunan kadın derneklerinin varlığı söz konusu olup, Cumhuriyet'le birlikte kadınlara seçme ve seçilme hakkı tanınmış olsa da, bu gelişmeler gerçek bir dönüşümü başlatmakta yetersiz kalmışlardır. Bununla birlikte köyden kente göç olgusu ve eğitim düzeyindeki yükselme ile birlikte, kadınlar ekonomik hayatın bir parçası olmuşlardır. Bu bağlamda Osmanlı'daki kadın hareketleri birinci dönemi, Cumhuriyet'in kazanımları ise ikinci dönemi ifade ederken, bu iki dönemin özelliği atılımları organize edenlerin erkek olmasıdır. Ancak özellikle, 1980'lerde ortaya çıkan kadın hareketinin ise örgütleyicisi kadınlardır. Bu nedenle ülkemizde kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar bu tarihten sonra önem kazanmaktadır ve özellikle 1990'lı yıllarda yoğunlaştıkları görülmektedir.

Buna göre sırası ile;

- a) **1990'da** Türk Medeni Kanunu'nda evli kadının çalışabilmesi ve işletme açması için zorunlu olan "koca izni" şartı kaldırılmış,
- b) **1992-1993'te** Ülkemizde ilk kez "Türkiye'de Kadın Girişimcilik" semineri ve "Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli" düzenlenerek konu tartışılmaya başlanmış, N. Çelebi tarafından ülke genelinde bir ilk olan "Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri" başlıklı araştırma gerçekleştirilmiş, Halk Bankası kadın girişimcilere yönelik kredi vermeye başlamış,
- c) **1995'te** Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, kadınların işlettiği küçük işletmelere yönelik "Küçük Girişimcilik Projesi" konulu büyük çaplı bir araştırma yaptırmış,

- d) **2002-2003'te** KAGIDER (Kadın Girişimci Derneği) kurulmuş, Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği ortaklığı ile yoksul kadınlara mikro kredi projesi başlatılmış, AB ve TESK tarafından "Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi" projesi başlatılmış, GAP-GİDEM (Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi) ve KAMER (Kadın Merkezi) işbirliği sonucunda "Kadın Girişimciliği" projesi uygulanmıştır (Çakıcı, 2004: 3).

Günümüzde kadınlar sadece belirli mesleklerin içerisinde uygulayıcı olarak yer almamakta, aynı zamanda bir girişimci hüviyetinde de ekonomik etkinliklerini sürdürmektedirler. Mersin'de gerçekleştirilen 2003 tarihli bir araştırmaya göre, 160 kadın girişimci girişimciliğe yönelmelerinin nedenlerini şöyle açıklamışlardır (Soysal, 2010: 91);

- a) Kazanç elde etmek,
- b) Bağımsız çalışmak,
- c) Sosyal Yaşam sürme.

Kastamonu'da 2006'da gerçekleştirilen bir araştırmaya göre ise bu nedenler (Soysal, 2010: 91-92);

- a) Üretken olmak,
- b) Başarı tutkusu,
- c) Bilgi Birikimi,
- d) Bağımsız çalışmak,
- e) Kazanç elde etmek,
- f) Aile İşini devam ettirmek,
- g) Seçeneksizlik olarak sıralanmıştır.

Bu bağlamda, Türkiye'de kadın girişimciliği genel istihdama katkı ve yoksulluğun azaltılması anlamında bir moda değil, bir zorunluluk durumundadır ve bugün kadın girişimciliğini destekleme ve özendirme bağlamında; Başbakanlık, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Bankalar (Vakıfbank,

Ziraat Bankası, Halk Bankası), Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), KOSGEB İş Geliştirme Merkezleri, Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP), Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (ÇATOM), Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM), Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV), Kadın Merkezi (KA-MER), Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV), Türk Grameen Mikrokredi Projesi, Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) gibi oluşum ve projeler etkinlik gösterirken, Halkbankası "Kadın Girişimci Destek Paketi"ni devreye sokmakta, TOBB Kadın Girişimciler Kurulunu oluşturmakta, KOSGEB, Tarım Bakanlığı, Çalışma Bakanlığı, İŞKUR, Halk Eğitim Merkezleri, STK'LAR girişimcilik desteği vermeye devam etmektedirler (Soysal, 2010: 95-96).

2.4. KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖNÜNDEKİ ZORLUKLAR

Günümüzde kadının toplumsal ve ekonomik yaşam içerisindeki yerine yönelik geleneksel tutum ve beklentiler önemli ölçüde gevşemiş olsa da, henüz bir çok imaj hala kadına yönelik algı ve kalıpları yönetmektedir. Bu nedenle Batı'da toplam girişimciliğin %30'unu oluşturan kadınlara oranla ülkemizde, kadın girişimi toplam girişimin %14'ünü oluşturmaktadır. Bu bağlamda, özellikle cinsiyet rolleri kaynaklı engeller ön plana çıkmaktadır. Yani kadının asli görevi olduğu düşünülen ev işleri ve çocukların bakımının, iş dünyasının gereklilikleri ile çatışacağı var sayımı üzerinden şekillenen bu imajları, bilgi eksikliği, rekabet, sermaye bulma güçlüğü, yasal ve bürokratik engeller izlemektedir (Soysal, 2010: 97).

KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği)'e göre ise yönetimde kadının önündeki engeller şu şekilde sıralanmaktadır; Ataerkil toplum değerleri ve geleneksel roller, cinsiyet temelli ayrıştırma, ekonomik özgürlüğün faydasına inanmamak, kendine güven, başarı ve zirve korkusu, "Kraliçe arı sendromu" ya da tek olma özlemi, cam tavan sendromu, mobbing, geniş açı ile bakabilme, analitik bakıştır. (Türktaş, 2010).

Çelebi ise kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldığı sorunları üç kategori altında değerlendirmiştir. Bunlar (Güney, 2006: 38);

- a) **İş kurma aşamasındaki sorunlar;** Sermaye temini, iş yeri arama, kiralama, mal temini, donanım, araç-gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler, acemilik, yalnızlık ve işi organize edememe, toplumsal önyargılar.
- b) **İş kurulduktan sonra yaşanan sorunlar;** Acemilik, tecrübesizlik, müşteriyle ilişkiyi geliştirememe, iş yürütmeye bilgisizlik, müşteri azlığı, parasızlık, yalnızlık, kadın olma, kendini kabul ettirme, personel bulma, piyasadaki sorunlar, ödemeler, senetler.
- c) **Mevcut sorunlar;** müşteri azlığı, resmi kuruluşlar, kalifiye eleman bulamama, ucuz hammadde ve mal temini, kaliteli hammadde-mal temini, enflasyon.

2.4.1. Cinsiyet Temelli Nedenler

Kadınların cinsiyet rollerinden ötürü erişmekte zorlandığı kaynaklar ve karşılaştıkları zorluklar söz konusudur. Bunlara aşağıda yer verilmektedir.

2.4.1.1. Sermaye

Bir işletme kurmak için özsermaye ve varlıklara olan ihtiyaç açıktır. Bu bağlamda kadınlar erkeklere nazaran daha dezavantajlı bir konuma sahiptirler. Annelik ve eşlik görevlerinden dolayı sosyo-ekonomik hayat içerisinde yer almamış kadınların özsermaye biriktirme olanakları oldukça az olmakla birlikte, bazı ülkelerde miras hukukundan kaynaklı kadınların erkekler tarafından özsermayelerine el konulma tehlikeleri de söz konusudur. Bu bağlamda, kadınlar işletmeyi kuracak sermayeyi genelde ailelerinden ve eşlerinden elde etmektedirler. Bu bağlamda, mikro-finans önemli bir alternatif olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle kırsalda geliştirilebilecek işlerde kadınlara özel fonlar ya da devlet tarafından bir ödenek ayrılması ile küçük girişimler kurulabilmekte ve kadınlar desteklenebilmektedir. Bununla birlikte sermaye bulma zorlukları, küçük işletmeler bağlamında bakıldığında, erkekler açısından da geçerli bir konuma sahiptir (Soysal, 2010: 98).

2.4.1.2. Rol Ayrımcılığı

Rol ayrımcılığı, fizyolojik ve ruhsal özelliklerinden dolayı erkek ile kadınların yapabilecekleri işler algısını oluşturan toplumsal cinsiyet rolü olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda kadın anne ve eştir ve iş hayatına atıldığında da bu duyarlılıklarla paralel bir iş yapması beklenmektedir. Bu nedenle hemşirelik, öğretmenlik, sekreterlik gibi meslekler ağırlıklı olarak kadınlar tarafından icra edilmektedir. Üretim sektöründe ise kadınlar daha az istihdam edilmekte, meslekler "erkeksi" ve "kadınsı" olarak kategorize edilmektedir (Soysal, 2010: 99).

2.4.1.3. Geleneksel Baskı ve İnançlar

Cinsiyete dayalı ayrımcılık, günümüzde Sanayileşmiş Batı ülkelerinde bile gözlemlenen bir unsurdur. Buna göre hala bir çok erkek kadınların asıl yerlerinin eşlerinin ve çocuklarının yanı, asıl görevlerinin ise ev işleri ve çocuk büyütme olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla kadının evin erkeğinin izni olmadan bir girişimde bulunması ve bunun ekonomik bir girişim olması geleneksel baskı ve inançlar engeline takılmaktadır. Özellikle ülkemiz gibi görece geleneksel toplumlar düşünüldüğünde, kadının bir işletme kurması erkeğin "evin reisi" konumunu tehdit eden bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Bu durum erkekler dışında, kadınların kendi hemcinslerinde de gözlemlenmekte, kadınların girişimciliği onaylanmamaktadır (Soysal, 2010: 99).

2.4.1.4. Cinsel ve Duygusal Mobbing

Cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı sonucu kadınların ekonomik yaşam içerisinde yeri olmadığı algısı uyanmakta ve çalışan ya da girişimci kadınlara bu dünyanın bir erkek dünyası olduğu fiziksel-psikolojik tacizle hatırlatılmaktadır. Bir çok kadın, duygusal tacizden çok cinsel tacize uğramakta, işini kaybetmekten korktuğu için duruma katlanmak zorunda kalmaktadırlar. Hukuki açıdan mobbing'i yani yıldırma sürecini

tanımlayan mevzuat olsa da, iş hayatının kendi dinamiklerinden ötürü kadınlar bunu açıklayamamakta, bu da sorunun sürmesine neden olmaktadır (Soysal, 2010: 99).

2.4.1.5. Cam Tavan

Girişimci ya da çalışan olarak iş hayatında var olabilmiş bir kadını, bu kez de iş hayatının kendi zorlukları beklemektedir. Bunların başında ücret politikalarında cinsiyetler arası eşitsizlik ve kariyer olanaklarındaki kısıtlama gelmektedir. Bir kadın, kendisiyle aynı pozisyonda ve aynı vasıflara sahip bir erkekle aynı işi ya da daha iyisini gerçekleştirse bile, yönetimde belirli bir düzeyin üzerine yükselmeleri engellenmektedir. Bu engelleyen örgütsel tavıra literatürde "cam duvar sendromu" ismi verilmektedir (Öğüt, 2006: 58). Ağırlıklı olarak cinsiyet rollerinden kaynaklansa da, cam duvar sendromunu yaratan unsurlar sadece erkeklerle sınırlı değildirler. Buna göre cam duvar sendromunu yaratan süreçler şu şekilde sıralanmaktadır (Soysal, 2010: 100);

- a) **Erkekler tarafından kadınlara konulan engeller;** erkeklerin kadınları kişilik, hırs ve kararlılık açısından yetersiz görmeleri, kontrolü elinde tutmak istekleri.
- b) **Kadın yöneticiler tarafından uygulanan engeller;** Kadınların birbirlerine karşı daha sert davranışları, kadınların kadına ayrımcılık yapmadıklarını göstermek için ayrımcılık yapmaları.
- c) **Kişinin kendine koyduğu engeller;** Kadının örgütsel pozisyonunu sorması, negatif önyargıları kabul etmesi, iş-aile çatışması, kararsızlık, inançsızlık, kariyer hedeflerini gerçekleştiremeyeceğine yönelik inançlardır.

2.4.1.6. İletişim Eksikliği

Erkekler daha biçimsel ilişkilere girerken (rasyonalite), kadınlar daha duygusal bir ilişki ortamı aramaktadırlar. Bu da yeni bir işletme kurma aşamasında erkekleri görece daha cesur kılarken, kadınlar yanlarına bir rehber ya da arkadaş aramakta, aile-iş çatışmasını absorbe edecek yapılara yönelmek istemektedirler. Bu nedenle kadınlar, iş hayatının

erkeksi yapısına kolay alışmamakta - küfürlü ortamdan, patronla maç izlemeye kadar geniş bir yelpazede erkek ortamına katkı sunamamakta ve yalnızlaşmaktadırlar (Sosyal, 2010: 101).

2.4.1.7. Yasalar

İlk kez 1990 yılında, Türk Medeni Kanunu'nda evli kadının çalışabilmesi ve işletme açması için zorunlu olan "koca izni" şartı kaldırılmış¹³, 2003'teki Yeni İş Kanunu ile kadınların iş yaşamındaki yeri pozitif anlamda düzenlenmiştir. Ancak belirli iş ve mesleklerin kadınlara uygun işler olarak toplumsal kabul görmemesi, görev dağıtılırken eşitlikçi davranılmaması, ekonomik krizlerde kadınların ilk olarak personel atılmadan payına düşeni alması ve kayıt dışı sektörde kadınların çokça istihdam edilmesi gibi örnekler sürmektedir (Soysal, 2010: 101).

2.4.1.8. Eğitim

Eğitim ile kadın girişimciliği ve istihdam arasında çoğunlukla pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Ancak bir çok durumda eğitim, istihdam ve girişimcilik konusuna olumlu olarak yansımamaktadır. TİSK'in verilerine göre Türkiye'de istihdam edilmiş kadın işgücününün eğitim düzeyi şu şekilde sıralanmaktadır;

- a) Okur-yazar olmayan %22,
- b) İlkokul mezunu %51,
- c) Ortaokul mezunu %9,
- d) Lise mezunu %10,
- e) Yüksekokul ve üniversite mezunu %8¹⁴.

Ülkemizde kadın eğitiminin önemini vurgulayan kampanyalar yaygınlaşmış, "ilköğretim kız ve erkek bütün çocuklar için zorunludur" hükmü ile vurgulanan beş yıllık zorunlu eğitim, 1997 yılında kabul edilen yasa ile sekiz yıla çıkartılırken, erkek

¹³ Koca, age.

¹⁴ Koca, age.

çocuklarda yüzde yüze yakın başarı sağlanırken, kız çocuklarda katılım %92'lerde kalmaktadır¹⁵. Bunda kadınlara atfedilen toplumsal cinsiyet rollerinin payı büyüktür. Eğitimli bir kadın, ev işleri ile sınırlı kalmayacağından ve sosyal ve ekonomik yaşama atılacağından bu geleneksel algıyı rahatsız etmekte ve kız çocuklarının okuması ve dolayısıyla eğitim almasının önünde çeşitli kalıplar ve ön yargılar ön plana çıkmaktadır.

Ancak eğitim ile kadın girişimciliği arasındaki korelasyon her durumda net sonuçlar vermemektedir. Örneğin, Türkiye'deki tüm kentli kadınların üniversite eğitimi aldığı projekte edildiğinde, yine de kadınların işgücüne katılımı %74'le sınırlı kalmaktadır (DTP ve DTB, 2009: 29).

2.4.1.9. Rol Çatışmaları

Kadınlar annelik ve eşlik rolleri ile girişimcilik rolleri arasında ikilemde kalmakta, bunu çözemedikleri durumda bunalım, endişe, zorlanma, gerilim gibi çatışmalar yaşamaktadırlar. Özellikle çalışma saatlerinin uzaması ya da fazla mesai gibi durumlarda erkekler olumlu tepki vermeyebilmekte, kadınlar ise bu tepki karşısında rol çatışmasına düşmektedir. Dolayısıyla kadın girişimciliğinde engel olan bu unsurun, yani ailenin ve eş rolünün, girişimcilik ile birlikte yürütülebilmesinin önünü açacak modeller oluşturulabilmelidir (Soysal, 2010: 102).

2.4.1.10. Zaman

Rol çatışmalarının bir diğer yansıması ise zaman konusunda olmaktadır. Kadınlar ailelerinden ve ev işlerinden arttırdıkları zamanda girişimcilik ile uğraşmak istemekte, bu ise işin gerektirdiği disipline gölge düşürmektedir. Erkek bakışı da bunu talep etmekte, kadının bu şekilde işi yürütemediği durumlarda, evde oturmanın daha doğru olacağını deneyimlemiş olduklarını söylemektedirler. Girişimciliğe aşırı önem veren kadınlarda ise gerçekten, ev ve aile işleri ihmâl edilmekte, eğitim, finans vb. konuların

¹⁵ İşçi ve Görgülü, **age**.

gerektirdiği mesai girişimcilik ile aile unsurlarını karşı karşıya getirmektedir (Soysal, 2010: 103).

2.4.1.11. Sosyal Sorunlar

Kadın girişimciliği önünde engel teşkil eden sosyal sorunlar; çocuk bakımı ve eğitimi, erken yaşta evlenme, boşanamama, geleneksel aile rolleri ve kültürü, ev işlerini yürütecek birini bulamama, dışarıda çalışmayı yük addetme vb'dir (Soysal, 2010: 103).

2.4.1.12. Rol Modeli Eksikliği

Kadın girişimciler, kendilerini bekleyen zorluklar karşısında daha önce bu işi başarmış rol modellerini örnek almak isterler. Rol modeli olacak olan kişinin eğilimleri, yaklaşımları, davranışları ve performansı kadın girişimcinin önündeki algıları ve önyargıları yıktığı takdirde neyi başarabileceği konusunda fikir verecektir. Kariyer anlamında çocuklar nasıl anne ve babalarının başarı örneklerine odaklanır ve onların mesleklerini seçerlerse, kadın girişimciler de bir kadın girişimci rol modeli üzerinde odaklanırlar. Çünkü araştırmalar kadın girişimcilerin aileden bir rol modelleri olmadığını göstermektedir (Soysal, 2010: 104).

2.4.2. Örgüt Temelli Nedenler

Kadın girişimcilerin kendi içsel motivasyonları ya da rolleri ile ilgili sorunlar dışında iş yaşamının ve örgüt kültürünün de negatif yanları girişimcilik önünde birer engel oluşturmaktadırlar. Bunlara aşağıda yer verilmektedir.

2.4.2.1. Örgüt Kültürü

Örgüt kültürü kavramı ile referans verilen unsur, örgütün çalışanlar tarafından nasıl algılandığına yöneliktir. Wallach'a göre üç tür örgüt kültürü bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla (aktaran Soysal, 2010: 104);

Destekleyici; Şeffaf ilişkiler, dostluk, işbirliği, cesaretlendirme, sosyalleşme, kişisel özgürlük ve güven etkindir.

Yenilikçi; Risk üstlenme, sonuç odaklılık, yaratıcılık, girişimcilik ve uyarıcılık ön plandadır.

Bürokratik; Katı, hiyerarşik, değişimi reddeden bir yapı söz konusudur.

Buna göre kadınların girişimciliği her üç örgüt kültürü içerisinde de farklı şekilde etkilenecek, destekleyici ve yenilikçi örgüt kültürlerinde fırsatlar oluştururken, bürokratik örgüt kültüründe iletişimsel duyarlılığın gelişmemesinden ötürü kadın girişimciliği bastırılacaktır. Bu bağlamda, örgüt kültürlerinin güçlü olduğu yapılarda kadının kendini ifade etmesi daha olanaklıyken, son yapıda kadın bir makinenin dişlisi gibi algılanacak ve kendi içsel özelliklerini örgüt lehine kullanmasının önüne geçilecektir (Soysal, 2010: 105).

2.4.2.2. Liderlik

Bir işletmede liderin davranışları ve yönetim biçimi, çalışanlar ve örgütsel performans üzerinde etkili olmaktadır. Liderler, işletme içerisinde şeffaf yönetim sergilemeli, çalışanlarını sürece dahil etmelidirler. Bu anlamda kadın girişimciler ya da çalışanların performansı ile liderlik biçimleri arasında bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla baskıcı, otoriter, zorlayan lider tipleri, kadınların duyarlılıkları karşısında sıkıntıya neden olmakta, kadın girişimcilerin kendilerini ön plana çıkartmalarına ve aktif görev almalarına karşı engel oluşturmaktadırlar (Soysal, 2010: 105).

2.4.2.3. Örgütlenememe

Bugün kadın girişimciliği çeşitli örgütler düzeyinde temsil olanağı bulsa da, henüz küresel anlamda ve elbet de Türkiye ölçeğinde bir örgütlenme sorunu yaşamaya devam etmektedir. Bu bağlamda, devlete ve STK'lara kadın girişimciliğini aktive etmek noktasında büyük roller düşmektedir. Ülkemizde KAGIDER gibi kuruluşlar bu role soyunmaya başlamışlardır (Soysal, 2010: 105).

2.4.2.4. Koordinasyon

Örgütlenme sorununa paralel olarak, Türkiye'de ve diğer ülkelerde kadın girişimciliğinde devlet, STK'lar ve özel kuruluşların girişimlerinin birbirleri ile bağlantısız olması koordinasyon sorunu yaratmakta, farklı politika ve stratejilerin oluşmasına ve bütünsellik sağlanamamasına neden olmaktadır. Bu durum ise ekonomik hayatta kadının yerine yönelik farklılıkların ve görüş ayrılıklarının oluşmasına zemin sağlamaktadır. Bu bağlamda girişimciliği destekleme programlarının kadınların arasındaki farklılıkları göz ardı edilerek oluşturulması ve yaş-egitim-bölge gibi unsurlar olmaksızın girişimcilik modellerinin tasarlanması süreci başarısız kılmakta, mevcut kadın girişimcilerden çok yeni kadın girişimcilere yönelik projelerde atıl kalınmakta ve çeşitli uygulama eksikleri oluşmaktadır (Soysal, 2010: 106).

2.5. KADININ ÇALIŞMA YAŞAMINDAKİ YERİNE YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Kadının çalışma yaşamında yer alması çeşitli disiplinler tarafından ele alınmış ve kadının sosyo-ekonomik yaşam içerisindeki yeri tartışmaya açılmıştır. Kuşkusuz, toplumsal cinsiyet rollerinin dağılımı ve kalıplar bu yorumların geliştirilmesinde çıkış noktalarını oluşturmaktadır. Bu rol ve kalıplardan oluşan algı ise, kadının biyolojik ve ruhsal farklılıklarından ötürü "annelik" ve "eş" olma görevlerine vurgu yapılması ve en

önemli görevlerinin çocuklarını büyütmek ve aile yaşamının devamlılığını sağlamak olarak resmedilmesidir (Günay ve Bener, 2011: 158). Bu bağlamda kuramsal yaklaşımlar kadının çalışma yaşamındaki yerini aydınlatmak açısından önem arz etmektedir.

2.5.1. Yapısalcı-İşlevselci Yaklaşım

Yapısalcı-işlevselci yaklaşımın temelinde toplumsal denge, toplumsal kurumların ahengi ve düzeni bulunmaktadır. Bu bağlamda, aile kurumu toplumsal düzeni güvence altına alan ve sürdürülebilirliğini sağlayan çekirdek kurum olarak bir işleve sahiptir. Dolayısıyla yapısalcı-işlevselci yaklaşım, kadın ile erkek arasında oluşmuş olan fizyolojik farkları, kültürel kalıplara dökerek ve cinsiyet rollerini kategorik olarak kabul ederek, bu ayrımın gerekli olduğunu öne sürer. Yapısalcı-işlevselci kuramcı Parsons'a göre erkek ile kadın aile içerisinde birbirlerini tamamlayan ve uzmanlaşmış rollere sahip olmalıdırlar. Bunların başında; erkeğin araçsal, kadının ise dışavurumsal rolü üstlenmesi gelmektedir (Günay ve Bener, 2011: 158).

Araçsal kavramı ile ifade edilen rasyonalite, rekabet ve kendine güven iken, dışavurumsal kavramı ile referans verilen özellikler ise çocuk yetiştirme ve duygusal sorumluluktur. Bu açıdan bir cinsiyet hiyerarşisi söz konusudur ve kadın, ailenin mutlu ve beraber kalmasını sağlamalı, erkek ise evine ekmek getirmelidir. Bu bağlamda kadınlar üreme ve çoğalma kaynağı iken, bir savaş esnasında onların azalması, toplumun üreme ve çoğalma potansiyelini azaltacaktır. Aynı şekilde bir erkek nüfustaki kayıp ise diğer erkekler tarafından giderilebilmektedir (Demirbilek, 2007: 16).

Bu aynı zamanda bir toplum içerisinde kadınlar ile erkeklerin üzerine düşen davranış rolleri ile ilgili de ipuçları vermektedir. Bu ülkemizdeki "yuvayı dişi kuşun yaptığı" fikrini oluşturan algıyla benzerlikler sergileyen bir yaklaşımdır. Kadınlar özellikle ev işlerini, evin ahengini sağlamalı ve çocukların sorumluluk ve alışkanlıklarının geliştirilmesi üzerinde çaba sarf etmelidirler. Bununla birlikte geleneksel ailelerde erkekler geçimi sağlamanın yanında fiziksel güç gerektiren ev tamirâtı, bahçe bakımı

gibi işlerle uğraşırken, kadınlar yemek pişirme ve bulaşık yıkama gibi görevlerini yerine getirirler.

Ancak geleneksel doku, modernleşme ve sanayileşme ile birlikte aşınmaya uğramış, kadınlar sosyo-ekonomik hayat içerisinde yer almak zorunda kalmışlardır. Bu da onların annelik ve ev işlerine yönelik görevlerini aksatmalarına neden olmuştur. Bu nedenle kadın ile erkek arasındaki roller yeniden paylaştırılmıştır. Ancak kadın ekonomik özgürlüğünü elde etse de, bu ev içerisindeki cinsiyet rollerinin değişmesine etkide bulunmamakta, ev işlerinin paylaşımında kadının aleyhinde bir yapı söz konusu olmaktadır. Kuşkusuz anneye ya da eşe düşen rollerin bazıları çeşitli kurumlara dağıtılmıştır. Bunlar kreşler, temizlik şirketleri vb. olarak ön plana çıkmaktadır ancak rollerin kökeninin tartışılmaması sürmektedir. Dolayısıyla yapısalcı-işlevselci görüşe göre kadının rolü hakkında tutum ve beklentiler, sosyo-ekonomik koşulların değişim hızından daha geride kalmaktadır (Günay ve Bener, 2011: 160).

2.5.2. Çatışma Kuramı

Bu yaklaşıma göre güç ve imtiyazlar kaynaklara dayanmaktadır ve güç, ötekilerinin yaşamını etkileme ve kontrol etme yeterliliğine atıfta bulunurken, kökeninde ekonomik güç yatmaktadır. Bu kuram kadın ile erkek arasındaki farkları açıklarken, güç kavramından hareket etmektedir. Engels'e göre ailenin ekonomik kaynakları erkeğin elindedir ve bu da erkeği güce kavuşturmuştur. Kapitalizm ile birlikte daha da güçlenen erkek egemen yaklaşım, miras hukuku yolu ile erkekleri daha da güçlendirmiş, kadınları ise ikincil konuma itmiştir. Bu görev dağılımı kadınları eve hapsederken, erkeklere çalışma izni vermiş, erkek kapitalizmin kendisine verdiği düşük ücretle yetinirken, kadın emeğine ücret ödenmeyen bir köleye dönüşmüştür (Demirbilek, 2007: 17).

Randall Collins'e göre ise (aktaran Demirbilek, 2007: 17) kadın ve erkek doğaları gereği bir çıkar çatışmasının tarafıdır ve sosyalleşme sürecinde bu çıkar çatışması birinin diğerine iktidar kurmaya çalışması ile kendini gösterir. Ataerkil toplumda kadın bu

iktidar kodlarını içselleştirmiş ve ikincil konumu kabul ederek bunu besleyen duygular geliştirmiştir. Örneğin, erkek çocuğun kız çocuğa göre daha değerli kabul edilmesi bu yargının doğum öncesinden başladığını göstermektedir. Bu bağlamda, cinsiyet ayrımı erkekler tarafından geliştirilen yasalarla kadınlara karşı kullanılmış, özellikle Sanayi Devriminden sonra kadının da bir iş gücü olarak ekonomik hayata girmesiyle rekabet daha da genişlemiştir. Bugün iş hayatında yaşanan cam tavan sendromu gibi uygulamaların temelinde de bu rekabetin yansımaları bulunmaktadır (Demirbilek, 2007:18).

Bu bağlamda, kadının iş yaşamındaki yerini kalıcılaştırması için erkeklerin sosyal kurumların kontrolünü bırakmaya mecbur edilmeleri gerekmektedir. Bu da erkeklerdeki kadına dönük tutum, beklenti ve imajların değiştirilmesi ile mümkün olacaktır. Çünkü kadınlık biyolojik bir miras değil, kültürel bir iktidar aracının edilgen paydası kılınmıştır ve erkek egemen görüş de bu düşünceyi pekiştirmiştir. Bu doğrultuda, adaletli ve eşitlikçi bir yapı için sosyal değişimi sağlayacak bir sosyal eylem gereklidir (Demirbilek, 2007: 18).

2.5.3. Feminist Yaklaşım

Mary Wallstonecraft'ın " A Vindication of the Rights of Woman" (1792) isimli eseri ile temellerini attığı feminizm akımının kökeninde cinsiyet rollerinin eleştirel bir tutumla tartışılması bulunmaktadır. Feminizme göre cinsiyet, biyolojik bir özelliktir ancak toplumsal cinsiyet biyolojik özelliğin bir sürdürücüsü değildir. Simon De Beavouir'ın "kadın doğulmaz, olunur" sözü bu anlamda cinsiyet rollerinin, fizyolojik belirlenmişlikle dağıtılamayacağı, kadınlık ve erkeklik rollerinin yani "toplumsal cinsiyet" in dağılımının etkinliğinin en önemli unsur olduğunu belirtmektedir. Diğer bir deyişle toplumsal cinsiyet kavramı, kültürel bir sürecin ürünüdür ve kadın ile erkek birer sosyal kategorizasyonu işaret etmektedir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet biyolojik bir gerçeklikten çok, kadınlar ile erkekler arasındaki toplumsal ilişkilerin ve iktidarın düzenlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu yanı sıra bu kavramlar "kültürel olarak inşa edilmişlerdir" (Günay ve Bener, 2011: 167).

Kültürel olarak inşa, toplumsal cinsiyet kavramının, dinler, ideolojiler, kültürel sistemler ve toplumsal iş bölümü ile tescil edilmesini sağlamaktadır. Buna göre kadın, ev içinde çalışmakta ve doğurmakta, erkek ise kamusal alanda üretimle ilgili sorumlulukları üstlenmektedir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet rollerinin bir sonucu olarak kadınlar kamusal alana açıldığında ve sosyo-ekonomik roller aldıklarında onlara düşük ücret ödenmekte ve kariyer olanaklarının önüne geçilmektedir. Bu da aslında erkeklerin kadınlar üzerindeki iktidarının sürdürülmesi anlamına gelmektedir. Ayrıca kadınlar sosyo-ekonomik bir rol üstlenip, istihdam edilseler bile evdeki işler konusunda adil bir bölüşüm ile karşı karşıya kalmazlar ve evdeki işleri de üstlenirler. Bununla birlikte kriz dönemlerinde özellikle de evli kadınlar daha önce işten çıkartılır, eğitim düzeyleri düşük tutulur ve iş yerindeki eğitim fırsatlarından görece daha az istifade ederler. Bu da feminizm kuramına göre ataerkil sistemin ev içini düzenlediği gibi, iş yaşamını da düzenlediği anlamına gelmektedir (Özçatal, 2011: 25). Feminizm kendi içerisinde liberal, sosyalist ve radikal feminizm olarak üç kategori altında ele alınmaktadır.

2.5.3.1. Liberal Feminizm

Liberal feminizme göre bireyler yeteneklerini geliştirmek ve kendi çıkarlarının peşine düşmek için özgür olmalıdır. Bu yanıyla birer özne olarak kadınlar, erkeklerle aynı hakları talep etmektedirler. Bir organizasyon olarak toplumda kadınlar da hak ve çıkarlarını genişletmek istemekte, erkekler tarafından oluşturulmuş önyargı ve ayrımcılığa karşı eşitlikçi bir görüşü benimsemektedirler. Bu anlamda aile, çalışmayı arzu eden kadınların çocuk bakımı ve annelik iznini gerektiren bir sosyal kurumdur. Bu nedenle aile yapısı değiştirilmelidir.

Bu bağlamda aileye eşlik eden diğer iktidar üretim aygıtları okul ve medyadır. Eşitsizlik üreten bu yapıların ortadan kaldırılması için çocuklar cinsiyet eşitsizliği içerisinde büyütülmemeli ve erkekler ile kadınlar doğuştan eşit şanslara sahip olmalıdırlar. Bununla birlikte, liberal feministlere göre kadının çalışma yaşamındaki konumu

genişletilmeli ve kadın çalışma yaşamında daha üretken olmalıdır. Liberal feminizm iki nedenden ötürü eleştiriye uğramıştır. Bunlar;

- a)Kadın ve erkek arasındaki deneyim ve çıkar açısından gerçek farkları göz ardı etmesi,
- b)Eşit şansın adaletli sonuç üreteceğine duyduğu güvendir (Demirbilek, 2007: 19).

2.5.3.2. Sosyalist Feminizm

Bu kuram, çatışmacı yaklaşımın etkisi altındadır ve erkek ile kadın arasında, erkek lehine gelişmiş dengelerin varlığına atıfta bulunmaktadır. Sosyalist feministlere göre, sınıfsal eşitizlik kadın ve erkek arasında da varlığını sürdürmektedir ve erkeğin kadına yönelik baskısı zamanla farklı ırklara ve engellilere yönelik baskıcı yaklaşımlarla etkileşime girmektedir. Onlara göre bu eşitizliğin üreticisi bizatihi kapitalizmdir ve yola çıkış noktası olarak liberal feministlerle benzerlik taşıyalar da, bu noktada ayrılmaktadırlar. Kadın istismarı kapitalizmin bir ürünü olduğundan, ekonomik kurumlardaki temel değişiklikler kadını özgürleştirecektir. Bu yaklaşım ise radikal feministler tarafından güç ilişkilerinin sadece şiddet boyutuna hapsedilmesi nedeniyle eleştirilmiştir (Demirbilek, 2007: 19).

2.5.3.3. Radikal Feminizm

Radikal feministlere göre erkeklere güç ve ayrıcalık tanıyan sosyal sistem ataerkilliktir ve ataerkillik sosyalist devrim bile olsa bitmeyecek bir düşünce yapısı oluşturmuştur. Bu bağlamda, ataerkillik kadınların fizyolojik özelliklerinden - cinselliği, üretmesi, hareketle onu ikincil plana itmektedir. Bu nedenle bazı radikal feministler heteroseksüel cinselliği tartışmaya açmış ve yeni üreme teknolojilerine (kadının ve erkeğin birlikte hamile kalması) eğilim göstermişlerdir. Ancak bu sınırlı bir yaklaşımdır ve bunun yerine "kadın merkezli kültür" önerilmektedir. Ataerkilliğin karşısından toplumsal yapı içerisinde kadına özgü yapılarını önceleyen bu yaklaşıma göre, her kadın kendi gücünün

farkında olmalı ve ataerkil sistemin yerine kadın merkezli bir kültürü ikâme etmelidir. Bu bağlamda radikal feminizm ise kadınların ortak deneyim ve cinsiyet farklılıklarına yoğunlaştığı ve kadınların kendi içlerindeki çatışmaları göz ardı ettiği için eleştirilmektedir (Demirbilek, 2007: 19).

2.5.4. Neo-Klasik/ Beşeri Sermaye Kuramı

İktisat literatürüne ait olan bu kuramda, kadın işgücünün çalışma yaşamında almış olduğu düşük konumun nedeni, kadınların erkeklere nazaran daha az beşeri sermayeye sahip olmaları olarak gösterilmektedir. Beşeri sermaye en genel tanımı ile vasıf (kalite), tecrübe ve mesleki bilgidir. Bu kuram aslında cinsiyet rol dağılımında kadına atfedilen özelliklerin yani kadının eş ve anne konumunun ona getirdiği sorumlulukların iş yaşamının önünde engeller olarak çıktığını betimlemektedir. Kadınlar, ev işlerini yaparak, çocuk bakarak ve ailelerinin düzenini sağlayarak diğer bir deyişle "yuvayı yapan dişi kuşlar" olarak sosyo-ekonomik yaşam içerisinde aktif katılımcı olamamakta, işe devam sıkıntısı yaşamakta ya da kısıtlı işlerde çalışmaktadırlar. Ancak tüm bu sorumlulukları almak kadının bireysel ve rasyonel tercihinin birer sonucudur (Özçatal, 2011: 24).

3. BÖLÜM

TURİZMDE KADIN İSTİHDAMI VE GİRİŞİMCİLİĞİ

3.1. TURİZMDE KADIN İSTİHDAMI

3.1.1. Turizm Sektörü ve Özellikleri

Turizm kelimesi, Latince "tornus" ve İbranice "tora" kelimelerinden türemiştir ve insanların bir eksen etrafında dönme eylemine gönderme yapmaktadır. Tornus kelimesi, İngilizce, Fransızca, Almanca, İtalyanca gibi dillerine "tour" şeklinde dönüşmüştür ve bu hali ile turizm kavramı, insanların dairesel bir eylemle görülmeye değer yerleri, eğlence, seyahat, iş vb. amaçlarla gezip görmelerini ve buldukları yere geri dönmelerini ifade etmektedir (Yıldız 2011: 55).

Turizm çeşitli tanımları geliştirilmiş bir kavramdır. Sezgin'e göre (1995:4), "Devamlı ikâmet edilen yerin dışında tüketici olarak tatil, kültür, eğlence, dinlenme vb. ihtiyaçların giderilmesi için gerçekleştirilen seyahat ve geçici konaklama hareketleri" olarak öne çıkan turizm, Bayer'e göre ise (1992:3); "*Dinlence ya da iş amaçlı bir yerden yola çıkarak belli bir destinasyona yönelen insani faaliyettir*". Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği (AEIST) ise turizmi, "Sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getiren hiç bir uğraşta bulunmamak kaydıyla bireylerin geçici konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin bütünü" olarak tanımlamaktadır. Bu tanımdan hareketle, öğrenim amacıyla gerçekleştirilen uzun süreli konaklamalar ya da iş aramak için gerçekleştirilen seyahatler turizm kapsamında değerlendirilememektedir (Sarkım, 2008:17). OECD ise turizm ve turisti şu şekilde tanımlamaktadır; "*Turist, zevk, tatil amacıyla, ailevi, sağlıksal vb. nedenlerle seyahat eden bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif vb. sebeplerle ya da çeşitli toplantılara katılmak için seyahat edenler, iş seyahati gerçekleştirenler ve deniz gezileri yapanlardır*" (Şahiner, 2012:7).

Bu bağlamda turizm şu özellikleri içeren eylemdir (Kozak ve Bahçe, 2009:4);

- a) Seyahatin olağan ve günlük ihtiyaçlar haricinde gerçekleştirilmesi,
- b) Konaklamanın geçici bir süreye yayılması,
- c) Turizm işletmelerinin ürün ve hizmetlerinin talep edilmesi,
- d) Seyahatin gelir elde etme amacı taşımaması.

İnsanlık tarihi aynı zamanda insanların seyahat etmelerinin tarihidir. Özellikle M.Ö. 4000 yıllarında Sümerler'in tekerleği icadı ile birlikte artan seyahat faaliyetleri beraberinde alışveriş yapmak için seyahat kültürünü ve yol kenarlarında konaklama ünitelerinin kurulmasını getirmiştir. Bu anlamda ilk kez Sümerler, M.Ö. 3000 yıllarında Mısır'a piramitleri ve tapınakları görmek için seyahatler gerçekleştirmişlerdir. Antik Yunan'da M.Ö. 700'de gerçekleştirilen Olimpiyat Oyunları yakın coğrafyalardaki herkesi mobilize eden ve konaklama, seyahat faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bir etkinliktir. Bunu izleyen Roma döneminde de seyahat edilen yollarda manastırlar yolcuların ihtiyaçlarını karşıladıkları üniteler olmuştur. Bu dönemde özellikle Hristiyanlığın yayılmasında havarilerin gezilerinin önemli payı vardır. Doğu'da ise İpek Yolu boyunca seyahat eden seyyahlar, tüccarlar vb. için hanlar konaklama ve yiyecek-içecek ihtiyaçlarının giderildiği yerlerdir. Yine Hz. Ömer döneminden sonra İslam'ın yayılması için Müslümanlar seyahat faaliyetlerine başlamış ve rotalarına Kuzey Afrika ve Orta Doğu'yu almışlardır (Şahiner, 2012:8-9).

Orta Çağ'da Venedik'ten Çin'e kadar geziler gerçekleştiren Marco Polo, Vasco De Gama, Evliya Çelebi örnekleri görülürken, Yeni Çağ'da turizm faaliyetleri bilim, teknik, sanat ve kültür alanındaki gelişmelerle hız kazanmıştır. Bu bağlamda, 17. yüzyılda seyahat etmek ayrıcalıklı bir konumu yansıtmaktadır. Seyahat eden kişi, zengin, çalışmaya ihtiyacı olmayan, alım gücü ve zamanı olan kişidir ve bu da yüksek sınıflardan insanlara mahsus bir durumdur. Dolayısıyla turizmin ayrıcalıklı bir sınıfın uğraşı olmaktan geniş kitlelere mâl olmasına doğru gerçekleştirdiği yolculuk için birkaç yüz yıl daha beklemek gerekmiştir. Bu anlamda, sanayi devrimi bir kırılma noktasını teşkil etmektedir. Özellikle, buharlı gemiler, trenler, otomobil endüstrisindeki dönüşümler toplu seyahat kavramını gündeme getirmiştir. Bu anlamda 1841'de İngiltere'de 570 kişilik bir turist grubunu at yarışı izlemek için bir şilin karşılığında bir

kentten diğere götüren Thomas Cook, ilk tur operatörü sıfatını kazanmıştır (Şahiner, 2012:9).

20. yüzyıl, turizm ile ilgili önemli gelişmelerin gündeme geldiği bir dönemdir. 1. Dünya Savaşı'nın ardından gelen 1918-1920 yılları arası modern turizmin başladığı tarih olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde otel, motel, ulaşım araçları, yollar, plajlar, eğlence ve spor alanları, konaklama tesisleri vb. tüm unsurların dahil olduğu bütünsel bir yapı oluşmuştur (Yıldız, 2011:57).

1920'de Fransa'da Temsilciler Odası'nın ücretli izin yasasını kabul etmesi ve çalışanların 12 gün ücretli olarak dinlenme hakları orta ve alt sınıfların seyahat kültürünün gelişmesinde belirleyici olmuştur. Yakın akrabalarına ve arkadaşlarına bir kaç günlük seyahatler gerçekleştiren çalışanlar, otomobilin popülerlik kazanmasıyla daha sık mobilize olmaya başlamışlardır. 1980'de yayımlanan Manila Bildirgesi ise turizmin sosyal bir olgu olduğunu ve işçilerin ücretli izin hakkı ile seyahat etmelerinin izninin verildiği dönemden o güne kadar farklı görünüm kazandığının belirlenmesi ile sonuçlanmıştır (Şahiner, 2012:10).

Turizm sektörü bugün dünyada "Bacasız sanayi" olarak nitelendirilen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınmasında en önde gelen sektörlerden biridir. Bu ülkelerde turizm hem en önemli ihracat kaynağı konumunda bulunurken hem de ekonomik büyümenin lokomotifi niteliğindedir. Özellikle geleneksel tarımsal üretimin gerilediği gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörüne önem verilmekte böylece turizm bölgelerindeki temel sosyal haklardan yoksun insanlar da ekonominin bir parçası kılınmaktadır (Yanardağ ve Avcı, 2012: 40).

İstihdam yaratması, bölgesel kalkınma sağlaması, yatırımların geliştirilmesi, ekonomik getirisi ve döviz girdisi ile turizm, 1950'li yıllardan sonra ülkeler için ulusal bir kalkınma modelinin en temel enstrümanlarından birine dönüşmüştür. Bugün Akdeniz Çanağı tabir edilen bölgede İspanya, Fransa, İtalya gibi gelişmiş ülkeler turizm alanında faaliyet gösterirken, Türkiye, Fas, Tunus, Cezayir, Mısır vb. gelişmekte olan ülkeler de turizm alanında ciddi yatırımlar gerçekleştirmektedirler. Özellikle turizm emek-yoğun

bir sektör oluşu ile ön plana çıkmaktadır. Bu da işsizlik sorununun yaşandığı kırsalda turizm yatırımları doğrultusunda o bölgenin insanının sürece entegre edilmesi sonucunu beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla turizm potansiyel açısından diğer sektörlerle oranla çok daha fazla istihdam yaratma imkanına sahiptir (Yıldız, 2011: 55).

Görüldüğü üzere turizm bir ekonomik gelişmişlik düzeyine endekslenmiş olan ve ardından bir yana bırakılan bir model değildir. Aksine son yirmi yılda ön plana çıkan sürdürülebilir modelleri ile turizm sektörü coğrafi-iklimsel farklar gözetilmeksizin her bölgenin, yerel yönetimin, devletin özel ilgi gösterdiği ve kalkınma projesinde ajandasının en başına yazdığı bir alandır. Bugün gelişmiş ülkeler turizm sektörünün gelir yaratan yönüne özel ağırlık verirken, gelişmekte olan ülkeler ise sektörün döviz girdisi sağlayan ve istihdam olanakları yaratan yönünden istifade etmektedirler. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerin ihracatı ara ve yatırım malı ithalatına bağlı olduğu için döviz ihtiyacını gidermekte turizm sektörü önemli bir işleve sahiptir (Yıldız, 2011: 54).

1950'li yıllara kadar lüks tüketim kategorisine ait olan turizm şu unsurların etkisiyle küresel anlamda yaygın bir ihtiyaca dönüşmüştür (Kozak ve Bahçe, 2009: 13)

- a) Dünyadaki toplumsal ve ekonomik gelişme,
- b) Gelir düzeylerindeki artış,
- c) Ulaşım araçlarının hız ve kapasitesindeki artış,
- d) Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişme,
- e) Çalışma sürelerindeki standardizasyonlar,
- f) Ücretli tatillerin yaygınlaşması,
- g) Gelişmiş Batı ülkelerinde eğitilmiş, zengin ve yaşlı nüfustaki artış.

Dünya turizmi, 1980 ile 1990 arasında %60, 1990-2000 döneminde ise %52'lik büyümeler sergileyerek 2006'da 842 milyon kişinin dahil olduğu ve 735 milyar \$'lık gelir yaratan bir sektöre dönüşmüş, 2009'da ise 880 milyon turist sayısına ulaşmıştır. 2011'de ise küresel turizm gelirleri 1 trilyon \$'a varmış, turist sayısında ise bir önceki seneye göre %4,6 artış sağlanarak 983 milyon kişiye varılmıştır. 2012'de turizmin

küresel GSH'daki payı 2 tilyon \$'dır. Dünya Turizm Örgütü (WTO)'nun 2020 yılı için dünyada turizm gelirin'e yönelik rakamsal tahmini 2 trilyon dolar olmuş olup, bu rakamlar henüz 2012 yılında yakalanmıştır. 2007'de 903 milyona kadar çıkan turist sayısı 2020'de 1.6 milyar turistin katılacağı bir faaliyet alanı olarak öngörülmektedir (Yıldız, 2011: 57). Kuşkusuz bu göstergelerden anlaşılabilceği gibi, turizm dünyada en çok yükseliş kaydeden ve döviz getirisi, ekonomik büyüme ve istihdam yaratma parametreleri anlamında en çok gelecek vaad eden sektörlerin başında gelmektedir.

Turizm sektörünün özellikleri ise şu şekilde sıralanmaktadır (Yanardağ ve Avcı 2012: 41-42);

- a) Turizmde tüketici ürünü tüketmek için üretim yerine gitmek zorundadır,
- b) Turizm ulusal ekonomideki bir çok sektör üzerinde direkt etkiye sahiptir,
- c) Turizm mevsimsel dalgalanmalardan, olumlu iç gelişmelerden yavaş, olumsuz ve dış gelişmelerden ise hızla etkilenmektedir,
- d) Turizm jeo-ekonomik varlıklar, sosyo-kültürel varlık, değer, olaylar ve hizmetlerin aktive edilerek dışa satılmasıdır,
- e) Turizm ürünü soyuttur, bu nedenle poster, reklam, afiş, film vb. ile tanıtılır,
- f) Turizm sektörü emek-yoğun bir sektördür, bu nedenle insan unsuruna bağımlıdır.

Turizm çeşitli kaynakların etkin, verimli ve sürdürülebilir bir şekilde kullanımı sürecidir. Diğer bir deyişle, turizm doğal ve tarihi güzelliklerin sonsuz olduğu fikrinden hareket etme lüksüne sahip değildir. Bu algıyı sürdüren kitle turizmi ciddi sürdürülebilirlik sıkıntıları içermektedir. Bu nedenle kaynakların yeniden üretilerek ve bölge sakinlerini içerisine alan çözümlerle değerlendirilmesi gerekmektedir.

Turizmin sahip olduğu kaynaklar şu şekilde sıralanmaktadır; doğal kaynaklar, insan yapısı kaynaklar ve sosyo-kültürel kaynaklar. Bunlardan ilki ormanlık alanlar, sahiller, ulusal parklar vb. içerirken, insan yapısı kaynaklar ise arkeolojik alanlar, tarihsel yerleşimler vb.'dir. Son olarak sosyo-kültürel kaynaklar ise mutfaklar, törenler, gelenek ve göreneklerdir (Akış, 1999: 36). Ancak turizmde en önemli kaynakların başında beşeri sermaye gelmektedir. Beşeri sermaye turizm sektörü içerisindeki insan

kaynağıdır ve turizm istihdam yaratarak bu insan kaynağını etkin ve verimli bir şekilde kullanmayı amaçlamaktadır. Özellikle ülkemiz gibi gelişmekte olan bir ülkede turizme açılmış bölgelerde yaşayanların turizmin yarattığı potansiyellerden yararlanmadığı bir kalkınma modeli düşünülemez. Bu nedenle turizm ile direkt ilişkisi olan istihdamı ayrı bir başlık altında değerlendirmek önem arz etmektedir.

3.1.2. Türkiye'de Turizm Sektörünün Gelişimi

Türkiye'de turizm özellikle 1980 sonrası devlet teşvikleri ve geniş özelleştirme hareketleri sonucu asıl ivmesini kazanmış olup, daha önceki dönemlerde planlı kalkınmanın bir parçası olarak algılanmıştır. Bu bağlamda, 1923-1962 döneminde faaliyet gösteren ilk turizm derneği Raşit Saffet Atabinen ve bir grup aydının kurduğu Seyyahin Cemiyeti'dir. Bu cemiyet sonraları Türkiye Turing Kulübü ve Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü isimlerini almıştır. Bugün bu oluşum varlığını Kamu İktisadi Teşebbüsü olarak sürdürmektedir. Kurum, Türkiye'de ilk turizm prospektüslerini, afişleri, karayolu haritalarını hazırlamış, ilk tercüman rehberlik sınavlarını gerçekleştirmiş ve yasal çalışmalar yapmıştır (Yıldız, 2011: 57-58).

Türkiye'de turizm sektörüne yönelik ilk yasal çalışma ise 1934 tarihli "İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında 2450 Sayılı Kanun"dur. 1939'da turizm işleri müdürlük olarak Ticaret Bakanlığı'nın bünyesine alınırken, sırasıyla turizm işleri 1940'ta Basın ve Umum Müdürlüğü'ne, 1943'te Basın Yayın Umum Müdürlüğü'ne, 1949'da Basın Yayın'a ve Turizm Genel Müdürlüğü'ne bağlı Turizm Dairesine bağlanmıştır. 1950'de ise bu kez Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu ele alınarak, Emlak Kredi Bankası'nda 1.000.000 TL hacminde bir kredi fonu oluşturulmuştur. Bunu takip eden diğer gelişmeler ise şu şekilde sıralanmaktadır (Yıldız, 2011: 58);

- a) Turizm Endüstrisi'ni Teşvik Kanunu'nun Yürürlüğe Girişi ve 10 yıl süreyle sektöre vergi muafiyeti (1953),
- b) Turizm Bankası'nın Kurulması (1955),

- c) Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nün "Basın Yayın ve Turizm Vekâleti" adını alışı (1957),
- d) DP iktidarının turizme yönelik faaliyetlerinin soruşturulmasından ötürü faaliyetlerin durdurulması (1960),
- e) 265 sayılı kanun ile Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurulmuştur (1963),
- f) *1960-1983 Kalkınma Planları Dönemi*; Bölgelerin kaynak envanterlerinin çıkartılması, Fiziksel plan çalışmalarının yapılması, teknik altyapı çalışmaları, öncü örnek tesislerin yapılması (yat limanları, konaklama tesisleri vb.),
- g) Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB)'nin Kurulması (1972),
- h) "2634" Sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu"nun çıkartılması (1983).

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu aynı zamanda özelleştirmelere hız verilen bir dönemdeki turizm uygulamalarının temel çerçevesini oluşturmuştur. Bu dönemde TÜRSAB, TÜROB (Türkiye Otelciler Birliği), TUGEV (Turizmi Geliştirme Vakfı), TTYD (Turizm Yatırımcıları Derneği) gibi turizmde özel sektörü temsil eden kurumlar aktif görev üstlenmişlerdir. 1988 ile 1998 arasındaki on yılda Türkiye'nin küresel turizmden aldığı pay %0.03'ten %1,8'e çıkarken, yabancı turistlerin sayısı ise 2,8 milyondan 9,7 milyona yükselmiştir. Bu bağlamda turizm gelirleri ise 2 milyar \$'dan, 7,2 milyar \$'a yükselmiştir (Yıldız, 2011: 59).

Bugün Türkiye, 2023 Stratejik Planı'nda turizme çok büyük önem atfetmiş ve onu kalkınmasının lokomotif sektörlerinden biri olarak belirlemiştir. Türkiye "Müze Ülke" olarak nitelendirilirken üzerinde var olan mutfaklar, inançlar, ritüeller, etnik kimlikler, sosyal yaşantılar bölgedeki en orjinal dokulardan birini temsil etmektedir. Bugüne kadar 3-S (Deniz-Güneş-Kum) turizmine yatırım yapmış olan Türkiye turizminin UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'ne dahil olan doğal ve kültürel on bir unsur bulunmaktadır. Bununla birlikte 2010 kayıtlarına göre Türkiye'de Paleolitik/Epipaleolitik Çağ'a ait 452, Neolitik Çağ'a ait 371, Kalkolitik Çağ'a ait 1.229, Tunç Çağı'ndan ise 2986 yerleşim bulunmaktadır.

2023 Turizm Stratejisi'nin temel amaçları içerisinde bu mirasın aktive edilmesi de bulunmaktadır. Mirasların bulunduğu konumlar ve bölgeler göz önünde

bulundurulduğunda bu faaliyetin aynı zamanda bir istihdam yaratma olanağı sunduğu da görülmektedir.

3.1.3. Turizmde İstihdam

Turizm insanın merkezinde olduğu emek-yoğun bir sektördür. Bu nedenle otomasyona diğer sektöre nazaran daha az yer açmakta ve sunduğu hizmetin niteliğinden ötürü, eğitilmiş insan kalitesine ihtiyaç doğurmaktadır. Eğitilmiş insan kalitesi kavramı ile kast edilen 5 yıldızlı bir otelin müdüründen, kırsal turizmde el işi ürün satan bir tezgahların dil bilmesine dek aynı paydada değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda, gelişmiş turizm ülkelerinin örneklerine bakıldığında sadece 3-S (Deniz-Kum-Güneş) ya da tarihi ve doğal güzelliklerden örülü bir turizm stratejisinin merkeze alındığı görülmemekte, bununla birlikte bu değerleri anlamlandıran organizasyon ve insan gücü ön plana çıkmaktadır (Yanardağ ve Avcı, 2012: 43).

Turizmde insan kaynağının yerine otomasyonu koyabilmek mümkün olmamakla birlikte, eğitilmiş insan kaynağına olan ihtiyaç da azalmayarak artacaktır. Bu bağlamda turizm sektöründe eğitilmiş insan gücüne ihtiyaç olduğu çok açıktır. Çünkü kaynakları doğru yönetmek, ondan etkili ve verimli sonuçlar almak ve performans-çıkıtı kalitesi açısından kaliteye ulaşmak insan kaynağı ile ilgili bir sorundur. Bugün dünyada hizmet sektörü genişlerken, bu sektörün en önemli üyelerinin başında gelen turizmin kaliteli insan kaynağına olan ihtiyacı artmaktadır. Dolayısıyla, ulusal sektörleri zincirleme bir şekilde etkileyen bir sektör olarak turizmde kalite üretimi demek, ülkeye döviz girdisi ve üst yapı yatırımları sonucu yeni istihdam olanaklarının açılması demektir.

Turizmde üç tür istihdam söz konusudur. Bunlar;

Doğrudan İstihdam: Bu kategori içerisinde konaklama, yeme-içme, ulaştırma, acente işlemleri ve tur rehber hizmetleri vb. doğrudan faaliyetler gelmektedir.

Dolaylı İstihdam: Dolaylı istihdam kategorisinde turizm sektöründe ihtiyaç olan turistik hizmet ve ürünlerin üreticileri ve turistlerin harcamalarından dolayı katkı görenler gelmektedir. Bunlar balıkçılar, inşaatçılar, zanaatkarlar, bankalar vb.'dir.

Uyarılmış İstihdam: Doğrudan ya da dolaylı istihdam sonucu oluşan gelirlerin harcanmasıyla ekonomide yaratılan ek istihdamdır. Örneğin, turistik ürün imalatçısı elde ettiği geliri yeniden ekonomiye döndürdüğünde ve bu döngü istikrarlı ve güçlü şekilde tesis edildiğinde, yeni işler ve iş kollarının açılması mümkün olacaktır (Yıldız, 2012: 60).

Bugün dünyada 2012 verilerine göre 100 milyon kişi turizm sektöründe istihdam edilmektedir ve dolaylı etkilerle birlikte 260 milyon rakamı ortaya çıkmaktadır. 2020'de ise 356 milyon kişinin turizm sektöründe istihdam edilmesi beklenmektedir. Bu bağlamda turizm ve seyahat sektörüne, istihdam, büyüme, ekonomik gelişme bağlamında 18-19 Haziran 2012 Los Cabos'ta organize edilen G-20 Zirvesi'nde atfedilen rol de bu'dur (Sarkım, 2008: 3).

Bugün ülkemizde istihdam yaratma anlamında turizm gerilerde gelse de, taşıdığı potansiyel ve az yatırımla geniş istihdam sağlama olanağı sayesinde harekete geçirilmesi gereken sektörlerin en başında gelmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için turizm ciddi potansiyeller içeren bir sektördür. Bu anlamda dolaylı istihdamın doğrudan istihdama nazaran daha geniş ölçekli sonuçlar sağladığı gözlemlenmektedir. Örneğin 2010 yılında dolaylı istihdamın turizm sektörünün toplam istihdamı içerisindeki payı %19,81'dir. Yine TÜİK'in 2010 verilerine göre turizmdeki istihdamın toplam istihdam içerisindeki payı da ciddi artış göstermiş ve %12,46'dan %26,51'e yükselmiştir (TÜİK, 2010).

Turizm sektörü istihdam konusunda çeşitli avantajlar sunan bir sektördür ancak bununla birlikte istihdam gücünün çeşitli nedenleri vardır. Bunlar (Yıldız, 2011: 67-68);

Turizmin Mevsimsel Karakteri: Ülkemizde turizm yılın belirli aylarında yoğunlaşan bir faaliyettir. Bu aylar geleneksel kitle turizminde Mayıs-Eylül ayları arasında kalan dönemdir ve bu nedenle işletmeler sürekli personellerine ek olarak talebi karşılamak amacıyla mevsimlik personel çalıştırma yoluna da gitmektedirler. Bu ise senelik planlarda ciddi dalgalanmalar olmasına neden olmaktadır. Mayıs ile Eylül arası bir işletme tam kapasite ile istihdam sağlarken, yılın kalan aylarında işletme çok az sayıda

personel çalıştırmakta bu ise bir maliyet oluşturmaktadır. Ancak özellikle geleneksel kitle turizmi dışındaki türler için turizm senenin on iki ayına yayılmış bir etkinliktir. Kültür turizmi, destinasyon turizmi gibi isimlerle anılan bu kategoride destinasyonda yaşayan yöre halkı çeşitli çözümler vesilesi ile turizm sektörü içerisinde 12 ay boyunca var olabilmektedir.

Turizmin İşgücü Transferi: Turizm mevsimsel karaktere sahip olmasından ötürü istihdam edeceği personeli, geleneksel sektörlerden transfer eder. Bu ise bünyesine kattığı kitlenin yarı kalifiye ve çoğunlukla niteliksiz bir yapıya sahip olmasına neden olur. Bu bağlamda, herkes turizm sektörü içerisinde var olabilir ve sektör değişikliklerini turizm sektörüne doğru gerçekleştirebilir. 2011'de sektöre yönelik işgücü akımı sektörel istihdamın %30'una tekabül etmektedir.

Turizm İşletmelerinin Boyutu: Türkiye, 20. yüzyılın son on senesinde ve 21. yüzyılın ilk on senesinde turizm tesisleri anlamında önemli bir portföye sahip olmuştur. Tesis profili anlamında büyük, orta, küçük çaplı binlerce tesis söz konusudur. Bu da turistik tesislerin istihdam edecekleri personelin sayısı üzerinde direkt olarak etkili olmaktadır.

Demografik İstihdam Yapısı: Turizm sektöründe otel, motel, pansiyon gibi işletmeler ağırlıklı olarak aile işletmeleridir ve bu nedenle ailenin üyeleri olan kadın, çocuk ve yaşlılardan oluşan personel, diğer sektörlerle göre çok daha fazla istihdam edilmektedir. Bununla birlikte, geleneksel turizmin yerine ikâme olunmaya başlayan kültürel turizm türlerinde turistik bölge halkı daha aktif süreç içerisinde yer almakta, turistik ürün ve hizmetlerin üretim, sunum, tanıtım vb. süreçlerde aktif görev almaktadır. Özellikle kadınların bu anlamda, çalışma bağlamında da öne çıkan etkinliğinden söz edilebilmektedir.

Çalışma Şartları: Turizm sektörü 7/24 hizmet veren bir sektördür. Konaklama ve yiyecek-içecek asli unsurlarının üzerinde yükselmesinden ötürü hafta sonu, gece, bayram, izin vb. zamanlar işsel yoğunluğun hafiflediği değil, aksine daha da yoğunlaştığı dönemleri ifade etmektedir. Bu da çalışanları zorlamakta, özellikle kadın çalışanlar için sıkıntılı durumlar doğurmaktadır.

Eğitimli İnsan Kaynağı: Turizm sektöründe istihdam edilen personel ağırlıklı olarak niteliksiz ya da yarı kalifiyedir ve mesleki anlamda daha önce eğitim görmemiştir. Bazı bölgelerde ve işletme türlerinde çeşitli farklılıklar oluşsa da, genelde turizm sektöründe eğitimli insan kaynağı eksikliğinden söz edilebilmektedir.

İş Değiştirme Sıklığı: Turizm sektöründe işletmeler genelde küçük ölçeklidir ve bu nedenle bir iş istikrarı söz konusu değildir. Bununla birlikte bu kategori mevsimsel dinamiklerle de ilişkilidir ve kışın farklı sektörde yer alan biri, yazın turizm sektörü içerisinde istihdam edilmektedir. Buna turizm sektöründeki sendikalaşma düzeyinin düşük olması da eklenmektedir. Eğlence, konaklama, yeme-içme tesislerinde iş verenler sendikalaşmaya negatif bir bakış açısına sahiptirler, bu da personelin turizm sektörü paralelinde sosyal hakları ile kalıcı bir iş süreci gerçekleştirememesine neden olmaktadır.

Tüm bu parametreler düşünüldüğünde, turizmde istihdam yaratmak aynı zamanda bölgelerarası farkların kapandığı bir görünüme de atıfta bulunmaktadır. Bölgelerarası farklardan ötürü, göç unsuru hareket kazanmakta ve büyük kentlere niteliksiz yığınlar göç etmektedir. Oysa ki kırsalda bu kitlenin istihdam edilmesi aynı zamanda bölgenin kalkınmasına ve kentlerin cazibe merkezi olarak algılanmasına engel olacaktır. Ancak bu kitleyi turizme entegre etmek tek başına bir argüman değeri taşımamaktadır. Bu anlamda istihdam edilecek insan kaynağını iyi yönetmek ve eğitmek önem kazanmaktadır. Öğrenciler, niteliksiz personel vb. sosyal gruplardan insanlar doğru eğitimle turizm içerisinde istihdam edilebilir. Çünkü gelişmiş ülkelerdeki verilere göre turizm sektörüne istihdam anlamında katkıda bulunan nüfusun demografik verilerine bakıldığında, 30-44 yaş arası bir yoğunlaşma gözlemlenmektedir. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'de ise bu yaş grubu 18-29'dur. Bu kitlenin önemli bir bölümü ise erkektir.

Oysa, turizmin bu bağlamda içerdiği potansiyelden istifade edecek bir diğer grup da kadınlardır. Ülkemizde turizmde kadın istihdamı %5 ile %10 arasında hareketlenme sergilemektedir. Bu harekette turizmdeki mevsimsel dalgalanmaların payı büyüktür. Yine bununla birlikte gelişmiş ülkelerde kadın işgücü genelde de toplumsal anlamda sosyo-kültürel çerçevede, eğitim, uzmanlaşma gibi alanlarda gelişmişlik göstergesi olduğu

gibi, turizm özelinde de bu türden anlamlara referans vermektedir. Ancak genel istihdam ile mukayese edildiğinde, turizmde istihdam edilen kadınların demografik özellikleri daha farklı görünüm kazanmaktadır. Dolayısıyla bu unsurların Türkiye'de kadın istihdamında düşük olması, turizmde kadın istihdamını etkilemekteyse de, mevcut istihdam içerisindeki kadın profili daha farklıdır (Yanardağ ve Avcı, 2012: 45).

Oysa ki, turizm sektörünün içerdiği potansiyellerden biri de farklı demografik yapıya sahip grupları istihdam çerçevesinin içerisine çekmektir. Özellikle kırsal turizm türlerinde bölge halkının geleneksel bakış açılarının dışına çıkarak üretime katılması ve ev içerisinde ücretsiz işçilik yerine öncelikle haneye, ardından bölgeye ekonomik katkı sunması son yıllarda önem verilen bir motif olmuştur. Bu nedenle kırsal turizmde kadının istihdam edilmesi önem kazanmış, turistik ürün ya da hizmetleri üreten, tanıtan ya da sunan kadınların turizm sektörü içerisinde eğitilmiş bir insan kaynağını oluşturmaları bir sorunsala dönüşmüştür. Bu nedenle, turizm sektöründe kadın istihdamını daha ayrıntılı incelemek gerekmektedir.

3.1.4. Turizmde Kadın İstihdamı

Türkiye'de kadın istihdamı incelendiğinde, bunun ağırlıklı olarak tarım sektöründe yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Buna göre Türkiye'de toplam kadın nüfusunun %74'ü tarım sektöründe istihdam edilmektedir. Bu veri beraberinde ülkemizdeki kırsal kadınların %51'inin işgücüne katıldığını göstermektedir (Kantar, 1999: 30). Bununla beraber kadınların diğer yoğun istihdam edildiği alanlara bakıldığında ise sırasıyla, tekstil, öğretmenlik, tıp, bankacılık, borsa, gıda, madencilik, otomotiv, medya, turizm ve sigortacılık sektörleri görülmektedir. Ancak elbette bunların önemli bir bölümü kentli kadınların yoğunlaştığı sektörlerdir (İpek Yolu Kalkınma Ajansı, 2011: 9).

Turizmde ise istihdam edilen kadın oranı ancak %5 ile %10 arasında kaydedilmektedir. Oysa bugün dünyada turizm sektöründe çalışan kadınların oranı %46 olarak kaydedilmiştir. Ülkemizde ise bir veri olarak otelcilik sektöründe çalışan kadınların oranı toplam istihdam edilen kadınların %23'ü civarındadır (Tükeltürk ve Perçin, 2008:

119). Piçakçı'ya göre ise Türkiye'de turizm endüstrisinde istihdam edilen kayıtlı çalışanların %25'i kadındır. Bunlar; konaklamada 24.000, yiyecek-içecek 27.000, havacılık 2.000, seyahat acentelerinde ise 12.000 kişi olarak dağılmaktadırlar¹⁶.

15. Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü Konferansı'nda sunulan araştırmalara göre ise AB ülkelerinin 15'inde otel ve restoranlarda çalışan işgücünün %50'sini kadınlar oluşturmakta, bu oran İngiltere, Avusturya ve Portekiz'de %60'lara çıkmaktadır. Finlandiya'da ise %70 oranı gözlemlenmektedir. Kıta dışına çıkıldığında ise Kanada'da konaklama, seyahat acenteleri, yiyecek-içecek sektöründe istihdam edilen kadın oranı %60'ı bulmakta ve turizm endüstrisinde kadın istihdamı ise %55'e ulaşmaktadır. Dominik Cumhuriyeti'nde turizm sektöründe %50 kadın istihdamı söz konusu iken, Meksika'da bu oran %47'dir¹⁷.

Turizm sektörü aile işletmelerinin ve küçük işletmelerin ağırlıkta olduğu bir sektördür. Bu nedenle bu tip işletmelerde kadınların da sıklıkla çalıştığı gözlemlenmektedir. Örneğin, bir otelin mutfağında çalışan kadınlar işletme sahibinin akrabalarından ya da civar kasaba ve köylerden gelen kadınlar olmaktadır. Bu durumda turizm sektöründe kadın istihdamının haritası tam anlamıyla çıkartılamamakta, genel istihdam sorunları kadın kategorisi özelinde de tekrarlanmaktadır. Ancak bununla birlikte, kadın istihdamında, çocuk-yaşlı-erkek istihdamındakine benzemeyen sosyo-ekonomik ve kültürel çeşitli temalar gözlemlenmektedir. Özellikle ülkemiz gibi geleneksel yapıların hakim olduğu toplumlarda kadınlar hala geleneksel rolleri ile tanımlanmakta, bu rollerin dışarısına çıktıklarında sosyal baskı ile karşılaşmaktadırlar. Annelik ve eş kategorileri kadınların bu anlamda tercih yapmalarını gerektiren faktörler olarak önlerine çıkartılmaktadır. Bu tercihi yapmak zorunda bırakılmadıkları durumlarda ise, kadınlar iş yaşamının getirdiği yükler karşısında sıkıntıya düşmekte ve ev-iş dengesini kuramamaktadırlar. Nitekim bu da baştaki sosyal baskıya dahil olmakta ve iş yaşamı ile aile yaşamının birlikte yürütülemeyeceği tezini onaylar bir durum olarak görülmektedir.

¹⁶ Esra Piçakçı, "Dünyada ve Türkiye'de Turizm Alanında Kadın İstihdamı", [Erişim]: <http://www.turizmdebusabah.com/yazarlar/dunyada-ve-turkiyede-turizm-alaninda-kadin-istihdami-49276.html>, Erişim Tarihi: 24.03.2013.

¹⁷ a.g.y.

Bununla birlikte daha bireyci yapılara kavuşan Batı tipi ailelerde kadınlar çalışma yaşamının bir parçası olmuşlardır. Çekirdek aileler yaşamlarını sürdürmek için çalışmak zorunda olan bireylerden kurulmaktadır. Hem kadının hem erkeğin eve gelir getirmediği durumlarda modern hayat ve onun mali yükleri üstlenilememekte, bu da sorunlar yaratmaktadır. Bu nedenle kadınların iş yaşamı içerisinde yer almaları bir zorunluluğa dönmeye başlamaktadır. Ancak Türkiye'de kentleşme oranları ve hala çalışan kadınların önemli bir bölümünün kırsalda olması farklı stratejiler ve çözümleri beraberinde getirmektedir. Bu nedenle kadınlar "ücretsiz aile işçisi" konumundan sıyrılarak kendilerine ücret ödenen (istihdam edilen) ve gerektiğinde ücret ödeyen (girişimci) konumuna ulaşmaktadır (Fidan ve Nam, 2012: 53).

Turizmde kadın istihdamı, aile işletmelerinde, otellerde pansiyonlarda istihdam edilen odacı, çamaşırcı, aşçı vb. kadınlar dışında, geleneksel el sanatlarına dayalı el işçilikleri, ev uzantılı etkinlikler vb. ile ön plana çıkmaktadır. Bu uğraşlar (Fidan ve Nam, 2012: 53);

- a) Ev pansiyonculuğu,
- b) Yerel ürünlerin imalatı (tarhana, pekmez, salça, el işleri vb.),
- c) Hizmet ve satış (mutfak, sunum vb.)'dir.

Tüm bu unsurlar sıralandığında kadının kırsalda gerçekleştirilen turizm etkinliklerinde oldukça merkezi bir konuma sahip olduğu açıktır.

3.1.5. Turizmde Kadın İstihdamını Etkileyen Nedenler

Turizm sektörü gelişmekte olan ekonomilerin kalkınma ajandasında en önemli lokomotif sektörlerin başında gelmektedir. Çalışmanın başında da vurgulandığı gibi, turizm sektörü döviz girdisi sağlar, bölgesel farklılıkları minimize eder ve istihdam yaratır. Tüm bu katkılarının yanında dolaylı olarak diğer sektörlerin de kalkınmasında turizm en önemli yardımcıdır. Burada özellikle istihdam kavramı önem kazanmaktadır. İstihdam içerisinde kadınların, çocukların ve yaşlıların çekildiği ve ekonomik yaşamın gerçekleri karşısında daha verimli bir ekonomik modele ilerlendiği bir düzleme sahip

olmalıdır. Bu nedenle turizm sektörü istihdam yaratırken sadece erkeklerle sınırlı kalmamalı, kadınları da istihdam çemberine dahil etmelidir. Bu platformda düşünüldüğünde, turizm sektöründe kadın istihdamını etkileyen nedenler şu şekilde sıralanmaktadır;

- a) Sosyo-ekonomik şartlar ve kadının çalışma zorunluluğu,
- b) Turizmdeki istihdam döngüsünün mevsimsel nitelikte olması,
- c) Kırsalda kadın işgücünün yoğunluğu,
- d) Kadınlara yönelik eğitim ve meslek olanaklarının arttırılması,
- e) Kırsal turizmin yaygınlık kazanmaya başlaması,
- f) Ürün fazlasının değerlendirilmek istenmesi,
- g) Düşük eğitimden ötürü resmi sektörlerde iş bulmanın kırsal kesim için zorluğu (Kantar, 1999: 35),
- h) TUSKİP gibi AB destekli projelerin yaygınlaşmaya başlaması,
- i) Yerel yönetimlerin, STK'ların, sanayi ve ticaret birliklerinin organizasyonları.

Bu bağlamda, Türkiye'de "pansiyonculuk ve turizmi geliştirme projesi", "turizm hizmetleri ile kayıtlı istihdamı arttırmak" gibi projelerin yer aldığı programlar, Kuşadası Kibele Kadın Girişimcilik Okulu projesi gibi istihdam arttırıcı projeler, Çankırı Karatekin Üniversitesi'nin "Agro Tourism Projesi", meslek edindirme kursları, servis elemanı yetiştirilmesi, açılılık, yöresel el sanatları, hasır, takı işlemeciliği, dokumacılık gibi eğitimler ve MEB'e bağlı Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün başlatmış olduğu TUREİS projesi önemli çalışmalar olarak ön plana çıkmaktadır¹⁸.

Görüldüğü üzere kadınların turizm alanındaki istihdamı daha çok zorunluluğa dayalı nedenlerden dolayı gündeme gelmiştir. Ancak bu zorunlulukların yarattığı bir diğer açılım ise çoğunlukla kadınların istihdam edilemedikleri noktalarda, özellikle girişimciliğe soyunmalarıdır. Bu anlamda dünyada özellikle mikro-kredi gibi uygulamalarla gündeme daha da çok gelen olguların başında turizm alanındaki kadın girişimciliği bulunmaktadır.

¹⁸ a.g.y.

3.2. TURİZMDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Küreselleşme çağında turizm büyüyen bir sektör olarak beraberinde farklı sosyal gruplar adına çeşitli avantajlar getirmiştir. Bunların başında da kadınlar gelmektedir. Turizmin dinamik ve değişken yapısı geleneksel sosyal rollerin ve kalıpların aşındığı ve tüm unsurların turistik ürün ve hizmet üretiminin içerisine çekildiği bir noktayı işaret etmektedir. Bugün artık kadınlar ailelerinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere üretimde bulunmayı değil, işletmeler aracılığıyla üretim birimleri kurmayı tercih etmekte, ücretsiz aile işçisi ya da mevsimsel turizm işçisi olmaktan "ücret ödeyici" konumuna doğru geçmektedirler (Fidan ve Nam, 2012: 51).

Avrupa'da kadınların kırsalda girişimciliğe eğilmesini özendirilen WERT (Avrupa'da altı ülke ve sekiz eğitim kurumu ile işbirliğine dayalı bir ortaklık amaçları kadın girişimcilere yardım etmek) gibi el sanatları gibi kadın girişimciliğini ön plana çıkaran çeşitli programlar söz konusudur. Buna göre kadınların kendi yetenekleri ve sosyal sermayeleri çerçevesinde yönelebilecekleri hizmet sektöründe faaliyet göstermeleri özendirilmekte, bu ise kadın girişimciliğine alt yapı sağlamaktadır (Fidan ve Nam, 2012: 53).

Turizm alanında kadın girişimciler, yeme-içme, konaklama, yöresel el sanatları, hediyelik eşya, mutfak dallarında, iş yeri, ev, evin bir bölümü, toplum merkezi ve tezgahlarda hizmet vermektedir (Fidan ve Nam, 2012: 55). Gelişmekte olan ülkelerde turizm bir çıkış modeli olduğundan ve kırsal alanlarda yoğunlaşan kadın iş gücü için küçük ölçekli işletmeler ve girişimcilikler yüksek sermaye ve eğitim gerektirmediğinden cazip gözükmektedir. Bu anlamda kırsaldaki kadınların gündelik işlerinin bir bölümünü turistik bir faaliyet olarak pazarlamaları ve sunmaları rasyonel bir işleyişe işaret etmektedir. Örneğin, reçel, tarhana, salça, el işlerini kendi ailesinin ihtiyaçları için üreten bir kadın, bunun üretim hacmini ve ölçeğini yükselttiğinde bir turizm destinasyonu içerisinde ürünlerini sunabilmektedir. Ülkemizde sayısı artan kültürel turizm destinasyonlarında bu tip kadın işletmelerinin ve kadın girişimcilerinin her geçen gün daha da arttığı gözlemlenmektedir.

Kültürel turizmi, geleneksel 3-S turizminden ayıran unsur, onun on iki aylık bir süreye yayılmasından ileri gelmektedir. Bu nedenle mevsimsel istihdamın yerini sürdürülebilir bir istihdam ve dolayısı ile sürdürülebilir bir iş alanı almaktadır. Kültürel ve kırsal turizmde mevsimsel koşullar etkili olmadığından bu tip destinasyonlar yılın her dönemi seyahat edilebilir yerlerdir. Bu nedenle yerel yönetimler, STK'lar aracılığı ile bu bölgeler on iki ay hizmet verecek şekilde hizmetlerle tasarlanır. Bizim ülkemizde bulunan çeşitli kültür turizmi ve kırsal turizm destinasyonlarında kadın girişimciliği on iki aya yayılan bir faaliyet olmuştur. Bu şekilde kadın girişimciliği ile kadın istihdamı arasında da bir paralellik sağlanmaktadır. Diğer bir deyişle kadın girişimciler senenin tamamına yayılan etkinlik üretirken, aynı şekilde iş imkânı da sağlamaktadırlar.

Özellikle bünyelerinde bulunan iş dallarına göz atıldığında turizmdeki kadın girişimcilerin kadın çalışanları istihdam ettiği görülmektedir. Bunda bir çok faktör geçerlidir. Bunlar (Soysal, 2010: 100);

- a) Kadınların geleneksel rolleri ile iş yaşamı arasındaki çatışmanın kadın girişimci tarafından tolare edilmesi,
- b) İş yerinde yaşanan mobbing, taciz gibi olayların engellenmek istenmesi,
- c) Üretim ve hizmet alanlarının kadınların yürüttüğü geleneksel alanlar olması,
- d) Kadınların daha çok ucuz ve niteliksiz iş gücünü oluşturması,
- e) Kadınların başka kadınlara iş vermek ve toplumsal öncü olma isteği,
- f) Kadınların diğer kadınlarla iş ortamını paylaşarak toplumsal onay alma isteğidir.

Bu bağlamda, kadın çalışanların ve girişimcilerin en çok yoğunlaştığı alan olan kültürel-kırsal turizm kavramı ve özelliklerini analiz etmek önem kazanmaktadır.

3.2.1. Kültürel Turizm

Kültür kelimesinin kökeninde Latince, "cultum" kelimesi bulunmaktadır ve bu kelime tarlayı ekmek, işlemek, toprağı verimli kılmak anlamlarını taşımaktadır. Bu açıdan düşünüldüğünde kültür toplumların geçmişten gelen değer, norm, sembol vb. unsurları

geleceğe taşımalarına yardımcı olan formların bütünüdür (Kozak ve Bahçe, 2009: 143). Kültür toplumsaldır, dinamikdir, aktarılabılır, süreklidir, bir ihtiyaca cevap verir ve bütünleştirir. Dolayısıyla kültür sadece aktarılanlar ile sınırlı kalmamakta, bireyin eksikliklerine cevap aramak için geliştirdiği uğraşları da kapsamaktadır. Bu anlamda seyahat etmek kültürlenmenin en temel yollarından biridir. Kültür turizmi, bireylerin sürekli barındıkları yerden kültürel ihtiyaçlarını gidermek için farklı destinasyonlara yönelik seyahat, konaklama, yeme-içme vb. eylemlerinin bütünüdür (Uygur ve Baykan, 2007: 33).

Küreselleşen dünyada kültür turizmi, geleneksel turizm olan (3-S) güneş-deniz-kum turizminin yerine geçmeye en önemli adaydır. Kültür turizmi oldukça kapsayıcı bir tarife sahiptir. Buna göre kırsal turizm de, şarap turizmi de, kongre turizmi de kültürel turizm kapsamı içerisine girebilmektedir. WTO'nun verilerine göre bugün dünyada gerçekleştirilen turizm seyahatlerinin %37'si kültürel turizm kategorisi altında yapılmaktadır ve gelecek yıl %15'lik bir artış beklenmektedir. Örneğin, Amerikalı turistlerin Avrupa'ya seyahatlerinin ilk gerekçesi kültürel kalıntıların görülmesi olarak kaydedilirken, İngilizler'in %67'si ise gerçekleştirdikleri seyahatlerin kültürel kalıntılara yönelik olarak ifade etmişlerdir (Uygur ve Baykan, 2007: 32).

Bu bağlamda bir dış turistin Bodrum'da beş yıldızlı bir otele yerleşerek deniz-kum-güneş yeme içme olanaklarından istifade etmesi geleneksel turizm kavramı altında değerlendirilirken, aynı turistik çevredeki tarihi kalıntılara gerçekleştireceği ziyaretler kültür turizmi kategorisi altında değerlendirilmektedir. Bu anlamda, destinasyonlarda gerçekleştirilen festivaller, fuarlar, kongreler de birer kültürel turizm etkinliğidir.

Kültür turizmi üç tip kaynak üzerinde var olmaktadır. Bunlar ekonomik, ekolojik ve sosyal kaynaklardır. **Ekonomik kaynaklar**, bir bölgedeki geleneksel üretim yöntemleri ve endüstri mirası iken, **ekolojik kaynaklar** ise milli parklar ve arkeolojik alanlardır. Son olarak **sosyal kaynaklar** ise, törenler, festivaller, geleneksel mutfaklar, bölgede gerçekleştirilecek turlar vb.'dir (Uygur ve Baykan, 2007: 33).

Tüm bu kaynakların kullanımı kültür turizmi ile geleneksel turizm arasındaki ayrım noktasını teşkil etmektedir. Geleneksel turizm bu kaynakların sınırsız olduğunu var

sayar ve onların sonsuz kullanım haklarına sahip olduğunu düşünür. Bu nedenle yöre halkının inançları, yaşayışları, ritüelleri, bölgenin doğal ve tarihi güzellikleri sürdürülebilir bir paradigma ile ele alınmaz. Bu da zamanla bölge halkı ile turistler arasında çeşitli sosyal sorunların doğmasına yol açabilmektedir. Oysa kültürel turizm bir sürdürülebilir turizm formudur ve bu nedenle yerel halkın da dahil olduğu bir turistik ürün ve hizmet üretimi sürecinden bahsedilebilmektedir. Burada bir çatışma ortamından değil, halkın turistler, turistlerin ise yerel halk üzerinde bir dönüştürücü etkisinden bahsedilebilmektedir (Kozak ve Bahçe, 2009: 147).

Kültür turistleri ağırlıklı olarak şu özelliklere sahiptirler (Kozak ve Bahçe, 2009: 128 ve ITB, 2012: 3-10);

- a) İyi eğitilmiş,
- b) Yüksek gelire sahip,
- c) İnternet ve bilişim teknolojilerini kullanabilen,
- d) Sosyal medyaya hakim,
- e) Orta yaş- Orta Yaşı Geçkin,
- f) Özgüvenli,
- g) Sosyal,
- h) Çevreye ve Kültüre Saygılı,
- i) Kaliteli ürün ve hizmet talep eden.

Bu kültürel turist kitlesi yeni dönemde "yeni ve özel olan turistik ve ürün hizmetlere ilgi duymakta, küçük gruplar ve farklı insanlarla tanışmak istemekte, biyotik bir yaşamsal deney ve açık havada mutluluk tatmayı arzulamaktadırlar" (Kozak ve Bahçe, 2009: 136). Kültür turistlerinin ilgi gösterdikleri destinasyonların onların hayatlarına yeni ufuklar açacak, entelektüel meraklarını tatmin edecek, doğa ve geleneksel yaşam ve ritüeller ile muhattap olmalarını sağlayacak düzlemler vaad etmelidir. Bu bağlamda, geleneksel bir şarap festivali, bir edebiyat kongresi, bir safari, golf turnuvası, bir kırsal alan aynı oranda entelektüel içerikler vaad etmektedirler.

Ülkemiz ise bir "müze ülke" olmasından ötürü kültürel turistler için oldukça geniş zenginlikler sunmakta ve üzerinde bulundurduğu zenginliklerle henüz gereken değeri

görmemiş ve bir çok anlamda bakir bir destinasyon kimliğine sahiptir. Uzun yıllar kitle turizmi paradigmasına yönelik paket tur, her şey dahil sistem vb. turizm enstrümanlarına başvurulmuş ülkemiz turizminde de yeni trendler, kültürel turizm ve onun bir alt türü olan kırsal turizmi içeren çözümlere yönelmeye başlamıştır. Bu nedendir ki, çalışmanın da odaklandığı Beypazarı destinasyonundaki faaliyetleri de içeren kırsal turizm kavramına odaklanmak önem kazanmaktadır.

3.2.2. Kırsal Turizm

Kırsal turizm, kırsal kültür, doğal çevre ve tarımla bütünleşmiş ve diğer turizm türleri ile iç içe düşünülmesi gereken ve insanların tatil için kırsal alana çekildiği bir turizm türüdür (Soykan, 2003: 2). A.B. ise kırsal turizmi, "amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek olan, turistlere beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünü" olarak tanımlamaktadır. Bu açıdan, öncelik kırsal bölgenin tanımlanmasıdır. Buna göre kırsal bölge, 1 kilometrelik alanda 150'nin altında ikâmet eden kişinin bulunması durumunda bölgeye verilen isimdir. Bununla birlikte gelişmişlik düzeyi anlamında da kentsel bölgeden ayrılacak unsurlar tespit edilmiş olmalıdır. Kırsal bölge daha az modernizedir ve işsizlik bu bölgede artmaktadır. Bu da gelir dağılımı ve iş fırsatı anlamında kendisini gündeme getirmektedir. Kırsal bölge ekonomik anlamda dinamik değil, statiktir (Fidan ve Nam, 2012: 52). Kırsal turizmde temel amaç, bir köy, çiftlik, dağ evi vb.'inde konaklanması ve buradaki kültürle tanışılarak çeşitli etkinliklerde bulunulmasıdır (Soykan, 2003: 2).

Dolayısıyla kırsal kültürde turist o destinasyonun gelenek, görenek, inanç, mutfak özellikleriyle ve elbet de insan unsuru ile tanışması kaçınılmazdır. Bu özellikleri kırsal turizmi bir kültürel turizm kılmaktadır. Kırsal turizm bir sürdürülebilir turizm formudur. Bir diğer deyişle yılın sadece belirli aylarında belirli kaynakların kullanılması ile gerçekleştirilmez. Bunun yerine o bölgede yılın her dönemi var olan sosyal, ekonomik ve ekolojik kaynaklar kullanılır ve bu kaynaklar yenilenebilir kaynaklar oldukları için

kitle turizmindeki gibi tahrip edilmezler. Örneğin, dışarıdan gelen turistlerin o bölgenin doğal güzelliklerini tahrip etmemesi bir etmenken, o bölgede turizm faaliyetlerinin istihdam doğurması sonucu göç yaşanmaması ve turizmden bölge halkının faydalanarak geleneklerini sürdürmesi bir başka etkidir. Örneğin, Karadeniz'e yönelik turlarda bir bölgenin halkının o bölgeye yapılan tesislerde çalışması ya da bizatihi tesisleri yönetmesi, mutfak-yiyecek içecek, eğlence, festival vb. süreçlerin içinde olması göçün önüne geçecek ve halkın turizmin gerektirdiği otantik dokuya sahip çıkmasını gerekli kılacaktır. Bugün AB'de kırsal turizm bir çok kırsal alanda, kıyı kesiminde ve dağlık alanda istihdam yaratıcı fonksiyona sahiptir ve ABD Kırsal Kalkınma Politikası şemsiyesi altında desteklenmektedir.

Kırsal turizmin temel avantajları şunlardır (Fidan ve Nam, 2012: 52-53);

- a) **Mevsimplere bağlı değildir;** Aynı bölge senenin farklı dönemlerinde farklı etkinlikler için kullanılabilir. Örneğin, dağlık bir bölgede kışın kar yağışı kış turizmine olanak tanırken, karın erimesiyle birlikte ortaya çıkabilecek doğal güzellikler, patikalar, yürüyüş yolları bölgeye gelen turistlere ayrıcalıklı bir parkur sunabilmektedir. Bununla birlikte bölgenin sakinlerinin yiyecek-içecek, barınma ile ilgili otantik çözümleri de mevsimlere bağlı gelişmemektedir.
- b) **Etkinlik ve faaliyet imkanları çok fazladır;** Aynı destinasyonun bir noktasında zamanında şarap festivalleri gerçekleştirilirken, bir diğer dönemde ise dini bayramlar vb. kutlanabilmektedir. Her ikisi de farklı kültürel turist tipleri için ayrı eğilimsel seçenekler sunmaktadır.
- c) **Hemen hemen tüm sosyal gruplara hitap etmektedir;** Kır kavramı insanlar için içinden geldikleri kentsel ortamının tam tersi bir rekreasyon durumunu işaret etmektedir. Doğaya açılmak, doğada yürüyüş yapmak, yemek yemek vb. etkinlikler sıradışı ve her geçen değeri daha da artan deneyimlerdir. Bu nedenle çocuklar, yaşlılar, kadınlar, erkekler, her meslekten her sosyal grup ve tabakadan insan için kırsal alan yeni deneyimler sunmaktadır.

- d) **Yerel halkta girişimcilik ruhunun oluşturulmasında katkıda bulunur;** Bir destinasyonun turizme açılması, işsizliğin kentsel alana nazaran daha yüksek olduğu kırsal alan için bir fırsat oluşturmaktadır. Burada yeme-içme, konaklama tesislerinin yaygınlık kazanması, bölgede av, şarap vb. turizmlerin geçerlilik kazanması, bölge halkının da kayıtsız kalmamasını sağlayacak ve kendi işletmelerini, tezgahlarını vb. girişimcilik örneklerini sergilemelerine yardımcı olacaktır.
- e) **Yerel ekonomilere girdi ve dinamizm kazandırır;** Yerel ekonomiler merkezi ekonomilere nazaran daha az dinamik bir görünüme sahiptirler. Bu nedenle turizm merkezli yerel ekonomi kalkınma modelleri oldukça rasyonel modellerdir. Çünkü kaynaklar sürdürülebilir kaynaklardır ve doğru kullanıldıkları takdirde tükenmezler. Aksine bu modelde kaynakların tükenmemesi doğrultusunda stratejiler geliştirilir.
- f) **Ekonomik sektörleri harekete geçirir;** Kırsal turizm sağladığı girdilerle diğer sektörlerle de hayat vermektedir. Turizmde katkıda bulunan yiyecek-içecek, inşaat, balıkçılık, mobilya, bilişim, reklamcılık vb. bir çok sektör dolaylı olarak turizmin getirilerinden pay almaktadır.

Ülkemiz içinse kırsal turizmin önemine zemin sağlayan faktörler şunlardır (Soykan, 2003; 2-9)

- a) **Mevsimplere bağlılık sergilemez;** Ülkemizde bir çok kırsal turizm destinasyonunda sunulan hizmetler ve ürünler mevsimsel değişimler sonucu kesintiye uğramamaktadır. Bugün Karadeniz'in yaylaları ve bu yaylalardaki tesisler yılın on iki ayı turistlere otantik yeme-içme, konaklama, gezinti, kültürel hizmet vb. ürün ve hizmetleri sunabilmektedir.
- b) **Turizm faaliyetlerinin coğrafi dağılımını dengeler;** Turizm sadece deniz-güneş-kum ya da dağ-orman-karlı alan üçgenlerinde gerçekleştirilen bir faaliyet değildir. Bunun yanında tarihi, kültürel güzelliklerin de hizmete sunulması sürecini içerir. Bu nedenle ülkemizde Bodrum-Fethiye-Kaş gibi yazlık

destinasyonlar ya da Uludağ, Abant, Kartepe gibi kış turizmine yönelik destinasyonlar dışında da alternatif üretilmesi önem kazanmaktadır. Bu nedenle, kültürel-kırsal turizm alanları ön plana çıkartılmaya başlanmış ve turizm rotalarının en önemli durakları arasına alınmıştır.

- c) **Farklı turizm kültürleri ile entegredir;** Geleneksel 3-S turizmi ile kırsal turizm birbirlerinin anti-tezi gibi gözükseler de, aslında kırsal turizm geleneksel turizmle de beraber gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin, Ege-Akdeniz turizm bölgesine geleneksel turizm amacıyla yönelen turist grupları aynı zamanda bölgedeki tarihi, doğal güzelliklere, gelenek, inanç, mutfak vb. amacıyla insan unsuruna yönelik seyahatler düzenleyebilmektedir. Bu iki turizm tipinin eş zamanlı olarak sürdürülebilmesini sağlar.
- d) **Eğitilmiş, yüksek gelir sahibi bir turist profili vardır;** Bu turist grubu gittikleri bölgedeki yerel halkla daha uzlaşmacı ve onların değerlerine saygı gösteren bir yapıya sahiptirler. Bu nedenle geleneksel turizmde olduğu gibi, yerel halk ile çatışma söz konusu olmaz ve otantik doku bozulmaz.
- e) **Doğal çevrenin, kültürel mirasın korunmasına katkı sunar;** Kırsal turizm bir sürdürülebilir turizm türüdür. Bu nedenle bölge halkının değerleri, kültürleri, otantizmi korunur ve bölge en optimum şekilde orjinal dokusuna sadık kalarak turizme açılır. Bu geleneksel tesisleşmede olduğu gibi çevre, gürültü vb. kirlilikleri beraberinde getirmeyen modeldir ve çok daha çevrecidir. Bununla birlikte bölge halkının turistler ile negatif bir ilişki içerisinde olması yerine, barışçıl bir ilişkide birbirlerini olumlu anlamda dönüştürmelerine zemin sağlar.
- f) **Ülke tanıtımı için önemli bir imkândır;** Aynı bölgede yer alan bir çok ülke deniz- güneş- kum ya da dağ- orman vb. nedenlerle birbirlerine benzer coğrafi ve iklimsel özellikleri paylaşmaktadırlar. Ancak kırsal turizmin otantikliğinin korunması bir ülkeyi diğerlerinden ayıran temel unsurdur. Bu nedenle bir ülkenin pazarlama stratejilerinde deniz-güneş-kum merkezli bir pazarlama

anlayışından ziyade bünyesindeki otantik dokuları ön plana çıkarması çok daha rasyonel olacaktır.

- g) **Bölgeler arası farkların kapanmasında önemli bir aygıttır;** Ülkemizin makro-ekonomik anlamda Doğu'su ile Batı'sı arasında var olan dengesizliklerin giderilmesinde temel enstrümanlardan biri de turizmdir. Özellikle son senelerde Mardin, Gaziantep, Urfa, Adıyaman merkezli kültür turizmine artan ilgi bölgelerin kalkınmasında bir örnek niteliğindedir. Bu tarihi, kültürel, beşeri kaynakların yine yılın her döneminde ziyarete açık olması ise bölgelerin bir diğer gücü olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, ulusal kalkınma için kırsal-kültürel turizm önemli bir açılım sağlamaktadır.

3.2.3. Kültürel (Kırsal) Turizmde Kadın İstihdamı ve Girişimciliği

Kırsal turizm, kadın işgücünün en çok yoğunlaştığı alan olan kırsal alanda gerçekleştirilen turizm faaliyetleridir. Bu nedenle kırsal turizmin iş gücünün merkezinde kadınlar bulunmaktadır. Bununla birlikte kadınlar çalışan statüsünde oldukları gibi, aile içerisindeki konumlarını bırakıp işletme yöneticiliği ve girişimcilik pozisyonlarını da sürdürmektedirler. Bir çok kadın ücretsiz aile işçisi ya da kırsal işçi iken, turizmin açtığı istihdam alanından faydalanmakta, bu kadınların bir bölümü ise mikro-finans ve kırsaldaki kadın girişimcileri finanse eden başka yöntemler ile girişimciliğe yönelmektedirler. Ancak bu süreç çoğunlukla pozitif unsurların bir araya gelmesinin bir sonucu olmaktan çok yetersizliklerin bir sonucu ve bir zorunluluk olarak doğmaktadır. Özellikle halk eğitim merkezlerinde açılan kurslar ile belediyenin verdiği teşvikler ve ziyaretçilerin ilgisi olumlu unsurları oluştururken, buna karşılık iş imkanlarının olmaması kadınları kendi işlerini kurma zorunluluğuna doğru itmektedir. Bununla birlikte kırsal turizm içerisinde faaliyet gösteren bir çok kadın girişimcinin sürece katılmasının nedeni ise bölgenin içerdiği güzellikleri dışarıya doğru tanıtabilmek olarak tanımlanmıştır (Fidan ve Nam, 2012: 55).

Kırsal kesimde kadın girişimciliği çeşitli zorluklar karşısında sınav vermektedir. Bunlar (Kantar, 199: 35);

- a) Kadın girişimciliğinin yeterince önemsenmemesi,
- b) Girişimciliğin kentsel çağrışımları ile ele alınması,
- c) Kadının aktif bir girişimci olarak tasavvur edilmemesi,
- d) Kalkınma modeli kavramı içerisine hapsedilmesi,
- e) Önerilen faaliyetlerin bölgeye uyumunun sınanmaması,
- f) Faaliyetlerin makro değil küçük ve orta ölçekte yoğunlaştırılması ve kredilerin bu işletme tiplerine yönelik düzenlenmesi,
- g) Kurumların prosedürlerinin uzun ve karmaşık olması,
- h) Kadın statüsüne yönelik yargılar,
- i) Eğitim düzeyinden dolayı resmi sektörlerde iş bulmanın kırsal kesim açısından zorlukları.

Bu nedenlerden anlaşılacağı üzere bir yandan kadın girişimciliği pozitif etkenler üzerinde yükselirken, ağırlıklı olarak da kırsal alanlarda turizm faaliyetlerine paralel olarak bir zorunluluk şeklinde gündeme gelmektedir. Ancak bu şekilde de olsa gerek bölgesel kalkınma gerekse de ekonomik getiri anlamında kırsalda kadın işletmeleri oldukça önemli bir potansiyele sahiptir. Kültürel-kırsal turizme eğilim gösteren turistlerin sosyo-ekonomik ve kültürel profili düşünüldüğünde kadın girişimcilerin ve onların istihdam ettiği kadın çalışanların ürettiği turistik ürün ve hizmetlerin kalite algısı anlamında önemli sonuçlar doğuracağı açıktır. Bu hem geleneksel rollerin getirdiği dezavantajların sorgulanmasına yol açacak hem de kadınların diğer çalışan kadınlar için rol modeli olması sağlanacaktır. Bu bağlamda, turizmde kadın girişimcilerin ön plana çıktığı örnekler günden güne önem kazanmaktadır. Bunlardan biri de Ankara - Beypazarı örneğidir.

4.BÖLÜM

BEYPAZARI'NDA KÜLTÜREL TURİZM ÇEVRESİ

4.1. KÜLTÜREL DESTİNASYON OLARAK BEYPAZARI

Beypazarı, İç Anadolu Bölgesi'nde Türkiye'nin başkenti Ankara'ya bağlı bir ilçe olarak, Ankara'nın Kuzeybatısında eski Ankara-İstanbul karayolu üzerinde bulunmaktadır. Ankara'ya mesafesi 100 km, İstanbul'a ise 320 km'dir. Rakımın 675 metre olduğu Beypazarı'nın kuzeyinde Bolu'ya bağlı Kıbrısçık ve Seben İlçeleri, kuzeydoğuda Kızılcahamam, batıda Nallıhan, güneyde Eskişehir'e bağlı Mihallıççık ve Ankara'ya bağlı Polatlı, doğuda ise Ayaş, Güdül, Çamlıdere ilçeleri bulunmaktadır (Çetin, 2009: 18).

Tarihsel olarak Beypazarı, İstanbul'u Bağdat'a bağlayan İpekyolu üzerinde bulunmaktadır ve ilk kez Luwi'ler tarafından Lagania (Kaya Doruğu Ülkesi) olarak isimlendirilmiştir. Beypazarı'nın da içerisinde bulunduğu bölgede kronolojik olarak Hititler, Frigler, Galatlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlılar hakim olmuşlardır. M.S. 6. yüzyıla kadar aynı isimle (Lagania) adlandırılan Beypazarı M.S.491-518 yılları arasında hükümdarlık yapan Bizans İmparatoru Anastasios'un ziyaretini takiben Anastasiopolis olarak isimlendirilmeye başlanmıştır. Türklerin Anadolu'ya girişinden sonra Marmara'ya ulaşmaları Beypazarı'na Türk akıncılarının uğraması sonucunu doğurmuştur. Dolayısıyla bir çok Türkmen boyu göçlerinde Beypazarı'ndan geçmiştir. Bunlardan en önemlisi Ankara civarına yerleşen Kayı boyu'dur (Beypazarı Belediyesi, 2012: 26).

Beypazarı'nın Bizanslılardan Türkler'e geçmesi ise ilk kez Germiyanoglu Şahin Veziri (Dinar Hezar) tarafından alınması ile olmuştur. İlçenin bugünkü ismine kavuşmasında da bu fetih önem arz etmektedir. Dinar-Hezar ya da Germiyan Hezari isimleri kısaltılmış ve kasabayı fetheden beyin anısının yaşatılması açısından Bey Hezari ismini almıştır. Zaman içerisinde Beypazarı olarak dönüşmüştür (Çetin, 2009: 19). Bugün Osmanlı

Devleti'nin kurucusu olan Osman Bey'in dedesi Gazi Gündüzalp'in mezarının Beypazarı'nın Hırkatepe köyünde olduğu bilinmektedir. Nitekim, Orhan Bey'in Ankara'yı alması sonucunda Beypazarı'da Hüdavendigâr (Bursa) sancağına bağlanarak Osmanlı yönetimine geçmiştir (Beypazarı Belediyesi, 2012: 2627).

Evliya Çelebi de Seyahatname'sinde Beypazarı'ndan, "(..) *Haftada bir gün süslü bir pazar kurulup, bütün kurulup, bütün kıymetli eşyalar bulunur. Halkın uğraşları tiftik keçisi olduğundan, pazarında sof çok satılır. (..) Genişliğini bilmiyorum. Aşağıda şehir iki geniş dere içinde olup 20 mahalle 41 mihraptır. Fakat öyle mükellef camileri yoktur. Çarşı içinde cami güzeldir (Paşa Camii). Hepsi 3060 tane iki katlı evleri vardır. Duvarları kerpiçtendir. Yüzeyleri tahta ile kaplıdır. Medrese Darulhadis ve Darulkurras vardır. Çünkü talebe bilginleri çoktur. Medreseleri kargir değildir. 70 adet çocuk mektebi vardır. Çocukları gayet temiz ve olgun olup, 700'ün üzerinden hafızı vardır. (..) Halkın çoğu bilginlerdir. Hepsi renk renk sof giyerler. Türk şehri olduğundan halkı Oğuz taifesidir. Yani Türk kavmi demenin güzel bir ifadesidir. Yedi tane hanı vardır. Çarşı içindeki güzel bir han yanmıştır. Hamamları, 600 dükkânı vardır. (..) Bağ ve bahçesi çoktur. Bostanlarından bir çeşit kavun olur ki lezzetinden adamın damağı yarıılır. Misk ve hamamber gibi kokusu vardır. (..) Velhasıl etrafı geniş, eşyası ucuz ünlü bir şehirdir. Şeyh İvaz Dede adında bir de türbesi vardır"* cümleleri ile söz etmektedir (Beypazarı Belediyesi, 2012: 28).

1573'te 9885 olan Beypazarı'nın nüfusu, 1881'de 7924, 1887'de 5805 ve 1907'de 6374 olarak kaydedilmiştir. 2008'de 46.768 olarak kaydedilen nüfus, ilçe merkezinde 34.319 olarak öne çıkmaktadır. Görülebileceği üzere tarih boyunca Beypazarı ekonomik ve ticari anlamda yerleşime açık bir cazibe merkezi konumunda olmuştur. Bugün Beypazarı sınırları dahilinde Önöz vadisi, Karagöl, Eğriova ve Tekke yaylası, Kırmir çayı ile birlikte, Tahtalı-Dutluk ve Kapullu Kaplıcası doğal güzellikler olarak bulunmaktadır. Kültürel özellikler ise tarihi Beypazarı evleri, yaşayan müze, dini, kültürel yapılar, Tarihi Çarşı, arkeolojik sit alanı, gümüş ve bakır işlemeciliği, bez ve kilim dokumacılığı, yorgancılık, yemenicilik, semercilik, sim-sırma işlemeciliği olarak ön plana çıkmaktadır. Son olarak bölgede çeşitli bitki ve hayvan türleri, kuş gözlemciliğine olanak sağlayan flora-fauna yapısı ile Beypazarı kırsal turizm açısından

da önemli bir destinasyondur (Çetin, 2009: 19). Kara da (2011: 55) bu turizm yelpazesine geleneksel mimari, giyim ve beslenme alışkanlıkları nedeniyle Beypazarı'nın hem mimari hem de kültürel turizm destinasyonu olarak değerlendirme gerekliliğini eklemektedir. Ayrıca bölgenin termal, eko-turizm gibi turizm çeşitlerine de elverişli bir durumu da söz konusudur.

Beypazarı destinasyonu kültürel turizmin temel özellikleri göz önünde bulundurulduğu zaman tipik bir kültür-kırsal turizm destinasyonu olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda Beypazarı'nda turizm mevsimlere bağlılık sergilememekte ve yılın 12 ayı ziyaret edilebilen bir fizik mekan özelliği göstermektedir. Yine Beypazarı sayesinde ülke çapında 3-S (deniz-güneş-kum) geleneksel ve sürdürülebilir özelliği olmayan turizm dışı alternatiflere yönelinmesini sağlanmıştır. Ankara tipik anlamda bir turizm kenti olarak ön plana çıkmamasına rağmen Beypazarı, Hamamönü gibi beldelerde yılın 12 ayına yayılan ve gerek doğal-kırsal rekreasyonel turizmin gerekse de kültür turizminin ev sahipliğini yapan bir yeni anlayış inşa edilmiştir. Bu yanı ile Beypazarı turizmden doğal özellikleri sayesinde geleneksel turizm paradigması içerisinde istifade edebilen bölgelerle olan farkın kapatılmasında da önemli bir belde olma özelliği sergilemektedir.

Beypazarı'nın bir diğer özelliği ise farklı turizmlerle entegre olmasıdır. Beypazarı'nda yerel motifler, el sanatları, geleneksel sanatlar üzerinden kültür turizminin olanaklarından istifade edilirken, yöresel yemekler vb. üzerinden bir gastronomi turizmi, kırsal özellikler sayesinde ise bir kırsal turizm çerçevesi oluşturulabilmektedir.

Beypazarı'na gelmekte olan kitle Beypazarı'nı internetten, arkadaşları vasıtasıyla duyan ağırlıklı olarak eğitimli, orta-üst gelir sahibi turistlerdir. Bu turistler bölgedeki otantik yapılanmaya ve sürdürülebilir turizm dokusuna saygı göstermekte, yerel halk ile değer çatışması yaşamamaktadırlar. Buna göre 1999'da 2501 kişinin gezdiği Beypazarı'na 2009'da 400.000 kişi gelmiştir. Turist profiline bakıldığında Almanya'da yaşayan Türkler, Kayseri, Balıkesir, İzmir, İstanbul, Ankara gibi illerden gelen 20-40 yaş arası eğitim düzeyi yüksek turistler görülmektedir. Beypazarı'na gelen turistler beş kategori altında değerlendirilmektedir (Takano, 2008: 46-47). Bunlar;

- a) Kenti günübirlik ziyaret eden gezginler,
- b) Tek gece konaklayan turistler,
- c) Ankara İl merkezinde düzenlenmiş kongrelere gelen katılımcılar,
- d) Öğrenciler,
- e) Çoklu-hedeflerle yola çıkmış ve bir ilin çekici yerlerine yönelen kişiler (sightseers)'dir (Kara, 2011: 56).

Aynı zamanda bu turistler beraberlerinde gürültü, çevre kirliliği vb. getirmedikten sürdürülebilir turizm içerisinde doğal çevrenin korunmasına da katkı sağlamaktadırlar. Son olarak bu özelliklerinden dolayı Beypazarı gerek ulusal turizm içerisinde gerekse de uluslararası kültür ve kırsal turizm meraklıları için cazibe merkezi olma potansiyeli taşıyan destinasyonlardan biri olarak ön plana çıkmaktadır.

Kara'ya göre ise (2011: 54), Beypazarı özellikle geleneksel mimarisi ile ön plana çıkan bir popüler i turizm merkezidir. Beypazarı'nda geleneksel Beypazarı evlerinin dışında turistlere yönelik geleneksel el sanatları ve beslenme alışkanlıklarını temsil eden çeşitli ticari öğeler de sunulmaktadır. Ayrıca Beypazarı'na yönelen turistlerin ilgisini karşılamak amacıyla ilçe merkezindeki konaklar restore edilmiş, müzelere ve restoranlara dönüştürülmüş konaklar ön plana çıkmıştır. İlçede iki ve üç katlı evlerden oluşan sıkışık bir yerleşim söz konusudur.

Bu bağlamda, Beypazarı Belediyesi'nin vermiş olduğu istatistiklere göre 1999 yılında 2501 olan turist sayısı, 2009'da 400.000 kişiye ulaşmış olup, geleceğe yönelik projeksiyonlarda 1.000.000 yerli ve 100.000 yabancı turistlerin ilçeyi ziyaret etmesi hedeflenmektedir (etin, 2009: 19). Eceral ve zmen'e göre (2009: 57) Beypazarı'ndaki ilk alışmalar T.C. Kültür Bakanlığı'nın Alaaddin Sokak'ta 13 evin cephesinin yenilenmesini içeren "Sokak Sağlıklılaştırma Projesi"dir.

Kara da (2011: 55) bu dönemi 1999-2008 yılları arasında ilçede belediye başkanlığı yapan Mansur Yavaş'ın yerel yönetim tarzının izlerine bağlamaktadır. Belediye bu dönemde kendi kaynakları ile bir turizmi geliştirme eylem planını uygulamaya geçirmiştir. Bu dönemde ilçede önemli bir restorasyon projesi sonucunda 500 ev restore

edilmiştir. Bu 550 ev, 3500 evlik genel yöresel yapı stoğuna katılmıştır. Bu yapı stoğu içerisinde 20 dini yapı ve 600 dükkana sahip tarihi bir çarşı bulunmaktadır. 2012 yılında Beypazarı Belediyesi tarafından yayımlanan "Beypazarı Yöresel Ürünleri Ticarileştirme Stratejisi Raporu'nda ise Belediye Başkanı Cengiz Özalp özellikle bu mimari dokuya ve yapı stokuna vurgu yapmaktadır;

"(..) Atalarımız bizlere; 3000'i aşkın ahşap ev, 200 yıllık bir çarşı ve tarihi dokusu bozulmamış bir şehir görünümünü bırakmışlar. Sadece 1800'lü yıllardan günümüze ulaşan Beypazarı evleri bile, atalarımıza duyduğumuz şükran ve minnet borcunun ne denli büyük olduğunu göstermeye yeter.

(..) Sahip olduğumuz eşsiz mirasın bilinciyle; Türk kültürünün mimari özelliklerini ve Türk insanının yaşam tarzını günümüze taşıyan evlerimizi koruyup restore ederek, geleceğe ulaştırmak için çalışmaktayız. Tarihimizi ve kültürümüzü tamamlayan tüm değerlerimizi; yazmasıyla, çevresiyle, bindallısıyla giyim kuşamımızı; telkâri işlemeciliğiyle, bakırcılığıyla, yemeniciliğiyle el sanatlarımızı; dolmasıyla, kurusuyla, güveciyle, kapamasıyla, hoşmerimiyle Beypazarı saray mutfağını yaşamak ve yaşatmak çabamızdayız".

Tüm bu unsurlar bir araya getirildiğinde Beypazarı'nın gerek bölge turizm içerisinde gerekse de ulusal kültür turizmi destinasyonları içerisinde önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Bugün 1999'da kazanılmaya başlanan ivmenin en önemli noktalarından birine varılmıştır ve Beypazarı bir kırsal-kültürel turizm destinasyonuna dönüştürülmüştür.

Yıllar	Turist Sayısı
1999	2501
2000	3980
2001	7646
2002	40.000
2003	100.000
2004	150.000
2005	200.000
2006	250.000
2007	300.000
2008	360.000
2009	400.000

Tablo 1: Beypazarı'nı Ziyaret Eden Turist Sayısının Yıllara Göre Dağılımı (Çetin, 2009: 19).

2013 yılında ise hedef 3.000.000 turist olarak açıklanmıştır ve hizmet verilecek turizm türleri arasında av turizmi, kış turizmi, köy ve yayla turizmi ve kongre turizmi de bulunmaktadır.¹⁹ Beypazarı Belediyesi ve belediye başkanı tüm bu çalışmalar ve projeksiyonlar sonucu koruma, kentsel geliştirme, yerel yönetim, yerel yöneticilik dallarında bir çok sivil toplum kurum ve kuruluşundan sayısı 30'u bulan ödüller almışlardır (Eceral ve Özmen, 2009: 59):

4.2. BEYPAZARI'NDA YERLİ HALK - TURİST İLİŞKİSİ

Turizm ve yerel halk arasındaki ilişkide geçerli olan faktörler olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Buna göre olumlu faktörler (Çetin, 2009: 18);

- a) Doğal, arkeolojik ve tarihi alanların muhafaza edilmesi,
- b) Çevre kalitesinin iyileştirilmesi,
- c) Çevrenin değerinin yükseltilmesi,

¹⁹ "Turizmde Hedef 3 Milyon", Web Adresi: <http://www.beypazari.bel.tr/#>, Erişim Tarihi: 10.06.2013.

- d) Altyapı olanaklarının geliştirilmesi,
- e) Çevrenin ön plana çıkartılması.

Olumsuz faktörler ise;

- a) Su, hava ve ses kirlilikleri,
- b) Görsel kirlenme,
- c) Katı atıklar,
- d) Ekolojik bozulmalar,
- e) Biyolojik çeşitliliğin azalması,
- f) Arkeolojik ve tarihi alanların zarar görmesi,
- g) Alan kullanımı sorunlarıdır.

Bir turizm destinasyonunun sürdürülebilir turizm paradigması içerisinde doğal çevresinin korunması yanında bir diğer önemli unsur ise yerli halkın turizm faaliyetleri içerisinde var olabilmesidir. Bu bağlamda, yerli halk turizm sektörünün getirdiği istihdam olanaklarından istifade ederek ve dışarıdan gelen turistlerin kendilerine göstermiş oldukları saygı sayesinde turizmin organik bir parçasına dönüşmektedirler. Çünkü turizm kültürel etkileşim fırsatları ve sosyal tesislerinin sağladığı ekonomik etkileri yanında sosyal ve kültürel olarak bölge sakinlerinin algılarını olumsuz etkileyen sonuçlar da doğurmaktadır. Bazı araştırmacılara göre ise turizm yerel kamu hizmetlerini, kültürel faaliyetleri, geleneksel kültürü geliştirir, yerel kültür kimliğini ise korur. Ancak öte yandan, trafik sıkışıklığı, gürültü, artmakta olan suç oranları gibi sosyal ve kültürel olumsuz etkileri de doğurmaktadır (Çetin, 2009: 16).

Bununla birlikte turizm sayesinde farklı sosyal ve kültürel yapılar ilişkiye girmekte, geleneksel yapılar birbirine yakınlaşmakta ve bu şekilde barış için fırsatlar doğmakta, toplumların ve milletlerin yakınlaşması sağlanmaktadır. Ayrıca turizm, sosyal değerler, inançlar ve kültürel uygulamalarda zamanla bir evrimi gündeme getirir. Buna göre hangi sosyo-kültürel niteliklerin hangi derece etkileneceği, turist sayısı, turistlerin kültürel düzeyi, yöre halkının eğitim düzeyi ve turizmin bölgedeki gelişme düzeyi gibi faktörler etkili olmaktadır. Sosyal ilişkinin uzun sürmüş olması da yerli halkın turistlere karşı olumlu tutum geliştirmesinde yardımcı bir unsurdur. Dolayısıyla bir bölgede yerli

halk çevresel sonuçları açısından turizmin etkilerine dair olumlu bir algıya yönelmekteyse turizme olan desteği artacaktır. Özellikle yerli halkın genç nüfusunun görüşleri turizm planlamaları ve uygulamaları açısından belirleyici olmaktadır. Çetin'e göre (2009: 16) turistlerin ilk zamanlarda getirdikleri ekonomik katkıdan kaynaklı destinasyonlarda yerel halk "karşı konulamaz" bir biçimde olumlu tavır sergilemekte ardından yerini olumsuz bir tavır almaktadır. Bir bölgeye turizm amacıyla seyahat eden kişilerin bölgede konukseverlik, temizlik, dürüstlük, kibarlık, yardımseverlik ve hoşgörü ilkelerine göre ağırlanmaları gerekmektedir (Çetin, 2009: 17).

Bu bağlamda olumsuz özellikler arasında sayılabilecek bir diğer gelişme ise dilsel /kültürel yozlaşmadır. Buna göre turistlerin ziyaret ettikleri bölgede kendi dillerinin konuşulmasına yönelik talebini karşılamak için yüzlerce kelime (ağırlıklı olarak İngilizce) öğrenen yerli halkın kendi dili ile ilgili özellik kaybı yaşaması ihtimal dahilindedir. Bir bölgeye giden yabancı turistler bölge halkından kendi dillerini konuşmalarını talep etmektedirler. Evrensel dil olma özelliği nedeniyle ortak payda İngilizce olarak ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla turistlere hizmet verilen destinasyonlarda istihdam edilen bölge halkının bu yönde eğitilmesi gündemin en önde gelen maddelerinden biridir.

Turizmin ülkemiz için henüz yeni bir gelir kaynağı olduğu dönemlerde eğitimli turizm sektörü çalışanı yaratılması ve yerel halkın yaşayabileceği sorunlara karşı çeşitli öneriler geliştirilmiştir. 1979 tarihinde bu öneriler, yerli halkla radyo, tv, gazete gibi kitle iletişim araçları ve yörede sözü geçen öğretmen, muhtar, imam ve turizm görevlileri ile iletişime geçilmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Bu eğitimlerin merkezindeki kavramlar;

- a) Geleneksel inançlara aykırı, ulusal değerlere uymayan turistlere karşı hoşgörü ve ikna,
- b) Farklı sosyo-kültürel gruplardan gelen insanlara karşı garipsememe,
- c) Turistlere sıcak ilgi gibi unsurlardır (Çetin, 2009: 17).

Tüm bu unsurlar bir araya getirildiğinde, görülmektedir ki sürdürülebilir bir turizm için yerel halk ile turistler arasında bir değer barışı sağlanmalıdır. Özellikle yerli halkın

bölgede istihdam edilmesi ve geçimini turizmden sağlaması önemli bir faktör iken, yerel halkın değerlerinin, yaşam biçiminin, geleneklerinin turizm nedeniyle göz ardı edilmemesi de bir diğer önemli avantaj olarak ön plana çıkmaktadır. Çünkü yerel halkın sürdürülebilir turizmdeki rolünü güçlendirmek onların sürece katılımlarını sağlamak, görüş ve önerilerini dikkate almak, gelecekteki turizm gelişmesinde onlara rol vermek ve kendilerini turizm sürecinin bir parçası olarak hissetmelerinden geçmektedir. Nitekim, Dünya Turizm Örgütü (WTO) da "Küresel Turizm Etiği İlkeleri"ni oluştururken bu yeni turizm paradigmasında turizm etkinliklerinin bir bölgedeki geleneksel kültür ürünleri, eserleri, yerel değerlerin bozulması ve standartlaşması sonucunu doğurmaması gerektiğini, bunun yerine tüm bu değerlerin zenginleştirileceği bir biçimde planlamayı ve yerel nüfusun turizmin olumlu etkilerinden yararlanmasını ön plana çıkartmıştır (Çetin, 2009: 17).

Bu bağlamda Beypazarı'nda turizmden direkt ya da dolaylı olarak etkilenen yerli halk ile turizm arasında kurulan ilişki önem kazanmaktadır. Beypazarı'nda yerli halkın %70'i tarım alanında istihdam edilmektedir ve nüfusun tamamı Beypazarı'nın yerlilerinden oluşmamaktadır. Bu bağlamda, Beypazarı üç temel rota üzerinden göç almaktadır. Bunlar (Kara, 2011: 55);

- a) Ankara'nın diğer ilçeleri ile Beypazarı'nın köylerinde yerel-içgöç,
- b) Türkiye'nin farklı kentlerinden dış göç,
- c) Mevsimlik işçi göçü.

Beypazarı bugün de tarihsel olarak ekonomik ve ticari bir merkez olmasının getirdiği nüfus yoğunluğunu yaşamaktadır. Özellikle 1999 sonrası turizm için elverişli bir destinasyon olarak ön plana çıkan Beypazarı'nda turizmin getirdiği çeşitli avantajlar ve dezavantajlar söz konusu olmuştur. Bu bağlamda özellikle iki çalışma ilgi çekicidir. Bunlardan ilki Uslu ve Kiper'in çalışmasıdır. Buna göre, yerli halka turizmle ilgili olumlu ve olumsuz etkiler sorulduğunda (Uslu ve Kiper, 2006:311); %91 oranında turizm etkisi olumlu bulunmuştur. Bu olumlu etkiyi yaratan unsurlar; Beypazarı'na ait yöresel yemekler, geleneksel kıyafetler, el sanatları ve geleneksel Beypazarı

mimarisidir. Turizmin olumsuz etkiler doğurduğunu savunan %9'luk kesimse şu tezleri ön plana çıkartmaktadır;

- a) Yerel halkın yaylaya çıkma alışkanlıkları azalmıştır,
- b) Geleneksel kıyafetler bozulmaya başlamıştır,
- c) Yöresel yemeklerin kalitesi bozulmuştur,
- d) Gelenek ve görenekler yozlaşmaya başlamıştır.

Bir diğer çalışma ise Çetin'in 2009 tarihli "Beypazarı'nda Turist-Yerli Halk Etkileşimini" merkezine alan çalışmasıdır. Çalışmada ankete katılanların %37,7'si esnaftır ve ağırlıklı gelir aralığı 501-1000 TL'dir. Araştırmaya katılanlar zengin turistlerin yaşam tarzını olumsuz etkilediğini düşünmemekte ancak turizmin yöredeki kira, ulaşım, hizmet, tüketim fiyatlarını arttırdığı fikrine sahip olmaktadır. Bizim çalışmamız açısından bakıldığında özellikle katılımcılara sorulan "Turizm yörenizde kadınların iş hayatına daha fazla katılmasına yol açmıştır" sorusu hem erkek hem de kadınlar tarafından %90'a varan bir evet cevabı almıştır (Çetin, 2009: 24).

Bu çalışmada özellikle dikkat çekici olan unsur, turizmin getirdiği sosyo-kültürel etkiler arasında öncelikle genelde nüfusa ardından kadın nüfusunun çalışma hayatına olan katılımıdır. Özellikle bölgede gerçekleştirilen turizm türlerinin kadının istihdamını kolaylaştırıcı alanlar olması (kırsal turizm, yayla turizmi, kültür turizmi vb.) ve bölgedeki turistik ürünlerin üreticisi ve satıcısının çoğu zaman aynı kişi yani kadınlar olmaları da bir diğer önemli artı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan, turizmin bir bölgeye getirdiği olumlu sonuçlar değerlendirilirken yerli halkın ve özellikle kadın girişimci ve istihdamının artmasına yönelik etkileri de göz önünde bulundurulmalıdır.

4.3. BEYPAZARI'NDA YERLİ HALKIN TURİZMDE İSTİHDAMI

Beypazarı 2013 yılı itibari ile 3.000.000 turistin ziyaretinin hedeflendiği, av turizmi, kırsal-yayla turizmi, kültür turizmi, din turizmi, miras turizmi ve kongre turizmi gibi farklı alanlarda turistik bir destinasyon olan bir bölgedir. Bu açıdan düşünüldüğünde,

Beypazarı'nda turizm sektörünün yaygınlaşması ile doğru orantılı olarak bir turizm işgücü açığı oluşmuştur. Sürdürülebilir turizmin ilkeleri düşünüldüğünde bir bölgede turizmin kalıcı ve çözüm odaklı olabilmesi için o bölgenin yerli halkının da katılımı esas olarak alınmalıdır. Özellikle 1999 yılı sonrası geniş restorasyon projesi ile Beypazarı'nın turizm atılımı beraberinde halk içerisinde de ilgi görmüş ve %70'i tarım sektöründe çalışan halkın turizme olan eğilimi artmıştır. Beypazarı Belediyesi'nin 2012 tarihinde Beypazarı'na yönelik gerçekleştirmiş olduğu SWOT(GZTF) analizinde de özellikle güçlü yönler arasında şu unsurlar vurgulanmaktadır; bölge halkının çalışkanlığı, ticarete yatkınlığı, gelir kaynaklarındaki çeşitlilik, yöresel ürünlerin çeşitliliği, tarihi varlıklar ve kültürel zenginlikler, yöresel ürünlerin ve yemeklerin çeşitliliği, halktaki turizm bilinci ve turizm sektörüne entegre olmuş destekleyici kayıtsız istihdam, müzeler ve turizm bürosunun varlığı (Beypazarı Belediyesi, 2012: 35).

Aynı analizde zayıf yönler ise şu şekilde kaydedilmektedir; bölgedeki nitelikli girişimcinin azlığı, ortaklaşa rekabet kültürünün gelişmiş olmaması, bölgesel kalkınma için vizyon, misyon, strateji ve iş planı eksikliği, turizm gelirlerinin süreksizliği, kalifiye ve yabancı dil bilen eleman azlığı, organize ve sürdürülebilir tanıtımın yetersizliği, uzun süreli turistler için alternatiflerin azlığı, turizm işletmelerindeki profesyonellerin yetersizliği, turist ürünlerinin çeşitliliğinin yetersizliği (Beypazarı Belediyesi, 2012: 36). Analizin fırsatlar bölümünde ise alternatif turizm (köy, yayla, inanç, av, doğa, pazar, kış turizmi vb.) ve tüketicilerin ürünün kaynağını bilerek alışveriş yapma kültürü (organik gıdalara ilgi) gelmektedir. Dolayısıyla Beypazarı'nda yaşayan yerel halk için turizm en önemli istihdam alanlarından biri olarak ön plana çıkmaktadır.

Nitekim, 2009 yılında tamamlanmış olan restorasyon çerçevesinde restore edilen evlerin bir bölümü müze, otel ve yöresel yemeklerin yapıldığı lokantalara dönüştürülmüştür. Bunlar fizik mekan olarak Beypazarı'nı sağlıklılaştırma işlemleri olduğu kadar esnafa da destek verme içeriğindeki işlemlerdir. Bu bağlamda tarihi evlerin olduğu mahallelerde yaşayanlara ve elbette özellikle kadınlara üretimlerini yöreyi ziyaret eden turistlere pazarlamalarını sağlamaları için belediye tarafından sergi açma imkanı tanınmış, 100'ü aşkın tezgah oluşturulmuş, bu şekilde 2004'te 1.000 aile yaşamlarını turizm sektöründen

kazanmaya başlamışlardır. 2008'de turistik ürün üreten ve bunları satarak yaşamını kazanan 650'ye yakın kadın bulunmaktadır (Eceral ve Özer, 2009: 58).

Beypazarı'nda yerel halk gümüş işlemeciliği, telkari işçiliği, çevre, yazma, bürgü, yemeni, bindallı gibi geleneksel tekstil ürünleri, bez, kilim dokumacılığı, semercilik, sim-sırma işlemeciliği, saraçlık, bakıcılık, mutfak ürünleri işleri ile uğraşmaktadır. Görüldüğü üzere bu mesleklerin ve turistik ürünlerin önemli bir bölümü yerel halkın gündelik uğraşlarının bir uzantısı konumundadır. Bununla birlikte bu mesleklerin bir çoğu yerel kadınların kendi evlerinde de yaptığı işlerle benzerlikler göstermektedir. Özellikle geleneksel el sanatları ve gıdaların üretiminde evdeki işin bir ticari ürüne dönüştürülmesi süreci gözlemlenmektedir. Bugün Beypazarı'nda 1150 yatak kapasitesi ile konaklama, 4 otel, bir adet 700 kişi yatak kapasiteli kaplıca, toplam 83 yöresel ürün standı, 67 yöresel gıda standı, 21 adet yöresel yemek restoranı, 7 adet Beypazarı kurusu fırını, 45 adet gümüş atölyesi, 32 adet gümüş satış mağazası, 5 adet şekerleme imalat ve satış birimi, turizm sektöründe hizmet vermekte ve istihdam yaratmaktadır.

4.3.1. Yerel Kalkınma

Turizmde yerelliğin kaynaklarını oluşturan etmenler şu şekilde sıralanmaktadır (Eceral ve Özmen, 2009: 49):

- a) Doğal kaynaklar; iklim, çevre, peyzaj,
- b) Yapılı çevre; tarihi alanlar, ticaret alanları,
- c) Sosyo-kültürel kaynaklar; sanat, kültür, festivaller, spor aktiviteleri.

Özellikle turizm ve yerel kalkınma ilişkisine göz atıldığında yerellikte başarılı olmuş bir turizm modeli için ziyaretçilere cazip gelebilecek bütüncül bir turizm ürünü geliştirmek önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, Beypazarı oldukça geniş yelpazede turizm ürünleri sunabilme özelliğine sahiptir. Beypazarı'nda geleneksel el sanatları, gıda ürünleri bu anlamda en çok öne çıkan bileşenlerdir. Kuşkusuz her yerellik kendi bünyesindeki unsurlar ile bir kalkınma modeli kurabilmektedir. Beypazarı özelinde de bu telkari, gümüş işlemeciliği, kuru, dolma, güveç, kilim, semercilik, bez işlemeciliği vb.'dir.

Kara'ya göre (2011: 57) Beypazarı'nda bir dönem var olan bürgücü kadın dokumacılar evlerinde erkek dokumacılar ise çarşıdaki dükkanlarda çalışmaktadırlar ancak zamanla bu iş trafiği ortadan kalkmıştır. Kadın dokumacılar zamanla işi bırakmış, erkek dokumacıların ise sayıları azalarak çirak yetiştirmez olmuşlardır. Bu bağlamda belediyenin yeniden canlandırdığı ve yerel kalkınmanın yükselmesine katkı olarak sağladığı aslında bu gelenek hattıdır.

Bugün Beypazarı'nda çeşitli dükkanlarda bu gelenek yeniden canlandırılmaya başlanmıştır. Bu dükkanlardan biri de Mehmet Emin Yıldırım'ın (doğ. 1938) dükkanıdır. Bu dükkanda baskı desenli hazır bürgüler, Beypazarı dışında dokunmuş ev tekstil ürünleri, gelin bürgüsü kumaşından üretilmiş çeşitli ev tekstil ürünleri ve sofra bezi satılmaktadır. Bu gibi gelişmeler özellikle yerel yönetim tarafından organize edilmiştir.

Yerel kalkınmanın getirdiği bir diğer sonuç ise turizmin yeni iş imkanları yaratarak bölge halkının başka şehirlere göç etmesini engellemesidir. Beypazarı önemli ölçüde kendi kaynakları ile yerel bir kalkınma modelinin başarılı olduğu bir destinasyondur. Turizm bölgede yeni istihdam imkanları yaratmakta, farklı turizm türlerinin uygulanabilirliğinden ötürü tesis sayısının çoğalmasını sağlamakta ve bu tesislerdeki çalışan açığının bölge halkından sağlanması çözümünü ön plana çıkartmaktadır. Bu bağlamda turizmin bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel kalkınmasında büyük öneme sahip olduğu gerçeğinden hareketle turizmin geliştirilmesi için merkezi yönetim, yerel yönetim, üniversite, STK'lar ve yerli halkın da içinde bulunduğu geniş bir işbirliği kurulmalı ve turizmle ilgili faaliyetlerde yerli halkın aktif bir biçimde görev almasının önündeki engeller kaldırılarak tam bir senkronizasyon ortamı inşa edilmelidir. Bu anlamda öne çıkan çözümler, çevrenin korunması, yöredeki iç ve dış turizm piyasasındaki hedef kitleye yönelik ürünlerin ve hizmetlerin ön plana çıkartılması, alt ve üst yapı yatırımlarının tamamlanması olduğu kadar halkın özellikle istihdam edilecek şekilde eğitilmesidir (Çetin, 2009: 29).

4.3.2. Farkındalık

İstihdamın yerel halkı kapsayacak şekilde genişletilmesi sürdürülebilir turizm açısından bir farkındalık meselesi olarak ön plana çıkmaktadır. Yerel yönetimler açısından farkındalık süreci iki boyutlu işlemektedir. İlk boyutta kendi bünyesindeki turistik ürünlerin ve turistik tesislerin yeniden yorumlanması bulunmaktadır. Çünkü turistler bölgeye yerli halkın kültürünü değiştirmek için değil, yerli halkın kültürünü öğrenmek, onlarla kaynaşmak için gelmektedir. Bu da eldeki ürün setinin onlar için yeniden yorumlanması ve bir sunum çerçevesine alınması sonucunu getirmektedir. Örneğin bilinen şekliyle etli pirinç pilavı olan güveç, ilçede mevlüdlerde ve düğünlerde tüketilen kemikli kuzu ya da parça dana etiyle 7 saatte, tavuk etiyle ise yaklaşık 5 saatte güveççi fırınlarında pişirilen bir yerel lezzettir. Oysa turistik ürün olarak güveç yeniden yorumlanmış ve turistlere lokantalarda "elektrikli fırınlarda" ve "tek kişilik" hazırlanmıştır (Kara, 2011: 59). Buna paralel bir diğer gelişme ise direkt olarak turiste yönelik icattır. Örneğin havuç suyu ya da havuçtan yapılan şekerlemeler geleneksel Beypazarı havucunun turistik bir ürün olarak farklı icatların merkezine yerleştirilmesidir. Örneğin, Karaşar beldesindeki Eğriova yaylasının trekking, dağ bisikleti, atla gezinti, çim kayağı gibi doğa sporlarına yatkınlığı, kışın ise kar kayağına imkan tanınması ve bu yönde bir gelişimin teşvik edilmesi bir "farkındalık sürecini" oluşturmaktadır.

Beypazarı açısından bünyesindeki bu turistik ürünlerin değerlendirilmesi bölge halkının da içine katıldığı bir süreç ile olumluya doğru evrilecektir. Beypazarı'nda özellikle istihdam olanakları günden güne artmaktadır. Beypazarı Belediyesi'nin de belirtmiş olduğu üzere bu bağlamda temel sıkıntı eğitimli turizm çalışanlarının ve turizm vizyonunun yetersizliğidir. Bu doğrultuda çeşitli projeler gerçekleştirilmektedir.

4.3.3. İstihdam İçin Eğitim

Beypazarı'nda yükselen turizm sektörü diğer sektörlerle de ivme kazandırmış bir bütün olarak Beypazarı ekonomisinin canlandırılmasına yardımcı olmuştur. Bu doğrultuda

kentin geleneksel üretim dallarının canlandırılması için eğitim ve rehberlik hizmetlerinin sunulması, genç girişimcilerin desteklenmesi, işgücünün eğitilmesi, istihdamın artırılması, sosyal hizmetlerin kalitesinin yükseltilmesi gibi gündem maddelerinde yerel yönetim, merkezi hükümetin yerel birimleri ve STK'lar arasında oluşturulan işbirliği ağında kapsamlı girişimler ön plana çıkmaktadır (Eceral ve Özmen, 2009: 59). Bu bağlamda ön plana çıkan ve girişimcilik ile istihdamı arttırmaya yönelik eğitim programları şu şekilde sıralanmaktadır;

- a) Ticaret Odası, Belediye ve Kaymakamlığın katılımı ile Kuyumculuk ve telkari gümüş işlemeciliğine yönelik toplantılar,
- b) Ticaret Odası KOSGEB Sincan KÜGEM Müdürlüğünün işbirliği ile Ankara Üniversitesi Meslek Yüksekokulu ve Gazi Üniversitesi Beypazarı Teknik Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yönelik Dünya Bankası'nın desteklediği "Genç Girişimcilik Semineri",
- c) Kaymakamlığın girişimleri ile Beypazarı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı'nın istihdam sağlama amaçlı faaliyetleri,
- d) İpek kilim, kilim atölyesi, tiftik battaniye, ipek bürgü, kumaş üzerine ıhlamur baskı, gümüş atölyesi ve kök boyama atölyesinin kurulması,
- e) Kız Meslek Lisesi bünyesinde turizm sektörüne hizmet etmek üzere Beypazarı'nın kültürüne uygun giyim, kumaş, şişleme örtü hediyeelik eşya üretimi satışına dönük kursların açılması,
- f) Bölgedeki üretimi eskiye dayanan el dokuması "sof kumaş" üretiminin turizm sektörüne hizmet etmek için yeniden canlandırılması,
- g) İleride ayrı bir başlık altında söz edilecek olan RURWOMBACK Projesi,
- h) Çeşitli nedenlerle örgün eğitimin dışında kalmış kadınların Açık Öğretim kurumlarına kayıt ettirilerek orta öğretimden mezun olmalarını sağlamak ve kendi bölgelerindeki sektörlerde istihdam edilmesini kolaylaştırmak için "Altın Bilezik" Programı (Beypazarı'nda 2013 yılında bu programa katılan kadınların sayısı 80 olarak ifade edilmektedir)²⁰.

Çetin'e göre ise (2009:30) Beypazarı'nın yerli halkı ve özellikle de turizm işlerinde çalışan genç nüfusu turistlerle iletişim kurabilecek düzeyde İngilizce, Fransızca,

²⁰ "Beypazarılı 80 Kadına Altın Bilezik", Web Adresi: <http://www.beypazarihabertv.com/Ekonomi/2133-Beypazarili-80-Kadina-Altin-Bilezik.html#.UbcJAfmU0QB> Erişim Tarihi: 11.06.2013.

Almanca, Japonca, İspanyolca, Rusça vb. öğrenmeli, bu doğrultuda Kaymakamlık, İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, Belediye ve Üniversitelerin işbirliğinde yabancı dil kursları düzenlenmelidir. Kuşkusuz bu istihdam oranları üzerinde de etki sağlayan bir husustur.

4.4.BEYPAZARI'NDA TURİZMDE KADIN GİRİŞİMCİLER VE KADIN İSTİHDAMI

Beypazarı'nda turizmin doğrudan sonuçlarının başında toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden tanımlanması gelmektedir. Buna göre turizm paradigması öncesi ilçede kadınların evin dışında çalışmasına sıcak yaklaşılmamaktadır. Buna göre %70'i tarım sektöründe istihdam edilen ilçe halkının kadınları da tarımsal alanda ya da evin içerisinde ucuz işgücü olarak çalışmaktadır. Ancak turizm sektörüyle birlikte toplumsal cinsiyet rollerinin içerisinde tanımlanan farklı işlerde kadınlar çalışmaya başlamışlardır. Bunlar;

- a) Otellerde kat görevlisi,
- b) Geleneksel gıda üretiminin yapıldığı atölyelerde işçilik,
- c) Gıda satışı yapan dükkan işletmeciliği,
- d) El işi eşya üretimi ve ticareti,
- e) Evde cenaze ve mevlid organizasyonlarına güveç pişirme vb. (Kara, 2011: 61).

Görüldüğü üzere Beypazarı'nda kadın girişimciliği ile kadın istihdamı iç içe geçen bir süreç olarak ele alınmaktadır. Çünkü kadınların iş hayatında yer almaları onların toplumsal cinsiyet rollerinin belirlenmiş alanı içerisinde mobilize olmalarını gerektirmektedir. Buna göre belediyenin restore edilmiş yapılarda atölye ya da tezgah olarak kullanıma açtığı bir yerin işletmesini gerçekleştiren, bir turistik tesis sahibi vb. kadınlar girişimci olarak kategorize edilirken, gerek kadın girişimcilerin gerekse de erkek girişimcilerin yanlarında yine toplumsal cinsiyet rollerinin dairesi içerisinde istihdam edilen kadın çalışanlar bulunmaktadır. Özellikle birkaç maddeden anlaşılacağı üzere üretim sadece turistlere yönelik değil aynı zamanda yerel halkın ihtiyaçlarını karşılar niteliktedir.

Burada özellikle dikkat çekilmesi gereken bir diğer husus ise kadınların iş sahibi olurken ya da iş hayatı içerisinde çalışan olarak yer alırken turizm sektöründe yer alan erkeklerin olanak ve haklarına sahip olup olmadıklarıdır. Bunda genel cinsiyet rollerinin payı olmakla birlikte aynı zamanda bir rol modeli lider eksikliğinin de payı bulunmaktadır. Ayrıca iş yaşamının içerisine giren kadınlar ise bu kez geleneksel aile rolleri ile bir çatışma yaşamakta ve evin erkeği tarafından yeniden eve dönmek konusunda uyarılmaktadırlar. Özellikle ev işleri, çocuk bakımı gibi kadınlığa ait olduğu var sayılan ödev ve görevlerin yerine getirilmesi ile iş hayatının gereklilikleri çatışmakta bu ise aile içerisinde kadının çalışmasına negatif rol atfedilmesine neden olmaktadır.

Beypazarı'nda kadın girişimciliğinin ve kadın istihdamının yapısal zorunluluklar dışında artırılmasının arkasındaki en temel itici faktörlerden biri lider rol modeline olan ihtiyaçtır (Eceral ve Özmen, 2009: 72). Bu bağlamda özellikle kırsalda yaşayan kadınların işgücü piyasasına daha adilane katılımı açısından onların sürekli eğitimini öngören, kadının toplumsal cinsiyet rollerinin gerektirdiği işlevlerin iş yaşamı ile çatışmasını minimize etmek amacı taşıyan çeşitli çözüm programları önerilmektedir. Bunlardan biri de RURWOMBACK Projesi'dir.

4.5. RURWOMBACK PROJESİ

RURWOMBACK Projesi'nin merkezinde kırsal bölgelerde yaşayan kadınların işgücü piyasasına katılmaları için sürekli eğitim yaklaşımı bulunmaktadır. Beypazarı'nda RURWOMBACK WP4 modelinin uygulamasında başlık olarak "Sürekli Eğitimin Adaptasyonu Önerisi" seçilmiştir. Buna göre projede ana hedef; "sürekli eğitime uyum çerçevesinde her ülke için ulusal bir rapor önermek" olarak ön plana çıkmaktadır (RURWOMBACK, 2009: 1). Proje başvuru formunda WP'nin hedefleri şu şekilde sıralanmaktadır;

a) Eğitim sisteminin ana hedef olarak tespit edilen iyi uygulamalara uyum önerileri geliştirmek için ekleme / yeniden ekleme/ veya promosyon/ çocuklarına ya da bağımlı

oldukları insanlara bakmak için tamamen ya da kısmen işi terk eden kırsal bölgelerde yaşayan kadınların işgücü piyasasına kazandırılması.

b) Katılımcıları şu ana kadar elde edilen sonuçlar bağlamında yönlendirmek ve projenin hedefleri kapsamına almak.

c) Ulusal ya da uluslar arası boyutta iyi uygulamaların analiz sonuçlarını tartışmak ve doğrulamak.

d) Ulusal Mesleki Eğitim Sistemi için geçerli olmak amacı ile iyi uygulamaların genel sonuçlarını elde etmek.

e) Hedef grubun ihtiyaçlarına uygun Sürekli Mesleki Eğitim Sistemlerine uyum önerilerini tartışmak ve geliştirmek.

RURWOMBACK Projesi doğrultusunda 6-12 kişilik çalışma grupları ile toplantı düzenlenmiştir. Bu toplantılara eğitmenler, uzmanlar, kırsal kadınlar, yerel makamların temsilcileri, ticaret kuruluşları katılmıştır. Projenin Yunanistan ve Polonya boyutları da bulunmaktadır. Türkiye, Polonya ve Yunanistan özelinde kırsal alanda gündeme getirilen ilk önemli madde kadın girişimciliğidir. Kadınların işgücüne katılımının artırılmasında ön koşul, toplumsal kadın ve serbest meslek sahibi kadınların konumlarının iyileştirilmesidir (RURWOMBACK, 2009: 8). Buna göre kırsalda yaşayan kadınların kuracağı mikro işletmeler teşvik edilmeli, kadınlara temel bilgi, beceri, potansiyel ve kaynaklar kazandırılmalıdır. Bu aşamadan sonra ise merkezi hükümet ve yerel yönetimler tarafından kredi, belgelendirme, sosyal refah programları, motivasyon, teknik beceri ve ailenin içerisinde bulunduğu bir yapı oluşturularak kırsaldaki kadınlar için bir girişimciler ağı inşa edilmelidir.

Bu noktada bir diğer önemli husus da kırsaldaki kadınlara sürekli olarak verilecek olan eğitimlerin bölgenin ihtiyaçları ve işgücü piyasası ile uyumlu olmasıdır. Çünkü her kırsal bölgede farklı sektörler ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, Beypazarı özellikle tarım ve turizm sektörlerinin ön plana çıktığı bir alandır ve aslında tarım sektörü ile turizm sektörü de entegrasyon içerisinde düşünülmelidir. Çünkü tarım ürünleri turistik ürünlere dönüştürüldüğü gibi aynı zamanda tarımda istihdam edilen kadınlar da zamanla turizm sektörü içerisinde istihdam edilmeye başlanmaktadır. Bu doğrultuda RURWOMBACK Projesi'nin en önemli vurgularının başında kırsal kesimde

yoksulluğun azaltılması, istihdamın yükseltilmesi paralelinde bir kadın istihdamı yer almaktadır. Özellikle bir diğer dikkat çekilen husus ise kadınların işgücüne katıldıklarında yerleşik aile ilişkilerinin akıbetidir. Çünkü iş hayatı kadınların ev ile ilgili yatırımlarına katkıda bulunurken bu ilişkiler üzerinde de dönüştürücü etki sağlamaktadır. Gerek ev işleri gerekse de çocukların bakımı ile ilgili ortaya çıkabilecek bir mesafe kadının istihdamı ve girişimciliği üzerinde negatif etkiler olarak ön plana çıkmaktadır (RURWOMBACK, 2009: 13).

Bu doğrultuda RURWOMBACK'in (2009: 20) önerileri şu şekilde sıralanmaktadır;

- a) Eğitime eşit erişim sağlanması,
- b) Eğitim, matematik, fen bilimleri ve teknik beceri ve diğer yaşam boyu öğrenme biçimleri de dahil olmak üzere, mesleki eğitime kadınların erişiminin kolaylaştırılması,
- c) Ayrımcılığın olmadığı eğitimin geliştirilmesi,
- d) Eğitim reformları için yeterli fon ayrılması ve bu reformların uygulanmasının izlenmesi,
- e) Kız ve kadınlar için yaşam boyu öğrenme,
- f) Kadınların ekonomik haklarını ve bağımsızlıklarını, istihdama katılmalarını da içeren uygun çalışma koşulları ve ekonomik kaynakların kontrolünü teşvik,
- g) Danışmanlık hizmetleri vermek ve eğitimleri organize etmek ve özellikle düşük gelirli kadınlar için piyasalar, teknoloji ve bilgiye erişimin kolaylaştırılması,
- h) Kadınların ekonomik potansiyelinin güçlendirilmesi,
- i) İstihdam ayrımcılığının fon ile giderilmesi,
- j) Olası iş yükümlülükleri ve aile yaşamının uzlaşması için teşvik.

Çalışmamız açısından bakıldığında en temel unsurların başında iş yaşamına katılan kadınların geleneksel aile rollerini sürdürme düzeyi gelmektedir. Beypazarı'nda turizm sektörü içerisinde yer alan özellikle de evli kadınlar, çocuk büyütme, ev işlerini yapmak, halk kültürünü sürdürmek ve nesiller aracılığıyla sağlamak, aileye şekil vermek ve tarımsal faaliyetleri sürdürmek gibi işlevler üstlenmektedirler. Kuşkusuz Beypazarı'nda da geleneksel roller de, özellikle turizm sektörünün etkinliğini arttırmasıyla birlikte bir değişiklik gözlemlenmektedir. Buna göre erkekler ev işlerinde

kadınlara yardımcı olmaya başlamışlar ve hayatın müşterek olduğu algısına doğru çeşitli geçişler sergilemişlerdir. Bu bağlamda RURWOMBACK Projesi (2009: 24- 25)

"İş-Aile Yaşamının Uyumlaştırılması" yönünde öneriler getirmektedir. Bu öneriler;

- a) Kırsal düzeyde yerel olarak kreş ve çocuk bakımevlerinin kurulması,
- b) Eğitim merkezlerinde aile üyelerine görev paylaşımı konusunda (çocuk bakımı, ev işleri vb.) bilgi verilmesi,
- c) Yaşlılara yönelik sosyal hizmetlerin sunulması,
- d) Anne-babanın kısa süreli olarak işten ayrılabilme hakları,
- e) Doğum izni ile anne-babanın işgücü piyasasına yeniden girme hakkı,
- f) Günlük çalışma saatlerinin aylara göre esnek hale getirilmesi ve çalışma koşullarının kolaylaştırılması,
- g) Kadınların yeni aile hayatına adaptasyonu doğrultusunda kendilerine yardımcı olunması,
- h) Kısa süreli işten ayrılmalar hesaplanırken yıllık izin, tatil, ek ödemelerin devreye girmesi ve kayıpların buna göre belirlenmesidir.

Çalışmada da vurgulandığı gibi burada temel husus turizm sektöründe istihdam edilen kadınların evde geleneksel aile kurumu ile olan ilişkilerinin karşısında girişimcilik ya da istihdam edilebilmenin kadın emeğinin sömürülmesinin koşullarını değiştirdiği ya da devam ettirdiği bilgisine ulaşılmasıdır. Diğer bir deyişle "gerek kadın girişimciler gerekse erkek girişimciler tarafından istihdam edilsin kadının toplumsal cinsiyet rolleri sürmekte midir? Kadın girişimciler tam anlamıyla bir erkek girişimci gibi fırsatlardan istifade edebilmekte midir yoksa geleneksel aile rolleri içerisinde kadın girişimci de her an eve geri dönme tehlikesi ile mi karşı karşıyadır?" sorularına cevap aranması çalışmanın merkezindeki soruyu oluşturmaktadır. Buna göre RURWOMBACK Projesi'nin de çözmeye yöneldiği kadın girişimciliğinin ve istihdamının gündeme getirdiği sorunları bütüncül bir tablo doğrultusunda incelemek için Beypazarı Örneği önem kazanmaktadır.

5.BÖLÜM

NİTEL VERİLERİN ANALİZİ

5.1. KATILIMCILARIN GENEL ÖZELLİKLERİ

Araştırmamızda beşer kişilik 4 odak grup oluşturulmuştur. Bu odak grup görüşmelerinde toplam 20 kadınla görüşme yapılmıştır. Bu başlık altında katılımcıların yaşı ,eğitim durumu ve medeni hali ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Tablo 2 : Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

Seçenekler	Katılımcı sayısı	%
30-40	6	30
40-50	9	45
50-60	5	25
Toplam	20	100

Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında en yüksek yaş aralığının 40-50 yaş aralığı % 45 olduğu görülmektedir. Bu yaş aralığının katılımcılar arasında yüksek olmasının sebebi bu yaş aralığındaki kadınların evliliklerinin oturmuş, çocuklarının büyümüş olup bakıma muhtaç olmamaları, eğitimlerini bitirmiş olmaları ve hatta bazılarının evlenmiş olmaları nedeniyle oldukça fazla boş vakitlerinin olması onları yıllarca evde ürettikleri ürünleri dışarıda pazarlayarak gelir etmeye sevk etmiştir. Bunu 30-40 yaş aralığı % 30 oranla takip etmektedir, bu yaş aralığındaki annelerin arasında okula giden çocuk sahibi olmasına rağmen onlarda çocuklarını okula gönderdikten sonra dışarıda çalışan

kadınların arasına katılmaktadır. 50-60 yaş aralığı % 25 oranında olup bu grup kadınlar çoğunluğu teşkil eden gruptan etkilenerek kendi evine olduğu kadar oğlu ya da kızının ev ekonomisine katkı da bulunmak içinde çalışmaktadır.

Tablo 3 : Katılımcıların Eğitim Durumu

Seçenekler	Katılımcı Sayısı	%
İlkokul mezunu	16	80
Orta okul mezunu	4	20
Toplam	20	100

Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında % 80 ile ilkokul mezunu olanların sayılarının fazla olduğu görülmektedir. Orta okul mezunu olanların oranı ise % 20 olarak görülmektedir. Aslında her iki grubunda eğitim düzeyi olarak birbirlerinden çok farkı olmadığı Anadolu'da küçük merkezlerde kızların eğitim konusunda daha sınırlandırıldığı görülmektedir. Ancak odak grupların yaş ortalamasına bakıldığında bu normal gelmekle birlikte katılımcıların kendi çocuklarını okutma konusunda daha gayretli ve duyarlı oldukları özellikle kız çocuklarının mutlaka bir meslek sahibi olmaları gerektiği ve kendi ayakları üzerinde duran eşlerine bağımlı yaşamalarını istemeyen bir kadın grubuyla karşı karşıyaydık. Bu anlamda da odak gruplarımızın hem fikir olduğu, eğitilmiş ve meslek sahibi olmamalarına rağmen bunun eksikliğini hissetmelerine karşın başarılı oldukları alanları ön plana çıkartarak çalışmalarını çocukları açısından da örnek teşkil etmektedir. Böylece katılımcıların çocukları hangi yaş grubunda ve hangi eğitim durumunda olursa olsun kendi becerileri doğrultusunda kadınların istedikleri zaman neler yapabileceğini de görmektedir. Bu da bir çeşit yaşayarak ve görerek öğrenme modeli olarak tanımlanabilir.

Tablo 4 : Katılımcıların Medeni Hali

Seçenekler	Katılımcı Sayısı	%
Evli	20	100
Bekar	0	0
Boşanmış	0	0
Toplam	20	100

Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında hepsinin evli olduğu ortaya çıkmaktadır. Boşanmış ya da bekar olan katılımcı bulunmamaktadır. Evli olan kadınların ev düzenini sürdürmek, evin ekonomisine katkıda bulunmak, daha rahat yaşamak ve çocuklarına daha iyi bir gelecek sağlamak kaygısıyla daha çok çalışma isteği içerisinde olmakta ve bu konuda girişimde bulunmaktadırlar. Bu girişimleri Beypazarı'nda kadınlar için iyi bir istihdam alanı olarak yaratılmış bulunan turizm alanında göstermektedirler.

5.2. İSTİHDAM VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARINA GÖRE VERİLERİN ANALİZİ

Bu araştırmada odak gruplarla yapılan görüşmeler bir metin haline getirilmiş, daha sonra bu metinle araştırmamızın temel kavramları olan kadın istihdamı ve kadın girişimciliği, ayrıca turizmde kadın istihdamı ve girişimciliği kavramlarıyla ilişkilendirilmiş, devamında Beypazarı'nda turizm alanında kadın istihdamı ve girişimciliği açısından odak gruplarla yapılan görüşmelerde sorulan sorularla ilişkilendirilerek analizler yapılmıştır.

5.2.1. Turizmde İstihdam ve Girişimcilik

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin en önemli amaçlarından birisi, ülkelerini bir sanayi toplumu haline getirmek, ekonomik kalkınmalarını sağlamak ve bu anlamda ülke insanlarına gelir getirici iş sahaları yaratmak ve ülkede istihdamı arttırmaktır. Ancak gelişmekte olan ülkelerde, küreselleşmenin etkisiyle, giderek işgücünden daha çok yeni teknolojilerin kullanılması istihdamda artış sağlanamamasına neden olmaktadır. Ayrıca bu ülkeler de görülen hızlı nüfus artışı, işsizliğin giderek önemli boyutlara ulaşma tehlikesini de beraberinde getirmektedir.

Bu bakımdan, alt yapı yatırımları ve konut yapımı yanında, çeşitli yönleriyle önem kazanan turizmi geniş istihdam olanakları yaratabilme açısından ön plana çıkarmak gerekmektedir.

Modern ekonomik yapıda hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü, sektörün yapısal bütünleşmesinde emek-yoğun üretim tarzı sebebiyle, diğer sektörlerle nazaran farklı bir sektör görünümündedir. Turizm sektörü içerisinde, makineleşme ve otomasyona gidilmesi belli oranlar dışında mümkün olmadığından, sektörün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle göre daha yüksektir. Diğer bir ifadeyle, turizm sektöründeki işletmelerin görevi ağırlama olduğundan, bu kişisel hizmetin makineleştirilmesi ve otomasyona dönüştürülmesi olanağı diğer sektörlerle nazaran sınırlı kalmakta, teknolojik yeniliklerin uygulanmasına rağmen yine de işlerin büyük bir kısmı insanlar tarafından yapılmaktadır. Örneğin, turizm sektöründe otelde yatakların düzeltilmesi, yemeklerin hazırlanması, servis yapılması, resepsiyon, ön büro hizmetleri ile benzeri işler insan emeğine dayalıdır. Bu açıdan bakıldığında, turizm sektörünün emek-yoğun üretim tekniğine dayanan bir sektör olma özelliği, turizmden elde edilen gelirlerin doğrudan istihdam etkisi yaratmasına neden olmaktadır. Bunun yanında, turizm sektörüne mal ve hizmet sunan yan sektörler de yeni iş olanakları sağlayarak dolaylı istihdam etkisi meydana getirmektedir.

Sektördeki istihdam kapasitesi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Turizmin gelişmesine paralel olarak, sektörel turistik tesis yatırımlarının

artması, turizm işletmelerinin işgücü talebini arttırmakta dolayısıyla istihdam oranı yükselmektedir.. Diğer taraftan, turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarak, turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı dönemlerde işgücü talebi artmakta, faaliyetlerin azaldığı dönemlerde ise işgücü talebi azalmaktadır, bu da turizm sektöründe istihdam kapasitesinin mevsimsel olarak dalgalanmalar göstermesine sebep olmaktadır. Bu bakımdan, her ne kadar turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı olarak istihdam edilen kişi sayısı konusunda bazı tahminler yapılsa da, sektörün yarattığı istihdam hacminin rakamsal boyutlarını tam ve kesin olarak tespit etmek oldukça güçtür. Bu durumun başlıca nedenleri şu şekilde açıklanabilir:

- Kitle turizminin yoğun olduğu bölgelerde, turizm faaliyetlerinin yılın belirli aylarında yoğunlaştığı, dolayısıyla turizm sektörünün mevsimlik işgücü çalıştırdığı gözlenmektedir. Ayrıca, turizm işletmelerinde çalışanların sayısı, yıldan yıla önemli değişiklikler göstermekte dolayısıyla, istatistiki bilgilerin elde edilmesi zorlaşmaktadır.
- Turizm sektöründe istihdam edilen işgücünün ne kadarının doğrudan turizm sektörüne, ne kadarının bölge halkına hizmet sunduğunu belirlemek güçtür. Diğer bir ifadeyle, turistik hizmet veren yerlerde istihdam edilenlerin pek çoğu, turizmle ilgisi olmayan fakat benzeri işlerde çalışan kişilerden çok güç ayırt edilebilmektedir. Örneğin, bazı resmi kaynaklarda, konaklama işletmelerinin yiyecek işletmeleri ile birleştirilmesi suretiyle sektörün istihdam yaratıcı etkisi belirlenmekte, diğer taraftan ulaştırma sektörünün yarattığı istihdam turizmle ilişkisi belirtilmeden verilmektedir.
- İstihdam istatistikleri, yalnız istihdam edilenleri kapsamaktadır. İstihdam edenleri ve kendi işyerinde çalışanları kapsamaz. Turizm hizmetlerinin büyük bir kısmı, dünyanın hemen her yerinde, çok sayıda ve küçük ölçekli aile işletmelerinde turistlere sunulmaktadır. Bunun sonucu olarak, kendi işyerinde çalışanların toplam iş gücü içindeki oranı önemli bir düzeye ulaşmaktadır. Bu nedenle, turizm sektöründe ki istihdam istatistiklerinin gerçek veriler olduğunu söylemek biraz zordur.
- Turizm sektöründe işgücü devir oranı yüksektir. Çalışma şartlarının zorluğu, ücretin düşüklüğü ve cazip teklifler bu oranı yükseltmekte buna paralel olarak, turizm

işletmelerinde istihdam edilenlerin sayısı değişiklik gösterebilmektedir. Turizm sektörünün bu özellikleri ve veri yetersizliği nedeniyle, ülkeler itibarı ile yapılan çalışmalarda, turizmin istihdam açısından önemi ve etkisi konusunda yalnızca genel tahminler yapılabilmektedir. Dünya Turizm Örgütü tahminlerine göre, turizmde istihdamın %75'i otelcilik alanındadır. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerinde sosyo-ekonomik açıdan çok yönlü etkilere sahip olan turizm endüstrisinde, işgücü piyasası çok karmaşık bir özellik göstermekte ve çeşitli ekonomik, politik, ekolojik, jeopolitik ve meteorolojik faktörlerden etkilenmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, bir ülkede yaşanabilecek ekonomik durgunluk, salgın hastalıklar, doğal afetler veya terörist saldırılar, o ülkenin turizm sektörünü olumsuz etkileyebilmektedir. Turizm sektöründe işgücünün yapısı bu tip faktörlerden etkilenirken, istihdamın türleri de değişiklik göstermektedir. Turizm işletmelerinin büyük bir bölümünde, istihdamın mevsimsel özellik taşıması nedeniyle, toplam istihdam içerisinde mevsimlik ve kısmi süreli istihdam şekillerinin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Bu istihdam şekillerinin artışı ise, turizm endüstrisinde genç ve kadın istihdamını arttırmaktadır.

5.2.2. Turizmde Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği

Turizm alanında meydana gelen değişimler ve gelişmeler farklı turizm sektörlerinin yaratılmasına sebep olmuştur. Kırsal turizm de bu alanlardan birisidir. Kırsal turizmin geliştiği bölgelerde sürekli bir dinamizm ve o bölgelerde farklı alanlarda sürekli bir değişim gözlenmektedir. Şüphesiz bu değişim sürecinde kadının konumunda ve sosyo ekonomik rolünde de farklılaşmalar görülmektedir. Bu sayede kırsal alanda kadın geleneksel rol ve görevlerinin yanı sıra farklı rollere bürünmektedir. Kadının varlık nedeninin aile ile bağlantılı alanlardan çıkıp, ailesini de geliştirici alanlara yönelmesi açısından kırsal turizm oldukça fayda sağlamıştır. Kadınların, ailesinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere çalışarak veya üreterek yaptıkları işler sayesinde onları ücretsiz aile işçisi konumundan çıkartarak gerektiğinde ücret ödeyen ya da ücretli çalışan konumuna getirmiştir. Kadının konumundaki bu değişim en kolay ve en hızlı bir biçimde kırsal turizm alanında gerçekleştirmiştir. Çünkü kırsal turizm içerdiği faaliyetler açısından kırsal kesimin kadınlarıyla uyum içerisindedir. Bu durum yani kadın ve kırsal turizm

arasındaki bu uyumluluk ve birliktelik aynı zamanda bölgenin hem ekonomik hem de turizm potansiyeli açısından gelişimini sağlayan bir unsur olmuştur. Beypazarı kadınlarının kırsal turizm alanındaki istihdamları ve girişimcilik faaliyetleri ve bu alanda elde ettikleri başarıları bölgenin gelişimi ve turizm potansiyelinin değerlendirilerek ön plana çıkmasında oldukça faydalı olmuşlardır.

Kırsal turizm, kırsal kültür, doğal çevre ve tarımla bütünleşen, ayrıca diğer turizm türleri ile de iç içe olan bir turizm türüdür. Bu nedenle taşıdığı yerel, ulusal ve uluslararası öğelerle girişimcilik alanı geniş ve zengin unsurları içerisinde barındırmasıyla dünyanın pek çok ülkesinde insanlar için artık cazip bir turizm alanı haline gelmiştir.

Bu anlamda Beypazarı tarihsel olarak İstanbul'u Bağdat'a bağlayan İpek yolu üzerinde bulunmaktadır. Beypazarı'nda içerisinde bulunduğu bölgede Hititler, Firigler, Galatlar, Romalılar, Bizanslar, Selçuklular Osmanlılar hakim olmuşlardır. Bu nedenle Beypazarı tarihsel ve kültürel anlamda zengin tipik bir kültür-kırsal turizm destinasyonudur. Beypazarı'nda turizm mevsimlere bağlılık göstermemekte yılın on iki ayı ziyaret edilmektedir. Dünyada ve Türkiye'de deniz-güneş-kum şeklindeki klasik turizm anlayışına alternatif olarak kırsal-kültürel turizm anlayışına uygun buna ait bütün öğeleri içerisinde barındıran bir merkezdir. Beypazarı, doğal güzelliklerinin yanı sıra yerel motifler, el sanatları, geleneksel sanatlar üzerinden bakıldığında kültürel turizm öğelerini barındırırken, yöresel yemekler ve lezzetler açısından bakıldığında ise gastronomi turizmini ön plana çıkartan kültürel ve kırsal turizmin aktif olarak yapıldığı bir alandır. Bu anlamda Beypazarı kültürel- kırsal turizm çevresi açısından zengin bir dokuya sahiptir.

Toplumsal cinsiyet ayrımcılığı toplumun her kesiminde kadının aleyhine bir görünüm sergilerken hizmet sektörlerinde ve özellikle turizm alanında bakıldığında kadının istihdam ve girişimciliğinin ön plana çıktığı görülmektedir. Turizm sektöründe kadın hem üretici (işgücü) hem de tüketici (müşteri) olarak önemli bir yere sahiptir. Kırsal turizmde ise kadın daha da öncelikli bir yere sahiptir. Çünkü kırsal alanda kadının etkinliği daha fazladır bu nedenle kırsal turizmde de kadına daha fazla ihtiyaç

duyulmaktadır. Kadınlar tanıtım ve hizmet konularında daha başarılı oldukları için ayrıca kırsal turizmde ev uzantılı etkinlikler daha ön planda olduğu için kadın öncelikli bir hal almıştır. Araştırmamızın konusu olan Beypazarı'nda da bunlar geçerlidir. Beypazarı'nda da geleneksellik kadınla ilişkilidir, el sanatlarına dayalı el işçiliği, süsleme bunun yanı sıra mutfak yöresel yemekler, yerel ürünlerin imalatı (tarhana, pekmez, salça, erişte, el işleri gibi) bunlar hep kadınlar tarafından yapılmaktadır. Bu sayede yörede kırsal turizm canlanmasını sağlamaktadırlar. Görülmektedir ki kırsal turizmde ve bizim çalışmamızda kadın anahtar rol üstlenmişlerdir. Genel anlamda ve Beypazarı'nda kırsal kalkınmada öncelikli olan kadındır. Kırsal alandaki kadın kentli kadına göre yaşam standardı açısından daha düşük bir zeminde bulunmaktadır. Ancak kadın ve turizm kavramlarının bu şekilde tartışılıyor olmasının en önemli nedeni yerel anlamda ve daha sonrada ulusal anlamda ekonomiyi ciddi bir şekilde etkilemesidir.

Kırsal turizm görülmektedir ki kadın emeğine dayalı bir turizm türü olduğu için kadına istihdam alanı yaratarak ve ona yeni girişimci alanları yaratarak toplumsal kalkınmaya destek vermektedir. Araştırma alanımız olan Beypazarı'nda da kadınlar kırsal turizmdeki faaliyetleri ile bölgenin kalkınmasına ve tanıtımına çok önemli katkı sağlamaktadır. Buradan da anlaşılmaktadır ki kırsal turizmde kadın işgücü çok önemli bir yer tutmaktadır ve Beypazarı'nda da bu yer aynı öneme sahiptir.

Beypazarı kırsal turizmin her yönüyle sürdürüldüğü, kırsal turizmde birinci aktör olan kadının bu alanda başat olduğu ve bunları kaldırabilecek bir halka sahip olan yani turizm alanında başarılı bir destinasyondur. Kırsal turizmdeki gelişme süreci burada her evresiyle yaşanmaktadır ve süreç devam etmektedir. Bu alanda çalışan kadınlar bir kimlik bunalımı da yaşamışlardır. Toplumun kadınlara biçtikleri rollerinin dışında bir rolle toplumda bulunmaları onları bir süre bocalamaya sevk etmiş ancak bu rolün artılarını keşfetmeye başladıkça (gelir elde etmek, aile bütçesine katkıda bulunmak) üstlendikleri rollerden memnuniyetleri artmıştır. Bu memnuniyet onların daha önce toplumsal kimlikleriyle baktıkları hayat görüşlerinin de değişmesine neden olmuştur. Artık hayata daha güvenle ve geleceğe umutla baktıklarını dile getirmektedirler. Bu memnuniyetleri çalıştıkları alanda hizmet verdikleri turistleri de olumlu etkilemektedir. Onları evlerine ya da yörelerine gelmiş bir misafir gibi görmekte Türk gelenek ve

göreneklerinde önemli bir yer tutan misafiri memnun etme düşüncesiyle davranışlarını sergilemekte haliyle turistler de bu durumdan oldukça memnun olmaktadır. Kırsal turizmin temelini oluşturan kadınlar bu sektörle çalışma hayatı içerisindeki yerlerini almışken Beypazar'lı kadınlar da bu alanda önemli bir işgücü oluşturmuşlardır. İş hayatıyla bu şekilde bu sektör içerisinde tanışan kadınların en büyük sıkıntısı eğitim seviyelerinin düşük olmasından dolayı girişimciliğin gerektirdiği bilgi ve becerilerden yoksun olmaları onları biraz zorlamışsa da Beypazarı Belediyesi'nin öncülüğünde bu sorunları en aza indirmeyi başarmışlardır. Belediyenin de desteğini almış olmaları bu kadınlara ciddi bir özgüven kazandırma ve yaptıkları işlerde karşılaştıkları zorluklar olmasına rağmen son derece mutlu bir şekilde işlerini sürdürmeye devam ettirmektedirler. Bu işten bir gelir elde etmeleri, işlerini geliştirme konusunda girişimlerde bulunmaları, büyük bir kısmının aile desteği almaları onları yaptıkları işler açısından memnun etmekte ve hayata daha güvenle baktıklarını ifade etmektedirler. Kadınlardaki toplumsal roller anlamındaki bu köklü değişiklikler kadının ev yaşamına da yansımakta çalışan ve aileye gelir getiren bir birey olarak aile fertlerinin de olumlu desteklerini almakta çocukları ve eşleri tarafından daha önce üstlendiği ev işleri rollerinde yardım görmekte, ayrıca iş yaşamlarında fırsat buldukça desteklerini esirgememektedirler.

Beypazarı'nda çalışan kadınların çoğunun çocuklarla ilgili bir sıkıntı yaşamamaları, bazılarının çocuklarının büyük olması kendi işlerini yapıyor olmaları, bazılarının da çocukları okula gittikten sonra işlerinin başına gelmeleri, eşlerinin ciddi anlamda iş konusunda yanında olmaları onları motive etmekte ve iş alanlarında daha başarılı olmalarını sağlamaktadır. Bu alanda gelişmek için neler yapabileceği konusunda dışa dönük olmaları, onları diğer alanlarla, sektörlerle iletişime girmeye sevk etmekte, kendi işinde nasıl yenilikler yapabileceği konusundaki çabaları bireysel anlamda gelişmelerine de sebep olmaktadır. Bu da evdeki kadının, işgücü olarak iş hayatındaki kadın olarak toplumda farklı bir role bürünmesine ve kendisini daha da geliştirmek konusunda bir çaba içerisine girmesine neden olmaktadır. Bu olumlu anlamdaki gelişim ve değişim aile çevresine, çocuklarına ve eşine de yansımaktadır. Toplumsal anlamda değişen rollerin getirdiği davranışlar çocuklar içinde örnek teşkil etmekte, bunun yanı sıra annenin çocuklarına yaklaşımı ve onları geleceğe hazırlama konusundaki girişimleri

farklı alanları da içerisinde barındırmaktadır. Belki de daha önce hiç düşünmedikleri bir alan olan turizm alanında da çocukları açısından bir gelecek görmekte onları bu alana yönlendirme konusunda girişimlerde bulunmaktadırlar. Kadının en önemli toplumsal rollerinden biri olan annelik rolü içerisinde meydana gelecek olumlu değişimler (özgüvenin artması, bakış açısındaki gelişme) çocuklarını yetiştirme konusunda büyük katkılar sağlayacaktır. Beypazarı örneğinin de de görüldüğü gibi toplumsal rolleri dışına çıkan, çalışan kadınlar kendi ayakları üzerinde sağlam durduğunu, eşine karşı daha güvenle konuştuğunu, gelecek konusunda birilerine bağımlı yaşamadan hayatını devam ettirebileceğini, gerekirse zorunlu hallerde çocuklarına da bakabileceğini ve en önemlisi toplumda bir birey olduklarını hissettiklerini dile getirmektedirler.

Araştırmamızın kapsamı çerçevesinde ortaya koyduğumuz sorularımızı yukarı da araştırma alanımız olan Beypazarı ile ilişkilendirerek yanıtlamaya çalıştık.

Çalışmamızın kapsamı çerçevesinde temel olan bazı sorularımızı Beypazarı örneği üzerinden giderek özetlemek gerekirse;

S.1- Toplumsal cinsiyet ayrımcılığı turizm alanında kadının istihdam ve girişimciliğini nasıl etkilemektedir? sorusu çalışmamızın alanı olan Beypazarı'nda tamamen olumlu bir sonuç sergilemektedir. Bir nevi hizmet sektörü olan turizm alanında çalışmamıza konu olan kadınlar pozitif bir ayrımcılığa maruz kaldıklarını eşlerinin ve akrabalarının kendilerine destek olduklarını ve hatta ihtiyaç duyduklarında yardım ettiklerini ve böylece bilinen toplumsal rollerinin dışındaki çalışan kadın rolüne bu sayede daha çabuk adapte olduklarını söylemişlerdir.

" Benim adam bu işleri yapamaz ona sorulana doğru dürüst cevap veremiyor ürünleri de tanıtamıyor, o alışveriş işlerini yapıyor bu iş pek ona göre değil"

S.2- Toplumsal cinsiyet ayrımcılığı turizm alanında kadının işgücünü nasıl etkilemektedir? Araştırmamızdaki kadınlar biz zaten evde ailemize hizmet etmekteyiz bizim için dışarıdan gelen kişilere hizmet etmek çok da zor değil diyorlar, gelen turistleri evlerine gelmiş misafirler olarak değerlendirdikleri için onlara hizmet

etmekten hem mutlu oluyorlar hem de bildikleri bir işi yaptıklarını söylüyorlar bu nedenle kadın işgücü Beypazarı'nda diğer turistik alanlarda da olduğu gibi tercih edilen bir işgücü olarak görülüyor.

" Ben misafiri severim zaten bizde gelme gitme çok olur, hamur işi gözleme, börek filan yaparız turistte bizim ilçemizi görmeye gezmeye gelmiş misafir evde yaptıklarımı ona ikram ediyorum hem de para kazanıyorum"

Kırsal turizme konu olan değerlerin daha kadın temelli olması, kullandıkları dillerin, kırsal turizmin amacına uygun olması da kadınların bu alandaki işgücünü sayı olarak arttırmaktadır. Bunun dışında kadınların ziyaretçilerle ilişkilerde daha uyumlu olmaları, kadınların iletişim becerisi, kadınlar arasındaki işbirliği ve birlikte çalışma becerisi, zamanla kadınların bu başarıları görülerek erkeklerin iyice geri çekilmesi, kırsal turizm alanında Beypazarı'nda toplumsal cinsiyet ayrımcılığının işgücüne oldukça olumlu katkıları olduğu görülmektedir. Eğitim seviyelerinin düşük olması nedeniyle bu işgücünü geliştirme konusunda, başta sıkıntılar yaşadıklarını ancak bu konuda belediyeden yardım aldıklarını, herhangi bir problemle karşılaştıklarında küçük bir çevrede yaşadıkları için herkesin bu sorunu çözmeye yardımcı olduklarını söylüyorlar. Böylece görülüyor ki toplumda özellikle iş çevrelerinde yaşanmakta olan kadına karşı yapılan cinsiyet ayrımcılığı Beypazarı'nda kırsal turizmde yaşanmamakta bilakis olumlu bir ayrımcılık yapılarak kadınların bu alanda daha başarılı olacakları söylenerek desteklenmektedir.

S.4- Turizm alanı kadın istihdamı ve girişimciliği açısından uygun bir alan mıdır? Özellikle araştırmamız da kırsal turizmi içeren bir çalışma olduğu için kırsal turizmin yapısını oluşturan yukarıda saydığımız değerler açısından kadın avantajlı bir durumdadır. Genelde hizmet sektörlerinde istihdam edilen kadınlar bizim araştırmamızda da bununla uyumlu bir şekilde olduğu gözlenmiştir. Bu nedenle kırsal turizmin gelişmeye başladığı Beypazarı'nda kadın istihdamı ve girişimciliği açısından uygun bir alandır.

S.6- Beypazarı kırsal-kültürel çevre açısından zengin bir ilçedir. İlçeye ait olan geleneksel değerler kırsal-kültürel turizm sayesinde tekrar canlılık kazanmıştır. Dokuma, iğne oyası, boncuk örgüler, takılar, Beypazarı'na ait olan yaprak sarması, baklava, tarhana, erişte, kurutulmuş meyve ve sebzeler, gözleme, organik tarım, turistlerin misafir edildiği yerlerin eski otantik öğelerle döşenmesi, kadınların bir araya gelerek ilçenin yaşlılarına da sorarak ilçe hakkında bilgi edinmeleri ve bu bilgileri gelen turistlerle tanıtım amaçlı paylaşımları, ilçenin içerisinde ki tarihsel dokuyla da beraber Beypazarı kırsal-kültürel turizm açısından uygun bir destinasyondur.

" Bu turizm işleri başladığında sandığımda çeyizimde neler var önce onları çıkardım kullanmadığım bir sürü yazmam vardı ilk onları çıkardım evde duracağına satarım dedim, tezgahıma, daha sonrada çocuklar söyledi boncuklardan takı yaparız diye onlarda bazen yardım ediyor yapıyoruz satıyoruz baya da talep var"

S.7- Beypazarı'nda kırsal-kültürel turizmde kadınlar ağırlıklı çalıştıkları için ve kadınlar iletişimde erkeklere oranla daha iyi oldukları için yerli yabancı gelen turistlere de hala misafir gözüyle baktıkları için turistlerle halk arasında ufak tefek sorunlar olsa da genel anlamda ciddi bir sorun yaşamamaktalar. Halkın en çok şikayet ettikleri şey turistler açısından bazılarının çok rahat davranmaları. Turizm gelişmekte olan bir değer ancak Beypazarı hala kapalı bir toplum olduğu için turistlerin bazı davranışlarını yadırgamakta ve çocuklarına kötü örnek olduğunu düşünmekteler.

" Hepsi için değil ama turistlerin bazıları bunların içinde bizimkilerde var (yani yerli turistler)dolaşırken görüyorum sarmaş dolaş geziyorlar bizim dedeler bile bakıyor, çocuklar haydi haydi bakacak çocukların ahlaki bozulacak diye korkuyorum valla"

S.8- Beypazarı turizm alanında istihdam edilen ve girişimci kadınlar açısından uygun bir destinasyon haline gelmiştir. Çünkü bu alanda ilk başlarda hem kadınlar açısından, hem gelen turistler açısından, hem de işler anlamında yönetsel açıdan bazı sorunlar yaşanmış. Ancak kadınlar birbirlerine yardım ederek, bazen de eşlerinden ve yakınlarından destek alarak karşılaştıkları sorunları çözmeye çalışmışlardır. Kadın bilmediği bir alanda kendisini bilmediği bir tanımlamayla (çalışan kadın) bulunca doğal

olarak bocalayıp bazı sorunlarla mücadele etmiştir. Kendilerinden kaynaklanan sorunların başında eğitim düzeylerinin düşük olması ve bunun beraberinde getirdiği çekingenlik, içe kapanıklık, eldeki ürünlerin tanıtımı ve sunumları aşamasındaki bilgisizlik, kurumsal anlamda yapılan işlerde bilgi sahibi olunmaması örneğin butik otelcilik gibi...

" Önceden hiç konuşamazdım utanırdım gelen turistlere bildiğimi bile söyleyemezdim, biz evdekiler dışında böyle konuşmazdık ki, bir şey sunacağım zaman çok ısrar edemezdim ama şimdi öğrendim"

Bunların dışında bazı maddi sorunlarla ve yönetsel sorunlarla da karşılaşmıştır. Ancak bu anlamda belediyenin sağladığı destek sayesinde bu sorunlarında üstesinden gelmişlerdir.

" Belediyenin tezgah verdiğini duydum ne yapacağımı bilmiyordum hemen gidip öğrendim bana çok yardımcı oldular ve bize katkı olsun diye bizden çok alışveriş yaptılar"

Bu sorunları çözmeye aldıkları destek azımsanmayacak bir ölçüdedir. Bu kadınlar belki başka bir yörede başka bir ilçede olsalardı bu sorunlarla bu kadar kolay başa çıkamayacaklar belki de çözemeyeceklerdi. O nedenle Beypazarı girişimci ve çalışan kadınlar açısından son derece uygun bir destinasyon durumundadır.

S.9- Beypazarı'nda çalışan kadınların memnuniyet düzeyi ve hayata bakış açıları nasıl etkilenmiştir? Kadınların yörelerinde turizm denen bir sektörün varlığından haberdar olmaları ile beraber ilçede kırsal-kültür turizmin gelişmesiyle yaşam kalitelerinde önemli bir değişiklik olmuştur. Çalışan kadın olmakla beraber hem yakın çevrede ailede hem de sosyal hayat içerisinde özgüven sahibi bir birey haline gelmiştir. Evde ve dışarıda daha çok sözü dinlenir olmuş ve söylediklerine değer verildiğini hissetmeye başlamıştır. Kadın açısından pozitif bir gelişme olan çalışan kadın imajı ona bir birey olduğunu her alanda hissettirmeye başlamıştır. Kendi varlığını toplum içerisinde olumlu bir varlık olarak hisseden kadın toplum bilincini oluşturarak daha fazla sorumluluk almaya başlamıştır. Sadece kendi evinde ve yakın çevresinde varlık gösteren biri

olmaktan çıkan kadın işi gereği farklı alanlarla da iletişime geçerek farklı yerlerde de varlık göstermeye başlamıştır. Bu durum tabii ki daha önce varlık gösterdiği sınırlı olan bakış açısını genişletmiş, ufku açılmış ve hayata farklı bakmasına neden olmuştur. Kendisinin dışında eşine ve çocuklarına olan bakış açısı değişmiş, özellikle çocukları açısından onların geleceğine yönelik daha farklı şeyler düşünmeye başlamıştır. Bu durum kadını memnun etmez mi tam tersi kabuğunun dışına çıkarak farklı dünyalar tanımaya başlaması ve kendisindeki değişiklikleri fark ettikçe memnuniyeti bir kat daha artmıştır.

" Eskiden bir şey alacam zaman kocamdan para isterdim şimdi kendi param var ve istediğim gibi harcıyorum onun haberi bile olmuyor her şey nasılda değişti"

S.10- İlçede turizmle beraber kadının klasik toplumsal rollerinin yanı sıra çalışan kadın rolüne bürünmesi aile içerisinde önemli radikal değişiklikler getirmemiştir. İlçenin kapalı ancak çok muhafazakar olmayan yapısı, araştırmamıza katılan kadınların hemen hemen hepsinin aile içerisinde çoğunlukla ortak kararların alındığı bir ortamda yaşıyor olması, kadının karar alma sürecinde hatta etkin bir role sahip olması aile içerisindeki ilişkilerin uyum içerisinde olması onların bu işlerini daha da rahat yapmalarına sebep olmaktadır. Bunun yanı sıra yıllarca geleneksel olarak yaptıkları üretimlerden para kazanıyor olmaları aile içerisinde pozitif bir hava yaratmış aile fertlerinin gelir getiren eş ve anne konumundaki kadına daha da yardımcı olma noktasında çaba sarf ettikleri görülmüştür.

" Benim adam bana eskiden ev işlerinde yardım etmezdi ama şimdi tezgahta sattığım takılarımın boncuklarını benim için gidip toptancılardan alıyor ve onları ayırmama yardım ediyor bu işten para kazandığım için herhalde"

5.3. BEYPAZARI'NDA TURİZM ALANINDA KADIN İSTİHDAMI VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ AÇISINDAN VERİLERİN ANALİZİ

Kadınların ekonomik yaşam içerisindeki yeri ilkel toplumlarda erkekle hemen hemen aynı değerdeydi. Cinsler arasındaki işbölümü birini diğerine oranla daha değersiz kılmamaktaydı. Çocukların korunması, onarım işleri, yiyecek giyecek hazırlanması gibi işler hiç de değersiz işler değildi. Ancak tarım toplumuna geçişle beraber ve özel mülkiyetin ortaya çıkmasıyla beraber kadınların rollerinde bir değişim başlamıştır. Kadın daha çok ev işleri ve çocuk bakımıyla ilgilenmekle başlayan rol dağılımı onu daha çok eve kapatmış, mal varlığı fazla olan erkekler daha değerli hale gelmiş, haliyle kadınlar ikinci plana itilmiştir. Bunun yanı sıra tek tanrılı dinler de kadına verilen değerde düşüşe neden olmuştur. Tek tanrılı dinlerde kadının görevi anne ve eştir, bu durumda kadın ve erkek arasında keskin bir ayrıma neden olmuştur.

Ancak sanayi devrimi ile beraber toplumdaki işgücü yapısındaki değişimler kadın erkek rolleri arasında da önemli bir dönüşüme neden olmuştur. Bu devrimle beraber toplumda işçi sınıfı adında bir sınıf oluşmuştur. Bu sınıfın oluşmasıyla beraber kadınlar ücret karşılığı çalışmaya başlamışlardır. Aslında toplumda üretimin bir şekilde içerisinde olan kadınlar bu dönemde ücretli işçi statüsünü kazanarak çalışmaya başlamışlardır. Bunun yanı sıra daha sonra çıkan savaşlarda erkeklerin cepheye gitmeleri de kadını iş hayatının içerisine sürüklemiş aynı zamanda sosyal hayatın da içerisine girmişlerdir. Aslında 1970'li yıllardan itibaren toplumda hizmet sektörünün de gelişmeye başlaması da kadını iş yaşamının içerisinde fazlaca görülmesini sağlamıştır. Çalışma hayatının içerisine giren kadınların ev işlerini kolaylaştırmak için bu dönemde teknik bir takım gelişmeler de kadının daha çok dışarıda olmasına imkan verilmiştir. 1970'li yıllarda Avrupa ve Amerika'da kadınlar büyük ölçüde özgürlüklerini kazanmaya başlamışlardır. Büyüyen ve gelişen dünya koşullarında kadın ekonomik anlamda varlığını sürdürebilmek için işçi ya da girişimci olarak kendini ortaya koymaktadır.

Sanayi toplumundan sonra ortaya çıkan bilgi toplumunda yeni kavramlar ortaya çıkmış bunlardan biriside girişimciliktir. Girişimcilik temelinde fırsatların değerlendirilmesidir. Girişimci riski göze alan, fırsatları değerlendiren, bu fırsatların gerçekleştirmeye

çalışan, yenilikçi ve yaratma peşinde koşandır. Bununla birlikte girişimcilere atfedilen temel özellikler şunlardır (Soysal, 2010:86)

- a) Ataklık
- b) Yaratıcılık
- c) Öngörü Yeteneği
- d) Analiz Yeteneği
- e) Hızlı Karar Verme
- f) Özgüvene Sahip Olma
- g) Güven Verebilme
- h) Akılcılık

Bunların yanı sıra bireyleri girişimciliğe iten nedenler arasında şunlarda sayılabilir. Gelir elde etme aracı, toplumda kabul görme isteği, kişinin kendini geliştirme isteği, özgüveninin artırma isteği, topluma ve aileye katkı isteği, bazen girişimciliğin bir çıkış yolu olarak görülmesidir. Özellikle kadınlar için geçerli olan bu düşünceler onları girişimci olmaya ve çalışmaya itmiştir.

G.S.3. "Daha çok para kazanmak için çalışmak istedim, zaten tarlada tapanda, evde çalışıyordum ama bunun için bana kimse para vermiyordu şimdi hiç olmazsa para kazanıyorum ve hem evin hem de kendimin ihtiyaçlarını karşılıyorum"

Yukarıda bahsettiğimiz gelir elde etme isteği Beypazar'lı kadınlar içinde önemli bir çalışma nedeni olarak ortaya çıkmıştır. her zaman yaptığı erişteden, sarmadan, kurudan bu zamana kadar para kazanamıyordu ama artık kazanıyor, yani ürettiği ürünleri pazarlayarak sergileyerek çalışma hayatının içerisinde bir yer ediniyor ve diğer toplumsal rollerin yanı sıra çalışan kadın rolüne de bürünüyor.

Beypazarı'nda ekonomik özgürlüğünü elde eden kadın aynı zamanda yukarıda saydığımız çalışan girişimci kadına ait olan toplumda bir yer edinme, özgüven, maddi manevi tatmin, kendini geliştirme gibi sonuçları da beraberinde getiriyor.

Beypazarı'ndaki kadınlar Beypazarı Belediyesinin 2001 yılındaki turizm alanındaki atılımları ile gündeme gelmiş, bu şekilde turizm alanındaki hamlelerin temel ögesini kadınlar oluşturmuştur. Turizm bir hizmet sektörü olduğu için kadınların iletişim, hizmet etme ve tanıtma alanlarında erkeklerden daha başarılı olduğu bu yöre halkı içinde bilinmektedir. Bu nedenle Beypazarı Belediyesi turizm alanında kadınları teşvik etmiş belediyenin yaptığı tezgahlarda ürettikleri ürünleri satmalarını istemiştir . İlk etapta kadınları motive etmek için belediye çalışanları tebdili kıyafet yaparak müşteri gibi giderek kadınların ürettiklerini satın almışlar ve böylece kadın çalışanları ve girişimleri teşvik ederek çalışmaktan vazgeçmemelerini sağlamışlardır. Daha sonra 2004 yılında Belediyenin öncülüğü ile Beypazarı'nda bir turizm derneği kurulmuştur. Bu derneğe girişimci ve çalışan kadınlar her ay 15 TL vermekte bu sayede derneğe gelir temin edilmekte, hem de çalışma alanları olan turizm alanında örgütsel bir faaliyette bulunarak karşılaştıkları sorunları dile getirecekleri ve çözüm sağlamada işlerini kolaylaştırıcı bir yapıya da sahip olmuşlardır.

Beypazarı'nda Belediye'nin kendilerine tezgah sağlaması sonucu çalışmaya başlayan kadınların sayısı 50 civarındadır. Bununla birlikte kendisi işletme sahibi kadınların sayısı ise 7-8 dir. Ancak Beypazarı'nda bu iki gurup dışında evden üretim gerçekleştirerek tezgah sahibi kadınlara göndererek ürünlerini pazarlayan bir grup kadın da vardır. Bunların ne bir işletmeleri vardır ne de bir tezgahları ancak bunlarda turizm sektöründen gelir elde eden kadınlar arasındadır. Dolayısıyla Beypazarı'nda görünenin dışında turizm alanındaki kadınlar arasında hem kayıt dışı bir istihdam hem de kayıt dışı bir girişimcilik söz konusudur. Bu nedenle girişimci kadınların sayısının az olmasından hareketle bu kadınlarda çalışan kadınlar kategorisi altında değerlendirilmişlerdir.

G.S.1. Görüşme yaptığımız 20 kişi yaklaşık olarak 11-12 yıldan beri bu sektörde çalıştıklarını dile getirmişlerdir.

G.S.4. Çocuklar büyüdü okula gidiyorlar artık çok boş zamanım var kendimize yaptığım şeylerden daha çok yapıp tezgaha götürüyorum hem para kazanıyorum hem de bunları daha iyi nasıl pazarlarızı konuşuyoruz kadınlarla.

Araştırmaya beşer kişilik dörder grup halinde katılan kadınların 30 ile 60 yaş arasında bir yelpazede buldukları görülmektedir. Farklı demografik özellikler taşıyan araştırmaya katılan kadınların bu anlamda ki söylemlerine bakıldığında fikir yelpazesinde farklı uçlara savruldukları görülmemektedir. Hemen hemen hepsi aynı düşüncelerle iş yaşamına atılmışlardır. Çalışma konusunda kadınlar birbirlerine destek olmuşlar kulaktan kulağa yayılan söylemlerle birbirlerini teşvik etmiş ve yüreklendirmişlerdir. Bu desteğin üzerine aileleriyle yaptıkları konuşmalarda, çalışmalarının ailelerine ekstra bir yük getirmeyeceğini evdeki işlerin aksamayacağını bilakis aileye ek bir gelir olacağını, evin bazı masraflarına katkıda bulunacaklarını ve erkeklerin yükünü hafifleteceklerini anlatmaları üzerine eşlerin ve ailelerin desteklerini almışlardır. Burada görülmektedir ki ailenin ve çevrenin kadının iş hayatına atılmasında temel kabul etme nedeninin aileye gelir getirmesi ve erkeğin ekonomik anlamda rahatlamasına, yükünün hafifletilmesine yardımcı olmasıdır. Yani kadının sosyalleşmesi, özgüveninin artması, toplum için bir şeyler yapması, ailede ve sosyal çevrede dik durması, bilinçlenmesi toplumda bir birey olarak varlığını ortaya koyması araştırmaya katılan Beypazarlı çalışan kadınların eşleri ve aileleri tarafından çok önemsenen unsurlar değildir. Araştırma alanındaki çevrenin erkek egemen bir toplum olması ve kadının bu zamana kadar süregelen toplumsal rollerinin dışında bir rolle toplumda var olmaları gibi bir düşünceyi kafalarında barındırmadıkları bu nedenle de kadının çalışma isteğinin sadece para kazanmak olduğu düşüncesinden hareket etmelerini bu zamana kadar öğrenmişlikleri göz önünde bulundurularak yadırganmamaktadır. Buna rağmen aileler ve eşler Beypazarlı çalışan kadınlara genellikle ürünlerin yapılmasında yardımcı olmuşlardır. Burada yine en büyük etken üretimin evsel ortamda sürdürülüyor olması bazı kadınların iş nedeniyle evi terk etmemeleri ve en önemlisi ev için yeni bir gelir kaynağının olmasıdır. Bu bağlamda düşünen erkekler ve aileler kadının çalışmasını teşvik edici bir davranış sergilemişlerdir. Ancak araştırmaya katılan kadınların eşlerinin bu geçen zaman zarfında bazı değişikliklere uğradıklarını da dile getirmektedirler. Temelde ekonomik anlamda ki rahatlamının getirdiği esneklikle yapılan işlere yardım edilmesi, bu işi nasıl geliştirebiliriz şeklindeki girişimleri ve bu bağlamda kadınlarla kurulan diyaloglar eşler üzerindeki gözle görülen değişiklikler arasındadır. Bu uzlaşmacı yaklaşımın yansımaları

ev hayatında da gözlenmektedir. Kadına yeri geldiğinde ev işlerinde ve çocuklarla ilgili işlerde de yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada kadınlar üzerinde gözlenen ve onlardan en çok işitilen şey erkekler olmadan bu noktaya gelemeyecekleridir. Bu da bize kadının erkek egemen toplumda büyürken öğretilen değerler ve kurallar çerçevesinde, toplumsal rollerinin iyice bellendiği bu rollerden tamamen sıyrılarak, bir kadın olarak, bir birey olarak toplumda var olmanın henüz bilincinde olmadıklarını göstermektedir. Sıkça duyulan söylem "erkekler olmadan biz bu noktaya gelemeydik" bunu doğrulayan erkek egemen toplumun devam ettiğinin bir göstergesidir.

G.S.7. Sermaye konusunda dışarıdan hiç yardım almadım. Çünkü evde yaptığım yiyecekleri belediyenin tezgahlarında sattım.

G.S.7. Biraz paramız vardı onunla bu dükkanı kiraladık ve malzeme aldık. Kazandıklarımızla şimdi hem kiramızı veriyoruz hem de dükkanın ihtiyaçlarını karşılıyoruz.

Kırsal turizm diğer turizm çeşitlerine göre fazla sermaye istemeden yörenin özelliklerini ön plana çıkartma mantığıyla hareket eden bir turizm çeşididir. Bu turizm çeşidinde geleneksellik ve yöreye özgülük, doğal tarihsel dokuyu öne çıkartma, tarımsal üretimi kullanma, el becerilerini kullanma gibi kırsal alana ait maddi ve manevi kültürel unsurları içinde barındıran bir turizm türüdür kırsal-kültürel turizm. Bunun için Beypazarı örneğinde olduğu gibi çok fazla büyük sermayelere ihtiyaç yoktur. Küçük sermayelerle de bu hizmet sektöründe çalışmalar sürdürülebilir. Bu nedenle de Araştırma alanımız olan Beypazarı kadınları da küçük sermayelerle hatta hiç sermayesiz kırsal-kültürel turizm alanında çalışmaya başlamışlardır. Bu anlamda kırsal turizm diğer alanlara göre kadının istihdamı ve girişimciliği açısından uygun bir çalışma alanıdır. Çünkü az sermaye isteyen, geleneksellikle iç içe olan el becerisi isteyen alanlarda üretim yapılan, iletişim açısından önem arz eden bir turizm çeşidi olan kırsal turizm daha çok kadınla var olmuştur, bunun ötesinde kadınlar kırsal turizmin gelişmesinden ziyade kırsal ekonominin de canlanmasına yardımcı olmuşlardır, Beypazarı örneğinde

de bu görülmektedir. Kadınların turizm alanındaki girişimcilikleri ve istihdam edilmeleri Beypazarı ekonomisini son 10-12 yılda hissedilir derecede canlandırmıştır.

G.S.8.19. Bu işi yapmadan önce hep evde çalıştım, çocuklara baktım, ev işleri yaptım, yemek yaptım, dışarıda ise tarlada çalıştım başka iş yapmadım bilmem.

Son dönemlerde değişen turizm talebine bağlı olarak gelişen kırsal turizm kavramı, geleneksel kıyı turizmine alternatif olarak gündeme gelmiştir. Kırsal turizm, kırsal bölgelerde tarım dışı çeşitlendirmenin başarı sembolüdür (Soykan, 2006).

Kırsal turizm, kırsal alanlardaki doğal ve kültürel varlıkların zenginliği ve çeşitliliği, turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından önemli bir potansiyel arz etmektedir (Çeken vd., 2007).

Kırsal turizm; stresli, yoğun, karmaşık, kirli, gürültülü şehir yaşamından sıkılıp, doğa ve köy hayatının özlemine çeken bireylerin, sürekli ikamet ettikleri yerlerden kırsal yörelere olan ziyaretleri, buradaki yerli halkın ürettikleri mal ve hizmetlerden yörenin doğal dokusuna uygun mekânlarda talep ederek ve yörede para arttırma arzlarını minimize ederek geçici konaklamalardan doğan olaylar ve ilişkilerin bütünü olarak tanımlanır (Küçükaltan, 1997).

Araştırma da yapılan görüşmeler sonucunda kadınlar kırsal turizm alanında kendilerini daha avantajlı görmektedirler. Bunların nedenlerini şöyle sıralamaktadırlar. Kadınların erkeklere göre daha uyumlu olmaları, kadınların iletişim konusunda daha başarılı olmaları, kadınlar arasında erkeklere oranlara işbirliği ve birlikte çalışma becerilerinin gelişmiş olması, erkeklerin bu alan dışında başka alanlarda çalışıyor olması ve bu nedenle geri çekilmeleri Beypazarı'ndaki çalışan kadınları avantajlı hale getirmektedir.

Bu nedenle kırsalın tanıtımında, yöreye uygun ürünlerin pazarlanmasında ve bunları yaparken sağlıklı iletişim kurmada kadınların başarılı olması kırsal turizmin hammaddesinin kadın olması konusundaki haklı gerekçelerdir. Kırsal turizmin ürünlerinin daha çok ev uzantılı ürünler olması bu turizm çeşidinde kadınları daha da başarılı kılmıştır. Yani kırsal turizmde kadın hem üretici hem pazarlayıcı konudadır.

Bu nedenle de kadın kırsal turizm alanında hiçbir turizm alanında olmadığı kadar yer almaktadır. Kadının rahat çalışabileceği, ürünlerini pazarlayabildiği kendisini rahatça ifade edebileceği bir alan olarak görülen kırsal turizm alanı Beypazarı Belediyesi tarafından gösterilen çaba ile evde ve tarlada çalışan kadını gelir elde edebileceği ve çok başarılı olabileceği bir alana yönlendirerek Beypazar'lı kadınlara bir istihdam alanı yaratmış ve kadınlar kırsal turizmin öğelerini içeren yabancı olmadıkları ve hep ürettikleri geleneksel değerleri ve ürünleri tanıtarak, pazarlayarak hem turizm alanında bir işgücü oluşturmuş hem de gelir elde eden, çalışan kadın rolüyle geleneksel rollerin dışına çıkmıştır.

G.S.17. Bana göre sosyal güvenlik önemli kocamın başına bir iş gelirse, işten çıkarsa çocuklarım ve ben ne oluruz sonra, hastaneye filan nasıl gideriz.

Çalışma hayatı beraberinde çalışan kadın olarak bir sosyal güvenceyi de getirmektedir. Bu zamana kadar tarlada yada evde çalışan kırsal alandaki kadın çalışmasının karşılığında hiç bir sosyal güvenceye sahip olmadan yaşarken iş hayatına katılması ile işgücü olan kadın sosyal güvenceye de kavuşmuştur. Böylece devlet tarafından güvence altına alındığını hissedilen kadın toplum içerisinde kendisini yaşamını kendi başına sürdürebilecek güçlü bir birey olmayı başarmıştır.

G.S.10. Kendi yağımınla kavrulayım çocuklarım benim gibi olmasın onları rahat ettirecek kadar kazanayım başka bir şey istemem.

Girişimci ya da çalışan olarak iş hayatında var olabilmiş bir kadını, bu kez de iş hayatının kendi zorlukları beklemektedir. Bunların başında ücret politikalarında cinsiyetler arası eşitsizlik ve kariyer olanaklarındaki kısıtlama gelmektedir. Bir kadın, kendisiyle aynı pozisyonda ve aynı vasıflara sahip bir erkekle aynı işi ya da daha iyisini gerçekleştirse bile, yönetimde belirli bir düzeyin üzerine yükselmeleri engellenmektedir. Bu engelleyen örgütsel tavıra literatürde "cam duvar sendromu" ismi verilmektedir (Öğüt, 2006: 58). Ağırlıklı olarak cinsiyet rollerinden kaynaklansa da, cam duvar sendromunu yaratan unsurlar sadece erkeklerle sınırlı değildirler. Buna göre cam duvar sendromunu yaratan süreçler şu şekilde sıralanmaktadır (Soysal, 2010: 100);

- a) **Erkekler tarafından kadınlara konulan engeller;** erkeklerin kadınları kişilik, hırs ve kararlılık açısından yetersiz görmeleri, kontrolü elinde tutmak istekleri.
- b) **Kadın yöneticiler tarafından uygulanan engeller;** Kadınların birbirlerine karşı daha sert davranışları, kadınların kadına ayrımcılık yapmadıklarını göstermek için ayrımcılık yapmaları.
- c) **Kişinin kendine koyduğu engeller;** Kadının örgütsel pozisyonunu sorması, negatif önyargıları kabul etmesi, iş-aile çatışması, kararsızlık, inançsızlık, kariyer hedeflerini gerçekleştiremeyeceğine yönelik inançlardır.

Araştırma alanımız olan Beypazarı'nda da olduğu gibi kırsal turizm kadın emeğine dayalı bir turizm şekli olduğu için bu nedenle de daha çok kadına istihdam alanı yarattığı için diğer sektörlerde olduğu gibi yukarıda saydığımız erkeklerle yaşanan cinsiyet ayrımcılığına dayalı sorunlarla, ya da kadınlara ait sorunlarla veya kendisine ait sorunlarla karşılaşmamakta kadın yaptığı işte işini geliştirme konusunda belki diğer kadınlarla rekabet içerisinde olmakta ama bu da kırsal turizm alanında çok yıkıcı ve kırıcı sonuçlar doğurmamaktadır. Hatta bu tatlı bir rekabete dönüşerek işlerinde daha başarılı olma yolunda birbirlerine yol göstericide olmaktadır. Yapılan ya da uygulanan bir yöntemden diğer kadınlarda yararlanmakta ve kendi işlerini yaparken bunu uygulamaktadırlar. Örneğin üretilen bir ürünün pazarlanması, yeni versiyonlarının çıkartılması, işletmelerinin gelirini arttırmak için değişik reklam araçlarının seçilmesi gibi...

Beypazarı'ndaki çalışan kadınlar genel anlamıyla çalıştıkları ortamdan son derece memnundurlar. Gerek çalıştıkları işletmenin içerisinde olsun gerekse çalıştıkları tezgahta olsun kırsal bölgenin getirdiği bir yaşama tarzı olan herkesin birbirini tanıması ve yardımsever ilişkilerin yoğunlukta olması nedeniyle çalışma alanların da katı bir bürokrasi ve katı bir hiyerarşi yoktur. Bu yüzden ki kırsal turizm alanında çalışan kadınlarda hırslı, ezici bir ilerleme söz konusu değildir. Bu nedenle kadınlar çalışma alanları olan kırsal turizm alanından oldukça memnundur.

G.S.11-16. Önce anne, sonra eş, en sonda çalışan kadınımdır. Yinede erkekler olmadan bu işleri yapamazdım gibi geliyor bana. Ev işlerinin büyük kısmını yine ben yapıyorum

ama eskisine oranla eşim daha çok yardım ediyor bana. Yaptığım iş çocuklarıma ve eşime gereken özeni göstermeme engel değil onun içinde seviyorum bu işi yapmayı.

Kırsal alanlarda genellikle geleneksel aile yapısı hakimdir. Erkek çalışan, kadın ise ona tarlada zaman zaman yardım eden, çocuklara bakan ama erkeğin egemen olduğu kadının fazla söz hakkının olmadığı bir doku hakimdir. Kırsal turizmin gelişmesi tüm bu davranış örüntülerinde esnemeye sebep olmuştur.

Beypazarı sosyo-kültürel açıdan ataerkil unsurlar taşımakla birlikte halkın değişime ve gelişime açık bir yapı sergilediği görülmektedir. Özellikle kadının çalışma yaşamına katılarak gelir getirmesiyle beraber eşler ve çocuklar arasında ki iletişim ve kararların ortak alınması ev içerisinde baskıcı bir erkek otoritesinin olmadığını göstermektedir. Bu durum kadınların Beypazarı'nda turizm alanında çalışmalarında işlerini kolaylaştırıcı bir unsur olmuştur.

Ülkemizde kırsal kesimde kadın, evde, tarlada, çiftlik evinde, avluda, ahırda, hangarda, ulaşımında, atölyede, pazarda çeşitli işler yaparak günde ortalama 16 saat çalışmakta, 8 saat dinlenebilmektedir. Bu çalışma süreleri erkekler için mevsimlere ve yörelere göre büyük değişiklikler göstermekteyse de, kadınlar için az değişim göstermektedir. Yine ülkemiz nüfusunda erkek işgücü yüzde 55, kadın iş gücü yüzde 30 oranındadır. Tarım sektöründe ise kadın iş gücü yüzde 51.8, erkek iş gücü yüzde 48.2 oranındadır. O halde kırsal kesimde doğrudan üretici olan ve ülke ekonomisine, büyük katkıda bulunan kesim, kırsal -kesim kadını olmaktadır. Aynı kadınlar, büyük bir oranda evinde, tarlalarında akrabalarının işlerinde ücretsiz olarak çalışmaktadırlar. Kırsal kesim kadını çocuk üretebildiği ve maddi-manevi hiçbir karşılık beklemeden evinde ve tarlasında çalışabildiği ölçüde göreceli olarak saygınlık kazanan ancak yine de kendisini "ikinci sınıf vatandaş olmaktan kurtaramayan bir yaratıktır. Aynı kadın ne kadar çok çalışırsa çalışsın, ne kadar çok üretirse üretsin, aile içinde ve dışında karar vermede erkek söz sahibidir. Kadınların -önce babalarına' sonra kocalarına daha sonra da erkek çocuklarına olan bağımlılıkları çok keskin bir biçimde sürüp gitmektedir. Görüldüğü gibi cinslerin ayrılığı ailede geçerli olan kurallardan biridir. Erkekler ve kadınlar ayrı gruplar oluştururlar, her birinin ayrı uğraşları ve ayrı görevleri vardır. (Arıkan, 1988 :3)

Toplumsal baskı, toplumsal rollerden ileri gelmektedir. Bir kadının evinin dışarısına çıkması ve ev işleri ile çocuklar dışında bir şeylerle ilgilenmesi toplum tarafından kabul edilmemekte, bilhassa alt gelir gruplarına mensup kadınlar çalışma yaşamına girmek için sosyal çevrelerini ikna etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu anlamda getirilen bir diğer çözüm de evden gerçekleştirilebilecek işler bulmak olmaktadır. Orta-üst sosyal sınıflara mensup kadınlarda ise eğitim ve ekonomik gelişmişlik sonucu kadınlar kendilerini gerçekleştirmek için ekonomik bağımsızlıklarını sağlamak istemekte, bu nedenle de ekonomik hayat içerisinde yerlerini almaktadırlar. Böylece daha özgür, güçlü ve bilinçli bir kadın tipolojisi oluşmakta anne, eş, ev kadını rollerinin dışında iş yaşamında da kadınlar edilgen değil etkin bir role sahip olabilmektedirler (Çıtak, 2008: 24).

Arıkan'ın bahsettiği kadın ne kadar çalışırsa çalışsın, üretirse üretsın karar verme aşamasında erkeğin başat olması Beypazarı yaşayanları içinde geçerli. Kadının ev dışında gelir getiren bir işte çalışıyor olması bu durumu her ne kadar yumuşatsa da erkek kadının evdeki görevlerini genel anlamıyla yerine getirmesi konusunda bir beklenti içerisinde. Ancak bu beklentinin araştırma alanımızdaki erkeklerde çok sert olmadığı görülmüştür. Bu durum Beypazarı'lı çalışan kadınlar için bir avantajdır. Ancak bu yöredeki kadınlar bilinen kapalı toplumlardaki kadın rollerini içselleştirdikleri için çalışıyor olmalarına rağmen öncelikleri çocuklar, eş ve evden yana kullandıkları için dışarıda çalışmadan önceki ev düzenini muhafaza etmektedirler. Kırsal turizm çalışma koşulları olarak kadının çalışmasına daha uygun bir alan olması ve kadın öncelikli bir turizm çeşidi olması sebebiyle ve ev uzantılı etkinliklerle, geleneksel yapıdan esintiler olması ve kadının ev işleri, çocuk, eş, çalışma hayatı bağlamında bu dengeyi kolaylıkla sağlayabileceği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedendir ki araştırmamızdaki kadınlar onlar için yeni bir alan olan çalışma hayatında belki de bu yüzden zorlanmamışlardır. Buna rağmen tam anlamıyla şunu söylemek mümkün değildir. Kadın kendisine gelir getiren yeni bir varlık alanı yaratmıştır, ancak bu alandaki varlığı ona daha önce öğretilen toplumsal rollerinden vazgeçme anlamına gelmemektedir. Toplum tarafından belirlenip öğretilen roller yerine getirildiği sürece burada bir aksaklık olmadığı sürece dışarıda ki çalışma hayatı da iyi ve huzurlu devam edecektir. Araştırma alanımızdaki kadınlarda rastlamadığımız ancak onların anlattığı bir

yada iki kişinin bahsedilen kadına toplumca addedilen görevleri aksatmaları sonucunda aile düzenlerinin bozulduğu çalışma hayatı ile birlikte evdeki düzeni devam ettiremedikleri bu durumun ev halkı özellikle eşler tarafından kabul edilmediği ve huzursuzluklara sebep olduğu ve ailenin parçalandığı yönündedir. Görüyoruz ki toplumda ki kadına bakış açısı ve genel beklenti kadının öncelikli görevlerinin eş, anne ve ev düzenini sağlayan, yemek yapan, çamaşır yıkayan kişi olması, onun dışarıda çalışıyor olması toplumun bu beklentileri yok etmesi anlamına gelmiyor. Çalışan kadın aynı zamanda bu evsel görevlerini de yerine getirmek zorundadır maalesef toplumun genel algısı bu yöndedir. Kırsal turizm doğası gereği bu anlamda çalışan kadına eskiden devam edegelen aile düzenini ve ev düzenini sürdürmede büyük kolaylık sağlamaktadır. Bu alanda kadının çalışmasının kabul görmesindeki en büyük etkinin bu olduğu bizce düşünülmektedir.

Araştırma konusu olan kadınlarımız öncelikle eş ve anne oldukları düşüncesinden hareketle çalışma hayatının içerisine girdikten sonra elde ettiği geliri ailesi, çocukları eşi ve evi için harcamayı düşünmüş ve planlamalarını ona göre yapmıştır. Görüldüğü gibi çalışan kadın her ne kadar ekonomik özgürlüğe sahip olsa da gelirin dağıtılması anlamında da önceliklerini ailesinden yana kullanmaktadır.

G.S.19.20.Küçük yer herkes birbirini tanıyor o yüzden çalışırken yabancılik çekmiyoruz ve ihtiyaç olduğunda birbirimize yardım ediyoruz.

Evde yaptığım işlerden farklı bir iş yapmıyorum aslında ve en önemlisi bu işten para kazanıyorum.

Rahat çalıştığım bir alan onun için iyi ki bu turizmi Beypazarı'nda canlandırdılar. Zorlandığım zamanlar oldu ama gerek bu işi benden önce yapmaya başlayanlardan, gerekse, Belediyeden yardım alıyorum. Okumadığımız için konuşurken zorlandım. Keşke ailem beni daha çok okutsaydı, turistlerle ilk başlarda daha rahat konuşurdum. Yöresel konuşmalarımız turistlerin hoşuna gidiyor.

Öğrendim artık ilk zamanlardaki gibi değilim hatta diğer il ve ilçelerdeki fuarları takip ediyorum imkanım olursa gidiyorum.

Daha önce evden dışarı çıkmazdım en fazla akrabalara komşulara giderdim ya da tarlada çalışmaya giderdim. Şimdi çıkıyorum bak başka şehirlere bile gidiyoruz. Turizm çok faydalı oldu çok.

Kendime güvenim geldi valla, evde şunu getir bunu götür şimdi gene yapıyorum ama zevk alıyorum çünkü para kazanıyorum ve beni dışarıda adam yerine koyuyorlar.

Yapılan araştırmalarda turizmin daha çok gelişmemiş ve gelişmekte olan toplumlarda fazla olduğu tespit edilmiştir. Daha çok tarımsal uğraşların yoğun olarak gerçekleştirildiği ilçelerde ve kasabalarda turizm çalışma yerlerindeki farklılaşmaya özellikle kırsal turizm alanında kadının ön plana çıkmasına, kadının bilinen toplumsal rollerinin dışına çıkartmasına, toplumsal cinsiyet ayrımcılığıyla ikinci plana itilen kadının toplumda var olmasına, kadının ekonomik özgürlüğünü kazanmasına, özgüven kazanmasına, pazar ekonomisine bağımlılığın giderek artmasına, yaşam standartlarının ve tüketim normlarının yükselmesine ve değişmesine, dış çevre ile olan iletişimin artmasına ve değişmesin toplumun ve kadının modernleşmesine neden olmaktadır.

Kırsal turizmin ülke açısından önemi ise şöyle söylenebilir. Kırsal turizm her mevsim yapılabilir, diğer turizm alanlarıyla entegre bir turizm türüdür, sürdürülebilir turizm anlayışını besleyen bir alandır, kırsal turizm geleneksel öğeleri içinde barındırır, kırsal turizmin turistleri diğer turizm alanlarından farklıdır, kırsal turizm bir ülkenin bir yörenin tanıtımında çok önemli bir araçtır ve kırsal turizm bir ülkenin kırsal kalkınmasında çok önemli bir paya sahiptir.

Ortalama 10-12 yıldan beri Beypazarı'nda devam eden kırsal turizm faaliyetlerine önceleri tabi ki karşı çıkanlar olmuş ama sayı olarak çok olmadıkları için turizme geçiş çok da zor olmamıştır.. Özellikle pansiyonculuğa ilk başlayanlar ilçenin yaşlıları tarafından “ilçeye abuk sabuk insanlar getirip sarmaş dolaş gezeceklerle ilçenin ahlakını bozacaksınız” diye eleştirilmişler. Buna rağmen ilçede çoğunluğun turizm hakkında olumlu düşünceleri turizmi ilçede geliştirmeye başlamış. Zamanla ilçenin ana geçim kaynaklarından biri haline dönüşen kırsal turizm, kadınların ekonomik özgürlüklerini kazanmasına ve sosyo-kültürel açıdan modernleşme yönünde ilerlemesine ve kadınların

daha özgüvenli dolaşmalarına neden olmuştur. Turizmle birlikte kadınların yaşadıkları bu değişimleri şu şekilde sıralayabiliriz;

- 1.Aile Yapısına Etkileri
- 2.Ekonomik Etkileri
- 3.Eğitime Etkileri
- 4.İlişkilere Etkileri
- 5.Giyim-kuşama Etkileri
- 6.Dile Etkileri
- 7.Yeme-içme alışkanlıklarına Etkileri

Turizm ve kırsal turizm turistlerin geldikleri yörelere kendi kültürlerini de yansıtmaları sebebiyle aile yapısını etkilemektedir. Turizmin, o yöre halkını kültürel yönden ve aile içindeki ilişkiler bakımından ve kadınların özgürleşmesi yönünden etkilemektedir. Toplumlarda o toplumun ekonomik ve sosyal yapısına uygun ve bunu yansıtan birçok aile tipi vardır; çekirdek aile, geniş aile, geleneksel aile vb. Tarım toplumlarında görülen aile modeli içinse genellikle kırsal aile tanımını kullanmak mümkündür. Kırsal aile geleneksel büyük bir ailedir. Kırsalda iş gücüne olan gereksinimi karşılayabilmek için çok çocuk yapılı

ve büyük anne ve büyük babayla oturulur. Beypazarı küçük bir ilçe olmasına rağmen özellikle son dönemlerde kırsal turizmin etkisiyle de çekirdek aile modeline geçtiği görülmektedir. Çekirdek aile modeline geçilmiş olmasına rağmen evin reisi statüsü erkeğindir. Fakat kırsal turizm kadın temelli bir turizm modeli olduğu için turizm alanında erkekten daha çok rol almaktadır. Çekirdek aile olmalarına rağmen geleneksel yapı devam ederek aile büyüklerinin ihtiyacı olduğunda hem ekonomik hem de sosyal anlamda yinede birbirlerine destek oldukları görülmüştür. Beypazarı'nda dışarıda turizm alanında çalışan kadınlar giysilerine de dikkat ettiklerini söylemektedirler. Dışarıdan insanlar gelecek kılığımız kıyafetimiz temiz ve düzgün olsun misafire ayıp olur diye düşünmekte. Onlar için turist hala yörelerine gelen bir misafirdir.

Turizm, sayesinde okumuş kentli insanları örnek almaya başlayan işletmeci kadınlar, çocuklarının eğitimine daha fazla önem vermeye başlamıştır. Temel eğitim seviyesi

üzerindeki bireylerin çoğunlukla yeni nesilden olması eğitime verilen önemin arttığına en önemli göstergesidir. Bir toplumda kadınların bilinçlenmesi o toplumu ilerleten, geliştiren, kalkındıran bir durumdur. Büyüyen genişleyen dünyada kadın hangi alanda işgücü olarak kendisini gösterirse o alana ciddi bir değer katmaktadır. İşte Beypazarı'nda da kadının dışarı çıkarak kırsal turizm alanında çalışan kadın rolüne bürünmesi yakın çevresini ve ailesini eşini, çocuklarını değiştirmeye, modernleşme yönünde dönüştürmeye ve bütüne baktığımızda ilçenin toplumsal yapısında zamanla kadına bakış açısını esnetmeye başladığını görmekteyiz. Daha önce tabu olan bazı şeylerin zamanla kabul edilmesinde en büyük pay kadınların iş hayatına katılmalarıyla kazandıkları özgüven sayesinde daha çok fikirlerini dile getirmeleri ve çalışma hayatı sayesinde dışarıyla olan temasları, iletişimleri onların ufuklarını genişleterek farklı fikirleri öğrenip, kabul edip kendi hayatlarına uygulamaları, eğitim seviyelerini yükseltme konusundaki gayretleri sayesinde olmuştur. Kadının gelişmesi eşittir toplumun gelişmesidir.

Turizm sayesinde ilçede insanların kendi içlerinde yaşadıkları ilişkilerde de daha toleranslı olmaya başlamışlardır. Bunu genç bir işletme çalışanı sözleri oldukça güzel açıklamaktadır;

“Eskiden normal bir erkek arkadaşımızla sokakta karşılınca rahatlıkla sohbet edemezdik veya iki genç kız, turist olarak buraya gelse, erkeklerin bakışlarından rahatsız olurdu. Ama yavaş yavaş bu değişti şimdi dedeler nineler bile çok fazla bakmıyor tabular yavaş yavaş yıkılıyor.” – genç bir işletme çalışanı

Turizmin yerel halk üzerinde yaptığı etkilerden bir diğeri de giyim tarzlarının değişmeye başlamasıdır. İlçedeki yaşlı kadınlar basma elbise veya şalvar giymeye devam ederken orta yaşlı ve genç kadınlar kentli gibi giyinmeye başlamıştır. Saçlarını boyayan, askılı bluz ve kot giyen genç kızların sayısı gün geçtikçe gittikçe artmaktadır.

Turizmle birlikte ilçede kadınların şivelerinde de değişimler meydana gelmiştir. Yaşlı insanların geldikleri yörelerin şivesiyle konuştukları için bazen turistler söylediklerini anlamakta zorluk çekmektedir. Giyim kuşamda olduğu gibi konuşma

dilinde de orta yaşlı ve genç kadınlar değişimi daha hızlı yaşamaktadır. Sözcükleri oldukça net ve aksansız bir şekilde kullanmaktadırlar.

Kadınların yeme-içme alışkanlıkları da turistlerle birlikte değişmeye başlamıştır. Yer sofrasında yemek yeme oranının gittikçe azalmaya başladığı gözlemlenmiştir. Ayrıca kadınlar turistlerden öğrendikleri yeni yemek tariflerini de uygulamaya başlayarak mutfak kültürlerini geliştirmişlerdir.

Beypazarı açısından genel anlamda baktığımızda kadınlar avantajlarını kullanarak kırsal turizmi geliştirme sayesinde yöreye belirgin bir biçimde katkı sağladığı alanlar şöyle sıralanabilir.

- 1- Yöreye ait yiyecek ve içeceklerin hatırlanması (sarma, kuru, tarhana)
- 2- Beypazarı'na ait geleneksel el sanatlarının gündeme gelerek üretilmesi (iğne oyası, dokuma ürünler)
- 3- Evlerin, pansiyonların döşemesinde eskiye dönülerek otantik malzemeler kullanılmaya başlanması
- 4- Yöresel oyunlar ve etkinliklerin yapılmaya başlanması
- 5- Organik tarımla elde edilen ürünlerin pazarlanması
- 6- Kadınların ilçenin yaşlı üyelerinden ilçeye ait tarihsel kültürel bilgiler alması
- 7- İlçeye ait geleneksel değerlerin kadınlar tarafından güncellenmesi

Beypazarı ilçesinde belediyenin öncülüğünde kadınların bu faaliyetleri canlandırması sayesinde kırsal turizm meydana gelmiş ve toplumsal dönüşüm başlamıştır.

İlçede ki değişimlerden birisi de işyerleri dekorasyonlarında gerçekleşmiştir. Bugün işletme sahipleri turistleri nasıl rahat ettiririz düşüncesinden yola çıkarak işletmelerinde değişiklik yapmakta, hizmet kalitesini yükseltmek için şehirlerdeki işletmeleri inceleyerek kendi işletmelerinde olabilecek ölçüde değişikliklere gitmektedirler. Tezgahta çalışan kadınlar yaptıkları takıların örneklerini geliştirmek için bazı derileri incelemekte hatta çocuklarıyla bilgisayardan bakarak yeni takı modelleri yapmaya çalışmaktadır. Yapılan bu değişiklikler küçük yerlerde etkileşimin daha fazla olması

nedeniyle hızla yayılmakta, turizm alanındaki olumlu değişikliklerden herkes kendi ölçüsünde yararlanmaktadır. Bu durum tabii ki bölgedeki değişimi de hızlandırmaktadır.

Bu değişim sadece turist memnuniyetini arttırmak yönünde değil toplumsal anlamda da olmaktadır. Kadınların kırsal turizm alanında çalışmaya başlamaları ile ekonomik anlamda eve sağladıkları katkılar onların yaşam standardını da önemli ölçüde etkilemekte ve yükseltmektedir. Kadınlar çalışan kadın olmakla birlikte hem kendilerini modern dünyanın gereklerinden yararlandırmakta hem de çocuklarını modernleşme anlamında maddi manevi desteklemektedirler.

Kırsal turizmin gelişmesiyle araştırma alanımızda da olduğu gibi kadınlar açısından meydana gelen değişimler azımsanmayacak kadar çok ve önemlidir. Öncelikle yaşam kalitesi artmıştır. Sosyal hayatta ve aile çevresinde özgüven kazanmıştır. Bu alanda sözü daha çok dinlenir olmuştur. Kadın adına daha pozitif bir yaşam başlamış ve kadın toplum içerisinde her şey önemlisi bir birey olma özelliği kazanmıştır. Toplum bilinci gelişen kadın kendi bölgesi adına sorumluluk almaya başlamıştır. Böylece evin dışında da bir varlık olduğunu gösteren kadın çalışma hayatı içerisinde de önemli bir yere gelmiştir.

Kadınlar bu avantajları sağlarken bazı sorunlarla karşılaşmışlardır. Bunlar kendilerinden kaynaklanan sorunlar, iş yoğunluğu, eğitim düzeyinin düşük olması, bazı kişisel problemler çekingenlik gibi, yaptıkları iş olan hizmet ve tanıtım konusunda eksik bilgiye sahip olma, gelir düzeyinin düşük olması, gelen ziyaretçilerden kaynaklanan sorunlar, iletişim eksikliği şeklinde sıralanabilir. Bu yaşanan sıkıntılar belediyenin de katkısıyla zamanla bir kısmı çözülmüş, yapılan iş açısından ilerleme ve gelişme konusunda kırsal turizm sürdürülebilirliğini sağlamak için devam etmektedir.

Yöre halkı için kırsal turizm henüz ortalama 10-12 yıllık bir süreç olduğu için bazı konularda özellikle butik otel, pansiyon işletenlerde hala müşterilerine kültürel sınırlar koyduklarını da burada söylemeliyiz.

Kültürel sınırlar, köylülerin benimsedikleri gelenek ve ahlaki değerleri, aynı ölçüde turistlerden de beklmeleriyle oluşmaktadır. Butik otel işletmesi yapan ya da pansiyon işleten kadınlar kendilerince ve çevreleri açısından ahlaksız olarak kabul ettikleri davranışlara izin vermeyerek, hem kendi namuslarını hem de ailelerinin namuslarını korumak istemektedirler.

Kültürel sınırlardan doğan yasaklar en çok nikâhsız turist çiftlere uygulanmaktadır. Sınırlıda olsa işletmeciler pansiyonunda evli olmayan çiftlerin kalmasından rahatsızlık duymaktadır. Bazı pansiyoncular bu çiftlerin konaklamalarına izin dahi vermemektedir. Bu oranın zamanla düşme eğilimi göstereceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak kadınların bu duruma erkeklere nazaran daha hoş görülü yakalaştıkları da görülmektedir. "Onların tercihi bana bir zararı yok hizmetimi sunarım karşılığını alırım" diye düşünen kadınlar da var. Ancak bazı işletmeciler, pansiyonlarında müşterilerin içki içilmesinden daha az rahatsızlık duymaktadır ve bu konuda daha hızlı bir hoşgörü geliştirmişlerdir. Ancak içki içilen yerlerde de genellikle erkeklerin olduğu yerlerdir. Tek başına kadın işletmelerde rastlanılmamaktadır. İlçenin evlilik dışı ilişkiyi, içkiden daha büyük bir günah ve ahlaksızlık olarak gördüklerini bu durum aslında ilçede gençlere de kötü örnek olduklarını gençlerin ahlaklarının bozulacağını düşünmektedirler. Büyük ölçüde düşünüldüğünde bu yaklaşımın ülke genelinde de toplumumuzda pek farklı olmadığını içki içmeyle evli olmayan ama birlikte olan çiftlere bakış açısının aynı olmadığını evli olmayan birlikte yaşayan çiftlere pek de hoşgörülü yaklaşılmadığını biliyoruz.

6. BÖLÜM

SONUÇ VE TARTIŞMA

Dünyada Cumhuriyet rejimiyle beraber kadına ilk seçme ve seçilme hakkını veren ülkemiz olsa da kadınlara atfedilen toplumsal rollerden kaynaklanan engeller uzun yıllardır devam etmektedir. Özellikle kadınların işgücüne katılımlarına bakıldığında son yirmi yılın verileri bizlere düşüş olduğunu göstermektedir. Buna göre 1990 yılında % 34.1 olan katılım, 2004 yılında % 25.4' e gerilemiştir. 2010 yılında ise % 34.1 ile yükselmeye başlayan kadın işgücü genel anlamı ile üç kategoride tanımlanmaktadır. Bunlar;

- a) Kırsalda yaşayan ücretsiz tarım işçisi olarak çalışan kadınlar
- b) Kentlerde daha çok emek yoğun işlerde düşük ücretlerle çalışan eğitilmiş yada eğitimsiz alt sosyo-ekonomik sınıfa mensup kadınlar
- c) Kentlerde mesleği olan yüksek eğitilmiş orta-üst sınıf kadınlardır.

Kadınları ekonomik ve toplumsal yaşam içerisinde erkeklerin arasında ikinci sınıf vatandaş olma konumuna iten nedenler ise şöyle sıralanabilir;

1. Erkek egemen kültürden kaynaklanan toplumsal ayrımcılık
2. Kadınlara tanınan eğitim olanaklarının kısıtlı olması
3. Fizik olarak kadınların erkeklerden daha zayıf olmasına toplum içerisinde sık sık vurgu yapılması
4. Hukuki anlamda yapılan yanlışlıklar

Ancak tüm bu olumsuzluklara rağmen kadınlar çalışma hayatı içerisinde çeşitli sektörlerde çalışarak ekonomik yaşam içerisinde yerlerini almışlardır. Dolayısıyla gerek gelişmiş toplumlarda gerekse az gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlarda kadınlar bir şekilde istihdam edilmektedir. Kadınların istihdam edildikleri alanlara bakıldığında genelde aynı işlerde yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle hizmet sektöründe ya da üretim sektörünün dokuma ve gıda gibi alanlarında kadınların ağırlıklı olarak istihdam

edildiği görülmektedir. Erkeklerde aynı iş yerinde çalışsalar bile kadınlara daha az beceri gerektiren işler verilmekte, ya da daha çok tekrar gerektiren işler verilmektedir. Bunun yanı sıra daha az insiyatif gerektiren işlerde daha az tatminle çalıştırılmaktadırlar. Tabi ki iş yerlerindeki bu ayrımcılık kadınlara olumsuz olarak ücret politikalarında yansıtılmaktadır. Erkeklerle oranla daha düşük ücretlerle çalıştırılmaktadırlar. Fakat buna rağmen bazı ülkelerde kriz dönemlerinde işletmelerde işlerine son verilenler yine kadınlar olmaktadır.

Türkiye' de kadın istihdamına bakıldığında kırsal kesimde kadın evde, tarlada, bahçede, pazarda ücretsiz çalışan ağır işçi pozisyonundadır. Ancak bu işleri yaptığı sürece bulunduğu yerde saygınlık kazanabilir. Ancak buna rağmen yinede erkekten sonra gelen ikinci sınıf vatandaşdır. Kentte çalışan kadın ise erkekle aynı işi yapmasına rağmen birincil yada eşit olamamış ve ücret olarak da erkeğin gerisinde kalmaktan kurtulamamıştır. Köyden kente göç etmiş kadın ise özellikle eğitim ve mesleki bilgi beceri sorunları yaşamakta ve kentteki iş hayatına kolay kolay adapte olamamaktadır.

Bu koşullarda görülmektedir ki kadınların eğitim durumlarındaki artış kırsalda da olsa kentte de olsa istihdam edilmeleri ve istihdam koşullarını mutlaka pozitif olarak etkileyecektir. Ancak şu da bilinmektedir ki kadın eğitilmiş olsa da ücret politikalarında ve kariyer imkanlarında hep engellerle karşılaşmaktadır. Bu koşullara rağmen kadının ekonomik hayat içerisinde aktif rol almalarını sağlayan bazı toplumsal değişiklikler meydana gelmiştir. Bunları şöyle sıralayabiliriz;

- a) Kentleşme
- b) Bilinen dışında yeni iş alanlarının ortaya çıkması
- c) Eğitim seviyesindeki yükseliş
- d) Ekonomik sıkıntılar
- e) Evlenme oranlarındaki azalma
- f) Boşanma oranlarındaki artış
- g) Çocuk bakımı hizmetlerindeki artış
- h) Kadına toplumsal bakış açısında yumuşamadır.

Bu açıdan bakıldığında özellikle gelişmekte olan ülkelerde kadının iş hayatının içerisinde olmasının zorunlu olduğu görülmektedir. Bu koşullarda çalışan kadın bunun yansımalarını sosyal hayat içerisinde varlık göstererek, sözünü dinlettirerek, kariyer konusunda az da olsa başarılar elde ederek ortaya koymaktadır. Bu gün ülkemizde pek çok öğretmen, doktor, mühendis, avukat gibi meslek sahibi kadın olmasına rağmen özellikle alt-orta sınıf ya da kırsal kesimdeki kadınların ekonomik yaşam içerisinde ve toplumda var olma, bir birey olma mücadeleleri devam etmektedir.

Eğitim seviyesi düşük ya da alt sosyal gruplarda olan kadınların daha çok çalıştığı sektörlerden birisi de hizmet sektörüdür. Hizmet sektöründe ise varlığını en iyi gösterebildiği alanlardan birisi olan turizm hem ülkemizde hem de dünyada her geçen gün ekonomik anlamda önemini arttırmaktadır. Dolayısıyla geniş kitlelere hitap etmektedir. Turizmin gelişmesi aslında dünyadaki turizm arzlarının çeşitliliğine bağlıdır. Son zamanlarda ülkemizde ve dünyada görülen şudur ki klasik turizm anlayışı olan deniz-kum-güneş turizminden uzaklaşmakta değişik turizm kolları üzerinde durulmaktadır. Bunlardan biriside kırsal turizmdir. Aslında bu olgu yeni ortaya çıkmış değildir. 19.yy. da İngiltere'de doğaya dönüş yaşanması ile başlamıştır. Daha sonrada Avrupa'ya yayılmıştır. Bu turizm çeşidinin yayılmasında en büyük etken sanayileşmenin artması, şehirlerde yaşam koşullarının giderek zorlaşması hava kirliliği, gürültü, stres yüzünden insanların şehir hayatında bunalmaları onları bir çıkış yolu olarak kırsal kesime itmiştir.

Hizmet sektörleri içerisinde kadınların en yoğun çalıştıkları alan olan turizm sektörü içerisinde de kadının merkezde olduğu, kadın işgücünün en fazla olduğu turizm sektörü ise kırsal turizmdir. Kırsal turizm özellikle tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelerde bu faaliyetlerin yanı sıra turizm faaliyetlerine bağlı olarak gelişen bir turizm çeşididir. Kırsal alanların kalkınmasında bir alternatif hatta iyi bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. Kırsal kalkınma ile kırsal turizm arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca kırsal kalkınmada en önemli sektör kırsal turizmdir. Özellikle ülkemiz açısından bakıldığında kırsal alanlardaki doğal ve kültürel varlıkların zenginliği ve çeşitliliği kırsal turizmin gelişmesi açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Türkiye dört mevsimin birlikte yaşanabildiği kendine özgü coğrafik özellikleri ile ve

eşsiz güzellikleriyle kırsal turizmi en iyi şekilde gerçekleştirebilecek koşullara sahip bir ülkedir.

Araştırmamızın temeli olan turizmde kadın istihdamı kırsal turizm alanında en öncelikli yere sahiptir. Çünkü kırsal turizm alanında kadının etkinliği diğer alanlara göre daha fazladır. Kadın bu alanda kendisini daha iyi gösterebilmektedir çünkü kadın yöresel unsurlarını sosyal ve kültürel değerlerini tanıtmada erkeklerden daha başarılıdır, dolayısıyla kırsal turizm yapısı gereği kadına ihtiyaç duymaktadır. Kırsal turizm iş alanı olarak daha çok ev uzantılı bir faaliyet sergilemekte olduğu için kadına daha çok ihtiyaç duyulan bir turizm şeklidir. Kırsal turizmin temelindeki öğelerden en önemlisi gelenekselliktir. Geleneksellik diyince ise akla kadın gelir. Bulunduğu yörenin tarihçesini öğrenmek, yaşamak ve yaşatmak aynı zamanda bunun alanda tanıtımını yapmak kadınların daha çok becerecekleri bir iştir. Kırsal turizm kadın temelli, kadın emeğine dayalı bir turizm alanı olduğu için kadına daha çok işgücü imkanı vermekte dolayısıyla kadın istihdamında en fazla çalışan kadın sayısının bulunduğu bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Kırsal alanda turizm yapan kadın ürünlerin hem üreticisi, hem pazarlayıcısı, hem de tanıtıcısı konumundadır. Bu nedenle kadın kırsal turizmde hem patron, hem çalışan olma özelliğiyle en yetkin kişidir. Kırsal alanda üretilen yöresel unsurlar kadınlar tarafından yapıldığı için, bunların satışını da kadınlar üstlendiği için kırsal alanda önemli ölçüde kadına istihdam alanı yaratılmış olmaktadır. Görülmektedir ki kırsal turizmde kadın diğer turizm türlerinde görülmediği kadar ev pansiyonculuğu, yörenin tanıtımı, yerel ürünlerin yapımı (erişte, tarhana, salça , pekmez) ve satışı, lokantalarda, işletmelerde yemeklerin hazırlanması ve sunumu gibi işlerde bizzat kendisi görev almaktadır.

Kadınlar genel anlamda kırsalda yardımcı, eş, tarlada çalışan işçi, anne rollerinin dışında kırsal turizmle beraber dışarıda çalışan kadın olma özelliğiyle de aynı zamanda buldukları yörenin kalkınmasına önemli katkı sağlamaktadırlar. Kırsal alanlarda turizmin canlanmasıyla beraber turizmin merkezine alınan kırsal kadının bir kimlik belirsizliği ortaya çıkmıştır. Kadının bu zamana kadar çalıştığı ve işgücü gösterdiği alanlardan farklı bir alanda çalışmaya başlaması ve bu alanın ayı zamanda onun için bir gelir kaynağı olması sebebiyle yaşadığı, sorguladığı toplumsal rol aslında çalışan

kadın rolüdür. Yıllardır belki aynı işleri yapmakta idi ancak karşılığında gelir elde edemediği gibi toplumsal anlamda da çok fazla saygı göremeyen kadın yeni üstendiği çalışan kadın kimliğiyle hem ekonomi alanında varlık göstermiş hem de sosyal anlamda kabul görmeye başlamıştır. Son zamanlarda kırsal alandaki turizmin tartışılıyor olması kadının bu turizm alanında yoğun istihdamı ve etkinliği, kadınlara bu anlamda hem yol gösterici hem de çalışma alanı yaratmış olması, kadının bu alanda çalışmasıyla hem yerel alanda kalkınmanın sağlanması hem de ülke ekonomisine sağladığı katkılardandır.

Kırsal alandaki turizmin hem ekonomiye hem de sosyo-kültürel hayata bazı etkileri vardır.

Ekonomiye etkileri

- a) Kırsal alanlarda daha çok gelir kaynağı tarımdır. Turizmin gelişmesiyle beraber tarımdan elde edilen gelirin yanında turizmden de elde edilen bir gelir olacaktır. Bu ek gelir hem tarımsal anlamda yeni tekniğin kullanılmasında bir kaynak olacak böylece tarımla geçinenlerin refah düzeyleri artacak hem de turizmle elde edilen gelire birleşince yörenin gelir seviyesi yükselecek bununla bağlantılı olarak insanların refah düzeyleri artacaktır.
- b) Kırsal alanda en önemli sorun işsizliktir. Turizmle beraber yöresel mevcut durumların değerlendirilmesi, aynı zamanda yeni yatırımların yapılması yeni istihdam alanları yaratacak özellikle kadınlar için kırsalda mevcut geleneklere dayalı bir turizm gelişeceği için önemli bir istihdam alanı olacaktır.
- c) Kadınların bir kısmının dışarıda çalışmadan da evde yaptıkları ürünlerle dışarıda çalışan kadınlara verdikleri destek ve elde ettikleri gelir ile istihdam edilmesine ve böylece işsizlik oranlarının düşmesine neden olacaktır.
- d) Kırsal alanda turizmde yerel kaynaklar kullanıldığı için faaliyetlerin çeşitlendirilmesi konusunda işbirliği yapılarak yöre halkının girişimcilik konusunda yüreklenmesine ve adım atmalarına neden olacaktır.
- e) Kırsal alanda gelen turistlerin konaklamaları için ya bulunan mekanlar yeniden düzenlenerek hizmete sunulacak ya da yenileri yapılacaktır. Bunlar hem

istihdam alanı yaratacak hem de bu işleri yapacak diğer sektörlerin gelirlerinin artmasına neden olacaktır.

- f) Kırsal alanda turizmle beraber gelir düzeyinde ki artış yörenin gelişmişliğini de olumlu yönde etkileyecek kırsal kent arasındaki gelişmişlik düzeyindeki farklar biraz daha kapanacaktır.
- g) Kırsal alanlarda turizmin gelişmesi için alt yapı sorunlarının olmaması gerekmektedir. Bu sayede yöredeki alt yapı sorunları giderilecek, yol, elektrik, su, kanalizasyon, otopark ve telekomünikasyon ile ilgili sorunlar giderilecek böylece yaşayanların kalitesi yükselecektir.

Sosyal-Kültürel Etkileri

- a) Kırsal alanda turizmin gelişmesiyle beraber turistlerin gelmesiyle hareketlenen yörede halkın yaşam ve davranışlarında önemli değişiklikler olacaktır, bu değişikliklerin başında bu alanda en fazla istihdam edilen kadınlar üzerinde olacaktır.
- b) Kadınlar yıllardır yaptıkları işlerin karşılığında gelir elde etmeye başlayacaklardır. Para kazanan kadın eskiye oranla daha özgüvenli bir biçimde sosyal hayat içerisindeki yerini alacaktır.
- c) Kırsal alanda turizm sayesinde çalışan kadın rolüne bürünen kadın bu zamana kadar bildiği roller dışında yeni bir kimlikle toplum içerisinde varlığını sürdürecektir. Bu sayede bu zamana kadar toplumda ikinci sınıf vatandaş konumundaki kadın sözü dinlenen saygınlığı olan bir birey haline gelecektir.
- d) Kadının toplumda diğer sektörlerde çok sert yaşadığı cinsiyet ayrımcılığını fazla yaşamadığı kırsal turizm alanında kendisine oldukça güvenerek diğer sektörlerle iletişime geçebilecek, kendisini geliştirerek daha çok dışa açılacaktır.
- e) Kırsal alanda turizm sayesinde kadının güçlenmesiyle gelir seviyesindeki artış kırsal alandan kente göçü en aza indirecektir. Çünkü kadın yaşam standardı yükselince bulunduğu bölgede kalmak isteyecektir. Böylece kentlerdeki gecekondulaşma ve çarpık kentleşme sorunlarına katkı sağlanacaktır.

- f) Kadının turizm sayesinde güçlenmesi ve bilinçlenmesi çocukları da olumlu yönde etkileyerek bu zamana kadar belki de hiç düşünmedikleri bir alan olan turizm alanına yönleneceklerdir. Çocukların diğer alanlara yönlendirilmesinde ve eğitim almalarına yönelik çalışmalarda da anneler daha bilinçli yaklaşacaklardır.
- g) Kadının turizm sayesinde güçlenmesi eşi ile olan ilişkilerine de yansıtacaktır. Bu zamana kadar sosyal hayat içerisinde eşinden sonra gelen ikinci sınıf vatandaş olma durumundan çıkarak, çalışan kadın rolüyle danışılan, fikri sorulan, dinlenen bir birey durumuna gelecektir.
- h) Kırsal alanda turizmin varlığıyla beraber o yöreye ait tarihi, kültürel ve geleneksel değerlerin su yüzüne çıkarılmasına başlanmış ve bu sayede canlı kalmaları sağlanarak yok olmaları engellenecektir.
- i) Kırsal alanda turizmin gelişmesi kadınların da gelişmesine ve değişmesine neden olacaktır. Yaptıkları işleri geliştirmek için kendi aralarında bir iletişim ağı geliştirerek gelişimi hızlandıracaklar, yeni şeyleri takip etmek için teknolojiyi kullanacaklar, kentle olan iletişimleri artacak ve bu sayede kentli kadınla kırdaki kadın arasındaki fark zamanla kapanacaktır.

Çalışmamızın kapsamı içerisinde cevap vermek istediğimiz problemlerin hepsini kapsayan cümle kadınların turizm alanında nasıl var oldukları ve bunun araştırmamızın alanı olan Beypazarı'nda nasıl yaşandığıdır. Çalışmamızın kavramsal çerçevesinin oluşturulmasında kadın istihdamı, kadın girişimciliği ve turizm alanında kadın istihdamı, girişimciliği kavramları temel alınmıştır. Bu kavramlar çerçevesinde öncelikle Dünyada ve Türkiye'de kadın istihdamı ve girişimciliğinin nasıl başladığı ve geliştiğini daha sonrada turizm alanında kadın istihdamı ve girişimciliğinin seyrini anlatmak koşuluyla çalışmamızın alan araştırması kısmı olan Beypazarı'nda turizm alanında kadının nasıl ve neden girişimci olduğunu, bu alanda istihdam edilen kadınların ne gibi ekonomik ve sosyal değişimlere uğradığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Ankara'nın Beypazarı ilçesinde de 2000'li yılların başında başlayan turizm hamlesi yerel kalkınma ve kadınların istihdamına ve girişimcilik yeteneklerini sergilemelerine önemli bir zemin sağlamıştır. Beypazarı, özellikle yılın 12 ayı çeşitli alternatif turizm

türlerine ev sahipliği yapabilmektedir. Beypazarı, çok eski tarihlerden beri bir ticari merkez olmuştur. Bugün halkının %70'i tarımda istihdam edilmektedir. Ancak tarımsal üretim ile turistik ürünler arasında önemli ölçüde entegrasyon söz konusudur. Havuç, kuru, dolma, güveç, gözleme, baklava vb. ürünler Beypazarı'nda yerel halkın kendi evlerinde sürdürmekte olduğu ücretsiz üretimin pazarlanmasına ve turistik pazarda talep görmesine neden olmuştur. Bununla birlikte geleneksel takılar, tekstil ürünleri, el sanatları, gümüş ve telkari işlemeciliği de yine kadınların etkinlik gösterebileceği alanlar olarak ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Beypazarı'lı kadınların kendi evlerindeki üretimlerini satmalarını kolaylaştıran bir sistem kurulmuş ve belediye bu sisteme tezgah vb. ekipman sağlayarak destek vermiştir.

Literatür çalışmasında da görüldüğü üzere özellikle geleneksel toplumlarda kadınların çalışma yaşamına girmesi onların toplumsal cinsiyet rolleri ile çeşitli değer çatışmaları oluşturmaktadır. Çalışan kadınlar kendilerini öncelikle anne, sonra eş ve en son çalışan kadın olarak tarif etmektedirler. Bununla birlikte çoğu zaman bu dengenin iyi sağlanmadığı durumlarda kadın girişimci ya da çalışanlar, evlerine geri dönmek zorunda kalmaktadırlar. Özellikle ev işlerinin, çocuk bakımının ve eşlik görevlerinin aksaması nedeniyle eşlerin baştaki destekleyici tutumu zamanla değişmekte ve kadın çalışan ya da girişimciler için olumsuz bir zemin doğmaktadır.

Literatürde geliştirilen bu tespitlerin Beypazarı örneğinde de kadın girişimciler ve çalışanlarla gerçekleştirilen görüşmelerle sağlanması gerçekleştirilmek istenmiştir. Beypazarı'nda 2000'li yılların başından itibaren büyük bir turizm sektörü oluşmaya başlamıştır ve kadınlar da bu tarihlerde belediyenin destekleri ile bu sektörün bir parçası olmuşlardır. Daha önce evde ya da tarımsal alanda ücretsiz işçi olarak çalışan kadınlar genellikle ekonomik sıkıntılarla işe başlamış, işe başladıkları dönemde eşlerinin ya da ailelerinin büyük desteklerini görmüştür. Kadınlar özellikle eşlerinin ve ailelerinin buradaki olumlu rollerini teslim etmektedirler. Bu açıdan bakıldığında, kadınların eşleri ve çocukları ile geleneksel olmayan bir iletişim kurdukları söylenebilmektedir. Bununla birlikte kadınların evdeki üretimlerini yine evlerinde bu kez para kazanarak sürdürmeleri de onların geleneksel aile rolleri anlamında sıkıntı

yaşamamalarına neden olmuştur. Çünkü çocuklar gündüzleri okuldadır ve diğer çocuklar ise annelerine yardım etmektedirler.

Bununla birlikte kısıtlı sayıdaki kadın girişimci ise ufak sermayelerle işe başlamış ve çevrelerinde de bu işin yapılabileceği kanaatini oluşturmuşlardır. Zamanla kadınlar arası bir iş ağı kurulmuş ve üç tip kadın çalışan gündeme gelmiştir. a) Tezgah ya da işletme sahibi kadınlar (sayıları kısıtlıdır) b) İşletmelerde üretim yapan kadınlar c) Evlerinde çalışan ve ürünlerini pazarlanması için işletmelere ya da tezgahlara gönderen kadınlar. Bu ilişki içerisinde kadın çalışanlar genellikle kadın girişimciler tarafından istihdam edilmişlerdir. Ancak bazı kadınların evlerinde çalışıyor olmalarından ötürü aileleri ve eşleri tarafından iş ortamının getirdiği çatışmalardan bağımsız kabul edilmektedirler. Bu kadınlara aynı zamanda kendi sosyal ilişkilerini sürdürebilme olanağı tanımaktadır.

Çalışan kadınlar sosyal güvenliğin önemini farkındadırlar ve gerek SSK gerekse de Bağ-Kur primlerini yatırmayı sürdürmektedirler. Ancak önemli bir bölümü ise kayıt dışı ekonomik etkinlik alanındadırlar. Bununla birlikte turizm sektöründe direkt ya da dolaylı olarak çalışan kadınlar ilçedeki turizm etkinliklerinin yayılmasından memnundurlar. Özellikle kendi evsel üretimlerini sürdürerek para kazanmaları onlar için en önemli avantaj olarak ön plana çıkmaktadır. Bu ekonomik hayata atılma sürecinde ise kendi çalışmamızın operasyonel tanımından hareketle kadın istihdamının ve girişimciliğinin geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri karşısında literatürün önerdiğinin aksine var olabildiği ancak ataerkil kültürden izler taşıdığı gözlemlenmektedir. Ancak bunun karşılığı bir emek-sömürüsü olarak ön plana çıkmamaktadır. Çünkü %70'i tarımdan geçinen Beypazarı'nda kadınlar turizm sektörünün etkinlik kazanmasından önce tarımsal alanda ya da evde ücretsiz geçinen işgücü konumundadır. Bu yeni statüde ise hem evsel üretimlerini sürdürmekte hem de bu üretimden maddi avantajlar elde etmektedirler.

Beypazarı'nda turizm alanında çalışan kadınlar kırsal turizmin hayata geçirilmesiyle hem ekonomik alanda yukarıda saydığımız değişimleri yaşamakta hem de sosyal anlamda kadınların toplumsal rolleri üzerindeki değişimleri yaşamaktadırlar.

Kadınların çalışma nedenleri olarak gelir elde etme isteği, ilçenin gelişmesi ve tanıtımı, hem kişisel hem de yöresel gelişim isteği, değerlerin korunması, dışa açılma, çocuklara iyi bir gelecek sağlama, ilçeye kent arasındaki sosyal ve ekonomik farkların kapanması isteği kadınlar tarafından dile getirilen nedenlerdir. Kadınlar özellikle ilçenin gelişimi ve çocukların geleceği için turizmin gelişmesini istedikleri ve ilçenin tanıtımı için çaba gösterdiklerini belirtmişlerdir. Turizmin gelişmesiyle iş imkanı ve gelir kaynaklarının artacağını bu sayede yakınlarının ve özellikle çocuklarının iş aramak için başka yerlere gitmek zorunda kalmayacaklarını ve turizmin geliştirdiği ilçeler gibi Beypazarı'nın da bir gelişim sergileyeceğini düşünmektedirler.

Kırsal turizmin gelişmesindeki kadın duyarlılığı Beypazarı kadınlarında da görülmektedir. Bu toplum duyarlılığını da beraberinde getirmektedir. Bu da göstermektedir ki kadının çalışma hayatına katılmasını belirleyen ekonomik etkenlerin yanı sıra onlar kadar önemli toplumsal bölgesel yeterliliklerin ne olduğu da önemlidir. Beypazarı kadınlarının çalışkan ve üretken faaliyetleri sayesinde merkezinde kadın olan kırsal turizmin doğmasını ve gelişmesini sağlamış bu sayede bölgenin potansiyelinin kullanması ve ilçenin gelişimi açısından avantajlı bir süreç olmuştur. Turizm sayesinde ilçede olumlu gelişme ve iyileşmelerin gerçekleştiği açıkça görülen bir gerçektir.

Beypazarı'ndaki turizm sektörünün kadınların çalışma hayatındaki yerini olumlu etkilemesi yanında, özellikle girişimcilik alanında hala sınırlı bir yapılanmadan bahsedilmektedir. Özellikle kadınlar kendilerini hala annelik ve eşlik rollerinden sonra en son olarak çalışan kadın diye tanımlamaktadırlar. Belki de kadınların çözemeyeceklerini düşündükleri herhangi bir sıkıntıyla karşılaştıklarında yeniden evsel ortama dönme tehlikesi ile karşı karşıya olduklarını bize düşündürmektedir. Fakat bu işi yapan mevcut kişilerin dışında yapmaya hevesli özellikle gençlerden oluşan bir kesimde vardır. Bu nedenle ilçede turizmin sürdürülebilir bir sektör olarak devam edeceği görülmektedir. Bunun yanı sıra kadınların yine de iş yaşamında kalıcı olmalarını sağlayacak olan sürekli eğitim, istihdam politikaları ve kadınların gündelik yaşamını kolaylaştıracak kreşler, yaşlı bakım evleri gibi yan hizmetler verilmelidir. Bütün bu yaşananlar çerçevesinde bakıldığında Beypazarı kadın istihdamında ve girişimciliğinde sadece Türkiye sınırları içerisinde değil uluslararası anlamda da önemli

bir model olma özelliğini kazanma potansiyeline sahiptir. Beypazarı örneğinde olduğu gibi ülkemizin sahip olduğu doğal, tarihsel ve sosyo-kültürel değerlerin ülke adına ekonomik kazanca çevrilmesi için kırsal turizmin ne kadar önemli olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmamızın sonunda Beypazarı özelinde Türkiye'de kırsal turizmin kırsal alanlarda başarılı olabilmesi için turizmin gerektirdiği bazı koşulların da yerine getirilmesinin önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu önerilerimiz şöyle sıralanmaktadır.

- 1- Kırsal alanlarda öncelikle kırsal turizmin gelişmesi için gerekli hedef ve amaçlardan oluşan bir stratejik plan hazırlanmalıdır.
- 2- Kırsal alanların seyahatlerde bir konaklama yeri ya da durak olmasının dışında buraların bir kırsal turizm alanı olması sağlanmalıdır.
- 3- Ülkemizde kırsal turizm açısından gelecek vaat eden yerler tespit edilmeli ve o yöredeki insanlar bu konuda bilinçlendirilerek yönlendirilmelidir.
- 4- Kırsal turizmin gelişeceği ve yaygınlaşacağı tespit edilen bölgelerde bununla ilgili eğitimler verilmeli bu eğitimler içerisinde hem yöreye ait hem de ülkemize ait kültürel ve tarihi bilgiler verilmeli, bunun yanı sıra halkla ilişkiler turizm, tanıtım ve yabancı dil gibi konularda eğitimler verilmelidir.
- 5- Turizm alanında bölgede yöresel ürünlerin ve hizmetlerin tanıtımı yapılmalıdır. Bu ürünlerden kaybolmaya yüz tutmuş ya da kaybolmuş olan ürünler araştırılarak yeniden yöreye kazandırılmalıdır.
- 6- Özellikle kırsal alanlarda turizmin gelecek vaat ettiği yerlerde bölgenin fiziki koşulları sağlanmalıdır.
- 7- Bölgesel anlamda hedeflenen kalkınma içerisinde turizmin yerinin tam belirlenerek kalkınma planlarıyla tutarlı bir şekilde ilerlemelidir.
- 8- Turizm ve kırsal turizmle ilgili master planları hazırlanmalıdır.
- 9- Turizm ve özellikle kırsal turizmin gelişmesinde kadının üstlendiği rolün çok önemli olduğu ve kırsal turizmin daha çok kadın temelli bir turizm olduğu konusunda özellikle kırsal destinasyonlarda bilinçlendirme eğitimleri verilmeli bunun sürdürülebilirliğini sağlamak için belirli sürelerle denetlenmesi yapılmalıdır.

- 10- Kırsal turizm alanında kadının karşılaşacağı sorunları çözmeye ona yardımcı olacak ulaşabilecekleri turizm büroları kurulmalıdır bunlar belediyelerin içerisinde yer alabilir.
- 11- Bölgeye ait kültürel ve tarihsel dokunun bozulmaması için özellikle halkın bilinçlendirilmesi için eğitimler verilmelidir.
- 12- Kırsal bölgelerde kadınların turizm alanında daha bilinçli hizmet verebilmeleri için tanıtım, satış-pazarlama konularında ve iletişim konularında eğitime tabi tutulmalıdırlar.
- 13- Kırsal turizm kadın odaklı bir turizm şekli olduğu için kadınların el becerilerini geliştirme ve yöresel çeşitliliğin artırılması konusunda kısa süreli kurslara tabi tutulmalıdır.
- 14- Kırsal alanlarda turizmin Türkiye genelinde yaygınlaşması ve kadınların bu alanda ne kadar önemli bir yer tuttıklarını anlatmak için öncelikle Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın taşra teşkilatları, belediyeler, bölgede kurulmuş olan kooperatifler ve özel teşebbüs sahiplerinin kırsal turizm içerisinde aktif bir şekilde katılımları sağlanmalıdır.

Türkiye'de turizm ve kırsal turizmin gelişmesinin ve kadınların rollerinin bu alanda ilerlemede ne kadar önemli olduğu yukarıda belirttiğimiz koşulların yerine getirilmesi ile mümkündür. Bir toplumda kadına verilen değer o toplumun gelişmişlik düzeyini belirleyen en önemli kriterlerden biridir.

KAYNAKÇA

- Akış, Sevgi (1999), "Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Yıl:10, Mart-Haziran, ss.36-46.
- Arat, Necla (1993), **Türkiye'de Kadın Girişimcilik**, Tes-Ar Yayınları, Yayın No:7, Ankara.
- Arıkan, Gülay (1988), "Kırsal Kesimde Kadın Olmak" **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Aralık Cilt 5, Sayı 2, ss. 3 - 5
- Bayer, Zekai M. (1992), **Turizme Giriş**, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Beypazarı Belediyesi (2012), **Beypazarı Yöresel Ürünleri Ticarileştirme Stratejisi Raporu**, Ankara.
- Çakıcı, Ayşehan (2004), "Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", **Yönetim Bilimleri Dergisi**, C:1, S:3, ss. 1-15.
- Çetin, Turhan (2009), "Beypazarı'nda Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri", **Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi**, C.9, S.1, ss.15-32.
- Çeken, Hüseyin., Karadağ, Levent ve Dalgın, Taner, (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 7(1): 1-14
- Çıtak, Aylin (2008), Kadınların Çalışmasına Yönelik Tutum: Cinsiyet, Cinsiyet Rolü ve Sosyoekonomik Düzeye Göre Bir Karşılaştırma, Y.Y.L.T, T.C Ankara Üniversitesi, S.B.E Psikoloji A.B.D, Ankara.
- Demirbilek, Sevda (2007), "Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açından İncelenmesi", **Finans Politik & Ekonomik Yorumlar**, C:44, S:511, ss.12-27.
- DPT ve DB (2009), **Türkiye'de Kadınların İşgücüne Katılımı: Eğilimler, Belirleyici Faktörler ve Politika Çerçevesi**, Rapor No: 48508.
- Eceral, Taner Özelçi ve Canan A. Özmen (2009), "Beypazarı'nda Turizm Gelişimi ve Yerel Ekonomik Kalkınma", **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C.5, S.2, s.46-74.
- Ecevit, Yıldız (1993), "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", **Kadın Girişimciliğine Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar**, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi, Yayın No:74.

- Erdoğmuş, Nihat (2000), "Otobiyograflerin Analizi Yoluyla Girişimci İşadamlarının Kariyer Gelişimi Hakkında Bir İnceleme", **11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri**, Nevşehir.
- Fidan, Fatma ve Dilek Nam (2012), "Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciler- Taraklı Örneği", **K.M.Ü Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, C:23, S:14, ss.51-57.
- Gökçimen, Semra (2008), "Ülkemizde Kadınların Siyasal Hayata Katılım Mücadelesi", **Yasama Dergisi**, S:10, Eylül-Ekim-Kasım-Aralık, ss.5-59.
- Günay, Gülay ve Özgün Bener (2011), "Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Aile İçi Yaşamı Algılama Biçimleri", **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Yıl:15, S:3, Aralık, ss.157-171.
- Güney, Semra (2006), "Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C:1, S:1, ss.25-43.
- ITB World Travel Trends Report 2012/2013** (2012), ITB Library, München.
- İpekyolu Kalkınma Ajansı (2011), **Kadın İstihdamı Raporu**, Gaziantep.
- Kantar, Müge (1999), "Girişimcilik ve Kırsal Kadınlar", **Tarım Ekonomi Dergisi**, S:4, ss.29-42.
- Kara, Çiğdem (2011), "Turistik Ticari Halkbilimsel Ürünler ve Beypazarı", **Milli Folklor**, S.89, ss.54-65.
- Küçükaltan, Derman (2009), "Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C:4, S:1, ss.21-28
- Küçükaltan, Derman (1997). Trakya Ekonomisi İçin Bir Bölgesel Kalkınma Modeli: Kırsal Turizm, 7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi 1. Kitap, İzmir
- Kozak, M. A. ve Sadık Bahçe (2009), **Özel İlgi Turizmi**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Narin, Müslüme Akın Maşrap ve Mehmet Ali Gürol (2006), "Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ađ Oluşturma", **Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, C:8, S:1, ss. 65-78.
- Öğüt, Adem (2006), "Türkiye'de Kadın Girişimciliğin ve Yöneticiliğin Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C:1, S:1, ss.56-78.
- Özçatal, Elif Özlem (2011), "Ataerkillik, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Çalışma Yaşamına Katılımı", **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C:1, S:1, ss.21-39.

- Özdemir, Zekai İlkey Noyan Yalman ve Seda Bayraktar (2012), "Kadın İstihdamı ve Ekonomik Kalkınma: Geçiş Ekonomileri Örneği", **International Conference on Eurasian Economies**, ss.115-122.
- RURWOMBACK (2009), Kırsalda Yaşayan Kadınların İşgücü Piyasasına Dönmesi İçin Sürekli Eğitim Yaklaşımının Adaptasyonu: Beypazarı Modeli.
- Sarkım, Mustafa (2008), "Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri", **2. Ulusal İktisat Kongresi**, 20-22 Şubat, İzmir, ss.1-10.
- Sosyal İş Sendikası (2010), **8 Mart'ın 100. Yıldönümünde Türkiye'de ve Dünyada Kadın Emeği ve İstihdamı Raporu**, Mart.
- Soyak, Münevver (2010), "Kadın Girişimciliği ve Mikrofinans: Türkiye Deneyimi", **Muğla Üniversitesi, S.B.E. Dergisi**, Bahar, S:24, ss.129-140.
- Soykan, Füsun (2003), "Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi", **Ege Coğrafya Dergisi**, S:12, ss.1-11.
- Soykan, Füsun (2006). Avrupa'da Kırsal Turizme Bakış Kazanılan Deneyim, II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, ss.72-73, 20-22 Nisan.
- Soysal, Abdullah (2010), "Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme", **Ankara Üniversitesi S.B.F Dergisi**, C:65, S:1, ss.83-114.
- Şahiner, Tuba (2012), İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman, Y.Y.L.T, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi S.B.E, Karaman.
- Takano, Akiko (2008), Türkiye'de Turizm ve Kültür - Beypazarı'nda Turizm Gelişme Sürecinde Yerli Halk ile Turist Yabancılar Arasındaki Etkileşim Üzerine Etnolojik Bir İnceleme, Y.Y.L.T, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Tükeltürk, Şule Aydın ve Nilüfer Şahin Perçin (2008), "Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavanı Kırmaya Yönelik Stratejiler", **Yönetim Bilimleri Dergisi**, C:6, S:2, ss.113-128.
- Türktaş, Gülden (2010), "Yönetimde Kadın"- **KAGIDER, 19. Kalite Kongresi**, 9.11.2010.
- Uygur, S.M. ve Eda Baykan (2007), "Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri", **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, S:2, ss. 30-49.

- Uslu, A. ve T. Kipler (2006), "Turlzmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/ Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı", **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi**, C.3, S.3, ss.305-314.
- Yanardağ, M. Özgür ve Mehmet Avcı (2012), "Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme", **Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi**, C:3, S:2, ss.39-62.
- Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek (2011) " Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri" ss..221-222 Ankara
- Yıldız, Seçkin (2007), Girişimcilik, Yüksek Lisans Projesi, T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Yıldız, Zafer (2011), "Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi", **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, C:3, S:5, ss.54-71.
- Zahra, Shaker A. vd. (2008), "Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities", **Strategic Entrepreneurship Journal**, Vol.2, ss.117-131.
- (2011), "Kadınların Girişimciliği Moda Değil Zorunluluk", **Ekonomik Forum Dergisi**, Ekim, s.44-47.

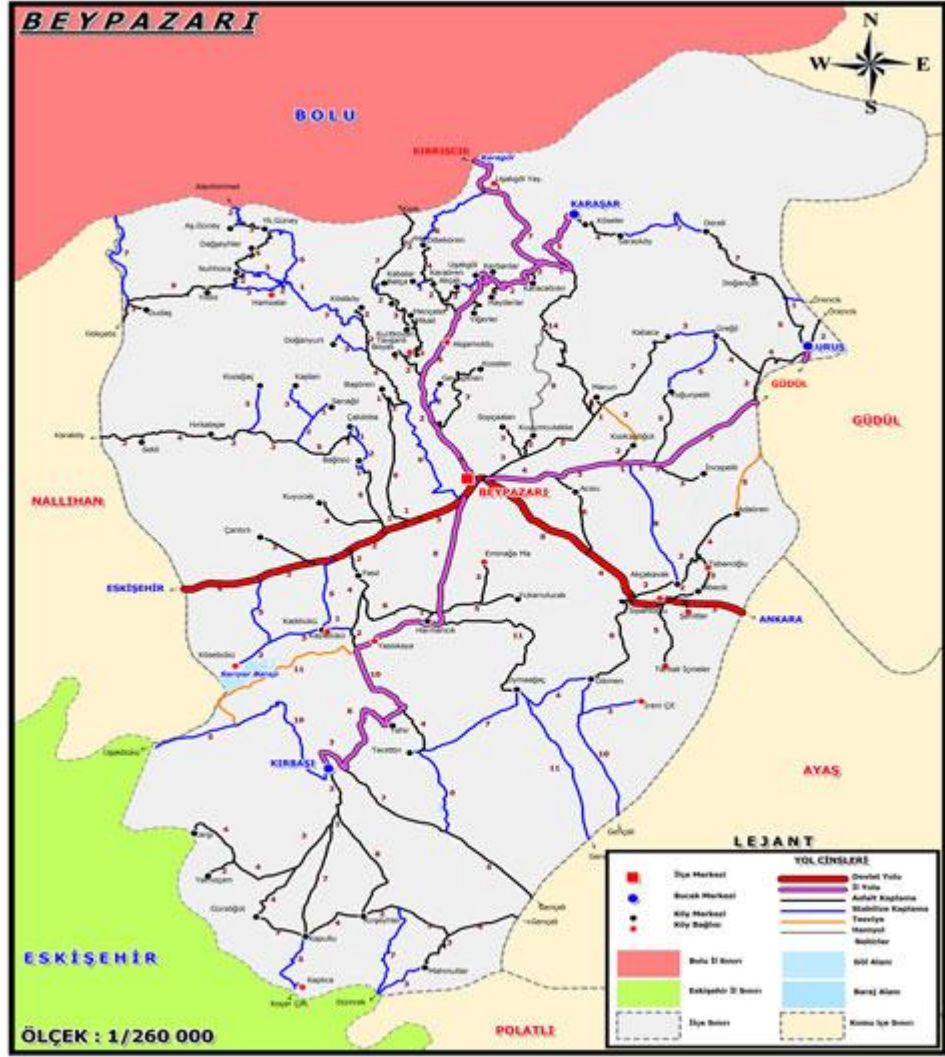
E-KAYNAKÇA:

- Bennur Koca, **Çalışma Hayatı ve Kadın**, Web Adresi:
http://iys.inonu.edu.tr/webpanel/dosyalar/1456/file/Calisma_Hayati_ve_Kadin_Bennur_Koca.pdf, Erişim Tarihi: 23.03.2013.
- Esra Piçakçı, "Dünyada ve Türkiye'de Turizm Alanında Kadın İstihdamı", [Erişim]:
<http://www.turizmdebusabah.com/yazarlar/dunyada-ve-turkiyede-turizm-alaninda-kadin-istihdami-49276.html>, Erişim Tarihi: 23.04.2013.
- Öznur İşçi ve Hatice Görgülü, "AB Sürecinde Türkiye'de Kadın İşgücü İstihdamı", Web Adresi:
http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Oznur%20Isci%20&%20Hatic e%20Gorgulu.pdf, Erişim Tarihi: 23.03.2013.
- "Beypazarılı 80 Kadına Altın Bilezik", Web Adresi:
<http://www.beypazarihabertv.com/Ekonomi/2133-Beypazarili-80-Kadina-Altin-Bilezik.html#.UbcJafmU0QB> Erişim Tarihi: 11.06.2013.

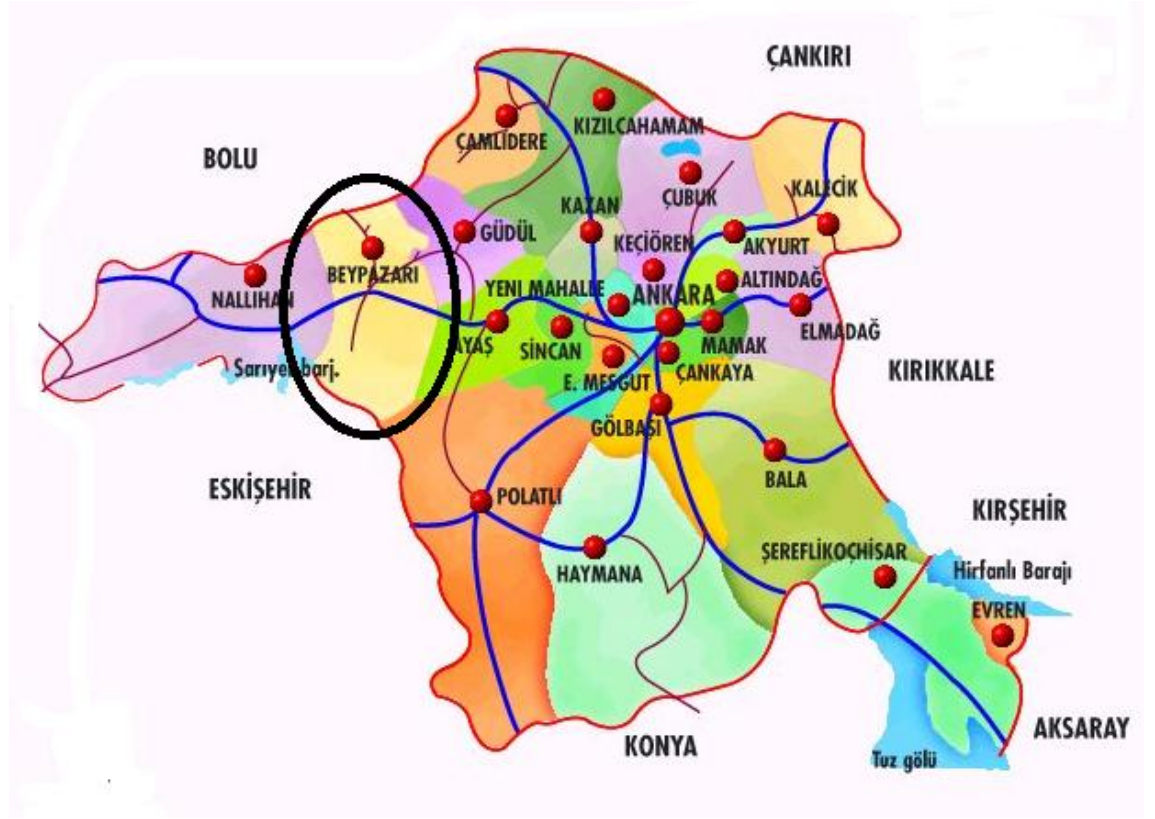
GÖRÜŞME FORMU

- G.S.1.** Turizm alanında kaç senedir çalışmaktasınız?
- G.S.2.** Çalışmaya başladığınızda kaç yaşındaydınız?
- G.S.3.** Hangi nedenler sizi çalışmaya yönlendirdi?
- G.S.4.** Çalışma konusunda kararı nasıl aldınız?
- G.S.5.** Çalışma konusunda ailenizden veya çevrenizden destek gördünüz mü?
- G.S.6.** Çalışma konusunda aldığınız kararda size daha çok kadınlar mı yardımcı oldu yoksa erkekler mi?
- G.S.7.** Sermayenizi nasıl sağladınız? Dışarıdan bir yardım aldınız mı?
- G.S.8.** Çalışacağınız alanı seçmede hangi faktörler etkili oldu?
- G.S.9.** Turizm alanında çalışmadan önce başka bir alanda çalıştınız mı?
- G.S.10.** İşiniz size hangi yükselme olanaklarını sunuyor?
- G.S.11.** Kendinizi iyi bir anne ve iyi bir eş olarak görüyor musunuz?
- G.S.12.** Sizce evin reisi kimdir?
- G.S.13.** Sorumluluklarınızı öncelik sırasına göre sıralar mısınız?
- G.S.14.** Evinizde işlerin yürütülmesinden kim sorumludur?
- G.S.15.** Ailenizin çalışmanıza bakışı nasıldır?
- G.S.16.** İşiniz çocuklarınıza ve eşinize gereken özeni göstermenizi etkiliyor mu?
- G.S.17.** Sosyal güvenliğiniz var mıdır? Sizce sosyal güvenlik neden önemlidir?
- G.S.18.** Kazandığınız ücreti nasıl kullanıyorsunuz?
- G.S.19.** Turizm sektörünün kadın çalışan için elverişli bir sektör olduğunu düşünüyor musunuz? Avantajları ve dezavantajları nelerdir?
- G.S.20.** Beypazarı'nın çalışan kadınlar için elverişli bir yer olduğunu düşünüyor musunuz? olumlu olumsuz yönleri sizce nelerdir?

Ek 1 : Odak Grup Görüşme Soruları



Harita 1: Beypazarı haritası



Harita 2: Beypazari'nı gösteren Ankara Haritası



Fotoğraf 1: Beypazarı evleri



Fotoğraf 2 : Beypazarı'nda tezgahta satış yapan kadınlar



Fotoğraf 3 : Beypazarı'nda çarşıda gezen turistler



Fotoğraf 4 : Beypazarı'nda alışveriş yapan turistler



Fotoğraf 5 : Beypazarı'nda evde üretim yapan kadınlar