



KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES ON WOMEN ENTREPRENEURSHIP

Uğur SÖNMEZOĞLU*

Öz

Bu araştırmanın amacı kadın girişimciliğinin desteklenmesinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin önemini ortaya koymaktır. Sivil toplum örgütleri ve devlet kurumları ile işbirliği içerisinde olan şirketler, sosyal sorumluluk anlayışı içerisinde ekonomik kalkınmanın ana aktörlerinden olan kadın faktörünü destekleyen faaliyetlerde yer almaktadır. Bu araştırma nitel bir araştırmadır. Bu doğrultuda veri toplama sürecinde görüşme ve doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kadın girişimciliğinin gelişimi için yürütülen sosyal sorumluluk uygulamaları analiz edilmiştir. Bu uygulamalara ilişkin şirketlerin yer aldığı örnek projeler değerlendirmeye alınmıştır. Bu projelere ilişkin bilgiler şirketlerin ve projelerin web siteleri ve raporları, basın bültenlerinden elde edilmiştir. Ayrıca ekonomiye kadın gücü projesinde yer alan şirketin yöneticisi ve kadın girişimcilerle görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmada şirketlerin (Boyer, Galatasaray, Turkcell ve Vodafone) yer aldığı projeler sayesinde eğitim, teknoloji, iletişim, ekonomi ve pazarlama alanlarında kadın girişimcilerine katkılar sağlandığı görülmektedir. Ayrıca bu örgütlerin kendine özgü özellikleri projelerin başarısını etkilemektedir. Projelerin başarısıyla birlikte kadın girişimcilerinin özgüvenlerinin arttığı, pazarlama olanaklarının genişlediği, sosyalleşmenin, insanlarla iletişim becerilerinin geliştiği vb. ortaya çıkmıştır. Türkiye’de her beş kadından biri yoksulluk sınırındadır. Bu durum kadın girişimciliğinde Türkiye’de sosyal sorumluluk projelerini uygulayan şirketlerin daha fazla etkin olmasını gerektirmektedir. Bu doğrultuda şirketler sosyal sorumluluk projelerinde sivil toplum örgütleriyle işbirliğini arttırmalı ve kadınların girişimcilik faaliyetlerine sosyal sorumluluk bilinciyle destek sağlamalıdır. Bu, kadın ve yoksulluk sorununun azalması için önemli bir yaklaşımdır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimciliği, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sivil Toplum Örgütleri.

Abstract

The purpose of this research is to demonstrate the importance of corporate social responsibility activities in support of women entrepreneurship. Companies, make collaboration with civil society organizations and government institutions, are inside facilities that supported woman factory which is the main actors of economic development. This research is a qualitative research. Accordingly interview and document analysis method was conducted in the data collection process. In research was analyzed social responsibility practices which is carry out for development of women entrepreneurship. Pilot projects in which the companies were assessed with regard to this applications. Informations about this projects from website and reports of the company and press releases. Also interviews were conducted with both company manager of which is located “the project of power of woman to economic” and women entrepreneur.

This research, because of projects which located companies, have been contributed to women's entrepreneurship in education, technology, communications, economy and marketing. Also unique characteristics of these organizations effect the success of the projects. One out of each five women is poverty level. It is emerged that increased the confidence, expanding marketing opportunities, developed socialization and the skill to communicate with people of women entrepreneurs with the success of the project. This situation is required to take place more active of companies which performed social responsibility projects in the women's entrepreneurship. Companies should increase cooperation with non-governmental organizations in corporate social responsibility and provide to support with awareness of social responsibility to women's entrepreneurial activities. It is an important approach for reduction of women and poverty's issue.

Keywords: Women Entrepreneurship, Corporate Social Responsibility, Non-Governmental Organizations.

1. GİRİŞ

En basit tanımıyla “bir şey yapmak ve bir görevi üstlenmek” anlamına gelen girişimcilik (Araz ve Tüzün, 2015: 250), insanların ilkel çağlarda ihtiyaçlarını gidermek için avcılık, çiftçilik, hayvancılık, ticaret gibi faaliyetlerde bulunması sonucu doğmuş bir kavramdır (Kızılaslan ve Karaömer, 2015: 372). Ekonomik bir değeri ifade etmenin yanı sıra toplumsal ve kültürel bir olgu olan girişimcilik kavramı, ülkelerin ekonomik gelişme ve kalkınmalarında son derece önemli bir yere sahiptir (Keleş vd, 2012: 107).

Girişimcilik ve kadın girişimciler üzerine araştırmaların yaklaşık son 20 yıldır artarak devam ettiği görülmektedir (Gill ve Ganesh, 2007: 268). Kadın girişimciliğine yönelik ilk araştırmaların daha çok gelişmiş ülkelerdeki kadın girişimcilerinin özelliklerine odaklandığı, daha sonraki araştırmalarda ise gelişmekte olan

*Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi.



ülkeler ve gelişmiş ülkelerdeki göçmen kadınlara yönelik olduğu görülmektedir (De Vita, Mari ve Poggesi, 2013). Girişimcilik dünyasında sosyal yaşamdaki rol ve sorumlulukları gereği kadınların geri planda kaldıkları görülse de (Batı ve İnel, 2015: 101), kadın girişimciliğinin ekonomik büyümeyi sağlamada ve istihdam olanaklarını artırmadaki rolü hem gelişmekte olan hem de gelişmiş olan ülkelerde kadın girişimciliği konusuna olan ilginin giderek artmasını sağlamaktadır (Najimudinova, 2015: 8).

Toplumda sosyal dışlanma olgusu ile karşı karşıya kalan ve bu konuda en çok mağdur olan kesimlerden biri de yoksulluk ve işsizlik riski altındaki kadınların oluşturduğu gruptur (Çakır, 2008: 26). Türkiye’de kadınların, işgücüne ve istihdama katılım oranları oldukça düşüktür. Kadınlar, işgücüne ve istihdama sınırlı katılım olanağını bulmakta, istihdamda belli mesleklerde yoğunlaşmakta, düşük statülü ve düşük ücretli işlerde çalışmaktadır (Aşkın ve Barış, 2015: 63). TÜİK verilerine göre Türkiye kadınların işgücüne katılım oranı Ocak 2015 verilerine göre erkeklerde %70,5, kadınlarda ise %29,9 olarak gerçekleşmiş, istihdam oranı ise erkeklerde %63 kadınlarda ise %26’dır. İşsizlik oranı erkeklerde %10.6 kadınlarda %13.1’dir (TÜİK, 2015). Görüldüğü gibi kadınların özellikle istihdam konusunda erkeklerin çok gerisinde kaldığı görülmekte ve kadın istihdam oranının düşük olması ülkede istihdamı azaltan nedenlerden biri olarak gösterilmektedir (Şengür ve Taban, 2012). Dolayısıyla istihdam yaratma güçleri ve çevrelerine sağlayabildikleri sosyal fayda ile sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesinde kilit rolü olan kadın girişimcilerin yerel ekonomilerde oynadıkları rol toplumun büyük bir kesimi tarafından ihmal edilmektedir (Can ve Karataş, 2007: 252). Fakat dünya genelinde gelişimini sürdüren bir konu olan girişimcilik konusunda erkek egemenliğinin olduğu düşünülmesine rağmen son yıllarda yapılan çalışmalarda kadınların bu konudaki katkısının önemine vurgu yapılmaktadır (De Vita, Mari ve Poggesi, 2013). Kanada, Danimarka, Yeni Zelanda gibi ülkelerde iş dünyasında girişimci sahibi olarak kadınların oranı %30’dan daha fazladır. Dolayısıyla dünyada kadınların da girişimcilik konusunda aktif rol almaya başladıkları görülmektedir (Bruin, Brush ve Welter, 2006). De Vita, Mari ve Poggesi (2013) dünyada toplam girişimcilik oranında kadınların payının yaklaşık %42 oranına yaklaştığını belirtmektedir.

Kadınların, çalışma hayatına katılarak ve daha aktif rol alarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları, gelişmekte olan ekonomiler için “stratejik” bir öneme sahiptir. Çünkü kadınların girişimciliğinin teşvik edilmesiyle iş dünyasının kullanılmayan potansiyeli etkin hale getirilmesi ve yeni iş sahaları oluşturulması sağlanacağı gerek akademik çevrede, gerekse iş dünyasında ifade edilmektedir (Soysal, 2010). Kadın girişimcilerin üretim sürecine dahil edilmesi, potansiyel kadın girişimcilerin iş hayatına girişlerinin sağlanması, istihdamı ya da mevcut girişimci kadınların desteklenmesi ekonomik kalkınmanın sağlanmasında başarılı bir yol olarak değerlendirilebilir (Can ve Karataş, 2007: 260). Günümüzde Türkiye İş Kurumu, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, T.C Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü gibi kamu kuruluşları, AB komisyonu, BM gibi uluslararası kuruluşlar, KAGİDER, KADEM ve KAMER gibi sivil toplum kuruluşları kadın girişimciliğine yönelik programları destekleyen projelere yer vermektedir. Son yıllarda büyük ölçekli işletmelerin de kadınların girişimcilik faaliyetlerini kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı altında destekledikleri görülmektedir. Kadınların girişimcilik faaliyetlerini destekleyen uygulamalardan biri de işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde oluşturdukları projelerdir. Günümüzde işletmelerin öneminin giderek artması ve toplum içinde vazgeçilmez bir kurum haline gelmeleri bir takım sorumluluklar üstlenmelerini gerektirmektedir. İşletmelerin ahlaki değerleri ile birlikte sosyal sorumluluklarının da önemi giderek artması, esas olan insan mutluluğu ve refahını artırma anlayışının işletmelerde yavaş yavaş yerleştiğinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle işletmeler, toplumsal sorunların çözümüne ve çağdaş yaşam standardının gelişmesine yönelik çeşitli strateji ve projeler ortaya koymaktadırlar (Top ve Öner, 2008). Bu bağlamda son yıllarda işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı altında yürüttükleri veya destek oldukları kadın girişimciliğine yönelik projelerin kadınların yukarıda bahsi geçen potansiyellerini harekete geçirme noktasındaki etkisini ortaya konulması önemli bir konuyu teşkil etmektedir. Çünkü son yıllarda büyük ölçekli işletmeler bu konuda artan bir şekilde kadınlara yönelik KSS projelerini maddi, kurumsal, pazarlama odaklı, teknolojik vb destekledikleri görülmektedir. Bu desteği işletmeler çoğu zaman kamu kuruluşları veya sivil toplum örgütleriyle ortak bir proje yürüterek gerçekleştirmektedir. Bu doğrultuda araştırmada işletmelerin kadın girişimciliğine yönelik KSS faaliyetleri üzerinde durularak, kadın girişimciliğinin gelişiminde işletmelerin KSS faaliyetlerinin önemi ortaya konulacaktır.

2. YÖNTEM

Bu araştırma nitel bir alan çalışması olarak tasarlanmıştır. Araştırmada örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme ve kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemi belirleyici olmuştur. Bu doğrultuda kadın girişimciliğine yönelik KSS projelerinde yer alan şirketler araştırmaya dahil



edilmiştir. Araştırmada veriler görüşme ve doküman incelemesi yolu ile elde edilmiştir. Gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı nitel araştırmalar algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalar olarak değerlendirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, 39). Krippendorff, (2004) doküman analizini metinlerden geçerli ve güvenilir çıkarımlar yapmak için kullanılan bir araştırma yöntemi olarak değerlendirmektedir. Doküman analizi kapsamında “ekonomiye kadın gücü”, “kadın girişimciliği”, “nar taneleri” ve “teknolojide kadın hareketi” KSS projelerine ilişkin dokümanlar incelenmiştir. Daha sonra bu projelerden kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemi (Yıldırım, A; Şimşek, H. 2011) kullanılarak belirlenen “ekonomiye kadın gücü” projesinde yer alan şirketin yöneticisi ve projeden yararlanan kadın girişimcilerle yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturularak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşme formatı ile katılımcıların algıları ve deneyimleri hakkında derinlemesine bilgiler elde edilmesini sağlamıştır (Fontana ve Frey, 2005). Görüşmeler ses kayıt cihazı ile katılımcılardan izin alınarak kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler ortalama 15 dakika ile 35 dakika arasında sürmüş olup toplam görüşme süresi 1 saat 05 dakikadır. Verilerin analizinde, öncelikle betimsel analiz yönteminden yararlanılarak bilgisayar ortamında düz yazı haline getirilen veriler katılımcıların aynı sorulara verdiği cevaplar sırasıyla alt alta getirilerek tablo oluşturulmuştur. Bu yöntem ile veriler özetlenerek düzenlenmiş ve içerik analizi için uygun hale getirilmiştir. Daha sonra içerik analizi yöntemine geçilmiştir. İçerik analizi; belgelerin, mülakat dökümlerinin ya da kayıtlarının karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir. (Altunışık ve diğ, 2001). Veri analizinin bu aşamasında betimsel analizde özetlenen ve yorumlanan veriler daha derin bir işleme tabi tutularak kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Verilerin kodlanmasının ardından birbirine benzeyen veriler bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Böylece araştırma verilerinin analizi ile ilgili işlemlerde tümevarım yaklaşımıyla hareket edilmiştir. İki araştırmacı tarafından birbirinden bağımsız yapılan kodlamalar karşılaştırılarak kodlamalar arasında tutarlılık teyit edilmiş, birbirine benzeyen kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Görüşme notlarının hangi katılımcıya ait olduğunu belirlemek amacıyla harfler verilmiş ve her odak grubunda yer alan bireylere sayılar verilerek kodlamalar yapılmıştır (Örneğin birinci katılımcı ve birinci kişi: (A,1) gibi).

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmada ilk olarak doküman incelemesi kapsamında incelenen uygulamalara ilişkin olarak, bazı işletmelerin yer aldığı kadın girişimciliğine yönelik KSS projelerine yer verilmiştir. Burada işletmelerin KSS projelerinin amacı, proje kapsamında yapılanlar, proje ortakları, ilişkin bilgiler yer almaktadır. Daha sonra ise araştırmacı tarafından yapılan görüşmelere ait bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Doküman İncelemesi Bulguları ve Tartışma

Araştırmaya konu olan KSS projelerine ilişkin olarak yapılan doküman inlemesine göre; projelerin amaçlarına, projede yapılanlara, proje ortaklarına ilişkin bulgular aşağıda tablo 1’de gösterildiği gibidir.

Tablo 1. Doküman İncelemesine ilişkin bulgular

Projenin Adı	Şirketin Adı	Proje Ortakları	Projelerin Amaçları	İşletmelerin Katkıları
Turkcell	Ekonomiye Kadın Gücü	Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, TGMP, TİSVA	Dar gelirli kadınların ekonomik üretime katılımına, sosyal ve ekonomik olarak güçlenmelerine, kadınların gelir getirci bir işe başlamasına, mikrokredi sisteminden yararlanabilmelerine veya işini büyütmesine destek olmak.	www.ekonomiyekadingucu.com oluşturulması Mobil ve web’de “sosyal borçlanma” platformunun oluşturulması İllerde eğitimler düzenlenmesi Mobil eğitim altyapısı ile kadın girişimcilere eğitimler gönderilmesi NFC özellikli cep-t paracard ile işlem yapılmasının sağlanması Kadın Emegi Ürünleri adıyla e-ticaret alanı oluşturulması
Galatasaray	Kadın Girişimciliği	KAMER	Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesindeki kadınlara maddi kaynak oluşturmak.	Güneydoğu ve Doğu Anadolu’daki kadınlarının Galatasaraylı taraftarlar için hazırladığı ürünlerin 47 Galatasaray Store şubesinde pazarlanması
Boynert	Nar Taneleri	Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, PERYÖN, UNFPA	Toplumda sosyal ve ekonomik dışlanmaya maruz kalan, yetiştirme yurtlarında yetişen/ yetişmiş olan genç kadınların sosyo-ekonomik açıdan güçlenmesi yoluyla Türkiye’nin kalkınmasına ve kadınların iş gücü piyasasına dahil	Eğitim çalışmaları Mentorlük sistemi faaliyetleri Sosyal içerme faaliyetleri Toplumsal farkındalık çalışmaları Meslek elemanları eğitimi



			olmalarına destek vermek	
Vodafone	Teknolojide Kadın Hareketi	KAGİDER TBV	Kadınların ekonomiye katılımında fırsat eşitliği yaratmak, sosyo-ekonomik durumlarını ve girişimciliklerini iyileştirmek	Kadınlara iletişim teknolojisi, kişisel gelişim ve girişimcilik eğitimleri, mentörlük imkânı sunulması sertifikalı alan başarılı ev kadınlara Vodafone bayilerinde istihdam yaratılması

(Kısaltmalar: TGMP: Türkiye Grameen Mikrofinans Programı, TİSVA: Türkiye İsrافی Önleme Vakfı, KAMER: Kadın Merkezi Vakfı, PERYÖN: Türkiye İnsan Yönetimi Derneği, UNFPA: Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu, KAGİDER: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği, TBV: Türkiye Bilişim Vakfı).

Yukarıda yer alan bilgiler değerlendirildiğinde işletmelerin kadın girişimciliğine odaklı KSS projelerinin kadınların ekonomik faaliyetlerinin gelişmesine katkı sağlamayı amaçladıkları ortaya çıkmaktadır. Ayrıca şirketlerin KSS projelerinde çalışma alanlarına yönelik olarak kadın girişimcilere katkılar sağladıkları görülmektedir. Yine eğitimler yoluyla kadın girişimcilerine yönlendirme yapıldığı, hatta başarılı olan kadın girişimcilerine istihdam olanaklarının da sunulduğunu ifade etmek de mümkündür. Şirketlerin devlet kurumları ve STK'larla işbirliği içinde oldukları ve uzmanlık desteğinin yanı sıra teknik destekler sağladığı ifade edilebilir. Literatüre bakıldığında da bu doğrultuda daha önceki yıllarda önerilerin bazı araştırmacılar tarafından ortaya konulduğu görülmektedir. Örneğin Soysal (2010) kadın girişimcilerine aktif destek veren çeşitli kurum ve kuruluşlar, yerel çapta tecrübe eksikliği yaşayan kadın girişimcilere daha yakın olmasını ve teknik desteğinin yanında planlama ve organizasyon yapılanmalarında yardımcı olmaları gerektiğini ifade etmektedir.

Araştırmada bulgular değerlendirildiğinde şirketlerin KSS projeleri kapsamında iş arama, mesleki yönlendirme, kişisel gelişim, mobil ve web teknolojisi aracılığıyla eğitimler gönderilmesi, girişimcilik eğitimleri verilmesi gibi faaliyetlerin yanı sıra teknolojik, pazarlama, satış, girişimcilik vb. konularda destekler sağladığı ifade edilebilir. Çabuk, Südaş ve Araç, (2015: 424) sermaye, eğitim ve manevi destekler ile kadın girişimcilerinin başarılı olmaları ve işletmelerinin sürekliliğini sağlamalarına yardımcı olunabildiğini belirtirken, Amine and Staub (2009: 207) ulusal ve yerel yönetimler, finansal şirketlerin, sosyal pazarlamacılar, STK'ların kadın girişimcilerin pazar çevrelerini kurumsal sitelere dönüştürmelerinde destekleyici olmaları gerektiğini ifade etmektedir. Araştırmada şirketlerin ulusla ve uluslararası kuruluşlar, STK'lar ve devlet kurumları ile ortaklıklar kurarak KSS projeleri aracılığıyla kadın girişimciliğini desteklemeye başladıkları ve bu doğrultuda kadın girişimcilerinin iş gücü piyasasında rol almalarını teşvik edici politikalara yer verdikleri ifade edilebilir. Ayrıca bir spor kulübü olarak Galatasaray A.Ş'nin KAMER vakfı ile işbirliği kurarak kadın girişimcilerinin ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlaması, bu şirketin milyonlarca taraftarı olan bir spor kulübünü bünyesinde bulundurduğu olduğu düşünüldüğünde geniş bir pazar imkanı oluşturması bakımından kadın girişimcilerine katkı sağladığı ifade edilebilir.

Ayrıca araştırmada sivil toplum örgütlerinin şirketlerin KSS projelerinde etkin olarak yer almasında motive edici bir güç olduğu ortaya çıkmaktadır. Örnek projelerde de görüldüğü gibi STK'ların etkin bir şekilde şirketlerin KSS projelerinde yer aldıkları görülmektedir. yine nar taneleri projesinde toplumda sosyal ve ekonomik dışlanmaya maruz kalan yetiştirme yurtlarında yetişen/ yetişmiş olan genç kadınlara, Galatasaray Spor Kulübünün daha önce evinin dışında çalışmamış, para kazanmamış kadınlara odaklanmasının şirketlerin hedef kitlelerini oluştururken bazı kriterleri de göz önüne aldıkları ifade edilebilir.

3.2. Katılımcılarla Yapılan Görüşmelere İlişkin Bulgular ve Tartışma

Araştırmada kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemiyle belirlenen ve ekonomiye kadın gücü projesinde yer alan şirketin yöneticisi ile yapılan görüşmelere ilişkin bulgular aşağıda Tablo 2.'de gösterildiği gibidir.



Tablo 2. Şirket Yöneticisi ile yapılan görüşmeye ilişkin bulgular

İfadeler	Kodlar	Temalar
A1, Turkcell'in "kadın odağı" anlayışı içinde kadınlara yönelik projelere önem veriyoruz. Güçlü Kadınların Güçlü Türkiye'yi yaratacağını düşünüyoruz.... A1, Ülkemizde kadınlar eğer geliyorsa toplumun temeli oluşturan aileleri de o derecede gelişebiliyor. Kadınların gelişimine katkıda bulunulması çok önemli... A1, Dezavantajlı gruplar içinde yer alan yoksul kadınlara sosyal avantaj oluşturacak imkanların yaratılması gerektiğini düşünüyoruz...	Kadınları önemsemesi Kadının toplumdaki rolünün önemi Yoksul kadınların dezavantajlı grup olarak görülmesi	Şirketin KSS Projelerinde kadınlara yönelmesinin sebepleri
A1, Web sitesi kurulması, cepten seferberlik, fon havuzu oluşturulması, 5886'ya mesaj ile havuza destek sağlanması gibi faaliyetlerde bulunduk.... A1, Kurulan sitenin daha etkin kullanabilmeleri için ve intereti kullanabilmeleri için eğitimler düzenlenmektedir.... A1, Oluşturduğumuz sosyal borçlanma havuzu sayesinde 69 ilde 70000 üzerinde kadına ve 4. Senemizde 1000000 TL üzerinde fon toplanmasını sağladık... A1,www.ekonomiyekadingucu.com sitesinde kadın emeği ürünler sekmesinden internet üzerinden pazarlama imkanı sağlanmaktadır	İletişim ve teknolojik destek sağlanması Eğitim desteği Maddi destek imkanı oluşturulması Pazarlama ve satış desteği	Şirketin KSS projelerine olan katkıları

Yukarıda tablo 2.'de bulgular değerlendirildiğine şirketlerin kadın girişimcilere destek amaçlı KSS projelerine yönelmesinde şirketler tarafından kadın yoksulluğunun önlenmesi gerektiğinin düşünülmesinin ve şirketler tarafından bunun önemli bir sorun olarak görülmesinin payı olduğu söylenebilir. Ayrıca şirket yöneticisinin kadınları toplumun temel taşı olan ailelerin gelişiminde en önemli bireyler olarak gördüğünü belirtmesi şirketler tarafından KSS projelerinde kadınlara verilen önemin sebepleri arasında kadınların toplumdaki rolünün ortaya koyan bir durumdur. Yine şirketlerin yoksul kadınların dezavantajlı gruplar olarak görmelerinin de KSS projelerinde kadınlara yönelmelerini etkilediği görülmektedir. Gökdemir ve Ergün (2012: 70) de kalkınma çalışmalarında kadın ve çocuklar toplumun en dezavantajlı grupları olarak kabul edilmekte olduğunu ifade etmektedir.

Yukarıda bulgular değerlendirildiğinde araştırmaya konu olan şirketin iletişim ve teknolojik destek, eğitim, maddi destek ve pazarlama ve satış desteği sağlayan bazı uygulamalar ile kadın girişimcilerine birtakım avantajlar sağladıkları görülmektedir. Literatüre bakıldığında Keskin (2014: 91) de kadın girişimcilerine finansal, teknoloji eğitiminin yanı sıra modern teknolojinin kullanımı, teknik yardım, mali destek, kredi kolaylığı, altyapısal destek ve pazarlama ve hizmet sunumu tekniklerinin bilinmesi, güven artırıcı eğitim, e- ticaret, iyi zaman yönetimi ve becerilerin kazandırılması amacıyla gerekli teşvik ve kolaylıklar sağlanması gerektiğini ifade etmektedir. Gill ve Ganesh (2007: 290) araştırmacıların kadınların girişimcilik seviyelerinin artırılması için kaynak ve eğitim desteği sağlanması gerektiğini belirtmektedir. İsmail (2014: 186) girişimcilik eğitimleri yoluyla kadın girişimcilerinin bir işe başlamasına ya da iş performanslarını arttırmalarını destek olunması gerektiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla şirketlerin yer aldıkları KSS projeleriyle kadın girişimciliğine yönelik var olan bu gerekliliklere yerine getirmeye başladıkları ve bu durumun da kadın girişimciliğinde gelişimine olumlu yönde etki sağladığı ifade edilebilir. Çünkü literatürde kadın girişimciliğine yönelik olarak eğitim, teknolojik alt yapı, pazarlama ve satış desteği sağlanması ve mali destek noktasında eksiklikler birçok araştırmacı tarafından dile getirilen bir konu olarak dikkat çekmektedir (Yetim, 2008; Keskin, 2014; Çabuk, Südaş ve Araç, 2015; Çakıcı, 2004; Gill ve Ganesh, 2007; Hughes, 2006; Kızılaslan ve Karaömer, 2015). Bu doğrultuda kadın girişimciliğinin gelişiminde eksiklik olarak görülen yukarıda bahsi geçen durumların şirketlerin KSS projeleriyle en aza indirgendiği ve böylece kadın girişimcilerine önemli katkılar sağlandığı ifade edilebilir.

Araştırmada kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemiyle belirlenen ve bir şirketin KSS anlayışı çerçevesinde yer aldığı ekonomiye kadın gücü projesinde yararlanan kadın girişimcilerle yapılan odak grup görüşmelerine ilişkin bulgular aşağıda Tablo 3.'te gösterildiği gibidir.



Tablo 3. Kadın girişimcilerle yapılan görüşmeye ilişkin bulgular

İfadeler	Kodlar	Temalar
<p>B1, Kozmetik ürün satıyordum daha önce. Sonra arkadaş sayesinde bu projeye katıldık. Evime aileme para kazandırmak destek olmak amacıyla.</p> <p>B2, İki üniversite öğrencisi okutuyorum. Çocuklarımı okutmak için bu yola başvurduğum. Çalışmak zorundaydım. Bu bizim için çok güzel bir amaç oldu.</p> <p>B1, Farklı iş yapanlarla tanıştık birbirimizle alışveriş yapıyoruz. Arkadaş iş açısından. Bir ihtiyacımız oluyor diğer arkadaşımızdan alıyoruz. Karşılıklı bir alışveriş ortamı oluşuyor. Mesela benden kozmetik alırlar bende giderim eşofmanımı arkadaşımından alırım. Terzi işlerimiz... kişiden yufka yiyecek işleri gibi birbirimizden alışveriş yapıyoruz, B2, Birbirimizle iletişim artıyor. Şu an ekip olarak çalışıp 3-5 farklı projede yer alabiliyoruz.</p> <p>B1, Turkcell'in açtığı site var orada bizim yaptığımız işler fotoğraflanıp fiyat konup belli şehirlerde satılıyor. Turkcell'in aracılığıyla. Üyenin şu şeyi alınacak diyorlar hemen denizli şubesi aranarak şu üyenin şu kadar ürünü lazım bize hani yapabilir mi edebilir mi şeklinde. Pazarımızı o da genişletiyor. Pazar ve daha çok insana ulaşmak anlamında katkı sağlıyor. Bu projeye birlikte satışımız da artma oldu. birbirimiz arasında alışveriş yapıyoruz. Yeni pazarlar buluyorlar.</p> <p>B3, Kendi teknolojik alt yapı ve özellikleriyle bize katkılar sağlıyorlar. Daha fazla insana ulaşmış oluyoruz.</p> <p>B1, Aslında ben dahil her bir bayanda Turkcell ekonomiyeye kadın gücünün projesinden yararlanıyor. Bize özel avantajlı olanaklar sağlanıyor. Hazır kartlarda, cep telefonu almada. Sonra orda toplanan bağışlar şubelere gönderiliyor. Denizli şubesinde şu üyenin parası toplanmış deniliyor ve o üye kredisini alıyor.</p> <p>B2, Nar kart vardı mesela. Turkcell'in. Bu hazır kartları kadın girişimcilere özel fiyatta veriliyor. Biz bunları satabiliyoruz. "Hazır kartınızı bu dükkandan alın ekonomiyeye kadın gücüne destek olun" şeklinde slogan ile dükkanlara bilgilendirme asabiliyorlar.</p> <p>B3, Proje sayesinde hem de çevremiz genişliyor. Bir sürü arkadaşımız oluyor. Bir sürü arkadaş kazandım. Çevrem genişledi. Yeni insanlar tanıdım. Sosyalleşme farklı çevreleri evden dışarı çıkma zorunda oluyoruz.</p> <p>Bir sürü arkadaşımız sosyalleştik. Hiç tanımadığımız kişilerle tanıştık.</p> <p>B3, İş yapmamış insanlar bugüne kadar buradaki destekle iş yapıyor. Kendine güveni geliyor. Güven açısından. En önemlisi özgüven oluşması özgüven olunca başaramayacağın bir şey yok.</p> <p>B2, Ticareti öğrendim. Kişilerle nasıl iletişim ve davranılacağını öğrendim. nasıl diyalog kurulacağını öğrendim hiç bir zaman kapımdan eşim girdiğinde el pençe durmuyorum. Bu bir özgüven sağlıyor. Bu iş anlamında maddi ve manevi özgüven oluşturuyor. Eskiden biriyle konuşmaya çekinirken şu an tamamen değiştim.</p> <p>B1, Çok güzel bir proje daha çok genişlemesini de isteriz. Yıllarca kantinlerde çalıştım şimdi bir kantin alıp kendim çalıştırmaya başladım.</p>	<p>Aileye destek olmak</p> <p>Girişimciler arasında iletişim ve alışveriş imkanlarını güçlendirmesi</p> <p>Pazar ve satış olanaklarının genişletmesi</p> <p>Teknolojik alt yapı desteği sağlanması</p> <p>Tanıtım ve maddi destek sağlanması</p> <p>Avantajlı ürün sağlama</p> <p>Sosyalleşme</p> <p>Özgüven sağlanması</p> <p>İletişim becerilerinin gelişmesi</p> <p>İşlerin büyümesine etkisi</p>	<p>Kadın girişimcilerin amaçları</p> <p>Kadın girişimcilerine etkileri</p>



Tablo 3'te Kadın girişimcilerin bu tür projeler içinde yer almasında temel amaçlarının aileye destek olacak girişimlerde bulunmak olduğu görülmektedir. Dolayısıyla kadınların ailelerine fayda sağlama isteğinin bu tür girişimcilik faaliyetleri içinde yer almalarında temel motivasyon kaynağı olduğu ifade edilebilir. Araz ve Tüzün (2015: 258) kadınların başkalarına faydalı olma güdüsünün kadınları girişimciliğe motive eden temel unsurlardan olduğunu belirterek, aile gelirine katkının da önemli bir motivasyon nedeni olmasının, girişimciliğin toplumsal yönüne yapılan katkıyı gösterdiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla şirketlerin KSS projeleriyle kadın girişimcilerine yapmış oldukları desteklerin toplumsal gelişime de dolaylı olarak bir etki yarattığı belirtilebilir.

Soysal (2010: 92) kadınların kendi özgüvenlerini kazanacak ve kişisel gelişimlerini geliştirecek, onları bilinçli girişimcilik faaliyetlerine yönelmelerini sağlayacak kurumsal eğitim hizmetlerini almalarının yaygınlaştırılması ve girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların birbiriyle iletişim kurmalarını daha etkin hale getirilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Araştırmada da elde edilen veriler analiz değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin birbirleriyle olan etkileşimlerinin güçlendiği, birbirleri arasında alışveriş ve pazarlama faaliyetlerinde buldukları görülmektedir. Ayrıca birlikte ortak projelerde yer alarak girişimcilik faaliyetlerinde birlikte hareket ettikleri ifade edilebilir. Dolayısıyla kadın girişimciler arasında etkili iletişim ortamının varlığının kadınların sosyal yönünün gelişimi açısından da önemli olduğu ifade edilebilir. Yetim (2008: 90) kadın girişimciliğini özendirerek ve destekleyecek politikaların, özellikle kadın girişimcilerin örgütlenme yeterliliklerine yönelik olması gerektiğini belirterek, kadınlar arasında dayanışmayı, birlikte hareket etme yeteneğini geliştirecek uygulamalara gereksinim duyulduğunu ifade etmektedir.

Katılımcı ifadelerinde görüldüğü gibi kadınların bu tür projelerin desteği ile yapmış oldukları girişimcilik faaliyetlerinde özgüvenlerini arttırdığını ifade ettikleri görülmektedir. Özellikle daha önce iş yapma imkanı olmamış ve herhangi bir eğitim almamış kadınların bu tür projelerle kendilerini özgüven açısından geliştirdikleri ifade edilebilir. Çabuk, Südaş ve Araç (2015: 439) kadın girişimciler, iş deneyimlerinin kurulan iş konusunda bilgi sahibi olmalarını, tecrübe edinmelerinin, profesyonelliklerini ve özgüvenlerini artırdığını ifade etmektedir.

Hughes (2006: 118).kadın girişimcilerin ekonomik performansının iyileştirilmesinde becerilerinin geliştirilmesi ve eğitim olanaklarının sağlanması kritik bir role sahip olduğunu belirtmektedir. Bu noktada son yıllarda her alanda bireylere büyük kazanımlar sağlayan teknolojik bilgi ve tecrübe özelliği iş süreçlerinin etkili kullanımında da bireylere farklılıklar ve avantajlar sağlamaktadır. Kadın girişimcilerde bu konuda teknolojik alt yapı ve eğitim desteği sağlanması kadın girişimcilerinin hem pazarlama olanaklarının genişlemesine hem de ürün satışlarının kolaylaşmasına katkı sağlayacağı ifade edilebilir. Hem katılımcı ifadeleri hem de doküman incelemesi bulguları dikkate alındığında şirketlerin KSS projeleriyle kadın girişimcilerine bu doğrultuda destek sağladıkları belirtilebilir. Kızılaslan ve Karaömer (2015: 378) kadın girişimciliğinde kitle iletişim yöntemlerini kullanarak bu yöndeki çalışmaların olumlu yanlarına yönelik programlar hazırlanmasını önemsemekte, kadınların pazarlama faaliyetlerine dönük olarak, ürün pazarlama, satış, reklam konularını içeren kapsamlı eğitim programları ile gelişimlerinin sağlanması gerektiğini ifade etmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada şirketlerin KSS anlayışı çerçevesinde Türkiye'de kadın girişimciliğine yönelik faaliyetlere destek oldukları görülmektedir. Bu projeler sayesinde kadın girişimcilerin eğitim, iletişim, teknoloji, pazarlama gibi alanlarda avantajlar elde ettikleri ifade edilebilir. Örneğin iletişim ve teknoloji sektörünün önemli şirketlerinden olan Turkcell, Vodafone'un kadın girişimcilere sağladıkları web hizmetleri, iletişim ve teknolojik alt yapı olanakları kadın girişimcilerine pazar oluşturulmasında kolaylıklar sağlamanın yanı sıra, kadınların ekonomiye katılımlarını güçlendirdiği belirtilebilir. Yine Turkcell'in "kadın emeği ürünler", doğu ve Güneydoğuda yaşayan kadınların ürünlerinin GS storelerde satışı gibi faaliyetlere bakıldığında şirketlerin KSS projeleriyle e- ticaret alanı oluşturdukları veya kendi mağazalarında bu ürünlerin satışlarını destekledikleri görülmektedir. Şirketlerin kadın girişimcilerinin ürünlerinin pazarlanmasında ve satışında önemli rol aldıkları ifade edilebilir.

Kadın girişimcilerinin bu tür projeler içinde yer alarak özgüvenlerinin arttığı, iletişim becerilerini geliştirdikleri, şirketlerin özel kampanyalarından yararlandıkları, teknolojik destek aldıkları, sunulan imkanlar aracılığıyla ürünlerini pazarlama ve satış konusunda kolaylıklar kazandıkları ortaya çıkmıştır. Şirketlerin iletişim ve teknoloji, pazarlama ve satış desteği, maddi destek ve eğitim desteği ile projelerin başarıya ulaşmasında ve kadın girişimcilerinin gelişimin önemli katkılar sağladıkları da görülmüştür. Şirketlerin kadınlara yönelik KSS projelerine odaklanmalarında kadınları toplumu temel taşlarından biri olarak görmelerinin ve onları önemsemelerinin rolünün de büyük olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle büyük ölçekli işletme özelliğinde olan araştırmaya konu olan şirketlerin kadınlara yönelik KSS projelerinde



kendilerine özgü özellik ve imkanları kadın girişimcilerine sağladıkları görülmektedir. Şirketlerin bunu yaparken kamu kuruluşları veya sivil toplum örgütleriyle birlikte hareket ettikleri ve projeleri ortak yürüttükleri ortaya çıkmıştır.

Şirketlerin KSS projeleriyle kadın girişimcilere sağladıkları kazanımların yanı sıra bu projeler nedeniyle kazandıkları ulusal ve uluslararası ödüllerle kendi kurumsal ünlerine de katkı sağladıkları görülmektedir. Örneğin Ekonomiye Kadın Gücü projesi 2013'te halkla ilişkiler alanında IPRA Altın Küre Ödülleri'nde Kurumsal Sosyal Sorumluluk" kategorisinde birinci olmuş ve ödül alan diğer 29 kategori içinde de IPRA Büyük Ödülünü ve mobil iletişim alanında ABD'deki "Mobile Excellence Awards" da (MEA - Mobil Mükemmeliyet Ödülleri) "Sosyal Farkındalık" kategorisinde de ödül alması buna örnek olarak gösterilebilir.

Araştırma sonucunda şirketlerin kadın girişimciliğine daha fazla katkısını sağlayacak projeleri ortaya koymalarına yönelik politikaların geliştirilmesi, milyonlarca taraftarı olan spor kulüpleriyle iletişimlerin geliştirilerek potansiyel bir pazar olan taraftarlara daha fazla ulaşılması ve büyük ölçekli işletmelerin teknolojik alt yapılarının ve imkanlarının daha fazla kadın girişimcilerinin hizmetine sunulması için şirketleri KSS anlayışı içerisinde daha etkin rol almalarının sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda Çoknaz vd. (2016) son yıllarda sporla gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetleri Türkiye'de örgütler de artarak devam ettiğini ve özellikle spor organizasyonları futbol ve basketbolda çeşitli sosyal sorumluluk programları yürüttüklerini belirtmektedir. Bu noktada kadın odaklı STK'ların ve kamu kuruluşlarının şirketlerin KSS projelerinde kadın odaklı girişimlere yer vermeleri için projeler üretmesi ve şirketlere baskı oluşturmalarının gerekli olduğu ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK, Remzi, COŞKUN, Recai, BAYRAKTAROĞLU, Serkan ve YILDIRIM, Engin (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya: Sakarya Kiatabevi
- AMİNE, Lyn S., and STAUB, Karin M. (2009), "Women entrepreneurs in sub-Saharan Africa: an institutional theory analysis from a social marketing point of view", *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, cilt. 21, no: 2, ss. 183-211.
- ARAZ, Bahar Araz ve KALEMÇİ TÜZÜN, İpek (2015). "Kadın Girişimciler Schumpeter'in Girişimcisi Olursa...", *Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Yıl: Ocak 2015 Cilt-Sayı: 8 (1) ss: 249-259
- AŞKIN, Elif Özlem ve BARIŞ, Serap (2015). "Kadın İstihdamının Artırılmasında Mikro Kredi Uygulamasının Etkisi: Tokat İli Örneği", *Çalışma ve Toplum*, 2015/3
- BOZOĞLU BATI, Gül Gönül ve İNEL, Mehmet Nuri (2015). "Kadın Girişimcilerin Profili Bağlamında Çatışma Düzeyleri Ve Yatırım Tercihleri: Yalova İli Üzerine İnceleme", *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*. Cilt 11, Sayı 44, Temmuz 2015, ss. 101-119
- CAN, Yeşim ve KARATAŞ, Aslı (2007). "Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği", *Selçuk Üniversitesi Karamana İ.İ.B.F.Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*: ss. 251-261
- ÇABUK, Serap, DOĞAN SÜDAŞ, Hatice ve KÖKSAL ARAÇ, Selin (2015). "Kadın Girişimcilerin İş Yaşam Süreçlerinin İncelenmesi: Adana İlindeki Girişimciler Üzerinde Bir Uygulama", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt/Volume: 12, Sayı/Issue: 31, ss.423-441
- ÇAKIR, Özlem (2008). "Türkiye'de Kadının Çalışma Yaşamından Dışlanması", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, ss.31, Temmuz - Aralık, ss.25-47.
- ÇOKNAZ, Dilşad, SÖNMEZOĞLU, Uğur, ESKİCİOĞLU, Yeşer ve PEHLİVAN, Mensur (2016). "Corporate Social Responsibility and Sports Clubs: A Case from Turkey", *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*. Volume: 22 Issue: b, ss. 26-43
- DE VİTA, Luisa, MARI, Michela, and POGGESİ, Sara (2014), "Women entrepreneurs in and from developing countries: evidences from the literature", *European Management Journal*, Vol 32, ss. 451- 460
- FONTANA, Andrea ve FREY, James H (2005). "The Interview: From Structured Questions to Negotiated Text", In NK. Denzin & YS. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (2nd. Ed. 645-672). Los Angeles CA, Sage.
- GİLL, Rebecca ve GANESH, Shiv (2007). "Empowerment, Constraint, And The Entrepreneurial Self: A Study Of White Women Entrepreneurs" *Journal Of Applied Communication Research*, Vol. 35, No. 3, August ss. 268-293
- GÖKDEMİR, Levent ve ERGÜN, Suzan (2012). "Kırsal Kalkınmada Kadının Rolü", *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, İdari Bilimler*, Cilt 1, Sayı 1,
- HUGHES, Karen D. (2006), "Exploring motivation and success among Canadian women entrepreneurs", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2): ss.107-120.
- İSMAİL, Verni Y. (2014). "The comparison of entrepreneurial competency in woman micro-, small-, and mediumscale", *Entrepreneurs Procedia - Social and Behavioral Sciences*, ss.115: 175-187.
- KELEŞ, Hatice Necla, KIRAL ÖZKAN; Tuğba, DOĞANER, Mustafa ve Altunoğlu, Ali Ender (2012), "Ön Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Uluslararası İktisadi İncelemeler Dergisi*, Yıl 5, Sayı 9, ss. 107-118.
- KESKİN, Sevtap (2014). "Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (9:1), ss. 72-94.
- KIZILASLAN, Nuray ve Karaömer, Miyase (2015) "Hatay İli Kırsalındaki Kadınların Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi", *Türk Tarım - Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 3(6): ss. 371-379
- KRIPPENDORFF, Klaus (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology* (2nd ed.), Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- NAJİMUDİNOVA, Seyil (2015). "Kırgızistan'da Kadın Girişimciliği: Durum Analizi ve Perspektifleri", *Sosyoekonomi* 2015, 23(24), ss. 7-22
- SOYSAL, Abdullah (2010). "Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme," *Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi*, 65-1.
- SOYSAL, Abdullah (2010) "Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İli'nde Bir Araştırma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1).
- ŞENGÜR, Mehmet ve TABAN, Sami (2012). "Yoksullukla Mücadele Stratejisi olarak Mikro Kredi Uygulaması: Eskişehir İli Örneği", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), ss. 59-89,
- TOP, Seyfi ve ÖNER, Akın (2008). "İşletme Perspektifinden Sosyal sorumluluk Teorisinin İncelenmesi", *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), ss. 95- 108.
- YETİM, Nalan (2008), "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği", eab.ege.edu.tr/pdf/2_2/C2-S2-%20M8.pdf (İndirilme Tarihi: 10.10.2016).
- YILDIRIM Ali ve ŞİMŞEK Hasan (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 8. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık