

KIRGIZISTAN'DA GENÇ KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN MEVCUT DURUMU

КЫРГЫЗСТАНДАГЫ ЖАШ АЯЛ ИШКЕРДҮҮЛҮГҮНҮН УЧУРДАГЫ АБАЛЫ

CURRENT STATUS OF YOUNG WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN KYRGYZSTAN

Özet. Kadın girişimciliği giderek hızlı gelişmektedir ve bu konuya ilgiyi arttırmaktadır. Kadın girişimciliği ekonomik büyümeyi sağlamada ve istihdam olanaklarını arttırmada önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı Kırgızistan'daki genç kadın girişimciliğinin genel durumu, Kırgız kadınları girişimciliğe motive eden faktörler, karşılaştığı sorunlar ve çözüm önerilerini ortaya koymaktır. Genç kadın girişimcilerin temel sorunları kaynak bulmada ortaya çıktığı ve son zamanlarda iticiden daha çok çekici faktörlerden güdülenerek yeni işe başladıkları sonucuna gidilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Genç Kadın Girişimciliği, Kadın Girişimciler, Sorunlar, Engeller, İşsizlik, Faktörler, Kadın, Genç, Girişimcilik, Kırgızistan.

Аннотация. Аялдар ишкердүүлүгү тездик менен өнүгүп жатат жана бул маселеге болгон кызыгууну арттырууда. Аялдардын ишкердүүлүгү экономикалык өсүүнү камсыз кылуу жана жумушка орношуу мүмкүнчүлүктөрүн жогорулатууда маанилүү ролду ойнойт. Бул изилдөөнүн максаты - Кыргызстандагы жаш аял ишкердүүлүгүнүн жалпы абалын, кыргыз аялдарын ишкердүүлүккө түрткөн факторлорду, көйгөйлөрдү жана аларды чечүү жолдорун табуу болуп саналат. Жаш аял ишкерлердин негизги көйгөйлөрү ресурстарды издеп табууга байланыштуу жана акыркы кездерде жагымсыз терс факторлорго караганда жагымдуу факторлордон мотивациялануу менен жаңы бизнес баштап жатышкандыгы аныкталды.

Түйүндүү сөздөр: Жаш аял ишкердүүлүгү, аял ишкерлер, көйгөйлөр, тоскоолдуктар, жумушсуздук, факторлор, аялдар, жаштар, ишкердүүлүк, Кыргызстан.

Abstract. Women entrepreneurship is growing rapidly and this causes lots of interest. Women's entrepreneurship plays an important role in promoting economic growth and increasing employment opportunities. The purpose of this study is to reveal the general situation of young women entrepreneurship in Kyrgyzstan, the factors motivating Kyrgyz women to entrepreneurship, the problems they are facing, and the suggestions for solutions. The main problems of young women entrepreneurs are finding the resources and in recent times pull factors motivate much more to start new deal than push factors.

Key words: Young Women Entrepreneurship, Women Entrepreneurs, Problems, Barriers, Unemployment, Factors, Women, Youth, Entrepreneurship, Kyrgyzstan.

GİRİŞ

Кадін girişimciliği tüm dünyada giderek hızlı gelişmektedir ve bu konuya ilgiyi arttırmaktadır. Kadın girişimciliği ekonomik büyümeyi sağlamada ve istihdam olanaklarını arttırmada önemli rol oynamaktadır.

Global Entrepreneurship Monitor Women's Report'a göre kadınlar arasında girişimcilik eğilimi 2014'ten 2016'ya kadar %16 oranında artmıştır. 2016 yılında 74 ülkede 163 million kadın yeni iş kurmakta. Buna ek olarak, yaklaşık 111 milyon kadının kendi işini devam ettirmekteydi. Bu sadece kadınların girişimcilerin dünya üzerine

olan etkisini değil, aynı zamanda toplumların büyümesine ve refahına katkısı vurgular. Kadın girişimciler aileleri için gelir, toplum için istihdam ve dünyaya yeni değer katan ürün ve hizmetler sağlar. Kadın girişimciler ekonomide önemli oyuncular olmasına rağmen günümüzde de kadın girişimcilerin kendi işini kurmakta ve işini yürütmekte zorunluklar ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca bu rapora göre son yıllarda genç kadın girişimciler arasında girişimcilik eğiliminin artış gösterdiği görülmektedir. Kadınlarda girişimciliğe en yüksek katılım 25-34 ve 35-44 yaş arasında görülmektedir. Bildiğimiz

gibi gençlerin girişimciliğe olan bakış açıları, davranışları, işini yürütme yöntemi ve başka farklı yönlerden diğer girişimcilere göre farklıdır ve bu da ilgiyi yaratmaktadır. Özellikle gençler ve kadınlar arasında işsizlik oranı, fakirlik düzeyi yüksektir. Kendi kendini istihdam etmekte, iş bulmada veya yeni işe başlamada bir çok problemlere karşılaşmaktadırlar. Son yıllarda da gençleri ve kadınları sosyalleştirme ve potansiyelini değerlendirme problemi güç almaktadır. Her ülkede ekonomiye büyük değer katan, potansiyeli yüksek bu iki grup yeterli derecede değerlendirilmemektedir. Bu problemleri etkin bir şekilde çözmek için ve bu konuda doğru kararlar alabilmek için devlet ve diğer ilgili taraflar konuyla daha yakından ilgilenmelidirler ve daha çok bilgiye sahip olmalıdırlar.

1. Dünya'da Kadın Girişimciliği

Kadınların girişimciliğe katılım oranı ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. 2016-2017 GEM raporuna göre yüksek katılım oranları Latin Amerika, Güney Doğu Asya, Sahra Afrika ülkeleri ve Kanada'da görülmektedir. En yüksek oran Sahra Afrika ülkelerine aittir, başka bir ifadeyle neredeyse kadın nüfusun %25,9 girişimcilikle uğraşmaktadır. Latin Amerika ülkelerinde de yüksek oran görülmektedir (%17,2). Kuzey Amerika bölgesinde %11,9, Güneydoğu Asyada %10,5. En düşük oranlar Avrupa ve Orta Asya ülkelerinde (%6,3) ve Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde (%7,5) görülmektedir. Bu oran yüksek olan ülkeler Senegal, Botswana, Burkina Faso, Ekvator ve Beliz ise, düşük oran gösteren ülkeler arasında Makedonia, Almanya, Fransa, İtalya, Ürdün, Birleşmiş Arap Emirlikleri bulunmaktadır. Türkiye'de bu oran %10 iken, Kazakistan'da %9,5 ve Rusya'da %5,7'dir.

Hem kadınlar hem de erkekler arasında girişimciliğe en yüksek katılım 25-34 yaş aralığındadır ve bunu 35-44 yaş arası takip ediyor. Asya'da Filipinler ve Tayland, Avrupada Estonya ve Skovakiya'da genç kadın girişimciliği gelişmiştir. Ancak Filipinler ve Slovakya'da sonraki yaş gruplarında da girişimcilik yüksek seviye'de kalmaktayken, Tayland ve Estonya'da önemli ölçüde düşüş gösterir. Polonya, Türkiye, Kazakistan'da girişimcilik düzeyleri 24-34 yaş arası kadınlar arasında zirveye ulaşıyor.

Dünyada kadınlar girişimciliğe 1950'ler sonu başlamışlardır ve kadın girişimciliği 1980 yıllardan sonra gelişmeye başlamıştır.

2. Kadın Girişimciliği Kavramı ve Türleri

Literatürde kadın girişimciliğinin bir çok tanımı bulunmaktadır. Çelik ve Özdevecioğlu, Ecevite göre kadın girişimci: ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadındır. Ancak doktorluk, avukatlık, eczacılık gibi kendi mesleğini icra eden kadınlar eğitimini gördükleri alanlarda herhangi bir riske girmeden çalıştıkları için girişimci olarak kabul edilmemektedirler (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001; Ecevite, 1993).

Kadın girişimci olmaya iten nedenler sonraki süreçte sınıflandırma yapmaya zorlamıştır. Kadın girişimciler de erkek girişimciler gibi duygusal, düşünsel ve sosyal tutum ve davranışlarına göre her türlü sınıflandırılmaktadır. D.P. Mo-

ore'a göre kadın girişimcileri geleneksel ve modern olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Narin vd., 2006). Kadın girişimciler ya bireysellik ve kendine güven ilkelerini benimseyen geleneksel girişimcilik eğiliminde olurlar, ya erkeklerin astı konumunda olmayı kabullenen geleneksel cinsiyet rolünü daha çok önemserler. Goffe ve Scase (1985) ise, bu iki uça dayalı olarak dört farklı kadın girişimci tipi belirtmiştir (Kutunis, 2003; Top, 2006): Bunlardan ilki, hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen "geleneksel girişimci" tipidir. İkinci olarak belirtilen tip ise, girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmesinin büyümesini öncelikli hedefleri arasına koyan "yenilikçi girişimci" tipidir. Üçüncü kadın girişimci tipi, geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören "ayleci ya da evcil girişimci" tipidir. Son olarak da iş-aile dengesini kurmadan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işini de bu amaca hizmet eden bir araç olarak organize eden "köktenci ya da feminist girişimci" tipi olarak tanımlanmıştır.

2.1. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklar, kişisel özellikler, işe başlama nedenleri, finans kaynaklarından yararlanma, aldıkları eğitim, çalışmayı tercih ettikleri sektör gibi konularda görünmektedir.

Kadın ve erkek girişimcilerin kişisel özellikleri dikkate alındığında dinamiklik, bağımsızlık, özgüvenli olma, rekabetçilik ve amaç yönelimli olma gibi benzer özelliklerin yanında ikisini ayıran özellikleri de bulunmaktadır (Yetim, 2002). Erkek girişimcilerin kendilerine daha fazla güvenen, daha az esnek olan ve daha az toleransa sahip oldukları gözlemlenirken; kadın girişimcilerin, daha iyimser ve şartlara daha iyi uyum sağlayan kişilik özellikleri gösterdikleri tespit edilmiştir (Özkaya, 2009).

Erkek girişimciler; kendi geleceğini kontrolleri altında tutma güdüsüyle hareket ederken, çoğunlukla patronlarıyla anlaşamadıkları veya kendilerinin bir işi daha iyi yönetebileceklerine dair inançları nedeniyle kendi işyerlerini açmaktadırlar. Kadın girişimciler ise; özgür olma, başarıma güdüsü, mesleklerinde ilerleme, iş hayatlarında yaşadıkları hayal kırıklığı gibi nedenlerle işlerini kurmaktadırlar (Hancı, 2004). İşe başlamada erkek girişimciler daha çok hızı severlerken, kadın girişimciler yavaş yavaş ve küçük işten başlarlar ve yine yavaş hız olarak işletmelerini büyütürler (Top, 2006).

Kadın ve erkek girişimcilerin iş kurarken buldukları yaş ortalaması arasında da belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Kadın girişimciler 35-45 yaş arasında, erkek girişimciler ise genellikle 25-35 yaş arasında iş hayatına girmektedirler (Yetim, 2002).

Ayrıca kadın girişimciler üzerinde yapılan çalışmalarda erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında aynı sektörde daha genç yaşta işe başladıkları, daha iyi eğitim aldıkları ve evli oldukları ifade edilmektedir (Top, 2006).

Kadın ve erkek girişimcilerin iş kurdukları sektörler arasındaki farklılıklar dikkate alındığında erkek girişimciler genellikle ilk işlerini imalat ve inşaat sektörlerinde kurma eğilimindedir, kadınlar hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler, sağlık alanlarında ilk işleri-

ni başlamışlardır (Soysal, 2010). Özellikle de sektöre giriş kolaylığı ve daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle girişimci kadınların genellikle gıda, hazır giyim, turizm, sigortacılık, sağlık ve temizlik sektörlerinde yoğunlaştıkları söylenebilir (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001). Bu sektörlerde kadınlar iş ve aile yaşamını dengeleme olanağı sunabildiği bilinmektedir.

Finansal kaynaklara ulaşma ve kullanma açısından da cinsler arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Erkek girişimciler; kendi birikimleri yanında yatırımcı ve banka kredilerini kullanırken, kadınlar ise; kendi kişisel kaynaklarını, eş ve arkadaşlarının birikimlerini kullanmaktadır (Hancı, 2004).

3. Genç Kadın Girişimciliği ve Genç Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Genç kavramını tam sınırı yoktur, çünkü ülkeden ülkeye değişir. Avrupa Birliğindeki ülkeler 15-29 yaş arasındakileri genç derken, Japonya, Korede 35 yaşa kadarkiler genç sayılır (OECD, 2013). Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi genç olarak 14-28 yaş arasındaki insanları görmektedir (KC Gençleri. İstatistiksel Derleme, 2014). Ancak dünyada genç girişimci olarak 35 yaşa kadarkiler sayılmaktadır. BNP Paribas yeni nesil girişimcilere «millennipreneurs» ismini vermişler. «Millennial» teriminden ve «entrepreneur» kelimesinden gelmektedir. «Millennial» veya Y-nesili (1981-1996 yılları arası doğmuş, yaşları 22-37 arası olanlar) temsil etmektedir. Bu yeni kavram girişimciler 35 yaş altı girişimciler için söylenebilir. Gençlerin girişimciliğe olan yaklaşımı önceki kuşak girişimcilere göre hırs, başarı, liderlik özellikleri olarak farklıdır. Ancak girişimcilik sektörüne göre farklılık göstermemektedir (BNP Paribas, Global Entrepreneur Report, 2016).

Chigunta genç girişimciliğini «o çevrede ve kültürde başarı için gerekli olan inisiyatiflik, inovasyon, yaratıcılık ve risk alma gibi girişimci niteliklerin pratik uygulanması» olarak tanımlamıştır (Chigunta, 2002). Bu tanıma göre genç girişimcilerin temel özellikleri inisiyatifli, inovasyoncu ve yenilikçi, yaratıcı olmak ve risk alma eğiliminin yüksek olması diyebiliriz. Kalan özellikler diğer kuşak girişimci özelliklerine benzemektedir.

Yetim'e göre (2002) kadın girişimcilerin özellikleri üç başlık altında toplanabilir. Bu özellikler: girişimci olmaktan kaynaklanan özellikler (kendine güven, risk alma, yaratıcılık, yenilikçilik, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik v.b.); sosyo-kültürel değerlerle ilgili özellikler (çevrelerinde saygındırlar, çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilen, koruyangözetken, işbirliğine yönelik, akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış v.b.); cinsiyet rollerinden kaynaklanan özellikler (iyi iletişim kurabilen, problemleri kolayca çözebilen, sabırlı, hoşgörülü, özverili ve duygusal v.b)

Genç girişimcilerin ve kadın girişimcilerin kesiliştigi özelliklerden yola çıkarak ve sadece kadınlara özgü girişimcilik özellikleri olarak, genç kadın girişimci özelliklerini «35 yaş altında olan, yenilikçi ve yaratıcı, risk almayı seven, iyi iletişim kuran, sabırlı, duygusal, çevre ve şartlara uyumlu, takım çalışmasına yatkın» olarak belirleyebiliriz.

4. Kırgızistan'da Genç Kadın Girişimciliği

Kırgızistan'da kadın girişimciliği 1991 yılı elde ettiğimiz bağımsızlık sonrası gelişmeye başlamıştır. Bağımsızlık sonrası planlı ekonomiden piyasa ekonomisine geçiş ülkeyi ekonomik, sosyo-kültürel açıdan zor duru-

ma bırakmıştır. Bu nedenle o dönemlerde kırgız kadınlar gayri resmi emek piyasalarında, kayıt dışı hizmet ve ticaret sektöründe kendi kendini istihdam etmeye ve kendi işini kurmaya başlamışlardır. Daha sonra da bavul ticaretiyle komşu ülkelere çıkmaya başlamışlardır (Najimudinova, 2015).

Günümüzde 2019 yılı 1.Ocak verilerine göre Kırgızistan'da 6.3 million insan yaşamaktadır. Nüfusun ekonomik aktif olan (yaklaşık 2,5 milyon) kısmının %38,5 (978 800) kadındır. Bu kadınların yaklaşık %93,1 (910 700) istihdam edilmiştir, kalan % 6,9 işsizdir. Ekonomik aktif olmayan nüfusun üçte ikisini kadınlar oluşturmaktadır (yaklaşık 1,7 milyon nüfusun 1,2). Bu kadar büyük çıkmasını nedeni de ev hanımlarının (523 000) ve emekli kadınların (337 200) ve üniversite öğrencilerin (260 500) çok olmasına bağlıdır. Dolayısıyla, erkeklerin istihdam oranı (%71,1) da kadın istihdam oranına (%41,9) göre yüksektir. Kadınlarda işsizlik düzeyi de yüksektir (erkeklerde %5,7 iken, kadınlarda %6,9) (www.stat.kg).

Kırgızistan gençleri hakkında bilgi verecek olursak 14-35 yaş arası gençlerin sayısı yaklaşık 2.2 milyondur ya da genel nüfusun %35'dir. Bu yaşlar arasında kadın ve erkeklerin sayısı çok da farklılık göstermemektedir (genç erkekler 1 milyon 136 bin, genç kadınlar ise 1 milyon 106 bin). Dolayısıyla, genç kadınlar nüfusun yaklaşık % 17'sini oluşturmaktadır. Genç erkeklerin istihdam oranı da yaklaşık % 50.1 iken, genç kadınların istihdam oranı %42.7 (www.stat.kg).

Kırgızistan'da kadın ve erkeklerin istihdamı sektörler arası da farklılık göstermektedir. Bu farklılık sadece geleneksel alışkanlık veya çalışanların fizyolojik imkanlara değil, düşük veya yüksek gelirli olup olmadığına bağlıdır (Najimudinova, 2015). Kadınlar daha çok sağlık bakımı ve kamu hizmetleri (%83), eğitim (%80) ve diğer hizmet sektörü (%50) gibi az getirili sektörlerde çalışmakta iken, erkekler ise inşaat (%97), madencilik (%96), transport (%96), enerji (%90) gibi yüksek gelirli stratejik sektörlerde çalışmaktadır (www.stat.kg).

Kadınlar erkekler göre daha hafif sanayilerde çalıştığı için ücret geliri de erkekler göre daha düşüktür. Kırgızistan'da kadınların ücreti erkeklerin 2016'da %75.3, 2017'de %72.5'ini ve 2018'de %71.6'nı oluşturmaktadır (www.stat.kg). Ayrıca kadın girişimcilerin ve kadın işgörenlerin kayıt dışı, enformel faaliyetlerin çok olduğu tekstil sektörü gibi sektörlerde ve aile şirketlerinde ücretsiz olarak çalışmasından dolayı da ücret gelirleri düşüktür.

2016 yılı verilerine dayanarak kadınların aldığı eğitime göre en yüksek istihdam olanlar lise öğrencileridir (%48), sonra lisans öğrenciler (%27) ve ön lisans öğrencileridir (%14).

Kırgızistan'da 2017 yılı verilerine göre girişimcilerin %35 (105 955) kadındır, kalan %65 (199 230) erkektir. Genel olarak özel şirketleri işverenler yapısından baktığımızda çoğunluğu erkekler oluşturmaktadır (%73.3), kadın işverenlerin oranı (%26.7). Kırgızistan'da kadın girişimciliğinin geliştirilmesi için iş ortamının değerlendirilmesine yönelik Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 2009'da yaptığı araştırmaya göre Kırgızistan'daki genç kadın girişimcilerin ortak özellikleri şöyledir:

- Kendini gerçekleştirme ve ekonomik bağımsızlığı elde etme isteği genç kadın girişimcileri kendi işlerini kurmaya motive etmiştir.

- Ticaret sektöründe yoğunluk göstermektedirler ve KOBİleri yönetmektedirler.

- En az lisans, ön lisans eğitimine sahip ve aynı zamanda onların kurduğu şirketler 5-8 yıldır faaliyet göstermiş olmaktadır, dolayısıyla onlar girişimcilik faaliyetlerine eğitim sürecinde başlamışlar veya devam etmektedirler.

- Son zamanlarda kadın girişimciler ek finans kaynak bulmaya çalışmışlar, ancak başarısızlığa uğramışlar.

- Kadın girişimcilerin çoğu denetçiler tarafından kontrol edilmiş ve rüşvete maruz kalmışlardır.

- Kadın girişimcilerin tümü son iki yıl içerisinde başarılı olacağına inanıyorlar.

4.1. Kırgızistan'da Genç Kadın Girişimciliğini Et-kileyen Faktörler

Genel olarak dünyada kadınların girişimci olma nedenleri incelendiğinde itici ve çekici faktörler önemli rol oynadığı öne çıkmaktadır. Kadınları iş kurmaya iten faktörler olarak: ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanan işsizlik sorunları, kadınlara uygun olmayan iş koşulları ve kadınların özellikle ücretli işlerde cinsiyet ayrımcılığına uğramaları sayılabilmektedir. Bunun aksine bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme isteği, kendi işinin patronu olma, aile ve iş sorumluluğu arasındaki dengeyi kurma isteği gibi faktörler çekme faktörler olarak sayılabilmektedir (Hisrich ve Brush, 1989; Yetim, 2002).

Kırgızistan'da da iş kurma sebepleri incelendiğinde dünyada kabul edilmiş bu faktörlerden çok farklılık göstermemiştir. Sarkulova (2009) yaptığı araştırma sonucuna göre Kırgız kadın girişimcileri kendi işlerini başlatmada motive eden ana faktörler olarak iş tatminsizliği, cam tavan sendromu (bir karyerde ilerlemeye set çeken görünmez engel), işsizlik ve ekonomik değişimlerin olumsuz etkileriyle oluşan finansal nedenlerin itici faktörler olduğunu göstermiş. Kadınların zor zamanlarda bile başarılı olmalarını nedeni olan çekici faktörler olarak da kar kazanma arzusu, kendini gerçekleştirme ihtiyacı ve var olan aile işletmesinin desteği ön plana çıkmıştır.

Bağımsızlık sonrası Kırgızistan'da ekonomik kriz dönemlerinde kadın girişimcilerin ortaya çıkmasına çekme faktörlerden ziyade ülke içinde yaşandığı ekonomik durgunluk, gelir dağılımındaki eşitsizlikler, yüksek işsizlik oranı gibi itici faktörler neden olmuştur (Najimudinova, 2015).

Ancak günümüzde Kırgızistan'da kadınları girişimci olmaya iten faktörler değiştiği söylenebilir. Birleşmiş Milletler Örgütü'nün 2016'da Kırgızistan'da toplum algısında cinsiyet üzerinde yaptığı araştırmaya göre kadınlara iş kurma sebepleri sorulduğunda: kendi işinin patronu olma isteği (%27.4), pazarda karlı iş fırsatı gördükleri için (%25.9), kendi işinde ne zaman ve nasıl istediği gibi çalışabilme imkanı olduğu için (%19.6), başka iş bulamadıkları için (%11.8), başka iş yapmak için yeterli eğitimi olmadığı için (%8.7), önceki işini kaybettiği için (%3.4) kendi işini başlamaya kalktıkları ortaya çıkmıştır (Birleşmiş Milletler Örgütü UNFPA, 2016). Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 2009'da Kırgızistan'da kadın girişimciler üzerinde yaptığı araştırmaya göre, kadınları girişimci olmaya motive eden sebepler sorulduğunda, katılımcıların %42'si bağımsız olma ve kendi kendini gerçekleştirme, %39'u ekonomik gelir elde etme, %23'ü sevdiği işi yapmak olarak cevaplandırmışlar. Kalan azınlık katılımcıla-

rın %16'sı paraya ihtiyacı olduğundan, %6 önceki işini kaybettiği için, %4'ü de başka iş bulamadıkları gibi zorunlu kaldıkları için girişimci olmaya karar verdiklerini söylemişler. Ayrıca bu çalışmada genç kadın girişimcileri hangi faktörler motive ettikleri incelendiğinde en çok kendini gerçekleştirme ve ekonomik bağımsızlık arzusu güdülediği bilinmiştir.

Demek ki, Kırgızistan'da kadınları girişimciliğe daha çok itici faktörler değil, çekici faktörler motive etmektedir. Yani, son yıllarda girişimciliği mecbur kaldıkları için değil, kendi tercihleriyle ve bir fırsat olarak gördükleri için yapmaktadırlar.

4.2. Kırgızistan'da Genç Kadın Girişimciliği Karşı-laştığı Sorunlar

Günümüzde her ne kadar kadın girişimciliği hızla gelişiyor olsa bile, hala kadın girişimcilerin karşılaştığı bir dizi zorunluklar bulunmaktadır. Kadınların girişimci olmasını engelleyen yasal sınırlamalar olmamasına rağmen sosyo-kültürel açıdan engeller ile karşılaşmaktadır. Bir çok ülkede resmi olarak ilan edilen eşitliğe rağmen, kadınlar geleneksel cinsiyet rollerinden kaynaklanan engellere de karşı karşıya kalmaktadırlar. Çünkü toplumlarda girişimciliği erkeğe özgü bir iş görüşü hala devam etmektedir. Bunun dışında dünyada kadın girişimcilerin karşılaştığı diğer önemli sorunlar: finansal kaynakların yetersizliğidir, eğitim ve bilgi yetersizliği, devlet tarafından teşvik edilmemesi diyebiliriz.

Soysal 2010'da yaptığı çalışmasında kadın girişimciliğini engelleyen faktörleri ikiye ayırmaktadır: cinsiyetten kaynaklanan engeller (sermaye eksikliği, toplumun geleneksel inanç ve baskısı, cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı, cinsel ve duygusal taciz, cam tavan engeli, sosyal pozisyon ve iletişim eksikliği, güvensizlik, tecrübe eksikliği ve başarısızlık beklentisi gibi basmakalıp yargılar, rol çatışması, eğitim düzeyinin düşük olması, zaman darlığı, sosyal sorunlar, sağlık ve psikolojik sorunlar) ve örgüt ve çevresel şartlardan kaynaklanan engeller (örgüt iklimi ve kültürü, bütüncül bakışın sağlanamaması ve örgütlenememe, kurumsal çeşitlilik ve koordinasyon zorlukları, politika geliştirme ve uygulama ile ilgili engeller).

Kırgızistan'daki kadın girişimciliğinin durumuna baktığımızda onun gelişmesini engelleyici bir çok faktörlerin var olduğunu söyleyebiliriz.

Kırgızistan İstatistik Komitesine göre (2017) işletmelerini yöneten kadınların yarısından fazlası yüksek eğitime sahiptir. Bir de üniversitelerde öğretim gören kız öğrencilerin sayısı erkeklerden fazladır. Bu nedenle Kırgızistan'da eğitim yetersizliği bir engellik özelliğini taşımamaktadır. Ancak cinsiyete bağlı teknik-ekonomik bilgi yetersizliği, iş alanındaki mevzuat bilgi eksikliği, işe başlama sürecinde sermaye eksikliği yeni bir iş açmak isteyen kadınlara ciddi bir engel yaratmaktadır. Ayrıca, bilgi eksikliği, işe başlamak için fonlara erişim sınırlamaları, elverişsiz vergi politikası, idari engeller ve başkalar kadınları neredeyse hiç sosyal destek almayan enformel sektörlerle girmeye itmektedir. Kadın girişimciliği devlet tarafından desteklenmemesi ve gelişmesi için özel programların olmaması ve toplum tarafından kazanımlarının tanınmaması girişimciliği engellemektedir. Kadınların mesleki gelişimindeki ciddi bir engel zamanlarının önemli bir kısmını aile sorumlulukları için geçirdikleridir. Araştırmaya katılan kadınların çoğu geleneksel cinsiyet faktörü bugüne kadar

kadın girişimciliğin gelişmesine ve kadınların toplumdaki konumu üzerinde hala güçlü etkiye sahip olduğuna inanmaktadır.

Kırgızistan'da kadın girişimciliğini engelleyen temel faktörler olarak aşağıdakileri belirtebiliriz (Uluslararası Çalışma Örgütü, 2009):

- Sosyal ve kültürel normlar, ataerkil kültür olması, kadınlara karşı önyargılarının olması.
- Cinsiyet eşitliği konusunda toplum bilincinin düşük olması, geleneksel cinsiyet rolleri.

- Maddi ve maddi olmayan kaynaklara ulaşmadaki sorunlar. Maddi dediğimizde kredi alabilme imkanı gibi finansal kaynaklara erişimindeki zorluklar ve kadınların hammadde, ekipman almadaki, işini yürütmek için kiraya yer tutmadadaki zorunlulukları söyleyebiliriz. Maddi olmayan ise teknik-ekonomik bilgi yetersizliği ve iş alanındaki yasal mevzuatlarını bilmemesi. Özellikle işe yeni başlama aşamasında kaynak bulmada zorunluklar çekmektedirler.

- Dikey ve yatay cinsiyet ayrımcılığı. Dikey cinsiyet ayrımcılığına cam tavan engellerini örnek olarak verebiliriz. Kırgızistan'da yönetici kadınların oranı sadece %26.9, kamu yönetiminde kadınların oranı %41.1 ve KC Büyük Meclisinde halk vekillerin sadece %15.8 kadındır (KC kadın ve erkekleri, 2017). Yatay cinsiyet ayrımcılığı sektörel ayrımcılıktır.

- Kadınların düşük gelirli sektörlerde çalışması. Dolayısıyla, kadınlar ülke içindeki ortalama ücretin altında ekonomik gelir elde etmektedirler. Bu da kadınları enformel sektörlere ve küçük ölçekli işletmelere girmelerine itmektedir.

- Ücret, emekli maaşları ve genel olarak sosyal güvenliğin düşük olması.

- Nüfusun ekonomik aktif olan kısmında kadınların oranının azalması.

- Devlet yönetimi ve yerel yönetim organlarının cinsiyet meselelerine önem vermemesi ve cinsiyet meseleleriyle ilgili olarak toplumun bir kısmının yasal nihilizmi.

Tüm bu engelleri genel olarak 3 grupta toplayabiliriz: geleneksel kültüre dayalı, ekonomik ve finansal engeller (Najimudinova, 2015).

Kırgızistan'daki genç kadın girişimcileri bu engellerin arasından en çok finansal kaynaklara ulaşmadaki güçlükler, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmemiş olması, malzeme ve teknik esasın düşük olması gibi durumlar sorun yaratmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde Kırgızistan'da her geçen gün kadın girişimciliği gelişmektedir, özellikle de genç kadın girişimcilerin sayısı artış göstermektedir. Dolayısıyla kadınlar ve gençler arasında işsizlik azalarak, ülke ekonomisine olan katkısı da artmaktadır. Kırgızistan'da genç kadın girişimciler son zamanlarda iticiden daha çok çekici faktörlerden güdülenerek yeni işe başlıyorlar ve karşılaşılan sorunlara yukarıda da belirttiğimiz gibi 3 yöndedir: finansal, ekonomik, sosyo-kültürel engellerdir. Ayrıca genç kadın girişimcilerde her türlü kaynak bulmada zorluklar çekmektedirler. Özellikle iş hayatına başlama sürecinde sermaye temini sorunu yaşarlarken, iş yürütürken finansal kaynak ve donanım, araç-gereç temini bulma sorunu yaşarlar. Bunlara dayanarak aşağıda özellikle genç kadın girişimcilere ilgili bir kaç öneriler verilmektedir:

- Devlet tarafından genç kadın girişimciliğine önem verilerek, danışmanlık yardım, girişimcilik eğitimlerin verilmesi gibi destekleyici devlet programlarını geliştirmek gerekmektedir.

- Devlet küçük ve orta ölçekli işletmelerin vergilerini ve devlet kurumları tarafından sürekli kontrolü daha da azaltarak daha çok özgürlük vermek gerekmektedir. Böylece genel olarak girişimcilik ve KOBİ'lerin gelişmesi için uygun ortam oluşturmak önemlidir.

- Kadın girişimciler devlet, sivil toplum örgütleri, iş dernekleri ve yerel yönetimle birlikte iş yürütmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda bu organizasyonlar her açıdan destek vermelidir.

- Toplum algısında cinsiyet önyargılarını gidermek için medya, sosyal medya ve diğer bilgi kampanyaları aracılığıyla genç kadın girişimcilerin başarıları ve işleri hakkında topluma bilgi vererek, onları güçlendirmek gerekmektedir.

- Genç kadın girişimcilerin finansal kaynak bulmada çok zorlanmaktadır. Bu problemi çözmek için mikrofinans şirketleriyle birlikte mikrofinans sistemini oluşturmak gerekmektedir: finansal kaynak elde edilmesi için kolaylıkların sağlanması, indirim ve iskontoların yapılması, düşük faiz oranının uygulanması, kredi süresini uzatılması, kiralamanın geliştirilmesi v.s.

Kadın girişimciliğinin geliştirilmesinin ve yaygınlaştırılmasının ilk önce bir "devlet politikası" olması; yerel yönetimlerde bulunan tüm kurumların (Belediye, Meslek Odaları, Bankalar, Dernekler, Basın ve yayın kurumları, Milli Eğitim Kurumu Müdürlüğü-özellikle teknik liseler) bu alanda ciddi çalışmalar yaparak, işbirliği içinde "kadın girişimciliğini" özendirme ve teşvik etmeye yönelik "kurum politikaları" ve "kurum stratejisi" belirlemeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1. BNP Paribas Global Entrepreneur Report (2016), "The Emergence Of The Millennialpreneur".
2. Chigunta, F. (2002), "Youth Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges".
3. Çelik, C. & Özdevecioğlu, M. (2001), "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevrişehir İlinde Bir Araştırma", 1. Orta Anadolu Kongresi, ss. 487-498.
4. Ecevit, Y. (1993), "Kadın Girişimciliğinin Yayınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi: Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli", Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı: Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Semineri, Yayın No: 74, ss. 30-35. Ankara.
5. Goffe, R. & Scase, R. (1985). Woman in charge. The experiences of female entrepreneurs. London: Routledge Revivals. ss. 153.
6. Global Entrepreneurship Monitor (2017), Women's Entrepreneurship 2016-2017 Report.
7. Hancı, A. (2004), "Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi.
8. Hisrich, R.D & Brush C.G. (1989), "The Women Entrepreneur. Starting, Financing and Managing a Successful Business", Lexington Books.
9. Kurtanis, R.Ö. (2003), "Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler," 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon.
10. Международная Организация Труда (2009), "Оценка Бизнес-Среды Для Развития Женского Предпринимательства В Кыргызской Республике", Субрегиональное Бюро МОТ для Стран Восточной Европы и Центральной Азии, Москва.

11. Najimudinova, S. (2015), "Kırgızistan'da Kadın Girişimciliği: Durum Analizi ve Perspektivleri", *Sosyoekonomi*, Cilt. 23, No: 24, ss. 7-22.
12. Narin, M. & Marşap, A. & Gürol, M.A. (2006), "Global Kadın Girişimciliğin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma" *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt. 8, No: 1, ss.65-78.
13. Национальный Статистический Комитет Кыргызской Республики (2014), "Молодежь в Кыргызской Республике 2009-2013", *Статистический Сборник*, Бишкек.
14. Национальный Статистический Комитет Кыргызской Республики (2017), "Женщины и Мужчины Кыргызской Республики 2012-2016", *Сборник Гендерно-Разделенной Статистики*, Бишкек.
15. ООН Женщины (ЮНФПА) (2016), "Гендер в Восприимчивости Общества: Результаты Национального Обследования", Бишкек.
16. OECD Francis Green (2013), "Youth Entrepreneurship", OECD, Paris.
17. Özkaya, M.O. (2009), "Kadın Girişimcilere Yönelik "Strateji Geliştirmede" Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün Mü?", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi*, Cilt.7, No: 11, ss. 56-72.
18. Sarkulova, M. (2009). "Women's Entrepreneurship: An Investigation of Factors Influencing Women Entrepreneurs" *Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi.
19. Soysal, A. (2010), "Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme", *Ankara Üniversitesi SBE Dergisi*, Cilt. 65, No: 1, ss. 83-114.
20. Top, Ş. (2006), "Girişimcilik Keşif Süreci" Yayın No: 1625, 1. Basım, Beta Yayınevi, İstanbul.
21. Yetim, N. (2002), "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, C. 2, No:2, ss. 79-92.
22. www.stat.kg

Рецензент: доц. др. Сулайман Элик