

Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği

Ebru Z. BOYACIOĞLU^{1*}

¹Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Edirne, Türkiye

*Sorumlu Yazar:

E-mail: ebruzboyacioglu@yahoo.com

Geliş Tarihi: Eylül 23, 2014

Kabul Tarihi: Kasım 04, 2014

Özet

Turizm anlayışı sürekli değişime uğrayan dinamik bir süreçtir. Kentleşmenin yoğunlaştığı günümüzde turist profiline zamanla değişmesi, çevre bilincinin artması ve sürdürülebilir kalkınma kavramı ile birlikte doğaya ilgi ve kültürel zenginlikleri keşfetme talebi artmıştır. Ülkelerin ve kentlerin kalkınmalarında uyguladıkları politikalarında da, değişen turist taleplerine paralel olarak, çok yönlü bir yaklaşım olan kırsal turizmin geliştirilmesi hedeflenmeye başlamıştır. Kırsal turizmde kadın; öncelikli konumu ile kadın istihdamı yaratması ve kadın girişimciliğini güçlendirmesi açısından sürdürülebilir kalkınmaya destek vermektedir. Araştırmadaki temel hedef; kırsal turizm odaklı kadın girişimciliğinin Edirne ili bazında tespit edilmesidir. Araştırma, Edirne il merkezinde üretimde bulunan kadın girişimciler ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, veri toplama tekniklerinden anket tekniği kullanılmış ve kadın girişimcilerle yerinde yüz yüze görüşme yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Edirne’de kadın girişimciler özellikle kırsal turizm odaklı yerel/yöresel ürün üretiminde önemli katkı yapmışlardır. Ayrıca Edirne’de kırsal turizm odaklı kadın girişimciliğinin varlığı kadının sosyo-ekonomik gelişmesine destek olmuştur.

Keywords: Kırsal Turizm, Kadın Girişimciliği, Edirne

Women’s Entrepreneurship in Rural Tourism: Sample of Edirne

Abstract

Tourism concept is a dynamic process. Within the urbanization, tourists profile and demand changes over time as increasing environmental awareness and interest in nature with the concept of sustainable development. Tourism policies of the countries and regions also cities demonstrated, parallel to the changing demands of tourists, which is a multi-faceted approach aimed at the development of rural tourism. Women, with primary situation in rural tourism, support sustainable development by create employment and strengthen entrepreneurship in local/regional values, agricultural products and service and accomodation sector. The main objective of the study is to determine the women’s entrepreneurship related to rural tourism in Edirne. In this study, the current state and issues, due diligence and problems of women’s entrepreneurship in rural tourism has been searched. In the study, survey type research and descriptive model of data collection techniques were used and also face to face interviews and observations were used with women entrepreneurs in Edirne. According to the results of survey analysis, especially rural tourism oriented women entrepreneurs contributed local / regional values production in Edirne. In addition, the presence of women entrepreneurship in rural tourism developed women’s socio-economic situation in Edirne.

Keywords: Rural Tourism, Women Entrepreneur, Edirne

GİRİŞ

Dünyada yaşanan değişimler, “kalkınma” kapsamında mevcut kaynakların tümünün ekonomik sürece dahil edilmesi sonucunu doğurmuştur. 1990’lı yılların başından itibaren yoğun şekilde turistik tüketicilerde klasik turizm ürünü olarak adlandırılan deniz, kum ve güneş üçlemesinden, bireysel ve özel ilgi gerektiren ürünlere doğru bir yönelme ortaya çıkmıştır [1].

Turizm sektörünün sürdürülebilirliği amacıyla kırsal turizm, alternatif turizm, eko-turizm, doğa turizmi, yeşil turizm gibi turizm türleri yaratılmıştır. Doğa temelli turizme yönelen talebi etkileyen bir unsur da dünya çapında giderek artan çevre bilincidir. Turizmin ekonomik ve sosyal etkilerinin yanı sıra öne sürülen bu çevreci söylem sonucunda doğayı değiştirmeden, bozmadan ve kaynakları tüketmeden kullanan yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır. Doğal Çevre odaklı bu turizm türlerinin turizm sektörü için

kırsal alanlarda yeni yatırım, yeni girişimler ile yerel/doğal ürün ve hizmet satışı yaparak pazarı genişletmek ve nihayetinde yeni kar alanlarına ulaşarak kalkınmayı sağlamak gerçeği bulunmaktadır [2].

Gelişmekte olan ülkeler doğal kaynakları optimal kullanmak ve sosyo-ekonomik açıdan gelişmek amacı ile küreselleşmenin yanı sıra yerelleşme/yöreselleşme odaklı yeni girişimlere de hız vermişlerdir. Bu girişimlerin bir tanesi de kırsal turizm odaklı kadın girişimciliğinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasıdır.

Kadının dünyada ve Türkiye’deki durumuna yönelik literatürde çeşitli araştırmalar olmasına karşın; Edirne’deki kadın girişimciliğine yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Tüm bunların ötesinde Edirne’nin çıkış noktası olarak görülen turizm sektörünün kırsal turizm odaklı olarak kadın girişimcileri nasıl etkilediğine yönelik bir araştırma gereklilik göstermektedir. Bu nedenle kırsal turizme yönelik üretim yapan kadın girişimciler bu araştırmanın ana ögesi olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada kullanılan bilimsel araştırma tekniğini; Literatür tarama şeklinde yerli, yabancı kitap ve makaleler ile saha araştırmasından anket sonucu elde edilen veriler oluşturmuştur. Edirne ilinde kırsal turizm odaklı üretim yapan kadın girişimciler ile yüz yüze görüşme şeklinde yapılan anketler, istatistik paket programla değerlendirilmiş, tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Çalışmada, öncelikle kırsal turizm kavramı tanımlanarak, kırsal turizm-kadın ilişkisi ele alınmış ve kırsal turizm kavramının içinde yer bulan kadın girişimciliği, Edirne il merkezi ölçeğinde incelenmiştir.

Kırsal Turizm ve Kadın Girişimciliği İlişkisinin Kavramsal Çerçevesi

Kırsal kalkınma; “kırsal alanda yaşayan birey ve toplulukların ekonomik, sosyal ve kültürel koşullarının iyileştirilebilmesi için, kalkınma odaklı harekete geçirilerek üretimde bulunma, ekonomik ve sosyal gelişimi sağlama süreci” olarak belirtilmektedir. Bir başka deyişle kırsal kalkınma, “kırsal alanlarda yaşam niteliğinin gelişmesi veya insan kaynaklarının iyileştirilmesi için gerekli faaliyetlerin planlı bir şekilde gerçekleştirilmesidir” [3].

Sürdürülebilir kalkınma kavramı içine yerleştirilen kırsal kalkınma; sürdürülebilirliğin temel aldığı gıda güvenliği ve güvencesi, istihdam ve gelir artışı, doğal ve çevresel kaynakların korunması, yerel halkın üretime, kararlara ve yönetime daha aktif katılımı unsurlarını da kapsamaktadır. Bu unsurlar kırsal kalkınma-kırsal turizm ilişkisine de kaynak sağlamaktadır.

Kırsal Turizm Kavramı

Dünyada sürdürülebilir turizm ve kırsal turizm başlığı altında pek çok farklı sistem, teknik ve uygulamanın kullanıldığı ve bu konuda bazı kavram kargaşaları yaşandığı çeşitli çevrelerce kabul edilmektedir. Bu bölümde kırsal turizm odaklı yapılan başlıca tanımlamalara yer verilmiştir.

Kırsal turizm; kırsal kültür, tarım ve doğal çevre ile bütünleşen ve diğer alternatif turizm türleriyle kolay entegre olabilen turizm türüdür. Kırsal turizmin; genellikle boş zaman geçirme, rekreasyon, doğal hayatı keşfetme ve bütünleşme sonucu yeni iş olanakları doğuran ve hizmet sektörünün gelişmesine katkı sağlayan bir turizm türü olarak tanımlamak mümkündür [4].

Kırsal turizm, 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 faaliyetler bütünü olarak da ifade edilebilir [5].

Kırsal turizm, içeriği ve kapsamı itibarıyla geniş bir turizm türüdür ve diğer turizm çeşitlerinden farklılaşmaktadır. Yerellik ve yöreye özgülüğün belirleyiciliğinde, tarihi, kültürel ve doğaya ilişkin etkinlikler kırsal turizmin ayrıncı yönünü teşkil etmektedir. Kırsal turizmin geliştiği bölgeler sürekli bir dinamizm ve değişim içerisindedir [6].

Kırsal turizmi, insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki ziyaretleri, buralardaki tarım üreticilerinin ürettikleri mal ve hizmetleri yörenin doğal dokusuna uygun mekânlarda talep ederek ve yörede para arttırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünü olarak da tanımlayabiliriz [7].

Çeşitli yerel, ulusal ve uluslararası girişimlerle içeriği zenginleştirilen kırsal turizm, turizm odaklı talep yaratabilmektedir. Kırsal turizm alanındaki faaliyetler gelir

artışı yaratırken kent ve kır kültürlerinin karşılıklı etkileşimine ve değişimine de neden olmaktadır. Benzer biçimde turistin kırsal turizm öğelerine talep artışında bulunması üretim artışına neden olacak, bunun yansıması olarak, kırsal alanda geliri artan kırsal toplulukların da yeni bir tüketim kültürü oluşacaktır. Bu kültür, gerek turizm faaliyetlerinin daha modern konaklama ve restoran ihtiyaçları gerekse de kırsal toplulukların değişen yaşam alanı ihtiyaçları nedeniyle daha fazla tüketimi getirmektedir ki bu kırsal kalkınma olarak biçimlendirilmektedir.

Kırsal alanda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri talep artışı nedeni ile tüketim artışına ve dolayısı ile tarımsal ürünlere talebi artırmaktadır. Kırsal alanların önemli sorunlarından işsizlik sorunu da turizmin gelişmesi sonucunda oluşan ek talep ve bölgede açılan yeni turistik işletmeler sayesinde ortadan kalkmaktadır [8].

Kırsal turizm; mevsim bağımsızlığı avantajına sahip olması, etkinlik ve faaliyetlerin çoklu oluşu, geniş hedef kütlesine sahip olması gibi özelliklerinden dolayı ayrıcalıklı bir turizm türüdür. Her bölge kırsal turizmi kendi ölçeğinde geliştirerek bölgesel kalkınmaya katkı sağlayabilir, bunun sonucunda da bölgenin kültürel ve tarihsel öğelerinin değerinin korunmasını ve geliştirilmesini sağlamaktadır [6].

Birçok araştırmacı ve kurum kırsal turizmi farklı tanımlamakla birlikte kırsal turizmin temel özellikleri konusunda ortak bir fikir birliği olduğunu belirtmek mümkündür. Kırsal turizm üzerinde fikir birliği bulunan temel özellikler şöyle sıralanabilir;

- Doğa temelli olması,
- Yerelliğin/yöreselliğin ön planda olması
- Yerel halkla bütünleşik geliştirilmesi
- Olumsuz çevresel ve kültürel etkilerin minimuma indirgenmesi için aktivitelerini bu doğrultuda düzenlemesi
- Yenilenemez kaynakların optimal kullanımını gerektirmesi
- Ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel amaçlar gütmesi
- Yerel mülkiyetin ve yerel topluma dönük istihdam olanaklarını geliştirmeyi öngörmesi
- Yerel ve merkezi yönetimin eşgüdümünü gerektirmesi
- Tarımsal ürün çeşitliliğinin korunmasına katkıda bulunmasıdır.

Kırsal turizmde, kırsal dünyayı tanımak önem taşır. Gelen turistler bölgenin kültürü öğrenirler Bölgesel kalkınma anlayışının en önemli unsurlarından biri olan kırsal turizm, yerel ve yöresel öğelerin pazarlama olanaklarının da artmasını sağlayan önemli bir sektördür. Kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik bir planlama; sadece yerel öğelere yönelik turistik talep artması ile elde edilen ekonomik gelişme ile sınırlı kalmayıp, bunun yanı sıra kadın istihdam ve girişimcilik oranlarını artışı, yerel halkta girişimcilik kapasitesinin yükselmesi, yerel ekonomilere girdi ve dinamizm kazandırması, ekonomik sektörleri harekete geçirmesi, bölge ve ülke düzeyinde kırsal kalkınmaya destek vermesi bakımından, önemli bir güce sahiptir [9].

Kırsal turizm gelişimi için kırsal alanlarda geleneksel değerlerin korunması son derece önemlidir. Çünkü bunlar yöreye özgü olup, turistik talep yaratan unsurlardır. Örneğin; Uçmakedere köyünde yapılan ipek böcekçiliği faaliyeti geçmişte yapılmasına rağmen günümüzde uygulanmamaktadır. Bu nedenle kırsal turizm odaklı tekrar canlandırılmaya çalışılmaktadır [10].

Kırsal turizmin bölgeye optimal fayda sağlayabilmesi için bölge dinamiklerinden yararlanması çok önemlidir.

Eğer turizm işletmesi turiste sunacağı ürünü bölge dışından alıyorsa burada ‘leakage’ yani ‘ekonominin dışarıya sızması’ yaşanmaktadır. Dışarıya sızdırma oranı büyüdükçe kırsal turizmin bölgede yarattığı doğrudan ekonomik etki azalır. Örneğin birçok Afrika ülkesi ekonomisi için kırsal temelli seyahat, başta gelen ya da ikinci en önemli döviz kaynağıdır. Bununla beraber safari için yazılmış rehber kitaplardan, safarilerde kullanılan araçlara kadar turizm için kullanılan ürünlerin çoğu ithal edilmekte bu nedenle de dışarıya sızdırma oranı çok yüksek olmaktadır.

Kırsal turizmin ekonomik katkısı yerel girişimcilerin başarısında aranmalıdır. Kırsal turizmde gıda, araç kiralama, taksiler, rehberler, rekreasyon ve el sanatları gibi hizmetler yerel girişimcilerce karşılanırsa leakage oranının azalması mümkündür. Kırsal turizm merkezinde ne kadar çok küçük ölçekli turizm girişimcisi olursa yerel halkın turizm faaliyetlerinden faydalanma oranı o oranda artacaktır. Böylece ‘dışarı sızıntı’ oranı azalacaktır.

Kırsal Turizm Politikaları kırsala yönelik bir çekim alanı yaratmayı ve refahın artmasını savunur. Bunun uzun soluklu gerçekleştirilebilmesi için ise, kırsal kalkınmada sürdürülebilirliğin önemsenmesi ve birçok faktörün eşzamanlı ele alınması gerekir. Tarım ve tarım dışı istihdam, kırsal yoksullukla ve yoksunlukla mücadele, vatandaşlık haklarına erişimde toplumsal cinsiyet farklılığının göz önünde bulundurulması, doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi gibi hususlar yerinde kalkınma, kırsal alanda istihdam yaratma, sağlık eğitim gibi temel hizmetlere kırsal alanda eşit erişim imkanı sağlama ve kararlara katılım alt başlıkları altında ele alınır. Özetle kırsal turizm odaklı kalkınma politikaları kadın-erkek tüm bireylerin sosyal, ekonomik, toplumsal ve kültürel dönüşümlerini katılımcı bir yaklaşımla geliştirmeyi hedefler” [11].

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 (TTS) ve Eylem Planı 2007–2013 ile Türkiye’nin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini ve diğer turizm potansiyellerini geliştirerek, turizmden sağlanan katkıyı artırma hedeflenmektedir. TTS 2023 kapsamında sürdürülebilir turizm başlığı altında ekoturizm, kırsal turizm ve agro-turizm ifadelerine yer verilmektedir.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin turizm pazarından aldıkları pay düşüktür. Turizm Pazar payını artırmak amacı ile sunulan turizm odaklı hizmet ve ürünlerin çeşitlendirmeleri öncelikli koşuldur [12]. Kırsal turizm bu amaçla etkin olarak değerlendirilebilecek turizm türleri arasında yer almaktadır.

Sürdürülebilir kırsal turizm; kırsal ekonominin güçlenmesi, kırsal nüfus için yeni bir bakış açısı yaratılması, yoksulluğun ve kırsal göçün azaltılmasında en önemli seçeneklerden biri olarak görülmektedir. Ancak, turizmin yalnızca yerel ekonomi ile doğru şekilde bütünleştirildiği takdirde beklentileri karşılayabileceği ve yerli halka fayda sağlayacağı unutulmamalıdır.

Kırsal Turizm Kadın Girişimci İlişkisi

Sosyal bilimler literatüründe kadın çok sayıda araştırmaya konu olmuştur. Gelişmekte olan ülkelerde kadın ve erkeğin sosyal ve ekonomik konumları aynı şekilde etkilenmemiştir. Bu ülkelerdeki kalkınma süreci, kadınları genel olarak kaynaklar üzerindeki kontrol ve otoritelerinden yoksun bırakmıştır. Tüm bu süreçte kadınların geleneksel görevlerinden kaynaklanan ağır yükleri hiçbir şekilde hafiflememiştir [13].

Günümüzde kadın kalkınma perspektifleri ve politikalarının önemli bir parçası olmaktadır. Toplumsal

cinsiyet ve kalkınma tartışmalarının bu kadar yoğunlaşması Birleşmiş Milletler sisteminin konuyu dikkatli bir şekilde ele alması ve Kalkınma politikalarına getirilen feminist eleştiriler sonucunda, kadınlar görünür olmuşlardır. Kadınların varlığı, deneyimleri ve bu deneyimlerin sosyo-ekonomik yansımaları kalkınma literatüründe ciddi bir şekilde ele alınmıştır [14].

Kadının konumundaki değişim en kolay ve çok hızlı kırsal turizm alanında gerçekleşmektedir. Kırsal turizmde kadın öncelikli bir yere sahiptir. Çünkü kırsal turizm içeriği ve faaliyetleri itibarıyla kadınla uyum içindedir. Kadın ve kırsal turizm arasındaki niteliksel uyumluluk ve tesis edilen birliktelik bölgenin ve turizm potansiyelinin gelişimi açısından geliştirici ve hızlandırıcı olmaktadır [6].

Kırsal turizm, kadın emeğini optimal ölçekte kullanarak, kadın girişimcilik ve istihdam olanaklarını geliştirerek bu toplumsal kalkınmaya destek vermektedir. Kadın, kırsal turizmde yaratılan öğelerin hem üreticisi hem de satıcısı konumundadır [15].

Hizmet sektörü olan turizmde faaliyet gösteren kadın girişimciler piyasa koşulları içinde çeşitli mal ve hizmetleri üretip satan, gelir elde ederek bir birey olarak varlığını sürdüren ve kadınlar olarak hem kendilerine hem de buldukları yere değer katmaktadırlar. Kadın girişimciliğini örnekleyen turizm odaklı faaliyetler pansiyonculuk, yerel/yöresel el sanatları imalatı, tarımsal gıda ve ürün üretimi/satışı, gastronomi işletmeleri, rehberlik hizmetleri v.b. olarak şekillenmektedir.

Kadın girişimciliği genel olarak istihdam ve kadın istihdamının özel bir alanıdır [16]. Literatürde kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalar, “Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya 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” şeklinde tanımlanmaktadır [17].

Kadın girişimciliğine yönelik yaptıkları araştırmalarında Eagley ve Johnson; sorunları giderme ve problem çözme, insanlar arası ilişkilerde yaşanan sıkıntılara çözüm getirme açısından kadınların erkeklere göre daha yetenekli olduklarını öne sürmüşlerdir [18].

Günümüzde, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için kadınların iş yaşamına katılımı hayati önem taşımaktadır. Bu sebeple kadınların çalışma hayatında aktif rol oynamaları için gerçekleştirilen farkındalık ve kapasite geliştirme vb. çalışmalar ile kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları teşvik edilmektedir. Avrupa Birliği’nde küçük işletmelerin geliştirilmesi, rekabet gücünün artırılması ve kadın girişimciliğinin özendirilmesi amacıyla çok sayıda destekleme programları geliştirilmiştir. Benzer şekilde Türkiye’de de kadın girişimciliğini bireysel ve kurumsal ölçekte geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması amacıyla teşvik edildiği bilinmektedir. Onay Özyaka (2009) [19] kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik politikaları dört boyutlu bir perspektif içinde inceleyerek, bunları; “eğitim ve beceri”, “iş piyasasının yapısı, talepleri ve geleceği”, “sermaye ve kredi”, “girişimci kadınlar arası örgütlenme” olarak gruplandırmıştır.

TÜİK’in yayınladığı “İstatistiklerle Kadın, 2012” Raporu’na göre “Türkiye nüfusunun %49,8’ini kadın nüfus ve %50,2’sini erkek nüfus oluşturmaktadır. 2012 yılında işgücüne katılım oranı kadınlarda %29,5 iken erkeklerde %71’dir. İstihdam edilen kadın nüfus oranı %26,3, erkek

nüfus oranı ise %65'tir. İşsizlik oranı, kadınlarda %10,8, erkeklerde ise %8,5'tir

TÜİK'in İstatistiklerle Türkiye 2011 yılı raporuna göre Türkiye'de işverenler içerisinde kendi işini kuran ve girişimcilik faaliyetleri içerisinde çalışan kadınların oranı yüzde 12 (902 bin), erkeklerde ise girişimci oranı yüzde 29 olarak görülmektedir [20]. Bu bulgular değerlendirildiğinde, erkeklere göre kadınların istihdam ve girişimcilik oranlarının düşük olduğu söylenebilir.

2010 yılında Edirne'de de gerçekleştirilen Marmara Bölgesi Çalıştayı sonuçlarına göre; Kırsal alandaki kadınların üzerinde sosyal, kültürel ve geleneksel baskıların olduğu ve bu baskıların kadın girişimciliğini olumsuz yönde etkilediği, kadın girişimcilerin geleneksel yöntemlerle ürettiği gıda ürünlerinin üretim ve pazarlamasında, mevzuattan kaynaklanan zorluklar yaşadığı tespit edilmiştir. Kadınların kuracakları işletmelere ait ilk yatırım sermayelerini kolaylıkla elde edememesi, geleneksel ürünlerde markalaşmanın zorluğu, standart kalitede ürünlerin üretilmemesi ve sürdürülebilirliğin sağlanamaması da sorun olmaktadır. Tarımsal üretimde girdi fiyatlarının yüksekliği, kadının iş yükünün fazlalığı ve çeşitliliği, pazarlamada üreticinin yer alamaması ve fiyat oluşumu konusunda yeterince etkin olamaması ve bölgede sanayinin yoğun olması nedeniyle ortaya çıkan kirlilik tarımsal üretimi olumsuz etkilemektedir [21]. Bu durum, gerek Edirne gerekse Marmara Bölgesinde kırsal turizm odaklı kadın girişimcilere yönelik sorunların varlığına işaret etmekte ve sürdürülebilir kalkınma için kurumsal desteklerin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca çoğu küçük ölçekli girişimlere sahip olan kadın girişimcilerin üretimleri için teşvik ve finansal sermaye gibi desteklere ihtiyacı vardır.

Edirne'de Kırsal Turizm Odaklı Kadın Girişimcilere Yönelik Araştırma Bulguları

Edirne, tarihi ve kültürel varlıkları ile bir turizm şehri; geniş verimli tarıma müsait alanları ile de bir tarım şehridir. Tarıma dayalı sanayi ve özellikle gıda sanayinin şehir sanayisinde önemli bir yeri vardır. Edirne, verimli tarım arazileri ve diğer doğal kaynakları ile bir çekim merkezidir. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan ve kısmen Edirne'de halen yaşayan tarih ve kültürü Edirne'nin değerini artıran öğelerdir.

Edirne turizm konusunda önemli avantajlara sahiptir. Bulgaristan ve Yunanistan sınır kapılarına sahip, eski bir Osmanlı başkenti, dünyanın en eski spor organizasyonlarından birisi olan Kırkpınar Yağlı Güreşleri ve saray mutfağından kalan yiyecekleri ile eşsiz bir turizm kentidir.

Bir kentin, turizm açısından gelişebilmesi için sadece belirli bir turizm potansiyeline sahip olması yeterli değildir. Doğal, kültürel ve ekonomik turizm değerleri yanında, kentte yaşayan yerli halkın turizme yaklaşımı, turizmi benimsemesi ve turizme bakış açısı son derece önemlidir. Turizmin, kalkınmada hedeflenen ekonomik sonuçları getirebilmesinin öncelikli koşulu, yerli halkın bu sektörü benimsemesi ve geleneksel ekonomik faaliyetlerini turizm ile bağdaştırabilmesidir.

Edirne halkı, turizmin geliştirilmesine karşı son derece olumlu bir tutum sergilemektedir. Yerli halk turizmin geliştirilmesini; gelir getirici etkisinin yanı sıra, emek-yoğun bir özellik taşıdığı için istihdam olanaklarını arttıracığından dolayı da istemektedir. İşsizlik, ülkemizin genelinde olduğu gibi Edirne'de de önemli bir sorundur. Edirne'nin marka kent olması ve turizmin gelişmesi ile

birlikte, ekonomik yaşamda canlanma, gelir düzeyinde artış ve işsizlik düzeylerinde belirgin azalmalar yaşanacağı öngörülmektedir [22].

ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın başat amacı; Edirne il merkezinde kırsal turizm odaklı kadın girişimciliğinin durumunu ortaya çıkarabilmektir. Kadın girişimcilerin demografik özellikleri, faaliyet alanları, iş kapasiteleri, çalışma biçimleri, sorunları ve kentin gelişimine katkıları araştırılmıştır. Edirne'nin kırsal turizm potansiyelini ve kadınların girişimcilik kapasitelerini ortaya koymak araştırmanın diğer amacıdır.

Edirne'de kadın girişimcilere yönelik yapılan bu çalışma Türkiye'nin batıya sınır kenti olan Edirne'de yaşayan kadın girişimcilerin sosyo-ekonomik profilini ortaya koymaya odaklandı. Edirne il merkezinde yaşayan kadın girişimcilerin temel sorunlarını ortaya koymak ve uygun çözümler geliştirmek amacıyla yapılmış alan araştırmasıdır.

ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırma, bir turizm merkezi haline gelen Edirne il merkezinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini Edirne'de faaliyette bulunan kadın girişimcilerdir. Araştırma; Edirne Ticaret ve Sanayi Odası, Edirne Esnaf ve Sanaatkarlar Odası, Edirne Ticaret Borsası'na üye kadın girişimciler ile kendi adına üretim yapıp satan 100 kadın girişimciye yönelik uygulanmıştır.

Araştırmada kadın girişimcilerin faaliyetleri literatürdeki girişimcilik unsurlarının tamamını içermemektedir. Araştırmada; kadının kendi adına iş yapıyor olması, ürettiği ürün ve hizmetleri satarak gelir yaratması girişimci olarak değerlendirilebilmek için yeterli görülmüştür. Edirne Ticaret ve Sanayi Odası, Edirne Ticaret Borsası, Edirne Esnaf Odaları Birliği'ne kayıtlı kadın girişimcilerin yanı sıra herhangi bir kuruma bağlı olmadan kendi adına üretimde bulunan kadınlar araştırma kapsamında değerlendirilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada nitel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda iki bölümden oluşturulan anket formu uygulanmıştır. Birinci bölümde; kadın girişimcilerin Demografik özellikleri, ikinci bölümde; faaliyet alanları ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar incelenmiştir. İlk bölüm aktöre ait, ikinci bölüm ise yapıya ait veriyi elde etmeye yöneliktir.

Kadın girişimcilere yönelik anket araştırmasının yanı sıra katılımcı gözlem, yarı yapılandırılmış görüşmeler ve odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Araştırma 2014 yılının Temmuz-Ağustos aylarında Edirne il merkezinde faaliyette bulunan kadın girişimcilere yönelik olarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada feminist metodoloji yaklaşımı kullanılmıştır. Feminist metodolojinin kullanılmasının temeli kadınların kendi deneyimlerini araştırmanın merkezine koymak ve bu deneyimleri yine kadın bakış açısından analiz etmektir. Çünkü feminist metodolojinin doğasında kadınların mevcut konumlarını analiz etmek ve bu konumlarını "güçlenme" yoluyla değiştirmek amacı vardır.

Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri

Kadın girişimcilerin demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla anketin ilk bölümünde yaş, eğitim gibi demografik özellikleri sorgulanmıştır. Çünkü demografik özellikler girişimci kimliğinin ve kültürünün oluşturulmasında belirleyici bir rol oynamaktadır.

Tablo 1. Kadın Girişimcilerin Yaşları

Yaş	Frekans	Frekans %
18-25	8	8
26-35	25	25
36-45	36	36
46-55	19	19
56 ve üzeri	12	12
Toplam	100	100

Araştırma kapsamında bulunan kadın girişimcilerin çoğunluğu “36-45 yaş”, ile “46-55 yaşları” arasındadır. Girişimcilik yazınındakine benzer şekilde Edirne’deki kadın girişimcilerin orta yaş aralığında sahip oldukları görülmektedir. Çünkü girişimcilik için gerekli sermaye ve deneyimin ancak bu yaş dilimlerinde sağlanabileceği öngörülmektedir. Ancak; katılımcıların %8 “18-25 yaş” ve % 25 “26-35 yaş”lık kısmının 35 yaş altı olması Edirne’deki kadın girişimcilerin yaşının gençleşmekte olduğunu da göstermektedir.

Tablo 2. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumu

Eğitim	Frekans	Frekans %
Okur-yazar değil	-	-
Okur-yazar	7	7
İlköğretim	19	19
Lise	46	46
Üniversite	25	25
Yüksek Lisans	3	3
Toplam	100	100

Girişimci kadınların % 46’sının Lise, %25’i Üniversite, % 3’ünün Lisansüstü mezun olması nedeni ile % 74’unun lise ve üzeri eğitime sahip olması dikkat çekicidir. Ufuk ve Özgen’in Türkiye’de kadın girişimciler üzerine yaptıkları çalışmada, üniversite veya benzeri yükseköğretim mezunu girişimci kadınların oranı %15 olarak belirlenmiştir [23]. Edirne’de bu oranın % 25 olması kadın girişimcilerin eğitim düzeyinin Türkiye ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir.

İlköğretim mezunu girişimcilerin oranı ise oldukça düşüktür. Okuma yazma bilmeyen girişimcinin olmaması ise çok sevindirici bir durumdur. Edirne’de lise ve üniversite mezunu girişimci kadınların fazlalığı, kadın girişimcilik potansiyelinin aktif olması, girişimcilik için uygun koşulların oluşturulması ile açıklanabilir.

Araştırmaya katılan kadınların medeni durumları değerlendirildiğinde, kadınların %68’i “evli”, ve %32’si ‘bekar’ olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumu

Medeni Durum	Frekans	Frekans %
Evli	68	68
Bekar	32	32
Toplam	100	100

Kadın girişimcilerin baba ve eşlerinin mesleklerine yönelik olarak sorgulama da yapılmıştır. Buna göre kadın girişimcilerin babalarının “serbest meslek” (%44), emekli (%21), memur (%18), işçi (%11) işsiz (%6) şeklinde bir dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin eşlerinin meslek durumuna yönelik alınan cevaplarda ise %59 unun “serbest meslek” sahibi olup çeşitli sektörlerde girişimci olduğu tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin girişimcilik potansiyellerinin aile ile uyumlu olarak babadan veya eşten kaynaklandığını söylemek mümkündür. Kadın girişimcilerin annelerinin %89’u çalışmayıp ev hanımıdır, annelerin sadece % 11 i çalışmaktadır.

Tablo 4. Aylık Gelir Düzeyi (TL)

Gelir	Frekans	Frekans %
0-800 TL	27	27
801-1600 TL	33	33
1601-2400 TL	18	18
2401-3200 TL	15	15
3201 TL ve üzeri	7	7
Toplam	100	100

Kadın girişimcilerin % 27 sinin aylık gelirleri 800 TL’nin altındadır, bu durum Türkiye’de belirlenen Asgari Ücret düzeyinin¹ dahi altında gelire sahip kadınların olduğunu göstermektedir. Kadınların % 33 si ise 800–1600 TL gelir elde etmektedir. Sadece % 7 lik bir oran 3.200 TL nin üzerinde gelire sahiptir.

Tablo 5. Çalışılan Sektörler

Sektör	Frekans	Frekans %
Yöresel El Sanatları Üretimi ve Satışı	36	36
Tarımsal Ürün Üretimi ve Satışı	25	25
Konaklama İşletmeciliği	7	7
Yeme-İçme (Restoran-Cafe, vb.)	32	32
Toplam	100	100

Örneklem grubundaki kadın girişimcilerin birçoğu farklı sektörlerde çalışan kişilerdir. Bu sektörler arasında; yöresel el sanatları, tarımsal ürün, yeme-içme amaçlı hizmet işletmeleri önde gelmektedir. Kadın girişimcilerin % 36 lık kısmı Yöresel el sanatları olarak Edirne’ye has mis (meyve) sabunu, aynalı süpürge, el işi, iğne oyası, Edirne Bebeği, Edirmekari, badem ezmesi üretimini gerçekleştirmektedirler. Kadın girişimcilerin % 25 i Tarımsal ürün üretmekte ve satmaktadır. Tarımsal ürün olarak Edirne’nin özellikle Karaağaç semtinde çeşitli büyüklüklere sahip verimli tarımsal arazilerde mevsimine göre sulu tarım yapılarak kadınlar tarafından bahçelerinin önünde satışı yapılmaktadır. Bunlara ilave olarak turşu, erişte, kuskus, tarhana, salça, reçel gibi ürünler kadınlar tarafından üretilerek daimi pazarlarda ve Edirne’de bulunan Kadın Emek pazarında satılmaktadır. Kadın girişimcilerin % 32’si tarafından işletilen gastronomik hizmet işletmelerinde yine kadınlar tarafından gözleme, mantı, Edirne ciğeri, köfte, kısır, çiğ börek gibi ürünler üretilerek satışı yapılmaktadır. Edirne’de butik otel

¹ Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından 01.07.2014-31.12.2014 tarihleri için Asgari Ücret tutarı 891,03 TL dir.

ve pansiyonculuğun çok gelişmemiş olması kadın girişimciliğinin konaklama sektörü açısından geride kalmasına neden olmuştur. Kadınlar tarafından hizmet verilen sınırlı sayıdaki konaklama işletmelerinin Edirne'nin Kaleiçi ve Karaağaç semtlerinde bulunan tarihi evlerde verildiği belirlenmiştir.

Tablo 6. Kadın Girişimcilerin Çalışma ve Satış Yeri

Çalışma Yeri	Frekans	Frekans %
Kendine ait işyeri	21	21
Ev	19	19
Kadın emek pazarı	17	17
Toplum Merkezi	11	11
Kendine/ailesine ait Tarla-Bahçe	32	32
Toplam	100	100

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin % 32 si kendisine veya ailesine ait bahçe veya tarlasında tarımsal ürün üretimi yapmaktadır. Söz konusu kadınların bir kısmı üretip sattığı ürünlerden kendine ait gelir sağlarken, bir kısmı elde ettiği geliri ailesi ile paylaşmış, ücretsiz aile işçisi konumunda üretime devam etmektedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin % 21 inin kendine ait işyeri bulunmaktadır ve ürettiği mal ve hizmetleri kendi işyeri üzerinden arz etmektedir. Kadın girişimcilerin % 19 u evinde ürettiği ürünlerin satışını yine evinden gerçekleştirmektedir. Kadınların % 17 si üretmiş olduğu ürünleri Edirne Belediyesi tarafından oluşturulan Kadın Emek Pazarına götürerek satışını yapmaktadır. Kadınları % 11 i, Toplum Merkezlerinde almış oldukları eğitim ve kurslar sonucu ürettiği ürünleri yine Edirne Valiliği'ne bağlı Toplum Merkezleri kanalı ile pazarlamakta ve gelir elde etmektedirler.

Tablo 7. Çalışılan İşin Tanımı

İşin Tanımı	Frekans	Frekans %
Gelir getiren sürekli iş	33	33
Gelir getiren geçici (mevsimlik, gündelik v.b.)	42	42
Gelir getirmeyen ücretsiz aile işi	25	25
Toplam	100	100

Katılımcıların % 43 i gelir getiren sürekli işte çalışmaktadır. Gelir getiren geçici (mevsimlik, gündelik v.b.) işlerde çalışan kadın oranı % 32 dir. Gelir getirmeyen ücretsiz aile işçi oranı ise % 25 tir. Bu oran özellikle kırsal kesimde ücretsiz tarım işçisi olarak çalıştırılan kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 8. Girişimci Olarak Çalışma Nedeni

Neden	Frekans	Frekans %
Ekonomik özgürlük sağlama	23	23
Kimseye muhtaç olmadan yaşama isteği	12	12
Bağımsız olma isteği	11	11
Emekli olma isteği	9	9
Aile geleneği olması	20	20
Zorunluluk	7	7
Ticareti sevmeye	14	14
Diğer	4	4
Toplam	100	100

Kadın girişimcilerin çalışma hayatında olma nedeni olarak en fazla % 23 ile ekonomik özgürlük elde etme isteği şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Ancak girişimciliğin aile geleneği olması da % 20 lik bir oran ile önemli etken olarak belirtilmiştir. Diğer seçenekler birbirlerine yakın oranlarda yer almıştır.

Tablo 9. Çalışma Hayatından Beklentiler

Beklenti	Frekans	Frekans %
Gelir düzeyimi yükseltmek	22	22
Kimseye muhtaç olmadan geçimimi sağlamak	18	18
Ekonomik Bağımsızlığımı elde etme	19	19
Emekli olma isteği	7	7
Sosyal statümü yükseltme	16	16
Özgüven sağlama	11	11
Toplumsal cinsiyet eşitliğine destek olma	5	5
Diğer	2	2
Toplam	100	100

Katılımcıların çalışma hayatından beklentilerine yönelik bir soru sonucunda alınan cevaplarda oransal olarak yakın bir dağılımın olduğunu söylemek mümkündür. En fazla % 22 lik bir oran ile gelir düzeyimi yükseltmek seçeneği görülmekle birlikte, kimseye muhtaç olmadan geçimimi sağlamak (%18), ekonomik bağımsızlığımı elde etmek (%19), sosyal statümü yükseltmek(%16) birbirine yakın sonuçları olan cevaplardır. Emekli olmak (%7) ve toplumsal cinsiyet eşitliğine destek olma olgusu düşük bir orana (%5) sahiptir. Kadın girişimcilerde ekonomik beklentilerin daha ön planda olduğu söylenebilir.

Tablo 10. İş Kurmada Alınan Destekler

Destek	Frekans	Frekans %
Destek almadım	37	37
Aileden/eşten aldım	41	41
Hibe aldım	4	4
Kredi kullandım	18	18
Toplam	100	100

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere iş kurma esnasında aldıkları finansal destekler ile sorgulama yapıldığında % 41 inin aileden veya eşten maddi destek sağladığı tespit edilmiştir. Hiçbir yerden destek almayıp kendi öz kaynakları ile işini kuranların oranı ise % 37 dir. Mikro kredi kullananların oranı % 18 iken, ulusal veya uluslararası hibe kullananların oranı sadece % 4 tür. Kadınlara proje başvuru ve proje geliştirme konularında yapılan tanıtımlara, eğitimlere, bilgilendirme toplantılarına rağmen hibe kullanma oranlarının düşüklüğü düşündürücüdür.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere “faaliyette buldukları işi ile ilgili bir eğitim alıp almadıkları” sorulduğunda, kadınların % 59’ü “hayır” yanıtı vermiştir. “Evet” yanıtı veren kadınlara, bu konudaki deneyim ve bilgilerinin ne şekilde elde edildiği sorulduğunda, yanıtlar; lise ve üniversite eğitimi, Toplum Merkezi ve Halk Eğitim Merkezlerinde alınan kurslar ve aile bireylerinden öğrenme olarak belirtilmiştir.

Kadınlara cinsiyetlerinden kaynaklanan nedenle iş hayatında bir ayrımcılık yaşayıp/yaşamadıkları

sorulduğunda örneklem grubundaki kadınların %81'si soruya "hayır", %19'i "evet" yanıtı vermiştir. Bu durum Avrupa'ya sınır kapısı olan Edirne'de iş yaşamında kadınlara yönelik ayrımcılık yapılmadığı şeklinde değerlendirilebilir. Kadın girişimcilerin cinsiyeti nedeniyle ayrımcılıktan uzak bir yaşam sürmesi sevindirici bir sonuçtur.

Tablo 11. Yaşanılan Ayrımcılığın Tanımlanması

Ayrımcılık	Frekans	Frekans %
Dışlanma	2	11
Erkeklerle verilen önceliğin bana tanınması	5	26
Kısıtlanma	7	36
Yokmuşum gibi davranılması	3	16
Değer verilmeme	2	11
Toplam	19	100

İş yaşamında ayrımcılık yaşadığı konusunda "Evet" yanıtı verenlerin kadınların uğradıkları ayrımcılığı tanımlamaları istendiğinde %36 ile en fazla "kısıtlanma" şeklinde tutumla karşılaştığı bildirilmiştir. Bunu sırasıyla, %26 ile "erkeklerle verilen önceliğin kendisine verilmemesi", %16 ile "yok sayılma" takip etmiş ve son olarak %11 oranı ile "dışlanma" ve "değer verilmeme" izlemiştir. Araştırmada çalışmakta olan kadınlara işe başlangıç ve/ya işyerinde kadın kimliğinden dolayı ayrımcılığa uğrayıp uğramadığına ilişkin soruya verilen yanıtların da yüz güldürücü olduğunu söylenebilir.

Tablo 12. Çalışma Hayatında Karşılaşılan Sorunlar

Sorun	Frekans	Frekans %
Eğitim eksikliği	9	9
Sermaye yetersizliği	27	27
İş yükü (çocuk, yaşlı ve ev bakımı v.s)	14	14
Toplumsal Baskı	6	6
Aile baskısı	4	4
Kadınlara Kurumsal destek ve teşviklerin yetersizliği	12	12
Girişimcilik kapasitesinin düşüklüğü	8	8
Özgüven eksikliği	8	8
Ürünü pazarlama sorunu	12	12
Toplam	100	100

Katılımcılar çalışma hayatında karşılaşılan güçlük olarak en fazla % 27 oranında sermaye yetersizliğini yani finansal yetersizliği belirtmişlerdir. Kadın girişimciliğini arttırmaya yönelik sermaye/finansal desteklerin gerekliliği açıktır. İş yükü (doğum, hamilelik, çocuk, yaşlı ve ev bakımı), Kadınlara Kurumsal destek ve teşviklerin yetersizliği ile ürünlerini pazarlama sorunları da yok sayılmayacak ölçüde kadın girişimcilerin yaşadıkları diğer sorunlardır.

Kadın girişimciliğinin artırılması konusunda nasıl bir çözüm önerisi getirdikleri sorulduğunda: "Kadın girişimciliğinin artırılması için yapılabilecek en etkili çözüm olarak Edirne'deki Kadın girişimciler %38 oranı ile finansal desteklerin artırılması cevabını vererek sermaye yetersizliğinin giderilmesinin önemine vurgu yapmıştır Kadın girişimciliği ile Finansal durum (sermaye yetersizliği) arasındaki ilişki çok çarpıcıdır. Hemen ardından %24 oranı ile Kadınlara yönelik Meslek edindirme eğitim/kurslarının artırılması, %19 ile Kadınların

girişimciliğe özendirilmesi, %12 ile kadın girişimciliğinin devlet tarafından desteklenmesi ve son olarak %7 ile kadının çalışma hayatına katılması konusunda toplumun bilinçlendirilmesi cevabı gelmektedir.

Tablo 13. Kadın Girişimciliğinin Arttırılması İçin En Etkili Çözüm

Çözüm	Frekans	Frekans %
Kadın girişimciliğinin devlet tarafından desteklenmesi	12	12
Kadınların girişimciliğe özendirilmesi	11	19
Meslek edindirme eğitim/kurslarının artırılması	22	24
Finansal desteklerin artırılması	38	38
Toplumun bilinçlendirilmesi	7	7
Kadın eğitiminin artırılması	10	
Toplam	100	100

Türkiye'de ve Edirne'de kadınların iş gücüne katılımını destekleyen kurumsal ölçüde eğitimler ve destekler verilmektedir. Ancak araştırma sonuçlarına göre bu verilen desteklerin yeterli olmadığı ortaya çıkarılmıştır. Kadın girişimciliğini geliştirmek adına verilen desteklerin belki de en büyük etki sağlayıcı, kadınlara sağlanan mikro kredilerdir. Mikro kredi, kadınların geri ödenebilir kredi ile desteklenmesi şeklinde kadın girişimciliğinin geliştirilmesi için kullanılan finansal bir araçtır. Mikro kredi yoluyla kadınlar ekonomiye kazandırılmakta ve yaratılan istihdam ile ulusal gelirin artması amaçlanmaktadır. Mikro kredilerin ana amacı, imkansızlıkları nedeniyle işgücüne katılmayan insanları, özellikle de kadınları destekleyerek yoksullukla mücadele etmektir.

Ülkemizde mikro krediler Türkiye İsrافی Önleme Vakfı tarafından uygulanmakta olup İl Özel İdareleri tarafından verilmektedir. 2009 yılında 59 şehirde açılan şube sayısı 75'e ulaşmış; sayısı 44 bin civarına ulaşan yoksul kadın 117 milyon TL'ye yakın mikro kredi kullanmış, kredilerin tamamı geri ödenmiştir. Kredilerin geri dönüşünün sağlanmış olması kadınların aldıkları kredilerle kendi işlerini kurarak işgücüne katılımını ve iş hayatlarına başarılı olarak devam ettiklerini göstermektedir [24].

Tablo 14. Kadın Girişimciliğinin sağladığı Fayda

Fayda	Frekans	Frekans %
Gelir düzeyim yükseldi	32	32
Özgüvenim arttı	17	17
Toplumun/ailemin bana saygısı arttı	15	15
Çocuklarımla iletişimim iyileşti	12	12
Kendime saygım arttı	24	24
Toplam	100	100

Kadın girişimcilere aktif iş yaşamında olmalarından dolayı sağladıkları faydalar sorulduğunda % 32 ile "gelir düzeyim yükseldi" cevabı elde edilmiştir. Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarının ekonomik anlamda kendilerine katkı yaptığı ortadadır. % 24 oranı ile "kendime saygım arttı" % 17 ile "ölgüvenim arttı" cevaplarının alınması kadınların çalışma hayatına girmeleri ile psikolojik olarak kendilerini daha iyi hissettiklerinin bir göstergesidir. Benzer şekilde "Toplumun/ailemin saygısı arttı" ile "Çocuklarımla iletişimim iyileşti" cevaplarının

azımsanmayacak ölçüde varlığı kadın girişimciliğinin kadına yansıttığı diğer pozitif katkılardır.

Tablo 15. Kişilik Özellikleriniz

Kişisel Özellik	Frekans	Frekans %
Kendine güvenen	15	15
Hırslı	12	12
Çalışkan	24	24
Risk alan	9	9
Yenilikçi	5	5
Geleneksel	7	7
Yaratıcı	4	4
Korkak	-	-
Tembel	-	-
Toplam	100	100

Kadın girişimcilere kişisel özellikleri konusunda bir sorgulama yapıldığında kadınların en fazla % 24 oranı ile kendilerini “çalışkan” olarak tanımladıkları tespit edilmiştir. Bunu sırası ile “kendine güvenen”, “hırslı” ve “risk alan” cevapları izlemiştir. Kadın girişimcilerin kendilerini korkak ve tembel olarak görmemesi sevindirici bir durumdur.

SONUÇ

Bu çalışmada asıl olarak kırsal turizmde kadın girişimciliğinin teorik arka planı ile Edirne’de yapılan alan araştırması bulguları üzerine genel bilgiler verilmiştir. Araştırmada; kırsal turizm betimlenerek, kadın girişimciliği kırsal turizm ilişkisi Edirne ölçeğinde irdelenmiştir. Kadın girişimciliğinin kırsal turizm açısından analiz edilmesi gibi aynı amaca hizmet edecek çeşitli bölgelerde yapılacak farklı çalışmaların gerçekleştirilmesine faydalı olması temel hedeftir.

Araştırma sonuçlarına göre Edirne’de kırsal turizmin gelişiminde kadın girişimciliğinin katkısının olduğunu söylememiz mümkündür. Kadınlar özellikle kırsal turizm odaklı yerel/yöresel ürün üretiminde gözardı edilmeyecek ölçüde katkılar yapmışlardır ve Edirne turizmi açısından lokomotif durumunda olan tarihi, turistik ve yerel geleneklerini sürdüren bir güce sahip konumdadırlar.

Edirne’de kırsal turizm odaklı kadın girişimciliğinin gelişmesiyle geleneksel aile yapısı, kadının ekonomik düzeyi, kadının psikolojik durumu ve toplumun kadına bakış açısı olumlu yönde değişim göstermektedir. Kırsal turizmin gelişmesi kadının sosyo-ekonomik güçlenmesine, gelir ve istihdam artışına, bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Kırsal turizmin her mevsim yapılabilir olmasından dolayı kalkınmanın sürdürülebilir ölçekte sağlanabilmesi de mümkündür.

Söz konusu olumlu katkılara rağmen kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldığı birtakım sorunlar da mevcuttur. Kadın girişimciliğinin daha etkin kılınabilmesi için, mevcut sorunlara yönelik çözümler üretilmelidir. Özellikle finansal destekler, kurumsal çalışmalar, proje eğitim, bilinçlendirme ve farkındalık programları öncelikli hedefler olmalıdır.

Kırsal turizmi geliştirmek daha çok kadınların faaliyeti ve etkinliği gerçekleşmektedir. Bu nedenle Edirne’de kırsal turizmi geliştirebilmek için kadın girişimciliği destekleyecek çeşitli projeler geliştirilmelidir. Bu konuda Edirne Valiliği, Edirne Belediyesi, Trakya Üniversitesi,

ETSO başta olmak üzere özel/kamu kurum ve kuruluşlarına, sivil toplum örgütlerine görevler düşmektedir.

Edirne ilinin turizm değerlerini incelediğimizde özellikle kırsal turizmde kazandırılacak pek çok değer olduğu bilinmektedir. Edirne ilinde sanayileşmenin geride kaldığı göz önünde bulundurularak, turizmin kent için önemli bir dinamik ve bir çıkış noktası konumunda olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle ilin değerlerini yaşatma, istihdam olanağı sağlama, göçleri en aza indirme, kadının ekonomik rolünü aktifleştirme, yeni gelir kaynakları sağlama adına Edirne ilinde var olan turizm faaliyetleri ile birlikte kırsal turizmin entegre edilmesi gerekmektedir. Araştırma sonuçlarına dayanarak Edirne’de Kırsal turizmde kadın girişimciliğinin artırılması için aşağıdaki önerileri geliştirmek mümkündür:

- Edirne’deki konaklama tesislerine ilaveten, kadın girişimcilerin aktif rol alabileceği tarihi Edirne evleri pansiyonculuğu geliştirilmelidir.
- Trakya Kalkınma Ajansı, Avrupa Birliği gibi hibe veren kuruluşlarla genç ve kadın girişimcilerin bir araya gelmesi sağlanmalıdır.
- Kırsal turizm odaklı Edirne halkına eğitimler verilmesi ve turizm konusunda bilinçlendirilmelidir.
- Seyahat acenteleri ve tur operatörleriyle iç turizm ve uluslararası turizm açısından işbirliği içerisinde bulunulmalıdır.
- Örnek kadın girişimci projelerinin ve başarılı kadın girişimci hikayelerinin rol model olması için kamuoyunda duyurulması sağlanmalıdır.

• Meslek odalarında eğitim olanakları (turizm sektöründe kadın girişimciliğini özendirilmeye yönelik eğitim programları, mevcut iş yapan kadın girişimcilere yönelik pazarlama, muhasebe, finansman, vb. gibi alanlarda eğitimler vermek, rehberlik etmek gibi) artırılmalıdır.

Bir ülkenin kalkınması açısından kadının girişimciliği son derece önemlidir. Ekonomik güçlenmenin en önemli koşulu olan işgücüne katılımda kadınların karşılaştığı engeller kaldırılmalıdır. Kadın girişimciliği, ekonomik ve toplumsal hayatta önemli yarar ve fırsatlar yaratarak, ülke ekonomilerini geliştirmede katkılar sağlamaktadırlar. Kadının her alanda aktif katılımı sağlanmadan ve karar almanın bütün düzeylerine eşitlikçi toplumsal cinsiyet ana yaklaşımı yerleştirilmeden kalkınma ve çağdaşlık hedeflerine ulaşılamayacaktır.

KAYNAKLAR

- [1] Harbalıoğlu M. Özel G. Erkan B. 2013, “Edirne İlinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Sosyo-Ekonomik Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi” Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, International Journal of Social and Economic Sciences 3 (2): 55-61, 2013, ISSN: 1307-1149, E-ISSN: 2146-0086, www.nobel.gen.tr
- [2] Erdoğan, N. (2010). “Eko-turizm ve Doğa Temelli Turizmin Geldikleri Noktada Kavramsal Çerçeve”. Orman Eko Sistemlerinde Eko-turizm Çalıştay ve 10. Yılında TODEG. Ankara, s:42-51.
- [3] Pezikoğlu F, 2012, Sürdürülebilir Tarım ve Kırsal Kalkınma Kavramı İçinde Tarım-Turizm-Kırsal Alan İlişkisi ve Sonuçları, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22): 83-92, ISSN: 1309-9132, www.kmu.edu.tr
- [4] Karakaş, A., (2012), “Eğil İlçesi Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23): 5-18

- [5] Ahıpaşaoğlu S. ve Çeltek, E. (2006). Sürdürülebilir Kırsal Turizm. Ankara: Gazi Kitabevi. s.12.
- [6] Fidan F., ve Nam D, (2012), Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler:Kadın Girişimciliği-Taraklı Örneği, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (23): 51-57, ISSN: 1309-9132, s.51.
- [7] Küçükaltan, D. (2002). “Bir Ekolojik Kriz Alternatifi Olarak Kırsal Turizm ve Kırsal Turizmin Akdeniz Ülkeleriyle Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Çalışma” [Bildiri],3.Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Bildirileri, 7-8 Kasım 2002, 306-312, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- [8] Çıkmış, A., H. Çeken, ve M. Uçar. (2009). “Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları”. Tarım Ekonomisi Dergisi, 15(1):1-8.
- [9] Soykan F., (2004), “Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyü’ne (İzmir) Uygulanması”. Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir. s.114.
- [10] Yılmaz E., Kiper T. (2008), Şarköy-Kumbağ Arasında Kırsal Kalkınmayı Destekleyici Turizmin Olabilirliği ve Yerel Halkın Rolü, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, Journal of Tekirdag Agricultural Faculty*, 5 (2), 159-168.
- [11] Hoşgör A G., (2011), “Kalkınma ve Kırsal Kadının Değişen Toplumsal Konumu: Türkiye Deneyimi Üzerinden Karadeniz Bölgesindeki İki Vaka’nın Analizi”. *Nermin Abadan Unat’a Armağan*, 219–248.
- [12] Öztürk, Y., ve İ. Yazıcıoğlu. (2002). “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma”. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 183–195.
- [13] Afshar, H.(1991).” Women, Development and Survival in the Third World”. Londra: Longman, s.15.
- [14] Atakan A.G.,(2013) Kırsal Dönüşümün Kadınların Deneyimleri Üzerine Etkileri: Avanos,VII.Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı 1, Editör: Prof.Dr. Muammer Tuna, ISBN 978-605-4397-33-4, s.33-45, Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- [15] Tarlak, Ş., (2007),Mumcularda Kırsal Turizm Modeli, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Yayını, İzmir, s.31.
- [16] Yetim, N. (2002). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği” [Women Entrepreneurs as a Social Capital: Mersin Case], *Ege Akademik Bakış Dergisi*, C. 2, Sayı:1, s.79.
- [17] Ecevit, Y.(1993). Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeğinin Konumu ve Değişen Biçimleri, Kadın Bakış Açısından Kadınlar (der. Şirin Tekeli), İstanbul: İletişim, s.117–128
- [18] Eagly, A. & Johnson, B. (1990). Gender and Leadership Style: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 108, 233–256.
- [19] Özyaka, Onay M., (2009), Kadın Girişimcilere Yönelik “Strateji Geliştirmede” Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün mü?, Sakarya Üniversitesi, Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi, Bildiri Kitabı, 240-257, 5-7 Mart 2009, Sakarya.
- [20] TÜİK (2012), İstatistiklerle Türkiye 2011, Türkiye İstatistik Yıllığı 2011 Özeti, Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası, Haziran, Ankara.
- [21] Kırsal Alanda Kadının Güçlendirilmesi Ulusal Eylem Planı (2012 - 2016),(2012), Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara, s.22, ISBN: 978-605-4672-15-8.
- [22] Boyacıoğlu, E.Z. (2002): Turizmin Edirne İline Sosyo-Ekonomik Katkısı ve Yerli Halkın Yaklaşımı, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Edirne, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- [23] UFUK H. ve ÖZGEN Ö. (2001): “The Profile of Women Entrepreneurs:a Sample From Turkey”, *International Journal of Consumer Studies*, Cilt:25, Sayı:4, ss.299-308,s.302.
- [24] K.S.G.M. (2012). Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Türkiye’de Kadının Durumu, Nisan, Ankara.