T.C.

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ

İLİŞKİLERİ ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİLERİ

TOLGA ALBAYRAK

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. M. ENGİN SANAL

EDİRNE 2022

Tezin Adı: Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Ekonomik Büyümeye Etkileri

Hazırlayan: Tolga ALBAYRAK

ÖZET

Girişimcilik, bugünkü anlamını Sanayi Devrimi ile kazanmıştır. Sanayi Devrimi'ne kadar el işçiliği, zanaatkarlık gibi dalların perspektifinde gelişen bu kavram, teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgi temelli üretime ve hizmetler sektörüne odaklanmıştır. Girişimci, ekonomik anlamda mal ya da hizmet üretmek ve ürettiği bu ürünü kara çevirebilmek için üretim faktörlerini elinde bulunduran ve bu girişimin sonunda oluşacak tüm riskleri üstlenen kişidir. Tüm bunları yaparken kendi donanım ve bilgisini kullanarak mal ve hizmetler dünyasına yeni bir bakış açısı getiren kişidir.

Girişimciliğin istihdam artışına, ekonomik refahın gelişmesine ülkelerin gelişmişlik seviyesine doğrudan etkisi olduğundan, gelişmiş ülkeler, genellikle girişimciliğin önemini erkenden fark edip buna destek olmuşlardır. Girişimcilik ekonomik katkının yanında toplumsal katkıda da bulunur. Girişimciliği benimseyen ve destekleyen ülkelerin toplumları daha yaratıcı ve yenilikçidir.

Girişimciliğin önemini fark eden ve onu destekleyen ülkeler nüfusun yarısını oluşturan kadınların da girişimcilik alanına dahil edebilmek için çalışmalara başlamıştır. Dünya genelinde, gelişmiş ülkelerin kadınları girişimciliğe özendirme konusunda hevesli olduğu gözlemlenmekte ve kadınların girişimcilik alanında erkeklere yakın seviyede olduğu görülmektedir. Gelişimini sürdüren ülkelerde ise kadınlar bu konuda erkeklerin oldukça gerisindedir. Ülkemizde kadın girişimciliğinin önemi

özellikle 90'lı yıllardan sonra fark edilmiş ve bu alanda çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Her ne kadar kadın girişimciliği konusunda bazı çalışmalar yapılsa da gelişmiş ülkelerin oldukça gerisindeyiz. Bunun kültürel ve toplumsal bir çok sebebi bulunmaktadır. Eğitim, kadının toplumdaki rolü, cinsiyet ayrımcılığı gibi sebeplerden kadın bir türlü çalışma hayatına dahil olamamaktadır.

Nüfusun yarısını oluşturan kadınların, yaşadıkları toplum tarafından bu şekilde dışlanıyor olması ülkemiz adına oldukça düşündürücü ve üzerinde durulması gereken bir sorundur. Dünyada kadın girişimcilerin çok olduğu ülkelerin gelişmişlik seviyesi oldukça yüksek ve GSYH rakamları tatmin edici seviyededir. Bir toplumun gelişebilmesi, yeniliğe, yaratıcılığa açık olması, ekonomik alanda özgür bir seviyeye gelebilmesi kadınların iş hayatına dahil edilmesinden geçer. Çalışmamızda kadınların iş hayatına neden dahil olamadıkları, girişimcilik konusunda neden engellerle karşılaştıkları ve kadınların girişimci sayıları arttıkça ekonomik büyümeye ne gibi etkilerinin olduğuna dair değerlendirmeler yapılacaktır. Yapılan çalışmada kadın girişimcilerin ülkemizde karşılşatıkları sorunlara değinilerek bir farkındalık oluşturması ve bu sorunlar kaldırılırsa ekonomik refahın sağlanmasına yönelik nasıl katkılarının olacağına dair bir fikir temeli oluşturacağı düşünülmektedir.

Name of Thesis: Women's Entrepreneurship in Turkey and Effects on Economic Growth

Prepared by: Tolga ALBAYRAK

ABSTRACT

Entrepreneurship gained its current meaning with the Industrial Revolution. This concept, which developed in the perspective of branches such as handicraft and craftsmanship until the Industrial Revolution, focused on knowledge-based production and services sector with the development of technology. An entrepreneur is a person who has the factors of production in order to produce goods or services in an economic sense and to turn this product into profit and undertakes all the risks that will arise at the end of this enterprise. While doing all this, she/he is the person who brings a new way to the world of goods and services by using his own equipment and knowledge.

Since entrepreneurship has a direct impact on the increase in employment, the development of economic welfare and the level of development of countries, developed countries are generally the ones that recognize the importance of entrepreneurship early and support it. Entrepreneurship makes a social contribution as well as an economic contribution. The societies of countries that embrace and support entrepreneurship are more creative and innovative.

Countries that realize the importance of entrepreneurship and support it have started to work to include women, who make up half of the population, in the field of entrepreneurship. It is observed that developed countries around the world are enthusiastic about encouraging women to entrepreneurship and it is seen that women are close to men in the field of

entrepreneurship. In developing countries, women are far behind men in this regard. The importance of women's entrepreneurship in our country has been noticed especially after the 90's and studies have been started in this field. Although there are some studies on women's entrepreneurship, we are far behind developed countries. There are many cultural and social reasons for this. Due to reasons such as education, the role of women in society, and gender discrimination, women cannot be involved in working life.

The exclusion of women, who make up half of the population, by the society they live in, is a very thought-provoking problem for our country and needs to be addressed. The development level of the countries with a large number of women entrepreneurs in the world is quite high and the GDP figures are at a satisfactory level. The development of a society, its openness to innovation and creativity, and the ability to reach a free level in the economic field depend on the inclusion of women in business life. In our study, evaluations will be made on why women cannot be involved in business life, why they encounter obstacles in entrepreneurship, and what effects women have on economic growth as the number of entrepreneurs increases. In the study, it is thought that women entrepreneurs will raise awareness by addressing the problems they face in our country, and if these problems are removed, it will create an idea base on how they will contribute to the provision of economic welfare.

TEŞEKKÜR

Yapmış olduğum çalışmada yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen tez danışmanım, Prof. Dr. M. Engin Sanal ve yüksek lisans eğitimimi tamamladığım Trakya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümü tüm hocalarıma teşekkürü borç bilirim. Hayatımın her alanında olduğu gibi, yüksek lisans eğitimim sürecinde de desteğini her anlamda hissettiren ve yanımda olan anneme ve dostlarıma teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**
ABSTRACT ..... **iii**
GİRİŞ **1**
BİRİNCİ BÖLÜM **4**
1. GİRİŞİMCİLİK **4**
1.1. Girişimcilikle İlgili Temel Kavramlar 4
1.1.1. Girişim 4
1.1.2. Girişimci 6
1.1.3. Girişimcilik 8
1.2. Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler 12
1.3. Girişimciliğin Toplumsal Önemi 15
1.4. Girişimcilik Türleri 17
1.4.1. Ticari Girişimcilik 18
1.4.2. İç Girişimcilik 18
1.4.3. Kamu Girişimciliği 19
1.4.4. Sosyal Girişimcilik 20
1.4.5. Kurumsal Girişimcilik 21
1.5. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları 22
1.5.1. Girişimciliğin Avantajları 22
1.5.2. Girişimciliğin Dezavantajları 23
1.6. Dünya'da ve Türkiye'de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi 25
1.6.1. Dünya'da Girişimcilik 26
1.6.2. Türkiye'de Girişimcilik 33
1.6.2.1. Osmanlı Dönemi 33
1.6.2.2. Cumhuriyet Dönemi 35
1.6.2.3. 1980 Sonrası Dönem 37
1.7. Türkiye'nin Girişimcilik Performansı 40
İKİNCİ BÖLÜM **44**
2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ **44**
2.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı 45

2.1.1. Toplumsal Cinsiyet Rolleri 46
2.2. Kadının Çalışma Hayatındaki Yeri Ve Önemi 48
2.3. Kadın Girişimciliği 54
2.3.1. Kadın Girişimciliğinin Tanımı 54
2.3.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri 56
2.3.3. Kadın Girişimci Tipleri 57
2.3.3.1. Geleneksel Girişimci 57
2.3.3.2. Yenilikçi Girişimci 57
2.3.3.3. Evcimen Kadın Girişimci 58
2.3.3.4. Radikal Kadın Girişimci 58
2.3.4. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler 59
2.3.5. Türkiye'de Kadınların Girişimci Olma Nedenleri 61
2.3.6. Kadın Girişimciler İle Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar 62
2.3.7. Kadın Girişimciliğinin Önündeki Engeller 65
2.3.7.1. İş Kurma Aşamasında Yaşadıkları Sorunlar 67
2.3.7.2. İş Kurduktan Sonra Yaşadıkları Sorunlar 68
2.3.8. Türkiye'de ve Dünyada Kadın Girişimciliğinin Gelişimi 68
2.3.8.1. Dünya'da Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği 69
2.3.8.2. Türkiye'de Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği 80
2.3.8.2.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem 81
2.3.8.2.2. Cumhuriyet Sonrası Dönem 83
2.3.9. Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar 91
2.3.9.1. KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı 92
2.3.9.2. KSGM: Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü 92
2.3.9.3. İŞKUR: Türkiye İş Kurumu 93
2.3.9.4. ABİGEM: Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri 94
2.3.9.5. KADAV: Kadınlarla Dayanışma Vakfı 95
2.3.9.6. KAGİDER: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği 95
2.3.8.7. Kadın Girişimcilere Kredi Desteği Veren Bankalar 96
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 98
3. EKONOMİK BÜYÜME VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ İLİŞKİSİ 98
3.1. Ekonomik Büyüme 99

3.1.1. Ekonomik Büyümeye Etki Eden Faktörler 103
3.1.1.1. Sermaye Birikimi 104
3.1.1.2. Nüfus Ve İş Gücü 104
3.1.1.3. Doğal Kaynaklar 105
3.1.1.4. Teknolojik Gelişme 106
3.1.1.5. Sanayileşme 107
3.1.2. Girişimciliğin Ekonomik Büyümeye Etkisi 108
3.1.3. Kadın Girişimciliğinin Ekonomik Büyümeye Etkileri 111
3.2. 1990-2020 Yılları Arasında Türkiye'nin Kadın Girişimciliği Performansı .. 116
3.3. Kadın Girişimcilere Yönelik Politikalar 120
SONUÇ 124
Kaynakça 129

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Girişimcinin Özellikleri 13
Tablo 2. Klasik İktisat Yazarlarına Göre Girişimcilik Tanımları..... 27
Tablo 3. Çağdaş İktisat Yazarlarına Göre Girişimcilik Tanımları 29
Tablo 4. Osmanlı Dönemi'nde Kurulan İşletmeler ve Faaliyet Gösterdikleri Sektörler 35
Tablo 5. 2020 Küresel Girişimcilik Endeksi Sıralamaları..... 41
Tablo 6. 2019 Yılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Endeksi ve Sıralaması 42
Tablo 7. 1999-2010 Ar-Ge Harcamalarının GSYİH'ye Oranı (%)..... 42
Tablo 8. Türkiye'de Kadınların İşgücüne Dahil Olmama Nedenleri (Bin Kişi, 2004-2018) 51
Tablo 9. Çalışma Hayatı Süresi (+15 Yaş, 2013-2018) 52
Tablo 10. Türkiye'de 2004 Sonrası İşsizlik Oranları (+15 Yaş)..... 53
Tablo 11. Kadın-Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar 64
Tablo 12. Seçilmiş Ülkelerde 15-64 Yaş Arası Kadın/Erkek İşgücüne Katılım Oranı (%)..... 73
Tablo 13. Kadın Girişimcilik Endeksi(Puan ve Sıralama) 80
Tablo 14. Türkiye'de 1990-2020 Arası Kadın İşgücü Katılım Oranları (Bin Kişi).. 85
Tablo 15. Türkiye'de Kadınların Eğitim Durumu (2019)..... 88
Tablo 16. Kadınların İstihdam, İşsizlik Oranları(2020) 89
Tablo 17. Türkiye'de Kadınların İşteki Durumları (bin kişi. 2017)..... 89
Tablo 18. 1990-2020 Yıllarında Türkiye'de Kadın Girişimci Sayısı ve Ekonomik Büyüme Verileri..... 117

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci 28
Şekil 2. Kadının İşgücüne Katılımı..... 54
Şekil 3. Kadınların Girişimci Olma Nedenleri 62
Şekil 4. Dünyada Kadın Girişimciliğindeki Makale Sayıları 70
Şekil 5. Dünya Üzerinde Kadın Girişimciliğinin Puanlamasına Göre Dağılımı 79
Şekil 6. İstihdamın Sektörel Dağılımı (%)..... 87

KISALTMALAR

GEM: Global Entrepreneurship Monitor (Küresel Girişim)

OPIC: Overseas Private Investment Corporation (Yurtdışı Özel Yatırım Şirketi)

ITA: International Trade Administration (Uluslararası Ticaret Yönetimi)

TDK: Türk Dil Kurumu

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AB: Avrupa Birliği

BM: Birleşmiş Milletler

KİT: Kamu İktisadi Teşebbüsü

TÜSİAD: Türkiye Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği

GEI: Global Entrepreneurship Index (Küresel Girişimcilik Endeksi)

UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı

TESK: Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

OECD: Organization for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı)

EWN: The Eurochambers Women Network (Avrupa Kadın Ağı)

FEM: Female Europeans of Medium and Small Enterprises (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Avrupalı Kadın)

AFWE: African Federation Women Entrepreneurs (Afrika Kadın Girişimcileri Federasyonu

MGI: Mckinsey Global Institute

UİS: Ulusal İstihdam Stratejisi Belgesi

GEDI: Global Entrepreneurship Development Instıtute (Küresel Girişimcilik Geliştirme Enstitüsü)

IMF: International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)

CEDAW: Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women (Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi)

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

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

KSGM: Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü

İŞKUR: Türkiye İş Kurumu

ABİGEM: Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri

KADAV: Kadınlarla Dayanışma Vakfı

KAGİDER: Kadın Girişimcileri Destekleme Derneği

GSYİH: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

INSTRAW: International Research and Training Institute For The Advancement of Women (Uluslararası Kadının İlerlemesi Araştırma ve Eğitim Enstitütüsü)

ILO: International Labor Organization (Uluslararası Çalışma Örgütü)

İKV: İktisadi Kalkınma Vakfı

EBRD: Europen Bank for Reconstruction and Development (Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası)

GİRİŞ

Girişimcilik, insanlığın gelişimini sağlayan önemli etkenlerden biridir ve tarihsel süreçte çeşitli evrimler geçirerek varlığını sürdürmeyi başarmıştır. Küreselleşme sonucu ekonomik olarak pek çok alanda değişimler meydana gelmiş ve girişimcilik de bundan etkilenerek değişim sürecini devam ettirmiştir. Günümüzde, ülkelerin varlığını sürdürebilmeleri için en önemli etmenlerin başında, girişimcilik gelmektedir. Bilgi temelli yenilik ve yaratıcılık barındıran fikirleri, bir ürün ya da hizmete dönüştürmek, girişimciliğin temelini oluşturduğunu söyleyebiliriz. Geçmişte bu bir işi öğrenip pazarlamak kadar basit bir eylem olsa da günümüzde bu eylem girişimcilik anlamında yetersiz kalmaktadır. Değişen piyasa ekonomisi ve müşteri profiline en uygun ürün ya da hizmet sunulması yönünde başarılı olan girişimciler ayakta kalarak sürekliliğini devam ettirebilmektedir. Bunu sürdürebilmenin en temel yolu, değişen teknolojiye entegre olarak bilgiye dayalı yenilikçi girişimci modeline geçmekten gelmektedir.

Kadın iş gücünün, bu zamana kadar iş gücüne tam olarak dahil edilmemesine rağmen, kadınların ekonomik anlamda üretken olmasından dolayı işletmeler tarafından potansiyel işgücü olarak görülmelerine neden olmuştur. Sanayi Devrimi ile birlikte ev dışında işçi olarak çalışan kadınlar, İkinci Dünya Savaşı sırasında erkeklerin savaşa gitmesi ve savaş sonucunda erkek nüfusunun azalması ile birlikte iş hayatında daha fazla yer almak durumunda kalmışlardır. Fakat artık işçi olarak değil; savaş sonrası babalarından ya da eşlerinden kalan iş yerlerini işleten kadın patronlar olarak iş hayatında yer almışlardır. 1970'li yıllarda küreselleşme sürecinin başlaması ile iletişim ve ulaşım kolay hale gelmiş ve kadınların dünya genelinde girişimsel aktiviteleri artış göstermeye başlamıştır.

Liberal ekonominin yaygınlaştığı ve benimsendiği 1980'li yıllardan sonra girişimcilik kavramı, tüm dünyada daha çok kullanılan bir kavram olmuştur. Bu dönemde girişimciler için fırsat olan serbest piyasa koşulları yalnızca erkekler için değil kadın girişimciler için de bir fırsat olarak görülmüştür. Bu dönemde, kadınların yönetim becerileri fark edilmiş, erkeklere oranla bu konuda daha başarılı oldukları keşfedilmiş ve girişimcilik alanında kadınlara yönelik teşvik politikaları artmaya başlamıştır. Kadınlara yönelik bu pozitif gelişmeler dünya genelinde kadın girişimci sayısının artmasına zemin hazırlamışsa da istenilen seviyelere gelmesi henüz söz konusu değildir.

Kadınlar girişimcilik alanına dahil olurken, genelde bildikleri iş konusunda küçük işletme ya da atölyeler açarak üretimlerini gerçekleştirme fırsatı bulmuşlardır. Daha sonra zaman geçtikçe, girişimcilik konusunda yeteneklerini fark eden ve üretim konusunda uzmanlaşan kadınlar, ekonomik anlamda kalkınma sağlanmasına olumlu katkılar vermişlerdir.

Ülkelerin, ekonomik kalkınmalarını sağlayabilmeleri için kendilerine gelen yeni bir fikre sahip girişimcileri desteklemeleri son derece önemli bir husustur. Bu konuya erkenden önem veren ülkelerde, girişimciler hükümet ya da dernekler yoluyla nakdi ve ayni yolla desteklenmektedir.

Hem Türkiye'de hem de dünyada özellikle 2000'li yıllardan sonra yeni fikir sahibi insanlara yönelik destekler artmakta ve ekonomik anlamda planlamalar buna göre hazırlanmaktadır. Dünyada ve Türkiye'de girişimciliğin geliştirilebilmesi için kadının çalışma yaşamına dahil edilmesi son derece önemlidir. Bu bağlamda, kırsal alanda erkeğin yanında yardımcı olarak çalışan kadının, çalışma hayatına dahil edilmesi desteklenmiş ve kırdan kente göç hareketi başlayarak tarımdaki iş gücü, sanayi ve hizmet sektörüne yönelmiştir. Türkiye'de kadın girişimciler destek görüyor olsa da henüz istenilen seviyede ve yeterli değildir.

Çalışmamzın amacı, Türkiye'de kadın girişimciliği ve gelişmesinin önünde duran engeller değerlendirilerek, önündeki engellerin kaldırılması sonucunda ekonomik büyümeye ne gibi katkılarının olacağını incelemektir.

Türkiye'de kadın girişimciliği ve ekonomik büyümeye etkilerinin incelendiği bu çalışmada, birinci bölümde literatür taraması yapılarak girişimciliğin Türkiye ve dünyadaki durumu incelenmiştir. Türkiye ile dünyadaki kadın girişimciliği karşılaştırılarak, dünya ölçeğindeki raporlardan faydalanılmış, konuya dair bir bakış açısı geliştirilmiştir.

Bu bölümde, girişimcilik ile ilgili temel kavramlar üzerinde durularak, girişimciliğe kavramsal bir perspektiften bakılmış ve girişimciliğin önemi, özellikleri, ekonomistlerin girişimcilik tanımlarına yer verilerek, Türkiye'de ve dünyada girişimcilik performansları incelenmiş, girişimciliğin tarihsel süreçte gelişiminden bahsedilmiştir. Ayrıca, Türkiye ile dünyadaki kadın girişimcliği karşılaştırılmıştır.

İkinci bölümde, kadın girişimciliği kavramına açıklık getirilerek dünyada ve Türkiye'de kadın girişimciliğinin gelişimi, kadın girişimci tipleri, özellikleri, neden girişimci oldukları, devletin kadın girişimcilere destekleri ve önünde bulunan engellerden bahsedilerek, kadın girişimciliği kavramına geniş bir perspektiften yaklaşılmıştır.

Üçüncü bölümde ise ekonomi, ekonomik büyüme, ekonomik kalkınma kavramlara açıklık getirilerek; kadın girişimciliğinin Türkiye'de ekonomik büyümeyle olan ilişkisi tablolar ve sayısal veriler ile incelenerek, çalışma sonuçlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞİMCİLİK

Çalışmanın bu bölümünde girişimcilikle ilgili kavramlar ve girişimcilikle benzerlik gösteren bazı kavramlara yer verilerek girişimcinin özelliklerinden bahsedilmektedir. Girişim, girişimci ve girişimcilikle ilgili literatür bilgilerine yer verilmektedir. Girişimcilik türleri, literatürden faydalanılarak tek tek açıklanmaktadır. Girişimcilik olgusunun tarihsel gelişimi ve Türkiye'deki gelişimi detaylı şekilde incelenerek girişimciliğin avantaj ve dezavantajlarına yer verilmiştir.

1.1. Girişimcilikle İlgili Temel Kavramlar

1.1.1. Girişim

Girişim kavramıyla ilgili literatür araştırmalarının sonucunda girişim ile ilgili birçok tanıma rastlanmaktadır. Bazı araştırmacılar, girişimin doğa, emek, sermaye kavramlarının bir araya gelmesiyle oluştuğunu söylerken, bir diğer kesim ise girişimi, işletmelerin kar yapmak amacıyla yeni bir mal ya da hizmeti üretme faaliyetinde bulunarak toplumun faydalarına sunması olarak ifade etmektedir. Başka bir deyişle girişim, doğal kaynakları, sermaye ve insan gücünü bir araya getirerek toplumun hem ekonmik hem de toplumsal olarak kalkınabilmesi amacıyla kullanan ve birleştiren bir mekanizmadır (Demir, 2018, 1-2). TDK'ya göre ise girişim, bir işe girişme, teşebbüs, şeklinde açıklanmaktadır (Tdk, 2019, ET, 14.01.2020). Fakat, bu *"işe teşebbüs"* etme durumu her zaman olumlu sonuçlanmaz. Çünkü bir teşebbüsün başarılı bir şekilde hayata geçirilebilmesi için girişimcinin, tüm engelleri aşarak ortaya yeni bir mal ya da hizmet sunabilmesi ya da daha önce

yapılmış bir şeyi geliştirerek tüketiciye sunması gerekmektedir. Ve bu durumu yenilikçi bir anlayışla sürdürebilmelidir.

Bir işe teşebbüs etmenin en temel nedeni, üretim faaliyetinde bulunmaktır. Toplumun ihtiyaçları doğrudan karşılanamaz ya da bu ihtiyaçlar doğada üretilmiş şekilde hazır bulunmaz. Dolayısıyla girişim doğada hazır bulunmayan bu insan ihtiyaçlarını karşılyabilmek adına üretim yapma etkinliğinde bulunmalıdır (Tutar Altınkaynak, Terzi, 2013, 3). Yapılan bu üretim, bir mal ya da hizmet üretimi şeklinde olabilir. Örneğin buğday doğada yetişen bir ürünken, buğdaydan elde edilen ekmek, doğada hazır olarak bulunmaz. Ekmeğe ihtiyaç duyulan bir bölgede doğru bir noktada bir fırın açılırsa girişimden söz edebiliriz.

Girişim kavramından bahsederken "işletme" kavramına değinmeden geçmek mümkün değildir. Kimi araştırmacılar, girişimi işletmeden farklı olarak değerlendirir ve işletmeyi üretim yapan mekan olarak tanımlarken, girişimi de bu üretimi yapan bir ya da daha çok işletmenin hukuki, mali ve iktisadi birimi olarak değerlendirmektedir (Bozacı, 2015, 1-2). Bu noktada girişime bir örnek vermek gerekirse akla ilk gelecek olan şey "Coca Cola Enterprise Inc" şirketi olacaktır. Kısaca bu şirket bir girişimken, bu girişime bağlı bir şekilde içecek üreten fabrikalar ve bunu satan mağazalar işletmedir. Bu sebeple, kar amacıyla sermaye kullanılarak açılan yer olarak açıklanan işletme için başarılı bir teşebbüs sonucu ortaya çıkmaktadır, yorumu yapılabilir. Başka bir deyişle işletmelerin ortaya çıkabilmesi için başarılı bir girişimin olması gerekmektedir (Demir, 2018, 2).

En basit haliyle, kar elde etmek amacıyla kurulan ve satılabilen mal ya da hizmet üreten girişim kavramının birçok özelliği olsa da temel olarak aşşağıdaki özelliklerden bahsetmek mümkündür (Özdevecioğlu & Karaca, 2015, 13-14);

- Girişimlerin temel hedefi kar elde etmektir.
- Satılabilir mal ya da hizmet üretimi gerçekleştirmek.
- Üretim, kadrolama, finansman, kayıt ve dosyalama gibi birçok işlev yerine getirilir.
- Öz ve yabancı finansal kaynaklardan oluşur.
- En temel bileşenleri beşeri ve maddi kaynaklardır.

Son olarak söylemek gerekirse girişimler, ülke ekonomisine doğrudan katkılıdır ve en küçük yapı taşlarıdır. Dolayısıyla ekonomiye doğrudan yön verebilme özelliğine sahiptirler.

1.1.2. Girişimci

Bu kavram üzerine yapılan literatür araştırmalarında kavramın net bir tanımına rastlanmamaktadır. Ortak bir paydada toplanılmasa da birçok araştırmacı girişimcilik kavramını açıklamak için belli başlı temel konuları (risk, arbitraj, sermayenin tedarik edilmesi, üretim faktörlerinin koordinasyonu vb.) ele almıştır. Bu ortak fikir birliğine varılamamasının sebebi olarak, iktisat biliminin girişim konusuna yeterince önem vermemesi söylenebilir (Demir, 2018, 3).

Kelime kökenine baktığımız zaman, latince bir şey yapmak ya da bir şeyi üstlenmek anlamına gelen entreprende kelimesinden meydana gelmektedir (Sobel, ET:16.01.2020). Fakat, günümüz anlamına en yakın kullanımı olarak, iş ya da iş yeri ile ilgili kullanılması 18. yy. Fransa'sına dayanır. İlk başlarda tiyatrolarda kavrama anlamından yola çıkarak destekleyici nitelikte kullanılsa da daha sonraları "entrepende" ile başlamak; "entrepreneur" ile de girişimci şeklinde kullanılmaya başlanmıştır (Çelik, 2018, 11-12). Girişim kelimesi, bir iktisatçı tarafından akademik anlamda ilk olarak İrlandalı Cantillon tarafından kullanılmıştır(Sobel, ET:16.01.2020).

1775 yılında "Ticaretin Doğası Üzerine" yazdığı bazı denemelerde bu kavramı günümüze en yakın anlamını ifade edecek şekilde kullanmıştır (Çelik, 2018, 11-12). Fakat, girişimci kelimesinin daha popüler hale gelmesini sağlayan iktisatçılar, 1800'lü yılların başında bu kelimeye akademik yazılarında yer veren Jean-Baptista Say ve John Stuart Mill'dir. Say'a göre girişmci, kaynakları az verimli yerlerden daha verimli yerlere taşıyanken, Mill ise girişimciyi bir işletme riskini ve yönetimini üstlenen kişi olarak tanımladı (Sobel, ET:16.01.2020).

Daha sonra birçok iktisatçı, yazılarında bu kavrama yer vererek bugüne kadar gelmesini sağlamıştır. Fakat bu tanımların en kabul görenini ise Avustralyalı iktisatçı Joseph A. Schumpeter 1934 yılında "The Theory of Economic Development" isimli çalışmasında, girişimciyi yenilik yaratan ve topluma sunan kişi, şeklinde yapmıştır (Demir, 2018, 5-6). Scuhumpeter'e göre girişimci, bir işe girdiğinde kar ya da zarar edebileceğini öngören ve bu işe kalkışan kişidir. Dolayısıyla girişimciyi diğerlerinden ayıran en önemli özellik, onların bakıp göremediğini görmesi, bu durumu fırsata çevirebilmesidir (Çelik, 2018:11-12).

Günümüz koşullarında girişimci kavramına bir açıklama getirecek olursak girişimcilik, iktisadi anlamda mal ya da hizmet üretmek ve bu ürünü ya da hizmeti pazarlayabilmek için kar etme güdüsüyle kalkışmış olduğu girişimin doğuracağı tüm riskleri göze alan ve buna katlanan kişidir. Girişimci kavramına iktisadi açıdan bakacak olursak, kaynaklar konusunda öngörüde bulunan, işi planlayan ve girdilerin işlenmesini sağlayan ve ortaya çıkan ürünü kar etmek amacıyla tüketicilere sunan yenilikçi kişidir (Erbaşlar, 2017, 3).

Son olarak girişimci ile ilgili belirtmemiz gereken en temel özellik giriştiği işte yeniliğe ve yaratıcılığa açık olmasıdır. Çünkü girişimci denince akla hala iş sahibi, yeni şirket kuranlar ya da bir işi devam ettirenler gelmektedir. Bu yaklaşım sadece halk arasında değil akademik çevrelerce de

sık sık dile getirilmekte, hatta ve hatta hazırlanan ekonomik politikalarda da kendisine yer bulabilmektedir. Kısaca açıklamak gerekirse her işletme açan ya da sermaye sahibi olan kişi girişimci değildir. Babasından mahalle bakkalını alıp bakkallık mesleğine devam eden kişi girişimci sayılmaz. Girişimci sayılabilmesi için risk almalı bakkal dükkanını büyütmeli ve yeniliklere açık olarak müşterilerinin karşısına o şekilde çıkmalıdır. Bu şekilde hareket etmediği takdirde yeniliklerin altında kalarak ezilmekte, bu çıkan yenilikler işlettiği bakkal dükkanı için yıkım etkisi yaratmakta ve kepenk indirmek zorunda kalacaktır (Kılıç, 2016, 5-6).

Bu durumu basit bir örnekle açıklayacak olursak, bir iş hanına çay ocağı açan kişi girişimci değildir. Fakat, kentin gelişeceği ve Türk insanının yaşam tarzının daha Avrupai bir şekle evrileceğini öngören bir kişi bu durumları gözlemleyerek doğru bir noktaya kahve dükkanı açarsa girişimcidir. Çay ocağı açan kişinin girişimci sayılabilmesi için ise iş hanında müşterilerine çay ve kahveden farklı içecekler sunabilmesi ve zaman içerisinde bu yeniliklerine devam etmesi gerekmektedir (Kılıç, 2016, 6).

Girişimci kavramını son olarak kısaca özetleyecek olursak girişimci, belli gözlemlerinin sonunda bir noktada olmayanı görerek belli bir hazırlığın sonunda yeniliğe açık bir şekilde olmayan şeyi tüketicilerin kullanımına sunan kişidir ve bunu yaparken oluşabilecek tüm riskleri göze alabilecek, gözü kara bir kişi ya da kişilerdir.

1.1.3. Girişimcilik

En basit ve çok kullanılan şekliyle girişimcilik, kar etme arzusuyla risk alabilen ve bir işe teşebbüs eden kişinin yapmış olduğu atılımdır. Bu kavram son yıllarda iş hayatında sıkça adı geçen bir konudur ve popülerleşmeye başlamıştır (Girişimcilik Nedir? Girişimci Kime Denir?,

2019, ET:15.01.2020). Bu kavrama daha geniş bir ifade getirmek gerekirse girişimcilik, piyasa şartlarında yatırım yapılacak sermayeyi en karlı şekilde gelir sağlamak amacıyla mal ya da hizmet üretecek şekilde yönlendirme durumudur (Okur, 2003, 11).

Girişimcilik, kişinin zihninde oluşturduğu emeği, fayda sağlayacak bir ekonomik değere dönüşmesi ve bunun sonucunda risk alarak bu sürece girme eğilimidir. Kısaca üretim faktörlerini bir noktada toplayarak mal ya da hizmet üretiminde bulunma sürecidir. Başka bir deyişle, belli bir iş fikrini üretime dönüştürmek için alınan risklerin bütünüdür (Tutar, Altınkaynak, Terzi, 2013, 5). Girişimcilikle ilgili bir çok farklı tanım yapmak mümkündür fakat son yıllarda girişimci kişinin kişisel özellikleri ve psikolojisi de bu tanımların içerisine dahil edilmektedir (Özdevecioğlu & Karaca, 2015, 21).

Girişimcilik, ürünü piyasaya sürmek için fikirlerin bir girişime dönüştürülmesi sonucu bu fikirleri bir mal ya da hizmete dönüştürme sürecidir. Fakat girişimciliği bu kadar basit bir tanımla açıklamak mümkün değildir. Girişimcilik örgütsel, yönetsel ve pazarlama üçlüsüyle değerlendirilmesi gereken bir zaman dilimidir. Bu noktada Miller girişimciliği üç ana unsurda (risk alma, yenilik, proaktiflik) savunurken Slevin ve Coin bunları tek başına yetersiz bulmuştur. Slevin ve Coin bunların yanında uygun kültür ve organizasyonun sağlanması gerektiğini aksi takdirde girişimcilikte başarının tam anlamıyla sağlanamayacağını ileri sürmüşlerdir (Zhao, 2005, 26). Bu noktadan yaklaşımla, Slevin ve Coin çevresel etmenlerin girişimcilik üzerinde ne denli etkisi olduğunu öne çıkarmaktadır.

Girişimcilik, yeni bir şeyler yaratma sürecidir. Bahsettiğimiz bu sürece gelinirken girişimcilik, yöneticilikten ayrılmamış ve genellikle ekonomik perspektiften değerlendirilmiştir. Daha sonra işletme yönetimi ve kişisel terminolojinin iç içe geçmesi ile girişimcilik, risk alarak servet yaratma şeklinde geliştimiştir. Girişimcilik tüm meslek dallarında bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse mühendislik, tıp ve psikoloji

dallarında bile girişimcilik kavramı karşımıza çıkabilir. Girişimcilik, finansal, psişik ve sosyal riskleri de kapsayarak doğru zaman ve çaba gösterilerek yeni bir şey yaratma sürecidir (Hisrich, Langan-Fox, Grant, 2007, 576).

Girişimcilik, yeni iş alanlarının doğmasına büyük oranda katkı sağlamaktadır. Dolayısyla ülkelerin ekonomik rekabet güçlerini belirlemede de son derece önemli rol oynamaktadırlar (Özdevecioğlu, Karaca, 2015, 22). Çünkü girişimcilik demek yeni iş yerleri ve istihdam demektir. İstihdamı artan ülkenin üretimi de artar, dolayısıyla ekonomik rekabette öne doğru atılım yaparak büyümeye başlar.

Peki nereden geliyor bu girişimcilik kavramı? Bu sorunun cevabı 18. yy.'a dayanmaktadır ve bu kavram dilimize fransızcadan geçmiştir. Fransızca anlamı, bir şey yapmak olan entrepreneur kelimesi dilimize evrilerek bugüne kadar gelmiştir. Bu kavramı literatüre sokan Cantillon'dan sonra bugün kullandığımız şekilde kullanan ilk isim Fransız yazar Jean Baptiste Say'dır. Bu yazarın, girişimciliğin ön plana çıkmasına yardımcı olan ve özelliklerini belirleyen eseri ise "Von Thünen İn Derlsoierte Stad" isimli eserdir (Kılıç, 2016, 4). Çalışmamızın önceki bölümlerinde de bahsettiğimiz gibi, emek, sermaye ve doğa şeklinde tanımlanan üretim faktörlerine dördüncü bir üretim faktörü olarak girişimcilik de girmiştir.

Daha sonra bazı farklı yazarlar da yazılarında girişimcilik kavramından bahsetmiş ve girişimciliği risk alma, yenilikleri herkesten önce görme, fırsatları değerlendirme ve bunları ekonomik olarak değerlendirme şeklinde tanımlamışlardır. Dolayısıyla girişimcilik, yeniliklere açık ve gelecekte yaşanabilecek yenilikleri önceden fark edebilecek kapasiteye sahip kişilerin görüşüyle şekil alan ekonomik bir atılımdır (Kılıç, 2016, 3).

Tüm bu açıklamaların sonucunda girişimciliği açıklarken girişimcililk denince akla gelen en temel kavramlardan da bahsetmek gerekir. Bunlar (Kılıç, 2016, 3);

- Başlatma, bulma, yaratma
- Yeni işletme
- Yenilik, yeni ürünler, yeni pazar
- Fırsatların peşinden koşma
- Proaktif olma
- Kişisel fayda ve kar isteği
- Üretim yolları ve kaynaklar
- Yönetim
- Değer yaratma
- Değişim yaratma
- Büyüme isteği
- Girişim
- Sahip olma
- Sorumluluk alabilme
- Geleceğe yönelik planlı olma

Son olarak, girişimcilikle ilgili tüm bu açıklamaları yaparken dikkat etmemiz gereken en önemli husus, girişimciyi yönetici, iş adamı, işletme sahibi, sermayedar, işveren ya da patron gibi kelimelerle eş anlamlı olarak görmemeliyiz. Her ne kadar bu kavramlar girişimciliğin içerisinde olsalar da bugün bahsettiğimiz girişimci kavramının yanında tek başlarına yetersiz kalacaktır. Daha önce de belirttiğimiz gibi girişimci, yeniliğe açık, fırsatları öngören ve risk alarak hareket edebilen kişidir (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017, 12).

1.2. Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler

Girişimci, ekonomik anlamda mal ya da hizmet üretmek ve ürettiği bu ürünü kara çevirebilmek için üretim faktörlerini elinde bulunduran ve bu girişimin sonunda oluşacak tüm riskleri üstlenen kişidir. Fakat şimdiye kadar bir çok araştırmacı, girişimcilerin özelliklerini bulabilmek adına çok sayıda araştırma yapsa da bu konuda net bir fikir birliğine varılamamıştır. Çalışmamızın bu bölümünde bu konuda ön plana çıkan temel faktörlere yer verilecektir.

Bir girişimcinin başarı sağlayabilmesi için sahip olması gereken üç temel özellik mevcuttur; teknik beceriler, yönetimsel beceriler, kişisel beceriler. Bu özellikleri açacak olursak teknik beceriler iletişim konusu içermelidir. Çünkü iletişim açısından sessiz ve içine dönük bir kişinin örneğin, ticarette başarılı olabilmesi mümkün değildir. Teknik becerilerin arasında liderlik, raporlama, izleme ve örgütleme özellikleri bulunur. Yönetsel becerilere gelecek olursak, doğru bir planlamanın yapılması vizyon, misyon ve hedeflerin belirlenmesi hususunda becerilere sahip olması gerekmektedir. Son olarak kişisel becerilere bakarsak, proaktif olmak, iş disiplini, yeniliğe açıklık, başarıya aç olmak gibi özellikleri girişimcinin bünyesinde taşıması gerekmektedir (Aydınlık, 2017:16-17 & Kılıç, 2016, 6-7).

Tablo 1. Girişimcinin Özellikleri

Teknik Beceriler	Yönetsel Beceriler	Bireysel Beceriler
Sözlü iletişim	Amaçları belirleme	İçsel denetim
Çevresel gözlem	Karar verme	Risk alma
Teknik yönetim bilgisi	İnsan ilişkileri	Yenilik yapma
Teknoloji	Pazarlama	Değişimi yönetmek
Kişiler arası ilişki	Finans	Kararlı olma
Dinleyici olma	Muhasebe	Vizyon sahibi olma
Örgütlenme	Yönetim-Yönetim geliştirme	
Şebeke kurabilme	Denetim	
Yönetim türü	Sorun çözme	
Takım Oyuncusu lma	Girişim	

Kaynak: (Sönmez, Toksoy, 2015, 44)

Bunların dışında, girişimcide bulunan ve öne çıkan özellikleri sıralamak gerekirse (Erbaşlar, 2017:3 & Durak, İrmiş, Özdemir, 2017, 21-24);

- Organizasyon becerisine sahip olması
- Boş ya da kapasitesinin altında kullanılan kaynakları değerlendirmesi
- Riske karşı açık olması
- Fırsatları görebilmesi ve değerlendirebilmesi
- Herhangi bir duruma karşı ihtiyatlı olmak yerine tetikte olması
- Değer yaratması
- Oyunun kuralını baştan yazması
- Başarıya aç olması
- Kendine Güven

Yapılan bazı girişimcilik araştırmalarında en fazla bahsi geçen girişimci özellikleri şunlardır (Kutlu, 2006, 7-8);

İş kurmak için girişimci olmaya gerek yoktur. Asıl önemli olan işin devamını getirmek, büyümek ve varlığını sürdürebilmektir.

Girişimcilik ruhu sonradan kazanılmaz, girişimci doğulur. Doğuştan var olan bazı girşimcilik yeteneklerini yıllar içerisinde geliştirerek girişmcilik kapasitesi kazanılır.

Gerçek girişimciler kumarbazdır. Yani oluşabilecek tüm riskleri göze alan ve hesaplayandır.

Girişimciler, lider ruhludur. Dolayısıyla tek kişi ile başarılı olamayacaklarını bilir ve iyi bir takım çalışması kurup o takımı iyi yöneterek başarılı olmayı hedeflerler.

Girişimciler, işlerinde patron olarak kendilerini görürler dolayısıyla bağımsızdırlar. Ve çalıştıkları tüm herkese karşı sorumlulukları vardır.

Girişimciler, büyük firmalarda profesyonel olarak yöneticilik yapan kişilerden bile daha fazla çalışırlar fakat, bunu ispat edecek herhangi bir veri yoktur.

Girişimciler, stresli ve talep gören bir işte çalıştıkları için stres altında çalışmaya yatkındırlar. Fakat bu kadar stres altında çalışmalarına rağmen profesyonel yöneticilerden daha memnun bir iş hayatları vardır.

Girişimciler, sürekli öğrenmeye açık olduklarından dolayı başarısız olunan bir işte bile kendilerini başarısız saymazlar. Çünkü bu tarz mağlubiyetler girişimciler için öğrenme şansıdır ve yetenek ve fikirlerini bu şekilde geliştirirler.

Girişimciler için asıl önemli olan sermaye değil, fikirdir. Çünkü bilirler ki iyi bir fikir kendisine bir sermaye bulmakta zorlanmayacaktır. Fakat sermaye ile herhangi bir fikir üretemezsiniz. Sermaye, fikiri hayata geçirme konusunda bir araçtan ibarettir.

Girişimciler, genç ve enerji dolu olmalıdır. Her ne kadar altmışlı yaşlarında başarılı olan girişimciler olsa da bu konuda genel ortalama otuzlu yaşlardır.

1.3. Girişimciliğin Toplumsal Önemi

Girişimciliğin öne çıkan en önemli noktası, ekonomik anlamda büyümeye olan etkisidir. Fakat bunun yanı sıra toplumsal bazı faydaları da vardır. Daha önceki bölümlerde de bahsi geçen ve insanların yaşamını sürdürebilmek için bazı ihtiyaçları vardır ve bu ihtiyaçlar doğada hazır olarak bulunmaz, dolayısıyla bunları karşılamak için mal ya da hizmetlere gereksinim duyulur. Bu noktada girişimcilik, bu ihtiyaçları karşılama noktasında önemli rol oynamakta ve toplumun talebine cevap verebilmektedir.

Dünya Girişimcilik Platformu (GEM)'nun toplam 29 ülke arasında gerçekleştirdiği bir araştırmada çıkan sonuca göre, girişimciliğe değer veren ve uygulayan ülkelerde ekonomik büyümeye pozitif etki gösterdiği ortaya çıkmıştır. Girişimciliğin, özellikle küreselleşme döneminden sonra bu denli etkin olmasının ana sebebi ise yeni işletmelerin kurulması, istihdam yaratması, yeniliklerin çoğalması, ekonominin büyümesi, toplumun refahını yükseltmesi gibi katkılarının bulunmasıdır (İlter, 2010, 10 & Kutlu, 2006, 13).

Girişimcilik ve girişimciliğin geliştirilmesi teşviki a'dan z'ye tüm ülkeler tarafından desteklenmektedir. Çünkü girişimcilik, ülkelerin politik, stratejik, kültürel, sosyal, ekonomik, teknolojik ve psikolojik olarak yaşamını sürdürebilmesi adına son derece önem arz etmektedir (Özdevecioğlu, Karaca, 2015, 31).

Girişimcilik, mal ve hizmet üretiminde rekabeti arttırmaktadır. Dolayısıyla tüketiciye sunulan malın ya da hizmetin kalitesi artmakta ve fiyatı düşmektedir. Dolayısıyla girişimcilik, müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. (Tutar, Altınkaynak, Terzi, 2013, 36).

Girişimcilik, hem ülke ekonomi sorunlarının başını çeken istihdam yaratma sorununun çözülmesini hem de uluslararası anlamda etkinliği artan teknoloji ve ekonomilere ayak uydurmaları doğrultusunda ülkeleri bu anlamda hazırladıkları politika ve programlarda girişimcilik uygulamalarına daha fazla alan açmaya itmektedir (Özer, 2011, 12-13).

Bir ülkenin kalkınması hususunda ekonomik faaliyetlerin yeri kadar vergilerin de önemli rolü vardır. Devlet, topladığı vergilerle eğitim ve sağlık gibi alanlarda hizmet vererek topluma fayda sağlar. Dolayısıyla ülkedeki girişimci sayısı arttıkça üretimdeki katma değer de artar ve devlet de o oranda vergi toplayarak topluma hizmet edebilme gücünü arttırır (Tutar, Altınkaynak, Terzi, 2013, 36).

Girişimcilik ile toplumda soyutlanmış kişileri ekonominin içine katmak çok daha kolaydır. Azınlıklar, göçmenler, kadınlar girişimciliğe teşvik edilerek güçlü bir toplum oluşturmanın yolu açılabilir (Anonim, 2017, ET: 20.01.2020).

Girişimcilik, kişilerin özgüveninin artmasına ve yeteneklerini gün yüzüne çıkarmasına yardımcı olur. Bu sayede yetenekli insanlar ekonomiye kazandırılır ve büyümeye katkı sağlanmış olur.

Günümüz ekonomi dünyasında girişimcilerin en birincil görevi emeği bir araya getirmek, sermayeyi bulmak ve toprağı işlemektir. Ülkenizde toprağınız yoksa büyük firmalarınızı toprak sahibi ülkelere taşıyıp, orada elde ettiğiniz kazancı kendi ülkenize getirebilirsiniz, emek gücüne sahip değilseniz bu gücü transfer ederek üretimi devam ettirebilirsiniz ya da sermaye sahibi değilseniz fikrinizi sermaye sahiplerine göstererek kendinize bir sermaye yaratabilir ya da kredi sisteminden faydalanarak maddi zorlukların üstesinden gelebilirsiniz, fakat girişimcilere sahip değilseniz bu saydıklarımızın hiçbirini gerçekleştiremezsiniz (Kılıç, 2016, 10).

Bu önemli ayrıntıları fark eden ve kavrayan ülkeler, girişimcilere teşvik ve destek vererek ekonomilerini güçlendirmişlerdir. Kısaca varmamız gereken sonuç şudur; toplumun en önemli değer üretme kaynağı girişimcilerdir. Onların önünü olabildiğince açmak ve ufkunu aydınlatmak gerekir (Kılıç, 2016, 11-12).

1.4. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik türleri ile ilgili yapılan araştırmalarda çok net ve ortak bir mutabakata varılamamıştır. Fakat, çalışmamızda girişimcilik türleri arasında en çok kullanılan ve öne çıkan türlere yer vereceğiz.

Girişimcilik kavramını farklı şekillerde ele alabilmekteyiz. İnsanların girişimcilik yapmasının farklı farklı nedenleri vardır fakat girişimcilik olgusunun tek bir türü yoktur ve bir çok girişimcilik çeşidi bulunmaktadır. Bu sınıflandırmaları yaparken dikkat ettiğimiz hususlar uğraş alanları ve faaliyet bölgeleridir. Bu bağlamda girişimcilik türlerini aşağıdaki şekilde sınıflandırmak mümkün olacaktır (Tutar, Altınkaynak, Terzi, 2013, 57).

1.4.1. Ticari Girişimcilik

Bu girişimcilik türü, genel tanımlamalara en çok uyan ve üretim faktörlerinin bir araya getirilerek kar güdüsüyle mal ya da hizmet üretimini ifade etmektedir. Bu girişimcilik türüne verilen diğer isim, özel girişimciliktir. Bu anlamda ticaret adına yapılan her teşebbüs, bir ticari teşebbüstür. Örneğin; çay ocağı açmak, kadın nüfusunun fazla olduğu bölgelerde kozmetik ve makyaj ürünleri satan bir mağaza açmak gibi teşebbüsler ticari teşebbüstür (dilimiz.gen.tr, 2019, ET:20.01.2020).

Ticari girişimciler, toplumun ihtiyaç duyduğu şeyleri önceden fark edebilmeli ve bu ihtiyaca cevap verebilecek yeni fikir ve buluşlarla bunları hayata geçirebilmelidir. Bu girişimcileri diğerlerinden ayıran en önemli özellik, temel hedeflerinin kar elde etme isteği olmasıdır. Ticari girişimciler için sermayede herhangi bir artış gerçekleşmişse başarılı olunmuştur. Bu artışın neye göre belirlendiği ise bulundukları piyasanın durumuna göre belirlenmektedir (Demir, 2018, 86-87).

1.4.2. İç Girişimcilik

Girişimcilik sürecinin merkezinde iç girişimci yer almaktadır. *The American Heritage Dictionary of the English Language,* iç girişmciyi *"büyük bir firma içinde bir fikri risk alarak ve yenilik katarak daha karlı ve nihai bir ürüne ya da hizmete dönüştürme başarısını ya da sorumluluğunu üzerine alan girişimci"* olarak açıklamaktadır. Başka bir deyişle iç girişimciler orataya yeni bir ürün ya da hizmet koymak zorunda değil, ancak organizasyon içinde daha önceden bulunmuş bir iş fikrini daha karlı bir seviyeye getirme konusunda hünerlidirler (Ağca, Yörük, 2006, 161-162).

Tüm bunlardan yola çıkarak söyleyebiliriz ki, bir organizasyon ya da işletme içerisinde yetenekli olduklarını ispatlamış kişilerin, organizasyon içerisindeki diğer bireylerle belli birtakım ilişkiler kurmak suretiyle bu kişileri kendi hünerleriyle değerlendirip harmanlayarak başka bir girişimciliğin içerisinde başlayan bir girişimcilik türüdür. Kısaca iç girişimcilik, bir işletmenin küçük ya da büyüklüğünden etkilenmeksizin işletme içerisinde bulununan yetenekli ve yaratıcı kişilerin kendi fikirlerini özgürce ifade edebileceği ve hayata geçirebileceği bir girişimcilik türüdür (Balli, 2018).

İç girişimcilik kavramının en önemli özelliği, yalnızca belli bir sektör içerisinde değil tüm sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere yönelik olmasıdır. Çünkü iç girişimcilik, bir ekonomiyi verimlilik artışları, en iyi işletme uygulamalarının ortaya çıkarılması, endüstri alanlarının yeniden yaratılması ve işletmelerin uluslararası anlamda rekabet güçlerinin artması açısından etki gösterebilmesidir (Ağca, Yörük, 2006, 163).

1.4.3. Kamu Girişimciliği

Bu girişimcilik türü, 1970'li yıllarda dünyayı saran ekonomik krizle birlikte literatürde kendisine yer bulmuştur. Çünkü bu dönemde üretkenlik ve verimlilik azalmış, bunun sonucunda tüm ilgi kamu sektörü ve kar amacı gütmeyen kuruluşların üzerine kaymıştır. Bildiğimiz gibi, kamu kuruluşları vergilerle ayakta duran kuruluşlardır. Fakat ekonomik kriz sonucu üretimin azalması sonucunda elde edilen bu vergiler azalmış ve kamu sektörü kendi sermayesini üretebilmek adına yenilikçi ve girişimci davranışı benimsemiştir. Daha sonraları kamu örgütleri daha fazla esneklik ve daha az bürokrasi anlayışıyla hareket ederek girişimcilik anlayışını devam ettirmiş ve etkinliğini arttırmıştır. Bu anlayış, maliyetleri düşürmüş ve finansal gücü arttırarak kamu-kamu ve kamu-özel rekabetine yeniden can vermiştir (Özdevecioğlu, Karaca, 2015, 43-44).

Bunların dışında ekonomik krizin olmadığı zamanlarda liberal anlayışa ters düşse de özel sektörün bir fayda sağlayamayacağını anladığı ya da yatırım yapmak istemediği veya devletin tekel konumuna gelerek halkın menfaatlerini korumak adına da devlet girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadır (Tutar, Altınkaynak Terzi, 2013, 60).

1.4.4. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik, ekonomik yaşama bir ivme kazandırarak toplumu ilgilendiren birçok problemin çözülmesinde katalizör görevini üstlenmektedir. Bunun dışında çevresel problemleri de odak noktası olarak görmektedir (Balli, 2018).

Bir sivil toplum örgütü hareketi olarak değerlendirilmesinde yanlışlık yoktur ve sorunları çözme noktasında yalnızca kamu ya da özel sektörden beklenti içerisine girilmesinin fayda sağlamayacağı aşikardır (Özdevecioğlu, Karaca, 2015, 48).

Girişimci için değer, yeni ürün ya da hizmeti kolaylıkla karşılayabilecek ve piyasalara hizmet etmek üzere örgütlenmekte, böylece kar elde etmek üzere tasarlanmıştır. Girişimin en başından itibaren girişimci ve yatırımcınn bir miktar kar elde etmeleri beklenmektedir. Çünkü kar, bir girişimin devamlılığını sürdürebilmesi açısından dengenin sağlanması adına oldukça önemlidir (Martin, Osberg, 2007:sy).

Sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik arasında benzerlikler ve farklılıklar vardır. Her ikisinin de işleyiş şekillerinin birbirine benzediği hatta neredeyse aynı oldukları fakat sonuçlarında ortaya çıkan etkilerin farklılık gösterdikleri gözlemlenmiştir (Demir, 2018:92).

Kısaca bir açıklama yapmak gerekirse sosyal girişmcilik, kendisi için kar elde etmeyi ön görmemekte ve bu şekilde örgütlenmektedir. Bunun yerine, toplumun tamamına ya da büyük bir bölümüne sirayet edecek sorunların çözümünü hedeflemektedir. Ya da yetersiz hizmet veya oldukça dezavantajlı nüfusu hedeflemektedir (Martin, Osberg, 2007:sy). Fakat sosyal girişimcilerin kar amaçlı bir girişimcilik anlayışları olmaması, kar elde etmeyecekleri anlamına gelmez. Sosyal girişimciliği ticari girişimcilikten ayıran şey, karı reddetmesi değil sosyal faydayı karın önüne koymasıdır (Martin, Osberg, 2007:sy & Demir, 2018:92).

1.4.5. Kurumsal Girişimcilik

Kurumsal girişimcilik kavramına ilişkin yapılan araştırmaların birçoğunda 1929 dünya ekonomik buhranı ile II. Dünya Savaşı yıllarının sonlarına kadar geçen süreçte ortaya çıktığı daha sonra da ekonomik anlamda faydalı olduğu görülerek geliştirildiği (Özdevecioğlu & Karaca, 2015:37) görülse de bazı kaynaklarda 1970'li yılların sonunda ortaya çıkmaya başladığı fakat 1990'lı yıllardan sonra önem kazandığı (Erkocaoğlan, Özgen, 2009:204) belirtilmiştir.

Kurumsal girişimcilik, esas olarak bir üst girişimcilik şekli olarak görülmektedir. Büyük ya da küçük işletmelerin kendi aralarında küçük girişimcileri organize etmesidir. Kurumsal girişimcilik, olağanüstü koşulların sonucunda ortaya çıkmış ve iki temel ekonomik amacın çevresinde gelişme göstermiştir. Birinci amaç, zorlaşan ekonomik koşulların KOBİ'leri enkaz altına atmaya başlaması sonucu KOBİ'lere destek olmak ve devamlılık sağlamalarına yardımcı olmak ve günümüz koşullarında girişimcilere rol model olarak toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilecek yenilikçi girşimcilik anlayışını özendirebilmektir. İkinci amaç ise ülkenin ekonomik anlamda çıkarlarını uzun vadede garanti altına alacak girişimlerin kurulmasını teşvik

ederek kolaylaştırmaktır. Başk bir deyişle, geleceğin inşa edilmesini girişimcilikle sağlamaktır (Balli, 2018:sy).

1.5. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Bir girişimcinin, bir işe teşebbüs etmesi durumunda bazı avantaj ve dezavantajları olmaktadır. Girişimcilik dediğimiz şeyi yalnızca yeni bir iş kurmak yani olmayan bir şeyi yapmak şeklinde açıklarsak yanlış bir yorumda bulunmuş oluruz. Girişimcilik, yalnızca yeni bir iş kurmak değil, kurulmuş bir işi devralmak ya da isim hakkını devralmak şeklinde açıklanabilir. Bu şekilde kurulan her işin kendi içinde çeşitli avantaj ya da dezavantajları bulunmaktadır. Bu bölümde bu avantaj ve dezavantajları değerlendirmeye alacağız.

Türkiye'de ve dünyada her yıl on binlerce girşimci büyük beklentiler ile yeni işler kuruyor fakat bu girişimler farklı nedenlerle(satış azlığı, rekabetin fazlalığı, bilgisizlik, sermaye azlığı) iflasa sürükleniyor ve kapanmaya maruz kalıyor.

1.5.1. Girişimciliğin Avantajları

- **Bağımsızlık;** girişimci, kendi işinin patronudur ve karar verme merciinin kendisi olmasını ister. Dolayısıyla kendi kararlarını alma ve uygulama konusunda özgürlüğe sahiptir (Kutlu, 2006, 19).

- **Başarı duygusu;** girişimci, almış olduğu kararların tamamından kendisi sorumludur. Dolayısıyla bu kararlar

sonucunda bir başarı elde edilirse kişisel başarısı gelecek için kendisine motivasyon sağlar (Öztürk, 2016:26).

- **Saygınlık;** girişimcinin kurduğu işletmenin başarı sağlaması ve faaliyetine aynı başarıyla devam etmesi kişinin toplumda saygınlık kazanmasını sağlayacaktır. Bu sayede kişi toplum tarafından takdir edilebilmektedir (Öztürk, 2016:26).

- **Kişisel Gelişime Katkı;** girişimci, kurduğu işletmenin farklı faaliyet alanlarında görev üstlendikçe becerilerini kullanacak ve bu sayede gelişimini arttıracaktır. Diğer insanlara iş alanı yaratarak onların gelişimini sağlamasını görmek de girişimciye ekstra motive sağlaycaktır (yeniisfikirlerin.com, 2015, ET:27.01.2020).

- **Kar Etme;** Girişimci, başarılı oldukça kar elde edecek ve zenginleşecektir.

1.5.2. Girişimciliğin Dezavantajları

Çalışmamızın bu bölümüne kadar girşimcilik kavramının ne gibi faydalarının olduğundan bahsettik fakat bu kavramın avantajları kadar dezavantajları da bulunmaktadır. Öyle ki girişimcilik kavramının maddi ya da manevi dezavantajları bulunmasaydı şüphesiz girişimci sayısı günümüzdekinden çok daha fazla olurdu. Girişimciliğin dezavantajlarından şu şekilde söz edilebilir;

- **Sorumluluk;** girişimci, işletmenin kuruluş aşamasından her şeyden sorumludur. Dolayısıyla aldığı kararların doğuracağı

sorunların da üstesinden gelebilmek adına kararlar alarak bunları değerlendirmelidir (Kutlu, 2006:20).

- **Kendinden feragat;** işletme ilk kurulduğu yıllarda daha fazla çaba ve çalışma ister. Dolayısıyla girişimci ailesine vakit ayıramaz ya da hobilerinden feragat etmek zorunda kalır. Bu açıdan baktığımızda işletme, kişinin özel hayatından özveri de bulunmasını mecburi kılar (Öztürk, 2016:27).

- **Yalnızlık;** girişimci, aldığı kararlarda ve karşılaştığı sorunlarda yalnızdır. Dolayısıyla bu süreçte yanında birileri olsun ister (Arıduru, ty).

- **Zarara Tolerans;** özellikle küçük işletmeler alınacak herhangi bir yanlış kararda zarar etmekte ve kapanma riskiyle karşı karşıya kalmaktatır.

Bu saydıklarımız dışında işin aniden büyümesi, zamanın kısıtlı olmasından dolayı yeniliklerden müşteriyi haberdar edememe, sorumluluk bilinciyle çalışan ya da müşterilere hayır diyememe, tedarikçi firmalarla yaşanan sorunlar, iş ortamında güvensizlik, nakit akışında meydana gelen aksamalar gibi birçok dezavantajları bulunmaktadır (Kutlu, 2006:21-22).

Türkiye'de ücretli çalışanların %23'ünün kendi işini kurmak istemesinin sebebi, bağımsız olmak ve bağımsız hissetmek isteğidir. Bir yere bağlı ve zorunlu çalışmak yerine daha bağımsız bir ortamda kendine bağlı çalışmak ve bir işi yürütmek tercih edilebilmektedir. Yine %23'lük bir kesim, yetki kısıtlamasından dolayı daha inisiyatif sahibi olabilecekleri kendi işlerinde olmak istemektedirler. Yine ücretli çalışanların %15'i, karşılık alamama duygusunu hissettiklerinden dolayı kendi işlerini yapmak istiyorlar.

Bu kadar çalışmanın, özverinin karşılığında hak ettiklerini alamama düşüncesi çalışanları girişimci olmaya itiyor. Çalışırken ve tecrübe edinmişken, kurduğu hayallerin peşinden gitmek isteği ve gerçekleştirmek istediği hayallerin olması, çalışırken daha ileriye gidecek olamamayı görmesi, sektörde daha iyi bir firmanın bulunmaması ve iş açısından son tatmine ulaşmış olması, bir iş alanında kendisinin daha başarılı olabileceğine inanması kişilerin kendi işlerini yapmaya yönelten unsurlardır (Arıduru, ty).

1.6. Dünya'da ve Türkiye'de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimcilik kavramı, insanlığın tarihi kadar eskidir. Çünkü girişimcilik, insanlığın gelişmesinde rol alan en önemli olgudur. İlk çağlardan beri insanlık hayati önem arz eden ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına bir takım faaliyetlerde (avcılık, çiftçilik, hayvancılık, ticaret vb) bulunmaktadırlar ki bu da bir girişimcilik örneğidir. Girişimciliğin tanımına baktığımızda girişimcilik ihtiyaç bazlıdır (Aşkın, Nehir, Vural, 2011:56).

Girişimciliğe ilişkin gelişmeler zamanla üretim ve yönetim tekniklerinin gelişmesiyle çeşitli evrelerden geçerek günümüze kadar gelmiştir. Artık eskisi gibi atik ve tuttuğunu koparan girişimci anlayışı yerini sakin ve bilgiye kanalize şekilde düşünen yenilikçi anlayışa sahip girişimciye bırakmıştır. Bilgi toplumu girişimcisi teknolojik ilerlemeler, insan haklarının her şeyin üstünde tutulması, bireysel ve kurumsal bazda algılamayı değiştirmiş ve oluşan bu yeni algılama ve yorumlama ile girişimcilik çağdaş ve modern bir boyut kazanmıştır (Ercan Gökdeniz, 2009:59-60).

1.6.1. Dünya'da Girişimcilik

Girişimci kavramı, orta çağ döneminden bugüne değin birçok farklı şekilde ifade edilmiştir. Orta Çağ'da girişimci, üretimi planlayan kişi olarak tanımlanıyordu. Ancak bunu yaparken herhangi bir risk almıyor hatta devletin sağladığı kaynakları da kullanan kişi olarak tanımlanıyordu (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:129). Ancak 17. yüzyıla gelindiğinde risk ve girişimci arasında bağıntı kurulmaya başlandı. Girişimciler, devlet ile sözleşme yaparak kar ve zararı üzerine almaktaydı. Bu sözleşmelerde girişimciler tedarikçiden belli bir fiyatla mal satın alır ve piyasa koşullarına göre satarlardı. Piyasa koşullarının bu belirsizliği girişimcilerin risk almasına sebep olmaktaydı çünkü sözleşmede yazan fiyat sabitti fakat girişimcinin malı hangi fiyattan satacağı piyasa koşullarına göre belirlenmekteydi (İlter, 2010:25).

Sanayi Devrimi'nden önceki dönemde ise girişimciler, ticaret yapan kişiler ve kendi sermayesi ile iş kuran kişiler olarak görülmüştür. Fakat Sanayi Devrimi ile beraber girişimcilik, farklı boyut ve anlamlar kazanarak ekonomik anlamda değerini arttırmış ve toplumda daha önemli bir konuma gelmiştir. Bu dönemde klasik iktisat anlayışı ortaya çıkmış ve girişimciyi; her arz kendi talebini yaratır düşüncesinden yola çıkarak sermaye bulan ve bu sermaye ile işletme kurup fonksiyonlarının çalışmasını sağlayan kişi olarak tanımlamıştır (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:129).

Bu dönemde girişimcilik literatürüne önemli katkı yapan iktisatçı yazarlar çıkmıştır ve girişimciliği farklı şekillerde yorumlamış ve eserlerinde yer vermişlerdir (Özdevecioğlu, Karaca, 2015:27).

Tablo 2. Klasik İktisat Yazarlarına Göre Girişimcilik Tanımları

Richard Cantillon	Gelirin belirsiz, harcamaların ise belirli olduğu koşullarda faaliyet gösteren kişi
Jean Babtista Say	Hem üretim hem dedağıtımda merkezi bir koordinasyon rolü üstlenmiş kişi
Anne R. Jacques Turgot	Yapılan bir sermaye yatırımının sonucu olan kişi
Alfred Marshall	Mal ve hizmetler üreten aynı zamanda yenilik ve yöntemler sunan kişi
Max Weber	Verimlilik peşinde koşan ve ussal yönlerini ön plana çıkartan kişi
Joseph A. Schumpeter	Yenilikçi, sürekli değişime açık ve dengesiz kişi

Kaynak: (Özdevecioğlu ve Karaca'nın Girişimcilik Girişimci Kişilik Kavram ve Uygulama kitabından faydalanılarak hazırlanmıştır).

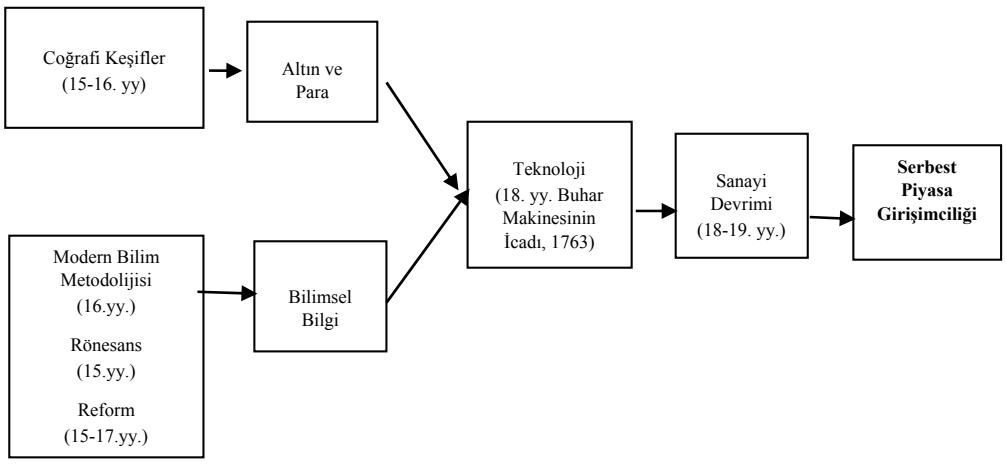
Dönemin yazarlarının yorumlarından anlaşılacağı üzere klasik dönemde girişimciliğin toplumsal yönleriyle ilgilenmekten ziyade yalnızca ekonomik fonksiyonu irdelenmiştir.

Sanayi Devrimi ile girişimcilik farklı boyutlara taşınarak toplumdaki önemini fazlasıyla arttırmış ve ekonomide üretim faktörü olarak yerini almıştır. Dönemin en önemli özelliği, kapitalist kelimesi ile girişimci kelimesini birbirinden ayırmasıdır. Çünkü sermaye sahibi ile sermayeye gereksinim duyan kişi arasında belirgin farklar bulunmaktadır. Özetle bir kişi yeni bir teknolojiyi üretecek fikre ve bilgiye sahip fakat bilgisini faaliyete geçirecek sermayeye sahip değildi. Daha sonra bu sermayeyi kapitalden sağlayarak bir girişimci modeline bürünmüşlerdir. Bu tip girişimler sonucunda kişinin varlık sahibi olması girişimcilik faaliyetlerinin artmasına sebebiyet vermiştir (Öztürk, 2016:12). Bu durumu bir örnekle açıklamak gerekirse; Thomas Edison'un teknolojik yeni bir ürün bulmasına karşın bu

ürünü üretebilmek adına gerekli sermayeyi çıkaramaması örneği verilebilir (Ercan, Gökdeniz, 2009:62).

Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesiyle birlikte Çağdaş Girişimcilik anlayışının da temelleri atılmıştır. Batı'daki merkantilist dönem girişimcileri yeni ticaret yolları sayesinde daha da güçlenmiş ve bu güçlerini siyasal ve ekonomik anlamda kullanmak adına yeni yatırımlar yapmışlardır. Bu durumun sonucunda da kazandıkları hakları daha iyi bir yaşam sahası oluşturmak için harcamışlardır. Bu harcamaların hepsi kendileri için daha elverişli bir yaşam için yapılmıştır. Sanayileşme ile birlikte üretim artarak ticaret serbestleşmiş ve genişlemiştir. Tam ve sert rekabetçi anlayış kendisini göstermeye başlamıştır (Ercan, Gökdeniz, 2009:63).

Şekil 1. Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci



Kaynak: (Ercan, Gökdeniz, 2009:62).

Şekil 1'e baktığımızda, Rönesans-Reform hareketliliği ve modern bilimin ortaya çıkmasıyla batı dünyası bilimsel bilgi üretmeye başladı ve coğrafi keşifler sonucunda elde edilen sermaye ile bilimsel bilgi birleştirilerek teknolojik ilerlemenin önünü açıldı. Buhar makinesinin icadı ile Sanayi Devrimi başlamış, çağdaş girişimcilik düşüncesinin temelleri sanayi

toplumları içerisinde atılmıştır. Bu bağlamda çağdaş girişimciliğin oluşmasında rol oynayan temel faktör bilimsel bilginin kullanılmasıdır. Sanayi Devrimi sonucunda meydana gelen bilimsel ve teknolojik ilerlemeler ile Avrupa ülkelerinin sömürgecilik anlayışı, üretimde ucuz hammadde ve ucuz işgücü ortaya çıkmıştır. Bu teknolojik ilerlemenin sonucunda iletişim ve ulaşım kolaylaşmış ve girişimcilik anlayışı Avrupa'dan sonra Amerika'ya da sirayet etmiştir. Artık dünyanın batısı hem devletlerin hem de girişimcilerin eliyle eşit güçlerin rekabet alanı haline dönüşmüştür (Ercan Gökdeniz, 2009:62, Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:129).

Tablo 3. Çağdaş İktisat Yazarlarına Göre Girişimcilik Tanımları

Shackle	Belirsizlik altında karar ve yaratıcılığı kullanan kişi
Kirzner	Keşif yapan ve kar fırsatlarını değerlendirme konusunda tetikte olan kişi
Marc Casson	Girişimciyi belirtici ve fonksiyonel olarak iki ayrıma sokmuş ve ayrı görevler vermiştir
Gifford Pinchot	İç girişimcilik kavramını literatüre sokmuş ve girişimciliğin yeni örgütler yaratması gerektiğini savunmuştur
Robert	Süreç içerisinde zaman ve enerji harcayarak değer yaratma ve kar elde etme

Kaynak: Özdevecioğlu ve Karaca'nın Girişimcilik Girişimci Kişilik Kavram ve Uygulama kitabından faydalanılarak hazırlanmıştır.

Klasik iktisat anlayışının benimsediği her arz kendi talebini yaratır düşüncesi 1929 Ekonomik Buhran ile beraber sorgulanmaya başlamıştır. Bunun sebebi, krizin sebebi olan talep yetersizliği ve pazarda arz edilen malların alıcı bulamamasıdır. Dönemin önde gelen iktisatçılarından Keynes'in öncülüğünde ekonomide talep en önemli belirleyici unsur olarak görülmüş ve üretim tüketicinin istek ve arzusuna göre dizayn edilmiştir. Dolayısıyla girişimcilik de buna göre şekillenmiş ve tüketiciye uygun mal ve

hizmet sunabilme adına risk alan bir üretim faktörü olarak görülmeye başlanmıştır (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:130). Bu dönemde şirketlerin büyümesi yavaşlamış ve refah devleti uygulamaları ön plana çıkmıştır.

1960'lı yıllara değin etkisini fazlasıyla hissettiren refah devleti uygulaması, merkeziyetçiliği, şirket yapısı olarak ölçek ekonomisini ve büyük işletme anlayınışı ön plana çıkarmıştır. Fakat 70'li yıllarda yaşanan petrol krizi sonrasında meydana gelen ekonomik bunalımlar merkeziyetçiliğin ve Keysenci politikaların sorgulanmasına yol açmıştır. Kullanılan sistem üretimde artan zorluklarala beraber fonksiyonunu kaybetmiş ve bu alanda yeni gelişmelerin (enformatik devrim, bilişim teknolojisi) yeniden yapılanmayı zaruri kılmıştır. Dolayısıyla dünya ekonomisinde oluşan bu yenilikler toplumu etkilediği kadar işletmelerin yapısını da etkilemiş ve değiştirmiştir (Aşkın, Nehir, Vural, 2011:61).

1970'li yıllarda bilgiye dayalı üretim şekline geçilmesi ve küreselleşmenin hız kazanmasıyla çok uluslu şirketler oluşmaya başlamış ve ekonomik anlamda sınırların ortadan kalkmasını sağlamıştır. Geri kalmış fakat sanayileşme çabası içerisinde olan ülkelerin ucuz emek yoğun üretim alanları, ABD ve Avrupa girişimcileri için cazip hale gelmeye başlamıştır. Bu bağlamda uluslararsı organizasyonlar ivedilikle kurulmuş ve faaliyet göstermeye başlamıştır. Bunlardan en önemlisi olan Uluslararası Özel Yatırım Birliği (OPIC) 80'li yıllarda dünyanın farklı yerlerinde yatırım yapabilmek adına uluslararası alanda çalışmalarını hızlandırmıştır. Fakat bunun dışında girişimcilerin, bu geniş alanda fırsatları yakalamaları ve değerlendirebilmeleri adına ülke içerisinde de organizasyonlar kurulmaya başlanmıştır. Örneğin; ABD'de kurulan Uluslararası Ticaret Birliği (ITA) bunlardan yalnızca bir tanesidir. ITA, ülke girişicmileri için başka ülkelerin imkanları hususunda bilgiler toplayarak girişimcilerin işini kolaylaştırmakta ve dünya pazarlarına ihracatı teşvik etmektedir (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:130-131).

Küreselleşme, beraberinde bilgi toplumuna geçişi getirmiş ve bilgiye dayalı üretimi ön plana çıkarmıştır. Bununla beraber toplum yapısı değişmiş fordist ve taylorist üretim mazide kalarak yerini esnek ve kitlevi üretime dayalı çeşit ekonomisine bırakmıştır. Dolayısıyla işletmelerin yapısında da bu yönde eğilimler olmuş ve büyük ölçekli işletmeler yerine küçük ve orta ölçekli işletmeler tercih edilmeye başlanmıştır (Özdemir, Ersöz, Sarıoğlu, 2007:60). 70-80'li yıllarda ekonomik faaliyetlerin büyük firmalardan küçük firmalara kaydığına dair pek çok kanıt vardır. Bunların en önemlisi, ABD'nin en büyük 500 işletmesinin bulunduğu Fortune 500'de 1970'lerde büyük firmaların istihdam oranı %20 iken 80'lere gelindiğinde bu oran %8.5'e kadar gerilemiştir. Audretsch ve Carlsson ekonomik gelişimin, değişik aşamalarında ülkelerdeki imalat sanayilerine ilişkin kanıtlarını ortaya koymaktadır. Carlsson büyük firmalardan küçük firmalara doğru kaymanın iki sebebi olduğunu öne sürmektedir. Bunlardan ilki, 70'li yıllardan itibaren dünya ekonomisinde meydana gelen köklü değişimler sonucu rekabetin artması ve pazarların küçük parçalara ayrılması iken ikincisi ise teknolojik ilerlemenin hız kazanmasıdır (Wennekers, Thurik, 2004:143-149).

Tüm bunların dışında, bilgi teknolojisi ve diğer teknik ilerlemeler işletmeleri sadece küçültmeye değil yapısal anlamda değişiklikler yapmaya mecbur bırakmıştır. Hammadde, bilgi ya da işgücü gibi kaynakların işletmelerin üretim fonksiyonunu karşılamak için ulusal anlamda yetersiz ya da pahalı olması, işletmeleri farklı ülkelerdeki işletmelerle bağ kurmaya itmiş ve buna bağlı organizasyonlar kurmaya yöneltmiştir. Bunun sonucunda firmalar uluslararası pazarlara açılabilmekte ve ürünlerini dünyanın her bölgesinde üretilebilir ve pazarlanabilir hale getirerek yeni rekabet ortamının oluşmasını sağlamaktadır. Oluşan bu yeni rekabetin temel faktörleri ise hız, esneklik, kalite ve hizmet üstünlüğü gibi küreselleşmenin hayatımıza kattığı faktörler olmuştur. Bunun sonucunda global anlamda rekabet etme durumunda kalan girişimciler, işletmelerinin ürettiği mal ya da hizmetleri en kısa sürede tüketiciye arz etmek durumunda kalmışlardır (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:131-132). Tüm bu sebepler girişimcileri üretim ve

pazarlamalarını daha ucuz bir şekilde yapabilecekleri ve eksikliklerini giderebilecek bölge ve işletmelerle ulusal veya uluslararası yeni şebekeler kurmaya itmiştir.

Dünyadaki girişimciliğin tarihsel gelişimine baktığımızda, 1990'lı yıllar küçümsenemeyecek ölçüde öneme sahiptir. Bu dönemde meydana gelen değişiklikler ve özellikle internetin gelişmesi, kadın ve çocuk gibi azınlıkların haklarının savunulması, çalışmamıza konu olan kadın girişimciliğinde meydana gelen artış, küreselleşme, kültürlerarası etkileşim, uluslararası stratejik iş birliklerinin artması ve yeni yönetim araçlarının meydana çıkması ile girişimcilik çok önemli bir şekilde etkilenmiştir (Çelik, 2018:21).

2000 yılına gelindiğinde, dünya genelinde birçok ülkenin girişimcilik faaliyetlerinde artışlar gözlemlenmiştir. 2006 yılından sonra Akademik Araştırma Konsorsiyumu (GERA)'nın yürüttüğü Dünya Girişimcilik Platformu (GEM) çalışmalarına 2013 yılında 68 ülke dahil olmuş ve GEM girişimcilik alanını geliştirmek ve bunu diğer ülkelere ve kitlelere yaymak için çalışmalar sürdürmüştür. Yine GEM'in 2011 yılında yaptığı bir araştırma sonucu yayınladığı raporda, 54 ülkeden 400 milyon girişimcinin katıldığı ve bu kişiler arasında 163 milyon kadın, 165 milyon genç ve 69 milyon yenilikçi girişimci yer almaktadır. Raporun bize verdiği bilgiler ışığında, girişimciliğin dünya ekonomisini canlandırma konusunda yadsınamaz derecede önemli bir rol oynayacağı göze çarpmaktadır (Demir, 2018:15).

Girişimcilik kavramının, uzun bir tarihi geçmişi olmasına rağmen yakın geçmişte çok az sayıda bilimsel çalışmaya konu olması, bu kavramın ekonomi biliminde yeterli ilgiyi görmediğini göstermetkedir. Bu durumun en temel nedeni, girişimcinin bir yönetici olarak düşünülmesi ve bu durumun 19. yüzyılda da sürdürülmüş olmasıdır. Sonuçta girişimci, serbest piyasa ekonomisinin en önemli yapı taşlarından biri olup, araştıran, zaman harcayan

ve yeni değerler üreten, muhtelif riskleri üstlenen ve sonunda maddi-manevi karşılığını alan kişidir (Aydınlık, 2017:7).

Tarih örneklerle doludur ve ekonomilerin canlı kalabilmesi için yenilikçi insalara ve işletmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla devletler girişimcilik konusunda itici güç olmalı ve girişimcilerin önünü açarak ekonomik büyümelerini sağlamalıdır.

1.6.2. Türkiye'de Girişimcilik

Türkiye'de girişimcilik tarihi, Türkler'in Anadolu'ya gelip yerleşik hayata geçmesine kadar dayanan hemen hemen bin yıllık bir süreci kapsamaktadır. Alman iktisat tarihçisi W. Sombart, ülkeleri tüccar toplumlar ve asker toplumlar şeklinde sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre ülkemizin son 20-30 yıla kadar asker toplumlara girdiğini söylemek mümkündür. Fakat son 20-30 yıla bakınca bu durumun değişmeye başladığını görebilmekteyiz (Aşkın, Nehir, Vural, 2011:61). Bu nedenle ülkemizdeki girişimciliği Osmanlı dönemi, Cumhuriyet dönemi ve 1980 sonrası dönem olarak üç ayrı şekilde incelemek mümkün olacaktır.

1.6.2.1. Osmanlı Dönemi

Türkler, yerleşik toplum düzenine geçtikten sonra ticaret ve zanaatkarlık alanında oldukça ilerleme kaydetmişlerdir. Özellikle Osmanlı Dönemi'nde ahilik sisteminin başarılı ve etkin bir şekilde yürütülmesi bunun en önemli örneklerindendir. Ancak Osmanlı hükümdarları imparatorluğu oluştururken katmanlı bir yapı ortaya koyarak katı bir iş bölümüne gitmiş ve Türkleri ticaretin dışına itmiştir ve bunun sonucunda girişimcilik uzun bir duraksama dönemine girmiştir. Bu iş bölümünde ticareti, Rum ya da

Yahudiler gibi azınlıklar üstlenirken Türkler askerlik ulemalık, bürokratlık, tarım ya da hayvancılık işlerine yönlenmiştir. Bunun sonucunda Türk nesli, 7-8 nesil boyunca ticaretin dışında kalmış ve girişimcilik kültürü oluşturulamamıştır. Fakat Osmanlı'nın son dönemine doğru bilhassa İttihat ve Terakki döneminde Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma ve Müslüman ve Türk iş adamı oluşturma hususunda önemli çaba sarf edilmiştir. Bu konu, İzmir İktisat Kongresi'nde de gündeme taşınmış ve temelleri atılmıştır (Durukan, 2006:27).

Osmanlı Devleti, 1908 yılında II. Meşrutiyet'in ilan edilmesiyle sanayileşmeye uyum sağlamaya başlamış ve ticaret ve sanayi sektörlerinin hareketlenmesiyle girişimcilik de canlanmaya başlamıştır. Daha sonra yerli halkın şirket kurmasını kolaylaştıran Teşvik-i Sanayi (1913) Kanunu ile bu durum desteklenmiştir. 1915 yılına gelindiğinde on ve üzeri işçi çalıştıran işletme sayısı 250'nin üzerine çıkmıştır. Bu işletmelerin neredeyse tamamına yakını İstanbul, İzmir ve Bursa çevresinde kurulmuştur. İşletmelerin yalnızca %20'si müslümanlara aitken kalan %80'lik büyük kısım gayri müslümler tarafından faaliyet göstermekteydi. Aşağıdaki tabloda bu dönemde kurulan işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörler ve türleri gösterilmiştir.

Tablo 4. Osmanlı Dönemi'nde Kurulan İşletmeler ve Faaliyet Gösterdikleri Sektörler

Sektör	İşletme Sayısı	Kamu Kuruluşu	Anonim Şirketi	Şahıs Şirketi
Gıda	75	1	8	66
Çimento, Kil, Seramik	17	1	5	11
Deri Sanayi	13	1	1	11
Kereste Sanayi	24	-	-	24
Tekstil Sanayi	73	18	10	45
Kağıt ve Basım	51	1	-	50
Toplam	264	22	28	214

Kaynak: (Demir, 2018:17)

1.6.2.2. Cumhuriyet Dönemi

Cumhuriyet döneminde girişimcilik, 1923 yılının şubat ayında Mustafa Kemal Atatürk'ün öncülüğünde İzmir'de gerçekleştirilen I. İzmir İktisat Kongresi'nde Türkiye'de ekonominin büyümesi girişimcilikle sağlanabilir kararı ile başlamıştır (İlter, 2010:27).

Genel anlamda yapılan araştırmalara bakarsak, cumhuriyet dönemi girişimciliğinin belirli dönemler aralığında incelendiğini görmekteyiz. İlk olarak 1923-1930 arası dönem göze çarpmakta ve bu dönemde öncelik ülkede ticari ve sanayi alanında gelişmeler yapabilmektir. Daha sonra Devletçilik dönemi olarak anılan 1930-1950 dönemi göze çarpmakta ve sonrasında liberal anlayış ekonomisine geçilen 1950-1960 dönemi gelişmekte sonrasında ülkenin planlı ekonomiye geçiş dönemi olarak bilinen 1960-1980 dönemine rastlamaktayız. (Candan, 2011:164).

1923-1930; bu dönemde savaşın etkileri ve bazı konularda yetersizliklerin olmasından dolayı girişimcilik konusunda beklenen ve istenen önemli gelişmeler sağlanamamıştır. Ancak ulusal ekonominin kurulması niyetiyle Türk'ten iş adamı yapma girişimleri ile girişmciliğe

teşvik etmek amacıyla bir takım önlemler alınmıştır. (İlter, 2010:27). Alınan bu önlemler ve belirlenen politikalar ışığında bu dönemde 178 anonim şirket kurulmuş ve Cumhuriyetin kuruluş dönemindeki imkansızlık ve yoklukları göz önüne aldığımızda girişimci sınıf oluşturma politikalarının bir nebze olsun başarılı olduğu da görülmüştür (Cansız , 2013:35). Dönemin en önemli atılımı, 1927 yılında çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu ile özel sektöre yatırım yapılmasının önü açılmış (Aydınlık, 2017:8) fakat daha iki yıl geçtikten sonra tüm dünyayı saran 1929 Büyük Ekonomik Buhranı, özel sektör yatırımlarının yapılmasına engel teşkil etmiştir.

1930-1950; ülkemizde 1923-1930 yılları arasında alınan kararlar bu yıllarda da artarak devam etmesine karşılık 1929 yılında yaşanan Büyük Buhran'ın etkisini göstermesiyle özel sektörde istenen adımlar atılamamıştır. II. Dünya Savaşı yıllarında savaş ekonomisi uygulanmış ve bu bağlamda varlık vergisi, iş dünyasında güvensiz bir ortam oluşmasına sebep olmuştur. Karma ekonominin benimsenmesinin en önemli sebebi ise piyasa koşullarının girişimciyi kötü etkilemesinden dolayı devlet desteğiyle girişimcinin kötü etkilenmesinin en aza indirgenmesidir. Özellikle Avrupa ve ABD'nin 1929 Büyük Buhran'dan sonra uyguladığı devlet desteği ile girişimcinin ayakta kalması ve sanayinin gelişmesi, Türkiye tarafındandan da karma ekonomi anlayışıyla benimsenmiş ve uygulamaya konulmuştur. Bu dönemde 1927 yılında çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu kapsamında ekonominin gelişmesini sağlayabilmek amacıyla yabancı uyruklu kişilere de kendi bilgi ve becerileri kapsamında Türk şirketlerinde çalışabilme olanağı sağlanmıştır. (Gümüşoğlu, Karaöz, 2014:104 & Cansız, 2013:36).

1950-1960; bu yıllar arasında ülkede meydana gelen siyasi ve toplumsal olaylar girişimciliğin gelişmesini önemli derecede etkilemiştir. Bunun sebebi ise ticaretteki güven ortamının sağlanamamasıdır. Yalnız insanların içindeki girişimcilik ruhu tam anlamıyla yok olmamış sadece dış etmenlere bağlı olarak azalmıştır (Gümüşoğlu, Karaöz, 2014:104). Dönemin en belirgin özelliği, cumhuriyetin ilk dönemlerinden itibaren uygulanan

karma ekonomi ve devletçilik ilkeleri piyasa tarafından reddedilmekteydi. Günümüzde faaliyetlerini sürdüren birçok kuruluşun temelleri bu dönemde atılmış olup girişimciliğin teşvik edilmesine yönelik pek çok politika uygulanmıştır. Bunlardan en önemli olanı ise tercihli kredi kullanımı, hükümet sözleşmeleri, ithalatçılara döviz kullandırılmasıdır (Aşkın, Nehir, Vural, 2011:67).

1960-1980; 50'li yıllarda insanların bastırılmış olan girişimcilik ruhu, Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulması ve birçok alanda planlama yapması sonucu ülkeye uygulanan sanayi politikasının ithal ikamecilik anlayışıyla birlikte yeniden gün yüzüne çıkmış ve bu düzenli çalışma ile bir dönem başarılı bir şekilde seyrini sürdürmüştür. Fakat daha sonra popülist politikalar, ideolojik kavgalar, petrol krizi, Kıbrıs Barış Harekatı ve son olarak yaşanan ekonomik ambargo gibi durumlar sonucunda dış borçların ödenmesi zorlaşmış, enflasyon ve işsizlik meydana çıkmıştır. Sonrasında yaşanan askeri muhtıra ve siyasi alanda yaşanan istikrarsızlıklar, iş dünyasının önünde koca bir duvar gibi dikilmiş ve gelişimini engellemiştir (Candan, 2011:166). 70'li yılların başında dünyada serbest piyasa ekonomisine geçiş başlamış ve bilgi toplumuna giriş yapılmıştır. Türkiye petrol krizi ve Kıbrıs çıkarmasının da etkisi ile bu döneme geç kalmış ve gerekli düzenlemeleri zamanında yapamamıştır (Öztürk, 2016:10). Fakat bu dönemde Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği(1971) kurulmuş ve girişimcilik tarihimiz açısından önemli bir adım atılmıştır.

1.6.2.3. 1980 Sonrası Dönem

Dönemin en belirgin ve öne çıkan özelliği, özellikle 1980-2000 yılları arasında dışa açık liberal bir ekonomi anlayışının benimseniyor olmasıdır. Avrupa başta olmak üzere, tüm dünyada kamu kurumları özelleştirilmeye başlamış ve devletin ekonomiye müdahelesinin azaldığı görülmeye başlamıştır. Türkiye'de bu değişime ayak uydurmuş ve 24 Ocak

1980 yılında 24 Ocak Kararları olarak da bilinen politikalarla ekonomik anlamda köklü değişimlere gitmiştir. 24 Ocak Kararları'nın uygulanmasının en temel nedeni, ülke ekonomisinin dış piyasa ile rekabet edebilmesi ve yabancı yatırımcıların ülkeye getirilmesinin özendirilmesi, ihracatın arttırılması, ekonomiye devlet müdahelesinin azaltılması, özel sektörde sermaye birikiminin özendirilmesi ve dolaylı olarak piyasanın özgürleştirilmesidir. Uygulanması planlanan bu hamleler ile bazı olumsuz faktörlerle karşılaşsa da piyasa merkezli ekonomik anlayışa geçiş bir şekilde sağlanmıştır. Yatırım yapan yabancı sermayede artış görülmesinde devletin özendirici politikalar uygulaması önemli rol oynamıştır (Candan, 2011:167).

1980'li yıllarda Kamu İktisadi Teşebbüsleri'nin (KİT) özelleştirilmesinin, bu sürecin başlangıcını oluşturduğunu söyleyebiliriz. Özelleştirme yukarıda da anlatıldığı üzere tüm dünyayı saran global bir durumdur. Fakat gelişmiş ülkelerde KİT'lerin özelleştirilmesi birikmiş sermaye ile kolayca yapılırken, bu durum Türkiye açısından daha sancılı bir süreçtir. Çünkü Türkiye'de KİT'lerin özelleştirilebilmesi için birikmiş bir sermaye bulunmamaktadır. TÜSİAD'ın kurulması ile benimsenen ithal ikameci ekonomi anlayışı Anadolu'da girişimciliğin özendirilmesine yönelik kredilerle ihracata yönelik bir ekonomik anlayışa yöönelmiş fakat gelişimini fason üretimden fazlasına geçirememiştir (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:137).

1990'lı yıllara gelindiğinde ise 80'li yıllardaki belirsizliğin hala devam etmekte olduğunu söyleyebilmekteyiz. Fakat tüm olumsuz gelişmelere rağmen ve 5 Nisan 1994 yılında yaşanan cumhuriyet tarihinin en büyük krizlerinden birinin yaşandığı dönemde bile Türk girişimciler başarıyla çıkmış ve ihracatta yapılan hamlelerle krizin etkilerinin büyük oranda hafifletildiği görülmüştür. Bu krizin sonrasındaki yıllarda meydana gelen krizlerde de bu anlayış belirgin bir şekilde uygulanmış ve başarılı olmuştur (Çelik, 2018:22). 1996 yılında dahil olunan Gümrük Birliği ile girişimcilerimiz ayakta kalabilme konusunda daha kolay yollar bulabilmişlerdir. Girişimcilik anlayışında sahip olunması gereken nitelikleri

bilen ve öğrenme eğiliminde olan, dış piyasalarla rekabet edebilmek adına yabancı dil öğrenen, teknolojik gelişime karşı duyarlı bir girişimci profili gelişmiştir (Aşkın, Nehir, Vural, 2011:69).

Tüm bu gelişmeler ışığında,, 1990 yılından bu yana ülkemizde özellikle genç kesimde girişimcilik eğiliminin arttığı görülmektedir. Bunun sebebi ise Gümrük Birliği'ne dahil olunduktan sonra ortaya konulan karamsar tabloların gerçekleşmemiş olmasıdır. Dolayısıyla 1980 yılı sonrasına baktığımızda cumhuriyet tarihinin ilk yıllarının tersinde Türk girişimciler piyasayı, kaliteyi ve rekabet etmeyi öğrenmiş, geleceğe yönelik olumlu bir tablo öne çıkarmıştır.

Girişimcilik konusunda 1990'lı yıllarda göze çarpan olumlu tablo 2000'li yıllarda da devam etmiş, internetin yaygınlaşması ve küreselleşmenin gelişmesiyle büyük ölçekli işletmelerimiz küresel ölçekli işletmelerle işbirlikleri yapmış ve Türkiye'de ve dünyanın birçok bölgesinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu gelişmeleri fark eden yalnızca büyük ölçekli işletmelerimiz değil orta ölçekli işletmelerimiz de bu profesyonel yönetim anlayışının önemini benimsemiş ve kavramıştır. İhracatın ülkemize ekonomik anlamda ne gibi katkıları olacağı artık herkesin malumudur ve yok sayılmamaktadır (Çelik, 2018:23).

Dünya çapında girişimcilik araştırmaları yapan GEM, 2006 yılında araştırmalarına Türkiye'yi de dahil etmiştir. Türkiye'deki girişimcilik oranı 2006 senesinde %6 iken 2011 yılında neredeyse iki kat artarak %11,9'a kadar yükselmiştir. 2006'da %2,2 olan girişimcilik potansiyeli oranı da 2011'de %6,3 olarak kaydedilmiştir (Demir, 2018:25). 2000'li yıllar Türkiye'de liberalleşmenin tamamen uygulanmaya başladığı ve en çok özelleştirmenin olduğu dönemlerdir. Bu politikalarla Türkiye'deki KİT'ler azalmış ve bunlara yapılan harcamalar da doğru orantıda azalmıştır. Yabancı sermayenin yurt içine girişleri özellikle 2000 sonrası büyük bir artış göstermiştir (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:138).

Türkiye'de son yıllara bakıldığında ise girişimcilikte çok önemli gelişmeler meydana gelmiştir. GEM'e göre ülkemizin 2010'lu yıllarda girişimcilik faaliyetlerinin fazlasıyla arttığı, demografik açıdan yaşı daha ileri, gelir düzeyi ve eğitim seviyesi yüksek kişiler tarafından gerçekleştirildiği ve kadınların da bu alana girebilmesi adına engellerin ortadan kaldırıldığı gözlemlenmektedir (Aydınlık, 2017:9).

1.7. Türkiye'nin Girişimcilik Performansı

Yukarda değinilen bütün bu olumlu gelişmelere rağmen Türkiye, girişimcilik endeksi noktasında gelişmiş ülkelerin çok gerisinde kalmakta ve teknolojik gelişmeler ve yeniliklere, gelişmiş ülkeler kadar kadar ayak uyduramamaktadır. Girişimcilik Endeksi, (GEI) ABD merkezli The Global Entrepreneurship and Development Institute tarafından ölçülen bir ekonomik aktivitedir ve ülkelerin girişimciliği teşvik etmek için ülke kaynaklarını nasıl tahsis ettiğiyle ilgilenmektedir. GEM, bu noktada iki temel unsura dikkat etmektedir. Bireylerin girişimci tutumu ve ulusal bağlamın bunu nasıl etkilediği. Daha özele inerek detaylı baktığımızda ise ülkenin eğitim düzeyi, teknolojisi, insan kaynağı, kültürel yapı, market algoritması gibi pek çok parametre vardır. Tüm bu parametreler ışığında tablo 6'ya baktığımız zaman, GEI'nin raporuna göre ülkemizin girişimcilik endeksi konusunda %43,7'lik düşük bir oranlar bir hayli geride olduğunu görebilmekteyiz.

Tablo 5. 2020 Küresel Girişimcilik Endeksi Sıralamaları

Ülke	Endeks (%)	Sıralama
ABD	83,4	1
İsviçre	78	2
Kanada	75,6	3
İsveç	75,5	4
Danimarka	74,1	5
Hollanda	67,8	10
Almanya	64,9	12
Fransa	64,1	13
Tayvan	60,7	16
BAE	58,8	19
Türkiye	43,7	36

Ksynak: (Yalçın, 2017, ET:04.02.2020).

İhracat ve ithalatta yaşanan artışlara rağmen Türkiye'de katma değeri yüksek ürünler üretildiği söylenemez. Üretilen ürünlerin büyük bir bölümü fason üretim olmaktadır ve girdilerin büyük bir kısmı bunlar sayesinde oluşmaktadır. Bu şekilde yabancı sermayenin ülkemize girmesi yerli üreticinin rekabet gücünü azaltmaktadır (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:139). Girişimcilik, özellikle istihdama katkısıyla bilinen ve önem verilmesi gereken bir konudur. Bu noktada ülkeler, yerli ve yabancı girişimcileri topraklarına çekmek için birbirleriyle yarış içindedir. Türkiye de bu bağlamda diğer ülkelerle bir rekabetin içerisindedir. Tablo 7'ye baktığımızda, BM Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD)'ın 2019 verilerine göre ülkelerin doğrudan yabancı yatırım miktarlarını ve sıralamalarını görebilmekteyiz. Buna göre Türkiye bu sıralamada 25. sırada yer almaktadır ve gelişmiş ülkelerin oldukça gerisinde kalmaktadır. Dünya Yatırım Raporu 2019 verilerine göre Türkiye, gelişmekte olan ülkelerde doğrudan yatırım yapılan ülkeler arasında 10. sırada yer almakta ve aynı rapora göre Batı Asya ülkeleri arasında ilk sırada bulunmaktadır (UNCTAD, 2019).

Tablo 6. 2019 Yılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Endeksi ve Sıralaması

Ülke	2017 (milyar $)	2018 (milyar $)	2017 Sıralaması	2018 Sıralaması
ABD	277,258	251,814	1	1
Çin	134,063	139,043	2	2
Hong Kong	110,685	115,662	3	3
Singapur	75,723	77646	5	4
Hollanda	58,189	69,659	7	5
İngiltere	101,238	64,487	4	6
Brezilya	67,583	61,223	6	7
Avustralya	42,294	60,438	8	8
Almanya	36,931	25,706	11	14
Meksika	32,091	31,604	12	13
Rusya	25,954	13,332	14	20
Türkiye	11,478	12,944	25	21

Kaynak: (UNCTAD) Dünya Yatırım Raporu 2019

Öte yandan dünya pazarında rekabet edebilmek ve söz sahibi olabilmek için ülkelerin Ar-Ge harcamalarına önem vermeleri gerekmektedir. Tablo 8'de görüldüğü üzere, Türkiye'nin Ar-Ge harcamaları GSYİH içindeki payı gelişmiş ülkelere göre oldukça düşüktür. Fakat 2000 sonrası dönemde ülkemizin Ar-Ge harcamaları yaşanan onca krize rağmen artış göstermektedir. Fakat hala olması gereken seviyelere ulaştığı söylenemez.

Tablo 7. 1999-2010 Ar-Ge Harcamalarının GSYİH'ye Oranı (%)

Yıl\Ülke	AB (27 Ülke)	ABD	Japonya	Türkiye
1999	1,84	2,63	3,02	0,47
2000	1,86	2,69	3,04	0,48
2001	1,87	2,71	3,12	0,54
2002	1,88	2,60	3,17	0,53
2003	1,87	2,60	3,20	0,48
2004	1,83	2,53	3,17	0,52
2005	1,83	2,56	3,32	0,59
2006	1,85	2,59	3,40	0,60
2007	1,85	2,66	3,44	0,72
2008	1,92	2,79	3,45	0,73
2009	2,01	2,90	3,36	0,85
2010	2,00	2,91	-	0,84

Kaynak: (Durak, İrmiş, Özdemir, 2017:139).

Türkiye'nin girişimciliğe yaptığı Ar-Ge harcamalarının azlığı girişimcilik kavramının gelişmesi ve önünün açılmasını yavaşlatmakta ve gelişmiş ülkelerin gerisinde kalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bu noktada Türkiye, bazı atılımlar yaparak girişimciliğin önünü açması gerekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Girişimcilik, gelişmiş olsun ya da olmasın bir ülkenin ekonomisinin temelini oluşturan en önemli yapı taşıdır. Girişimcilik yalnızca istihdam yaratmak ya da yoksulluğu gidermek için değil bu iki amacı da bünyesinde barındırarak ülkenin gelecekte varlığını sürdürebilmesi adına özendirilmesi gereken bir kavramdır. Tabii ki gelecekte var olabilmenin en önemli yollarından birisi de toplumun diğer yarısını oluşturan kadınların ülke ekonomisine dahil edilmesinden geçmektedir. Fakat geçmişten günümüze değin dünya toplumlarının neredeyse tamamı bu anlayıştan uzak bir şekilde kadınları ekonominin dışında tutmuştur. Hatta bu anlayışın günümüzde de devam etttiğini rahatlıkla söyleyebilmekteyiz. Kadınlar, hemen hemen her alanda olduğu gibi girişimcilik alanında da faaliyet gösterme konusunda birçok engelle karşılaşmakta ve bu hususta mahrum kalarak potansiyellerini gösterememektedirler.

Hiçbir toplum yoktur ki nüfusunun yarısını kullanarak ekonomilerinin gelişmesini sağlayabilmiş olsun. Dolayısıyla ekonominin ileriye taşınabilmesi adına potansiyel kadın girişimcilerin önündeki engelleri kaldırarak eşitlikçi bir anlayış benimsenmelidir. Çalışmamızın bu bölümünde kadın girişimcilik konusunun hem Türkiye'de hem de dünyadaki konumunun üzerinde detaylı bir inceleme yapacak, önündeki engel ve fırsatlara değineceğiz. Fakat kadınların girişimcilik potansiyelini daha iyi kavrayabilmek adına öncelikle toplumsal cinsiyet anlamında kadınların çalışma yaşamındaki yerlerine göz atmakta fayda olacaktır.

2.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Bireyler doğduğu andan itibaren bir takım münhasır özelliklerle birbirlerinden ayrılırlar. Bu cinsiyet özellikleri için herhangi bir çaba sarf edilmez, çünkü doğuştandır. Bu sayede insanlar birbirinden farklılaşır ve kişisel özellikler edinilir.

İçinde bulunulan toplum kişilerin yaşamına yön vermekte ve dönüştürmektedir. Bu dönüşüm sürecinde toplumsal tanımlamalar zaman ve mekana bağlı olarak farklılık gösterse de bazı ortak noktaları da barındırmaktadır. Bu tanımlardan birisi de toplumsal cinsiyet kavramdır (Kıran, Avcı, 2018:986).

Toplumsal cinsiyet kavramının hayatımıza girişi 1970'li yıllarda feministler tarafından sağlanmıştır ve günümüze kadar önemini ve tartışmalı kimliğini korumuştur. Fakat literatür taramalarına göz attığımızda kavramı ilk olarak 1972 yılında "Sex, Gender and Society" yayınında kullanan Ann Oakley'dir (Vatandaş, 2007:31). Kavram literatüre girdiği ilk zamanlarda cinsiyet (sex) kavramı ile karşıtlık bağı içinde tanımlanmıştır. Bu tanıma göre toplumsal cinsiyet, cinsel kimliklerin kuruluşu ve arasındaki ilişkilerin toplumsal ve kültürel olduğuna vurgu yaparken cinsiyet, yalnızca fizyolojik farklara işaret etmekteydi. Feminizm, ortaya çıkışından itibaren cinsiyet eşitsizliğine karşı mücadele eden ve bu eşitsizliklerin doğal, tanrısal ya da biyolojik kökenli olduğunu reddetmektedir. Fakat her ne kadar karşıt bir şekilde tanımlansa da biyolojik olan ile toplumsal olan cinsiyet kavramlarını birbirinden kesin bir şekilde ayırmak mümkün değildir (Özkazanç, 2010:16). Çünkü toplumsal cinsiyet, yalnızca fizyolojik farklılıklar değil toplum kurallarını da barındırdığından psikolojik ve sosyolojik etmenlerle de bağlantılıdır. Dolayısıyla bu kavram, tüm toplumlarda farklı şekilde yorumlanmaktadır.

Connel'e göre, *"toplumsal cinsiyet ilişkileri toplumsal pratiğin cinsiyet ve cinsellik etrafında yapılanmasını içerir"*. Bu bağlamda baktığımız zaman toplumsal cinsiyet örüntülerinin, kadın ve erkeğin toplumda yapması kabul gören-görmeyen davranışlardan kendilerine verilen görev ve sorumluluklara, yönlendirildikleri mesleklerden kıyafet seçiminde seçmeleri gereken renklere kadar günlük yaşamın her saniyesine etki etmektedir. Kadınlar, ev ve evle ilgili faaliyetlerle (ev düzeni, temizliği, çocuk bakımı, yaşlı bakımı vs.) bağdaştırılırken erkekler ise evin dışında faaliyet göstermekle yükümlüdür (Kıran, Avcı, 2018:986). Kadın-erkek sosyal kurallar çerçevesinde birbirlerine farklı davranış gösterirler. Bu kurallar iki farklı cinsiyetin birbirlerine nasıl davranması gerektiğine karar verirken iki tarafın da ilişkilerinde ne şekilde gözükmesi gerektiğine karar verir (Yılmaz, 2007:144). Bunun en basit örneği ise bireyin doğuştan itibaren bulunduğu tüm çevrelerde (aile, okul, iş vs) kendisinden beklendiği gibi ve kurallara uygun davranmasıdır.

Scott toplumsal cinsiyet kavramını *"cinsler arasında kavranabilen farklılıklara dayalı toplumsal ilişkilerin kurucu öğesidir ve toplumsal cinsiyet iktidar ilişkilerini belirgin kılmanın asli yoludur"* şeklinde tanımlamaktadır (Özkazanç, 2010:16).

Kısaca toplumsal cinsiyet, toplumda kendisine yer bulmuş erkeklik ve kadınlık algısına dayalı farklılıklara odaklanmıştır. Toplum, bireylere cinsiyetleri üzerinden roller tanımlarken, yapılacak işlerin ne olduğuna ya da neyi içerdiğine de cinsiyet kavramı üzerinden toplumsal cinsiyet rollerine göre ayrıştırır (Efe, 2019:18).

2.1.1. Toplumsal Cinsiyet Rolleri

Kadın ya da erkek kavramları, bireylerin hem fizyolojik anlamda hem de toplumun kişiye empoze ettiği roller içersinde kazanılan terimlerdir.

Biyolojik olarak hepimiz erkek ya da kadın olarak doğar ve hayatımızı bu şekilde devam ettiririz. Fakat toplumsal cinsiyet perspektifinde bu özellikleri toplumun bize empoze ettiği şekilde bu rolü kazanırız.

Doğduğumuz andan itibaren bu sistemin bir parçası haline geliriz. Hatta doğmadan önce anne karnında cinsiyetimiz belli olduğu andan itibaren doğacak çocuğun kıyafet ve oda rengi seçiminde cinsiyete dayalı seçimler yapılır. Doğacak çocuk erkek ise odası ve elbiseleri mavi renk temalı, kız ise pembe renk temalı seçilir. Elbiseler, saçın boyu ve biçimi, çocuğun cinsiyetine bağlı uygun davranışlar, çocuk için gelecekte uygun meslekler gibi tüm bunlar toplumsal cinsiyet anlamında rolümüzü inşa eder (Vatandaş, 2007:30) ve çocuk kendisine karşı tüm bu tutum ve davranışlar sonucunda toplumdaki rolünü öğrenir ve ona göre davranmaya başlar.

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları birbirinden farklı kavramlardır. Fakat birbirlerinden tamamen bağımsız değildirler. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet kavramının tanımında fizyolojik özellikler değil toplumun bizi nasıl gördüğü, nasıl algıladığı, nasıl düşündüğü ve nasıl davranmamızı beklediğiyle ilgili değerler, beklentiler, yargılar ve roller bulunmaktadır (Vefikuluçay vd. 2007:27).

Bireyler, doğdukları andan itibaren ilk olarak cinsiyetlerine uygun davranış neyse ebeveynleri tarafından ona göre pekiştirilirken, cinslerine uygun olmayan şekilde davranırlarsa cezalandırılmaktadırlar. Örneğin erkek çocuk oyuncak kamyon ile oynarsa ebeveynleri tarafından bu tutumları ilgi görür, fakat aynı çocuk oyuncak bir bebekle oynamayı seçtiğinde anne ve babasından aynı ilgiyi görmez ve cezalandırılmakla karşı karşıya kalabilir. Bu iki tutumun da birbirinden farkı yoktur çünkü her iki durumda da cinsiyete dayalı bir tutum vardır ve çocuk cinsiyete göre hareket etmeyi öğrenmeye başlar (Vatandaş, 2007:35). Bu durumun sonucunda çocuk anne ya da babasının hareketlerini örnek alırken cinsiyetine göre hareket eder. Örneğin, çocuk erkekse rol model olarak babasını, kız ise annesini örnek alır.

Bunun dışında çocukların davranışlarını belirleyen öğrenme faktörü vardır. Çocuklar ilk olarak kendi cinsel kimliklerini sonra da başkalarınkini öğrenirler. Bunun sonucunda kendi cinsiyetlerine ilişkin kalıplaşmış tutumları öğrenir ve buna göre hareket etmeye başlarlar.

Literatüre göre toplumsal cinsiyet yargıları, kadın ve erkeğin çalışma yaşamı, toplumsal yaşam, evlilik ve aile yaşamındaki rollerinde önemli farklılıklar göstermektedir. Çalışma yaşamında cam tavan ve duvarlarla karşılaşan kadınlar daha düşük statülü ve ücretli işlerde çalışmaya mecbur bırakılmaktadır. Toplumsal yaşamında akşamları belli bir saatten sonra tek başlarına dışarı çıkmamaları ya da yalnız yaşamamaları gerektiği görüşü ön plandadır. Aile içinde kadınlar eşlerinden şiddet görüyorsa bu durumu gizlemeleri, ev işlerini yapmaları, çocuklara bakmaları, temizlik gibi işleri yapmaları beklenir. Oysaki çalışan kadın da en az erkek kadar yorulmakta olsa da bu işlere mecbur bırakılmaktadır (Vefikuluçay vd. 2007:27-28). Erkekler ise tüm bu alanlarda kadının tam tersi rollere bürünmektedir. Hatta gelişmemiş toplumlarda ev işlerini yapan erkeklere ezik ve erkek olmama yaftaları yapıştırılmaktadır.

Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda kadınların ev işleri ve aile ile ilgili (kadın işi) özel alanlarda çalışmaları vurgulanırken, erkeklerin ise kamusal alanlarda ve politik işlerde çalışmaları uygun görülmekte ve toplumsal roller bu şekilde dağıtılmaktadır.

2.2. Kadının Çalışma Hayatındaki Yeri Ve Önemi

Dünyada yaşayan insanların yarısı kadındır ve çalışma hayatına katılmaları ekonomik açıdan kaçınılmaz bir gerçektir. Fakat kadınlar yüzyıllar boyunca bu haklarından mahrum bırakılarak üretimden uzak tutulmuştur. Ülkeler ya da tüm insanlık gelişimini devam ettirebilmek adına

elindeki işgücü kaynaklarından istifade etmeli ve kadınları da iş hayatına dahil ederek artı değer kazanmalıdır.

Tarihte yüzyıllar boyunca toplumun kadına yüklediği roller eş, anne ve ev kadını olmaktan öteye geçememiştir. Bunun sonucunda kadın üretimden uzak kalmış ve erkeğe bağımlı olarak kendisine yüklenen roller yüzünden yaptığı işin ekonomik bir değeri olmadığından toplum içerisinde değersizliğe mahkum edilmiştir. Dolayısıyla kadın, çalışma hayatından mahrum kalmış, meslek seçmesini ya da meslekte ilerlemesini büyük ölçüde engellemiştir (Özçelik, 2017:50).

Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınlar, insanlık tarihince iş yaşamının dışına itilse de ilk zamanlarda yalnızca tarım sektöründe aile işletmelerinde çalışma alanı bulabilen kadınlar, Sanayi Devrimi ile birlikte değişen yapı sayesinde belli bir ücret karşılığı çalışma olanağı bulabilmişlerdir. Özellikle kadınların erkeklere oranla daha düşük ücretle çalışmaları ve daha uyumlu olmaları sebebiyle Sanayi Devrimi sonrası kadın istihdam oranlarında önemli artışlar gözlemlenmiştir. İlk başlarda özellikle dokuma sanayinde kendilerine yer bulabilen kadınlar dünya savaşlarının meydana gelmesi sürecinde erkeklerin askere alınmasından dolayı ortaya çıkan işgücü açığı sonucunda diğer sektörlerde de kendilerine yer bularak çalışma alanlarını genişletmiş (Aksoy vd, 2019:147) ve daha sonra da eğitim, yükselen ücretler, teknoloj, doğum oranlarının azalması gibi bir takım ekonomik ve sosyal sebeplerle kadınların işgücüne katılımları artma eğilimine girmiştir (Özçelik, 2017:51).

Türkiye'de cumhuriyetin ilanından sonra Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde bazı reformlar yapılmış ve bunların sonucunda kadına bir takım haklar tanınmıştır. Bunların ilki Tevhid-i Tedrisat Kanunu'dur ve bu kanunla birlikte karma eğitim sistemi ile eğitim tek çatı altına toplanmıştır. Cinsiyet eşitliği doğrultusunda yapılan en önemli reformlardan birisi de Türk Medeni Kanunu'dur (Aksoy vd, 2019:147). Daha sonra toplumsal cinsiyette eşitliği

anlamamıza yardımcı olan en önemli endeks "kadınların parlamentodaki yeridir" (Özçelik, 2017:51) fikrinden yola çıkılarak kadına seçme ve seçilme hakkı tanınarak kadının işgücü piyasasında aktif rol alması hedeflenmiştir. Kadının işgücü piyasasında aktif bir rol alması ise ancak kırdan kente göçün hız kazandığı 1950'li yıllarda gerçekleşmiştir (Aksoy vd, 2019:149).

Türkiye'de 2000'li yıllara kadar kadın, çalışma hayatında kendisine pek fazla yer bulamamıştır. Fakat bu dönemde ekonomik anlamda köklü değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Bu süreçte kamunun iktisadi sistemde etkinliği azalmış ve tarımın önemini iktisadi sisteme göre kaybettiği görülmüştür. Yaşanan bu yapısal dönüşüm ve meydana gelen krizler işsizliğin artmasına sebep olmuş ve ekonomik alanda izlenen politikalar işsizliğin azaltılmasını sağlayamamıştır. Tüm bunların sonucunda süreç önemli bir ekonomik unsur olan kadının çalışma hayatına dahil edilmesini ve bu anlamda politikaların hayata geçirilmesini gündeme getirmiştir. Çünkü sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesi açısından kadının işgücüne dahil edilmesi kaçınılmaz bir gerçektir (Karabıyık, 2012:232). Tüik verilerine baktığımızda, iş hayatında istihdam edilemeyen kadınların büyük bir çoğunluğunun ev işleri ile ilgilenmekten iş hayatına giremedikleri görülmektedir. Tablo 8'de bu detaylı şekilde incelenmektedir.

Tablo 8. Türkiye'de Kadınların İşgücüne Dahil Olmama Nedenleri (Bin Kişi, 2004-2018)

Yıl	İşgücüne Dahil olmayan Nüfus	İş Bulma Ümidi Olmayanlar	Diğer	Mevsimlik Çalışan	Ev İşleriyle Meşgul	Eğitim Öğretim	Emekli	Çalışamaz Halde	Diğer(1)
2004	18.624	104	438	270	13.042	1.417	565	1.083	984
2005	18.936	194	651	310	12.703	1.472	584	1.966	1.056
2006	19.164	261	758	259	12.409	1.553	651	2.096	1.179
2007	19.464	229	706	207	12.124	1.598	695	2.029	1.875
2008	19.526	241	778	243	12.186	1.670	682	2.144	1.582
2009	19.466	310	854	67	12.101	1.832	763	2.143	1.397
2010	19.357	300	835	49	11.914	1.912	730	2.156	1.461
2011	19.414	271	821	50	11.872	2.043	772	2.174	1.410
2012	19.581	212	840	51	11.992	2..153	836	2.182	1.316
2013	19.524	237	956	37	11.463	2.221	831	2.360	1.419
2014	20.111	246	1.255	67	11.589	2.250	824	2.512	1.368
2015	20.056	260	1.144	68	11.498	2.275	926	2.572	1.359
2016	20.052	252	1.177	64	11.098	2.320	958	2.685	1.498
2017	20.085	267	1.092	58	11.133	2.263	1045	2.692	1.535
2018	20.174	236	1.112	100	11.061	2.324	1130	2.696	1.515

Kaynak: (TÜİK, İşgücü İstatistikleri, 2019)

Tablo 8'e baktığımızda, kadınların işgücüne hangi sebeplerle dahil olmadığını/olamadığını görmekteyiz. Daha önce de bahsedildiği gibi tarih boyunca kadının ev işlerine layık görülmesi ve yalnızca bunları yapması, 2000'li yıllara geldiğimizde de pek değişmemiştir. 2018 yılına baktığımızda işgücüne dahil olmayan 20 milyon kadının 11 milyonunun yani yarısından fazlasının ev işleriyle meşgul olma sebebinden dolayı işgücüne katılamadığını görmekteyiz. Bunun dışında eğitimsiz olmasından dolayı kadınların yine çalışamadıklarını görmekteyiz. Eğitimsizlik ve kendilerine biçilen roller gibi iki ana sebepten dolayı kadınların işgücüne katılamadıkları aşikar bir gerçek olsa da, 2000'li yıllarda bu eğilim oranının küçük de olsa düştüğünü görebilmekteyiz. 2004 yılında 18 milyon 624 bin kadından 14 milyon 459 bini yani %78,4'ü bu iki sebepten dolayı işgücüne dahil olamazken, 2018 yılına baktığımızda ise 20 milyon 174 bin kadından 13 milyon 385 binin yani %63'ü bu sebeplerden dahil olamıyor. Bu göstergeler

her ne kadar düşme eğiliminde olsa da hala çok yetersiz bir durumdadır ve milyonlarca kadın bu sebeplerden dolayı iş hayatına dahil olamamaktadır. Aynı istatistiki verilere bakıldığında, erkeklerin bu sebeplerden iş hayatına girememe oranları yok denecek kadar az seviyededir.

Tüm bunların dışında kadınlar, gelir getirici işlerde çalışsa dahi onlardan ev işleri ile ilgilenmeleri beklenmektedir. Erkeklerin bu görevleri üstlenmeleri söz konusu değildir. Dolayısıyla kadınların iş hayatında kalabilmeleri bu işleri başka bir kadına devretmelerinden geçmektedir. Bu ailede başka bir kadına ya da ücret karşılığı bu işi yapan kadınlara devredilebilir fakat, her iki durumdan da mahrum kalan kadınlar iş hayatında çok fazla kalamazlar ve çalışma yıl sayısı erkeklere oranla azalmaktadır. Uzman mesleklerde çalışan ve gelirleri fazla olan kadınlar, bu yardımı ücret karşılığında alabilirken diğerleri aileden yardım alabildikleri takdirde çalışma hayatında kalabilirler (Yılmaz, 2018:65).

Tablo 9'a baktığımızda, bu sebeplerden dolayı kadınların erkeklere oranla %50'den daha az süreyle çalışabildiklerini görebilmekteyiz. Tablo pozitif bir yönde eğilim göstermekte olsa da henüz istenilen seviyeye ulaşılabilmiş değildir.

Tablo 9. Çalışma Hayatı Süresi (+15 Yaş, 2013-2018)

Yıl	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Toplam	27,2	27,3	27,8	28,3	28,9	29,0
Erkek	37,7	37,9	38,2	38,7	39,0	39,3
Kadın	16,7	16,5	17,2	17,8	18,5	19,0

Kaynak: TÜİK (İşgücü İstatistikleri, 2019)

Tüm bunların dışında işsizlik oranları konusunda kadınların erkeklere oranla daha mağdur durumda olduğunu gözlemleyebilmekteyiz. 10 numaralı tabloda detaylı bir inceleme yapabiliriz.

Tablo 10. Türkiye'de 2004 Sonrası İşsizlik Oranları (+15 Yaş)

Yıl	İşsiz Sayısı (Toplam)	İşsizlik Oranı (Toplam %)	İşsiz Sayısı (Erkek)	İşsizlik Oranı (Erkek %)	İşsiz Sayısı (Kadın)	İşsizlik Oranı (Kadın%)
2004	2385	10,8	1762	10,8	622	19,6
2005	2388	10,6	1746	10,5	642	18,7
2006	2328	10,2	1671	9,9	658	17,9
2007	2376	10,3	1716	10,0	660	17,3
2008	2611	11,0	1877	10,7	734	18,1
2009	3471	14,0	2491	13,9	979	21,9
2010	3046	11,9	2088	11,4	959	20,2
2011	2615	9,8	1730	9,2	885	17,7
2012	2518	9,2	1635	8,5	883	16,4
2013	2747	9,7	1714	8,7	1033	17,4
2014	2853	9,9	1813	9,0	1040	16,5
2015	3057	10,3	1891	9,2	1167	17,2
2016	3330	10,9	2006	9,6	1324	18,1
2017	3454	10,9	2024	9,4	1431	18,5
2018	3537	11,0	2082	9,5	1455	17,8

Kaynak: TÜİK (İşgücü İstatistikleri, 2019)

Tablo 10'da de görüleceği üzere, toplam işsizlik oranı ile erkek işsizlik oranı birbirine neredeyse aynı iken, kadın işsizlik oranı ile toplam işsizlik oranı arasında yarı yarıya bir fark bulunmaktadır. Hatta 2010 yılı sonrası erkek işsizlik oranı, toplam işsizlik oranına göre azalma eğilimnde iken kadın işsizlik oranında böyle bir durum söz konusu değildir. Tüm bunlardan anlayabileceğimiz üzere kadınların iş bulma şansı erkeklere oranla yarı yarıya daha düşüktür.

Kadınların işgücüne katılımı, sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir unsurudur. Türkiye'de kadınların işgücüne katılım oranı erkeklere oranla düşüktür ve bu oran azalma eğilimdedir. Bu durum Türkiye'de önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 2. Kadının İşgücüne Katılımı



Kaynak: (Wirth, 2001: 4).

2.3. Kadın Girişimciliği

Çalışmamızın bu bölümünde, kadın girişimciliği ele alınmaktadır. Bu bölüm içerisinde, kadın girişimciliğinin özelliklerine, erkeklerden ayırt edici farklarına, önündeki engel ve fırsatlara, dünyada ve Türkiye'deki gelişimine, sorunlar için çözüm önerilerine ve Türkiye'de kadın girişimcliğine destek veren kurum ve kuruluşlara yer verilecektir.

2.3.1. Kadın Girişimciliğinin Tanımı

Öncelikle, kadın girişimcilik kavramının neden ayrı olarak ele alındığını açıklamamız faydalı olacaktır. Bir kadın, bir iş kurmaya kalkıştığında iş kurmaya karar veren bir erkeğe göre yalnızca kadın olmasından dolayı çok fazla sorun ve engelle karşılaşır. Bu bağlamda kadın girişimcilik kavramını özellikle açıklama gerekliliği doğmaktadır.

Literatürde girişimci kavramı, farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde defalarca kullanılmıştır. Bu bağlamda girişimciyi açıklamak bile fazlasıyla zor ve çetrefilliyken kadın girişimciye bir tanım getirmek de oldukça zordur. Hele ki çalışan her kadının girişimci gibi algılandığı ülkemizde bu durum daha da zor hale gelmektedir. Kadın girişimciliği, farklı şekillerde tanımlanmakta fakat genel olarak işkadını ve kadın girişimci kavramları aynı anlamda kullanılmaktadır. Özellikle bu konuda bilgi sahibi olmak isteyen kişiler için kavram karmaşası yarattığından dolayı bu algı son derece yanlış bir durumdur (Kılıç, 2016:15 & Doğanalp, Afşar, 2016: 98-99). Bu bağlamda öncelikle işkadını ve kadın girişimci arasındaki farkı anlamak faydalı olacaktır.

Kadın girişimci; bir girişimcide bulunması gereken özellikleri taşıyan ve kendi adına iş yapan kişidir. Fakat işkadını denince akla gelen herhangi bir iş yerinde çalışan tüm kadınlardır.

Kadın girişimci; daha fazla risk üstlenen, diğer kadınlardan farklı olarak bir işletmeyi en baştan kuran, işleten ve organize eden kadın ve bu yeni işletmeyi açarken tüm riskleri üzerine alan ve doğacak olumlu/olumsuz her şeyi göze alan kişidir (Ertürk, 2016: 134).

Yenilikçi, kendisine güvenen ve yaratıcı kadınlar olarak kendi başlarına ya da bir başkasıyla ortaklık içinde ekonomik bağımsızlık elde etmede yenilik, yaratıcılık, risk alma, vizyon ve cesaretli olan kimselerdir. Fırsatları değerlendirerek kaynakları bir araya getiren dinamik bir süreci yönetmektedirler (Kılıç, 2016: 15-16).

Piyasa ekonomisi içinde hesaplı, riskleri göze alabilen, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üreten ve satan, kendi işinin sahibi olan, vergi kaydı, TESK ya da TOBB'a üye olan ve sosyal güvenlik kurumlarının birinin çatısı altında çalışan ve/veya yanında başka birilerini istihdam eden kişiler (Kılıç, 2016: 16) olarak tanımlansa da kendi

hesabına çalışan kadınların bazılarının kira ya da vergi gibi giderlerden kaçınmak için bu durumları belirtmedikleri ya da esnaf-sanatkar odasına kayıtlı olmadıkları gözlemlenmektedir (İlter, 2010: 66).

2.3.2. Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Günümüzde birçok kadının, girişimciliğe olan ilgisinin artmasından dolayı Türkiye'de ve dünyada kadın girişimci sayısı artmaktadır. Gözlemlenen bu artış ve yapılan araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerin özellikleri şekillenmeye başlamıştır.

Literatür üzerinde araştırma yapıldığında, bir girişimcide bulunması gereken çok sayıda özellik olduğu ifade edilmektedir. Bunlar; risk alma, fırsatları görme ve değerlendirme, kararlılık, vizyon, yeniliğe açık olma, kendine güven, başarıya açlık, iletişim yeteneği, liderlik vasfı, içsel kontrol ve bağımsız olma isteğidir. Bu özelliklerin meydana gelmesine etki eden faktörler ise aile, yaş, eğitim durumu, cinsiyet vb. şeylerdir (Uluköy, Demireli, 2014: 48). Dolayısıyla girişimiliğe niyetlenen kadınların bu özellikleri taşıyıp taşımadığı oldukça önemlidir ve bu noktadan yola çıkarsak kadın ve erkek girişimcilerin büyük oranda benzer özellikler taşıdıklarını söyleyebiliriz.

Girişimcilik sürecinde belirleyici bir role sahip olan duygusal zeka da önemli bir girişimcilik unsurudur. Kadınlar, duygusal zekalarını bu anlamda farklılık ve hassas davranarak iş hayatında kullanarak başarılarını daha ileri bir seviyeye taşıyabilirler (Emer, 2019: 31).

Girişimcilerin kendi işlerini kurmalarının ana nedeni, risk alabilme, bağımsız olma ve başarı güdüsüdür. Tabi ki bu başarıyı gerçekleştirebilmeleri için doğru kararlar alabilmeli, planlı olmaları ve zaman yönetimi konusunda başarılı olmaları da gerekmektedir.

2.3.3. Kadın Girişimci Tipleri

Kadın girişimciler duygusal, düşünsel ve sosyal tutum ve davranış olarak genel girişimcilik tiplerinden biraz daha farklı dört ayrı şekilde sınıflandırılmaktadır.

2.3.3.1. Geleneksel Girişimci

Geleneksel anlamda kadın girişimciler, işini daha fazla büyütmeyi hedeflemeden toplum tarafından belirlenen cinsiyet rollerini (annelik, temizlik, yemek yapma vb.) de üstlenen ve her ikisini de eşit şekilde yürütmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen kişilerdir. Bu sorumluluklarından dolayı kadına uygun olarak görülmüş işlerle ilgilenmektedirler. Bu tip girişimci kadınlar genellikle lokanta, yemek fabrikası, kuaför, bakım hizmeti gibi yerlere sahip olan girişimcilerdir (Ay, Koca, 2013: 69).

2.3.3.2. Yenilikçi Girişimci

Yenilikçi girişimci tipinde kadınlar, girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin üzerinde tutar ve kurduğu işletmenin büyümesi için elinden geleni yapar. Bu tip girişimci kadınlar, genellikle pazar araştırmacıları ya da halkla ilişkilerle ilgili işlerde faaliyet sürdürmektedirler (Kaldırım, ty, et: 22.02.2020).

2.3.3.3. Evcimen Kadın Girişimci

Bu gruba dahil olan kadınlar, genellikle evden sipariş üzerine çalışmaktadırlar (Kaldırım, ty, et: 22.02.2020). Bunun nedeni de; geleneksel rolün getirdiği özellikle annelik ve eşlik görevlerini girişimcilik ideallerinin önünde tutan genellikle evden bir girişim sağlamaya çalışan kadınlar oluşturmaktadır (Sipahi, Kartal, 2018: 397).

2.3.3.4. Radikal Kadın Girişimci

Kadınsı kişilik özelliklerini baskın olarak gösteren bu gruptaki kadınlar, ideallerine ve cinsiyet rollerine aynı derecede bağlılık gösterirler. Bu alanda gösterilmelerinin ana sebebi, erkeklerle her alanda eşit olabilme arzularıdır. Bu gruptaki kadınlar işletmeleri yalnızca ekonomik olarak değil aynı zamanda sosyal bir birim olarak görürler. Girişimci olma isteklerinin nedenlerinden biri de bağımsızlık sağlamaktır ve bu gruptaki kadınlar genellikle kadın hareketleriyle alakalı basın, yayın, eğitim gibi alanlarda kendilerini gösterirler (Ay, Koca, 2013: 70).

Tüm bunların dışında Dorothy Moore'nin yapmış olduğu ayrımda kadınlar, geleneksel ve modern şeklinde kategorize edilmiştir. Moore'ye göre geleneksel olanlar aile ve evlerine bağlı ve işletmecilik alanında eğitim almamış ve yatırımlarını kendi kaynaklarından oluşturan kişiler olmasından dolayı düşük gelirli işlere sahiptir. Modern olanlar ise kariyerlerine odaklı yüksek gelirli kurumsal işletmelere sahip eğitimli kişilerdir. Modernler yatırımlar için dış kaynakları kullanırlar. Toplumlarda daha çok görünen kadın girişimciler, geleneksel olan girişimcilerdir (Ay, Koca, 2013: 70-71).

2.3.4. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler

Çalışanlar farklı statülerle iş piyasasına katılım sağlamaktadırlar. Bunlar; ücretsiz aile işçiliği, ücretli, maaşlı ya da yevmiyeli olarak kendi hesabına çalışan ya da işveren olmaktır. Kadınlar, tarım sektöründe ilk sanayi ve hizmetler sektöründe ikinci statü grubunda yoğunlaşmaktadır. Kadınlar açısından çalışmayı, iş piyasasına girmek ve bir emek karşılığı gelir elde etmek olarak tanımlarsak yoğunlaşmamız gereken nokta kadınlara bu imkanı verecek sanayi ve hizmet sektörlerindeki işler olacaktır. Bu sektörler çalışmak isteyen kadınlara iş imkanı tanımak açısından ne durumdadır (Ecevit, 1993: 17)?

Kadınları girişimci olmaya yönlendiren pozitif ve negatif faktörler bulunmaktadır. Negatif faktörler, kadınların dışsal faktörler yüzünden girişimciliğe mecbur kalmalarını ifade ederken pozitif nedenler motivasyon kaynaklı ve kendi isteğiyle gerçekleşmektedir. Bu bağlamda değerlendirdiğimizde kadınları girişimciliğe yönlendiren negatif faktörler olarak şunları sıralayabilmekteyiz (Soysal, 2010: 90 & (Fidan, Yeşil, 2018: 23);

- Ülkenin ekonomik konjonktürel yapısından kaynaklanan işsizlik
- Kadınlara uygun olmayan iş koşulları
- Kadınların cinsiyet ayrımcılığına uğramaları
- Yetersiz aile geliri ya da ek gelir ihtiyacı
- Gelir eşitsizliği
- Cam tavan sendromu

Kadınları girişimci olmaya yönlendiren negatif faktörler kadar pozitif faktörler de bulunmaktadır (Hisrich, Öztürk, 1999: 120):

- Bağımsızlık arzusu
- Başarıya açlık
- İş tatmini
- Ekonomik Gereksinim
- Güvenlik İhtiyacı

Sanayi sektöründe kadınlar, erkeklere oranla hem koruyucu yasalar hem de geleneksel sebeplerden dolayı kendilerine yer edinememektedirler. Sanayi sektöründeki işler, kadın ve erkek işleri olarak ayrılmakta ve kadınlara çok az iş olanağı tanınsa dahi gelişen otomasyon sistemleriyle kadın işi olarak tanımlanan işlerin makineler vasıtasıyla yapıldığı ve bu makinelerin bakım onarım işleri erkeklere verildiğinden sanayi sektöründe kadın çalışma oranı yok denecek kadar azdır. Kadınların, kendilerine iş alanı bulma oranları hizmetler sektöründe de çok düşük bir seviyede olsa da sanayi sektörüne nazaran daha fazladır. Her iki alanda da kendilerine iş bulamayan kadınlar, mutlak bir iş bulmak suretiyle formel sektör dışına sürüklenir. Fakat bu alanda da birçok sorun ile karşı karşıya kalan kadınlar kendilerini farklı istihdam statülerine kaydırma eğilimine girerler. Bu bağlamda kadınlar, diğer alanlarda fırsat alanı bulamadıklarından dolayı girişimcilik ve kendi hesabına çalışma eğilimine girerler (Ecevit, 1993: 18).

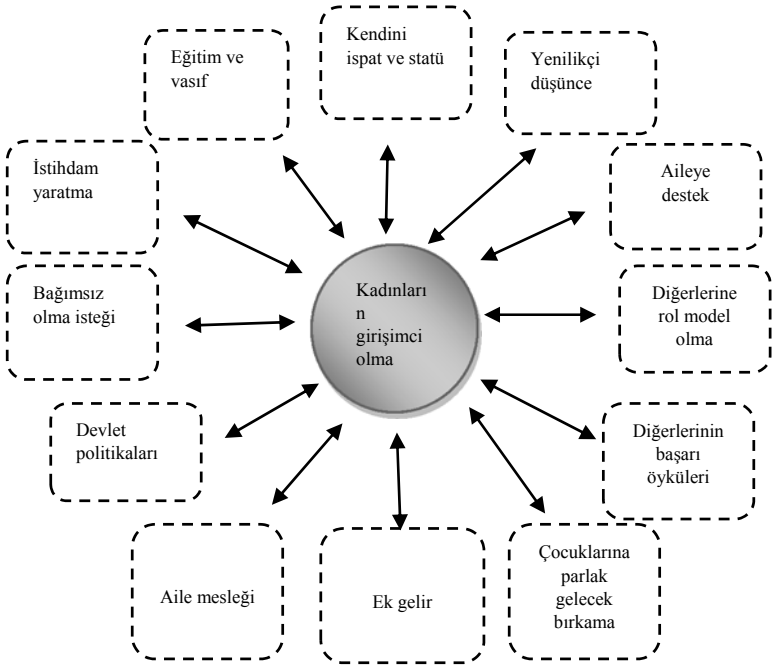
Kadınların girişimci olmasının nedenlerinden bir tanesi de hükümetlerin bölgesel ekonomiyi hareketlendirmek adına kadınların ekonomiye dahil edilmesi politikasıdır. Önceliğin kırsal alanda olması ile bu bölgelerdeki ekonominin içerisinde yeterince yer alamayan kadınların gelir elde etmelerini sağlayarak bölge ekonomisini canlandırmak hedeflenmektedir ve bu amaçla kadınların girişimciliğe teşvik edilmesi söz konusudur (Soysal, 2010: 91).

2.3.5. Türkiye'de Kadınların Girişimci Olma Nedenleri

Kadınların işgücünde yer alma oranları tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de düşüktür. Çalışma yaşamı kadınlara yalnızca ekonomik bir gelir sağlamamakta, ek olarak özgüvenlerini de arttırmakta, toplumsal statüleri dolayısıyla saygınlıklarını sağlamakta ve aile içindeki mevkilerini de iyi duruma getirmektedir. Türkiye'de kadınların işgücüne dahil olmaları açısından yasal bir engel bulunmamakta hatta pozitif bir ayrımcılık görülmesine rağmen geleneksel sebeplerden dolayı kadınlar işgücüne dahil olamamaktadırlar (Fidan, Yeşil, 2018: 25). İşgücüne bile dahil olmakta zorluklarla karşılaşan kadınlar, girişimcilik hususunda da bir hayli geri kalmaktadırlar.

Türkiye'de girişimci olan kadınların %35'lik büyük bir bölümü iş kuracakları alanlara ilgili olduklarından dolayı girişimci olmaktadır. Bunların dışında ev kadını omaktan sıkılmak %17, yer değiştirme isteği %13 ve çalıştığı işte hüsrana uğramalarından dolayı girişimci olmaları %11'dir. İş kurarken kendilerini motive eden faktörler ise dünyadaki kadınların iş kurmalarına sebep olan motivasyon kaynaklarıyla benzerlik göstermektedir. Bağımsız olma, başarı isteği, iş tatmini, fırsat, stat, para, güç gibi faktörler Türkiye'de kadınları girişimciliğe yönlendirmektedir (Hisrich, Öztürk, 1999: 121).

Şekil 3. Kadınların Girişimci Olma Nedenleri



Kaynak: (Parkash, Goyal, 2011: 197).

Özetle hem dünyada ve Türkiye'de kadınların girişimci olma isteklerinin başında kendilerini ifade edebilmek, toplumda saygı görmek, bağımsız olmak, ek gelir sağlamak, ailelerine destek olmak ya da mücadelelerinin sağladığı itibarı görmek gibi amaçlar gelmektedir.

2.3.6. Kadın Girişimciler İle Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Günümüz dünyasının kadın girişimciliğine verdiği önem sayesinde kadın girşimci sayısı önemli bir artış göstermektedir. Kadınlar, belli sebeplerden ötürü girişimciliğe eğilim göstermektedirler.

Hangi sebeple olursa olsun bir girişime yeltenme kararı nitelikli insanlar tarafından alınan bir karar olarak görülmekte ve kadınlar için daha komplikle bir durumu ifade etmektedir. Dolayısıyla kadın ve erkek

girişimcileri motive eden faktörlerin aynı olduğunu söyleyemeyiz. Özellikle kadınların çalışma yaşamında karşı karşıya kaldığı sorunlar, onları girişimci olmaya iten sebeplerin başında gelmektedir (Keskin, 2017: 67). Özetle kadınlar bir iş kuracağında erkeklere kıyasla daha fazla engelle karşılaşmakta ve erkeklerden daha geç girişim fırsatı bulabilmektedirler.

Kadınlar, cinsiyet rolleri kapsamında kadına özgü işler olarak adlandırılan işlerde girişimcilik yapabilmektedir. Bu bağlamda sektöre giriş kolaylığı, daha az sermaye ve donanım gerektirdiğinden dolayı genellikle hizmet sektöründe iş kurmaktadırlar. Bu sektörü seçmelerinin diğer bir sebebi ise aile ve iş yaşam dengesini korumakta fazla olanaklı olmasıdır. Kadınlar iş kurarken kadınlık ve annelik kavramlarına bağlı kalmakta ve esas olarak evini ve ailesini merkez alabilecekleri işlerde faaliyet gösterme eğilimindedirler. Kadınlar topum tarafından anne, eğitimci, evini çekip çeviren kişi olarak algılandığından dolayı aile-iş yaşamları arasında bazı problemler yaşamaktadırlar (Kaygın, Güven, 2015: 30-31).

Fırsat eşitsizliği yüzünden kadınlar, erkeklere oranla girişimciliğe daha geç yaşlarda atlabilmektedir. Erkek girişimciler ilk işlerini inşaat ve imalat sektöründe kurarken, kadınlar genellikle hizmet sektöründe başlamaktadırlar. İnovasyon, kadın girişimciler açısından yaygın bir sorun olduğundan teknoloji gerektiren girişimlerde kadınlar erkeklere oranla geride kalmaktadırlar. Kadın girişimciler sermayelerini kendi kaynaklarından buldukları için kurmuş oldukları işletmeler de erkeklerinkine nazaran daha yavaş büyüme eğilimindedir ve dolayısıyla kadınlar işleriyle alakalı beklentilerini düşük tutmaktadırlar. Bunun bir başka sebebi olarak da yıllarca iş hayatının dışında tutulmalarından dolayı girişimcilik potansiyellerinin farkında olmamaları gösterilebilir ya da kadın girişimcilerin aile-iş dengesini bir arada yürütme eğilimi de gösterilebilir. Aralarındaki bir başka fark ise kadınlar ağırlıklı olarak mecburiyetten işletme kurarken, erkekler yakaladıkları fırsatları değerlendirme eğilimindedirler. Dolayısıyla erkekler

girişimden para beklentisinde olurken, kadınlar kendini ispatlama ve bağımsızlık kazanma gibi kişisel beklentiler içindedir (Keskin, 2017: 67-71).

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıkları ortaya koyma noktasında bir tablo yer almaktadır. Tablo 11'de kadın ve erkek girişimcilerin genel özelliklerine, iş hedeflerine, riske açıklıklarına, finans güçlerine, motivasyon kaynaklarına, yönetim şekillerine ve kullanabildikleri ağlara yer verilmektedir.

Tablo 11. Kadın-Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

	Erkek girişimciler	**Kadın girişimciler**
Genel özellikler	Kolay karar verme	Zor karar verme
	Finansal riske hazır	Finansal riske tedbirli
	Görev odaklı yönetim	Çalışanlarla iyi ilişki
	Ticari imalat ve inşaat	Hizmet alanında işletmeler
Risk alma	İşteki tehlikelerde daha az endişe	İşteki tehlikelerde daha fazla edişe
	Yeterli bilgiye sahip olduğunu hissetme	Daha fazla bilgi isteme
	Sosyal desteğe daha az ihtiyaç duyma	Sosyal desteğe daha fazla ihtiyaç duyma
	Başarısızlıktan korkmama	Başarısızlığa karşı endişeli olma
	Riske açık olma	Riskten kaçınma
Finansman	Daha fazla sermaye	Daha az sermaye
	Daha fazla borç	Daha az borç
	Finansman yaratmada tecrübeli	Finansman yaratmada tecrübe eksikliği
	Bankaların güveni fazla	Bankaların güveni az
	Sermayeye erişim kolay	Sermayeye erişim zor
Motivasyon	Dış odaklı	Bağımsız olma isteği
		Daha pozitif
		Daha sağduyulu
		Eleştirel düşünceye sahip
		Agresif
	Daha fazla para kazanma	Başarıyı yakalama isteği
	Tecrübe	Kendi işinin patronu olma

Yönetim	Mantıksal düşünce	Sezgisel düşünce
	Yönlendirilen yönetim	İletişimsel ve anlatıcı davranışlar
		İletişimde mükemmel beceri
		Çalışanların ihtiyaçlarını anlamak
	İşini büyüt	İşini büyüt
	Büyümeye karşı agresif	Büyümeye karşı yavaş ve tutucu
Ağlar	Geniş iş ağı	Dar iş ağı
	Organizasyonlar	Aile ve arkadaşlar
	Ağa erişimi kolay	Ağa erişimi zor

Kaynak: (Shmailan, 2016: 3-6).

Tablo 11 incelendiğinde görülmektedir ki kadınlar, risk alırken erkeklere oranla daha endişelidir. Sermayesinin az olması riske karşı korkak davranmasına sebebiyet vermektedir. Bunun dışında toplum tarafından başarısız olarak adlandırılması risk alma konusunda kadını endişeli duruma getirmektedir. Motivasyon konusunda kadınları erkeklerden ayıran en önemli özellik, erkeklerin girişimci olmasının temel sebebi para kazanmakken kadınlarda bu başarıyı yakalayarak kendisini ispat etme arzusudur. Yönetim konusunda kadınlar işlerini büyütme noktasında erkeklere oranla daha yavaştır. Buna sebep olarak aynı zamanda ev işleri ile ilgileniyor olmaları ve yeterli vakti işlerine ayıramamaları gösterilebilir. Kadınlar, ağlara erişim konusunda da erkeklere göre daha geridedir. Daha dar iş ağına sahip olmaları ve bunun aile ve arkadaş çevresinin dışına çıkamaması kadınların iş ağlarına erişimini zorlaştırmaktadır.

2.3.7. Kadın Girişimciliğinin Önündeki Engeller

Günümüzde her ne kadar kadının iş yaşamındaki konum ve işlevi açısından geleneksel inançların yıkılmaya başladığı görülse de henüz olması gereken noktaya gelinemediği görülmektedir.

Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların, ekonomik hayata katılma ve değer üretme ve bunun sonucu olarak da ekonomik kalkınmayı sağlamada önemli payları olmasına rağmen, ekonomik kalkınmadan yararlanma payları erkeklerden daha az olmaktadır. Kaynağını erkek egemen kültürden alan cinsiyet ayrımcılığı sebebiyle kadınlar, ekonomik ve toplumsal anlamda ikinci planda kalmaktadır. Bunun bir tesiri olarak da kadının rolü ev içi meşgalelerle sınırlı kalmakta ve çalışma hayatının kadının ikinci rolü olarak algılanmasını sağlamaktadır (Öztürk, Arslan, 2016: 6).

Eğitime verilen önemin artması, kadınların kendilerini geliştirebilmelerine yardımcı olmuş ve onların iş hayatına girebilmelerine ortam sağlamıştır. Meydana gelen bu gelişmelere rağmen kadının iş hayatına girmesi bir kariyer planlaması yapması ya da iş kurması onlara verilen toplumsal rolleri aksatacağı düşüncesiyle önlerinde bir takım engeller bulundurmaktadır. Bu sebeple iş-yaşam dengesini kuramayacağı ve ailesini ihmal edeceği düşüncesiyle önlerine bir takım geleneksel engeller konulmuş ve ailesi ile işi arasında kalmasına sebebiyet verilmiştir. Dolayısıyla bu ikilem arasında kalan kadınlar için kariyer gelişiminin ne anlam ifade ettiği açıkça ortaya konmalıdır (Türkkahraman, Şahin, 2010: 76).

Girişimci kadınlar, girişimci olmanın beraberinde getirdiği problemlerin dışında salt kadın olmalarından dolayı da birçok problemle karşı karşıya kalmaktadırlar. Fırsatların değerlendirilmesi, belirli bir iş planlarının olması, kaynakların temini, işletmenin yönetilmesi gibi genel girişimcilik problemlerinin dışında kadın olmalarından dolayı yaşadığı problemler bulunmaktadır. Bu problemler iş kurarken ya da kurduktan sonra farklı şekillerde karşılarına çıkmaktadır (Güney, 2006: 38).

2.3.7.1. İş Kurma Aşamasında Yaşadıkları Sorunlar

Kadınlar, toplum tarafından kendilerine biçilen rolleri aşıp iş hayatına bile girmekte zorlanırken bu zorlukları aşarak kendi işlerini kurmaları devlet politikaları açısından pozitif bir tutuma tabi tutulmalarına rağmen oldukça zordur.

Toplumun, kadının ev dışında çalışmasına karşı olumsuz bir tutum sergilemesi, aile reisinin erkek olduğu ve eve ekmek getiren kişinin erkek olması gerektiği düşüncesi kadınların en başta yaşadığı zorluklarken (Ertürk, 2016: 140), bu zorlukları aşarak işletme kurmaya yeltendiklerinde finansmana ihtiyaç duymaktadırlar ve bu ihtiyaçlarını gidermek adına kredi kullanımına başvursalar dahi mal mülk gibi şeylerin genellikle erkeklerin üzerine kayıtlı olmasından dolayı gerekli finansmanı temin edememekte ve işletme kuramamaktadırlar (Öztürk, Arslan, 2016: 7).

Kadınlar, gerekli sermayeyi temin etmiş olsalar dahi ülkemiz eğitim sisteminin kadınların girişimcilik becerilerini geliştirecek nitelikte olmamasından dolayı da (Öztürk, Arslan, 2016: 7) kadınlar işyeri arama ve kiralama, donanım, araç gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler, acemilik ve iş organize edememe gibi hususlarda zorluklar yaşamalarına sebep olmaktadır (Güney, 2006: 38).

Tüm bu saydığımız problemler arasında kadının işletme kurarken karşılaştığı en önemli sorun, finansal kaynak yaratma problemidir. Çalışmamızın önceki bölümlerinde de bahsettiğimiz gibi finansal kaynak temin edebilecekleri banka vb kuruluşlar kadınların gayrimenkul sahibi olmadıklarından ya da erkeklerin üzerine kayıtlı olduğundan kuruluşlar kadınlara güvenmemekte ve finans sağlamamaktadır.

2.3.7.2. İş Kurduktan Sonra Yaşadıkları Sorunlar

Kadın girişimcilerin iş kurduktan sonra yaşadığı sorunlar, kurma aşamasında yaşadığı sorunlarla bazı noktalarda benzerlikler göstermektedir. Acemilik, tecrübesizlik, müşteriyle nasıl ilişki kuracağını bilmeme, bilgisizlik, finans sorunu, personel temini gibi sorunlar iş kurduktan sonra da karşılarına çıkmaktadır. Fakat bu noktada yaşadıkları diğer sorunlar ise cinsiyetlerinden dolayı yaşadıkları sorunlardır. Bunlar (Özyılmaz, 2016: 54-58);

- Cinsiyete dayalı ayrımcılık
- Toplumsal ve çevresel tepkiler
- Toplumsal rol

Tüm bunların dışında kadın girişimcilerin en çok karşılaştığı bir diğer sorun da kendilerine yeterince saygı gösterilmemesidir. Kadın girişimci sayısının artmasıyla bu durumda bir azalma eğilimi olsa da henüz olması gerektiği seviyede değildir (Güney, 2006: 39).

2.3.8. Türkiye'de ve Dünyada Kadın Girişimciliğinin Gelişimi

Kadın girişimciler, bugünün modern işyerinin inşasında önemli rol oynamaktadırlar. Çalışma tarihi boyunca kadınlar farklı başarılarla çalışma dünyasında isimlerini duyurmuşlardır. İlk başlarda yalnızca tarım sektöründe aile içi işçi olarak çalışan kadınlar, Sanayi Devrimi ile birlikte çalışma hayatında kendilerine yer bulmuş, sonrasında girişimcilik alanında da kendilerinden fazlasıyla söz ettirmişlerdir.

2.3.8.1. Dünya'da Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği

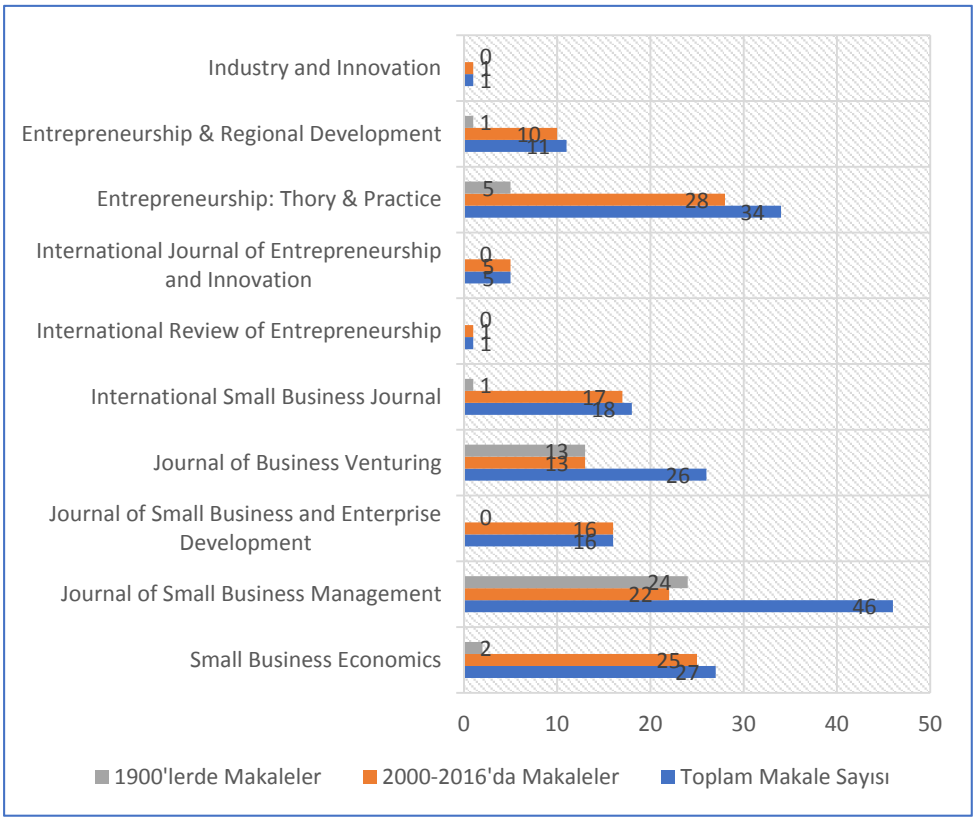
Günümüzde kadınlar iş yaşamının her alanında etkin bir yer edinmiş durumdadırlar. Yüzyıllar boyunca evinin kadını, çocuklarının annesi olarak görülen kadın bir süre sonra erkeklerin çalıştığı işlerde boy göstermeye başlamıştır. Sanayi Devrimi'ne kadar ev işleriyle ilgilendiği fakat bunun yanı sıra tarla ve çiftlik işlerinde gelir sağlamadan çalıştığı görülmekteydi. Fakat bu açıklamalardan kadının yalnızca ev işi yaptığı sonucu çıkartılmaması gerekir. İlk zamanlarda da kadının, eşinden aşağı kalmamakta ve hem çalışan hem de yönetici konumunda yer aldığı bilinmektedir (Narin, Marşap, Gürol, 2006: 67).

Sanayi Devrimi'nden sonra kadınlar günün yarısından çoğunda olmak suretiyle kötü çalışma şartlarında düşük ücret alarak çalıştırılmaktaydı. Sanayi Devrimi'nin gerçekleştiği İngiltere'de 1841 yılına gelindiğinde imalat alanında çalışan kadın oranı %35 iken on yıl sonra oran 42'ye yükselmiştir. Bu artışla birlikte tarım sektöründe çalışan kadınlar imalat sektörüne kaymış, kırdan kente göçler hız kazanmış ve kadınlar farklı sektörlerde istihdam edilmeye başlamıştır. Daha sonra İngiltere'de gerçekleşen bu durum başta Fransa olmak üzere Avrupa'da yayılmaya başlamıştır (Scott & Tilly, 1989: 64-69).

Avrupa'da başlayan bu hareketlenme kendisini ABD'de göstermeye başlamış ve orada çiftçi ailelerinin kızları yeni kurulan kasaba ve kentlere göç ederek hem gelirlerini arttırmış hem de istihdam içerisinde kendilerine yer edinmişlerdir. ABD'nin Kuzey'inde imalat alanında çalışan kadın oranı, 1820 yılında %9 iken yaklaşık 10 yıl sonra 1832'de %33 oranına ulaşmıştır. Daha sonra lise eğitimi almaları ve bu oranda vasıf gerektiren büro işlerine (sekreterlik, muhasebe, daktilo vb) yönelen kadınlar istihdam içerisindeki yerlerini sağlamlaştırarak arttırmaya başladılar (Costa, 2000: 10-11).

1990'lı yıllara kadar birçok otorite ve dergi kadınlara ait olan firmaları küçük işletmeler/firmalar olarak görmekteydi ve erkeklerin sahip olduğu iş yerlerini iş kurmanın/yapmanın ana ve doğal modeli olarak kabul etmekteydi. Bunun dışında kadın girişimciler araştırmasına bakıldığında girişimciliğin cinsiyete dayalı olduğunu ve ailelerden kaynaklanabileceği ortaya koyulabilmektedir. Fakat yeni literatür taramalarına bakıldığında kadınların girişimcilikte daha büyük rol almalarının ekonomik büyüme konusunda çok önemli rol oynayacağını görebilmekteyiz. Şekil 4'e bakıldığında, 10 farklı dergide kadın girişimciliğine dair 1900'lü yıllarda ve 2000-2016 yılları arasında yayımlanan makalelerin sayılarını görmekteyizve kadın girişimciliğine verilen değerin bilimsel çalışmalarla birlikte artık daha çok göz önünde olabileceğini görmekteyiz (Unni, Yadav, 2016: 1).

Şekil 4. Dünyada Kadın Girişimciliğindeki Makale Sayıları



Adı geçen bu dergilerde kadın girişimciliğine dair toplam 185 makale yayımlanmışken bunların yalnızca 46 tanesi 1900'lü yıllarda yayımlanmıştır. Buna karşılık geçen yüzyıla nazaran 16 yıllık bir süreçte yayımlanan makale sayısı ise 139'dur. Bu da 2000'li yıllardan sonra kadın girişimciliğinin öneminin fark edildiğini gözler önüne sermektedir.

1900'lü yılların başına kadar kadınlar kötü koşullarda çalışmalarına rağmen emeklerinin karşılığını alamamaktaydılar. Sosyal hakları olmadan ve erkeklerle aynı işleri yapmalarına rağmen düşük ücrete maruz kalmaktaydılar. Fakat bu yüzyılın başında feminizm, nihayet kadın çalışma yaşamına dair gerçek değişiklikler yapmak için harekete geçmiştir. 1900'lerin başında CJ Walker, Coco Chanel, Olive Ann Beech gibi kadın girişimciler iş kurmaya başladı ve bu güçlü kadınlar cinsiyete dayalı ayrımcılığa son vermek adına savaştılar (Seger , 2017, et: 29.03.2020).

Kadınların işgücüne katılmalarını etkileyen en büyük etmenlerden biri de dünya savaşlarıydı. 20. yüzyılın ilk yarısında gerçekleşen iki savaştan dolayı erkekler cepheye gitmiş ve iş alanlarında onlardan boşalan yerlerin istihdamında kadınlar yer almıştır (Narin, Marşap, Gürol, 2006: 68). Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kadınlar üretim sürecinin kesin bir parçası olarak erkekler döndükten sonra da istihdam içinde yer almaya devam etmişlerdir. Kadın girişimcilerin sayısı bu dönemde bir artış göstermiş ve ev tabanlı işlerde gelir sağlamaya devam etmişlerdir. Bu girişimci kadınlar savaş sona erdikten sonra da ticaretlerine devam ederek gelir elde etmelerini kesmemişlerdir (Seger, 2017, et: 29.03.2020).

1920'li yılların başında ABD'li Henry Ford'un Ford Motor Company (Jessop, ty, et:02.04.2020) isimli fabrikasında uygulamaya koyduğu fordist üretim anlayışı kendisni İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hissettirmiştir. Fordist üretimde, yüksek teknoloji üretim mekanizmaları

kullanılmakta ve çalışanlarda vasıf aranmamaktatır. Taylorist anlayışı da bünyesinde bulunduran fordist üretim işi parçalara bölerek işçileri yalnızca bir işe (vida sıkmak gibi) alıştırmaktadır. Fakat 60'lı yılların ikinci yarısından itibaren piyasa koşullarına fazla sert gelen bu üretim modeli yavaşlamaya ve çökmeye başlamıştır (Saklı, 2007: 5-7). Bunun sonucunda ortaya çıkan Japon üretim modeli fordist üretim gibi tam zamanlı ve sürkli istihdam şekli değil yarı zamanlı ve geçici çalışma imkanları oluşmuştur. Bununla beraber kadınlar yarı zamanlı çalışma modelini tercih ederek aile içerisindeki rollerini de yerine getirmek için zaman bulabilmiş ve bunu avantaja dönüştüren kadınlar tüm dünyada işgücüne dahil olmayı başarmışlardır.

Geçen yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde, tüm dünyada kadın istihdamında önemli artışlar gözlemlenmeye başladı. Örneğin ABD'de 1965 yılında işgücünün %35'ini kadınlar oluşturmaktaydı ve bu gösterge 1980 yılına gelindiğinde %42'ye yükselmişti Finlandiya, İzlanda, Norveç, İsveç, Danimarka gibi ülkelerde de artış aynı şekilde gözlemlenirken kadın işgücünün düşük olduğu ülkeler büyük oranda Orta Doğu, Sahraaltı Afrikası ve Güney Asya ülkeleriydi (Narin, Marşap, Gürol, 2006: 68).

1980 yılına gelindiğinde, kadınlar girişimcilik alanında tüm dünyada hissedilir bir biçimde görülmeye başlanmıştır. Öyle ki Forbes dergisi kapağında "Amerika'nın En Akıllı İş Kadını" başlığıyla birçok kadına yer verdi. Daha sonra 1988 yılında " Women's Business Ownership Act." (Kadınların İşletme Sahipliği Yasası) kabul edildi ve artık kadınların işletme kurarken eşlerinden bağımsız kendi adlarına işletme kredisi alabilmelerinin önü açıldı (Sweeney, 2018, et: 19.04.2020).

1980 yılında ivme kazanan küreselleşme ile yavaşlayan ve çöken fordist üretim modeli sonrasında yaşanan gelişmelerle dünya üzerindeki kadın istihdam oranı artmaya başlamıştır. Tablo 13'de seçilmiş bazı ülkelerin

1980-2000 yılları arasında kadın-erkek istihdam verilerine karşılaştırmalı olarak yer verilmiştir.

Tablo 12. Seçilmiş Ülkelerde 15-64 Yaş Arası Kadın/Erkek İşgücüne Katılım Oranı (%)

	TOPLAM	TOPLAM		ERKEK	ERKEK		KADIN	KADIN
	1980	2000		1980	2000		1980	2000
Dünya Toplam	72.6	73.3		87.5	85.5		57.4	60.7
Gelişmiş Bölgeler	71.4	73.1		84.4	80.8		58.7	65.4
Az gelişmiş bölgeler	73.1	73.4		88.6	86.7		56.9	59.5
Az gelişmiş ülkeler	78.7	76.8		89.9	87.6		67.6	65.8
AFRİKA	72.0	71.5		88.0	85.8		56.4	57.4
Kenya	84.7	82.9		91.7	89.2		77.7	76.6
Madagaskar	81.8	79.7		91.3	89.0		72.5	70.6
Gabon	77.5	75.8		87.7	85.8		67.6	66.2
Kamerun	69.3	68.5		89.8	86.2		49.6	51.1
Mısır	56.8	60.0		83.5	82.1		29.3	37.1
Fas	61.0	63.1		84.6	82.7		38.1	43.7
Güney Afrika	65.8	66.0		85.1	82.2		46.5	49.9
Nijerya	69.2	67.8		89.1	86.5		50.0	49.5
	ERKEK	**KADIN**		**ERKEK**	**ERKEK**		**KADIN**	**KADIN**
	1980	2000		1980	2000		1980	2000
Gana	82.9	81.7		83.0	82.3		82.8	81.1
Etiyopya	73.4	72.5		86.9	85.8		60.2	58.8
ASYA	74.8	74.8		88.9	87.0		59.9	62.0
Çin	83.8	84.9		91.5	89.6		75.5	80.0
Japonya	68.9	73.3		86.1	85.0		52.1	61.5
G. Kore	64.0	68.9		77.6	79.8		50.2	57.8
Kamboçya	85.5	85.5		85.9	86.2		85.2	84.9
Hindistan	68.9	66.6		88.6	86.9		47.8	44.6
Afganistan	70.2	69.5		89.4	88.0		49.8	50.1
Pakistan	59.4	62.9		88.2	86.6		27.7	37.1
Malezya	63.6	66.0		84.6	81.4		42.8	50.4
Gürcistan	75.8	72.4		81.1	79.1		71.0	66.2

Türkiye	67.9	69.0	87.5	85.0	47.8	52.5
AVRUPA	72.0	71.8	84.2	79.6	60.2	64.0
Bulgaristan	76.6	74.3	82.7	77.4	70.4	71.4
Çekya	79.9	79.1	84.8	83.0	75.1	75.2
Rusya	79.3	75.7	84.3	79.5	74.7	72.2
Danimarka	79.9	81.3	88.3	85.2	71.3	77.3
Finlandiya	73.7	74.6	79.3	76.7	68.3	72.5
İzlanda	79.7	81.5	86.5	85.3	72.5	77.5
Norveç	71.8	77.9	83.5	81.6	59.8	74.1
İsveç	77.4	83.1	85.4	84.6	69.3	81.6
İngiltere	73.1	75.5	89.2	83.9	57.0	67.0
Hırvatistan	66.6	67.4	80.5	75.4	53.2	59.5
Yunanistan	57.2	63.1	83.5	78.2	31.8	47.9
İtalya	60.3	64.5	81.9	79.0	39.2	49.9
İspanya	58.2	64.1	84.5	80.1	32.5	47.9
Belçika	60.7	62.6	79.8	73.1	41.4	51.9
Fransa	68.5	69.0	81.6	75.7	55.2	62.2
Almanya	71.2	71.8	86.5	81.0	56.2	62.2
Hollanda	59.9	67.9	81.0	79.2	38.2	56.2
İsviçre	70.8	78.0	89.9	90.5	51.9	64.8
KUZEY AMERİKA	71.1	76.0	84.1	81.7	58.0	70.2
ABD	71.0	75.8	83.8	81.5	58.2	70.0
Kanada	71.8	77.8	86.0	83.5	57.3	72.1
	KADIN	ERKEK	ERKEK	ERKEK	KADIN	KADIN
	1980	2000	1980	2000	1980	2000
LATİN AMERİKA	59.8	65.1	86.6	85.5	33.3	45.2
Arjantin	59.1	62.8	86.4	84.4	32.6	41.6
Brezilya	62.5	67.0	89.4	87.4	35.7	47.2
Şili	54.7	62.1	81.4	82.3	28.7	42.1
Paraguay	63.1	63.6	91.9	87.8	34.1	38.8
Meksika	58.2	63.2	85.8	85.6	31.1	41.6
Kolombiya	54.4	67.2	83.1	83.6	26.6	51.3
Venezuela	58.4	64.7	83.9	83.1	32.3	46.1

OKYANUSYA	70.1	75.3		86.9	84.1	52.6	66.2
Avustralya	69.5	75.2		86.6	83.4	52.0	66.8
Yeni Zelanda	66.0	75.3		85.8	82.7	46.0	67.8

Kaynak: (ILO, 2000: 267-271) World Labour Report

Tablo 12'ye baktığımızda, bu artış, dünya genelinde 1980-2000 yılı arasında erkek işgücüne katılım oranında küçük de olsa bir düşüş gözlemlenirken kadın katılım oranında artış gözlemlenmektedir. Bu artış genel olarak gelişmiş bölgelerde karşımıza çıkmaktadır.

Afrika kıtasına baktığımızda, Güney Afrika, Fas ve Mısır gibi ülkelerin dışında kadın işgücüne katılım oranında artış yerine düşüşler gözlemlenmektedir. Asya kıtasına göz attığımızda ise Gürcistan ve Hindistan dışında tüm ülkelerde gözle görülür bir artış olduğu aşikardır. Asya kıtasında en dikkat çekici durum Kamboçya'da bu oranın %85 seviyelerinde seyir etmesidir. Avrupa genelinde artış %3 kadar görünse de İsviçre, Hollanda, Belçika, İspanya, Yunanistan gibi ülkelerde artış oranının %10 seviyesinden daha fazla olduğu görülmektedir. Yine Avrupa'da Çekya, Bulgaristan, Danimarka, İzlanda gibi ülkelerde dünyanın genelinde düşük olan kadın işgücüne katılım oranının %70'ler seviyelerinde ve dünya seviyesinin çok üzerinde olduğu görülmektedir. Kuzey Amerika'da, artış oranı %70'lere kadar yükseliş gösterirken güney için aynı şeyi söyleyememekteyiz. 1980 yılında %35'i geçmeyen bu oran 2000 yılına gelindiğinde önemli bir artış göstermiş olsa da beklenen seviyelerde değildir. Son olarak Okyanusya kıtasında da artışın 1980 yılına nazaran %12-13 seviyelerinde önemli bir derecede olduğu gözlemlenmektedir.

Kadınların işgücüne katılım oranlarının ülkelerarası bu seviyede farklılık göstermesinin sebebi, bulundukları ülkelerin sosyo-kültürel yapılarıdır. Örneğin Pakistan, Mısır gibi ülkelerde kadın işgücüne katılım oranının bu denli düşük olmasının sebebi, ülkelerin dini inaçları, eğitim seviyelerinin düşük olması ya da küçük yaşta evlendirilmeleri sonucu çocuk

sahibi olmaları ve görevlerinin onlara bakmak olması gibi nedenler gösterilebilir.

1970'li yıllara gelene kadar kadınlar iş alanlarının birçoğunda çalışan ya da yönetici olarak görev almaktaydılar. Fakat ilk olarak 1975 yılında Meksika'da gerçekleşen ve on yıllık bir süreci kapsayan Kadın On Yılı (The United Nations Decide for Women) isimli BM programı dünyadaki kadınlar için hak ve fırsatların eşit olması adına atılan en büyük adımdır (Gemelli, ty, et: 28.04.2020). Daha sonra bu konferansları aynı çatı altında 1980 ve 1985 yıllarında Kophenag ve Nayrobi'de yapılan konferanslar takip etti ve birincil amaçları kadın katılımcıları konferanslara davet ederek kadınların uluslararası arenaya adım atmalarını sağlamaktı (Ghodsee, 2010: 3).

BM'ye üye 133 ülkenin 125'nin 2000'den fazla temsilci gönderdiği ve katılımcıların %73'ünü kadınların oluşturduğu bu konferansın ana gündem maddesi, yasal engeller, istihdam ayrımcılığı, eğitimde eşitsizlik ya da kadınların siyasette temsil edilmesiydi. Eğitimde eşitsizliğin giderilmesi fikriyle kadınların girişimcilik hususuna çözüm bulunarak şaha kalkması bekleniyordu. Gündem her ne kadar böyle olsa da bazı kesimler BM'nin hala erkek egemenliğinde olması sebebiyle konferansa karşı ön yargılıydı (Ghodsee, 2010: 5-6).

2000'li yılların başlarına geldiğimizde OECD'nin İstanbul'da yaptığı Küresel Ekonomide Girişimcilik ve Yenilikçi Kobilerin Desteklenmesi: (Promoting Entrepreneurship and Innovative Smes in A Global Economy) isimli konferansta bazı büyük ekonomilerde kadın girişimcilerin ekonomiye etkilerine ne gibi katkıları olduğuna yer verilmiştir (OECD, 2004: 15):

- Kanada: 1981-2001 yılları arasında erkek girişimci oranı %38 artarken kadın girişimciliğinde %208 artış görülmektedir. 2003 yılında

Kanada'da 821.000 kadın girişimci bulunmakta ve bunların Kanada ekonomisine 18.109 milyar dolardan fazla katkı yaptığı belirtilmektedir.

- Almanya: 2000 yılında Almanya'da bulunan işletmelerin 1.03 milyonu kadınlara ait olmakta ve toplam 2 milyon insanı istihdam etmektedirler. Bu bağlamda ekonomiye yaptıkları katkı 16 milyar euro seviyelerindedir.

- ABD: 2002 yılında ülkedeki 23 milyon firmanın %28'i (6,4 milyon) kadınlar tarafından kurulmuş ve 9.2 milyon insana istihdam sağlamaktadır.

- Güney Kore: 2001 yılında ülkede bulunan tüm firmaların %36'sı (1.1 miyon) kadınlar tarafından kurulmuşve yönetilmektedir.

- İngiltere: 1999 yılında İngiltere'de 3.2 milyon serbest çalışanın %26'sını (824.659) kadınlar oluşturuyor.

2004 yılında İstanbul'da yapılan konferansta dikkat çekici bir başka husus OECD üye ülkelerinde girişimci kadın ve erkek sayıları arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır ve hala üye tüm ülkelerde kadınlar bu konudaki azınlığı temsil etmektedir. 2002 yılının verilerine göre üye ülkeler arasında Türkiye %13 ile en düşük orana sahipken, Portekiz %40 ile bu konuda başı çekmektedir (OECD, 2004: 15).

Uluslararası kayıtlara göre dünya üzerinde yer alan işletmelerin %25-33'ünün sahibi kadınlardır. Yıllar boyunca tüm engellere rağmen kadınların şirket sayılarının artması, tüm işletmelerin büyümesini hemen hemen ikiye katlamaktadır (Morris, Schindebutte, Brennan, 2003: 94).

Kadınların girişimcilik konusunda dünya genelinde böylesine artış göstermesinin birçok faktörü olabilmektedir. Sosyo-kültürel yapıdaki

değişmelerle birlikte kadının eğitim seviyesi artmakta ve bu konuda bilinç sahibi olması ve işgücüne katılması bu faktörlerin en başına yazılabilir. Bunun dışında kadınların, çalıştıkları kurumda küçülmeye gidilmesi durumunda ilk olarak kendilerinin işten çıkarılabileceğini düşünmeleri ya da işten çıkarılmayacak bile olsalar cam tavan sendromu ile şirket içi yükselmelerinin engellenebileceği düşüncesidir. Bir başka neden ise kadın girişimcileri görerek onları kendilerine rol model seçmeleri ve girişimciliğe yönelmeleri gösterilebilir (Narin, Marşap, & Gürol, 2006: 70).

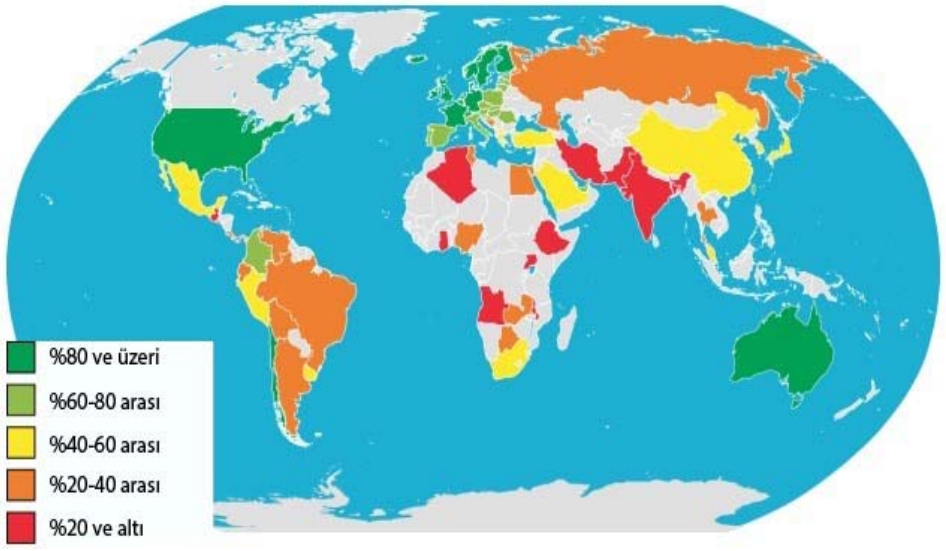
Dünyada kadın girişimciliği konusunda çalışmalar yürüten birçok örgüt bulunmaktadır. Bunlar (Narin, Marşap, & Gürol, 2006: 73);

- Avrupa Kadın Ağı (The Eurochambers Women Network, EWN)
- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Avrupalı Kadın (Female Europeans of Medium and Small Enterprises, FEM)
- Kadınlar Ağı – Kadın Yöneticiler Ağ ve İşbirliği Programı (Ladies' Net – Networking and Cooperation Programme for Female Managers)
- Afrika Kadın Girişimcileri Federasyonu (African Federation Women Entrepreneurs, AFWE)

şeklilnde sıralanabilir. Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür.

Son olarak, 2015 yılında GEDI'nin (Küresel Girişimcilik Geliştirme Enstitüsü) hazırladığı raporda, dünya kadın girişimciliği haritası (Şekil 5) ve sıralamasına (Tablo 13) yer vererek bu bahsi sonlandıracağız.

Şekil 5. Dünya Üzerinde Kadın Girişimciliğinin Puanlamasına Göre Dağılımı



Kaynak: GEDI (Terjesen & Lloyd, 2015: 10)

Haritadaki dağılıma baktığımız zaman ABD ve Avustralya dışında %80 ve üzeri olan tüm ülkelerin Avrupa'da olduğunu gözlemleyebilmekteyiz. Bunun sebebi, bu bölgelerde kadınların eğitim seviyesinin yüksek olması büyük bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Endeksin en düşük olduğu bölgeler ise Güney Batı Asya ve Afrika olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 13. Kadın Girişimcilik Endeksi(Puan ve Sıralama)

Sıralama	Ülke	Puan	Sıralama	Ülke	Puan	Sıralama	Ülke	Puan
1	ABD	82.9	27	BAE	52.6	53	Botsvana	36.4
2	Avustralyaa	74.8	28	İspanya	52.5	54	Kosta Rika	36.1
3	İngiltere	70.6	29	Kolombiya	52.0	55	Arjantin	35.7
4	Danimarka	69.7	30	İtalya	51.4	56	Rusya	35.6
5	Hollanda	69.3	31	Hırvatistan	49.9	57	Nijerya	32.8
6	Fransa	68.8	32	Portekiz	49.8	58	Ekvador	32.3
7	İzlanda	68.0	33	Romanya	49.4	59	Bosna Hersek	31.6
8	İsveç	66.7	34	İsrail	47.6	60	Brezilya	31.1
9	Finlandiya	66.4	35	Uruguay	44.5	61	Tunus	30.7
10	Norveç	66.3	36	G. Afrika	44.2	62	El Salvador	29.9
11	İrlanda	64.3	37	Karadağ	43.7	63	Bolivya	29.7
12	İsviçre	63.7	38	Peru	43.6	64	Zambiya	29.1
13	Belçika	63.6	39	Barbados	43.4	65	Venezuela	29.0
14	Almanya	63.6	40	Yunanistan	43.0	66	Mısır	27.7
15	Şili	63.5	41	Meksika	42.8	67	Arnavutluk	27.4
16	Singapur	59.8	42	Makedonya	41.2	68	Angola	26.0
17	Çekya	59.1	43	Kore	40.1	69	Gana	25.8
18	Litvanya	58.5	44	Japonya	40.0	70	Hindistan	25.3
19	Polonya	57.7	45	Türkiye	39.3	71	Guatemala	23.2
20	Letonya	56.6	46	Malezya	39.2	72	Etiyopya	20.9
21	Slovenya	55.9	47	Jameika	38.6	73	İran	20.6
22	Estonya	55.4	48	Çin	38.3	74	Uganda	18.4
23	Avusturya	54.9	49	Suudi Arabistan	37.0	75	Bangladeş	17.9
24	Slovakya	54.8	50	Panama	36.9	76	Malavi	15.5
25	Macaristan	53.7	51	Trinidad Tobago	36.9	77	Pakistan	15.2
26	Tayvan	53.4	52	Tayland	36.6			

Kaynak: GEDI (Terjesen & Lloyd, 2015: 11)

77 ülke arasında yapılan araştırma sonucunda ABD 82.9 puanla ilk sırayı alırken, Pakistan 15.2 puanla son sırada yer almaktadır. Söz konusu kadın girşimcilik endeksi sıralamasında Türkiye' 39.3 puanla 45. sırada yer alarak gelişmiş ülkelerin bi hayli gerisinde yer almaktadır.

2.3.8.2. Türkiye'de Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği

"Toplumdaki başarısızlığın nedeni, kadınlarımıza karşı gösterdiğimiz ihmal ve kusurlardan doğmaktadır" (Mustafa Kemal Atatürk).

Türkiye'de 1923 yılında cumhuriyetin ilanından sonra kadının çalışma hayatına katılımıyla ilgili bir takım gelişmeler yaşanmıştır. Bu bağlamda Türkiye'de kadının istihdamı ve girişimciliği konusunu cumhuriyet öncesi ve sonrası olarak değerlendirmemiz daha doğru olacaktır.

2.3.8.2.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem

Osmanlı Dönemi'nde kadınlar, kırsal alanlarda ücretsiz olarak üretime katılmaktaydı. Daha sonra kapitalist anlayışın Osmanlı'da benimsenmesi ile kadınlar çalışma yaşamında gerçek anlamıyla yer almıştır. Kentte yaşayan ve ekonomik açıdan iyi durumda olan kadınlar, okul ya da evde erişebildikleri eğitimle çalışma hayatına katılırken, yine kentlerde ekonomik anlamda kötü olan kadınlar atölyelerde 14-15 saat düşük ücretle çalışmaktaydı. Kırsaldaki kadınlar ise yabancı şirketlerde ilmek başına para kazanmakta ya da yoğun olarak ücretsiz aile işçisi olarak tarımda çalışmaktaydı. Kadınların Osmanlı'da çalışma yaşamına dahil olmaları ilk önce özel sektörde yaşanmış daha sonra kamu hizmetinde de kendilerine yer bulabilmişlerdir (Önder, 2013: 38).

Osmanlı 1800lü yıllarda İngiliz, Hint ve Hollandalı iplik üretecileriyle bir rekabet içerisindeydi. Özellikle İngiliz üreticilerin fiyat kırarak rekabeti zorlaştırması üzrine Osmanlı Devleti 18. yüyızılın sonlarına doğru birkaç iplik fabrikası kurarak ucuz çocuk ve kadın emeğinden faydalanarak rekabet girişiminde bulundu ve bu sayede kadınlar iş hayatına girme durumunda kaldı. Edirne kırmızısı olarak bilinen iplik Avrupa'da son derece rağbet görmekteydi ve bu iplik Ambelakia denilen kasabada yapılıyordu. Öyle ki Osmanlı iplik ihracatının neredeyse dörtte biri buradan yapılıyordu. İpliğe olan ilginin artmasıyla birlikte kasabaya göçler başladı ve nüfus bir anda üç katına çıktı. Kasabada herkes iplik işinde çalışıyordu. Kadın ve erkek arasında iş bölümü yapılıyor, erkekler ipleri boyuyor kadınlar ise hazırlayıp eğiriyordu (Quataert, 2013: 61,64).

Daha sonra Osmanlı iplik üretimi konusunda güçsüz kalıp fabrikaların üretimini durdurmuş olsa da 1830'lu yıllara kadar Diyarbakır'da evlerde iplik eğirme işi devam etmekteydi. Kışın bütün kadınlar Malatya'da ticari amaçla dokunan kumaşların yapımında kullanılması için iplik eğirme

işi yapıyordu. Kırsalda yoksulluk yüksek seviyelerde olduğundan, kadınlar pamuk toplamaya gider ücret almaz ve topladığı pamukların bir kısmını alıp ibrişim yapar ve onun karşılığında yeniden pamuk alıp ibrişim yaparak belli bir ibrişim sahibi olurdu. Bu noktada kocası da ibrişimden bir şeyler dokur, ihtiyacı olanı alır, kalanını da satardı. Halepte 1850'lere gelindiğinde, dokumacılar hala düşük kalite tekstil ürünleri için eğrilmiş pamuk ipliği kullanıyordu. Kadınlar evde ek gelir için iplik eğiriyor ve günde 0,4-0,8 kuruş kazanıyorlardı. Halep'te bu işi evde ek gelir için yapan kadınların kazancı Halep endüstrisi içinde iplik eğirenlerle hemen hemen aynıydı (Quataert, 2013: 70, 72-73).

Öte yandan kadınlar, bir kimlik elde etmek için birçok gayret ve girişimde bulunmuşlardır. Örneğin, ilk kadın dergisi olarak bilinen Terakki-i Muhadderat 1869 yılında ilk sayısını çıkarmış ve haftalık olarak toplam 48 sayı yayımlamıştır. Bu dergi yoluyla kadınlar eğitim taleplerini dile getirebilmekteydi. Bu dergi dışında Vakit Yahud Mürebi-i Muhadderat ya da Hanımlara Mahsus Gazete gibi dergi ve gazeteler de örnek olarak verilebilir. Fakat en önemlileri ve kadınların eğitim hakkı elde etmelerini sağlayan İnas Darülfünu'nun açılmasında Kadınlar Dünyası dergisidir. Paragrafın başında belirttiğimiz kimlik elde etmeleri, öğrenim görmeleri ve akabinde çalışma yaşamına girmeleriyle başlamaktadır (Özkul & Baysal, 2017: 4).

Tüm bunların dışında Osmanlı'da kadın hareketlerinin asıl hız kazandığı dönem II. Meşrutiyet'in ilan edildiği döneme denk gelmektedir. Osmanlı'nın son dönemlerine tekabül eden bu dönemde ekonominin kalkınması için kadınların ekonominin içinde olması gerektiğine vurgu yapılmış ve kadınlar eğitim, iş yaşamı, siyasi yaşam gibi konularda haklar talep etmiş ve bazı kesimler tarafında destek görmüştür. II. Meşrutiyet dışında kadınların mücadelesinde kadın dergi ve derneklerinin büyük etkileri bulunmaktadır (Özkul, Baysal, 2017: 2).

2.3.8.2.2. Cumhuriyet Sonrası Dönem

Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde, cumhuriyetimizin ilan edilmesinden sonra birçok alanda yenilikler yaşanmıştır. Devrim niteliği taşıyan bu yeniliklerin içinde nüfusun yarısını oluşturan kadınların ekonominin içerisine katılması için de bir takım yenilikler yer almaktadır. Bu anlamda kadınlara daha fazla hak tanımak koşuluyla çalışma hayatında kendilerine yer edinmeleri sağlanmak istenmiştir.

Yapılan bu devrimlerin önceliği, eğitim alanında olmuş ve 1924 Teşkilat-ı Esasiye Kanunu ile tüm çocuklara ilkokul zorunlu hale getirilirken, yine 1924 Tevhid-i Tedrisat Kanunu ile kız ve erkek çocuklarının eşit şekilde eğitim görmesi sağlanmıştır. 1926 Türk Medeni Kanunu ile kadınlara malları üzerinde söz sahibi olması ile ekonomik anlamda ellerinin güçlenmesi sağlanmıştır. Bu dönemde çıkarılan belki de en önemli yasa ise belediye seçimlerinde kadınların seçme ve seçilme hakkı kazandığı 1930 Belediye Yasası'dır. Kadınlara yönelik başka bir pozitif kanun ise 1933 Umumi Hıfzısıhha Kanunu'dur. Bu kanunla birlikte çalışan kadınlara doğum izni hakkı tanınarak şartları iyileştirilmiştir. Daha sonra 1934 yılında anayasamızda gerçekleştirilen değişiklik ile kadınlar tam anlamıyla seçme ve seçilme hakkına kavuşmuş ve 1935 seçimlerinde meclise toplam 18 kadın milletvekili girebilmeyi başarmıştır (Tatlıdil, 1992: 5).

Türkiye'de cumhuriyetin savaş sonrası dönemde ilan edilmesi ve bundan dolayı kadın istihdamından önce bir takım tahribatların iyileştirilmesi için yapılan düzenlemeler olsa da 1950'li yıllara kadar kadınlar bir ücret karşılığı istihdam edilme hususunda baya geri kalmaktaydı. Ekonominin ana sektörünün tarım olması ve sanayide beklenen düzeyde ilerleme kaydedilememesi, durumun bu şekilde ilerlemesinin en önemli faktörüdür.

Türkiye'de 1950'lilerden sonra kadınlar ile ilgili yapılan çalışmalarda çıkan sonuç, kadınların birinci amacının ev dışında değil ev içinde çalışmak olduğu ve taşımak istedikleri rolün ev kadınlığı olduğudur. Fakat 1970 yılında oratya çıkan küresel kriz sonrası Türkiye, IMF ve Dünya Bankası gibi finans kuruluşlarının önerdiği politikalara uyarak kadın girişimciliğine önem vermiştir. Kriz sonrası hane gelirlerinin azalması sonucunda kadınlara küçük iş yerleri kurmaları teşvik edilmiştir. Bunun nedeni, haneye ek gelir sağlamanın dışında bu zevki tadan kadınların ücretli çalışma isteğinin artmasıdır. Fakat kadınların başvuru yaptığı işler konusunda yeterli bilgi beceriye sahip olmaması onları girişimciliğe yönlendirerek kendi adına çalışmaya itmiştir. Dolayısıyla şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki Türkiye'de kadınların girişimci olmalarının sebebi özgürlük, eşitlik, kendine güven gibi girişimciliğe çeken faktörlerin aksine geçim derdi ve ihtiyaçlarını karşılama gibi iten faktörlerdir. Kısacası Türkiye'de kadınların girişimci olmalarının sebebi zaruri faktörlerin getirdiği mecburiyettir (Yetim, 2002: 82).

Türkiye'de kadın girişimci sayısının arttırılması için adımlar atılmasının sebebi, gelişmiş ülkelerde artış gösteren kadın girişimci sayısı ve AB, OECD, BM gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini destekleyici ve yaygınlaştırıcı politikalar uygulaması etkili olmuştur. Fakat bu duruma rağmen ülkemizde kadın girişimciliği konusunda Batı ülkelerinde yaşanan gelişmeler ya olmamış ya da oldukça yavaş şekilde ilerlemiştir. Türkiye'de kadınların işgücüne katılımı konusunda önemli adımlar ancak 1980 yılına gelindiğinde hızlanmış ve bu konuda yapılan çalışmalar ise ancak 1990'lı yıllara gelindiğinde önemli bir aşamaya gelebilmiştir (Tamer, 2013: 651).

Türkiye'de girişimcilik kavramı, 1980 yılından itibaren önem kazanmış ve bu duruma etki eden en önemli nedenin 24 Ocak Kararları ile etkinleştirilen ekonomik faaliyetlerin olduğu göz ardı edilmeyecek bir gerçektir. Bu süreçte girişimcilik kavramı, erkekler kadar kadınların da

ilgisini çekmiştir. Türkiye, gelişmekte olan bir ülkedir ve kırılgan bir ekonomiye sahiptir. Dolayısıyla ekonomiyi büyütmenin ve işsizlik sorununu çözmenin önemli yollarından biri de nüfusun yarısını oluşturan kadınların girişimciliğe yönlendirilmesi konusudur. (Öztürk, Arslan, 2016: 6).

TÜİK verilerine (Tablo 14) baktığımızda, Türkiye'de kadınların işgücüne katılma oranlarının yıllara göre dağılımını görebilmekteyiz.

Tablo 14. Türkiye'de 1990-2020 Arası Kadın İşgücü Katılım Oranları (Bin Kişi)

Yıllar	Çalışma Çağındaki Nüfus	İşgücü	İşgücüne katılma oranı (%)
1990	18.045	6.160	34,1
1995	20.787	6.427	30,9
2000	23.295	6.188	26,6
2005	24.685	5.750	23,3
2010	26.740	7.383	27,6
2015	29.281	9.225	31,5
2020	31.623	9.768	30,8

Kaynak: TÜİK, İşgücü İstatistikleri, 2010

Tabloyu incelediğimizde, Türkiye'de kadınların zaten düşük olan işgücüne katılım oranlarının daha da düşüş eğiliminde olduğu gözlemlenmektedir. Buna sebep olarak, 90'lı yıllarda yaşanan siyasi krizler, 1999 finansal krizi ve 2001 ekonomik krizi gösterilebilir. 2005 yılından sonra düşüşe geçen oranların tekrar yükselmeye başladığını görebilmekteyiz.

1990 yılına kadar kadınların işgücüne katılmasını engelleyen önemli faktörlerden biri olarak da Medeni Kanun'da yer alan *"Kadının çalışmasının kocanın iznine bağlı olması"* hükmü gösterilebilir. Söz konusu madde 1990 yılında Anayasa Mahkemesi tarafınca iptal edilmesiyle bu hüküm ortadan kalkmıştır. Daha sonra 2002 yılında aynı kanunda yapılan değişikliklerle aile reisi kocadır anlayışı tarihe gömülerek evlilik birliğini eşler beraber yönetirler maddesi eklenmiştir. 1999 yılında onaylanan "Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önleme Sözleşmesi" (CEDAW) kapsamında Türk Vatandaşlığı

Kanunu'nda değişiklik yapılarak işçi-işveren arasında cinsiyet temelli hiçbir ayrım yapılamayacağı konusu kanuna eklendi. 2004 yılında 10. maddesine *"Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamakla yükümlüdür"* maddesi eklendi ve 90. maddeye de bu gibi durumlarda milletlerarası hükümler esas alınır hükmü eklenerek CEDAW ulusal düzenlemelerde üstün konuma getirilmiştir. 2009 yılında, TBMM'de "Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonunun Kurulmasına İlişkin 5840 Sayılı Kanun" yürürlüğe girmiştir. 2011 yılında 6111 sayılı kanunda yapılan değişiklikle, gebelik izni konusunda değişiklikler yapılmıştır. (KADEM, 2013).

Tüm bu gelişmeler göstermektedir ki Türkiye, kadın girişimciliği konusuna gereken önemi 90'lı yıllardan sonra bazı kanunlarda iptal ya da değişiklik yaparak kadınların iş yeri açmasının önünü açarak vermiştir. Bu yaşanan gelişmelerle kadınlar 90'lı yıllardan sonra çalışma hayatında daha fazla boy göstermeye başlayarak çeşitli sektörlerde çalışmaya ya da girişimci olmaya başlamışlardır.

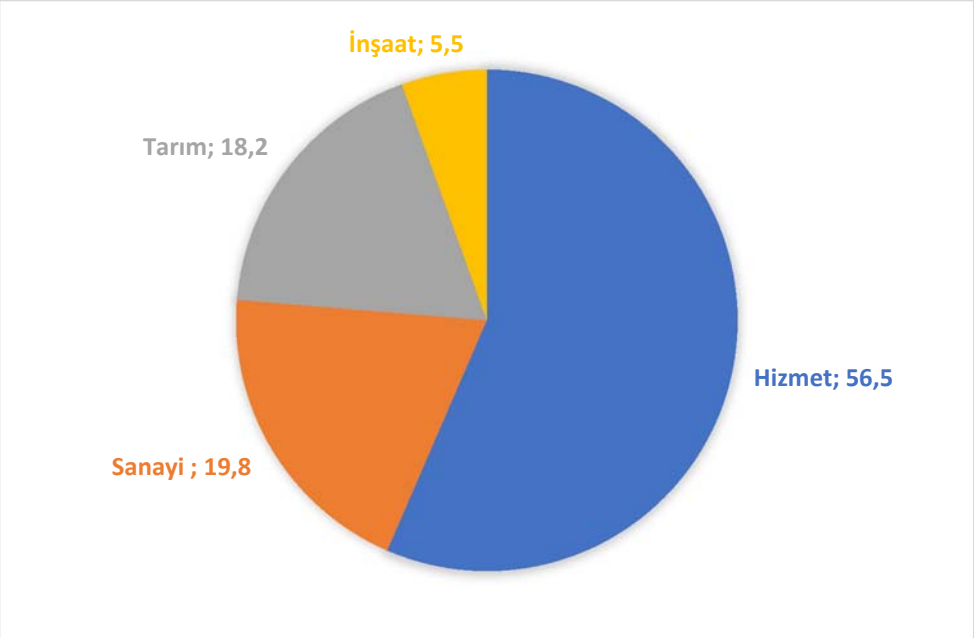
Türkiye'de 1990 sonrası yapılan çalışmalar göstermektedir ki iş kadınlarının %50'sinden fazlası ticaret sektöründe boy göstermekte, genel olarak 30-39 yaş aralığında bulunmakta ve çoğunun eğitim düzeyi lise seviyesindedir. Çalışmaların göstermiş olduğu bir başka bulgu ise girişimci kadınların genelde kentlerde yaşayan kadınlar olduğudur (Yetim, 2002: 82).

1990'lı yılların sonuna gelindiğinde, dünya geneline ve gelişmiş bölgelerdeki ülkelerin (Tablo 13) durumuna bakıldığında, ülkemizdeki (Tablo 15) kadın istihdamının oldukça az olduğu görülmektedir. Bir toplumun kadın ve erkeğinin, sosyal hayatta ve ekonomik alanlarda eşit olmaları ülkenin gelişmişlik düzeyleri hakkında bizleri bilgi ve fikir sahibi yapar. Ülkemizin de üye bulunduğu ve yüksek ekonomik gelişmişlik düzeyine sahip 36 ülkenin üye olduğu (Hurriyet, 2019, et: 30.04.2020) OECD ülkelerine baktığımızda ABD, Almanya, Danimarka gibi ülkelerde kadın

girişimcilik oranı %70 seviyelerinde iken ülkemizde %26 seviyelerinde seyretmektedir. Bu oranlara baktığımızda, devletlerin bu konuda yürüttüğü politikaların bir sonucu olması kesinlikle tesadüf olarak görülecek bir durum değildir.

Günümüze geldiğimizde TÜİK 2020 verilerine göre istihdamın sektörel dağılımına baktığımızda hizmetler sektörü pasta içindeki payını yükseltmekte (TÜİK, Haber Bulteni, 2020), dolayısıyla kadınların daha rahat iş bulabildikleri bu sektörde kadın istihdam oranı artmaktadır.

Şekil 6. İstihdamın Sektörel Dağılımı (%)



Kaynak: (TÜİK Haber Bulteni, 2020, Sayı: 33784)

Şekil 6'da da gördüğümüz gibi ülkemizdeki kadın istihdamının sektörel dağılımının %56,5 gibi büyük bir bölümünü hizmet sektörü oluşturmaktadır. Hizmet sektöründe kadın istihdamının fazla olması kadınların ülkemizde işgücüne dahil olmalarının önünü açmakta ve kolaylaştırmaktadır.

Kadınların, işgücüne girmelerini ve girişimciliğe yönelmelerini etkileyen bir diğer faktör de kadınların eğitim düzeyleridir. Tablo 15 Türkiye'de kadınların 2019 yılında eğitim düzeylerini bizlere göstermektedir.

Tablo 15. Türkiye'de Kadınların Eğitim Durumu (2019)

Okur-yazar olmayan ve bir öğretim kurumundan mezun olmayan	15,6
İlkokul/İlköğretim mezunu	43,1
Ortaokul ve dengi okullardan mezun	7,3
Lise ve dengi okullardan mezun	16,5
Üniversite mezunu	15,5
Yüksek lisans mezunu	1,7
Doktora mezunu	0,3

Kaynak: (TÜİK, Toplumsal Yapı ve Cinsiyet İstatistikleri, 2019)

TÜİK verilerini incelediğimizde, Türkiye'de kadın istihdamının düşük olmasını etkileyen en önemli faktörlerden birinin eğitim seviyesindeki düşüklük olduğunu görmekteyiz. Türkiye'de kadınların yarısından fazlası okur-yazar olmayan, bir öğretim kurumundan mezun olmayan ya da ilkokul mezunu olduğunu görüyoruz. Herhangi bir konuda eğitim almayan kadınlar bilgi eksikliğinden dolayı işgücüne dahil olamıyor ve istihdama etki yapamıyor.

İstihdam ve girişimcilik konusunda en önemli faktör olan eğitim oranındaki bu kötü durum, kadınları iş yaşamı konusunda her şeyin gerisinde bırakıyor. Türkiye'de kadın istihdam oranı 2019'da %32,2 ile %68,3 olan erkek istihdam oranının yarısından daha az olduğu gözlemlenmektedir. Kadınların işgücüne katılma oranı da %38,7 ile %78,2 olan erkeklerin yine yarısından az olarak fazlasıyla geride kalmaktadır. İşsizlik konusunda durum yarı yarıya olmasa da yine %16,8 ile %12,7 olan erkeklerin gerisinde kalmaktadır. Genç işsizlik konusunda da kadınlar %30,6 ile büyük bir orana

sahiptir ve erkeklerin bu konudaki oranı %22,5 ile yine kötü bir durumda olsa da kadınlara göre nispeten iyi durumdadır. Bu durum Tablo 16'da TÜİK verilerinden faydalanılarak gösterilmiştir.

Tablo 16. Kadınların İstihdam, İşsizlik Oranları(2020)

Göstergeler	Erkek	Kadın
İstihdam oranı	68,3	32,2
İşgücüne katılım oranı	78,2	38,7
İşsizlik oranı	12,7	16,8
Genç işsizlik oranı	22,5	30,6

Kaynak: (TÜİK Haber Bulteni, 2020, Sayı: 33784)

TÜİK 2019 gelir ve yaşam koşulları araştırmasının sonuçlarına göre yükseköğretim ve üzeri eğitim almış kadınların diğerlerine göre daha fazla para kazandığı açıklanmıştır. Sonuçlara göre 2019 yılında yükseköğretim mezunu kadınların ana işlerinden kazandıkları para yıllık ortalama 37.899 TL iken lise ve dengi okul mezunlarında bu rakam 23.277 TL'dir. Daha alt düzeyde eğitime sahip kadınlara baktığımızda 15.233 TL ve altında bir gelire sahip oldukları gözlemlenmektedir. Bu sonuçlara baktığımızda, eğitimin kadın girişimciliğindeki öneminin yadsınamaz seviyede olduğu bir kez daha gözlemlenmektedir (TÜİK, 2019).

Tablo 17. Türkiye'de Kadınların İşteki Durumları (bin kişi. 2017)

İş Durumu	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam (%)	Erkek (%)	Kadın (%)
	28.488	19.583	8.904	100	100	100
Ücretli veya maaşlı	17.503	12.208	5.295	61,4	62,4	59,5
Yevmiyeli	1.606	1.316	290	5,6	6,8	3,2
İşveren	1.320	1.207	114	4,7	6,1	1,3
Kendi Hesabına	4.781	3.943	838	16,8	20,1	9,4
Ücretsiz aile işçisi	3.278	910	2.369	11,5	4,6	26,6

Kaynak: (TÜİK, İşgücü İstatistikleri, 2017)

Tablo 17 incelendiğinde, kadınların %89,3'ünün ücretli, maaşlı, yevmiyeli ya da ücretsiz aile işçisi olarak çalıştığını görmekteyiz. Bu durum kadınların istihdam üretmede ne kadar geri olduğunu bizlere açıkça ifade etmektedir. %1,3 gibi düşük bir oranda kadınların işveren olarak çalıştığını da ifade etmemiz gerekmektedir.

Bu oranlar oldukça düşük seviyelerde olmakla birlikte, kadın istihdamını arttırarak kadın potansiyelinden faydalanılmalı ve bununla birlikte kadın girişimci sayılarının da arttırılması gerekmektedir. Türkiye'de kadın girişimci sayıları son yıllarda artış gösteriyor olsa bile bütün girişimcilerin arasında oranları yalnızca %8,4'tür. Bu durumun yaşanmasının önemli nedenleri ise teknoloji kullanımında yeterli donanıma sahip olmamak ve maliyet, ataerkil yapı, kredilere ulaşmakta yaşanan zorluklar ve girişimciliğin oluşumunda gereken bilgi eksikliğidir (Kurtsan, 2011).

Türkiye'de kadınlar büyük bir oranla hizmet sektöründe yeralmaktadır. Fakat tarım sektöründe de göz ardı edilmemesi gereken büyük bir çoğunluk çalışmaktadır. Bu sektörde çalışan kadınların çoğunun kırsal bölgelerde ücretsiz aile işçisi olarak çalıştığı yapılan çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Bir diğer hususta kadınların inşaat sektöründe yok denecek kadar az istihdam olanağı bulmalarıdır. Bunun sebebi, ülkemizdeki ataerkil düşünce yapısından kaynaklanan inşaat sektörünün kadın işi olarak görülmemesi söylenebilir.

Kadınların hizmet sektörüne yönelmelerinin sebebi olarak ise hizmet sektörünün finansal açıdan daha az sermaye ile iş kurmaya olanak sağlamasıdır (Kurtsan, 2011).

Türkiye'de girişimci kadınların hemen hemen üçte biri evde kendi hesabına çalışırken büyük çoğunluğu sigortasız olarak çalışıyor. Fakat bunu bir kenara bırakıp düzenli çalışan kadın girişimciler ile erkek girişimciler arasında sosyal güvenlik anlamında bir fark görülmemekte ve evde çalışan

kadınların esnek çalışma koşullarına sahip oldukları görülüyor (Karakoç, Kolaşin, 2008: 1).

Türkiye'de kadın girişimcilik oranları her ne kadar artış gösterse de TÜİK verileri göz önünde bulundurulduğunda hala istenen seviyede olmadığı göz ardı edilmez bir gerçektir. Kadınların istihdam yarattığı zaman ne gibi ekonomik katkıları olacağı bilinmektedir. Dolayısıyla kadınların girişimci olma yolunda önünde bulunun engeller ortadan kaldırılmalı ve önleri açılmalıdır. Kadın girişimcilerin özel koşulları analiz edilerek bu politikalar uygulamaya koyulursa sorunun daha kolay ve çabuk çözüleceği gerçektir.

2.3.9. Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar

Hem Türkiye'de hem de dünyada 1970'li yıllardan sonra önemi anlaşılan ve teşvik edilen girişimcilik faaliyetlerinde kadınlar bi hayli geride kalmış ve destek görememişlerdir. Özellikle erkek egemen toplumlarda fırsatlardan eşit şekilde yararlanamayan ve girişimcilik vasıflarını bünyesinde bulunduran kadınlar, bırakın girişimci olup iş kurmayı işgücüne katılma konusunda bile bir takım engellerle karşı karşıya gelebilmektedir. Fakat 1990'lı yıllara gelindiğinde, tüm dünya kadın işgücünün önemini kavramış ve bu noktada kadın girişimciliği teşvik edici ve destekleyici politikalar düzenlemiştir. Türkiye'de de kamu ya da özel kuruluşlar kadın girişimciliğinin önemine dikkat çekmiş ve desteklemekten yana olmuşlardır.

Türkiye'de kadın girişimciliğini destekleyen bir çok kurum ve kuruluş vardır. Bu bölümde bunlardan öne çıkanlardan bahsedeceğiz.

2.3.9.1. KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

KOSGEB, 1990 yılında kurulmuştur ve amacı ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamada başrol oynayan KOBİ'lerin desteklenerek bu alanda daha etkin faaliyetler sürdürmelerini sağlamaktır. Asıl misyonu, ülkedeki girişimcilik faaliyetlerinin desteklenerek iyileştirilmesi ve yaygın hale gelmesi için çalışmalara yapmak olan KOSGEB, daha sonra Sanayi Bakanlığı bünyesinde kadın girişimcilerin işlerini yapabilmesi ve genişletebilmesi adına kredi imkanı sağlama eğilimine girmiştir. Kredi imkanının dışında kadınların girişimcilik alanında büyük bir sorunu olan bilgi eksikliğini çözmek adına mesleki eğitim, yazılım, danışmanlık, AR-GE alanlarında eğitim vermeye de başlamıştır. Özellikle hizmet sektörü ve imalat sektöründe girişimci olmayı amaçlayan kadınlara uzun vade ve sıfır faiz ile devlet destekli kredi ya da hibe şeklinde destek vermektedirler (Erdemir, 2018: 43).

Son yıllara gelindiğinde KOSGEB'in bu alandaki maddi destek çalışmaları 5 yıl öncesine göre 3 katına çıkmış ve önemli bir gelişme kaydetmiştir. 2015 yılında toplam 5.681 kadın girişimciye 58 milyon TL destek veren KOSGEB bu desteği 2019 yılında toplam 14.978 kadın girişimciye 298 milyon TL'ye çıkarmış ve kadın girişimciliğine büyük katkı sağlamıştır (KOSGEB, 2020).

2.3.9.2. KSGM: Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü

1990 yılında kurulan KSGM, daha sonra 2011 yılında çıkarılan bir kararname ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesine dahil edilmiş ve günümüzde hala aynı şekilde faaliyetlerini sürdürmektedir. KSGM'nin birincil amacı, kadınlara yönelik her alanda görülen ayrımcılığa son vererek

kadınların toplumun her alanına katılımını sağlamaya yönelik çalışmalar yürütmektir.

Türkiye'de kadınların çalışma yaşamına kazandırılması amacıyla birçok yasal düzenleme yapılmak istenmektedir. Kadınların iş-yaşam dengelerini kurabilmeleri ve iş yaşamında daha adil bir hayat bulabilmeleri adına "Ailenin ve Dinamik Nüfus Yapısının Korunması Programı" ASPB koordinatörlüğünde yapılmıştır. Bu program kapsamında öne çıkan düzenlemeler ile çalışanların doğuma bağlı izin ve hakları güçlendirilerek (ASPB, 2015);

- Devlet memurları doğum izinlerinde olsalar bile kadro ve derece ilerlemesi sağlanmıştır.
- Prematüre doğum olması durumunda annelik izin hakları genişletilmiştir.
- Evlat edinilmesi durumunda ücretli ve ücretsiz doğum izinlerinden faydalanma hakkı getirilmiştir.
- Doğum sonrası 6 aya kadar yarı zamanlı çalışma hakkı getirilmiştir.

2.3.9.3. İŞKUR: Türkiye İş Kurumu

İŞKUR'un asıl amacı, işçi-işveren arasında köprü görevi yaparak istihdamın düzenli şekilde arttırılmasını sağlamak ve bu alanda araştırmalar yaparak raporlar sunmaktır. Türkiye'de hemen her şehirde işgücü piyasasını analiz ederek mevcut koşullara göre girişimcilik ve iş alanı açma konularında eğitim faaliyetleri düzenleyen İŞKUR, çok sayıda AB projelerinde de yer almıştır.

İŞKUR, Aktif İşgücü Programları aracılığıyla mesleki eğitim kursları, işbaşı eğitim programları ve toplum yararına programlar başta olmak üzere birçok alanda eğitim faaliyetleri düzenlemekte ve kadınlar da bu kurslara katılmakta (İŞKUR, ty, et:03.05.2020) ve İŞKUR'un "Girişimcilik Eğitim Programları" sayesinde kadınlar girişimciliğe yönelmiş, bireyler kendi işlerini kurmaları konusunda desteklenmiştir. Tüm bu kursları ücretsiz veren İŞKUR ayrıca rehabilitasyon ve eğitim faaliyetleriyle de kadınlara gelir imkanı sunmaktadır (Erdemir, 2018: 45).

Tüm bunların yanında İŞKUR, girişimci olmak isteyen kadınlara belli şartlar koşuluyla (son 6 aydır işsiz olma, özel sektör işvereni olma v.b.) sigorta prim konusunda destek sağlamaktadır. Çalışmayan, 18 yaşının üzerinde olan ve İŞKUR'a kayıtlı olan kadınları iş yerinde çalıştırması durumunda bu sigorta prim desteği 54 aya kadar sürebilmektedir (İŞKUR).

2.3.9.4. ABİGEM: Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri

ABİGEM, ilk olarak 2002 yılında Gaziantep, Kocaeli ve İzmir'de AB fonları ile TOBB öncülüğünde kurulmuş ve 2008 yılında Türkiye'nin 15 farklı ilinde de büyümeye devam ederek AB'den aldığı maddi yardım 50 milyon avro seviyelerine ulaşmıştır (ABİGEM, ty).

Türkiye'de faaliyetlerini sürdüren ve büyümeye devam eden ABİGEM, Kasım 2019'da İstanbulda gerçekleştirdiği "Kadın Girişimcilik Sektör Toplantısı" ile kadın girişimcilere yönelik yapılan ve planlanan faaliyetler konusunda bilgi paylaşımında bulunmuşlardır. Toplantıya 14 ülkeden sektör grup üyeleri katılım sağlamıştır (ABİGEM, 2019, et:03.05.2020).

2.3.9.5. KADAV: Kadınlarla Dayanışma Vakfı

KADAV, 1999 yılında yaşanan Büyük Marmara Depremi sonrası afetin gün yüzüne çıkardığı cinsiyet eşitsizliğine karşı mücadele etmek amacıyla, ilk adımlarını deprem bölgesinde kurdukları kadın çadırları ile atmıştır. Kadınların girişimciliğini desteklemeleri ise 2007 yılından beri kurulmasına öncülük ettikleri Kadın Emeği ve İstihdamı Girişimi (KEİG) Platformu ile birlikte yürüttüğü faaliyetler aracılığıyla yapmaktadır (KADAV, ty, et:03.05.2020).

2.3.9.6. KAGİDER: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği

2002 yılının eylül ayında 37 kadın girişimci tarafından kurulan (Erdemir, 2018: 44) KAGİDER, kadının girişimcilik yoluyla güçlendirilerek toplumun her alanında yaşadıkları eşitsizlikleri ortadan kaldırabileceğini düşünmektedir ve kadın girişimciliğini desteklemektedir. Kadın girişimcilerin güçlenmesi için çeşitli eğitim, rehberlik ve mentörlük vererek kadının ekonomik konumunun güçlenmesini hedeflemekte ve kadın-erkerk arasındaki eşitliği sağlamayı hedeflemektedir (KAGİDER, 2016, et:03.05.2020).

Tüm bu açıkladığımız kurum ve kuruluşlar dışında birçok kurum ve kuruluş kadın girişimciliğini destekleme konusunda faaliyet göstermektedir. Bunlar (Özgül, 2019: 35-44):

- Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)
- Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
- Girişimci İş Kadınları Derneği (ANGİKAD)

- Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)
- Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK)'dur.

Türkiye'de olduğu kadar dünyada da kadın girişimciliği kamu ve kuruluşlar tarafından desteklenmektedir. Bunlara örnek verecek olursak; Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Avrupa Birliği (EU), Dünya Bankası (WB), Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) gibi örnekler verilebilir.

Tüm dünyada ve Türkiye'de kadın işgücüne ve girişimciliğe bu denli önem verilmesinin ana sebebi, kadın girişimciliğinin ekonomik büyümeye sağlamış olduğu katkıdır. Kadın girişimciliği ile yeni istihdam sahaları açılarak işsizlik sorununun azalmasına büyük katkılar sağlanabilmektedir. Dolayısıyla çalışmamızın üçüncü bölümünde kadın girişimciliğinin ekonomik büyümeye etkilerini inceleyeceğiz.

2.3.8.7. Kadın Girişimcilere Kredi Desteği Veren Bankalar

Türkiye girişimcilik ekosisteminde kadın girişimciler de artık yerlerini daha fazla almaya başlamıştır. Hem devlet destekli hem de bankaların kendi fonları ile kadın girişimcilere sağladıkları krediler onları kendi işlerini kurma konusunda desteklemektedir.

Kadın girişimciliğine birçok banka destek vermektedir. Çeşitli bankaların Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) iş birliği ile sağlamış olduğu krediler, kadın girişimcilere önemli bir kredi kaynağı olmaktadır. Bu anlamda birçok banka, çeşitli şartları sağlamak koşuluyla (Belirli bir çalışan sayısının altında çalışanı olma, yıllık gelirin belli bir seviyenin altında olması vb) kadınlara girişimcilik alanında yeni işletmeler açabilmeleri ya da var olan işletmelerinin devamlılığını sağlayabilmeleri için kredi imkanı sunmaktadır

(Şallı, 2022). Kadınlara bu kolaylığın sağlanması, erkeklerle daha rahat rekabet edebilme imkanı sağlamakta ve iş hayatına dahil olmayan kadınlara rol model olarak onlara cesaret kaynağı olmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. EKONOMİK BÜYÜME VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ İLİŞKİSİ

Girişimcilik, gelişmiş olsun ya da olmasın tüm ülkelerin ekonomik ve sosyal anlamda gelişim sağlayabilmeleri açısından önemli bir noktada yer almaktadır. Çünkü bir ülkede girişimcilik oranı arttıkça istihdam alanı genişler, işsizlik azalır, bunun sonucunda üretim artar ve ekonomik büyümeye katkı sağlayabilir. Bunun yanı sıra girişimcilik oranında artış görülen ülkelerde yoksulluğun azaldığı, gelir dağılımında adaletin sağlanmasına yardımcı olduğu da gözlemlenmektedir. Ekonomik büyümeye bu derece olumlu etki eden girişimcilik faaliyeti özellikle gelişmiş ülkelerde teşvik edilmekte ve girişimcilik potansiyeline sahip olan kişilerin kendilerini daha rahat gösterebilmelerine yardımcı olmaktadır. Bu noktada iş yaşamının dışına itilen kadınların gerçekleştirdiği girişimcilik faaliyetlerinin ülkelerin ekonomik kalkınma ve büyümesine pozitif etkilerinin olduğunu söyleyebiliriz.

Kadınlar, Türkiye'de iş hayatında kendilerine büyük oranda aile ve çevrelerine destek amaçlı kırsal alanda yer bulabilmekte ve girişimcilik konusunda fırsat bulamamaktadırlar. Girişimcilik fırsatı yakalayan kadınların ise büyük oranda şehirde yaşadıkları ve eğitim seviyelerinin yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla Türkiye'deki kadın girişimciliğinin potansiyelini ortaya çıkarabilmek adına daha aktif hale gelebilmelerinin ve söz sahibi olabilmelerinin önü açılmalı ve kadınların sadece çalışan olarak değil girişimci olarak da teşvik edilmeleri ve yönlendirilmelerine ihtiyaç duyulmaktadır (Sayın & Ergin, 2018: 15, 16). Bu sayede kadınlar, girişimcilik alanında faaliyet göstererek ekonomik büyümeye katkıda bulunabilme imkanı yakalayabileceklerdir. Fakat tüm bunlardan önce "ekonomik

büyüme" kavramının ne olduğuna göz atmakta fayda olacaktır. Çünkü ekonomik büyüme, yalnızca girişimcilik ile pozitif ya da negatif etkilenen bir olgu değil bundan çok daha girift bir yapıya sahip bir olgudur ve ekonomik büyümeyi etkileyen çok fazla etken bulunmaktadır.

3.1. Ekonomik Büyüme

Tarihsel süreçte bakıldığında ekonomik büyüme yerine ekonomik kalkınma kavramının sık sık kullanıldığı gözlemlenmektedir. Buna örnek olarak Türkiye'de 1963 yılında yapılan ilk kalkınma planında büyüme yerine kalkınma kavramının kullanldığı görülmektedir. Fakat iktisadi süreç içerisinde bu iki kavramın aynı anlama gelmediğini savunan teorisyen grupları oluşarak bu iki kavramın aynı anlama gelmediğini savunmuşlardır. Bu iktisatçıların başında Schumpeter gelerek, iktisadi gelişmeyi (kalkınmayı) ekonominin alışılmış çizgisinden ayrılıp yeni teknik buluşların ve yeni teknolojilerin gelişmesi şeklinde ifade etmektedir. Büyümeyi ise ekonominin temel değişkenlerinde devamlı artışlar şeklinde ifade etmektedir (Dağdemir, 2019: 4). Dolayısıyla ekonomik büyümenin ne olduğuna bakmadan önce ekonomik büyümenin ne olduğunu daha iyi kavrayabilmemiz adına ekonomi ve ekonomik kalkınma kavramlarına göz atmakta fayda olacaktır.

Ekonomi kavramının en yaygın tanımı, Lionel Robbins tarafından yapılan *"Kıt kaynakların alternatif kullanım olanaklarını inceleyen bir bilimdir"* şeklinde olsa da bu tanım ekonomiyi yalnızca tüketim veya harcamalar açısından ele alan bir tanımdır. Ancak, ekonomi yalnızca tüketimle değil; aynı zamanda üretimle de ilgilidir. Robbins tüketim açısından bakıldığı takdirde tanımında yüzde yüz haklıdır fakat ekonomiye üretim tarafında da bakacak olursak; üretimi kimin yapacağı, kim ya da kimler için yapacağı, üretim kapasitesinin ne kadar olacağı ve bu üretimin kaça mal edilerek kaça satılacağı konularıyla yakından ilgilidir. Tüm bunların

dışında yapılan üretimden elde edilecek karın kimler arasında(emekçi, sermaye sahibi, toprak sahibi, girişimci) ne şekilde paylaşılacağı da ekonominin ilgilendiği bir alandır (Eğilmez, 2019).

Türk Dil Kurumu ekonomiyi; *"İnsanların yaşayabilmek için üretme, ürettiklerini bölüşme biçimlerinin ve bu faaliyetlerden doğan ilişkilerin bütünü, iktisat.."* şeklinde tanımlamaktadır (TDK, Güncel Türkçe Sözlük, 2020).

Başka bir tanıma göre ekonomi; disiplinler arasındaki sosyal ve davranışsal hareketleri inceler. Karar alıcıların(özel haneler, firmalar, hükümetler) davranış şekillerini makro ve mikro düzeyde toplum için ne gibi etkileri olduğunu açıklamaya çalışır. Ekonominin ne anlam ifade ettiğini anlayabilmek için bu karar alma sürecine üç farklı bakış açısıyla ayrıştırmak gerekir; özel tüketim ve gelir kararları, girişimci üretim ve mal ve hizmetlerin tedariği, kamu tüketimi ve gelir üretimi (Njoroge, 2020).

Tüm bu tanımlara dayanarak söylenebilir ki ekonomi; bölgesel, ulusal ya da dünya çapında insanların tüketim eğilimine göre elde bulundurulan kaynakların en verimli şekilde kullanılması ve kullanılırken kar elde ediliyor mu, ediliyorsa kimler bu kardan payını ne şekilde alıyor gibi sorularla yakından ilgilidir. Çünkü ekonomi, bir ülkenin ya da bölgenin ayakta durabilmesi için büyük ölçüde önem arz etmektedir.

Geçmişten günümüze kadar ülkelerin gücünü belirlemede önemli rol oynayan ekonomik büyüme ise temel olarak, bir ülkenin bir yıl içerisinde üretim miktarında meydana gelen artış olarak tanımlanabilir (Türlüoğlu, 2019: 3).

Ekonomik büyüme direkt olarak kişi başına düşen gelirin artışıyla ilgilenmektedir ve bunun sürekliliğini ifade etmektedir. Bu artışın da en az bir yıllık periyotları ele alarak bu süreçte gerçekleşen ekonomik değişimleri

inceler. Kısa vadede ekonomide üretimin ne şekilde artacağına dair fikir yürütülebilse de geniş anlamda yeterli düzeyde fikir üretemez. Ekonomik büyüme iki şekilde gerçekleşebilir. Bunlardan ilki; ekonomik kaynakların tam potansiyelle istihdam edilmesi ve kullanılması, ikincisi de tam potansiyelde çalışan ekonominin geliştirilmesi yani kapasitenin arttırılmasıdır. Kısaca ifade etmek gerekirse büyüme, nitelik değil nicelikle ilgilenmektedir (Taban, 2014: 1-2).

Ekonomik büyüme, gelişmiş ülkeler açısından olduğu kadar gelişmekte olan ülkeler için de önemli bir konumdadır (Özel, 2012: 64). Dolayısıyla büyümenin en iyi şekilde gerçekleşmesi için eldeki işgücünden en iyi şekilde faydalanılması ve bunu sağlamak için de nüfusun tamamındaki girişimci potansiyeline yani kadın girişimciliğine önem verilmesi son derece önemlidir. Çünkü bir ülkenin potansiyelini ortaya çıkarmadaki en önemli etkenlerden birisi de girişimciliktir. Kadınların da erkekler kadar bu alana dahil edilmesiyle girişimcilik potansiyeli arttırılmalı bu sayede istihdam ve üretim artışı ile ekonomik büyümeye pozitif etki sağlanmalıdır.

Ekonomik büyüme, makro iktisadın önemli alanlarından biridir ve tarih boyunca pek çok çalışmaya konu olmuştur. Dolayısıyla bu kavramı tanımlama konusunda literatürde çok fazla kaynak bulunmaktadır. Ekonomik büyüme kavramına basit bir tanım yapmak gerekirse bir ülkenin belli bir süre içerisinde(genel olarak üç ay ve bir yıl olarak kabul edilir) ürettiği mal ve hizmetlerde meydana gelen artışlar olarak değerlendirilebilir.

Ekonomik büyüme tanımlarının bir diğeri de Gayri Safi Yurtiçi Hasılada (GSYİH) gerçekleşen reel artışlar olarak yapılabilir. GSYİH ülke nüfusuna bölümü ile elde edilir ve kişi başına elde edilen gelir artarsa ekonomik büyüme gerçekleşmektedir yorumunu yapabiliriz. Tüm bunlar ekonomik büyümenin nicel olarak ölçülebildiği anlamına da gelmektedir (Dinler, 2008: 174).

Büyümenin reel olup olmadığı yani GSYİH' deki artışların fiyattaki değişimlerden arındırılıp arındırılmadığı, büyümenin sağlıklı bir şekilde ölçülmesi için önemlidir. Çünkü büyüme, nominal olarak hesaplandığında bir önceki yıla göre oluşan büyüme aslında üretim miktarı artışından değil de fiyat artışlarından gerçekleşebilir. Bu durum reel hayata yansımayan bir büyüme demektir. Ekonomik büyüme genel anlamda iki şekilde gerçekleşmektedir. Ülkenin üretim faktörlerinde meydana gelen sayısal artışlar, üretim kapasitesinin genişlemesi şeklinde ya da üretim faktörlerinin verimliliğinde meydana gelen iyileşme şeklindedir. Üretim faktörlerinin sayısının artması ancak uzun dönemde gerçekleşebileceğinden ekonomik büyüme uzun dönemli dinamik bir değişkendir. (Türlüoğlu, 2019, 3).

GSYİH nominal ve reel olarak iki şekilde ölçülmektedir. Nominal GSYİH, bir ekonomideki nihai mal ve hizmet biçimindeki toplam çıktının üretildiği cari dönemin piyasa fiyatlarıyla çarpılmasıyla oluşan piyasa değerlerinin toplanmasıyla hesaplanmaktadır. Buna karşılık, Reel GSYİH ise bir ekonomideki nihai mal ve hizmet biçimindeki toplam çıktının temel olarak alınan belirli bir dönemin piyasa fiyatlarıyla çarpılmasıyla oluşan piyasa değerlerinin toplanmasıyla hesaplanmaktadır. Bu açıdan hesaplanan Nominal GSYİH değerleri, cari dönemdeki enflasyon nedeniyle piyasa fiyatlarında meydana gelen artışları içerirken, Reel GSYİH değerleri, cari dönemdeki enflasyon nedeniyle piyasa fiyatlarında meydana gelen artışlardan arındırılmış olmaktadır. Diğer bir deyişle, Nominal ve Reel GSYİH değerleri arasındaki farklılık, bir ekonomide belli bir dönemde üretilen nihai mal ve hizmet biçimindeki toplam çıktının cari dönemdeki enflasyon nedeniyle piyasa değerlerinde ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, hesaplanan Nominal GSYİH değerleri bir ekonomide belli bir dönemde üretilen nihai mal ve hizmetlerin miktarlarındaki ve fiyatlarındaki değişimleri birlikte gösterirken, piyasa fiyatlarında meydana gelen değişimler sabit olduğundan Reel GSYİH değerleri sadece bir ekonomide belli bir dönemde üretilen nihai mal ve hizmetlerin miktarlarındaki değişimleri belirtmektedir. Bu nedenle, ekonomik büyüme analizlerinde üretim miktarlarındaki ve fiyatlardaki

değişimleri birlikte gösteren Nominal GSYİH değerleri yerine sadece üretim miktarlarındaki değişimleri gösteren Reel GSYİH değerleri esas alınmaktadır (Karabulut & Yalçınkaya, 2018: 73).

Ekonomik kalkınma; kavramı ile ekonomik büyüme kavramları çoğu zaman aynı şey sayılsa da aslında bu iki kavram, birbiriyle korelasyon içinde olan fakat birbirinden farklı kavramlardır. Ekonomik kalkınma bünyesinde ekonomik büyümeyi de barındıran daha geniş ve kapsamlı bir kavramdır.

Ekonomik büyüme, yalnızca üretim kapasitesinin büyümesi ve milli gelirin arttırılması gibi sayısal büyüme rakamlarıyla ilgilenirken, ekonomik kalkınma gelir adaletsizliği, işsizlik sorunu, ekonomik ve sosyal kurumların modern hale getirilmesi, dışa bağımlılığın azaltılması, kentleşmenin hızlanması, sanayide altyapı sorunları, emek-sermaye ilişkisi gibi sosyal ve siyasal alanları da kapsamaktadır (Özel, 2012: 64 & Paksoy, Bakan, 2010: 153).

Ekonomide GSYİH büyüyorsa bunun nelerden etkilenerek gerçekleştiği son derece öncemlidir. Yatırım harcamalarında meydana gelecek artışlar büyümenin devamlılığı için oldukça önemli ve gereklidir.

3.1.1. Ekonomik Büyümeye Etki Eden Faktörler

Ekonomik büyüme, belli bir süre içinde ekonominin mal ve hizmet üretimindeki kümülatif artış olarak ifade edilmektedir. Fakat bu artışın gerçekleşmesini sağlayan bazı etkenler bulunmaktadır. Bu etkenler ekonomik büyüme ile pozitif bir etkileşim içinde olduğu zamanlarda büyümede istikrarlı bir görüntü oluşmaktadır. Ekonomik büyümeyi etkileyen bu etkenleri kabaca şu şekilde sıralayabiliriz (Tunalı & Erbelet, 2017: 4);

- Sermaye birikimi
- Nüfus ve iş gücü
- Doğal kaynaklar
- Teknolojik gelişme
- Sanayileşme

3.1.1.1. Sermaye Birikimi

Sermaye birikimi büyümenin en önemli belirleyicilerinden biri olmakla birlikte belirli bir dönemde meydana gelen mal ve hizmet üretme kapasitesini ifade etmektedir. Sermaye birikiminin temel kaynağı tasarruflardır ve girişimci faktörü de sermaye birikimlerinin elde edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Tasarrufların dışında sermaye birikiminin başka bir kaynağı da yabancı finans faktörüdür. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde tasarruf eğilimi pek olmadığından bu ülkeleri dışa bağlı hale getirmekte ve yabancı sermayeye ihtiyaç duymalarına sebep olmaktadır. Bir ülkede oluşan sermaye birikimi doğru şekilde kullanldığı zaman ekonomik büyümenin artışını sağlamada önemli bir rol oynamaktadır. Ekonomik büyüme üzerindeki önemi, yatırım olarak değerlendirildiğinde; ölçek ekonomileri ve artan getiri sağlamakta, yeni teknoloji kullanımını teşvik etmekte, deneyim ve yaparak öğrenme imkanı sunmakta, dışsallıkların birikimini sağlamakta ve verimliliği yüksek çalışma alanlarının yaratılmasına etki etmektedir. Sermaye stoğu yalnızca finansal olarak gerçekleşmez; bina, makine, teçhizat, baraj, yol, fabrika gibi unsurlarla da sağlanmaktadır (Tunalı & Erbelet, 2017: 4,5).

3.1.1.2. Nüfus Ve İş Gücü

Üretime katkı sağlayan her türlü kas ve beyin gücünü oluşturan faktöre iş gücü adı verilmektedir ve iş gücü, üretim aşamasında gerek fiziksel

gerek zihinsel olarak katkı sağlamaktadır. Nüfusun iş gücü ile bağlantısı da çalışma çağında olan kesimidir. Dolayısıyla nüfus arttıkça potansiyel iş gücü de armtaktadır ancak her çalışma çağında olan iş gücünü oluşturuyor demek yanlış bir yorum olacaktır. Çünkü aktif olarak çalışmayan yani istihdam alanına ihtiyaç duyan işsiz kesim de bu gruba dahildir. Ya da asker, öğrencilik, sağlık sebeplerinden dolayı çalışamayan kısmı toplam çalışma yaş aralığındaki kısımdan çıkararak toplam iş gücü verilerine ulaşabiliriz (Türlüoğlu, 2019, 10).

Nüfus, üretici kadar tüketici olarak da toplumda yer aldığından ekonomik büyümeye etkisi iktisat tarihi boyunca tartışmalara konu olmuştur. Bu noktada Malthus, "Nüfusun Prensipleri Üzerine Bir Deneme" isimli çalışmasında, nüfusun artışı kontrol altına alınarak belli politikalarla desteklenmediği sürece ekonomik ve toplumsal anlamda bazı problemleri de beraberinde getireceğini savunmuştur. Özellikle az gelişmiş ülkelerde yaşanan alt yapı sorunları, eğitim, sağlık, kaynak dağılımında yaşanan eşitsizlik gibi sosyo-ekonomik sorunlardan dolayı nüfus artışı işsizliğe sebep olmaktadır ve doğru politikalarla yönetilememesi sonucunda ekonomik olarak birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla bir ülkedeki mevcut insan gücünün doğru şekilde yönetilerek yönlendirilmesi iş gücünün verimliliğini arttırarak ekonomik büyümeye pozitif etkiler sağlayabilmesi açısından önemli bir göstergedir. İş gücü verimliliğinin artırılması için ülkelerin beşeri sermaye potansiyelini harekete geçirici politikalara ihtiyacı bulunmaktadır (Tunalı & Erbelet, 2017: 6).

3.1.1.3. Doğal Kaynaklar

Doğal kaynaklar, özetle üretim aşamasında insan gücü dışında kullanılan her türlü faktördür. Akarsular, göller, denizler, toprak, madenler ve yeraltı zenginlikleri, ormanlar ve hayvanlar olarak sıralanabilir. Fakat tüm bu

doğal kaynaklar sınırlıdır ve doğru kullanılarak üretime etkin bir şekilde dahil edilmelidir. Ülkelerin coğrafi konum ve iklim koşullarından dolayı bu kaynaklar her ülke için aynı değildir. Doğal kaynaklar, ekonomik büyüme için olmazsa olmaz değildir çünkü doğal kaynağa sahip olmayan ülkeler, sahip olan ülkelerden bu kaynakları tedarik ederek üretime katabilirler. Doğal kaynağa sahip olmak ekonomik büyüme için avantaj sağlasa da önemli olan kaynağa sahip olmak değil elindeki kaynağı teknoloji ile uyumlu hale getirerek üretimde etkin kullanabilmektir (Türlüoğlu, 2019: 12).

3.1.1.4. Teknolojik Gelişme

Teknoloji, bilgi, beceri ve alt yapının sonucudur. Dolayısıyla teknolojik ilerleme, ekonomik büyümenin diğer bir belirleyicisi olarak kabul edilebilir. Kısaca mal ve hizmet üretmek için uygulanan yöntemler bütünüdür. Teknolojik gelişme, verimlilik artışını da sağladığından sanayi üretimine pozitif katkı sağlamakta ve teknolojiye verilen önemin artmasına sebep olmaktadır. Teknolojik gelişmenin iktisat teorisyenlerinin literatürüne girişi Sanayi Devrimi paralelinde gerçekleşmiş ve Schumpeter tarafından "yaratıcı yıkım" şeklinde ifade edilen teknolojik gelişme büyüme kuramlarına dahil edilmiştir. Schumpeter bir ekonomide rekabetçi üstünlüğün teknolojik gelişmelerden kaynaklandığını savunmuştur (Tunalı & Erbelet, 2017: 5).

3.1.1.5. Sanayileşme

Bu bölüme kadar bahsi geçen sermaye birikimi, nufüs ve iş gücü, teknolojik gelişme ve doğal kaynaklar gibi birçok etken büyümeyi desteklemektedir. Büyüme kavramı esas olarak sanayileşme ve sanayi üretiminin doğurduğu bir olgudur. Sanayileşme, devamlı sürdürülen araştırmalara ve enerji kaynaklarına dayanan ve bir teknolojinin neden olduğu ekonomik bir değişimdir. Literatür taramalarında sanayileşmiş ülkeler birçok yerde gelişmiş ülke yerine kullanılmaktadır. Buna bağlı olarak sanayileşme ve ekonomik büyüme bir bütünün tamamlayıcı parçalarıdır. Ülkeler yapısal durumlarını göz önünde bulundurarak, teşvik, yasa, koruma ve iş gücü politikalarıyla desteklenen sağlam bir sanayi politikası oluşturmalıdır. Bugün dünyanın en gelişmiş ülkeleri mevcut refah ve konumuna ekonominin erken dönemlerinde sanayileşmeye önem vererek erişmiştir (Tunalı & Erbelet, 2017: 7).

Ekonomik büyüme ve ülkelerin gelişmesi ve ilerlemesi arasındaki ilişki yüzyıllardır ekonomistlerin ilgi odağında olan bir konudur. Bu konuları açıklamada birçok farklı teori ortaya çıkmış ve dikkate alınmış olsa da ekonomik büyümenin başarılı bir şekilde ilerlemesini sağlayacak tek bir yol olduğunu söylemek yanlış olacaktır. Bu anlamda ekonomik büyümenin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesini sağlama konusunda birçok araç vardır ve son yıllarda önemi gün geçtikçe artan araçlardan biri de girişimciliktir (Özkul & Örün, 2016: 20).

Ekonomik büyümeye etki eden diğer etmenler sosyal, kültürel ve siyasi etmenlerdir. Enflasyon, savaşlar, ekonomik krizler, yurtdışı fonlarına erişimde zorluk gibi sebeplerden dolayı da ekonomik büyüme olumsuz etkilenebilir. Bu gibi durumların yaşandığı dönemlerde girişimsel aktivitelerde artış görülse dahi ekonomik zeminde görülen olumsuzluklar büyümenin yaşanmasına engel teşkil edebilmektedir. Dolayısıyla girişimcilik

faaliyetlerinin artması kesin bir büyümenin yaşanacağı anlamını taşımamaktadır.

3.1.2. Girişimciliğin Ekonomik Büyümeye Etkisi

Girişimcilik, ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınmasına pozitif etki yaratmaktadır. Çünkü girişimciler kurdukları işletmeler ile yeni bir iş alanı yaratarak istihdam ve dolayısıyla üretime katkı sağlar, teknolojiyi kullanarak teknolojinin gelişmesini sağlar, belli bir ürüne yenilik getirerek rekabet ortamı yaratır. Girişimci, elinde bulunan ekonomik ya da doğal kaynakları en verimli şekilde kullanmayı hedefler ve bu kaynakları ortaya koyduğu yeni iş alanlarında kullanarak üretim faktörlerine evrilmesini sağlamaktadır.

Bu noktada girişimciler içinde bulundukları toplumu geliştirmek ve refaha kavuşturmak adına bazı görevler üstlenirler. Üstlendikleri görevleri şu şekilde sıralayabiliriz (Önce, Marangoz, & Erboy, 2014: 863).

- Az gelişmiş ülkelerde en önemli sorunlardan birisi işsizliktir ve bu sorun yeni yatırımların yapılamamasından kaynaklanmaktadır. İşsizlikten kurtulmanın en etkin yolu kişilerin kendi işlerini kurmalarıdır. Dolayısıyla girişimci sayısı ne kadar artarsa, istihdam oranı da o oranda artacaktır.
- Girişimci sayısının artması toplumsal refah düzeyi ve yaşam kalitesini de artıracaktır.
- Girişimciler hem bilim ve teknolojiyi kullanarak, hem de bu alanlara kaynak aktararak bilim ve teknolojinin gelişmesine öncülük ederler.
- Girişimciler yurtdışında, kendi ülkelerinin reklamlarını yaparlar.

- Girişimciler kullanılmayan potansiyelleri kullanarak, bunların atıl olmalarını önlerler.

Girişimciler, yarattıkları yeni fikir ve faaliyete kodyukları yeni işletmelerle hızlı büyüyen sektörler yaratmakta ve dolayısıyla ekonomik büyümeye hız kazandırmaktadırlar. Ekonomik büyümede meydana gelen hızlanma toplum refahının artmasına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla girişimcilerin ekonomik alandaki önemleri gün geçtikçe artmaktaıdır. Ekonomide yarattıkları "yararlar silsilesi" hem toplumda sosyal barışın sağlanmasına hem de ekonomik büyümenin sürükleyicisi olma görevi görmektedir. 20. yüzyıl öncesindeki ekonomi tarihi yazıları, girişimcilerin yeniliğe açık olması, kaynak tahsisi konusundaki ustalıkları, yeni piyasalara girip rekabet ortamını yaratmaları gibi sebeplerden dolayı girişimciliğin uzun dönem ekonomik büyüme için önemine vurgu yapmışlardır. 20. yüzyıla gelindiğinde bu görüş hakimiyetini kaybetmiş olsa da özellikle 1980 sonrası bilgi ve enformasyon devrimi ile ekonomik büyümenin girişimcilik ile ilişkisinin çok önemli olduğu düşüncesi yeniden canlanmıştır (Özkul & Örün, 2016: 20-21).

Girişimciliğin artması ekonomik büyümenin de artmasına zemin hazırlamakta, ekonomik büyümenin artması ile sermaye imkanı bulan kişilerin de girişimcilik alanına yönelimi ile girişimci sayısı artmaktadır. Stel, Carree ve Thurik (2004) girişimciliğin ekonomik büyümeyi farklı yollardan etkilediğine dikkat çekmektedirler (Marangoz, Erboy, & Önce, 2014: 3).

İktisat teorisyenlerince girişimciliğin ekonomik büyüme üzerine pozitif etkileri olduğu söylense de yapılan ampirik çalışmalar göstermektedir ki girişimcilik, ekonomik büyüme üzerinde hem pozitif hem de negatif etki sağlamaktadır. Örneğin; Fritsch (1997)'in Almanya için yaptığı çalışmada piyasaya yeni giriş oranları ile istihdam değişimi arasında pozitif bir ilişki varmış gibi görünse de takip eden yıllarda yeni giriş ile istihdam değişimi

arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Audretsch (2001) vd. yaptıkları çalışmada işsizlik ile kendi hesabına çalışma oranları arasında hem pozitif hem de negatif etki tespit etmiş ve negatif etkiyi girişimsel etkinin sonucu olarak, pozitif etkiyi de mülteci etkisi olarak kabul etmişlerdir. Manser ve Picot (1999) ise yaptıkları çalışmada yeni firmaların, yeni iş alanları yaratarak ekonomik faaliyetleri canlandırdığı ve bunun sonucunda istihdam seviyesini artırdığı sonucuna varmşlardır (Özkul & Örün, 2016: 23-25).

Son yıllarda yapılan çalışmalar incelendiğinde, Stel (2005) vd GEM verilerini kullanarak yaptıkları araştırmada, gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin ekonomik büyüme hızına negatif bir etki ettiği ve bu ülkelerin girişimcilik faaliyetleri üzerinde etkili olamadıklarını ortaya koymuşlardır. Ayrıca Wong (2005) vd. GEM verilerini kullanarak yaptıkları araştırmada ise yalnızca yüksek potansiyelli girişimlerin ekonomik büyüme üzerine pozitif bir etki yaptığı sonucuna varmışlardır. Martin (2010) vd. 25 OECD ülkesi için girişimcilik, gelir dağılımı ve ekonomik büyüme üzerine yaptıkları çalışmada girişimciliğin, yatırımlar aracılığıyla ekonomik büyüme üzerinde dolaylı yoldan pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna varmışlardır. Hessels ve Stel (2011), 34 ülkeye ait 2002-2008 dönemlerini kapsayan GEM verileri ile girişimcilik-makro ekonomik büyüme ilişkisini incelemiş ve girişimciliğin makro ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca Hafer (2013), Mendez (2014) ve Aparicio (2016) vd. yaptıkları çalışmalarda girişimsel aktivitelerin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu sonucunu ortaya koymuşardır (Özkul & Örün, 2016: 26).

Tüm bunlar göz önünde bulundurduğunda, girişimsel aktivitelerin ekonomik büyüme üzerinde büyük oranda pozitif etkilerinin olduğunu söyleyebilsek de girişimcilik göstergeleri ülkeler arasında büyük farklılıklar göstermektedir. Ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre farklılık gösteriyor

olsa da girişimcilik, rekabet gücü, istihdam yaratma, pazarda varlığını devam ettirerek istihdamı devam ettirme ve nitelikli mal üretimi ile ekonomik büyüme noktasında pozitif bir etkiye sahiptir.

Girişimciliğin ekonomik büyümeye etkilerinin pozitif olması kadın girişimciliğinin de önemini gözler önüne sermektedir. Bu alanda sadece erkeklerin boy göstermesindense nüfusun yarısını oluşturan kadınların da girişimcilik alanına dahil edilerek ekonomik büyüme potansiyeli iki katına çıkarılmalı ve bu konuda çeşitli teşvik edici politikalar devletler tarafından yürütülerek kadınlar girişimcilik alanına dahil edilmelidir.

3.1.3. Kadın Girişimciliğinin Ekonomik Büyümeye Etkileri

Girişimcilik faaliyetinin ekonomik büyümeyi olumlu şekilde destekleyecek birçok katkısı bulunmaktadır. Daha önce de belirttiğimiz üzere ekonomik büyümenin gerçekleşebilmesi için iki yol vardır. Birincisi ekonomik kaynakların tam potansiyelle istihdam edilmesi ve kullanılması, ikincisi de tam potansiyelde çalıştırılan kaynakların geliştirilerek daha verimli hale getirilmesidir.

Bu noktada girişimcilik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi çok daha iyi kavrayabilmemizin nedeni, girişimcilerin ülke ekonomisinde yeni işler yaratması, yeni ürün ve servis ağlarını kullanması, teknolojiyi en etkin biçimde kullanarak, kaynakları en verimli şekilde değerlendirmesidir. Dolayısıyla girişimciler, yaşadıkları ülke açısından çok önemli bir görevi yerine getirmekte ve ekonomik büyümeye etki etmekdir. Bu etkiler ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklılık göstermektedir. Örneğin, az gelişmiş ülkelerin önemli bir sorunu olan işsizliğe yeni iş alanları yaratırlar, toplumun refahı ve yaşam standartını yükseltirler, teknolojiyi etkin şekilde kullanarak

teknolojinin ilerlemesine katkı sağlarlar, küresel anlamda ülkelerini temsil ederek reklamlarını yaparlar, kullanılmayan ya da göz ardı edilmiş potansiyeli kullanır ve bunu sürekli hale getirirler. Carree ve arkadaşlarının 2002 yılında yaptığı çalışmada girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında önemli bir ilişkinin olduğu ve girişimciliğin etkin rol oynamadığı ülkelerde önemli bir ekonomik büyümenin gerçekleşmesinin imkansız olduğunu söylemişlerdir. Dolayısıyla girişimcilik, ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinden istihdam yaratmaya, kişi başına düşen gelirden artan toplum refahına kadar birçok noktada kilit rol oynamasından dolayı ekonomik büyüme açısından belki de ilk sırada yer almaktadır (Erboy, Önce, Marangoz, 2014: 863-864).

Son 40-50 yıla kadar girişimcilik denildiğinde akla sadece erkekler gelmiş ve girişimcilik faaliyetleri erkek piyasa değerleri ile anılmıştır. Modern toplumsal-kamusal alanda, erkeklerin bağımsızlık, sorumluluk ve akılla özdeşleştirildiği kamusal alana karşın, özel alanda aile ve duygusallıkla ilişkilendirilen kadınlar, kamusalın zıddı olarak görülmüş ve piyasadan dışlanmıştır. Özel alanda görülen kadınlar için girişimcilik bir ekonomik faaliyet alanı olarak görülmemiştir. Oysa piyasadaki fırsatları fark etme ve değerlendirmede, kişilerin içinde oldukları sosyal, kültürel, politik ve ekonomik çevrelerin etkisinin belirleyici rolü çok büyüktür. Dolayısıyla girişimciliğin toplumsal bağlamı bu kavramı toplumsal cinsiyet ekseninde değerlendirmemiz gerektiğini gözler önüne sermektedir. Bu da ancak 1960'lı yıllarda canlanan kadın hareketi ile 1970'li yıllarda etkisini göstermeye başlamış ve kadın örgütleri girişimcilik kavramının kültürel belirleyicilerine dikkat çekerek kadınların kalkınma politikalarında daha görünün olmalarına katkı sağlamıştır. Daha sonra yapılan çalışmalarda kadınların istihdama katılımı ve kadın girişimcilerin kalkınmadaki rolüne odaklanılmış ve BM 1980'li yılları "Kadın Girişimciliğinin On Yılı" olarak ilan etmiş ve kalkınma odaklı kadın girişimciliği politikaları geliştirilmeye başlanmıştır. Daha sonra yine BM "Ekonomik ve Sosyal Konsey ve Kadının İlerlemesi Bölümü" ile "Uluslararası Kadının İlerlemesi Araştırma ve Eğitim Enstitüsü(INSTRAW)" gibi politikaları harekete geçirmiştir. Bu kapsamda pek çok ülkede kadının

girişimciliği, özellikle üçüncü dünya ülkelerinde, kadınları yoksulluktan kurtarma ve güçlendirmede bir fırsat alanı olarak görülmüş, sunulmuş ve ev eksenli ve tarımsal üretim ağırlıklı girişimcilik alanı mikro krediler ile desteklenmiştir (Gül & Altındal, 2016: 1364-1365).

Geçmiş yıllarda, kadınların eğitim seviyelerinin düşük olması, iş hayatına dahil olma konusunda engellerle karşılaşması, finansman yetersizliği gibi sebeplerden dolayı girişimci olmaları daha düşük düzeyde kalırken, son yıllarda yapılan çalışmalar göstermektedir ki iş yaşamında erkeklere oranla daha başarılıdırlar. Bugün küreselleşmenin beraberinde getirdiği hızlı değişim ve rekabet, yeni teknoloji ve anında iletişim karşısında geleneksel yöntemler etkin olmamakta ve bu sorunu çözebilmek adına yeni düşünce ve uygulama tarzına, bir anlamda da "kadına has liderlik stili, kapasite ve niteliklere" gereksinim duyulmaktadır. Kısaca özetlemek gerekirse, ekonominin yapısında meydana gelen bu değişim değerler sisteminde de bir değişimi beraberinde getirmektedir. İş yerinde yönetim tarzları ve yaklaşımlarının kadının kendine has değerlerini bastırmasından çok fırsatını bulduğunda kendi potansiyelini ortaya çıkarma ve daha etkin olabilmesinin önünü açacaktır. Bu bağlamda söyleyebiliriz ki kadın girişimciliği ekonomik ve toplumsal hayata son derece önemli yarar ve fırsatlar sunabilmektedir. Yapılan tüm çalışmalar göstermektedir ki girşimcilik, ekonomik gelişim ve iş yaratma konusunda önemli bir kaynağı temsil etmektedir. Dolayısıyla kadın girişimciler de ekonomik gelişimin önemli bir kaynağını temsil etmektedir yorumunu rahatlıkla yapabiliriz (Tamer, 2013: 653).

OECD kaynaklı bir çalışma da kadınların fırsata daha yenilikçi bir tarzda yaklaşımları, iş yaşamında yeni bir ekonomik çevrenin gelişimine de katkı sağlayacak niteliktedir. Bernstein'in teorisine göre erkek girişimcinin otoriter yönetim tarzına kıyasla kadın girişimci yönetim olgusuna daha bütüncül bakmaktadır. Personel eğitimi, takım çalışması, işletme yapısındaki hiyerarşinin azaltılması ve kalite konularında ve başarı olgusunun erkeklere

kıyasla farklı değerlendirilmesi sonucu çalışanların kariyerlerinde gelişimlerinin sağlanması ve müşterilerin beklentileri konularında daha duyarlı olmaktadır. Kadın girişimcilerin ekonomik alana bakış açısında getirdikleri bu anlayış çalışanların kadın patronlarla çalışmaya daha istekli olduklarını ve organizasyona daha hızlı uyum sağlayıp daha verimli olduklarını göstermiştir. İngiltere'de yapılan bir araştırmada "Çalışanların patronlarını tanımaları ve nasıl bir patron istediklerini tarif etmeleri" istenmiştir. Araştırma sonucuna göre çalışanların daha çok kadın patronlarla çalışmak istedikleri sonucuna varılmıştır. Çalışanların kadın patron tercih etmelerinin sebepleri şu şekilde sıralanmıştır (Tamer, 2013:653-654);

- Kadınlar, bir iş için erkekten daha fazla çaba gösteriyorlar ve daha dikkatliler.
- Kadınlar, çalışanlarına gerekli eğitimi daha iyi verebiliyorlar.
- Kadınlar, yeni durum ve değişimlere daha çabuk uyum sağlayabiliyorlar.
- Kadınların, yanlarında çalışanları iş konusunda heveslendirme ve teşvik etme yetenekleri erkeklere oranla daha gelişkindir.
- Kadınlar yeni fikilere daha açıktır. Kadınlar gözlem yeteneklerini iş yaşamında başarılı bir biçimde kullanabiliyorlar.
- Çalışanlarıyla iletişim kurarken kadının sağladığı başarı iyi bir yönetici olmasında olumlu bir etki yapıyor.
- Kadının problem çözebilmedeki başarısı bir yönetici olarak erkekten daha başarılı olmasını sağlıyor.
- Kadınlar özel yaşamlarında olduğu gibi iş yaşamında da açık bir stratejiye sahiptir.
- Kadınlar iş yaşamında erkeklere oranla daha neşeli ve eğlencelidir.

Yukarıda sonuçları verilen bu araştırma göz önünde tutulduğunda kadın girişimcilerin ülkeye ekonomik ve soyal anlamda getireceği

kazanımların daha gerçekçi ve günü kurtarmaya yönelik değil uzun vadeli olarak değerlendirilmesi önemlidir. Bu bağlamda kadın girişimcilerin, kendileri ve istihdam ettiği kişiler için iş yaratmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları onların toplumdaki konumlarını güçlendirmesine, toplumların gelişmişlik düzeyini etkilemesine ve gelir dağılımındaki eşitsizliği de önlemeye önemli katkıları bulunmaktadır. Dolayısıyla ülkelerin ekonomik gelişmeye katkıda bulunabilmeleri ve bunu sürdürebilmeleri için ekonomik değer yaratan kadın girişimcileri güçlendirmek için politikalar geliştirmeleri ve uygulamaları gerekmektedir (Tamer, 2013: 654). Çünkü girişimci kadın (Ecevit, 1993: 20);

- Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir iş yeri olan,
- Bu iş yerinde tek başına veya istihdam ettiği kişilerle çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran,
- İşi ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş yerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır.

Kadın girişimci hakkındaki tüm bu tanımlamalar göstermektedir ki kadın girişimci, ekonomik ve sosyal hayata dolaylı/dolaysız olumlu katkı sağlayacak niteliklere sahiptir.

3.2. 1990-2020 Yılları Arasında Türkiye'nin Kadın Girişimciliği Performansı

Konuya Türkiye açısından bakacak olursak, işsizliğin bir sorun olduğunu ve özellikle kadınların iş bulma konusunda sorunlar yaşaması nedeniyle Türkiye Ekonomisi açısından kadın girişimciliği büyük bir öneme sahiptir. Kadın girişimci sayısının artması, kullanılmayan kaynakların kullanılmasına yol açarak uygun şartlar altında ekonomik büyümeye pozitif etki sağlayacaktır. GEM 2002 raporuna göre de girişimcilik bir ülkenin ya da bölgenin refahının artmasında büyük öneme sahiptir. Dolayısıyla ülkelerin tüm çalışma çağındaki insanları girişimcilik kariyeri için desteklemesi ve bu alanda programlar düzenlemesi gerekmektedir (GEM, 2002: 33).

Dünyada kadın girişimciliği 1970'li yıllara kadar yeterince gelişmemiş olsa da özellikle 1980'li yıllardan sonra gelişme trendine girmiştir. Türkiye'de de dünya geneli ile benzerlik göstermiş ve aynı yıllarda gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Türkiye'de kadın girişimciliğine yönelik gelişmelerin yaşanmasının en önemli sebebi AB, BM, OECD gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik politikalarının bulunmasıdır (Durukan , 2021: 20-21).

Türkiye, GEM'in 2019 yılı erken aşama girişimcilik aktivitesi sıralamasında 48 ülke içerisinde, kendisine 15. sırada yer bulmaktadır. 12 ayrı farklı kriter ile değerlendirilen bu sıralamada, Türkiye'nin puanı 5.1 seviyesinde olup, Avrupa ve Kuzey Amerika bölgeleri baz alındığında ortalama bir durumda bulunarak girişimcilik alanında iyi gibi gözükse de ülkemizde hala kadın-erkek girişimci sayıları arasında bir değerlendirme yapıldığında en kötü 6 ülke arasında yer almaktadır (KAGİDER & TÜRK TUBORG A.Ş. 2019: 3).

Çalışmamızın bu bölümünde Türkiye'deki kadın girişimci oranları ile ekonomik büyüme verileri paylaşılarak bu iki veri arasındaki ilişki incelenecektir. Araştırmalarda "kadın girişimcilik" kavramı altında sayısal verilere ulaşılamadığından hem işverenleri hem de kendi hesabına çalışanların toplamını girişimci olarak hesaplayarak bazı veriler elde edilerek, Türkiye'nin kadın girişimci potansiyeli üzerinden ekonomik büyüme ile ilişkisi değerlendirilmeye çalışılacaktır.

Türkiye'de 80'li yılların sonuna kadar yeterli ölçüde kadın girişimciliği olmadığından, değerlendirmemize 1990 yılını başlangıç olarak kabul ederek bir durum değerlendirmesi yapacağız.

Tablo 18. 1990-2020 Yıllarında Türkiye'de Kadın Girişimci Sayısı ve Ekonomik Büyüme Verileri

Yıllar	Toplam Girişimci Sayısı(bin)	Toplam Kadın Girişimci Sayısı(bin)	%	Ekonomik Büyüme Hızı(%)
1990	5733	515	9,0	9,3
1991	5750	505	8,8	0,9
1992	5932	651	11,0	6,0
1993	5659	411	7,2	8,0
1994	6059	614	10,1	-5,5
1995	6165	534	8,6	7,2
1996	6101	509	8,3	7,0
1997	6319	581	9,2	7,5
1998	6424	555	8,6	3,1
1999	6337	644	10,1	-3,3
2000	6434	730	11,3	6,6
2001	6505	809	12,4	-6,0
2002	6375	824	13,1	6,4
2003	6301	758	12,0	5,9
2004	5571	539	9,6	9,4
2005	5700	717	12,4	8,9
2006	5717	729	12,7	7,3

2007	5575	692	12,4	5,0
2008	5573	693	12,4	0,9
2009	5638	826	14,6	-4,8
2010	5749	904	15,7	8,9
2011	5931	903	15,2	10,7
2012	5933	882	14,8	4,7
2013	5945	915	15,3	8,9
2014	5652	796	14,0	5,0
2015	5643	802	14,2	5,9
2016	5775	846	14,6	3,2
2017	9094	935	15,3	7,4
2018	6190	987	15,9	2,8
2019	5962	930	15,5	0,9
2020	5620	904	16,0	1,8

Kaynak: (TÜİK, İşgücü İstatistikleri & Eğilmez, 2020)

Tablo 18 incelendiğinde, kadın girişimci sayısının yıllar içinde dalgalı bir görüntüsü olsa da genel olarak artma eğiliminde olduğu görülmektedir. Fakat Türkiye'de yaşanan krizler, yüksek enflasyon oranları, yurtdışı fonlarına erişim sorunları ve bunun sonucunda üretimde meydana gelen daralmalardan dolayı kadınlar girişimcilik alanındaki faaliyetleri olumsuz yönde etkilenmektedir. Öte yandan bu dönemlerde kadınlar girişimcilik alanında yer alsalar da ekonomik büyümeye daima pozitif etki sağladıklarını söylemek için yeterli bilimsel kanıt bulunmamaktadır. Örneğin; 1993 yılında 411 bin kişi olan kadın girişimci sayısı, 1994 yılında 200 bin kişi artarak 614 bin olsa da 1994 yılında ekonomik büyüme % -5,5 olarak ölçülmüştür. Bunun direkt ve tek sebebi olmasa da 1993 yılında %70 seviyelerinde gerçekleşen enflasyon büyümenin gerçekleşmesini engelleyen sebep olarak gösterilebilir. Kadın girişimciliği ve ekonomik büyüme arasında yaşanan bu negatif ilişkinin 1999, 2001 ve 2009 yıllarında da karşımıza çıktığını görmekteyiz. Buna sebep olarak da o dönemde yaşanan ekonomik krizler ve finansmana erişimde yaşanan sorunlar gösterilebilir. Ayrıca göz önüne alınması gereken başka bir konu ise Türkiye'de girişimci olarak

gösterdiğimiz kadınların büyük bir kısmının kendi hesabına çalışıyor olması ve istihdam alanı yaratmıyor oluşu gösterilebilir. Bu durum göz önüne alındığında, Türkiye'da kadın girişimciliği konusunda sağlıklı verilere ulaşılamamasından dolayı ekonomik büyüme ile olan ilişkisini de sağlıklı şekilde ölçememekteyiz.

Çalışmamızın başlangıcı kabul edilen 1990 yılında toplam girişimci arasında sadece %9 gibi düşük bir oranda bulunan kadın girişimciler, 2020 yılına gelindiğinde bu oranı neredeyse iki katına çıkararak %16 seviyelerine gelmiştir. Bu da göstermektedir ki kadınlar yaşanan kriz, enflasyon gibi etmenlere rağmen girişimci olma eğilimindedir. Fakat tabloyu detaylı incelediğimizde görmekteyiz ki girişimsel aktiviteler her ne kadar ekonomik büyümeyi olumlu etkiliyor olsa da tek başına yetersizdir. Berber ve Seyfettin'in 2004 yılındaki araştırmalarının sonucuna göre enflasyon ve büyüme arasında ters ilişki bulunmaktadır, öyle ki enflasyonda meydana gelen 10 puanlık bir artış ekonominin yüzde 1,9'luk büyümesine engel olmaktadır (Berber & Artan, 2004, 115). Dolayısıyla birçok faktörden etkilenen ekonomik büyüme, yüksek enflasyon ve kriz gibi faktörlerin yaşandığı dönemlerde kadın girişimci sayısı artsa dahi, büyümenin gerçekleşmediği görülemektedir. Girişimcilik, ekonomik büyüme konusunda çok önemli bir etken olsa da büyüme girift bir yapıya sahiptir ve tek bir etken ile gerçekleşemeyeceğinden; girişimsel aktivitelerin ekonomik büyümeye pozitif etkileri, uygun zeminde uzun vadede daha sağlıklı olacaktır.

Sonuç olarak, girişimci sayısının artması cinsiyete bakılmaksızın ekonomik büyüme üzerinde pozitif katkılara sahiptir. Dolayısıyla kadın girişimci sayısının artması ekonomik büyüme perspektifinde pozitif sayılabilecek bir durumdur. Öte yandan kadının karakteristik yapısının girişimsel aktiviteye kazandırdığı yeni yönetim anlayışı da erkeklerin girişimcilik karakterine pozitif etki ederek girişimciliğin dolayısıyla da sosyal ve ekonomik kalkınmanın iyileşmesinde önemli rol oynamaktadır.

Kadın girişimcilik verileri her ne kadar artış eğiliminde olsa da istenen seviyede değildir. Türkiye'de kadın girişimciliğin artması için hem kamunun hem de özel kurum ve kuruluşların destekleri bulunmaktadır. Bu anlamda kadın girişimcilere yönelik politikalar geliştirilerek uygulamaya konmalı ve kadınlar girişimcilik alanına daha fazla dahil edilmelidir.

3.3. Kadın Girişimcilere Yönelik Politikalar

ILO verilerine göre Türkiye, 2015, 2016, 2017 yıllarında OECD ülkeleri ile kıyaslandığında kadınların iş gücüne katılım oranı açısından %33,6 ile son sırada kendisine yer bulmaktadır (İktisadi Kalkınma Vakfı, 2019: 8). MasterCard 2020 verilerine göre Türkiye, kadınların işletme sahipliği bakımından dünya sıralamasında 58 ülke arasından %9 ile 51. sırada yer almış ve gelişmiş ülkelere oranla oldukça geride kalmıştır (Mastercard, 2020: 54).

Türkiye'nin ekonomik büyüme sağlayabilmesi için kadınların iş gücüne katılması bir politika olarak görülmelidir. İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV)'nın 2019 yılında hazırladığı raporda MGI (Mckinsey Global Institute) tahminlerine göre 2025 yılından sonra Türkiye'deki kadınların iş gücüne katılım oranı %63'e çıkarılarak, OECD ülkeleri ortalamasının yakalanması durumunda ülke GSYH'sinin %20 artabileceği ifade edilmektedir (İktisadi Kalkınma Vakfı, 2019: 14). Bölgelerin girişimcilik seviyeleri farklıdır. Bu farklılığın sebebi bölgeden bölgeye girişimcilik ekosisteminin olgunluk düzeyidir. Olgun bir ekosistem bünyesinde sosyal, politik, ekonomik, coğrafi ve kültürel birçok destekleyici unsuru barındırır. Bir bölgede girişimciliği besleyen unsurlar varsa o bölge girişimcilerin iş kurması ve yerleşmesi için uygun bir lokasyondur. Hükümetler de bu eksikliklerin bulunduğu bölgelere genel olarak eğitim, maliye ve ekonomi politikaları ile müdahale ederler. Bu politikalar, girişimcilerin tespit ve teşvik edilmesi, kutlanması, finansal ve

teknik olarak desteklenmesi ve kurdukları girişimlerin hayatta kalmalarına elverişli bir ortam yaratılması yollarıyla gerçekleştirilir (Duran, 2018: 69-70). Türkiye'de On Birinci Kalkınma Planı'na göre kadın girişimcileri teşvik etmeye yönelik politikalar aşağıdaki gibidir (Durukan, 2021: 25);

- "Kadınların ekonomik faaliyetlerinin geliştirilmesi için kadın girişimcilere iş geliştirme süreçlerinde danışmanlık ve rehberlik hizmeti sunulacak, bu alandaki desteklerede kadınlara öncelik verilecektir.
- Kadınların internet sitesi, portal, aplikasyon gibi dijital ortamlardaki ekonomik faaliyetlerinin geliştirilmesini hedefleyen mekanizmalar oluşturulacak ve kadın girişimcilerin e-ticarette güçlenmelerini sağlamaya yönelik eğitim programları ve seminerler düzenlenecektir.
- Kadınlar tarafından kurulan kooperatiflere yönelik; eğitim, girişimcilik ve danışmanlık gibi alanlarda sunulan destekler yaygınlaştırılacak ve gerekli hukuki düzenlemeler yapılmak suretiyle kadınların kooperatif kurmaları kolaylaştırılacaktır.
- Kadının ekonomik yaşama etkin katılımının artırılması konusunda illerin farklı işgücü ihtiyaçları göz önünde bulundurularak, eğitim, staj, işbaşı eğitim gibi uygulamaların etkin olarak devam etmesi sağlanacaktır.
- Kadınların özel sektörde yönetim ve karar organlarında daha yüksek oranda yer almalarını sağlayacak, farkındalık artırıcı ve teşvik edici yöntemler uygulanacaktır.
- Kırsal kesimde kadın girişimciliğinin artmasına yönelik destek mekanizmaları sağlanacaktır.
- Kadınların dijital okuryazarlık eğitimlerine katılımları artırılacatır.

- Kadınların ekonomik ve sosyal hayatta güçlenmelerine yönelik araştırmalar yapılacak, projeler yürütülecek, eğitimler verilecektir.
- İşgücü piyasasının değişen ihtiyaçları çerçevesinde yeni gelişen meslek alanları göz önünde bulundurularak kız çocuklarının fen, teknoloji, mühendislik, matematik alanlarındaki mesleklere yönlendirilmesi için çalışmalar yürütülecektir."

Yukarıda yer alan politikalar doğrultusunda 2018 yılında %17,8 olan kendi hesabına çalışan kadın oranı 2023 yılında %20'ye, %8,7 olan işveren olan kadın oranı ise %10'a çıkarılması planlanmaktadır.

Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü koordinatörlüğü kapsamında Ulusal İstihdam Stratejisi Belgesi (UİS) 2014-2023 dönemini kapsayan işgücü piyasasının ihtiyaçlarını, sorunlarını ve beklentilerini kapsayan bir çalışma hazırlamıştır. UİS bu çalışmada kadın girişimcileri, özel politika gerektiren grupların istihdamının artırılması ekseninde ele almıştır. Bu bağlamda UİS'in kadın girişimcilere yönelik aldığı politikaların başında bölgesel bazda kadın girişimcilik alanları belirlenerek, verilecek desteklerle kadın girişimciliğinin özendirilmesine yönelik tedbirler alınarak bu amaçla girişimcilik eğitimleri, kooperatifleşme ve mikro kredi uygulamalarının geliştirilmesi gelmektedir. Başta tarım sektöründe çalışan kadınlar olmak üzere kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla eğitimler verilecek, mali kaynaklara erişim hakkında bilgilendirme ve yönlendirme hizmetleri ile desteklencektir (Durukan, 2021: 25-26).

2018-2023 yıllarını kapsayan ve Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı koordinatörlüğünde gerçekleştirilen Kadının Güçlenmesi Strateji Belgesi ve Eylem Planı kapsamında kadın kooperatifleri güçlendirilerek kırsal alanda kadın girişimciler eğitim, girişimcilik ve danışmanlık gibi alanlarda desteklenerek kadın girişimcilerin ürettiği ürünlerin pazarlanmasına

yönelik işbirliği çalışmaları yürütülecektir. Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde, kadınlara yönelik patent konusu başta olmak üzere bilinçlendirme çalışmaları artırılacak, mevcut teşvik ve ödül mekanizmalarının duyurulmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır. Bilgi ve iletişim alanında verilen desteklerde kadınlara öncelik verilecektir. Kadın girişimcilerin e-ticarette güçlenmelerini sağlayacak eğitim mekanizmaları düzenlenerek kadınlar bu konuda bilinçlendirilecektir.Kadın girişimcilere iş geliştirme sürecinde danışmanlık ve rehberlik hizmeti vermek amacıyla bir sistem kurulacaktır. Kadın girişimcilerin devlet tarafından verilen desteklere ulaşımını kolaylaştıracak bir sistem kurulacaktır. Bölgesel Kalkınma Ajanslarının kadın girişimciliğini destekleyen programlara ve projelere öncelik vermesi sağlanacaktır. Kırsal kesim kadınlarını güçlendirmeye yönelik çalışmalara öncelik verilecektir. Tarıma dayalı iş kollarında, bilhassa teknolojik imkanlardan ve gelişmelerden yararlanarak kadın girişimciliğinin özendirilmesi sağlancaktır. (Durukan, 2021: 26-27).

Belirttiğimiz bu politikalar ile kadınların çalışma hayatının her alanında etkin bir şekilde yer alması amaçlanmış ve değişen piyasa koşullarına ayak uydurup ekonomik hayatta ayakta kalarak söz sahibi olması sağlanmak istenmektedir.

Sonuç olarak, girişimci sayısının artması, cinsiyete bakılmaksızın, istihdam ve ekonomik büyüme üzerinde etkileri olan faktörlerden biridir. Yapısal ve konjonktürel faktörlerden etkilense de ekonomik büyüme ve istihdam üzerinde genel olarak kadın girişimci sayısının artmasının olumlu bir etki yaratacağını söylememiz yanlış olmayacaktır.

SONUÇ

Girişimciler, ülkelerin sosyo-ekonomik kalkınmasının sağlanmasında önemli bir yere sahiptirler. Dolayısıyla girişimcilerin karşılaşabilecekleri sorunların, öncelikli olarak çözülmesi gerekmektedir. Fakat bunun da öncesinde, kadınların çalışma yaşamına dahil olabilmesi ve girişimcilik alanında kendilerine yer edinebilmeleri için destek ve teşviğe ihtiyaçları vardır. Yapılan birçok araştırma göstermektedir ki kadınlar ekonomik büyüme konusunda çok önemli bir potansiyele sahiptir. Gelişmiş ülkelerde kadın girişimciler, ekonomide önemli yerlere sahiptir. Ancak çalışmamız göstermektedir ki Türkiye'de kadın girişimci sayısı gelişmiş ülkelere göre oldukça düşüktür.

Öncelikle yüz ölçümü olarak geniş topraklara sahip olan Türkiye'de özellikle kırsal alanda kadın girişimciliği desteklenmelidir. Bu sayede kadın girşimci sayısı arttırılmalı ve ülke ekonomisi için önemli bir rol oynaması sağlanmalıdır.

Kırsal alanda kadın girişimciliğin desteklenmesi ve arttırılması ile kırsalda yaşamını sürdüren insanlara istihdam sağlanarak, kırdan kente göçün önüne geçilmesi sağlanacaktır. Kırsalda istihdamın artması, ülke ekonomisinin büyümesine, orada yaşayan insanların yaşam kalitesinin artmasına, sağlık-eğitim gibi hizmetlere erişimlerinin kolaylaşmasına katkı sağlayacaktır. En önemlisi, kırsalda yaşayan kadınların özgür ve bağımsız birer birey olmasına yardımcı olarak, iş hayatına dahil olamayan diğer kadınlara da cesaret kaynağı olacaktır. Tüm bunlar bize gösteriyor ki kırda ya da kentte kadın girişimciliğinin önü açılmalı, engeller ortadan kaldırılmalı, ve girişimcilik konusunda kadınlara eğitim verilmelidir.

Kadınların, girişimcilik konusunda karşılaştıkları sorunlar yalnızca eğitim, finansman, satış ya da pazarlama ile sınırlı değildir. Bu konuda

çözüme kavuşturulması gereken toplumsal bir sorun, yani cinsiyet ayrımcılığı da kadınların girişimcilik alanına dahil olup kendilerini geliştirmelerinin önünde duran büyük bir sorundur. Kadınlar girişimcilik alanına dahil olabilseler de işletmelerinin faaliyetini sürdürebilme konusunda da birçok sorunla karşı karşıya kalabilmekte ve tüm bu sorunlar ülkemizde kadın girişimci sayısının oldukça az olmasına sebebiyet vermektedir.

Kadınların güçlendirilmesinde; kişisel gelişim, eğitim, kaynaklara erişim, katılımcılık, cinsiyete dayalı ayrımcılığın ortadan kaldırılması ve kalkınma sürecinde aktif rol alma önemli aşamalardır. Kadınların sorunları günü kurtaran çözümler olmak yerine ülke ekonomisini güçlendirebilmek adına uzun vadeli ve kalıcı çözümler olmalıdır. Ayrıca kadının girişimci olarak iş yaşamına dahil olmasının, kadın açısından getirdiği zorluklar ve engellerin göz önüne alınarak düzenlenmesi bu noktada daha etkili ve gerçekçi olacaktır. Çünkü kadın girişimci olmaya niyetlenirken yalnızca girişimciliğin önünde olan engellerle değil kadın olmanın beraberinde getirdiği sorunlardan dolayı da birçok engelle karşılaşmaktadır. Bu noktada kadın girişimciliğin yaygın hale gelebilmesi ve desteklenebilmesi adına şu önerileri sıralayabiliriz;

- Kadın ücretsiz aile işçisi konumundan kendi hesabına çalışan ya da işveren olarak çalışan konuma getirilebilir,
- Kadınların iş ve meslekleriyle ilgili örgütlere katılabilmelmeleri kolaylaştırılabilir, hatta bu örgütleri kurmalarının önü açılabilir,
- Girişimciliğe niyet etmiş kadınlara verilecek eğitimlerle bir girişimcide bulunması gereken özellikler konusunda kadınlar bilinçlendirilebilir,
- Kadın girişimcilere kredi ya da benzeri şekilde verilecek destekler artırılabilir ve kadının buna ulaşılabilirliği kolaylaştırılabilir,

- Ticaret odaları aracılığıyla açılacak birimler ile kadın girişimcilerinin yol haritası çizilebilir ve bu konuda bilgilendirmeler yapılabilir,
- Kadın girişimciler genel olarak iyi bildikleri alanlarda erkeklerle rekabet içinde olmayacakları alanlarda girişimsel aktivitelerde bulunma eğilimindedirler. Erkekler finansmana kolayca ulaşıp iş kurarken kadınlar kendi birikimleri ile iş kurduklarından dolayı çekingen davranmaktadırlar. Bu bağlamda kadınların finansmana erişimi kolaylaştırılıp erkeklerle rekabet edebilecekleri duruma getirilebilir,
- Devlet tarafından kadına yönelik pozitif ayrımcılık yapılarak mikro kredi anlamında düşük faiz uygulaması yapılabilir ve ödeme yöntemleri konusunda da kolaylık sağlanabilir,
- Devlet iş kuran kadınlara belli bir süre vergi ve sigorta konusunda hibe destekleri ya da indirimler yaparak kadın girişimcilerin sürdürülebilir olmalarını sağlayabilir,
- Kadınların iş kurarken karşılaştıkları sorunların başında ekonomik sorunlar gelse de toplum baskısı ve aile yapısından dolayı da bazı sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu bağlamda medya yolu ya da benzer bir yöntem ile toplum bilinçlendirilerek kadının önündeki engeller kaldırılabilir,
- Kırsal alanda tarımsal üretim dışında alternatif iş alanları oluşturularak kadınların bu alanlarda iş kurmaları teşvik edilerek desteklenebilir,
- Kırsal alanda yoğun şekilde hissedilen cinsiyet eşitsizlikleri ve kadına yönelik geleneksel tutumun ortadan kaldırılmasına yönelik bölgesel eğitimler düzenlenebilir,
- Kadın üreticilerin örgütlenmelerine öncelik tanınarak, çözüm üretmelerine ve farklı hareket alanları geliştirmelerine imkan tanımak üzere kadınların kırsalda öncü rolü üstlenmeleri desteklenebilir,

- Kırsal kadın nüfusunun tamamının örgün eğitim sürecinden geçmesi ve eğitim seviyelerinin en üst düzeye çıkması yönünde ilgili bütün resmi kurumların eşgüdümü sağlanabilir,
- Kırsal kesimdeki kadınlara yönelik hazırlanan ve yalnızca onların faydalanabileceği işletme ve gelir durumlarına göre ödeme yapabilecekleri sosyal güvenlik uygulaması gerçekleştirilebilir,
- Eğitim konusunda devam eden kurslara işlerlik kazandırmak adına çalışmalar yürütülebilir,
- Kadınların toplumsal yaşamın tüm alanlarına katılımını ve girişimcilik faaliyetlerini benimsemelerini sağlamaya yönelik olarak sempozyum ve seminer türü etkinlikler gerçekleştirilebilir,
- Yerel yatırım modelleri geliştirilebilir ve kadın girişimcilerin desteklenmesine yönelik yeni fonlar oluşturularak yatırımlar desteklenebilir, mikro kredi uygulamaları yaygınlaştırılabilir,
- Pazar ve hammadde imkânları tespit edilerek, bunların geliştirilmesine yönelik çalışmalar yaygınlaştırılabilir. Bu bağlamda, girişimci kadınlar tarafından üretilen ürünler için ürün borsaları ve geleneksel ürün pazarları oluşturulabilir,

Çalışmamızın son bölümünde, Türkiye'nin kadın girişimci sayılarına yer vererek ekonomik büyüme konusunda ne derece etkili olup olmadıkları incelenmiştir. Biliyoruz ki kadın girişimciliği ekonomik yaşam olsun toplumsal yaşam olsun her alanda önemli katkılar sağlayarak ülke ekonomisinin büyümesinde rol oynamaktadır.

Bu bağlamda kadınların girişimcilik alanında faaliyet göstererek ekonomik büyümeye olan bu etkileri, Türkiye'de kadınların girişimcilik alanında desteklenmesi ve gelişmesi gerektiğini göstermektedir. Bu anlamda ilk olarak kırsal alanda iş hayatına dahil olamayan kadınlardan başlanarak

kadınların girişimcilik konusunda desteklenmesi, Türkiye Ekonomisi'nin hızla büyüyerek toplumsal refahın oluşmasına katkı sağlayacağını bizlere göstermektedir.

Kaynakça

ABİGEM. (tarih yok). www.trakyaabigem.org. adresinden alındı

ABİGEM. (2019). *Kadın Girişimcilik Sektör Toplantısı*. www.abigemdm.com.tr: https://www.abigemdm.com.tr/kadin-girisimcilik-sektor-grubu-toplantisi/ adresinden alındı

ACAR, İ. (2015). Türkiye'de Gelir Dağılımı. *Emek ve Toplum*, 43-59.

Ağca, V., & Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 8, Sayı 2*, 155-173.

Aksoy, N., Felek, Ş., Yayla, N., & Çeviş, İ. (2019). Türkiye'de Kadın İstihdamı ve Etkileyen Faktörler. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 17, 3*, 146-163.

ALPER, Y. (2018). *filozof.net*. http://www.filozof.net/Turkce/sosyoloji/681-gelir-dagilimi-nedir-gelir-dagilimi-ne-demektir-gelir-dagilimi-nasil-olmalidir-iktisatcilara-gore-gelir-dagilimi.html adresinden alındı

Anonim. (2017, Eylül 26). *Girişimcilik Günümüzde Neden Çok Önemli Hale Geldi?* Ocak 20, 2020 tarihinde www.abainnolab.com: https://abainnolab.com/girisimcilik-gunumuzde-cok-onemli-hale-geldi/ adresinden alındı

Anonim. (tarih yok). *İktisadi Büyümenin Özellikleri ve İktisadi Büyümeyi Etkileyen Faktörler*. Aralık 21, 2020 tarihinde acikogretim.istanbul.edu.tr: https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/19_20_Guz/iktisadi_buyume/3/index.html#konu-4 adresinden alındı

Arıduru, A. (tarih yok). *Girişimcinin Korkuları Riskleri ve Öneriler*. Ocak 27, 2020 tarihinde www.fortune.com.tr: http://www.fortune.com.tr/girisimcininriskleri.asp adresinden alındı

ASLAN, N. (2006). *Ekonomik Entegrasyon Küresel ve Bölgesel Yaklaşım.* Ankara: Ekin.

ASPB. (2015, Ocak). Onuncu Kalkınma Planı. *Ailenin ve Dinamik Nüfus Yapısının Korunması*. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.

Aşkın, A., Nehir, S., & Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 55-72.

Ay , Ü., & Koca, A. İ. (2013). Kadın Girişimci Tipleri ve Bunların Gösterdiği Özellikler. E. Kaygın, & B. Güven içinde, *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik* (s. 65-77). İstanbul: Veritaş Akademi.

AYDEMİR, C., & KAYA, M. (2007). Küreselleşme Kavramı ve Ekonomik Yönü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 260-282.

Aydınlık, A. Ü. (2017). *Girişimcilik.* İstanbul: Beta Yayıncılık.

Bahçekapılı, C. (2015). Türkiye Ekonomisinde 2011 Sonrası Sınırlı Büyümenin Nedenleri Üzerine Bir Analiz. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 111-124.

Balli, A. (2018). Girişimcilik, Girişimcilik Türleri ve Girişimci Tipolojileri Üzerine Bir Araştırma. *Conference Paper*, sy.

BAYRAÇ, N. (2003). Yeni Ekonominin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42-62.

Berber, M., & Artan, S. (2004). Türkiye'de Enflasyon - Ekonomik Büyüme İlişkisi (Teori, Literatür ve Uygulama). *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 103-117.

Bilgi Erişim Müdürlüğü: Kurulan/Kapanan Şirket İstatistikleri. (2019, Aralık 31). Ocak 23, 2020 tarihinde www.tobb.org.tr: https://www.tobb.org.tr/BilgiErisimMudurlugu/Sayfalar/KurulanKapananSirketistatistikleri.php# adresinden alındı

Bozacı, İ. (2015). *Girişimcilik.* İstanbul: Beta Yayıncılık.

Candan, H. (2011). Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1, 2*, 157-174.

Cansız , M. (2013). *Türkiye'nin Yenilikçi Girişimcileri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği.* Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Araştırma Geliştirme ve Girişimcilik Daire Başkanlığı.

Costa, D. (2000). *From Mill Town to Board Room: The Rise of Women's Paid Labor.* Cambridge: National Bureau of Economic Research Working Papers, No 7608.

Çelik, A. (2018). *Uygulamalı Girişimcilik "Hayaller Gerçek Olsun".* Konya: Eğitim Kitabevi.

Dağdemir, A. (2019). Seçilmiş Makro Ekonomik Faktörlerin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği. *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

DANIŞOĞLU, A. (2009). Küreselleşmenin Gelir Eşitsizliği Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 215-239.

Demir, N. (2018). *Girişimcilik.* İSTANBUL: Çağlayan Kitabevi.

dilimiz.gen.tr. (2019, Kasım 22). *Girişimcilik türleri nelerdir? Geniş inceleme*. Ocak 20, 2020 tarihinde www.dilimiz.gen.tr: https://www.dilimiz.gen.tr/girisimcilik-turleri/ adresinden alındı

Dinler, Z. (2008). *İktisat.* Bursa: Ekin Kitapevi.

Doğanalp, B., & Afşar, B. (2016). Kadın Girişimcilerin Profil Analizi: Konya İli Örneği. B. Doğanalp, & B. Afşar içinde, *Kadın Girişimciliği* (s. 97-130). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.

Durak, İ., İrmiş, A., & Özdemir, L. (2017). *Girişimcilik, Anadolu Kent Girişimciliğinden Örnekler.* Bursa: Ekin Yayınevi.

Duran, H. (2018). Türkiye'de Devletin Girişimcilik Destekleri ve Seçilmiş Bazı Değişkenlerin Yeni Firma Doğum Oranı Üzerine Etkisi. *Ekonomik, Finans & Finans Araştırmaları Dergisi*, 68-85.

Durukan, L. (2021). Türkiye'de kadın girişimcilerin desteklenmesinde KOSGEB'in rolü. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 17-37.

Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1, 2*, 25-37.

Ecevit, Y. (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi. *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Bildiriler ve Tartışmalar* (s. 15-34). içinde Ankara: Şafak Matbaacılık.

Efe, S. (2019). Türkiye'de Kadın Girişimciliği: İnstagram Kullanımı Üzerinden Bir Durum Tespiti. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Eğilmez, M. (2019, Ocak 21). *Ekonomi Nedir? Neyi İnceler?* mahfiegilmez.com: https://www.mahfiegilmez.com/2019/01/ekonomi-nedir-neyi-inceler.html adresinden alındı

Eğilmez, M. (2020, Ocak 2). *Kendime Yazılar - Türkiye Ekonomisinin Son 17 Yılı*. mahfiegilmez.com: https://www.mahfiegilmez.com/2020/01/turkiye-ekonomisinin-son-17-yl.html adresinden alındı

Emer, B. (2019). Batman'da Kadın Girişimciliğinin Sorunlarının İncelenmesi. *T.C. Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Yüksek Lisans Tezi*.

Erbaşlar, G. (2017). *Girişimcilik.* İstanbul: Nobel Yayıncılık.

Erboy, C. N., Önce, A. G., & Marangoz, M. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON EURASIAN ECONOMIES* (s. 862-872). Üsküp: Beykent Üniversitesi.

Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişimi ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 59-82.

Erdemir, T. (2018). Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimciliğini Etkileyen Engeller ve Fırsatlar Üzerine Bir Araştırma. *T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Ergin, B. Z., & Sayın, H. C. (2018). Ekonomik Kalkınma ve Büyüme İçin Bir Fırsat Olarak Kadın Girişimciler. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 15-29.

Erkocaoğlan, E., & Özgen, H. (2009). Kurumsal Girişimcilik ile Örgüt Yapısı Arasındaki İlişki. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 18, Sayı 1*, 203-214.

Ertürk, E. (2016). Kadın Girişimcilerde İş-Yaşam Dengesi. B. Doğanalp, & B. Afşar içinde, *Kadın Girişimciliği* (s. 131-162). Ankara: Nobel Akadmemik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.

Fidan , F., & Yeşil, Y. (2018). *Kadın Girişimciliği Engeller ve Fırsatlar.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Gemelli, M. (tarih yok). *United Nations Decade for Women*. www.britannica.com: https://www.britannica.com/topic/United-Nations-Decade-for-Women adresinden alındı

Ghodsee, K. (2010). Revisiting the United Nations Decade for Women: Bries Reflections on Feminism, Capitalism and Cold War Politics in the Early Years of the International Women's Movement. *Women's Studies International Forum*, 3-12.

Gini Coefficient of İncome İnequality. (tarih yok). oecd.org. adresinden alındı

Girişimcilik Nedir? Girişimci Kime Denir? (2019, 07 10). 01 2020, 14 tarihinde www.girisimcikafasi.com: https://girisimcikafasi.com/girisimcilik-nedir-girisimci-kime-denir/ adresinden alındı

Gül, S., & Altındal, Y. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün Mü? *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1361-1377.

Gül, S., & Altındal, Y. (tarih yok). T.

Gümüşoğlu, Ş., & Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 3, 1*, 97-116.

Güney, S. (2006). Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 1, Sayı 1*, 25-43.

HACITAHİROĞLU, K. (tarih yok). Gelir Dağılımı ve Yoksulluk Ders Notları. Edirne/Merkez.

HACITAHİROĞLU, K. (tarih yok). Küreselleşmenin Sosyal Sorunları Ders Notları.

Hisrich, R., & Öztürk, S. A. (1999). Women Entrepreneurs In A Developing Economy. *Journal of Management Development, Vol 18, No 2*, 114-124.

Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology. *American Psychologist*, 575-589.

Hurriyet. (2019, Kasım 21). *OECD nedir? OECD ne demek ve açılımı nedir?* www.hurriyet.com.tr: https://www.hurriyet.com.tr/gundem/oecd-nedir-oecd-ne-demek-ve-acilimi-nedir-41379478 adresinden alındı

İktisadi Kalkınma Vakfı. (2019). *AB Katılım Sürecindeki Türkiye'nin Kadın İstihdamı Karnesi.* İstanbul: Dünya Süper Veb Ofset AŞ.

ILO. (2000). *World Labour Report, Income Security and Social Protection in A Changing World.* Geneve.

İlter, B. (2010). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği.* Ankara: Adalet Yayınevi.

İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobiler.* Konya: Çizgi Kitabevi.

İŞKUR. (tarih yok). *Aktif İşgücü Programları*. www.iskur.gov.tr: https://www.iskur.gov.tr/is-arayan/aktif-isgucu-programlari/ adresinden alındı

Jessop, B. (tarih yok). *Fordism*. Nisan 2, 2020 tarihinde www.britannica.com: https://www.britannica.com/topic/Fordism adresinden alındı

KADAV. (tarih yok). *Kadınlarla Dayanışma Vakfı*. www.siginaksizbirdunya.org: http://siginaksizbirdunya.org/tr/biz-kimiz/kurultay-bilesenleri/37-kadinlarla-dayanisma-vakfi-kadav adresinden alındı

KADEM. (2013). *Kadınlara Yönelik Yasal Düzenlemeler*. www.kadem.org.tr: https://kadem.org.tr/kadinlara-yonelik-yasal-duzenlemeler/ adresinden alındı

Kadın Girişimcilere Hibe Desteği 2022 Geri Ödemesiz Kredi Desteği Veren Bankalar. (tarih yok). www.devletdestekli.com: https://www.devletdestekli.com/kadinlara-hibe-destegi/ adresinden alındı

KAGİDER. (2016). *KAGİDER Hakkında*. www.kagider.org: https://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda adresinden alındı

KAGİDER, & TÜRK TUBORG A.Ş. (2019). *Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi - 2019 Araştırma Raporu .* İstanbul: KAGİDER - TÜRK TUBORG A.Ş.

Kaldırım, O. (tarih yok). *Kadın Girişimciliği*. Şubat 22, 2020 tarihinde www.slideplayer.biz.tr: https://slideplayer.biz.tr/slide/10247921/ adresinden alındı

Kantar, M. (1996). Girişimcilik ve Kırsal Kadınlar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 29-42.

Karabıyık, İ. (2012). Türkiye'de Çalışma Hayatında Kadın İstihdamı. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 32, 1*, 231-260.

Karabulut, K., & Yalçınkaya, Ö. (2018). Ekonommik Büyüme Bağlamında Ağrı İlinin Ulusal Hesaplar Profili: Nominal ve Reel Göstergeler Üzerinden Bir Değerlendirme (1987-2016). K. Karabulut içinde, *Ağrı İlinin Sosyo-Ekonomik Profili* (s. 71-93). Ankara: AİÇÜ Yayınları.

Karakoç, U., & Kolaşin, G. U. (tarih yok). Kadın İstihdamını Artırmak İçin Girişimcilik Desteklenmeli. Betam.

Kaygın, E., & Güven, B. (2015). *Güçlü Kadınlar: Türkiye'de Kadının Girişimciliği.* İstanbul: Veritaş Yayıncılık.

Keskin, S. (2017). Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 64-76.

Kılıç, S. (2016). *Kadın Girişimcinin Yol Haritası.* Ankara: Gazi Kitabevi.

Kıran, E., & Avcı, M. G. (2018). Sporla Aşılan Toplumsal Sınırlar: Dangal Filmi ve Toplumsal Cinsiyet. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD), 3, 2*, 985-994.

KIVILCIM, F. (2013). Küreselleşme Olgusu ve Çokuluslu Şirketlerin Küreselleşme Süreci Üzerindeki Rolü. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2-16.

KONUKMAN, A., & ÇİFTÇİ, C. (tarih yok). Küreselleşmenin Gelir Dağılımı Üzerine Etkileri. *Ekonomik Yaklaşım*, 59-83.

KOSGEB. (2020, Ocak 24). *KOSGEB'den Girişimci Kadınlara 5 Yılda 1 Milyarlık Destek*. www.kosgeb.gov.tr: https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/7334/kosgebden-girisimci-kadinlara-5-yilda-1-milyar-liralik-destek adresinden alındı

KÖSE, Ö. (2003). Küreselleşme Sürecinde Devletin Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü. *Sayıştay Dergisi*, 1-46.

Kurtsan, M. (2011). Türkiye'de Kadının Konumu ve AB.

Kutlu, Ö. (2006). Türkiye'de Kadın Girişimciliği. *T.C. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Genel İşletmecilik Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Lashgarara, F., Roshani, N., & Najafabadi, M. O. (2011). Influcing Factors on Entrepreneurial Skills of Rural Women in Ilam City, Iran. *African Journal of Business Management*, 5536-5540.

LEBA, R. (2001, 7). mevzuatdergisi.com: https://www.mevzuatdergisi.com/2001/07a/02.htm# adresinden alındı

Marangoz, M., Erboy, N., & Önce, A. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON EURASIAN ECONOMIES 2014* (s. 862-872). Üsküp: Beykent University.

Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Essentials of Social Innovation*, sy.

Mastercard. (2020). *The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2020 Report.*

Monitor, G. E. (2002). *Executive Report.*

Morris, M., Schindebutte, M., & Brennan, C. (2003). Entrepreneurs and Motherhood: Impacts on Theis Children in South Africa an the United States. *Journal of Small Business Management* , 94-107.

Narin, M., Marşap, A., & Gürol, M. A. (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma. *Gazi Üniversitesi İktisadi Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 8, Sayı 1*, 65-78.

Njoroge, J. (2020, Eylül 9). *What is Economics*. evansonslabs.com: https://evansonslabs.com/2019/10/16/what-is-economics/?gclid=CjwKCAiAwrf-BRA9EiwAUWwKXmKe6D-_OGixKlmmAn5IbXOcfI-Bre8w6BoDX_adpwx45L0bhzdcahoC1j8QAvD_BwE adresinden alındı

OECD. (2004). 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *OECD.* İstanbul.

Okur, A. (2003). *Girişimcilik.* İstanbul: YA-PA Yayıncılık.

ORHAN, A. (tarih yok). *Gelir Dağılımı*. www.kaykusuz.tripod.com: http://kaykusuz.tripod.com/id55.html adresinden alındı

Önder, N. (2013). Türkiye'de Kadın İşgücünün Görünümü. *ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi*, 35-61.

Ören, K., Negiz, N., & Akman, E. (2012). Kadınların Yoksullukla Mücadele Aracı Mikro Kredi: Deneyimler Üzerinden Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bİlimler Dergisi, Cilt 26, Sayı 2*, 313-338.

Özçelik, M. K. (2017). Çalışma Hayatında Kadının Yeri ve Kariyer Gelişim Engelleri. *The Journal of Academic Social Science* , 49-70.

ÖZDEDE, V. (2011). *Gelir Dağılımı Adaletsizliği Nasıl Önlenir*. www.ekonomici.blogcu.com: http://ekonomici.blogcu.com/gelir-dagilimi-adaletsizligi-nasil-onlenir-volkan-ozdede/11702811 adresinden alındı

ÖZDEMİR, S. (tarih yok). Küreselleşme ve Refah Devletleri Üzerine Etkileri. *İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi*, 56-86.

Özdemir, S., Ersöz, H. Y., & Sarıoğlu, H. İ. (2007). Girişimciliğin Kobi'lerin Ekonomik ve Sosyal Sistem İçindeki Yeri ve İşsizliği Önlemedeki Rolü. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 55-101.

Özdevecioğlu, M., & Karaca, M. (2015). *Girişimci Girişimci Kişilik Kavram ve Uygulama.* Konya: Eğitim Kitabevi.

Özel, H. A. (2012). Ekonomik Büyümenin Teorik Temelleri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, C:2, S:1*, 63-72.

Özer, Ö. (2011). Kurumsal Girişimcilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Uygulama. *T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı Doktora Tezi*.

Özeren, S. (2012). 2001 KRİZİ SONRASI EKONOMİK BÜYÜME, İSTİHDAMDAKİ GELİŞMELER VE BEKLENTİLER. B. Neyaptı içinde, *EKONOMİK BÜYÜMENİN DİNAMİKLERİ VE İSTİHDAM: KAYNAKLAR VE ETKİLER.* Türkiye Ekonomi Kurumu Vakfı (TEK).

Özgül, S. Y. (2019). Kadın Desteklerinden Yararlanan Kadın Girişimciler: Ankara İli Örneği. *Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Politika Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Özkazanç, A. (2010). Bilim ve Toplumsal Cinsiyet. T. T. Konseyi içinde, *II. Kadın Hekimlik ve Kadın Sağlığı Kongresi, Kadını Görmeyen Bilim ve Sağlık Politikaları Kongre Kitabı* (s. 16-22). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi.

Özkul, A. S., & Baysal, H. (2017). Son Dönem Osmanlı Kadın Yükseköğretiminde Girişimcilik Kodları: Dârülmuallimât, İnas Dârülfünûnu ve Ticâret Mekteb-i Âlîsi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-20.

Özkul, G., & Örün, E. (2016). Girişimcilik ve İnovasyonun Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Ampirik Bir Araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 17-51.

Öztürk, M. D. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Tıcaret Enstitüsü Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret Yüksek Lisans Tezi*.

Öztürk, M. D., & Arslan, İ. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Tartışma Metinleri*. İstanbul.

Özyılmaz, A. M. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *T.C. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Paksoy, S., & Bakan, S. (2010). Türkiye'de Uygulanan Vergi Politikaları ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri: (1980 Sonrası). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, C:9, S:32*, 150-170.

Parkash, J., & Goyal, M. (2011). Women Entrepreneurship in India - Problems and Prospects. *Zenith International Journal of Multidisciplinary Research, Vol 1, Issue 5*, 195-207.

Quataert, D. (2013). *Ottoman Manufacturing in the Age of the Industrial Revolution (T. Güney Çev.)* . İstanbul: İletişim Yayınları (Orjinal eserin yayın tarihi 2002).

SABIR, H. (2013). Küreselleşen Dünyada Rekabet Politikası ve Gelişmekte Olan Ülkeler. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 121-133.

Saklı, A. R. (2007). Kapitalist Gelişim Sürecinde Fordizm ve Post-Fordizm. Ankara.

Sayın, H. C., & Ergin, B. Z. (2018). Ekonomik Kalkınma ve Büyüme İçin Bir Fırsat Olarak Kadın Girişimciler. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 15-29.

Scott, J. W., & Tilly, L. (1989). *Women Work & Family.* London: Methuen Young Books.

Seger , M. (2017, September 18). *Women Entrepreneurs: History of Women in Business*. March 29, 2020 tarihinde www.homebusinessmag.com: https://homebusinessmag.com/blog/success-stories-blog/women-entrepreneurs-history-women-business/ adresinden alındı

SERDAR, S. (2007). Küreselleşmeye Yaklaşımlar. *Genç Sosyal Bilim Forumu* .

Shmailan, A. B. (2016). Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management, Vol 5, No 4*, 1-7.

Sipahi, H., & Kartal, Y. (2018). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Geleceği: Genç Kadın Gİrişimcilerin Girişim Serüveni. R. A. Wolff, Y. M. Işıkçı, S. Yılmaz, H. Bülbül, & E. M.

Yılmaz içinde, *Kadın Çalışmalarında Güncel Konular* (s. 394-407). Konya: Eğitim Yayınevi.

Sobel, R. (tarih yok). *Entrepreneurship*. Ocak 28, 2020 tarihinde search.econlib.org: https://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html adresinden alındı

Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 83-114.

Soysal, A. (2013). Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye İçin Durum Değerlendirmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 163-189.

Sönmez, A., & Toksoy, A. (2015). Türkiye'de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 21, Sayı 2*, 41-58.

Sweeney, D. (2018). *How HR 505 Changed Entrepreneurship For Women*. www.forbes.com: https://www.forbes.com/sites/deborahsweeney/2018/08/21/how-hr-5050-changed-entrepreneurship-for-women/#4bfee3e411a5 adresinden alındı

Şallı, B. (2022, Ocak 21). *Kadın Girişimcilere Kredi Veren 10 Banka*. konupara.com: https://konupara.com/strateji/girisim/kadin-girisimcilere-kredi-veren-bankalar-7803/ adresinden alındı

Taban, S. (2014). *İktisadi Büyüme KAvram ve Modeller.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Tamer, G. (2013). Dünya'ya Kıyasla Türkiye'de Kadın Girişimciliği. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON EURASIAN ECONOMIES 2013* (s. 649-656). St. Petersburg: Beykent University.

Tamer, G. (2013). Dünya'ya Kıyasla Türkiye'de Kadın Girişimciliği, Women's Entrepreneurship in Turkey Compared to the World. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON EURASIAN ECONOMIES* , (s. 649-656).

Tatlıdil, R. (1992). Türkiye'de Kadınların Çalışma Yaşamındaki Yeri ve Sektörel Dağılımı. *3. İzmir İktisat Kongresi Tebliğler Sosyal Değişim ve Sosyal Gelişme Stratejileri*.

TDK. (2019). 01 14, 2020 tarihinde www.sozluk.gov.tr: https://sozluk.gov.tr/?kelime=girisim adresinden alındı

TDK. (2020, Aralık 7). *Güncel Türkçe Sözlük*. sozluk.gov.tr: https://sozluk.gov.tr/ adresinden alındı

Terjesen, S., & Lloyd, A. (2015). *The 2015 Female Entrepreneurship Index: Analyzing the conditions that foster high-potential female entrepreneurship in 77 countries.* Washington: GEDI (Global Entrepreneurship and Development Institute.

Tunalı, H., & Erbelet, E. (2017). Ekonomik Büyüme ve Sanayileşme İlişkisinde Kaldor Yasasının Türkiye'deki Geçerliliğinin Analizi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1-15.

TURKAY, S. (2011, 12 3). *Gelir Dağılımı Kavramı ve GElir Dğaılımı Yaklaşımları*. ikseruveni.blogspot.com: http://ikseruveni.blogspot.com/2011/12/gelir-dagilimi-kavrami-ve-gelir.html adresinden alındı

Tutar, H., Altınkaynak, F., & Terzi, D. (2013). *Girişimcilik(Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci).* Ankara: Detay Yayıncılık.

TÜİK. (2010). İşgücü İstatistikleri.

TÜİK. (2014). *İstatistik Göstergeler, 1923-2013.* Ankara: TUIK Matbaası.

TÜİK. (2017). İşgücü İstatistikleri. *Cinsiyete Göre İstihdam Edilenlerin İşteki Durum Tercihleri*.

TÜİK. (2019). Gelir Dağılımı ve Yaşam Koşulları İstatistikleri. *Hanehalkı Fertlerinin Eğitim Durumlarına Göre Esas İş Gelirleri*.

TÜİK. (2019). Toplumsal Yapı ve Cinsiyet İstatistikleri. www.tuik.gov.tr: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1068 adresinden alındı

TÜİK. (2020, Mart 20). Haber Bulteni. *İşgücü İstatistikleri 2019, Sayı 33784*.

TÜİK. (2020). İşgücü İstatistikleri. *İstihdam edilenlerin yıllar ve cinsiyete göre iktisadi faaliyet kolları*.

Türkkahraman, M., & Şahin, K. (2010). Kadın ve Kariyer. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 75-88.

Türlüoğlu, E. (2019). Türkiye'de Ekonomik Büyüme Dinamikleri: Ekonomik Büyüme ve Dış Ticaret İlişkisi Nedensellik Analizi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Türlüoğlu, E. (2019). Türkiye'de Ekonomik Büyüme Dinamikleri: Ekonomik Büyüme ve Dış Ticaret İlişkisi Nedensellik Analizi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

Uçan, O., & Çebe, G. N. (2018). 2008 Krizi Öncesi ve Sonrası Türkiye'de Ekonomik Büyüme, İşsizlik ve Enflasyon İlişkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6-17.

Uluköy, M., & Demireli, C. (2014). Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Erkek Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğin Karşılaştırmalı Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, s. 22*, 47-55.

Unni, J., & Yadav, V. (2016). Women Entrepreneurship: Research Review and Future Directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*.

Vatandaş, C. (2007). Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*, 29-56.

Vefikuluçay, D., Zeyneloğlu, S., Eroğlu, K., & Taşkın, L. (2007). Kafkas Üniversitesi Son Sınıf Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Bakış Açıları. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi, 14, 2*, 26-38.

Wennekers, S., & Thurik, R. (2004). Entrepreneurship Small Business and Economic Growth. *Journal of Small Business and Entreprise Development, 11, 1*, 140-149.

Wirth, L. (2001). *Breaking Through Glass Ceilling Women in Management,*. Geneva: International Labour Office.

World Bank. (2019). *Urban Population (% of total population)*. Ocak 08, 2021 tarihinde data.worldbank.org: https://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL.IN.ZS adresinden alındı

(2019). *World Investment Report 2019.* İsviçre: UNCTAD.

Yalçın, F. E. (2017, Ocak 5). *Global Girişimcilik Endeksi*. Şubat 4, 2020 tarihinde www.startuphukuku.com: https://startuphukuku.com/global-girisimcilik-endeksi/ adresinden alındı

yeniisfikirlerin.com. (2015, Nisan). *Girişimciliğin Avantajları Dezavantajları*. Ocak 27, 2020 tarihinde www.yeniisfikirlerin.com: http://www.yeniisfikirlerin.com/2015/04/girisimciligin-avantajlari-dezavantajlari.html adresinden alındı

Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 79-92.

YILDIRIM, A. E. (2011). *OECD Ülkelerinde Gelir Eşitsizliği*. www.academia.edu: https://www.academia.edu/8344169/OECD_%C3%9Clkelerinde_Gelir_E%C5%9Fitsizli%C4%9Fi adresinden alındı

Yılmaz, R. A. (2007). Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet Kavramı: 1960-1990 Yılları Arası Milliyet Gazetesi Reklamlarına Yönelik Bir İçerik Analizi. *Selçuk İletişim, 4, 4*, 143-155.

Yılmaz, S. (2018). Türkiye'de Kadınların Çalışma Hayatındaki Yeri ve Sosyal Güvenlik Hukuku Düzenlemeleri. *Sosyal Çalışma Dergisi, 2, 2*, 63-80.

Zhao, F. (2005). Exploring The Synergy Between Entrepreneurship And Innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior 6 Research*, 25-41.