



Araştırma Makalesi / Research Article

TOPLUMSAL CİNSİYET BAKIŞ AÇISINDAN TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN DURUMU*

Duygu SEÇKİN-HALAÇ¹
Gülgün MEŞE²

Öz

Günümüzde küresel olarak popülerliği artmakta olan kadın girişimciliği, birçok ülkede sosyal politikaların da başında gelen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Son dönemlerde çokça tartışılmakta olan kadın girişimciliği literatürde ve uygulamada farklı bakış açılarından farklı amaçlarla desteklenmektedir. Neo-liberal politikalar kapsamında özellikle istihdamı arttırmadaki rolü ve yoksullukla mücadeledeki etkisine vurgu yapılarak son yıllarda popülerliği artmıştır. Diğer taraftan, kadın güçlendirmesine katkıları ile kadın girişimciliğine olan destek genişlemektedir. Girişimciliğin cinsiyetçi yapısının kabul edilmesiyle birlikte, kavramın toplumsal cinsiyet bağlamında tartışılması bir gereklilik haline almıştır. Kadın girişimciliğinin toplumsal olarak inşa edilmiş bir kavram olduğunun kabulü ile bu çalışmanın amacı, Türkiye’de kadın girişimciliğinin hangi baskın görüş çerçevesinde ele alındığını ve mevcut durumunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada hem istihdam ve girişimciliğe hem de toplumsal cinsiyete ilişkin yayınlanmış açık erişimdeki resmi rakamlar ve istatistikler kullanılarak bir değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın girişimciliği, toplumsal cinsiyet, eşitsizlik, Türkiye, istatistikler

JEL Kodları: M13, J16

OUTLOOK OF WOMEN’S ENTREPRENEURSHIP IN TURKEY FROM A GENDER PERSPECTIVE

Abstract

With its growing popularity globally, women's entrepreneurship is one of the leading concepts in social policies in many countries. Women's entrepreneurship, which has been widely discussed recently, is supported in the literature and practice for different purposes. Within the scope of neo-liberal policies, its popularity has increased in recent years, mainly due to its role in increasing employment and its effect in combating poverty. On the other hand, support for women's entrepreneurship expands with its contribution to women's empowerment. With the acceptance of the gendered nature of entrepreneurship, it has become necessary to discuss the concept in the context of gender. Women's entrepreneurship as a socially constructed term, this study aims to reveal the outlook of women's entrepreneurship and the dominant perception that handles the concept in Turkey. In line with this purpose, an evaluation was made using the open-access official figures and statistics on employment, entrepreneurship, and gender.

Keywords: Women’s entrepreneurship, gender, inequality, Turkey, statistics

JEL Codes: M13, J16

* Bu çalışma, Duygu SEÇKİN HALAÇ'ın Ege Üniversitesi, SBE Kadın Çalışmaları Ana Bilim Dalında Ocak 2020'de savunulmuş ve başarılı bulunmuş yüksek lisans tezinin bir bölümünden faydalanılarak tamamlanmıştır. İlgili tezin başlığı "Kadın girişimciliğinin cinsiyetçi yapısına OECD verileriyle nicel bir bakış: Ülkelerarası Bir etkinlik analizi"dir.

¹ Ar.Gör.Dr. (ÜAK Doçenti, 2020), Yaşar Üniversitesi (İzmir), İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-1956-7563,

Sorumlu yazar (Corresponding Author): duygu.halac@yasar.edu.tr

² Doç.Dr., Ege Üniversitesi (İzmir), Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, ORCID ID: 0000-0001-7542-0075

Başvuru Tarihi (Received): 10.12.2020 **Kabul Tarihi** (Accepted): 28.04.2021

Giriş

Kadın girişimciliği küresel olarak istihdam artışı, yoksulluğun azaltılması ve ekonomik büyümeye katkı yapması gibi öznesinde aslında kadının değil de ailenin olduğu neo-liberal yaklaşımlar çerçevesinde ortaya çıkmış ve çokça desteklenmiştir (Ecevit, 2007: 47). Bu görüş çerçevesinde bazı uluslar üstü kurumların raporları ve görüşlerine sıklıkla rastlanmaktadır. Uluslararası Para Fonu’nun 2017 raporuna göre Türkiye, kadınların iş gücüne katılmamasından dolayı kullanmadığı kadın iş gücü potansiyeli nedeni ile kişi başına düşen gelirden %25 oranı ile dünyada en çok kaybı olan birinci ülke, girişimcilikte de en çok kayıp yaşayan ikinci ülkedir. Türkiye’nin, iş gücü piyasalarındaki cinsiyete dayalı eşitsizliği tamamen ortadan kaldırdığı ve mevcut kadın iş gücü potansiyelinin hepsini kullanabildiği varsayımında, ülkenin kişi başına gayrisafi yurtiçi hasılasını %50 oranında arttırabileceği ve girişimcilikteki (sayısal) cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırdığı düşünülmektedir (Kochhar ve diğerleri, 2016: 37). 2017 Şubat ayında Uluslararası Ticaret Merkezi Direktörü Gonzalez de Türkiye’de kadının ekonomiye katılımının kendi potansiyelinin altında olduğunu belirtmiştir. Gonzalez açıklamasında, Türkiye’de kadınların iş gücüne katılması ile Türkiye ekonomisine 250 milyar dolar eklenmiş olabileceğini, bunun da Türkiye’nin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYH) değerini yüzde 20 arttırması anlamına geldiğini beyan etmiştir (Basın İlan Kurumu, 2017 Şubat). Bu da ülke ekonomisini yüzde 20 büyütmesi demektir.

Diğer yandan güçlendirme yaklaşımı ile konuya odaklanan çevreler, kadın girişimciliği aracılığıyla ekonomik güçlenmenin ötesinde bilinç yükselmesi, politik örgütlenme ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kapatılması gibi amaçlara ulaşılacağı görüşü ile kadın girişimciliğini desteklemektedir (Bölükbaş 2016: viii). Kadınların güçlendirilmesi, öz-değer duygusu ve sosyal kimlik gelişimi ile kaynaklara ulaşımında ve yaşantıda fark edilir değişikliklerle ilişkilendirilmişken; bu değişim sonucu elde edilen güç ile hem özel hem de kamusal alanda daha eşit ve adil bir yaşama kavuşulacağı düşünülmektedir (Kabeer, 2008: 27). Güçlendirmenin en çok ele alınan boyutlarından biri olan ekonomik güçlendirmenin, ekonomik karar alma süreçlerinde özerklik sağlayarak kadınların güçlenmesine katkıda bulunması beklenmektedir (Haugh ve Talwar, 2016). Kadın girişimciliğinin desteklenmesinin, toplumsal cinsiyet çıktısı olarak kadına yönelik şiddetin azaltılması, kadınların hane halkı içinde pazarlık gücünün artırılması gibi kadının ekonomik ve sosyal statüsünün iyileştirilmesi; kalkınma çıktısı olarak da ulusal ekonomiyi iyileştirilirken yoksulluk ve eşitsizliğin azaltılmasına katkı yapacağı ekonomik güçlendirme kapsamında tartışılmaktadır (Scott ve diğerleri, 2012, Haugh ve Talwar, 2016). Yani hem aile ve toplum olarak genel bir refah sağlaması hem de sosyal alanda sağlayacağı iyileşmelere değinilmektedir. Mevcut sosyal yapı içerisinde hem sosyal yaşamda sağlayacağı etkinlik hem de gelir yaratıcı bir faaliyet olarak kadın girişimciliği zaten çok kısıtlı olan seçenekler arasında ön plana çıkmaktadır (Al-Dajani, 2013).

Bazı uluslar üstü kurumların da eşitlik ve güçlendirme yaklaşıma vurgu yaparak kadın girişimciliğine destek verdikleri görülmektedir. 1995 yılında Çin’de gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler (UN) Dördüncü Dünya Kadın Konferansında Pekin Deklarasyonu ve Eylem Platformu kabul edilmiştir. Buna göre girişimcilik, cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında ve kadınların ekonomik güçlendirilmesinde anahtar unsurlardan biri olarak kabul görmüştür. Kadın girişimciliği aynı zamanda Birleşmiş Milletlerin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin özellikle toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama ve herkes için uygun ve üretken işlere ulaşma hedeflerini gerçekleştirilebilmesi ile de ilişkilendirilmiştir (Meunier ve diğerleri, 2017).

Neo-liberal görüşün baskın olarak hissedildiği uluslararası kurumların salt “âtil iş gücü” hesabı ile yaptıkları değerlendirmeler kabaca özetlenirse: Türkiye nüfusunun neredeyse yarısının kadın olduğu, bu kadınların istihdamda çok az rol aldığı, hatta çok büyük bir kısmının iş dahi aramadığı bir tabloda sadece bu verilerden yola çıkarak, Türkiye’de kadınların ekonomiye katılımında kendi

potansiyellerinin çok altında oldukları açıkça tespit edilebilir. Asıl mesele, iş piyasalarındaki cinsiyete dayalı eşitsizliğin nasıl giderileceği, yapısal sorunların nasıl üstesinden gelinebileceği, bu potansiyelin nasıl açığa çıkartılabileceği ve ülke ekonomisine nasıl katkı sağlayacağı noktasındaki strateji ve eylem planlarının neler olacağıdır. Kadın temalı sosyal politikalar kapsamında en çok ele alınan başlıkların başında kadın istihdamının artırılması gelirken, kadın girişimciliği ve destekleri ilk akla gelen çözüm ve politika önerilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak burada gözden kaçırılmaması gereken nokta, uygulanacak olan politikalara sadece neo-liberal söylemin ekonomi odaklı bakışı içerisinde kadını sadece bir "girdi-iş gücü" olarak düşünmeden, sosyal ve kültürel yapı bağlamında insani yaşam ve çalışma koşullarını da sağlayacak düzenlemelerin dahil edilmesidir. Bunun için de baskın görüş ve mevcut durum tespitinin doğru bir şekilde yapılması gerekmektedir.

Post-yapısalcı görüş doğrultusunda girişimciliğin toplumsal olarak inşa edilmiş cinsiyetler arası eşitsiz bir kavram olduğundan hareketle, bu çalışmanın amacı, resmî kurumların açıkladıkları ulaşılabilen güncel veriler ışığında, günümüzde Türkiye'de kadın girişimciliğinin mevcut durumunun değerlendirmesini yaparak, baskın olarak hangi bakış açısı ile irdelendiğini ortaya koyabilmektedir. Böylece, son yıllarda popüler bir politika aracı olan kadın girişimciliğinin, toplumsal cinsiyet eşitliğine ve kadın güçlendirmesine fayda sağlayan bir araç mı yoksa ekonomik kalkınma çerçevesinde kalarak mevcut kültürel normları pekiştiren bir araç olarak mı değerlendirildiği görülebilecektir.

Bu doğrultuda ilk önce kadın girişimciliğine dair bir kavramsal çerçeve sunulacaktır. Daha sonra girişimciliği de içeren iş piyasalarına ve toplumsal cinsiyete dair veriler ve istatistiklerle mevcut durumu gösteren genel bir görünüm sağlanacaktır. Son olarak da sunulmuş olan göstergeler ışığında Türkiye'de kadın girişimciliğini nasıl anlamamız gerektiğine dair bir tartışma ile çalışma sonlandırılacaktır.

1. Kadın Girişimciliği

1970'lerin başında Amerika'da cinsiyetsiz bir kavram olarak tekrar popüler hale gelen girişimcilik kavramını takiben, akademide kadın girişimciliği ilk kez 1976'da kendine yer bulmuştur. Geleneksel girişimcilik çalışmalarına paralel olarak kadın girişimciliği çalışmalarında, 1990'lara kadar ya cinsiyeti bir 'değişken' olarak ele alıp "norm" kabul edilen erkek girişimcilere ait özelliklerle karşılaştırmalar yapıldığı ya da kişisel özelliklere odaklanıp kadın girişimci kimdir sorusuna cevap arandığı görülmektedir (Foss, 2010; Ahl ve diğerleri, 2016).

1990'ların başında Amerika'da iş piyasalarında eşitsizlik ile artan kamuoyu akademide feminist teoriler bağlamında toplumsal cinsiyet bakış açısı ile kadın girişimciliği çalışmalarını getirmiştir (Minniti, 2009: 507-508). Başka bir deyişle, feminist akım geleneksel girişimciliğin argümanlarına karşı kendi karşıt girişimcilik argümanlarını ortaya koymaya başlamıştır. Farklı feminist görüşler kadın girişimciliğini farklı şekillerde yorumlarken (Eddleston ve Powell, 2012), tüm görüşler özünde, ana akım girişimciliğin eril normlar üzerine kurulduğunu ve girişimcilik tanımlanıp tartışılırken kadınların özelliklerinin de dikkate alınması gerektiğini savunmaktadırlar (Ahl, 2006). Konuya ilişkin olarak farklı bakış açılarının ortaya çıkmasının temel sebebi, kadın girişimciliğini nasıl kavramsallaştırdıkları ile eşitlik ve eşitliğe ulaşım önündeki engelleri farklı şekillerde tanımlamalarından kaynaklanmaktadır (Campbell ve Wasco, 2000)

Calas ve Smircich (1996) feminist araştırmaları genellikle 3 başlık altında toplamaktadır: Feminist deneycilik, feminist bakış açısı teorisi ve post-yapısalcı feminist teori. Liberal feminizm doğası gereği deneyci olduğu için, feminist deneycilik liberal feminizm ile birlikte anılmaktadır. Aslında özünde feminizm içinde kabul edilmemekle birlikte, sadece kadına ilişkin sorunları gün yüzüne çıkarttığı için feminizm altında kategorize edildiği belirtilmektedir (Ahl, 2006). Mevcut eşitsizliğin nedenini kaynaklara erişimdeki farka bağlayarak, bu eşitsizliğin kadınlara eşit fırsat sunulması ile çözümleneceği görüşü hakimdir (Foss ve diğerleri, 2019). Feminist bakış açısı

teorisi, radikal ya da sosyalist feminizm görüşüne dayanmaktadır. Sosyal yapılardaki baskı ve adaletsizlikle mücadelede, kadınların farklı olmasının önemine ve bu farklılıktan dolayı desteklenmeleri gerektiğine vurgu yapmaktadır (Calas ve Smircich, 1996). Post modern ve post-kolonyal bakış açısının dayandığı post-yapısalcı feminist teori ise toplumsal cinsiyetin toplumsal olarak inşa edilmiş bir kavram olduğu görüşünü savunmaktadır (Ahl, 2006). Dolayısıyla ilk iki grup feminist teori, kadınların girişimcilikteki dezavantajlı konumunu kadınların mevcut durumlarına bağlarken, üçüncü yani son grup, cinsiyetçi süreç ve uygulamaların güç ilişkilerinin bir ürünü olduğunu savunmaktadır (Calas ve diğerleri, 2007, Pettersson ve diğerleri, 2019).

Post-yapısalcı görüş bağlamında girişimcilik, aynı toplumsal cinsiyet gibi toplumsal normlar, ideolojiler, inançlarla beraber kurgulanır ve sosyal yapılar ve ilişki ağlarının içinde bu ortak bellek gömülüdür. Dolayısıyla kültürel tüm değişkenler girişimcilik üzerinde etkilidir (Amanda ve diğerleri 2019: 56). Dahası, geleneksel girişimcilik literatürü, girişimciliğin cinsiyetsiz yani herhangi bir cinsiyetle ilişkilendirilmeyen bir kavram olduğu varsayımındadır. Bu bakış açısıyla yapılmış tanımlamalar, başarılı girişimcileri betimleyen sıfatları, girişimci özelliklerini ve toplum içerisinde baskın normları, her cinsiyet için aynıymış gibi kabul ettiğinden, kadınların erkeklerden farklı ihtiyaç ve beklentileri olabileceğini hesaba katmamaktadır. Halbuki toplumsal beklentiler ve kültür, farklı cinsiyetler için farklı ihtiyaçlar, istekler ortaya çıkmasına da neden olmaktadır (De Bruin ve diğerleri, 2006). Bu yüzden Jennings ve Brush (2013) ana akım girişimcilik kavramının, toplumsal cinsiyet ve aile bağlamından ayrı değerlendirilmesine karşı çıkmaktadır.

Bu bağlamda Ahl (2006), erkeklik ve girişimcilikle bağdaştırılan sözcükleri karşılaştırdığı çalışmada, cinsiyetten bağımsız olduğu öne sürülen geleneksel girişimcilik imajının, girişimciliğin tamamen erkek egemen bakış açısını yansıttığını ortaya koymuştur. Girişimciliği niteleyen sıfatlar ve BEM kadınlık-erkeklik endeksi bağlamında toplumsal olarak erkekliği işaret eden sıfatlar birebir örtüşmekte; kadınlıkla bağdaştırılan herhangi bir sıfat girişimcilikte karşılık bulmamaktadır (Ahl, 2006).

Bunların yanında Stevenson (1990) girişimcilik performanslarını ölçmek, başarılı girişimcileri belirlemek için yapılan araştırmalarda kullanılan ölçüm araçlarının da aslında objektif olmayan, erkek egemen normları yansıtan araçlar olduğunu belirlemiştir. Geleneksel girişimcilik normları üzerinden erkeklerle karşılaştırılarak yapılan değerlendirmelerde, kadın girişimcilerin daha az risk aldıkları, daha az enerjik oldukları ve daha az özerk oldukları ifade edilmektedir (Sexton ve Bowman-Upton, 1990). Benzer şekilde yaptıkları işlerin daha az karlı, büyüklük olarak görece daha küçük (Fasci ve Valdez, 1998), genellikle ev merkezli ve yarı zamanlı işler oldukları vurgulanmaktadır (Marlow ve diğerleri, 2012). Ahl ve Marlow (2012) da ana akım girişimcilik literatürünü (1) kimin ne gibi özellikleri olursa girişimci olabileceğini söyleyen baskın maskülen söylemler ürettiği ve (2) bu tanımlara uymayan kadın girişimciler gibi farklı tip girişimcileri ‘düzelterek’ bir kalıba uydurmaya çabaladığı için eleştirmektedirler.

De Bruin ve diğerleri (2006), 3M (Money, market, management) denilen para, piyasa ve yönetim kavramlarının üzerinden şekillenen geleneksel girişimcilik teorilerinin bu bağlamda genişletilmesi gerektiğini savunmaktadır. Önerdikleri “5M” girişimcilik modelinde annelik ve aile sorumluluğu (motherhood) ile mezo/makro (meso/macro environment) çevrenin de dahil edilmesi ile kadınların da temsil edilebileceğini öne sürmektedirler. GEM’in 2013 Kadın Raporu da kadınları girişimciliğe yönelten en önemli temel nedenlerin, çocuklarına ya da aile büyüklerine bakmak için yeterince zaman yaratma gibi ev içi roller olduğunu ortaya çıkartmıştır. Bu tür bakımla ilgili görevler çeşitli bakım merkezlerine devredilebilecekken, ekonomik sıkıntılar nedeniyle kadınların üzerinde kalmaya devam edebilmekte; ekonomik olarak herhangi bir zorluk yaşamıyor olsalar bile, kadınlar hissettikleri toplumsal baskılar nedeniyle iş hayatına atılma konusunda çekingen kalabilmektedirler (Kelly ve diğerleri, 2013: 6).

Bu çerçevede, küresel olarak özellikle 1980'lerden sonra yoğunlaşarak devam eden kadın girişimciliği çalışmalarının, 2000'lerden itibaren post-yapısalcı görüşle beraber toplumsal cinsiyet ekseninde şekillendiği ve yoğunlaştığı görülmektedir. Türkiye'de de kadın girişimciliği alanında çok sayıda çalışmaya rastlanmakla birlikte, girişimcilik ve toplumsal cinsiyetin kesişiminde kavramı ele alan az sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir.

Türkiye'de kadın girişimciliğinin toplumsal cinsiyet perspektifinden incelenmesine önyak olan ve konuya eleştirel yaklaşımı ile tanınan Yıldız Ecevit³, ilk yapılan kadın girişimci tanımında kadın girişimciliğini risk alabilmek üzerine kurmuştur (Ecevit, 1993: 17, aktaran Sallan-Gül ve Altındal, 2016). Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) 2007 raporunda Ecevit (2007: 47), Türkiye'deki kadın girişimciliğinin 1990'larda başlamakla birlikte dönemsel ihtiyaçlara/gerekliliklere göre kadınlara ekonomik özgürlük sağlamanın, kadınlarda görülen yüksek işsizlik oranlarını düşürmenin bir yolu ve kentlerde yoksul aileler arasında yoksulluğun derinleşmesi karşısında politik müdahale aracı olarak görüldüğünü belirtmektedir. Dolayısıyla, kadın girişimciliğinin odağının çok kısa zamanda "kadın"dan çıkarak "hane halkı"na kaydığını belirtmiştir.

Literatür taraması yaptığı çalışmasında Aksay (2019), feminist teoriye vurgu yaparak yazındaki eksikliğine dikkat çekmektedir. Altındal ve Sallan-Gül (2016), Sallan-Gül ve Altındal (2016) ve Aktaş ve diğerleri (2018) de toplumsal cinsiyet ve girişimcilik kesişiminde kavramsal çalışmaları ile alana katkı sağlamışlardır. Çitçi ve Sağır (2017) çalışmalarını feminist teorilere dayandırarak toplumsal cinsiyet kalıplarının neo-liberal görüşle doğmuş olan girişimcilik kavramında kadın girişimciliğinin algılanmasında ne derece etkili olduğunu araştırmıştır. Çalışmanın bulguları da beklenildiği gibi bu kalıp yargıların girişimcilikteki mevcut ataerkil yapıyı pekiştirerek devam ettirdiğini ortaya koymuştur. Parsova ve Eroğlu (2018) çalışmasının bulguları ise kadın girişimcilerin, toplumsal rolleri içselleştirdiğine, girişimci kimliklerinin annelik kimlikleri üzerine inşa edildiğine ve girişimciliğin ev içi rolleri etrafında şekillendiğine vurgu yapmaktadır. Ayrıca Seçkin-Halaç ve Seçkin-Çelik (2018) de, toplumsal rollerin kurduğu baskı ile kadınların girişimcilik tercihlerinin iş gücüne katılımda bir seçimden öte tek alternatifleri olabildiğini ortaya koymaktadır. Tunç (2018) feminist iktisat teorisine dayandırdığı çalışmasında, kadın girişimciliğinin desteklenmesinin hem cinsiyet eşitsizliğinin azaltılması hem de insani kalkınma düzeyinin yükseltilmesi için önemli olduğunu belirtmektedir. Toplumsal cinsiyet merkezli genel olarak da aile yapısından kaynaklanan değişkenlerin ülkede kadın girişimciliğini ne şekilde etkilediği sorusundan hareketle, 2006-2017 yıllarını içeren Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü [OECD] verileri kullanılarak Türkiye geneli için yapılan analizde, toplumsal cinsiyet algılarının ve bireylere yüklenen toplumsal rollerin Türkiye'deki kadın girişimci sayısının belirleyenlerinden olduğu tespit edilmiştir (Seçkin-Halaç ve Halaç, 2019). Bu çalışmanın bulguları, kadın girişimciliğinin en önemli belirleyenin boşanma olduğunu, aileye yapılan maddi yardımların ise kadın girişimciliğini azaltan bir etki yarattığını göstermiştir.

Girişimciliğin toplumsal olarak inşa edilmiş cinsiyetçi bir kavram olduğunun kabulü ile, Türkiye'de kadın girişimciliğini değerlendirmek için girişimci sayılarının ve istatistiklerinin tek başına incelenmesi yetersiz kalacaktır. Bu çalışmada, post-yapısalcı görüşe dayanarak, cinsiyetin ve girişimciliğin toplumsal olarak inşa edilmiş kavramlar olduğu kabulü ile, kadın girişimciliğini iş piyasaları, girişimcilik ve toplumsal cinsiyete dayalı veri ve istatistiklerin kesişiminde değerlendirmenin daha doğru bir kavrayış sağlayacağı düşünülmektedir. Bu sebeple, sonraki bölümde Türkiye'deki mevcut durum bu bağlamda ortaya konacaktır.

³ Ecevit (1993: 17) çalışmasındaki tanımlama şu şekildedir: "Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancı, yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadın"

2. Türkiye’de İstatistiklerle Kadın Girişimciliği

TÜİK (2021 Ocak) Ekim 2020’ye ait iş gücü istatistiklerine göre, Türkiye’de kadınlar toplam istihdamın sadece %26,4’ünü karşılamaktadırlar. Çalışmayan, ama iş arayan ve çalışmak isteyenleri işaret eden iş gücüne katılım oranı ise %31,3 seviyesindedir. Yani, 15 yaş üstü toplam kadın nüfusunun %68,7’si iş dahi arama çabasında ve fikrinde değildir (Bknz. Tablo 1).

Tablo 1: Cinsiyete Göre Temel İş Gücü Göstergeleri Ekim 2020

Yaş	Gösterge	Toplam (%)	Erkek (%)	Kadın (%)
Genel (15+)	İş Gücüne Katılım	50,0	69,0	31,3
	İstihdam	43,6	61,1	26,4
	İşsizlik	12,7	11,5	15,5

Kaynak: TÜİK (2021 Ocak), <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ekim-2020-37485>

TÜİK Girişimcilik Araştırması’na göre 2017 yılı için kadın işverenlerin toplam işverenler içerisindeki payı %8,8, hukuki durumu ferdi mülkiyet ve sahibi kadın olan işveren girişimlerin oranı ise %18,9’dur⁴ (TÜİK, 2019a Mart). Baz alınan resmi rakamlarla Türkiye’de hala kadın istihdamı ve girişimciliği istenen seviyelere yükseltilememiştir. “Küresel Girişimcilik İzleme Kadın Raporu 2015” verilerine göre, Türkiye “her 10 erkek girişimciye karşılık 3 kadın girişimci oranı ile” 83 ülke içerisinde girişimcilik aktivitelerinde en yüksek eşitsizliğin olduğu ülkedir (Kelly ve diğerleri, 2015: 8). “Küresel Girişimcilik İzleme Kadın Raporu 2018/19”da tekrarlanan araştırma verilerine göre de Türkiye, İsveç, Slovenya, Yunanistan ve Mısır’la beraber girişimcilik aktivitelerinde en yüksek eşitsizliğin olduğu 5 ülkeden biridir (Amanda ve diğerleri 2019: 21).

Gerek Cumhuriyet’in kuruluşu ile tarihsel süreçle kadınların kazanımları gerekse de AB uyum sürecinin getirdiği yaptırımlar ile Türkiye’de, kadın-erkek eşitliği adına tüm gerekli yasal düzenlemeler yapılmıştır. Ancak uygulamada ve iş gücü piyasalarında pratikte kültüre dayalı olarak bu eşitliğin halen sağlanamadığı görülmektedir. 2009 yılında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ve Dünya Bankası (WB) ortaklığında Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımları konusunda detaylı bir rapor hazırlanmıştır. Bu rapora göre, kentlerde özellikle eğitim düzeyi düşük kadınların iş gücüne katılım oranları oldukça düşüktür. Bunun arkasında hem ekonomik hem de kültürel nedenler olduğu belirtilmiştir. Raporda, düşük ücret, uzun çalışma saatleri, yüksek kayıt dışılık, ekonomik krizler, düşük eğitim seviyesi ve çocuk bakım hizmetlerinin pahalı oluşu ekonomik sebepleri oluştururken; eş ya da babanın çalışmaya izin vermemesi, evden uzakta güvenlikten şüphe edilmesi, “el alem ne der” zihniyeti ve çocuk/yaşlı bakımı ve ev içi iş yükü kültürel sebepleri oluşturmaktadır (DPT ve WB, 2009: 21-23). Aynı raporda Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımlarını arttırmak için yapılan önemli sosyal ve yapısal düzenlemeler ile kadınların eğitim seviyesinin, evlenme ve doğurma yaşının arttığı belirtilmiştir. Bunlar kadın istihdamının artmasında etkili olmuştur. Ancak kadınların çalışmasına karşı tutum değişikliğinin ve istihdam artışının en etkili nedeninin, aslında değişen ve zorlaşan ekonomik sistemde, hane halkı geçiminin sadece erkeğin sağladığı tek gelirele sağlanamayıp yaşanan geçim sıkıntısı olduğu belirtilmiştir (DPT ve WB, 2009: 6-9).

⁴ Türkiye’de kadın girişimci sayılarının hem verinin toplanışıyla ilgili problemler hem de pratikte rastlanan bazı durumlar nedeni ile kesin olarak bilinmemekte olduğu, bu sebeple de resmi verilerle açıklanan kadın girişimcilere ait istatistiklerin, açıklanan değerlerin altında olabileceğinin unutulmaması gerekmektedir (Seçkin-Halaç, 2015: 268).

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü'nün 2014 yılı raporuna göre kadınlar için medeni durumun da iş gücüne ve istihdama katılımında etkili olduğu görülürken, özellikle evli kadınlar arasında kent-kır ayrımının da etkili olduğu görülmektedir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı 2014: 33). Buna göre 2013 yılında Türkiye genelinde medeni durumlarına bakıldığında en çok boşanmış olan kadınların (%50,9) iş gücüne katıldıkları, onları %37,9 ile bekar, %30,5 ile evli (ki bunların da %41,8 kırsal bölge- %25,1'i kentli), ve %9 ile eşini kaybeden kadınlar izlemektedir. Dahası, 25-49 yaş grubu içerisinde kentli kadınların iş gücüne katılımında, çocuksuz çiftlerin yaşadığı haneler en yüksek orana sahip olmuştur. Ayrıca, ücretli çalışan kadınlarla girişimci kadınlar evlilik bağlamında karşılaştırıldığında ücretli çalışan evli kadınların oranı %48, evli girişimci kadınların oranı %70'i göstermektedir (Karakoç ve Kolaşın, 2008).

Türkiye'de kadın girişimciliğini daha doğru şekilde değerlendirebilmek için bir de toplumsal cinsiyet olgusunun kadın istihdamına ve daha da özelden girişimcilik faaliyetlerine olası etkileri olan değişkenlerini de incelemek gerekmektedir. Dünya Ekonomik Forumu'nun "2018 Küresel Cinsiyet Uçurumu Raporu" (Dünya Ekonomik Forumu [WEF], 2018), katılımcı 149 ülke arasında genel sıralamada Türkiye'nin 130. sırada yer aldığını göstermektedir. Türkiye Büyük Millet Meclisi bünyesinde oluşturulmuş olan Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu'nun 2013 raporunda iş piyasalarındaki cinsiyete dayalı eşitsizliğin en temel nedenleri, önem sırası belirtmeden (1) kadınlarda görülen düşük eğitim düzeyi, (2) toplumsal cinsiyete dayalı geleneksel iş bölümü nedeniyle ev içi sorumlulukların ve çocuk bakımının kadınlara yüklenmesi ve (3) iş ve aile yaşamını uzlaştırıcı mekanizmaların yetersizliği olarak belirtilmiştir (Metin ve Kariman, 2013).

Tablo 2'de 2014 ve 2018 yıllarına ait cinsiyete göre seçilmiş göstergeler sunulmuştur. Tablo 2 incelendiğinde, toplumsal cinsiyet rollerine dayalı olarak kadınların eğitim seviyesinde iyileşme olmasına rağmen dezavantajlı konumunun devam ettiği görülmektedir.

Tablo 2: Cinsiyete Göre Seçilmiş Göstergeler, 2014 ve 2018

Seçilmiş göstergeler	2014		2018	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
Okur-Yazar Olmayan Nüfus Oranı (25+ Yaş) %	1,8	9,2	1,5	8
Yükseköğretim veya Fakülte mezun Nüfus Oranı (25+ Yaş) (%)	16,2	9,2	18,9	14,5
İstihdam Oranı (15+ Yaş) (%)	64,8	26,7	65,6	28,9
İş Gücüne Katılım Oranı (15+ yaş) (%)	71,3	30,3	72,5	33,6

Kaynak: İstatistiklerle Kadın, TÜİK (2016 Mart; 2019b Mart).

TÜİK Kazanç Yapısı Araştırması sonuçlarına göre 2014 yılına ait eğitim durumuna göre, cinsiyete dayalı ücret farkı tablosu incelendiğinde ilköğretim ve altında %18; ilköğretim ve ortaokul seviyesinde %15,4; lise seviyesinde %9,1; meslek lisesi %19,5 ve yükseköğretim ve üstünde ise %17,8 ücret eşitsizliği görülmektedir (TÜİK, 2015b Aralık).

Tablo 3'de TÜİK (2019d) Bilgi Toplumunu İstatistiklerinden 2004 ve 2018 yılına ait veriler incelendiğinde kadın-erkek arasında fark devam etmekle/olmakla beraber, sosyal medya

kullanımları ile 2018 yılında oranların yükselmiş olduğu görülmektedir. Ancak beyaz yakalı⁵ çalışanlar arasında önemli olan bilgisayar kullanımı konusunda kadınların yarısının bilgi sahibi olmaması kayda değer bir bulgudur.

Tablo 3: Bilgi Toplumu İstatistikleri

İnternet ve bilgisayar kullanımı	2004		2018	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
Bilgisayar Kullanımı	31,1	16,2	68,6	50,6
İnternet Kullanımı	25,7	12,1	80,4	65,5
Hanelerde İnternet Erişimi	7		83,8	

Kaynak: TÜİK (2019d), Bilgi Toplumu İstatistikleri 2004-2019

TÜİK (2019d) Hane Halkı İş gücü anketlerinde iş gücüne katılmama nedenleri de sorgulanmaktadır. 2016 yılından itibaren veriler, genel nüfus için verilmeye başlansa da önceki yıllara ait sunulmuş olan veri seti de yeterli bilgi sunmaktadır. Buna göre, 2004 yılında kadınların %70’i, 2009’da %62,16’sı, 2012’de %61,24’ü ve 2015’te %57,32’si iş gücüne dahil olmama nedenlerini, “ev işleri ile meşgul olma” olarak belirtmiştir. Dolayısıyla TÜİK’in araştırmaları, aile içi iş bölümündeki eşitsizliği kadınların iş piyasasından uzak kalmasındaki temel neden olarak ortaya koymaktadır. TÜİK tarafından 2006 ve 2015 yıllarında olmak üzere iki defa kadın ve erkeklerin günlük olarak ev işlerine ne kadar zaman ayırdıklarını gösteren verileri içeren “Zaman Kullanım Anketi”nin sonuçları yayınlanmıştır. Bu anket sonuçları ile hazırlanan Tablo 4’de kadın ve erkeklerin istihdam faaliyetleri ile ev işleri/çocuk bakımı için günlük olarak ortalama ne kadar süre ayırdıkları gösterilmektedir.

Tablo 4’de de görüldüğü gibi Türkiye’de günlük yaşamda istihdam ve ev içi işlerdeki dağılımda ciddi bir değişim yaşanmamıştır. 2015 yılında kadınlarda, eğitim seviyesi arttıkça (üniversite ve üstü eğitim seviyesinde) hane halkı ve bakımı ile ilgili işlerde geçirilen sürede (3 saat 36 dakika) az da olsa bir düşüş, erkeklerde ise çok az da olsa bir artış (1 saat 2 dakika) gözlemlenmektedir. Dolayısıyla bu sonuçlar, özellikle çalışan kadınların hem ev hem de iş sorumluluğunu beraber taşımak zorunda kaldıklarını gözler önüne sermektedir.

⁵ “Beyaz yakalı” tabiri Türk Dil Kurumu’nun internet sitesinde ([https:// sozluk.gov.tr](https://sozluk.gov.tr)) belirttiği şekilde “üretim sürecinde bedensel gücüyle çalışmayıp düşünsel etkinlikte bulunan, maaş veya ücret karşılığında çalışan memur, teknik personel” anlamında kullanılmaktadır.”

Tablo 4: Kadın ve Erkeklerde Zaman Kullanımı

	İstihdam Faaliyetlerinde		Ev İçi Hane Halkı ve Bakımı	
	2006	2015	2006	2015
Kadın			5 saat 17 dakika	4 saat 35 dakika
Erkek			51 dakika	53 dakika
Çalışan Kadın	4 saat 19 dakika	4 saat 35 dakika		3 saat 31 dakika
Çalışan Erkek	6 saat 8 dakika	6 saat 25 dakika		46 dakika

Kaynak: TÜİK (2007, 2015a), Zaman Kullanımı Anketi 2006 ve 2015

TÜİK Aile Yapısı Araştırması 2016, Türkiye’de 0-5 yaş arası çocukların gündüz mesai saatleri içerisindeki bakımını annelerin (%86) üstlenmiş olduğunu göstermektedir (TÜİK, 2017 Ocak). Aynı araştırma, Türkiye’de evde yemeklerin (%91,2), bulaşık, çamaşır, ütü gibi ev işlerinin çoğunlukla kadınlar tarafından yapıldığını; tamir ve boya-badana gibi işlerle (%80,4) fatura ödemeyi de erkeklerin çoğunlukla üstlendiğini göstermektedir (TÜİK, 2017 Mart). Dolayısıyla, ev içi iş bölümündeki eşitsiz durum iş gücü piyasasındaki eşitsizlik ile paraleldir (Baxter, 1997).

Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması 2018 yılı bulguları, kadınların en temel iki çalışmama nedenlerinin çocuk bakmak (%21) ve ev kadını olmak (%20) olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, araştırmaya katılan kadınların %11’i eşlerinin ya da ailelerinin çalışmalarına izin vermediğini söylemiştir (Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü 2019: 181). Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması 2014 yılı raporunda da araştırmaya katılan, daha önce iş hayatında olup araştırma döneminde çalışmayan kadınlar içinde, en temel işten ayrılma nedeni evlilik (%25) olurken gebelik veya çocuk bakımı (%14) ikinci nedendir (aktaran Kapucugil-İkiz, 2015). Buna göre, aile birliğinin korunması amacı ile kanunen tanınmış olan “evlilik nedeni ile iş akdinin feshi” evli çiftlerden sadece kadınlara tanınırken, -iyi niyetle konulmuş olsa dahi- kadınları iş gücü piyasasından ayrılmaya teşvik edebilmektedir.

Çocuk sahibi olma açısından OECD ülkeleri ile kıyaslama yapıldığında, Türkiye’de bakım izinleri ve maaş hakları bakımından çalışma koşullarının -haftalık çalışma saatleri ile düşünüldüğünde- daha da ağırlaştığı görülmektedir. İsveç’te 1974 yılında başlayan babalık izni için, azımsanmayacak sayıda Avrupa ülkesinde 10 haftanın üzerinde izin hakkı tanınırken, babalık izni 2015 yılında Türkiye’de beş gün olarak yürürlüğe girmiştir (Tuaç, 2017: 7). Dolayısıyla, babaların da çocuk bakım sorumluluğuna dahil edilebilmesi için yasal düzenlemelere ihtiyaç olduğu ortadadır.

OECD Ülkelerinin 2018 yılı haftalık çalışma saatleri ortalaması 33,8 saat iken, bu sıralamada Güney Kore’yi (68 saat) takip eden Türkiye ortalama 44,3 saat ile OECD ülkeleri arasında ikinci sırada yer almaktadır (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü [OECD], 2019). Dolayısıyla, ev içi iş bölümündeki eşitsizliğe, annelik ve uzun çalışma saatleri de eklenince, kadınların yükü daha da artmaktadır. Bu da iş gücü piyasalarında kalmalarını mevcut koşullarda zorlaştırıcı faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple, iş yaşam dengesinin sağlanması için uzlaştırıcı

mekanizmalarda eksiklerin olduğu ortada iken, bu eksiklikleri gidermeyi önceleyen çalışmaların önem ve hız kazanması gerektiği de açıktır.

3. Tartışma ve Sonuç

Kadın girişimciliğinin hem ülke ekonomisindeki kalkınmaya ve büyümeye hem de toplumsal cinsiyet eşitsizliğini azaltıcı ve kadın güçlendirilmesini destekleyici etkileri konunun önemini arttırmıştır. Kadın girişimciliğinin hem sosyal hem de ekonomik boyutları başta akademisyenlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve politika yapımcıların olmak üzere farklı kesimlerin konunun üzerine eğilmesine neden olmuştur.

Küresel trendlere benzer şekilde Türkiye’de de girişimcilik ekonominin lokomotifi olarak değerlendirilip, büyüme/bölgesel kalkınma ile ilişkilendirilmiş ve girişimciye ve girişimciliğe atfedilen erkek egemen özellik ve karakterler norm olarak kabul edilerek kadınların bu normlara ne kadar uzaklıkta olduğu çerçevesinde gelişmiştir. Diğer taraftan 1999’da Türkiye’nin Avrupa Birliği aday ülke statüsü dolayısıyla Avrupa Birliği uyum politikaları kapsamında, hükümete dayatılmış politikalar ve kamu inisiyatifleri gündeme gelmiştir. Ancak tüm bu girişimler, toplumsal cinsiyet uçurumunu azaltmaya/yok etmeye yönelik iş gücü piyasası analizleri ile evde ve işteki güç ilişkilerini görmezden gelerek, kadın girişimciliğinin istihdam, yoksulluk ve gelir yaratma gibi ekonomik boyutu ile sınırlı kalmıştır (Sallan-Gül ve Altındal, 2016). Karataş-Özkan ve diğerleri (2010) Türkiye’de kadın girişimciliğinin, eğitim ve tecrübe eksikliğine ek olarak, geleneksel cinsiyet rollerini de içeren ataerkil sosyal değerleri olumsuz yönde etkilediğini vurgulamışlardır (aktaran Maden, 2015). Dolayısıyla, neo-liberal ideoloji bağlamındaki ekonomik iyileşme amaçlı dayatılmış (reform) programların, ataerkil sosyal norm ve uygulamalar üzerinde etkili olmasını da beklememek gerekmektedir (Özkazanç-Pan, 2015).

Kadınların her şeyin ötesinde ev içi sorumlulukları olduğu, kariyerle ilgili hedeflerinin genellikle evle ilgili sorumlulukları tarafından şekillendirildiği ve erkek normlarıyla ele alındığında başarılı olsalar bile işlerinin her zaman ikinci sırada geldiği düşünülmektedir (Bögenhold ve Klinglmaier, 2015; Mehtap ve diğerleri, 2019). Toplumsal olarak “bakım” ile ilgili sorumluluk verilen kadınlar, yıllar süren sosyalleşme süreçlerinde evle ve çocuklarla ilgili tüm sorumluluğu içlerinde hissetmektedirler (Drew ve Humbert, 2012). Örneğin, Ekinsmyth (2011) ve Sürgevil-Dalkılıç (2015: 438) araştırmalarında, doğumdan sonra eski iş yerlerinde tam zamanlı olarak çalışmaya geri dönen annelerin, çocuklarına yeterince zaman ayıramadıkları, sürekli bir şeye yetişebilme endişesi yaşadıklarını ve iyi annelik yapamadıkları gibi düşüncelerle yoğun suçluluk hissettiklerini tespit etmiştir. Anneler annelikle ilgili girişimciliğe yönelmelerini (ev ve çocuk bakımı sorumluluklarını da göz önünde bulundurarak) başka bir seçenekleri olmadığı şeklinde değerlendirirken, babalar baba girişimciliğini çocukları ile daha düzgün vakit geçirebilme imkânı sağlaması açısından iyi bir kariyer tercihi olarak ele almaktadırlar (örneğin Jones, 2007; Minter, 2015; Seçkin-Halaç, 2017).

Yapılan araştırmalar genel olarak erkeklerde bu tip bir sorumluluk hissini oluşmadığını göstermektedirler. Erkekler genellikle finansal başarı ve yeni bir iş fikrini hayata geçirme gibi etmenlerle motive olurken, kadınların eski iş ya da kariyerlerinde memnun olmama, annelik ve ev işleri ile iş hayatı arasında sıkışıp kalma, bir şekilde para kazanmak ya da çalışma hayatına geri dönmek istemeleri gibi motivasyonlarla girişimciliğe yöneldikleri görülmektedir. Özellikle çocuklu kadınlar için girişimcilik, bir yandan çalışırken bir yandan aile sorumluluklarını sağlayabilmenin tek yolu olabilmektedir (DeMartino ve Barbato, 2003; Seçkin-Halaç ve Seçkin-Çelik, 2018). Dolayısıyla, aslında bu kadınların girişimci olmalarını arkasında kadınlara atfedilen annelik, ev kadınlığı, eş olma gibi baskın toplumsal roller olduğu görülmektedir. Drew ve Humbert’in (2012) çalışması, kadınların esnek çalışma saatlerini çocuklar ve evdeki diğer sorumluluklar için kullanırken; erkeklerin böyle bir sorumluluk duygusu taşımadıkları ve tam zamanlı çalışarak kariyer hedeflerine odaklandıklarını ortaya çıkarmıştır.

Bu noktada, girişimciliğin sağladığı iş-yaşam dengesi aslında yalnızca kadınlar için geçerli gibi gözükmemekte; başka bir deyişle, iş-yaşam dengesi kavramının kadın ve erkekler için farklı anlamlara geldiği anlaşılmaktadır (Çarıkçı ve Avşar, 2005; Emslie ve Hunt, 2009; Eddleston ve Powell, 2012). Önceki örneklerle benzer şekilde iş-yaşam dengesi, kadınlar için iş saatlerini ev içi sorumluluklarına göre düzenleyebilmek olarak algılanırken; erkekler için iş dışı sosyal faaliyetlere ve kendisine zaman ayırabilme şeklinde yansıtılmaktadır (Brush, 1992; DeMartino ve Barbato, 2003; Emslie ve Hunt, 2009; Eddleston ve Powell, 2012). Girişimciliğin kadınlar açısından kısmi zamanlı çalışma ve esnek çalışma saatleri açısından ele alınması; bu zamanın yalnızca ev içi sorumlulukların altından kalkmak için kullanılması aslında toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştirecek bir yapıya da yol açmaktadır.

Kadın girişimciliğinin 1990'larla beraber toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadının güçlendirilmesi yönünde bir politika aracı olarak ele alınması yönündeki uğraşlar devam etmekle beraber, pratikte kadın girişimciliğinin güçlü bir ekonomik kaynak olarak değerlendirilip ekonomileri güçlendirme yönünde kullanıldığı görülmektedir. Bu durum da sadece yoksullukla mücadele bağlamında gelişmekte olan ülkelerde değil, yüksek gelir seviyeli gelişmiş ülkelerde de görülmektedir (Birleşmiş Milletler [UN], 2018: 4).

Türkiye'de de durum genel küresel eğilimle paraleldir. Kalkınma Bakanlığı (2014: 76) bu veriyi nüfusun yarısının sosyal hayattan uzak kalmasının dışında çok büyük bir ekonomik potansiyelin atıl kalması olarak değerlendirmektedir. Girişimcilik, kadınları istihdama çekmede çok güçlü bir araç olarak kabul edildiğinden gerek KOSGEB gibi özellikle girişimcilik ile ilgilenen kurumların stratejik planlarında (örneğin KOSGEB, 2018) gerekse de Kalkınma Planlarında (örneğin onuncu kalkınma planı- Kalkınma Bakanlığı, 2014: 89) kadın girişimci sayısını artırma hedefleri belirlenmiştir. Kısaca Türkiye'de kadın girişimciliğinin temelde neo-liberal politikalar kapsamında ele alınıp desteklendiği, öznesinde kadından çok aile ve işsizlikle/yoksullukla mücadele olduğu görülmektedir. Dahası, ana akım girişimcilikte çok da vurgulanmayan ama kadın girişimciliği ile eşleştirilmiş "iş-yaşam dengesi sağlama" özelliğinin kadınlıkla bakım rolünü bir tutan geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirici etki yaptığı da aşikardır.

Dolayısıyla, Türkiye'de kadın girişimciliğinin ekonomik odaklı yaklaşımının, toplumsal cinsiyet odaklı yaklaşımı da kapsayacak şekilde düzenlenmesine ihtiyaç vardır. Kadın girişimciliğinin en öne çıkan özelliklerinden itici faktörlerin etkisinin yerini çekici faktörler almalı ki cinsiyet eşitsizliğindeki azalmalar ile girişimcilik oranları paralel gelişim gösterebilsin. Yoksa, ne kadar iyi niyetli olursa olsun, hükümet destekli girişimcilik programları ve ülke stratejileri kısa dönemde işsizliği ve yoksulluğu azaltıcı etki yapabilirken, uzun dönem sürdürülebilir çözümlerin yolu olan "gerçek" cinsiyet eşitsizliğine ve yapısal problemlere hiç etki etmemektedir (Seçkin-Halaç ve Seçkin-Çelik, 2018).

Araştırmacıların gelecek çalışmalarda toplumsal cinsiyet bakış açısı ile kadın girişimciliğinin cinsiyet eşitliğini sağlayıcı ve kadının güçlendirilmesindeki önemi üzerinde durarak, bu işlevi yerine getirirken ülke ekonomisine ne şekilde ve nasıl katkı yapabileceği konusunun öne çıkması umulmaktadır.

Yazarlık Katkıları (Authorship Contributions): Duygu Seçkin-Halaç, Gülgün Meşe.

Kaynakça

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, September, 595-621.
- Ahl, H., Berglund, K., Pettersson, K., ve Tillmar, M. (2016). From feminism to femInc.ism: On the uneasy relationship between feminism, entrepreneurship and the Nordic welfare state, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 369-392.

- Ahl, H., ve Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: Advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5), 543-562.
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Kadının Statüsü Daire Başkanlığı (1995). Küçük girişimcilik projesi, Erişim adresi: <http://kadininstatusu.aile.gov.tr/projeler/tamamlanan-projeler/kucuk-girisimcilik-projesi>.
- Aksay, B. (2019). Türkiye’de kadın girişimciliğinin son 10 yılı: Alanyazın taraması ve öneriler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 35-51.
- Aktaş, M., Ece, S., ve Öztekin, S. (2018). Toplumsal cinsiyet ve girişimcilik. 3. *Uluslararası El Ruha Sosyal Bilimler Kongresi*, Şanlıurfa, Türkiye.
- Al-Dajani, H., ve Marlow, S. (2013). Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour ve Research*, 19(5), 503-524.
- Altındal, Y. ve Sallan-Gül, S. (2016), Turizm sektöründe kadın girişimcilerin risk alma deneyimleri, *Toplum ve Demokrasi*, 10(21), 115-131.
- Amanda ve diğerleri (2019). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018/2019 Women’s Entrepreneurship Report*. Erişim adresi <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405>.
- Basın İlan Kurumu (2017 Şubat). *Türk kadını ülke ekonomisini yüzde 20 büyütebilir*. Erişim adresi <https://www.bik.gov.tr/turk-kadini-ulke-ekonomisini-yuzde-20-buyutebilir/>.
- Baxter, J. (1997). Gender equality and participation in housework: A cross-national perspective. *Journal of Comparative Family Studies*, 28, 220-247.
- Birleşmiş Milletler [UN] (2018). *Technical Report on Measuring Entrepreneurship: Lessons Learned from the EDGE Project*. Erişim adresi <https://unstats.un.org/edge/publications/docs/Technical-Report-on-Entrepreneurship.pdf>.
- Bögenhold, D., ve Klinglmair, A. (2015). Female solo self-employment – Features of gendered entrepreneurship, *International Review of Entrepreneurship*, 13(1), 47-58.
- Bölükbaş, A.T (2016). *Kadınların güçlendirilmesine yönelik girişimcilik eğitim programlarında eğilimler, sorunlar ve olanaklar: Kagider örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Brush, C.G. (1992). Research on women businessowners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5–31.
- Calas, M. B. ve Smircich, L. (1996). The woman’s point of view: Feminist approaches to organization studies. S.R. Clegg, C. Hardy ve W.R. Nord (Ed.), *Handbook of organization studies* içinde, (ss. 218-257). London: Sage Publications.
- Calas, M. B., Smircich, L. ve Bourne, K. A. (2007). Knowing lisa? Feminist analysis “gender and entrepreneurship”, D. Bilimoria, ve S. K. Piderit (Ed.), *Handbook on women in business and management* içinde, (ss. 78-105). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Campbell, R. ve Wasco, S. M. (2000). Feminist approaches to social sciences: Epistemological and methodological tenets. *American Journal of Community Psychology*, 28, 773-791.
- Çarıkcı, İ., ve Avşar, N. (2005). Kamu kesimi yöneticilerinde cinsiyet rolü algılamalarının aile dostu düzenleme ve politikalara etkileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 65-78.
- Çitçi, U. S. ve Sağır, P. M. (2017). Potansiyel erkek girişimcilerin perspektifinden kadın girişimciliği, *Kadın/Woman 2000*, 18(1), 41-62.

- DeBruin, A., Brush, C. G., ve Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, September, 585- 593.
- DeMartino, R., ve Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18, 815–832.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ve Dünya Bankası (WB) (2009). *Türkiye 'de kadınların iş gücüne katılımı: Eğilimler, belirleyici faktörler ve politika çerçevesi* (Beşeri Kalkınma Sektörü Avrupa ve Orta Asya Bölgesi Rapor No 48508-TR). Erişim adresi <http://documents1.worldbank.org/curated/en/603771468120288598/pdf/485080ESWOP11100Force0Participation.pdf>.
- Drew, E., ve Humbert, A.L. (2012). 'Men Have Careers, Women Have Babies': Unequal Parental Care Among Irish Entrepreneurs. *Community, Work ve Family*, 15(1), 49-67.
- Dünya Ekonomik Forumu [WEF] (2018). *The Global Gender Gap Report 2018*. Erişim adresi http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf.
- Ecevit, Y. (2007). *Türkiye 'de kadın girişimciliğine eleştirel bir yaklaşım*. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Yayınları: Ankara.
- Eddleston, K. A., ve Powell, G. N. (2012). Nurturing entrepreneurs' work–family balance: A gendered perspective. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, May, 513-541.
- Ekinsmyth, C. (2011). Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK mumpreneurs, *Geoforum*, 42, 104-114.
- Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü [OECD] (2019). Labor Force Statistics- hours worked, Erişim adresi <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ANHRS>.
- Emslie, C., ve Hunt, K. (2009). Live to work' or 'work to live'? A qualitative study of gender and work–life balance among men and women in mid-life. *Gender, Work and Organization*, 16(1), 151-172.
- Fasci, M.A., ve Valdez, J. (1998). Performance contrast of male- and female-owned small accounting practices, *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1–7.
- Foss, L. (2010). Research on entrepreneur net- works: The case for a constructionist feminist theory perspective, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1), 83-102.
- Foss, L., Henry, C., Ahl, H. ve Mikalsen, G. (2019). Women's entrepreneurship policy research: A 30-year review. *Small Business Economics*, 53, 409-429.
- Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü (2019). *2018 Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması (TNSA) Raporu*. Erişim adresi http://www.hips.hacettepe.edu.tr/tnsa2018/rapor/TNSA2018_ana_Rapor.pdf.
- Haugh, H. M. ve Talwar, A. (2016). Linking Social Entrepreneurship and Social Change: The Mediating Role of Empowerment, *Journal of Business Ethics*, 133, 643–658.
- Jennings, J.E., ve Brush, C.G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *The Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715.
- Jones, S.C. (2007). Dadpreneurs: A new work-from-home trend that reunites fathers with family. *Home Business*, March/April, 40-43.

- Kabeer, N. (2008) Paid work, women’s empowerment and gender justice: Critical pathways of social change (Pathways Working Paper 3. Brighton: IDS). Erişim adresi: http://eprints.lse.ac.uk/53077/1/Kabeer_Paid-work_Published.pdf.
- Kalkınma Bakanlığı (2014). Özel İhtisas Komisyonu Raporu: *Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018: Girişimciliğin Geliştirilmesi*. Erişim adresi https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/Onuncu_Kalk%20Plan%20_2014-2018_96zel%20Ohtisas_Komisyonlar%20El_Kitab%20.pdf.
- Kapucugil-İkiz, A. (2015). Dünya’da ve Türkiye’de istatistiklerle çalışan anneler, O. Sürgevil-Dalkılıç (Ed.), *ÇalışAnne: Kadın Akademisyenlerin kaleminden çalışma yaşamında annelik içinde*, (ss. 149-214). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karakoç, U., ve Kolaşın, G.Ü. (2008). *Kadın istihdamını arttırmak için girişimcilik desteklenmeli*. (Bahçeşehir Üniversitesi Ekonomik ve Toplumsal Araştırmalar Merkezi (BETAM) Araştırma Notu 08/17). Erişim adresi <http://acikerisim.bahcesehir.edu.tr:8080/xmlui/handle/123456789/412>.
- Kelly, D.J., Brush, C.G, Greene, P.G., ve Litovsky, Y. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2012 Women’s Report*. Erişim adresi <https://www.empowerwomen.org/en/resources/documents/2013/8/global-entrepreneurship-monitor-2012-womens-report?lang=en>.
- Kelly, D.J, Brush, C. Greene, P.G., Herrington, M., Ali, A., ve Kew, P. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014 Women’s Report*. Erişim adresi <https://gemconsortium.org/report/gem-2014-womens-report>.
- Kochhar, K. Jain-Chandra, S., ve Newiak, M. (Ed) (2016). International Monetary Fund Report: *Women, work, and economic growth: Leveling the playing field*. Erişim adresi https://www.elibrary.imf.org/doc/IMF071/23146-9781513516103/23146-9781513516103/Other_formats/Source_PDF/23146-9781475579062.pdf?redirect=true.
- KOSGEB (2018). *Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018*. Erişim adresi https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Gisep_2015-2018_TR.pdf.
- Maden, C. (2015). A gendered lens on entrepreneurship: Women entrepreneurship in Turkey, *Gender in Management: An International Journal*, 30(4), 312-331.
- Marlow, S., Hart, M., Levie, J., ve Shamsul, M.K. (2012). *Women in enterprise: A different perspective*. RBS Group Report. Erişim adresi <http://www.rbs.com/content/dam/rbs/Documents/Sustainability/Women-in-Enterprise.pdf>.
- Mehtap, S., Ozmenekse, L., ve Caputa, A. (2019). “I’m a stay at home businesswoman”: An insight into informal entrepreneurship in Jordan, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 44-65.
- Meunier, F., Krylova, Y., ve Ramalho, R. (2017). *Women's entrepreneurship: How to measure the gap between new female and male entrepreneurs?* (World Bank Policy Research working paper no. WPS 8242). Erişim adresi <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28902>.
- Metin, Ş. ve Karıman, R. A. (2013). *TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyon Raporu 2014* (TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Yayınları No: 12). Erişim adresi http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/kefe/docs/komisyon_raporu_2014_1.pdf.

- Minter, H. (2015 Eylül). Forget about 'mumpreneurs', here are the dads who mix work and family. *The Guardian*, Erişim adresi <http://www.theguardian.com/women-in-leadership/2015/sep/15/forget-about-mumpreneurs-here-are-the-dads-who-mix-work-and-family>.
- Minniti, M. (2009). History of the field, *Foundation and trends in entrepreneurship*, 5(7-8), 504-509.
- Özkazanç-Pan, B. (2015). Secular and Islamic feminist entrepreneurship in Turkey, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 7(1), 45-65.
- Parsova, G. ve Eroğlu, D. (2018). Kır kökenli kadın girişimciliğinin ekonomik şiddet ve toplumsal cinsiyet bağlamında analizi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 153-166.
- Pettersson, K., Ahl, H., Berglund, K. ve Tillmar, M. (2017). In the name of women? Feminist readings of policies for women's entrepreneurship in Scandinavia, *Scandinavian Journal of Management*, 33, 50-63.
- Sallan-Gül, S., ve Altındal, Y. (2016). Türkiye'de kadın girişimciliğinin serüveni: Başarı mümkün mü?", *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(4), 1361-1377.
- Scott, L., Dolan, C., Johnstone-Louis, M., Sugden, K., ve Wu, M. (2012). Enterprise and inequality: A study of Avon in South Africa. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 543-568.
- Seçkin-Halaç, D. (2015). Annelik ve İş Hayatının Kesişiminde Yeni Bir Fenomen: Anne Girişimciliği, O. Sürgevil-Dalkılıç (Ed.), *ÇalışAnne: Kadın akademisyenlerin kaleminden çalışma yaşamında annelik içinde*, (ss. 247-281). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Seçkin-Halaç, D. (2017), Değişen babalık ve girişimcilik kavramları çerçevesinde 'yeni/modern' babalar ve girişimcilik, O. Sürgevil-Dalkılıç (Ed.), *ÇalışBabamÇalış: Baba olmak ve baba olmanın çalışma yaşamına yansımaları içinde*, (ss. 289-320). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Seçkin-Halaç, D., ve Halaç, U. (2019). Türkiye'de kadın girişimciliğinin cinsiyetçi yapısına OECD verileriyle nicel bir bakış, 10. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, 25-26 Nisan 2019 .
- Seçkin-Halaç, D., ve Seçkin-Çelik, T. (2018). A qualitative look into gendered entrepreneurship in Turkey, *Istanbul Business Research*, 47(2), 105-123.
- Sexton, D.L., ve Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: psychological characteristics and their role in gender-related discrimination, *Journal of Business Venturing*, 5(1), 29-36.
- Stevenson, L. (1990). Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs, *Journal of Business Ethics*, 9(4-5), 439-446.
- Sürgevil-Dalkılıç, O. (2015). Annelerin öykülerinden açığa çıkanlar: Annelik ve çalışan anneliğe yüklenen anlamlar, çalışma hayatından örnek olaylar, ihtiyaçlar ve beklentiler, O. Sürgevil-Dalkılıç (Ed.), *ÇalışAnne: Kadın Akademisyenlerin Kaleminden Çalışma Yaşamında Annelik içinde* (ss. 407-466). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tuaç, P. (2017), Babaların Çalışma Yaşamında Sahip Oldukları Yasal Haklar: Ülkelerarası Karşılaştırma ve Öneriler, O. Sürgevil-Dalkılıç (Ed.), *ÇalışBabamÇalış: Baba olmak ve baba olmanın çalışma yaşamına yansımaları içinde* (ss. 151-178). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Tunç, M. (2018). Kalkınmada kadın ayrımcılığı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin rolü: Ülkelerarası farklı gelir gruplarına göre yatay kesit analiz. *Sosyoekonomi*, 26(28), 221-251.
- TÜİK (2007, Temmuz). *2006 Zaman Kullanım Anketi Sonuçları* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=528>.
- TÜİK (2015a, Aralık). *Zaman Kullanım Araştırması 2014- 2015* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18627>.
- TÜİK (2015b, Aralık). *Kazanç Yapısı Araştırması 2015* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18861>.
- TÜİK (2016, Mart). *İstatistiklerle Kadın 2015* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21519>.
- TÜİK (2017, Ocak). *Aile Yapısı Araştırması 2016* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21869>.
- TÜİK (2017, Mart). *İstatistiklerle Kadın 2016* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24643>.
- TÜİK (2019a, Mart). *Girişimcilik Araştırması 2015-17* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30847>.
- TÜİK (2019b, Mart). *İstatistiklerle Kadın 2018* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30707>.
- TÜİK (2019). *İş gücü istatistikleri, İş gücüne dahil olmama nedenleri 2004-2015*. Erişim adresi http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 .
- TÜİK (2019d). *Bilgi Toplumu İstatistikleri 2004-2019*. Erişim adresi <http://tuik.gov.tr>.
- TÜİK (2021, Ocak). *İş gücü İstatistikleri- Ekim 2020* [Basın Bülteni]. Erişim adresi <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ekim-2020-37485> .