



T.C.

ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İşletme

**TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE ERKEN AŞAMA
KADIN GİRİŞİMCİLERİN DURUM ANALİZİ**

Gülay ŞEN

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Nevra Bedriye BAKER ARAPOĞLU

İstanbul, 2021

“Gülay ŞEN” tarafından hazırlanmış ve 02.02.2021 tarihinde sunulmuş “TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE ERKEN AŞAMA KADIN GİRİŞİMCİLERİN DURUM ANALİZİ” başlıklı tez İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak **oy birliği** ile kabul edilmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Nevra Bedriye BAKER
ARAPOĞLU

Danışman

Tez Savunma Sınavı Jüri Üyeleri:

Doç. Dr. Ceyda MADEN EYİUSTA	İşletme, Kadir Has Üniversitesi	_____
Dr. Öğr. Üyesi Ayla ESEN	İşletme, Altınbaş Üniversitesi	_____
Dr. Öğr. Üyesi Nevra Bedriye BAKER ARAPOĞLU	İşletme, Altınbaş Üniversitesi	_____

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak bütün şartları sağladığını beyan ederim.

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü kabul tarihi:

02/02/2021

Bu tezdeki tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik davranışlara uygun olarak edinildiğini ve sunulduğunu beyan ederim. Ayrıca, bu kuralların ve davranışların gerektirdiği şekilde, bu çalışmada, orijinal olmayan tüm materyalleri ve sonuçları tamamen alıntı yaptığımı ve referans gösterdiğimi de beyan ederim.

Gölay ŞEN

İTHAF

Yüksek lisans tez çalışmalarım boyunca değerli destek ve emeklerini esirgemeyen danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Nevra Bedriye BAKER ARAPOĞLU'na, eğitim hayatım boyunca her zaman yanımda olan, beni cesaretlendiren ve geleceğim için ışık olan aileme, her zaman yanımda olan çok değerli arkadaşlarıma teşekkürü borç bilirim.



ÖZET

TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE ERKEN AŞAMA KADIN GİRİŞİMCİLERİN DURUM ANALİZİ

ŞEN, Gülay

Yüksek Lisans, İşletme, Altınbaş Üniversitesi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Nevra Bedriye BAKER
ARAPOĞLU

Tarih: Şubat, 2021

Sayfa: 73

Kar elde etmek amacıyla mal ya da hizmet üretmek maksatlı organizasyon meydana getiren herkes girişimci olarak isimlendirilmektedir. Dünyanın sahip olduğu nüfus dikkate alındığında bu nüfusun %50'sinin erkek diğer %50'sinin ise kadın olduğu gözlemlenmektedir. Ancak iş yaşamı ele alındığında ise erkek ve kadınlar arasındaki oran yarı yarıya değildir. Bilhassa henüz gelişmemiş ve gelişmeye devam eden ülkelerde bu durum sık sık göze çarpmaktadır.

Girişimcilik kavramı hem ekonomik hem de toplumsal gelişime etki etmekle birlikte bilhassa kadınlara istihdam meydana getirmesi açısından önem taşımaktadır. Girişimcilik, kadınların istihdam içerisinde daha fazla yer almalarına olanak veren mühim bir yöntem şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Sıfırdan bir iş kuran veya kendi işine sahip kadın girişimcilerin sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir. Kadın girişimciler artık yalnızca klasik sektörler içerisinde değil; teknolojiyle alakalı sektörlerde de yer almaktadır. Girişimcilikle ilgili gerçekleştirilen çalışmaların çoğunlukla erkek girişimciler üzerinde yapılması ve kadın girişimcilerin genellikle bilindik sektörlerde bulunduğunu kabullenmesi, bilinir olmayan bir sektör olarak teknoloji sektöründe erken aşama kadın girişimciliğinin araştırılması konusunu önemli hale getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Teknoloji

ABSTRACT

SITUATION ANALYSIS OF EARLY STAGE WOMEN ENTREPRENEURS IN THE TECHNOLOGY SECTOR

ŞEN, Gülay

MBA, Department, Altınbaş University,

Supervisor: Asst. Prof. Nevra Bedriye BAKER ARAPOĞLU

Date: February, 2021

Pages: 73

Anyone who creates an organization to produce goods or services in order to make a profit is called an entrepreneur. Considering the population of the world, it is observed that 50% of this population is male and 50% is female. However, when it comes to business life, the ratio between men and women is not the same. This is particularly noticeable in developing countries.

Although the concept of entrepreneurship affects both economic and social development, it is especially important in terms of creating employment for women. Entrepreneurship emerges as an important method that enables women to participate more in employment.

The number of women entrepreneurs starting a business from scratch or already owning a business is increasing day by day. Women entrepreneurs are no longer active in classical sectors only; they are also involved in the technology sector. The fact that the studies on entrepreneurship are mostly carried out on male entrepreneurs and the idea that women entrepreneurs are generally found in the non-technology based sectors makes it important to investigate early-stage women entrepreneurship in the technology sector as a new sector that women are involved in.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Technology

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLO LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR.....	ix
GİRİŞ.....	1
1. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜ	5
1.1. TEKNOLOJİ KAVRAMI.....	5
1.2. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜ	6
1.3. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ	8
1.4. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ	9
1.4.1. Teknoloji Sektörünün Dünya ve Türkiye Ticaretindeki Yeri	11
1.4.2. Teknoloji Sektörünün Dünya ve Türkiye İstihdamındaki Yeri.....	12
1.5. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ	14
2. GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ.....	18
2.1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI VE TANIMI	18
2.2. GİRİŞİMCİLİK TANIMI	18
2.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI	21
2.4. KADIN GİRİŞİMCİLİK TİPLERİ.....	23
2.4.1. Geleneksel Kadın Girişimci Tipi.....	23
2.4.2. Evcimen Kadın Girişimci Tipi	23
2.4.3. Yenilikçi Kadın Girişimci Tipi	24
2.4.4. Feminist Kadın Girişimci Tipi	24
2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ÖNEMİ	24
2.6. KADINLARI GİRİŞİMCİLİĞE YÖNLENDİREN ETKENLER	27
2.7. KADIN İSTİHDAMI VE GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ	29
2.8. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR	33
2.8.1. Tecrübe Eksikliği	33
2.8.2. Güven Eksikliği.....	34
2.8.3. Bilgi Eksikliği/Eğitim Düzeyinin Düşük Olması.....	35
2.8.4. Sosyal Ağa Dâhil Olamama/İletişim Eksikliği	36

2.8.5. Rol Çatışması	36
2.8.6. Toplum Baskısı ve Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık	37
2.8.7. Cam Tavan Sendromu	38
2.8.8. Sermaye Temini	39
2.8.9. Örgütlenme Sorunu	40
3.TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE ARAŞTIRMA	41
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	41
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	41
3.3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	42
3.4. VERİLERİN ANALİZİ	43
3.5. ARAŞTIRMA SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ VE BULGULAR.....	44
3.5.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular	44
3.5.2. Cinsiyetin Kariyerdeki Engeline Yönelik Görüşlerin İncelenmesi.....	45
3.5.3. Kadınların Girişimci Olma Noktasındaki Motive Eden Unsurlar.....	46
3.5.4. Kadın Girişimciliğin Arttırma Politikalarına Göre Görüşlerin Değerlendirilmesi	47
3.5.5. Kadınların Teknoloji Sektöründeki Rolüne İlişkin Görüşlerin İncelenmesi.....	48
3.5.6. Kadın Girişimcilerin Sektörle İlgili Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Görüşleri	49
3.5.7. Kadın Girişimcilerin Sektör Tercihi İle İlgili Görüşlerinin İncelenmesi	50
SONUÇ	52
KAYNAKÇA.....	56

TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1: Kadın Girişimcilere ait Demografik Veriler	44
Tablo 2: Cinsiyetin Kariyer Engeline Yönelik Görüşlerin İncelenmesi	45
Tablo 3: Kadınların Girişimci Olma Noktasındaki Motive Eden Unsurlar.....	46
Tablo 4: Kadın Girişimciliğin Arttırma Politikalarına Göre Görüşlerin Değerlendirilmesi	47
Tablo 5: Kadınların Teknoloji Sektöründeki Rolüne İlişkin Görüşlerin İncelenmesi.....	48
Tablo 6: Kadın Girişimcilerin Sektörle İlgili Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Görüşleri	49
Tablo 7: Kadın Girişimcilerin Sektör Tercihi İle İlgili Görüşlerinin İncelenmesi	50

KISALTMALAR

BİT	:	Bilgi İletişim Teknolojileri
WTO	:	Dünya Ticaret Örgütü
UNCTAD	:	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
TÜBİSAD	:	Bilişim Sanayicileri Derneği
TÜSİAD	:	Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
KAGİDER	:	Kadın Girişimcileri Derneği
GEM	:	Küresel Girişimcilik Monitörü
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

Hem geleneksel hem de modern toplumlarda, kadınlar dezavantajlı gruplara dâhil edilmektedir. Özellikle ataerkil yapıdaki toplumun süregelmış değerleri, modern toplumsal yapı üzerinde de mühim düzeyde varlığını sürdürdüğünden, kadınlardan iyi bir anne, iyi bir eş ve iyi bir ev hanımının geleneksel rollerini yerine getirmeleri beklenmektedir. Bundan dolayı kadınlar üzerinde babaların ve kocaların kurduğu iktidara ek olarak ataerkil toplum değerleri de egemenlik kurmak amaçlı baskı aracı haline gelebilmektedir.

Dünya nüfusunun yarısını temsil eden kadınların iş gücüne daha fazla katılmaları, kadınların sosyal statüsünü artırmaya yardımcı olmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkeler ve az gelişmiş ülkelerdeki haklar ve fırsatlar açısından kadınlar ve erkekler arasında geniş bir boşluk söz konusudur. Oysaki erkekler ve kadınlar arasında bulunan eşitlik, bir insan hakkı ve demokratik toplumlara temel olma niteliği taşıyan ana ilke olarak kabul edilmektedir.

Çalışma yaşamında yer alan kadınlar, erkeklerden farklı bir biçimde, ev işleri, çocuk bakımı gibi karşılığı olmayan çalışma şekilleriyle alakalı işlerin sorumluluğunu aldığı için, daha az çalışma hayatına dahil olabilmekte, belirli mesleklere yoğunlaşabilmekte, öğrenim ve ilerleme olanağı sınırlı kalmakta ve düşük statülü veya düşük maaşlı işlerde çalışabilmektedirler. Dolayısıyla kadınlar iş gücü özellikleri ve karşılığı olmayan çalışma şekilleriyle alakalı işleri sebebiyle çalışma hayatında geri planda kalan ikinci sınıf iş gücü olarak görülmektedir.

Bir toplumun gelişmesi, kalkınması ve refah seviyesinin yükseltilmesi girişimcilerine bağlıdır. Girişimcilik, gelişmekte olan ülkeler için kalkınmanın, geri kalmış ülkeler için yapılanmanın, gelişmiş ülkelerde ise yeni zenginlik ve refah yaratmanın dinamosudur. Yeni işletme, yeni ürün ya da yeni hizmet anlayışları ile ekonomiye dinamizm katarak gayri safi milli hasılaya katkıda bulunmak, ekonomik değer yaratmanın sürükleyici gücüdür. İşte tam da bu noktada ekonomik değer yaratmanın kaynağı da girişimsel beceriler ve faaliyetlerdir (Naktiyok, 2004: 11).

Girişimcilik ekosistemi yeni işletmelerin ve tüm ekonominin yaratılmasında olumlu bir etkiye sahiptir (Berger ve Kuckertz, 2016; 2).

Girişimci, pazardaki fırsatları tespit eden, bu fırsatları ve müşterideki talepleri iş fikrine dönüştüren, ihtiyacı olan kaynakları bir araya getirerek işletme kuran ve bu süreçte tüm riski alan kişidir (Ağca ve Yumuşakipek, 2015: 17). Farklı sektörde ve alanda faaliyet gösterse

de girişimcilere özgü, “yenilikçilik, bağımsız olma arzusu, risk alma eğilimi, kendine güven, başarı ihtiyacı ve yaratıcılık” gibi karakteristik özellikler söz konusudur. Kalkınma hedefine ulaşmada insanın vazgeçilmez bir unsur olduğu dikkate alındığında bu karakteristik özellikleri taşıyan kadınların da göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Dolayısıyla kadının eğitim ve tüm fırsatlardan yararlanmasına, istihdam ve iş gücüne katılımına, girişimciliğinin desteklenmesine, yetki ve karar mekanizmalarında bulunmasına önem verilmesi gerekmektedir.

Ayrıca kadınlar birer birey olarak değerlendirildiğinde, ailedeki sorumlulukları ve annelik rollerinin büyük etkisi ile kariyer merdivenlerini istedikleri gibi çıkamadıkları ve çalışma hayatlarına ara vermek zorunda kaldıkları görülmektedir. Kadınlar için çalışma hayatına farklı bir noktadan bile olsa devam etme imkânını sunan girişimcilik, kendini gerçekleştirebilme fırsatını veren aynı zamanda iş-aile sorumlulukları dengesini sağlayabilecek bir faaliyet alanı olarak kadınların ilgisini çekmektedir (Orhan ve Scott, 2001: 233). Dolayısıyla ülkelerin refah düzeyini yükselttiği, sosyal adaleti desteklediği küresel ölçekte kabul gören girişimcilik faaliyetleri, devletler ve uluslararası örgütler tarafından da desteklenmeye başlanmıştır. Bu itibarla toplumun yarı nüfusunu oluşturan kadınların da atıl kaynak olmaktan çıkartılıp, ülke kalkınmasında itici güç olması yolunda kadın girişimciliğine de destek verilmesi gerekmektedir. Bu konuda kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılacak çalışmalar önemlidir. Dolayısıyla kamu kurum ve kuruluşlarından sağlanan desteklerin hedefledikleri başarı durumlarının yanında, kadınların bu süreç içinde karşılaştıkları sorunları ve engelleri düzeltmeye yönelik olumlu yönde katkı yapıp yapmadığı da dikkate alınması gerekmektedir.

1990’lı senelerde kadın girişimciler klasik bir biçimde perakende ve hizmet sektöründe bulunmasına karşın (Loscocco ve Robinson, 1991: 34), bilgi çağıyla beraber artış gösteren teknolojik olanaklar, kadınlara iş gücü pazarı içerisinde birçok avantaj sağlamaya başlamıştır (Stanworth, 2000: 29). İşgücü pazarı içerisinde elde ettikleri fırsatlar ile kadın girişimciler, ileri düzey teknoloji üretimi ve hizmetler, yapı sanayisi, taşımacılık, iletişim ve ana kamu hizmetleri gibi gelenekselin dışındaki sektörler içerisinde bulunmaya başlamışlardır (Mayer, 2008: 46). Brush, vd. (2004: 30) bu sektörler içerisinde bulunan iş kadınlarına, yeni kuşak kadın girişimciler ismini vermekte ve onların önceki kuşaklardaki kadın girişimcilerden daha küçük yaşta ve teknoloji benzeri gelişim gösteren sektörlerde firma kurmak hususunda daha etkin olduklarını belirtmektedir.

Günümüzde Endüstri 4.0 Devrimi olarak adlandırılan 4. Sanayi devrimi sayesinde internet teknolojileri, bilişim, big data, otomasyon, yapay zeka ve robotik teknolojileri konusunda önemli gelişmeler yaşanmakta ve bu gelişmeler üretim süreçlerinde önemli bir değişime yol açmaktadır. Bütün bu gelişmeler ile birlikte teknoloji alanında gerçekleşen girişimcilik önem kazanmakta ve araştırılması önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Startups Watch'ın 2021'de yayınlamış olduğu rapora göre kurulan girişimlerin %16,2'si kadın girişimci, %83,8'i erkek girişimciler tarafından kurulmuştur. Raporda yer alan verilere göre 2018 yılında kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranı %16, 2019 yılında %18 ve 2020 yılında %14 oranında olduğu görülmektedir. 2020 yılında meydana gelen düşüşün yine teknoloji sektörü olan oyun girişimcilerin %97'sini erkeklerin oluşturması olduğu belirtilmektedir (Startupswatch, 2021: 21).

Küresel Girişimcilik Monitörü'nün 2018'da yayınlamış olduğu ve 49 ülkeyi kapsayan raporunda erken aşama girişimcilik faaliyeti incelendiğinde yalnızca 8 ülkede eşit kadın ve erkek girişimci oranlarına rastlanmaktadır. Bu ülkeler Endonezya, Tayland, Panama, Katar, Madagaskar ve Angola'dır. Avrupa ve Kuzey Amerika bölgelerine bakıldığında kadın erkek eşitsizliği görülmektedir. Türkiye'de erken aşama kadın ve erkek girişimciliği karşılaştırıldığında kadınların erkeklere oranının yarısından daha az olduğu görülmektedir (GEM, 2019: 21).

Türkiye'de kadınların girişimcilik alanında giderek daha fazla yer aldıklarını ancak erkeklere kıyaslandığında oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir (Maden, 2015: 314).

Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD)'nin, Deloitte iş birliği ile hazırlamış olduğu 2017 ve 2019 yılları arasında yayınladığı raporlarına göre Türkiye'de bilgi ve iletişim teknoloji sektöründe kadın girişimciliği oranları sırasıyla 2017 yılında %27 (TÜBİSAD ve Deloitte, 2017: 22), 2018 yılında %32 (TÜBİSAD ve Deloitte, 2018: 24) ve 2019 yılında %33'dür (TÜBİSAD ve Deloitte, 2019: 20).

Bu kapsamda girişimciliğin ve teknolojinin gün geçtikçe öneminin artması, kadınların her geçen gün iş hayatına daha fazla katılım göstermeleri ve teknoloji sektöründe girişimci kadınların sayılarının arttığı gözlemlenmektedir.

Günümüz teknolojisi, sosyal olguları ve endüstriyel farklılaşmaların etkisiyle kadınların iş hayatında kendilerini gösterdikleri, fakat girişimcilik konusunda yapılan çalışmalar

incelendiğinde kadınları bu alanda hangi derece olduklarını içeren çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir (Varol ve Atalay, 2016: 5).

Cinsiyet faktörü baz alınarak girişimcilik üzerine yapılan çalışmaların genel anlamda ele alınması, spesifik bir konu olan teknoloji sektöründe erken aşama kadın girişimciliğin araştırılmasını önemli kılmaktadır. Bu çalışmada bir yanda kadın girişimciliği ele alınırken diğer taraftan spesifik olarak teknoloji sektörü üzerine odaklanılacaktır.

Girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar daha çok genel anlamda bu sektörün incelenmesi üzerine olup, teknoloji alanında özellikle de erken aşama girişimciler incelendiğinde bu değerlendirmenin yapıldığı çalışmalara çok fazla rastlanmamaktadır, bu sebeple bu konuda araştırma yapmak ve olağan durumu değerlendirmek önem arz etmektedir.

Yapılacak çalışma ile İstanbul özelinde 1-6 yıl arasında kurulmuş olan ve en az 3 çalışanı bulunan teknoloji sektöründeki erken aşama kadın girişimciler ile derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak görüşülecek ve bu bilgiler ışığında durum analizi yapılacaktır.

1. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜ

1.1. TEKNOLOJİ KAVRAMI

Günümüz yeni dünya düzeninde başta ekonomi olmak üzere küreselleşme süreci, hayatın her alanında etkin rol oynamaktadır. Küreselleşmenin ana değişkenlerinden biri de şüphesiz teknolojidir (Günay ve Arıdur, 1999: 1). Günlük yaşamının her alanında (eğitim, sağlık, bankacılık, yönetim, ulaşım, tarım, vb.) teknoloji sıkça yer almaktadır (İşman, 2001: 1).

Teknoloji, birey ve toplumlarda değişimler yaratmak, insanların çalışmalarını hızlandırmak, değiştirmek veya geliştirmek için tasarlanmıştır. Günümüzde teknoloji sayesinde insanlık, geçmişte hiç olmadığı kadar hızlı gelişmeler elde edebilmektedir. Teknoloji sayesinde; nanoteknoloji ve yapay zekâ gelişirken, dans edebilen, merdiven çıkabilen ve satranç oynayabilen robotlar artık bilim-kurgu yazarlarının ya da vizyon sahibi bilim insanlarının hayal ürünü olmaktan çıkmakta ve gerçeklik kazanmaktadır (Sol 90, 2013: 4-5).

Teknoloji kelimesinin kökeninin Yunancadan geldiği bilinmektedir. Buna göre, Yunancada “téchni” kelimesi sanat ve bir şey yaratmanın pratik yeteneği anlamına gelirken “logia” kelimesi ise logo, insan aklı ve kelime anlamına gelmektedir. Bu iki kelimenin birleşimiyle teknoloji (technología) kelimesi oluşmaktadır. Buradan hareketle teknoloji kelimesi, teknik ve sistematik bir şekilde iş yapma yolu veya sanatı anlamına gelmektedir. Bir başka ifadeyle, teknoloji hem teknik eserler hem de belirli amaçlara yönelik bilgi ve becerinin kullanıldığı bir araç sistemidir (Grübler, 2003: 20).

Günlük yaşamda ise genel olarak teknoloji, fiziksel donanım (hardware) veya bir araçla (elektronik cihaz, transistör, dişli vb.) özdeşleştirilmektedir. Fakat teknoloji kavramı sözü geçen fiziki faktörler haricinde faydalı ürünler üretmeye ve sıfırdan ürün tasarımı gerçekleştirmeye fayda sağlayan bilgilerin tamamını da içermektedir. Oysaki teknoloji kavramının kuramsal tarafı (software) mevcuttur. Teknoloji kavramının fiziki donanım ve kuramsal boyutları ile ele alınması gereklidir. Ek olarak bu bilginin tamamının fiziki bir sonucu (ürün) olabileceği gibi, fiziki olmayan (yazılım, süreç, hizmet) neticeleri de olabilir. Bu sebeple teknoloji, araştırma ve kuramsal çalışmalar içerisinde köprü rolünü üstlenmektedir. Farklı bir deyişle teknolojinin yardımıyla araştırmalar neticesinde kazanılan bilgiler kuramsal tarafa iletilmektedir. Teknoloji, ihtiyaçların değişime uğramasına ve bilgi birikimlerinin artmasına bağlı bir şekilde değişim göstermekte ve gelişmektedir (Çakmak, Kılıç ve Tunçay, 2012: 6; İşman, 2001: 1-2).

Teknoloji kavramı ile ilgili literatürde yapılmış farklı tanımlar da mevcuttur; örneğin, Schon'a göre teknoloji; insan kabiliyetinin arttırılmasıyla herhangi bir araç ya da teknik, herhangi bir ürün ya da süreç, herhangi bir fiziksel ekipman ya da yapma yöntemidir (Schon, 1967: 23). Braham'a göre teknoloji; insanın çevreye uyumuna, çevreye katılımına ve kullanımına yardımcı olmak için tasarlanmış faaliyetlerin organizasyonu olarak tanımlanmaktadır (Braham, 1977: 51). Solomon'a göre teknoloji; tüm organize bilgi kaynaklarının (edebiyat, bilim, sanat vb.) sistematik uygulamasıdır (Solomon, 2000: 5). Koşar'a göre teknoloji; bilimin üretim, hizmet, ulaşım vb. alanlarda karşılaşılan problemlere uygulanması olup, bu kavram makineler, işlemler, yöntemler, süreçler, sistemler, yönetim ve kontrol mekanizmaları gibi çeşitli öğelerin düzen içinde bir araya getirilmesiyle oluşan ve bilim ile uygulama arasında köprü görevi gören bir disiplindir (Koşar, 2002: 5). Alkan'a göre ise teknoloji; kazanılmış becerilerin uygulamaya koşulmasıyla doğaya egemen olmak için gerekli işlevsel yapılar oluşturma olarak tanımlanmaktadır (Alkan, 2011: 13).

Teknolojinin tanımları incelendiğinde, kavramın evrenselliği ve donanımsal gelişmeler kadar bilişsel gelişmelerle de ilgili olduğu ön plana çıkmaktadır. Buna ek olarak teknoloji, donanımları, insan dilini, beyinsel becerilerin gelişmesini de kapsamaktadır. Genel itibariyle teknoloji, insan hayatının kolaylaşmasına katkıda bulunacak bilgilerin üretimi ve hızlı bir şekilde uygulamaya geçirme yöntemidir. Farklı bir deyişle teknoloji, tarafsız, evrensel, değerli ve dinamik bir kavramdır (İşman, 2015: 45).

1.2. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜ

Teknoloji, iletişim ve bilişimde yaşanan gelişmeler insanlık yaşamını, üretim süreçlerini ve şekillerini her bakımdan ciddi seviyede etkilemektedir. Yaşanan bu süreci öngörebilen ve gerekli alt yapıları sağlayabilen işletmeler ve ülkeler, piyasadaki diğer rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlayacaklardır (Bağcı, 2018: 123). Başka bir ifadeyle, ekonomilerdeki olağan üretim-tüketim süreçleri değişmekte; yeni ürün ve hizmetlerin payı ve etkisi giderek artmakta; iş dünyasında rekabet edebilmek için bu teknolojilere sahip olabilme ve bu teknolojileri daha etkin bir şekilde kullanabilme becerisi günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerini ve bilgiyi etkin kullanabilen ülkelere uluslararası arenada rekabet avantajı sağlarken teknolojiyi ve bilgiyi etkin kullanamayan, rekabete ve değişime ayak uyduramayan ülkeleri ise bu arenada yarış dışı bırakmaktadır (ÇSGB, 2015: 115). Buradan hareketle, bilgiye dayalı, teknoloji yoğun ürün ve hizmetler

üretimi sağlayan teknoloji sektörü, ekonomik hayatta getirisi yüksek olan sektörlerden biri olarak yer almaya başlamıştır (Aydın, 2012: 194).

Teknoloji sektörü, teknolojik temelli mal ve hizmetlerin araştırılması, geliştirilmesi veya dağıtılmasına yardımcı olan ve genellikle her ekonomideki en cazip yatırım merkezidir. Bu sektör, elektronik üretimi, yazılım, bilgisayar ya da bilgi teknolojisi ile ilgili ürün ve hizmetlerin üretimi konusunda faaliyet gösteren işletmeleri içermektedir. Teknoloji sektörü hem müşteriler hem de diğer işletmeler için geniş bir ürün ve hizmet yelpazesi sunmaktadır. Kişisel bilgisayarlar, mobil cihazlar, giyilebilir teknolojiler, ev aletleri, televizyonlar ve benzeri tüketici ürünleri sürekli geliştirilmekte ve yeni özelliklerle tüketicilere sunulmaktadır. İş tarafında şirketler, kurumsal yazılımlarını oluşturmak, lojistik sistemlerini yönetmek, veri tabanlarını korumak ve genellikle şirketlerin stratejik iş kararları vermesine olanak tanıyan kritik bilgi ve hizmetleri sağlamak için teknoloji sektöründen gelen yeniliklere bağımlıdır (Frankenfield, 2019: 32).

Teknoloji sektörü, teknolojinin kullanmasıyla değer yaratan ve yakalayan iş modelleri koleksiyonu olarak da tanımlanabilmektedir. Bilişim sektörünün de gelişmesi ile birlikte bilgi ve iletişime dayalı iş modelleri, geleneksel sanayi alanlarında görülen iş modellerinin yerini almaktadır. Günümüzde teknoloji sektöründe yer alan iş modelleri olarak; yazılım, donanım, bulut hizmetleri, e-ticaret, robotik, yapay zekâ, oyunlar, bilgi güvenliği, enerji, nesnelerin interneti vb. örnek verilebilmektedir (Baştan, 2003: 188; Spacey, 2019: 39; Atan vd., 2019: 16; Kılınç Savrul ve Kılıç 2011: 258).

Teknoloji sektörünün bileşimi diğer sektörlerin bileşiminden oldukça farklıdır. Teknoloji sektörü, inovasyonun temposundan dolayı, araştırma ve geliştirmeye kapsamlı bir yatırım yapmaktadır. Bu nedenle sektörün iş gücü, özellikle ürün yaratmada yaratıcılık, uzmanlık ve hassasiyet gerektirdiğinden, diğer sektörlerle göre çok daha fazla sayıda mühendis ve yüksek vasıflı teknik çalışanlardan oluşmaktadır. Ayrıca teknoloji sektörü, yeni veya iyileştirilmiş bir ürünün başarısının tüketici tarafından da fark edilmesi ve tüketicinin ilgisini çekebilmesi için satış ve pazarlamaya önem vermekte ve bu alanla uğraşan büyük bir çalışma grubunu da istihdam etmektedir. Bu sektöre yönelik satışların çoğu gelişmiş ülkelerde gerçekleşirken, bilgisayar donanımı üretiminin çoğu imalat ve montaj maliyetlerinin daha düşük olduğu gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşmektedir (Globaleledge, 2019: 31).

1.3. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ

Hızla gelişen ve yayılan teknoloji, insanlığın ilerlemesini sağlayan en kuvvetli güçlerden biridir. Teknoloji, bir yandan yaşamı daha kolay hale getirebilmek için insanın doğaya katkısı olmasının yanı sıra aynı zamanda da insanın çevreyi, beraberinde ortamı ve daha sonra da evreni anlayabilme çabasıdır (Kabakçı ve Odabaşı, 2004: 20). Başka bir ifadeyle teknoloji, insanlığın sorunlarına çözümlerin üretilmesinde yardımcı olabilecek makinelerin, araçların, materyallerin ve yöntemlerin geliştirilmesi ve uygulanmasıdır (Kaya, 2006: 24).

Günlük hayatın her alanında (iletişim, ulaşım, sağlık sektörü, eğitim, üretim, veri güvenliği vb.) farklı teknolojilere rastlamak mümkündür (Atan vd., 2019: 13). Teknolojinin her alanda aktif rol alması, ürün ve hizmetlerin daha az kaynak ve maliyet kullanılarak yüksek miktarda, daha kaliteli ve faydalı bir biçimde üretilip topluma sunulabilmesini kolaylaştırmıştır (Çakmak, Kılıç ve Tunçay, 2012: 6).

Teknoloji sektörü, teknoloji yoğun ürün ve hizmet üreten işletmelerden oluşmaktadır. Ayrıca teknoloji sektörü, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'da (GSYH) giderek daha fazla pay almakta ve gelişmiş ülkelerin teknoloji harcamaları, gelişmekte olan ülkelere kıyasla daha yüksek olarak gerçekleşmektedir (Müslümov ve Aras, 2002: 13).

Bu nedenle, bilişim sektörü ve yazılım endüstrisindeki gelişmeler, yalnızca ekonomik kalkınma ve ihracat potansiyelinin artışı bakımından değil aynı zamanda topyekûn gelişmenin de en önemli dinamiklerinden biridir. Bilişimde yaşanacak ilerleme ve başarılar bir yandan ülkelerin kültürel, teknolojik ve sosyal gelişmelerine önemli katkılar sunarken diğer yandan gelişmiş ülkeler ile gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerin arasındaki açığı kapatılmasına yardımcı olabilecektir (Okur, 2007: 652).

Birçok işletme ulusal veya küresel alanda rekabet edebilmek, yeni ürün ve hizmetleri oluşturmak ve aynı zamanda müşterilerine bu ürünleri ve hizmetleri sunmak için de teknolojik olanaklardan (yazılım, internet vb.) faydalanmaktadırlar. Aynı zamanda teknoloji, yenilikleri hızlandırması, bilgi paylaşımı ve veri depolamayı geliştirmesi ve iş iletişimini basitleştirmesi bakımından son derece önemlidir (Atan vd., 2019: 13-14). Gelişen ve değişen koşullara uyum sağlamak amacıyla geliştirilen bulut bilişim sistemi bu duruma verilebilecek örneklerden biridir. Bilişim teknolojilerinin dış kaynak olarak sunulması hizmeti Bulut Bilişim olarak adlandırılmaktadır.

Günümüzde küresel çapta hizmet veren işletmeler, bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe bulut bilişime doğru yönelmeye ve bu eğilimle ilgili çözümler üretmeye başlamıştır. Bulut

bilişim hizmetleri sayesinde gelecekte bilgisayarlarda bulunan çeşitli donanımların (sabit disk, bellek, işlemci vb.) sağladığı işlemlerin Bulut bilişim üzerinden gerçekleşmesi beklenmektedir.

Özetle bulut bilişim, işletmelerin mevcut bilişim teknolojileri yapılarını önemli ölçüde değiştirerek onlara başta maliyet ve esneklik olmak üzere ekonomik ve iş becerileri anlamında çeşitli fırsatlar ve avantajlar sağlayabilmektedir (Atan ve Dalkıran, 2019: 207; Seyrek, 2011: 703-705).

Diğer bir örnek ise Yapay Zeka'dır. Yapay zeka; elektronikleşme, sayısallaştırma, entegrasyon, minyatürleşme ve otomasyon gibi verilebilecek bir dizi teknolojik gelişmenin günümüzdeki son halkasıdır. Kamusal ve ticari her türlü örgütlenme biçimi, gün geçtikçe daha fazla yapay sinir ağlar ile çevrili, sayısallaştırılmış verilerle düşünen, iş bilgilerini veri tabanı adı verilen hafıza bankalarında depolayan, örgüt içi ve diğer örgütler ile iletişim kuran akıllı sistemler ile donatılmaktadır (Baştan, 2003: 188). Yapay zekanın üretim, finans, sağlık hizmetleri, reklamcılık vb. birçok alanda otomasyonun artırılmasında, iş akışının kolaylaştırılmasında, lojistiğin optimize edilmesinde ve müşteri destek yönetimini iyileştirilmesinde önemi büyüktür (Mittal, 2018: 29).

Son olarak teknoloji sektörünün gelişmesiyle, sağlık sektöründe kullanılan; Tıpta Biyoteknoloji ve Nanoteknoloji Uygulamaları, Teletıp, Mobil Sağlık Uygulamaları ve Giyilebilir Teknolojiler, 3D Yazıcıların Tıbbi Uygulamaları ve Tıpta Robotik Uygulamalar vb. birçok teknolojik yenilik, sağlık sektöründe olumlu değişikliklerin yaşanmasına olanak sağlamıştır (Şemin, 1999: 58; Arsene, 2019: 27; Durmaz, 2020: 68). İnsanlık için önemli bir sektör olan sağlık hizmetlerinde bilişim teknolojilerinin kullanması; yönetsel olarak iş akışının süresini kısaltmasına, sağlık hizmetlerinde maliyetlerin azalmasına ve kalitesinin artırılmasına, klinik hataların daha az yapılmasına, teşhislerin daha erken konulmasına ve tedavilerin daha hızlı uygulanmasına olanak sağlamaktadır (Yücel vd., 2018: 149).

1.4. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ

İnsanlık tarihinin başlamasından bu yana, günlük yaşamını ve işlerini kolaylaştırmak ve yaşantısını daha rahat devam ettirebilmesini sağlayacak ihtiyaçlarını gidermenin farklı yollarını aramış, bu amaç doğrultusunda bilgi ve tecrübelerini kullanarak gereksinimlerini gidermiştir. Keşfedilen her teknoloji, belirli ihtiyaçları karşılamasının yanı sıra yeni

ihtiyaçların da oluşmasına neden olmuştur. Bu nedenle teknoloji, insanın hayal gücünün sınırlarını daha da geliştirmiş ve yeni imknlar sunmuştur.

Tarihsel süreç boyunca insanlık, kendi gereksinimlerini karşılayacak teknolojileri geliştirmiştir. Gelişen sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik değişimler ancak kendilerinden önceki nesillerin tecbeleri ve bilgi birikimlerinden yararlanarak gerçekleşebilmiştir. Bu süreçte, farklı topluluklar arasında farklı gelişme düzeyleri gözlenmiştir. Örneğin, ilkel toplumlarda kas gücü ekonomik faaliyetlerin temelini oluştururken, sanayi toplumlarında sermaye ve emek ekonomik faaliyetin temellerini oluşturmuştur. Bilgi toplumu olarak adlandırılan günümüz toplumunda ekonomik faaliyetlerin temeli ise bilgiye ve bilgiye dayalı teknolojilere dönüşmektedir. Keşfedilen her teknoloji, belirli ihtiyaçları karşılamasının yanı sıra yeni ihtiyaçların da oluşmasına neden olmuştur. Bu nedenle teknoloji, insanın hayal gücünün sınırlarını daha da geliştirmiş ve yeni imknlar sunmuştur (Atan vd., 2019: 25; Kılıç, Adoyuran ve alhan, 2017: 328-329).

Teknoloji sektörünün gelişimi, yaşanan Endüstri (Sanayi) Devrimleriyle birlikte hız kazanmıştır. Özellikle teknolojiyi ekonominin önemli bir parametresi haline getiren Endüstri Devrimi, insanlığın refahının artmasında büyük rol oynamıştır (Varian, 2004: 805).

Bugüne kadar dört Endüstri Devrimi gerçekleşmiştir. Bunlar sırasıyla incelendiğinde; ilk Endüstri Devrimi 18. yüzyıl sonlarına doğru buhar gücünün fabrikalarda kullanması ile başlamış olup, 19. yüzyılın ortalarında elektriğin imalathane, atölye ve fabrikalarda kullanılmaya başlanmasıyla ikinci Endüstri Devrimi başlamıştır. 20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise elektrikle çalışan hesap makinesinin icadı ve beraberinde bilgisayara kadar uzanan diğital gelişmeler ile birlikte nc Endüstri Devrimi başlamıştır. 21. yüzyılda ise internet ve diğitalleşme ile birlikte nesnelerin üretimde rol aldığı akıllı makine ve robotların dönemi olan dördüncü Endüstri Devrimi başlamıştır (Taş, 2018: 1820). Dördüncü Endüstri Devrimi, insanın beyin gücü ile makinenin iş gücünün birleştirilmesiyle çalışmaları üzerine kurulmuştur. Bir başka ifadeyle Dördüncü Endüstri Devrimiyle, insan ile makine iş birliğini gerçekleştirecek yeni bir üretim biçimini benimsenmesi ile üretim faaliyetlerinde kullanması, beraberinde de maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artması hedeflenmektedir (zkan, Al ve Yavuz, 2018: 2).

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, teknoloji sektörünün dünya ekonomisi içindeki payının büyük lde artmasına ve sektörün yapısının değişmesine neden olmuştur (Müslümov ve Aras, 2002: 13). Bu bağlamda işletmelerin tüm fonksiyonlarındaki görev

dağılımlarında ana ya da yardımcı unsur olarak bilgisayarlar kullanmaya başlanmıştır (Demirci, Semiz ve Gölcü, 2008: 139).

Teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni düzen ile internetin web teknolojisi sayesinde geniş kitlelere ulaşması, önceleri yalnızca belirli bir ekonomik güce sahip büyük işletmelerin faydalanabildiği bilişim teknolojilerinin göreceli olarak küçük ölçekli işletmeler ve girişimciler tarafından da ticari amaçlarla kullanabilmesine olanak sağlamıştır (Öztürk, 2003: 212). Teknolojik gelişmeler; birbirleriyle haberleşen, sensörleriyle ortamı algılayabilen ve veri analizi yapabilen robotlar üretime geçmekte, yapay zekanın gelişmesiyle insan kaynaklı hatalar azalmakta, üç boyutlu (3D) yazıcılar sayesinde üretim fabrikalardan evlere indirgenmekte ve daha az maliyetlerle daha kaliteli ve tasarruf yapan bir üretimin yapılabilmesine olanak sağlamaktadır (Ertuğrul ve Deniz, 2018: 168).

21. yüzyıla gelindiğinde teknoloji sektörünün, tüm işletmelerin ayrılmaz bir parçası olduğu ve akla gelebilecek hemen her sektörle ve modern toplumun birçok yönüyle bağları olduğu görülmektedir (McNulty, 2017: 28). Nitekim, üzere teknoloji sektörünün dünya ticaretinden ve istihdamdan aldığı pay ve giderek artmaktadır.

1.4.1. Teknoloji Sektörünün Dünya ve Türkiye Ticaretindeki Yeri

Teknoloji sektörünün, özellikle bilgi ve iletişim alanında elde ettiği gelişmelerin altında, inovasyon, kalite ve uygun fiyata dayalı bir rekabet dünyası oluşturabilmesi yatmaktadır (Atan vd., 2019: 25-26; Kocamış ve Güngör, 2014: 129). Bu nedenle ülkeler, teknoloji düzeylerini yükseltmenin, ihracat hacimlerini artırmanın ve yabancı ithal ürünlerle rekabet edebilme becerilerini geliştirmenin çeşitli yollarını aramaktadır (Adıgüzel, 2011: 4).

Bu bağlamda teknoloji (Bilgi İletişim Teknolojileri-BİT) sektörü; yazılım, donanım, yarı iletkenler ve yarı iletken ekipmanları üreten ya da internet ve internet ile ilgili hizmetler sağlayan şirketlerden oluşmaktadır (Miller, 2019: 35). Bilişim sektöründe yaşanan gelişmeler toplumların sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişini hızlandırarak kendi bilgi ekonomisini yaratmaktadır (Aydın, 2012: 194). Bilişim teknolojilerine olan talebin artması ve dijitalleşmenin etkisi ile birlikte mevcut sektörlerin dinamikleri de değişmiştir.

Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından yayınlanan “2019 Dünya Ticaret İstatistikleri İncelemesi” raporuna göre, 2018 yılında dünya genelinde toplam 5,63 trilyon dolar seviyesinde hizmet ticareti gerçekleşmiş ve 2018 yılının bu alandaki lider yatırımcısı ABD olmuştur. Çin ise, 2018'de değer bazında hizmet ihracat oranını %17 artırarak, gelişmekte olan ülkeler arasında lider ihracatçı ülke olmuştur. Dünya genelinde BİT, bilgisayar

hizmetleri ihracatında yaşanan %17'lik büyümenin de etkisi ile ihracatını %15 artırarak hizmet ticaretinde yıllık bazda en fazla artış gösteren sektör olmuştur (WTO, 2019: 9). Benzer bir durum dünya ihracatındaki teknoloji ürünlerinin payında da meydana gelmiştir. Buna göre, 2013 yılında dünya ihracatından teknoloji ürünlerinin aldığı pay %10,3 iken, 2018 yılına gelindiğinde teknoloji ürünlerinin aldığı pay %12,1'e yükselmiştir. Yine benzer şekilde 2013 yılında dünya ithalatından teknoloji ürünlerinin aldığı pay %11,4 iken, 2018 yılında teknoloji ürünlerinin aldığı pay %13,2'ye yükselmiştir (UNCTAD, 2020).

Dünyanın en büyük teknoloji ithalatçısı ve ihracatçısı olan ABD de ise; 2008 yılında ithal ettiği ürünlerin %11,84'ü teknoloji ürünü iken, 2017 yılında bu oran %14,27'ye yükselmiştir. 2008 yılında ihraç ettiği ürünlerin %10,62'si teknoloji ürünü iken, 2017 yılında ise bu oran %9,49'a düşmüştür (Worldbank, 2020: 12). ABD'nin teknoloji ihracatındaki payının düşmesinin en önemli sebebi, Dünya Ticaret Örgütü'nün kabul ettiği, Bilgi Teknolojileri Anlaşması (ITA) kapsamında teknoloji ürünlerinde ticaretin serbestleştirilmesi ve küresel ölçekte uygulanmasıyla başta Çin olmak üzere, gelişmekte olan ülkelerden önemli ihracatçılar olarak ortaya çıkmasıdır (Kiriya, 2011: 8).

Türkiye'deki durum incelendiğinde; 2008 yılında ithal edilen ürünlerin %3,91'i teknoloji ürünü iken, 2017 yılında bu oran %6,17'ye yükselmiştir. Türkiye'nin dünya ihracatındaki teknoloji ürünlerinin payı ise 2008 yılında %1,82 iken, 2018 yılına gelindiğinde bu oranın %1,25'e düştüğü görülmüştür (Worldbank, 2020: 13). Türkiye'nin dünya BİT ticaretindeki payının azalmasının nedenlerinden bazıları; başta döviz kurunda yaşanan dalgalanmalar olmak üzere, nitelikli iş gücü açığı, araştırma ve geliştirme (AR-GE) teşvikleri ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan sorunlar ve girişim sermayesi eksikliğidir (TÜBİSAD ve Deloitte, 2019: 19-27).

1.4.2. Teknoloji Sektörünün Dünya ve Türkiye İstihdamındaki Yeri

Teknolojik gelişmeler, bilgi toplumundaki değişimlerde etkin rol oynamasının yanı sıra işin yapısı ve iş gücünün niteliğinde de önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Özellikle sanayi toplumu düzeninin gerektirdiği farklı dinamiklere sahip çalışma disiplinlerinin önemli bir kısmının değişime uğramasıyla yerini “esnekliğin” ön planda olduğu yeni bir düzene bırakmaya başlamıştır. Teknolojik gelişmeler ve değişiklikler hem toplumsal sistemleri hem de yeni çalışma disiplinlerinin oluşumunda etkin rol oynamıştır (Şahin, Aydın ve Güler, 2015: 125). Sanayi sektörünün sermaye yapısının temel girdisi yerini bilgi sermayesine bırakmıştır. Bilişim teknolojilerinin etkin rol oynamasıyla insan sermayesi,

fiziki güçten beyin gücüne dönüşmüştür (Orhan ve Yılmaz Genç, 2018: 267). Özellikle iş gücünün niteliği, teknolojinin üretim süreçlerinde gittikçe önem kazanmakta ve ekonominin yeniden yapılandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Güler, 1999: 83).

UNCTAD'ın hazırladığı, Dijital Ekonomi Raporu'ndan elde edilen bilgilere göre; BİT sektöründe küresel istihdam, 2010-2015 yılları arasında %16 oranında büyüyerek 34 milyondan yaklaşık 40 milyon kişiye yükselmiştir. Buradan hareketle, BİT sektörünün toplam istihdamdaki payı %1,8'den %2'ye yükselmiştir (UNCTAD, 2019: 58).

Dünyanın en büyük teknoloji üretici konumunda olan ABD için durum incelendiğinde; en geniş tanıma göre, ABD'deki teknoloji alanında net istihdam edilenlerin sayısı 2018 yılında 11,8 milyon iken 2019 yılında yaklaşık 12,1 milyona ulaşmıştır. Dar tanıma göre ise teknoloji sektöründe (yazılım, telekomünikasyon vb.) istihdam edilenlerin sayısı ise, 2018 yılında 7,4 milyon iken 2019 yılında yaklaşık 7,6 milyona ulaşmıştır. ABD'de teknoloji sektöründe istihdam edilenlerin oranı, yıllık yaklaşık %2,5'lik bir artış göstermektedir (CompTIA, 2020: 11).

Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD)'nin, Deloitte iş birliği ile hazırlamış olduğu 2016 ve 2019 yılları arasında yayınladığı “Bilgi ve İletişim Teknoloji Sektörü Pazar Verileri” raporlarından elde edilen bilgilere göre; Türkiye’de 2016 yılında bilişim sektöründe 120 bin kişi istihdam edilmiş ve toplam istihdam edilenlerin %67’si (yaklaşık 80 bin kişi) bilgi teknolojileri, %34’ü (yaklaşık 40 bin kişi) ise iletişim teknolojileri sektöründe çalışmaktadır (TÜBİSAD ve Deloitte, 2016: 19). 2017 yılında ise; bilişim sektöründe 128 bin kişi istihdam edilmiş ve toplam istihdam edilenlerin %69’u (89 bin kişi) bilgi teknolojileri, %31’i (39 bin kişi) ise iletişim teknolojileri sektöründe çalışmaktadır (TÜBİSAD ve Deloitte, 2017: 22). 2018 yılında; bilişim sektöründe 139 bin kişi istihdam edilmiş ve toplam istihdam edilenlerin %76’sı (106 bin kişi) bilgi teknolojileri, %24’ü (33 bin kişi) ise iletişim teknolojileri sektöründe çalışmaktadır (TÜBİSAD ve Deloitte, 2018: 24). Son olarak 2019 yılında 143 bin kişi istihdam edilmiş olup, toplam istihdam edilenlerin %77’si (110 bin kişi) bilgi teknolojileri, %23’ü (33 bin kişi) iletişim teknolojileri sektöründe çalışmaktadır. (TÜBİSAD ve Deloitte, 2019: 20).

Genel olarak raporlardan/verilerden elde edilen bilgilere göre, teknoloji sektöründe istihdam edilenlerin oranının dünyada ve Türkiye’de yıllara göre artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Buradan hareketle son 10 yılda dünya ticaret hacmindeki en büyük gelişmeyi sergileyen teknoloji sektöründe, bu sektörün ticari olarak ve istihdam oranı olarak en başarılı

gözükten ülkesi olan ABD’de teknoloji şirketlerinin durumunun, çalışanların gözünden incelenmesi önem arz etmektedir.

1.5. TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Günümüzde hem yerel hem bölgesel anlamda ekonomik kalkınma konusunda girişimcilik mühim bir yere sahiptir. Dünyada ve Türkiye’de kendi sektörlerinde başarı sağlamış girişimcilerin bulunması ve bu girişimcilerin başarı öyküleri girişimcilikle ilgili araştırmaların çeşitliliğinde artışa neden olmuştur. Girişimcilikle ilgili araştırmalarda sektör, ölçek, bölge, yaş, sermaye (emek) yoğunluğu, yüksek veya düşük teknoloji, hayat eğrisi aşaması, toplumsal cinsiyet rolleri, kişilik çeşidi gibi pek çok unsur da ön plana çıkmaktadır (Gundry ve Welsch, 2001: 56; Gomes vd., 2014: 38).

Geldiğimiz noktada sosyal, teknolojik ve sanayiye dayalı yaşanan değişimlerin çoğunlukla fazla sayıda kadının iş hayatında bulunması için fayda sağladığı fakat girişimcilik hususunda gerçekleştirilen çalışmalar içerisinde kadınlarla ilgili farklılaşmaların incelendiği çalışmaların az sayıda olduğu gözlemlenmektedir. Kadınlar bugünün toplumunda toplum ve iş hayatında sağladığı başarılar ile kendini yüksek oranda ispatlaması, onun toplum içerisindeki yeri hususunda görüş ve inançlarda yüksek oranda değişime sebep olmuştur. Tüm dünya genelinde sadece gelişimini tamamlamış sanayi ülkelerinde değil; gelişmeye devam eden ülkelerde de hem ekonomik hem sosyal hem siyasi alanlar hem de toplumsal hayatın farklı alanlarında kadının rolü değişime uğramaktadır. Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ışığında bilgiye erişmenin kolay hale gelmesi, eğitim sektöründe kadınların sayıca artış göstermesi, kadınların iş hayatının her alanında sık sık karşımıza çıkmasına olanak tanımıştır (Güney, 2008: 23).

Ekonomik ve mesleki bakımdan girilen yapılandırma süreçleriyle beraber kadınların geçmişte sadece erkeklere has olduğuna inanılan meslek grupları ve eğitim alanlarında varlıklarını göstermeye başlaması, girişimcilik hususunda erkekler ile olan bilgi ve tecrübe farkının zaman içerisinde azalması (Gürol, 2000: 46), kadın girişimcilerin iş hayatında çok daha fazla rol sahibi olmasını sağlamıştır. Kadın girişimciliğiyle ilgili konularda gerçekleştirilen çalışmalar, eğitim içerisinde daha az talep gereksinimi, geçmiş iş deneyimleri, teknoloji ve en mühimi finansman sebebiyle geleneksel endüstriler üzerine yoğunlaşmış ve ticaret ve hizmet alanlarına odaklandıkları çalışma sahalarında kadın girişimcilerin büyümeleri hususunda düşük performans sergiledikleri gözlemlenmiştir (Tan, 2008: 38). Zaman içerisinde değişim gösteren hayat ve çalışma şekilleriyle beraber öğrenim

imkanlarının artış göstermesi hizmetler sektörünün büyümesi gibi sebeplerle, kadın girişimcilerin hizmetler alanında gün geçtikçe artan seviyede şirket sahibi, şirket ortağı ya da yönetici konumunda yer almaya ve piyasa içerisinde kendilerine daha fazla yer bulmaya başladıkları gözlemlenmektedir. Hisrich ve Brush'ın (1987: 69) gerçekleştirdikleri araştırmalar, kadın girişimcilerin iş sektörlerinde sahip oldukları kişilik, aile ilişkileri ve yönetim yetenekleri, risk alma ve problem giderme hususunda erkek girişimcilerden farklı duruma geldiklerini ortaya koymuştur.

Ekonomik anlamda kalkınma konusunda mühim potansiyel sahibi olan, yenilikçilik hususlarında dikkat çeken ve genellikle erkek girişimcilerin hakim olduğu teknoloji sektörü de son yıllarda kadın girişimcilerin faal bir şekilde bulunmaya başladığı sektörlerden biri şeklinde ifade edilebilmektedir (Mayer, 2008: 30). Geleneksel sektörlerden farklı olarak teknoloji sektörü; eğitim seviyesi yüksek nitelikli personelin bulunduğu, bilgi teknolojilerini kullanan şahsi ve iş seviyesinde ağ bağlantılarının dikkat çektiği, farklı saha dinamikleri bulunan bir sektör şeklinde tanımlanması, kadın girişimciler bakımından yeni bir fırsat alanı olarak karşılanmasına neden olmuştur.

Son senelerde bilhassa yönetim literatüründe ve medyada sık sık incelenen konulardan bir tanesi istihdamın özel alanlarından bir tanesi olan kadın girişimciliği konusudur. Kadınlar dünyanın beşeri kaynaklarının %50'sini meydana getirmekte fakat buna rağmen dünya içerisindeki tüm girişimcilerin 3'te 1'ine denk gelmektedir (Negiz vd., 2009: 42). Hem ekonomik hem de toplumsal hayatın her alanında farklı biçimlerde bulunan kadınların şirket yönetimlerinde yeterli düzeyde yer sahibi olamadıkları (Yaprak, 2009: 39) ya da çoğunlukla küçük çapa sahip şirketlerin veya gelişme olanağı düşük olan şirketlerin kurulma aşamalarında rol sahibi oldukları gözlemlenmektedir (Dwyer vd., 2003: 53).

Üretim süreçlerinde post-fordist olarak tanımlanan yeniden yapılanma süreçleriyle beraber kadın iş gücü bakımından yeni bir dönem başlangıcı yaşanmıştır. Teknolojideki gelişmeler, iş gücü gereksiniminin tesirini düşürmüş ve kadınların bu üretim sistemi içerisinde eskisine oranla daha kolay yer edinmesini sağlamıştır. Teknoloji ve eğitim almış kadın iş gücündeki hızlı artış, kadınların iş gücü pazarında yasal bir temele alınmasına olanak vermiştir (Özdemir, 2009: 37). Fakat buna rağmen kadınların iş hayatında karşılaştıkları birtakım zorluklar mevcuttur. Kadın girişimciliği ile alakalı literatür, kadınların iş kurma sürecinde ve kendi işlerini büyütme aşamasında kendilerine has zorluklar ile karşılaştıklarını ileri sürmektedir (Tan, 2008: 42). Kadın girişimcilerin başarısına etki eden iki temel unsurun

öğrenim düzeyi ve idari yetenekler olduğu belirtilmektedir (Huarng vd., 2012: 34). Marvel, vd. (2015: 45) öğrenim, ağ bağlantıları ve şirket yer tercihleri benzer nitelik taşıdığı takdirde, kadınların minimum erkekler kadar yeniliğe açık ve rekabetçi olduklarının altını çizmektedir. Buna rağmen sosyal ve kültürel ortam, kadınların toplum içerisindeki rolünün nasıl algılandığı ve kadınların ailedeki yerinin onlara yüklediği sorumluluklar, kadınların iş hayatlarındaki yerini farklı bir şekilde etkilemektedir. Dolayısıyla gündelik iş hayatındaki etkileşimlerde kadınlar ne yazık ki cinsiyet normlarına dayanan ayrımcılığı yaşamak zorunda kalmaktadırlar.

Şehir ve bölge coğrafyası üzerine çalışanlar, Fordist ekonomiden post-Fordist ekonomiye geçiş yapılmamasıyla beraber ekonomik ve mesleki yapılandırmanın cinsiyet temeli olan yaradılışını ön plana çıkaran araştırmalara katkıda bulunmuşlardır (Christopherson, 1994: 29; McDowell, 1991: 37; Rose ve Villeneuve, 1994: 65; Hanson ve Pratt, 1995: 47). Bu süreçte kadınların iş gücü pazarında daha çok yer sahibi olmasına neden olan gelişmeler dikkat çekmektedir. Bu gelişmeler; teknolojiye meydana gelen gelişmeler ve gün geçtikçe artış gösteren iletişim imkanları, “kısmi süreli çalışma” biçimi ya da bilgisayar ve haberleşme teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin sonucunda “evde çalışma” gibi üretim sürecinde yaşanan esnekleşmeler ve yeni üretim etkileşimleriyle beraber karmaşık ilişkilerin yeniden biçimlenmesiyle kadın iş gücünün rolünün değişim göstermesidir (Massey, 1984: 78; Eraydın, 1992: 43; Ansal, 1997: 31). Günümüzde kadın iş gücü geleneksel sektörlerin gerekli kıldığı standart üretim aşamasında kullanılan niteliksiz iş gücü (Uluğ, 2000: 29; Eraydın ve Erendil, 2005: 37) olarak değil, bilgi teknolojilerinin kullanımını sağlayabilen, esnek ve yetenekli iş gücü şeklinde iş gücü pazarında yer edinmeye başlamıştır.

İletişimin artması ve yeni teknolojiler meydana gelmesiyle beraber bütün sektörlerin ve şirketlerin yapısal anlamda değişim içerisinde oldukları gözlemlenmektedir. Bu değişim süreci sadece yeni teknolojiler ile değil iş modelleri ve üretim yapılarına dayalı olarak da yeni girişimler meydana gelmesine sebep olmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002: 59). Erkeklerin hakimiyet kurduğu iş hayatında meydana gelen ayrımcı yaklaşım tarzına karşın, 1980’li yıllardan 2000’li senelerin ortasına kadar olan süreçte, kadınların başlamasını sağladığı ve sahiplendiği iş sektörlerinde mühim düzeyde artış gerçekleşmiştir. Bu süreçte iş gücüne katılım oranı erkeklere göre kadınlarda daha fazla artış göstermiştir ve kadınların sahip olduğu şirketler ABD ve diğer ülkelerde en hızlı büyüme kaydeden girişimci nüfusunu

meydana getirmiştir (Mayer, 2008: 46). Günümüzde ABD'deki şirketlerin %40'ına yakın oranı kadınların ortak olduğu ya da sahibi olduğu şirketler olarak göze çarpmaktadır.

1990'lı senelerde kadın girişimciler perakende ya da hizmet sektörleri gibi geleneksel sektörler içerisinde bulunmasına karşın (Loscocco ve Robinson, 1991: 32), bilgi çağına geçişle beraber artış gösteren teknolojik olanaklar, kadınların iş gücü piyasasında birçok avantaj elde etmesini sağlamıştır (Stanworth, 2000: 45). İşgücü piyasasında elde ettikleri avantajlarla kadın girişimciler, ileri düzey teknoloji üretimi ve hizmetler, yapı sanayi, taşımacılık, iletişim ve ana kamu hizmetleri gibi gelenekselliğin dışında yer alan sektörlerde yer edinmeye başlamışlardır (Mayer, 2008: 49). Brush, vd. (2004: 37) bu sektörlerde bulunan iş kadınlarına, yeni kuşak kadın girişimciler adını vermekte ve bu kadınların geçmiş dönemdeki kadın girişimcilere oranla daha genç yaşta da ileri teknoloji gibi büyüme gösteren sektörlerde işletme sahibi olmak hususunda daha etkin olduklarını belirtmektedir.

Umut vaat eden bu gelişmeler, kadınların eğitim sektöründe elde ettikleri başarıların dikkat çekici nitelikte artış göstermesine bağlıdır ve son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalara göre 25-34 yaş grubu içerisinde yer alan kadınlar, erkek meslektaşlarına göre dört senelik üniversite mezunu olma konusunda daha başarılı görülmektedir (Brush vd., 2004: 55). Kadınların öğrenim düzeyinde yaşanan mühim artış onlara iş hayatında da fırsatlar sunmakta, ileri teknoloji işletmelerinde yüksek düzeyde idari konumlarda daha fazla bulunmalarına olanak tanımaktadır. Hewlett-Packard, eBay, Palm Computing ve Handspring gibi bilinen uluslararası firmalar kadın yöneticiler tarafından yönetilmektedir (Mayer, 2008: 34). Catalyst'in 2020 yılında yayınlamış olduğu verilere bakıldığında 2019 yılında, küresel olarak üst düzey yönetim rollerinde yer alan kadınların oranı, şimdiye kadar kaydedilen en yüksek sayı olan % 29'a yükselmiştir. 2020 yılında da bu yüzdenin aynı olduğu gözlemlenmektedir (Catalyst, 2020).

2. GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI VE TANIMI

Peter Drucker, girişimcilik kavramını yazına kazandırmakla beraber girişimci kişinin, kendine ait olan yeni ve küçük bir iş alanı ya da görevi yerine getiren kişi şeklinde tanımlamıştır. Bu kapsamda girişimcilerin, kesin surette yüksek seviyede sermayeye sahip, yatırımlar yapan ya da işveren değil; risk altında daha iyi iş yapan yerine daha farklı ve daha yeni iş yapan kişi olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla girişimci kişiler, toplumsal kaynakları yetersiz kaldıkları alanlardan, etkinlik düzeyi yüksek olan alanlara yöneltmektedir. Drucker'ın girişimciler için önemli gördüğü hususlar, yenilik yapmak ve farklılaştırmak kavramlarıdır (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016).

Girişimci kavramı ele alındığında zihinde canlanan ve bu kavram yerine kullanımı yapılan pek çok kavram bulunmaktadır. Bunlar arasında en çok patron, iş insanı, yönetici, zengin gibi kavramlar kullanılmaktadır. Esasında girişimci kişi başkalarının fark etmediği fırsatları görerek ya da yeni fırsatlar meydana getirerek sosyal ve ekonomik bakımdan geleceği öngören, riskleri üstüne alarak bu öngörülerini zaman, emek, para veya yeteneği ile bir araya getirerek netice itibarıyla pazarlaması yapılabilen ve kendisi dahil olmak üzere herkes için bir gereksinimi gideren, farklı bir ifadeyle toplumun düşünce yapısına kendi görüşlerini gereksinim olarak dayatan kişi olarak açıklanmaktadır (Güney, 2015: 57). Ekonomik bakımdan mal ya da hizmet üretimi yapmak ya da pazarlamak maksadıyla üretim unsurlarını harmanlayıp, riski üstlenip, çaba verdiği etkinlik neticesinde ekonomik bakımdan kazanç sağlayan kişi girişimci olarak tanımlanmaktadır (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 14).

2.2. GİRİŞİMCİLİK TANIMI

Girişimcinin günümüzde herkes tarafından yaygın olarak kabul gören tanımı ilk olarak 1755 yılında Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon'a göre girişimci “bugün belirli fiyatlarla satın aldığını gelecekte (henüz) belirli olmayan fiyatlarla satan ve belirsizliği üstlenen kişidir” (Cantillon, 1755/1931, akt. Ahmad ve Seymour, 2008: 7). Defoe ise girişimciyi “projektör yani proje gerçekleştiren kişi” olarak tanımlamıştır (Defoe, 1887/2001, akt. Ahmad ve Seymour, 2008: 7). Schumpeter'e (1934) göre girişimci kavramı “yeni bileşimler yoluyla pazarda değişimi gerçekleştiren yenilikçi kişidir” olarak açıklanmaktadır.

Schumpeter'in girişimcilik tanımında yer alan yenilikçilik kavramı var olan kaynakların yeni bir bileşimini ifade etmektedir. Schumpeter yeniliği 5 şekilde tanıtarak girişimcilik davranışına yansıyan yenilik uygulamalarını şu şekilde belirlemiştir:

- a. Yeni bir malın ya da niteliklerinin pazara dahil edilmesi,
- b. Yeni bir üretim yönteminin tanıtımının yapılması,
- c. Yeni bir pazar oluşturulması,
- d. Yeni malzemeler ya da parçaların temin edilmesi için bir kaynak keşfedilmesi,
- e. Herhangi bir sektörde yeni bir organizasyonun gerçekleştirilmesi (Schumpeter, 1934, akt. Ahmad ve Seymour, 2008: 7).

Yukarıdaki tanımlamalardan yola çıkarak girişimcilik, hem finansal hem kültürel hem de sosyal bakımdan değer oluşturan avantajları tanımlamak ve hayata geçirmek ile alakalıdır. Fırsatlar daima yeni ürünlerin, süreçlerin ya da piyasanın tanımlanmasıyla alakalı olurken, girişimcilik etkinlikleri çoğunlukla yenilik ile kaynakların ve becerilerin geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Girişimciler, yeni ürünlerin, süreçlerin veya pazarların tanımlanması ve kullanılmasıyla, ekonomik faaliyetin yaratılması veya genişletilmesi yoluyla değer üretmeye çalışan kişilerdir. Girişimcilik faaliyeti ise, yeni ürünlerin, süreçlerin ya da pazarların tanımlanması ve kullanılmasıyla, ekonomik faaliyetin yaratılması veya genişletilmesi yoluyla değer üretmenin peşinde koşan girişimci insan eylemidir. Dolayısıyla girişimcilik, girişimcilik faaliyeti ile ilgili olguların bütünüdür (Ahmad ve Seymour, 2008: 20).

Girişimcilikle ilgili yapılan tanımlamalarda ortak nokta, girişimciliğin ekonomik fırsatların yeni değerlere dönüştürüldüğü bir süreç olarak ele alınmış olmasıdır. Girişimsel süreç genel olarak, fırsatları değerlendirerek bir iş fikrinin ortaya çıkmasıyla başlayıp, gerekli kaynakların temin edilmesi ve geliştirilen iş fikrinin uygulanması ve yönetilmesi ile son bulan ve insan yaşamını kolaylaştıran bir süreçtir.

Dollinger (1999: 29) girişimciliğin bir süreç olarak farklı tanımlarını şu şekilde özetlemektedir:

- a. Girişimcilik; fırsatların ne kadar mühim olduğunun altını çizen düşünce şekli ve planlı bir davranış çeşididir.
- b. Girişimcilik; bir fırsatı elde etmek ve değerlendirmesini yapmak amacıyla kaynakların harmanlanması yoluyla meydana gelen bir değer yaratma sürecidir.
- c. Girişimcilik; niyet, kaynak, sınır ve değişim unsurları ile davranış ve süreç bakış açısı ile ilgili yeni bileşimler oluşturma sürecidir.

d. Girişimcilik; geçmiş dönemde birey ya da bireyler tarafından keşfedilmemiş bir avantaj elde etmektedir.

e. Girişimcilik; geçmişte sıradan iş işleyişlerine farklı bir katkıda bulunmaktır.

Girişimcilik bir şirket kurulumunun yapılması, idari süreçlerin işletiminin yapılması, üretim ve pazarlamayla ilgili bütün risklerin üstlenilmesi gibi, bir işin meydana getirilmesi ve idare edilmesiyle ilgili etkinliklerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2017: 12). Girişimci kişi, üretim unsurlarını diğerk insanların gereksinimlerini giderecek ürün ve hizmetlerin üretimini yapmak için temin eden ve en doğru şekilde bir araya getiren kişidir (Mucuk, 2005: 6). Bundan dolayı girişimci kişi, diğerk insanların fark edemediğı fırsatları fark ederek iş fikrine dönüştürebilme yeteneğine sahip olan ve ürün ve hizmetlerin üretimini yapmak ya da pazarlamak amacıyla gelir elde etme ya da edememe risklerini üstlenen kişidir.

TÜSİAD girişim gerçekleştiren kişiye, herkes tarafından bilinen işleri en iyi şekilde yerine getiren ve yeteneklerine zihin becerilerini ekleyen, sıradan ve sıradan olmayan şartlar içerisinde iş gücü ve sermaye kaynaklarını etkin bir şekilde kullanabilecek tedbirler oluşturan, analiz eden, planlama yapan, yrrlğek koyan, uygulamasını gerçekleştiren ve neticelerin denetimini yapabilen kişi şeklinde tanımlamaktadır (Erdoğank ve Kurt, 2006: 101).

Kişilerin girişimci vafına sahip olabilmelerinin temel şartlarından bir tanesi, risk üstlenebilmeleri ve bu riski taşıyabilecek nitelikleri taşımalarıdır. Bir girişimcinin öğrenim hayatında aldığı eğitimleri kullanabilme becerisi, aile içerisinde ve toplumda kendine verilen imkanlara ve iş sorumlulukları gibi unsurlar etkili olmaktadır. Girişimci vafına sahip olmak, kişileri harekete geçiren niteliklere ek olarak farklı nitelikler taşımayı da gerekli kılmaktadır (Eryılmaz, 2014: 6). Kişilik yapısı, cinsiyet, vizyon sahibi olma, hayal gücü kuvvetli olma, öz güveni yüksek ve sorumluluk sahibi olma, liderlik özelliğine sahip olma, yenilikçilik ve yaratıcılık özelliklerine sahip olma, takım çalışmasına önem verme, risk alabilme, analitik ve sentezci düşünme yeteneğine sahip olma gibi özellikler örnek olarak verilebilir.

Girişimci kişinin nitelikleri içerisinde cinsiyet unsuru da mühim bir değışken olarak ön plana çıkmaktadır. şahsi niteliklere de etki eden cinsiyet unsuru, cinsiyet rollerinin ön plana çıkması neticesinde girişimcilik kavramına da etki etmektedir (Eryılmaz, 2014: 6).

Özetle bir girişimcinin faaliyette bulunduğuk alan ne olursa olsun yerine getirmesi gereken bazı fonksiyonlar söz konusudur. Bunlar yeni ürün ve hizmet retilimi yapmak, üretim teknikleri geliştirmek ve bunları hayata geçirebilmek, sanayide yeni organizasyonlar

oluşturmak, yeni piyasalara erişmek ve kaynakların temin edileceği yeni ham madde pazarları bulmaktır (Küçük, 2017: 36-37).

Günümüzde girişimcilik ekonomik gelişme ve istihdam problemlerini giderebilme hususunda değer kazanan bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Yatırım eğilimine giren kişisel emekleri de kapsayan girişimcilik kavramı, geliştirilmesi ve kuvvetlendirilmesi konusunda teşvikler bulunan bir alan olarak süregelmektedir. Bilhassa kadın girişimciliği, yakın dönem içerisinde milli ve milletler arası kapsamda ilgi toplayan bir alan haline gelmiştir. Bundan dolayı kadınların taşıdığı girişimcilik potansiyeli ve becerilerinin kuvvetlendirilmesi konusunda verilen çabalar ve çıkartılan kanunlar gün geçtikçe artmakta ve bu hususta birçok strateji geliştirilmektedir.

2.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI

1980’li seneler itibariyle pek çok gelişimini tamamlamış ya da gelişmekte olan ülkedeki gibi ülkemizde de kadın girişimciliği konusunda önemli gelişmeler yaşanmış, yüksek seviyede eğitim almış ve iş hayatına dahil olmuş kadın sayısında artış olmuştur. Bilhassa bu dönem sonrasında ülkemizde kadınlar eş ya da anne olan klasik kimliklerinin dışına çıkarak çalışma veya ticaret hayatına dahil olmuşlardır. Fakat geldiğimiz noktada kadın girişimciler genellikle erkek girişimcilerin ulaşabileceği fırsat ağlarının dışarısında kalmakta, rol model şeklinde görülmemekte ve girişimciler için zorunlu duygusal desteklerden yoksun bırakılmaktadır.

Toplum içerisinde değişime uğrayan sosyal, ekonomik ve kültürel şartlara rağmen değişim göstermeyen “kadın olma hakikati” kadınların bütün topluma dayalı etkileşimlerinde belirleyici olmaktadır (Cici, 2013: 62). Bundan dolayı kadınlara ve kadınların iş hayatlarında değişime uğrayan rollerine bağlı olarak çalışmalar ve yayınlar anlamında da kadın ve kadın girişimciliği ile ilgili araştırmalar hızlı bir artış içerisine girmiştir.

Çelebi (1993: 37), kadın girişimci kavramını, pazar içerisinde kendi işine sahip, yalnız başına çalışan veya işçi çalıştıran, mal veya hizmet üretimi yaparak satışını gerçekleştiren, kredi kaynaklarını araştıran, işle alakalı sorunları giderebilen, yeni şartlara uyum sağlayabilen ve kendi alanında tecrübe sahibi olmak için çabalayan kadınlar şeklinde tanımlamaktadır (Şekerler, 2006: 32).

Ecevit (1993: 20) “girişimci kadın” tanımını şu maddeler çerçevesinde tarif etmiştir:

- a. Kadın girişimci, evin dışında bir yerde, kendi sektöründe kurduğu bir ya da daha fazla iş yerine sahip,

- b. Bu iş yeri içerisinde yalnız başına veya istihdamını sağladığı diğer insanlarla beraber çalışan ya da işin sahibi vasfıyla ortaklık ilişkisi içerisinde olan,
- c. Herhangi bir mal ya da hizmetin üretiminin yapılması işleyişini yürüterek, bu mal veya hizmetin dağıtımını, pazarlamasını ve satış işlemlerini gerçekleştiren ya da gerçekleştirilmesini sağlayan,
- d. İşle alakalı etkileşimde olunması gereken kişi, kurum, örgüt ya da kuruluşlar ile etkileşim içerisinde olan,
- e. İş süreçlerinin örgütlenmesi, ürün ya da hizmetlerin üretiminin planlanması, iş yerinin idare edilmesi, kapatılması veya işin gelişiminin sağlanması hususunda kendi karar alan, işinden kazandığı gelirin kullanım ve yatırım alanlarında söz sahibi olan kimsedir.

Bu maddeler ışığında kadın girişimci kavramı, kendi evi haricinde kendi adına veya ortak olmak suretiyle bir ya da daha fazla sayıda iş yerine sahip, bir mal ya da hizmetin üretiminin sağlanması, pazarlamasının yapılması ve bütün işletme etkinlikleriyle alakalı kararların alınması, yürütülmesi işlemlerini gerçekleştiren gerçek ve tüzel kişilerle kendi adına ilişki içerisinde olan ve işinden sağladığı kazanç üzerinde söz sahibi olan kişi şeklinde tanımlamak mümkündür (İlter, 2008: 70).

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), görüş ve sermayesini harmanlayarak yeni bir şirket kurulumu yapan ve kendisi haricinde istihdam meydana getiren kadınları girişimci kadınlar olarak ifade etmenin dışında, işsiz ve fakir kadınların en gelirlerinde artış meydana getirecek etkinlikleri ve mikro kredileri içeren bir şemsiye tanımını gerçekleştirmiştir (TÜSİAD ve KAGİDER, 2008: 12). Bununla birlikte Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı'nda (2015-2018) sermaye sahipliği ile ilişkilendirerek kadın girişimciyi, tek başına veya en az %30 payla bir işletmenin sahibi olan kadın ve potansiyel kadın olarak tanımlanmaktadır.

Kadınların Türkiye'de girişimcilik faaliyetleri temelde yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik olarak geliştirilen kadınların kendi başlarına küçük iş yeri kurma girişimlerine dayanmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe ağırlıklı olarak kendisini hissettiren kadın girişimciler, göreceli olarak küçük, az bir kuruluş sermayesi ile işe başlamaya imkân veren ve düşük gelirli işlerde yoğunlaşmıştır (Demircioğlu, 2010: 32).

Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artmış olması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye'de özellikle başvuru işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının

son derece zayıf olması, zorunlu olarak kadınları kendi işinde çalışmaya sevk etmiştir (Tamer, 2013: 651).

2.4. KADIN GİRİŞİMCİLİK TİPLERİ

Kadın girişimciliği kavramı çeşitlere ayrılırken dört farklı kavramın etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Bahsi geçen kavramlar, kadın girişimcilerin cinsiyet rolüne olan bağlılıkları ve işletimini yaptıkları kurum ile cinsiyet rollerinin bağdaşıyor olması şeklinde birincil bir çeşitlendirme olarak kabul edilmektedir. İkinci olarak ise kadın davranışlarının girişimcilik kavramına farklı bir eğilim ile etki etmesi ve kadınların girişim etkinlikleri içerisinde olmaya başlaması ile toplumlarda ekonomik değişimlerin daha net duruma gelmesi şeklinde ifade edilmektedir. Üçüncü kavram, ifade edilen kadın girişimciliği türünde kadının işletme sahibi olup olmadığıdır. Son olarak ise girişimin belirli bir süreç sonunda gerçekleştiği dikkate alınarak kadın girişimcilerin girişim yapısı içerisine ne zaman dahil olduğu ve bu dahil olma olgusu ile girişimin ne boyutta gelişme göstereceği şeklinde açıklanmaktadır (Goffee ve Scase, 1992: 64).

2.4.1. Geleneksel Kadın Girişimci Tipi

Geleneksel kadın girişimci, işi ile ailesi arasındaki dengeyi muhafaza etmek için çabalayan girişimci türüdür. Çoğunlukla iş yaşamlarında yüksek seviyede başarı hedeflememektedirler. Bu tür kadın girişimciler, aile olmadan öncesinde iş hayatlarındaki mesleklerini aile ekonomilerine katkıda bulunmak maksadıyla devam ettirirler. Örnek vermek gerekirse, kuaför salonu, ev yemekleri lokantası, butik otel işletimi gibi işler verilebilmektedir. Bu tür kadınların risk almak istemedikleri gözlemlenmektedir. Bunun sebebi de ailelerini koruma içgüdüğü ve gelecek kuşaklarına kendilerinden bir iz bırakma düşüncesidir (Goffee ve Scase, 1992: 37).

2.4.2. Evcimen Kadın Girişimci Tipi

Evcimen kadın girişimciler, geleneksel cinsiyet rollerini iş hayatlarından üstün konumda tutan ve hangi şartlarda olursa olsun işleri ile aileleri arasında olan dengeyi asla iş odaklı yönetmeyen, yalnızca boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla çalışan girişimci türü olarak ifade edilmektedir. Yaşamları süresince yalnızca ailelerine ekonomik açıdan katkı sağlamak maksadıyla kısa vadeli pratik işlere odaklanmaktadırlar. Örneğin; el sanatları işçiliği, terzilik ve temizlik işleri gibi. Bu tip girişimcilik daha ziyade kadınların cinsiyetleri ile elde ettikleri

ve el kabiliyetleri ile geliştirdikleri yeteneklerinden meydana gelen işlerdir (Goffee ve Scase, 1992: 38).

2.4.3. Yenilikçi Kadın Girişimci Tipi

Yenilikçi kadın girişimci tipi, cinsiyet rolünden bağımsızlaşarak iş hayatındaki karşı cinsleri ile eş değerde işler yapabileceklerini kanıtlayan girişimcilik tipidir. Bu girişimcilik tipi çoğunlukla öğrenim yaşamındaki eşitliğin hayat içerisinde geçerli duruma gelmesiyle meydana gelmiştir. Eğitimde yaşanan gelişmeler erkek ve kadınların eşit koşullarda iş yaşamında bulunabileceğini ortaya çıkarmıştır. Örneğin; ekonomi, eğitim, güvenlik, endüstri, turizm gibi ekonomiye katkı sağlayan sektörler bu tip girişimciliğe dahildir. Kadınların bu sektörler içerisinde aktif olması ve zaman içerisinde girişimci kadınların bu sektörlerde varlığını ispatlamak suretiyle büyümeleri, eğitimi olan pek çok kadına ilham kaynağı olmuştur. Kaldı ki günümüzde kadınların erkeklere göre pek çok sektörde daha fazla istihdam için arandığı gözlemlenmektedir (Goffee ve Scase, 1992: 39).

2.4.4. Feminist Kadın Girişimci Tipi

Feminist kadın girişimci tipi, kadınların iş yaşamında maruz kaldığı iyi olmayan şartlara şahitlik etmiş ya da fısıltı yoluyla yayılan şartları değiştirmek maksatlı iş ve aile dengesini önemsemeyerek kendi cinslerinin korunması ve gelişmelerine ilişkin çalışan kadınları kapsamaktadır. Bu girişimcilik tipi etkinlikleri daha ziyade sosyal değerler üzerine meydana gelmiştir. Örneğin; derneklerde yürütölen faaliyetler, yazarlık, gazetecilik gibi işler bu tip girişimlerdir. Ancak yalnızca bu örnekler il kalmayarak iletişim araçlarının gelişim göştermesi ve teknoloji kullanımının yayılmasıyla beraber kadınlar kendi aralarında bir ağ meydana getirmeye başlamışlardır. Dolayısıyla birbirlerini daha yakından tanımak suretiyle küçük ortaklıklar gerçekleştirmişlerdir. Bu hususta, küçük imalat atölyeleri, pazarcılık, seracılık ve organizasyon işleri örnek teşkil etmektedir (Goffee ve Scase, 1992: 40).

2.5. KADIN GİRİşİMCİLİğİNİN ÖNEMİ

Geldiğimiz noktada hem sosyal hem teknolojik hem de sanayiye dayalı yaşanan gelişmeler daha çok sayıda kadının iş yaşamında yer bulmasını sağlamaktadır. Bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler dolayısıyla bilgiye erişmenin kolay hale gelmesi ve eğitim alan kadınların sayısında artış olması, kadınların iş hayatının pek çok alanında yer edinmesini sağlamıştır (Özyılmaz, 2016: 40). Bu anlamda girişimcilik de kadınlar için cazip bir kariyer alanına dönmüştür.

Küresel Girişimcilik Monitörü'nün (GEM) 2014 yılında Türkiye'de yaptığı bir araştırmaya göre, girişimci olmak isteyenlerin bu düşüncesini tetikleyen faktörler öncelikle ihtiyaçlar daha sonra fırsatlar olarak şekillenmektedir. Sonuçlara göre, "Türkiye'de fırsatları değerlendirmek için girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin yüzdesi 2013'te % 60,8 iken 2014'te % 34,7'ye düşmüştür. İşsizlik veya ihtiyaçtan dolayı fırsatları değerlendirmek isteyen girişimcilerin oranı bir önceki yıla göre % 8,1'den 2014'te % 42,5'e yükselmiştir. Bununla birlikte, çalışmayan kişilerin mecburiyetten dolayı iş olanaklarını değerlendirip girişimcilik faaliyetine katılım oranı % 6'dan % 31,6'ya çıkmıştır". Bu söyleminden hareketle girişimciliği fırsat girişimciliği ve ihtiyaç girişimciliği olmak üzere 2'ye ayırmaktadır. Piyasada bulunan fırsatların farkına vararak veya oluşabilecek fırsatları öngörerek, hali hazırda bulunan bir mal ya da hizmeti piyasaya dahil etmek, fırsat girişimciliğini ifade etmektedir (Küçük, 2017: 53). Diğer taraftan ihtiyaç girişimciliği ise, kişilerin mevcut ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu yönde giderilmesi için teşebbüste bulunmaktır. Diğer bir deyişle kişi mecburiyetten veya ihtiyaçtan ötürü girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadır.

Kadınları girişimci olmaya iten nedenler arasında öncelikle ihtiyaç daha sonra fırsat motivasyonu etkili olmaktadır. Araştırmanın da (GEM - 2014) değindiği üzere, kişilerin girişimci olma niyetleri artarken bu artışın arkasında yatan neden öncelikle ihtiyaçtan doğmaktadır. Dolayısıyla kadın girişimci sayısının bu iki boyut etrafında şekillenerek artması, girişimciliğin istihdam açısından önemine dikkat çekmektedir.

Kadın girişimcilerin sayısında artış yaşanması, istihdam meydana getirmek, kişisel ve toplumsal refah seviyesini arttırmak gibi ekonomiye ve topluma fayda sağlayan tesirlerin olacağı bilinen bir durumdur. Bir ülke içerisinde kadın girişimciliğinin noksan olması yalnızca kadınların finansal vasıflarına değil aynı zamanda ülkenin finansal kalkınmasına da negatif yönde etki edecektir (İlter, 2008: 82).

Kadınların girişimci potansiyellerinin fark edilmesi ve ele alınması iki yönden mühim bir durumdur. Bunun ilki, yeni istihdam imkanları oluşturularak ekonomiye katkıda bulunulması; ikincisi ise kadınların toplumda edindikleri rol ve statülerinin kuvvetlenmesini sağlamaktır (İlter, 2008: 84).

Kadınların toplumsal ve ekonomik yaşama girişimcilik aracılığıyla katılımı bu anlamda önem arz etmektedir. Kadınların şirket kurmaları ve şirketi geliştirmeleri, karşılıklarına çıkabilecek engelleri kaldırılmalarını ve kadın işletme sahipleri bakımından eşit ortam meydana getirilmesi, kuvvetli bir girişimcilik görüşü bakımından önem taşımaktadır ve milli

büyüme stratejileri içerisinde mühim bir yere sahiptir (Özyılmaz, 2016: 41). Kadın girişimciler, girişimcilik faaliyetleri süresince yeni alanlar yaratmakta ve bilgiye dayalı ekonominin önemli aktörleri olarak toplumda yer almaktadırlar. Kadınların çalışma hayatına katılmaları, toplumda kadının konumunu güçlendirerek, ülkenin gelişmişlik düzeyine olumlu katkı sağlamak ve adaletsiz gelir dağılımını önlemeye yardımcı olmaktadır.

Kadınların girişimci olması, çalışma biçimine kıyasla bireysel anlamda onlara daha fazla özerklik, özgür hareket etme, kısa ve uzun vadeli planlar yapma, sosyal ağlar yaratma ve sürdürme, iş hayatında edinilen tecrübeleri verimli kanallara aktarma gibi pek çok açıdan fayda sağlamaktadır.

Girişimci kadınlar, kurumsal bağlamda ülke ekonomisine katkı sağlamak, istihdama fayda sağlamak, vergi ödemekte, aile refah seviyesinin artmasını sağlamak, çocuklarının eğitim seviyelerin yükseltmekte, nüfus planlamalarına katkıda bulunmakta ve en önemlisi girişimcilik isteği olan diğer kadınlara rol model teşkil etmektedirler (Öztürk, 2016: 38).

Kadın girişimciliği, finansal ve toplumsal yaşama mühim fayda ve fırsatlar kazandırmakla beraber, ülke ekonomisinin gelişmesi için oluşabilecek girişimcilik etkinlikleriyle birlikte kaldıraç kuvveti meydana getirmektedir (Öztürk, 2016: 38). Diğer bir deyişle, kadın girişimciler ekonomik gelişmenin ve büyümenin önemli bir kaynağını oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla kadınlar toplumdaki işyerlerinin, iş ağlarının, finansal kurumların ve bunların dışında sosyal ve kültürel değerlerin yeniden şekillenmesine yol açarak, yoksullukla mücadelede önemli bir etkiye sahiptirler.

Ekonomik ve sosyal gelişmeler kadınların ilerlemesi ile yakından ilişkilidir. Kadınların gelişmiş olduğu ülkelerde ekonomik büyüme genellikle istikrarlı olmuştur. Buna karşılık kadınların kısıtlandığı ülkelerde ekonomiler durgunluk içindedir (Keskin, 2013: 96). Hiçbir dönüşüm ve gelişim kadınların potansiyelinden faydalanılmadığı sürece mümkün değildir. Bu nedenle ülkelerin sosyoekonomik gelişimi açısından kentsel alandaki kadınların yanı sıra kırsal alandaki kadınlar için de fırsatlar yaratmak çok önemlidir. Güçlenmiş kadın girişimcilerin, aile, toplum ve sosyokültürel değerler açısından önemi oldukça fazladır. Dolayısıyla kadının güçlenmesi azalan cinsiyet eşitsizliği, azalan yoksulluk ve artan sürdürülebilir büyümeye katkılar sağlaması bakımından önemlidir. Ayrıca kadın girişimciler ayırt edici özellikleri nedeniyle girişimcilik faaliyetlerinin ve ekonomik performansın çeşitliliğine katkıda bulunmaktadır. Mal ve hizmet üretimi açısından kadın girişimcilerin niş pazarlarda da faaliyet gösterme eğilimleri söz konusudur (Keskin, 2013: 97). Zamanla

değişen ve gelişen tüketici talepleri doğrultusunda niş pazarlar daha fazla dikkat çekmektedir.

Özetle, teknolojik ve endüstriyel gelişmeler sayesinde her geçen gün daha fazla kadın kendi işini kurmak istemektedir. Önceki çalışmalar (Göküş vd., 2013: 37; Demir, 2015: 43; Tamer, 2013: 29; Şekerler, 2006: 31) kadınların yerel, ulusal ve küresel ekonomilerin büyümesine katkıda bulunacak girişimci potansiyeline sahip olduğuna dikkat çekmektedir. Özellikle kadın iş gücü potansiyeli göz önüne alındığında, kadın girişimciliği dünya çapında ekonomik büyüme ve gelişme için önemli bir potansiyele sahip olmaktadır.

2.6. KADINLARI GİRİŞİMCİLİĞE YÖNLENDİREN ETKENLER

Toplumumuzdaki kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon faktörleri ve girişimciliğe yönlendirilen etkenlerinin birbiriyle tamamen benzer olduğunu söylemek mümkün olamamaktadır. Kadınların uyum süreci, toplumun sahip olduğu dinamikler ve iş hayatında karşı karşıya geldikleri problemler ya da engeller, kadınların girişimci olma sebeplerini erkeklere oranla farklı bir duruma götürmektedir (Özdemir, 2010: 121).

Kadınların girişimci olmasını sağlayan unsurlar, düşük seviyeli gelir, hali hazırda yapılan işin memnuniyetsizlik oluşturmaması, iş olanaklarının yeterli olmaması, yoğun çalışma saatleri, cinsiyetin iş hayatında yükselmeye negatif tesiri, gelir eşitsizliği, mesleki ayırım, cam tavan sendromu gibi mecburiyetten kaynaklanan sorunlardır (Öztürk, 2016: 37). Ayrıca tüm dünyada oluşan negatif konjonktürel şartlar, yüksek seviyedeki işsizlik ve boşanma rakamları da kadınların girişimci olmasına neden olmaktadır.

Kadınların girişimci olması hususunda etkili olan unsurlar; özgün olma isteği, kendine yetebilme, kuvvetli olma, kazanç sağlama, bağımsızlık, sosyal statü, girişimci ruhu ve isteği gibi kendini gerçekleştirme gereksinimi neticesinde meydana gelen unsurlardır (Öztürk, 2016: 38). Ek olarak devletin sağladığı teşvikler, aile ya da yakın çevrede bulunan başarılı rol modeller kadınların girişimci olmaları konusunda pozitif etkiler sağlayan unsurlar arasında bulunmaktadır.

Kadın girişimciliği konusunda gerçekleştirilen araştırmalardan çoğunun müşterek noktası iş yaşamında girişimci olmalarını sağlayan unsurun maddi faktörler olmasıdır. Fakat bütün bu maddi faktörlere ek olarak finansal açıdan bağımsız olma arzusu, şahsi ve ailevi sorumlulukları dengeleyebileceklerini kendi çevrelerine kanıtlama güdüsü ve esneklik kadın girişimciliğine etki eden unsurlar şeklinde belirtilmektedir (Eryılmaz, 2014: 29).

Tekin (2005: 37), genel olarak kadınları girişimci olmaya yönlendiren başlıca faktörleri şu şekilde sıralamaktadır:

- a. Kadınların kendilerine yetebilme arzusu,
- b. Herhangi bir iş fırsatını ya da hayallerini gerçekleştirebilme arzusu,
- c. Kadınların başarma gereksinimi ve güdüsü,
- d. Kadınların bağımsız çalışma istekleri,
- e. Kadınların ailelerinden miras ya da farklı bir yolla intikal eden bir iş yeri ya da şirketinin bulunması,
- f. Kadınların herhangi bir meslekle ilgili sahip oldukları bilgi ya da diploma sahibi olarak sahipleri oldukları işyerlerinde bağımsız çalışma arzuları,
- g. Aile içerisinde yalnızca bir bireyin çalışması neticesinde bir gelir ile geçinmenin zorluğu,
- h. Kadınlar için ücret ödenen iş olanaklarının az olması ya da çalışmak amacıyla alternatif bulamamaları,
- i. Şahsi ön yargı, yanlış davranış ve tutumlar sebebiyle kimi iş alanlarında erkeklere istihdamda öncelik tanınması,
- j. Ev içerisindeki geleneksel sorumlulukların çokluğu ve çocuk bakımevlerinin yeterli olmaması gibi sebeplerin kadınları evde gerçekleştirilen girişimciliğe (tekstil, elsanatları, halı vb.) yönlendirmesi,
- k. Esnek çalışma saatlerinin olması,
- l. Aile gelirine katkıda bulunmak, daha iyi hayat sürme ve yüksek sosyal statü arzusu vb.

Kadınların kendi işlerini kurmak istemelerinde ekonomik olmayan boyutlar erkeklere göre daha ön plandadır. Buradan hareketle kadın girişimcilerin kârdan çok sosyal itibar ve toplumsal statüye önem verdiğini ortaya çıkaran çalışmalar (Soysal, 2010: 37; Yetim, 2002: 46) mevcuttur. Dolayısıyla çoğu kadın girişimci için yüksek finansal kazançlar elde etmekten ziyade, kendileri ve aileleri için geçerli düzeyde gelir elde etmek yeterli olmaktadır (Keskin, 2017: 69)

2.7. KADIN İSTİHDAMI VE GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ

Kadınların istihdamı ve iş gücüne katılmaları hem kendi ekonomik özgürlüklerini kazanmaları hem de ülkede üretime katkıları bağlamında önemli bir konudur. Ancak kadın istihdamının mevcut durumu, emek piyasasına taşınan geleneksel cinsiyet temelli iş bölümlerinin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman içinde sanayi devriminin getirmiş olduğu gelişme ve değişme ile birlikte, geleneksel cinsiyet rolleri yeniden şekillenmiş ve kadınların çalışma hayatına katılımında artış olmuştur. Ancak yeniden şekillenen cinsiyet esaslı iş bölümü ile birlikte kadın hem ev hem de iş yeri açısından iki sorumluluğu aynı anda yüklenmektedir.

Ülkemizde kadınların iş gücüne katılım seviyelerinin düşük olması, iş gücü pazarındaki talep unsurlarından, sosyal değerlere, toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili ideolojilerden aileye kadar birçok farklı değişken ile açıklanabilmektedir. Kandiyoti (1982: 90) bu durumu, mavi yaka ile çalışan aile reisinin düzenli maaşı ile kadınların genç yaşta evlenmesi, okul öncesi çocukların rakamsal olarak fazla olması, kreş sayısının fazla olması ve kadının hısımlarından yeterli düzeyde destek görememesi gibi unsurlarla açıklamaktadır. Bundan dolayı kadınların iş gücüne katılım oranlarının düşük olması hem kadınların gerçekleştirebileceklerinin önünde engel oluşturmakta hem de sosyal anlamda kalkınmanın sağlanmasını olanaksız duruma getirmektedir (Dirik, 2016: 11).

Kadınların iş gücüne düşük katılımı, kültürel ve ekonomik anlamda kadınların çalışmasına verilen düşük değeri yansıttığı için ve ayrıca kadınların elde ettikleri gelir ailenin geçimi için zaruri olsa dâhi yaptıkları çıktı olarak değerlendirilmemektedir. Bütün bu nedenler kadınların katkılarını görünmez hale getirmekte ve resmi verilerde yeterince temsil edilememektedir.

Diğer taraftan günümüz çalışma hayatında ise pek çok engelle karşılaşan kadınlar, ötesine geçemedikleri bir “cam tavan”ın altında çalışmak zorunda kalmaktadır. Türkiye’de çalışma hayatında yer alan kadınların cam tavan sendromuna mâruz kalmaları, onları kendi işlerini kurma fikrine yöneltmekte etkili olmaktadır. Cam tavan; “kadınların çalışma hayatında belirli seviyede birtakım engellere takılması anlamına gelmekte ki, cam tavan kullanımıyla kastedilen karşılaşılan sorunların belirsizliğidir” (Aydın ve Çam, 2016: 239). Literatürde cam tavan kavramının temeli, “cinsiyet temelli engeller” olarak görülmektedir. Bu engeller, toplumsal rollerden kaynaklandığı gibi mesleki cinsiyet ayrımı olarak cinsiyet rollerinin iş yaşamına yansıması açısından etkisini göstermektedir. Bu anlamda kadınlar, feminize olmuş

işlerde yoğunlaşarak yatay bir mesleki ayrım ve erkeklerden daha düşük iş kollarını tercih ederek de dikey bir mesleki ayrım sergilemektedirler. Fakat dezavantajlı tarafı itibarıyla buna benzer meslek grupları zaman içerisinde ücret ve statü kaybı yaşamakta, kadınların ve kadın yöneticilerin genellikle yer aldığı sektörlerde de erkekler daha yüksek konumlara gelmektedirler. Bundan dolayı cinsiyete dayalı davranış ve iletişim stilleri, mentorluk ve şirket içi informal etkileşim ağlarının erkeklerin gelişimleri ve yükselmeleri bakımından daha uygun olması, kadınların bu informal ağların dışında bırakılması ya da bu ağların erkeklere has olarak görülmesi gibi birçok engel gösterilebilmektedir (Aydın ve Çam, 2016: 239).

Kadınlara yönelik tüm bu engelleri ortadan kaldırmalarının en iyi yolu, kadınların sosyal statülerini artırmalarını ve ekonomik yaşamda daha çok yer edinmelerini sağlamaktır. Ekonomik ve sosyal hayatta kadın statüsünü yükseltmenin çaresi, tüm insanların kendi kişisel yeteneklerini geliştirmekte özgür olduklarını belirleyen toplumsal cinsiyet eşitliğinin olduğu bir toplum inşa etmektir.

Kadınların istihdama katılım seviyesini arttırmak, gelişimini tamamlamış ülkelerin de öncelikleri arasında yer almaktadır. Avrupa Birliği'nin (AB) krizden sıyrılmak ve ekonomiyi gelecek senelerde gelişmelere hazır hale getirmek maksadıyla hazırlamış olduğu strateji raporunda da büyümeye etki edecek unsurlar arasında, iş gücüne katılımı arttırmak ve iş gücünün yeteneklerini kuvvetlendirmek yoluyla, kadınlar ve gençlere yoğunlaşarak nüfusun çoğunluğunun ekonomiye kazandırılması hedeflenmiştir (Demir, 2015: 34). Ülkemizde de buna benzer stratejilere eğilim gösterildiği, 2014-2018 Onuncu Kalkınma Planı içerisinde belirtilmiştir. 2014-2018 yıllarını kapsayan Onuncu Kalkınma Planı'nda kadınların iş yaşamında ne kadar önemli olduğunun altı çizilmiş, amaç ve stratejiler bu kapsamda meydana getirilmiştir. Bahsi geçen plan içerisinde, iş gücü piyasasının etkinleştirilmesi programı çerçevesinde kadınların istihdama katılım seviyesinin artırılması amaçlanmakta ve bu hedefle;

- a. Kadınları ilgilendiren istihdam teşviklerinin etkin hale getirilmesi,
- b. Çocuklara, hasta ve yaşlılara bakım hizmetlerinin yaygın hale getirilmesi,
- c. Kadın girişimcilere özgü destek programı oluşturulması öngörülmüştür (Onuncu Kalkınma Planı, 2014-2018: 19).

Tüm bu öngörüler dâhilinde günümüz Türkiye'sinde girişimcilik kavramı, kamu ve özel sektör içerisinde ücretli istihdam oluşturarak eşit rakamda kadın ve erkek istihdam etmek

yerine kadınların kendilerine özel çalışmalarının teşvik edilmesi amacıyla uygulanan stratejiler şekillendirilerek birçok girişimcilik kursu, hibe ve kredi destekleri meydana getirilmiştir. Bu çerçevede kadın sadece belirli bir işin uygulayıcısı ya da birçok alanda iş gücü ile görev yapan emekçi olarak değil bunlara ek olarak bir girişimci sıfatıyla da varlığını kanıtlamıştır (Demir, 2015: 42).

Kadın girişimciliği son zamanlarda daha çok istihdam avantajı ve aileler bakımından bir gelir kaynağı olarak görülmektedir. Ülkemizde kadınların girişimci olmak suretiyle iş yaşamına dahil edilmesiyle, kadın girişimcilerin kendileri ve istihdam sağladıkları işçileri için iş fırsatı yaratmaları ve çalışma hayatında daha faal ve etkin bir durumda yer almaları; toplum içerisindeki yerlerinin kuvvetlenmesine, toplumların gelişimlerine katkıda sağlamalarına ve gelir dağılımındaki eşitsizliklerin giderilmesine ilişkin birçok katkı unsuru haline gelmiştir (Özyılmaz, 2016: 39).

Gelir elde etme ve ekonomik kuvvetlenme bakımından çeşitli yollara olanak sağlayan kadın girişimciliği genel itibariyle istihdam olanaklarının arttırılmasını ve özel sektörün gelişmesini sağlamaktadır. Buradan hareketle kadınların yönetimindeki işletmeler KOBİ sektöründe önemli bir istihdam kaynağı olduğundan, yaklaşık kırk sekiz milyon kadın girişimci ve atmış dört milyon kadın işveren, şirketlerinde bir veya daha fazla çalışana istihdam sağlamaktadır (Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Stratejisi, 2016-2020: 15).

Finansman sağlama ve nitelikli danışmanlık hizmetleriyle kadınların yönettiği şirketlere yeterli düzeyde destek verilmesi, kadın istihdamını niteliksiz ve az etkinliğe sahip işlerden daha fazla katma değeri olan sektörlerle yönlendirerek, kadınların daha etkin bir role sahip olmalarına yardımcı olmaktadır. Doğru finansman çeşitlerine ulaşma, kadınların yönettiği şirketlerin büyümesine ve (mevcutta yoğunlukta olan emek yoğun sektörlerle değil) sermayenin yoğun olduğu sektörlerle yatırım gerçekleştirilmesine katkı sağlamakta ve bu sayede kadınların emek yoğun, düşük verimlilik düzeyindeki mesleklerden sermayenin yoğun olduğu, katma değeri yüksek sektörlerle geçiş sağlamalarına olanak tanımaktadır (Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Stratejisi, 2016-2020: 16).

Orta Vadeli Program içerisinde bulunan özel strateji gereksinimi doğuran toplulukların istihdam edilmesi konusunda öncelikler kadınların iş yaşamına dahil olmaları maksadıyla bakım hizmetlerinin desteklenmesine yönelik altyapılar güçlendirilmektedir. Bu anlamda

özellikle kadınların iş gücüne dahil edilmesini kolay hale getirmek için mevzuattaki esnek çalışma şekillerinin uygulamaya konulması sağlanmaktadır (OVP, 2018-2020: 8).

KOBİ ve girişimcilikle ilgili desteklerin verilmesi konusunda yenilik, etkinlik ve iş gücüne katılımın artması, büyüme, müşterek iş yapma gibi unsurlara ek olarak kadın, genç girişimcilik ve sosyal girişimcilik de öncelikli hale getirilmiştir. Bu bakımdan temalara dayalı ve genel destekler başlığı altında, kadın girişimciliği, eko girişimcilik, sosyal girişimcilik, genç girişimcilik, yenilikçi girişimcilik, global girişimcilik gibi önemli ve tematik alanlarda ve genel olarak devam ettirilmesi mümkün destek mekanizmasının geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi mümkün kılınmıştır (KOSGEB Faaliyet Raporu, 2017: 9).

Kadın girişimciliğinin desteklenmesi yönünde önemli katkılar sağlayan Ulusal İstihdam Stratejisi kapsamında; KOSGEB, İŞKUR, Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı ve Sivil Toplum Kuruluşları iş birliği ile kadın girişimciliği desteklenen ve özendirilen bir alan olmaktadır. Kadınların girişimcilik yapmasına destek vermek maksadıyla girişimcilikle ilgili eğitimler, kooperatifleşme ve mikro kredi uygulamalarının gelişim göstermesine katkıda bulunmaktadır. Öte yandan farklı tarım alanlarında emek veren kadınlar olacak şekilde kadın girişimciliğine destek olmak maksadıyla eğitimler verilerek finansal kaynaklara erişim hakkında bilgilendirme ve yönlendirme hizmetleri sağlanmaktadır (ÜİS, 2014-2023: 12).

Girişimciliğin iktisadi boyutu açısından bakıldığında ise, üretimin bir neticesi olarak iş gücüne katılımın arttırılmasında girişimci kişilerin mühim katkıları mevcuttur. Dolayısıyla insanların gereksinimlerini karşılamak için üretim unsurlarını (emek, sermaye ve doğal kaynakları) harmanlayarak mal ve hizmet üretmek için gayret eden girişimci, emeği de bir unsur olarak ele almakta, emekten faydalanma ve buna karşılık olarak emeğe atfedilen değerden bir pay ayırmaktadır.

Türkiye’de yaşanan ekonomik krizler nedeniyle işsizlik oranlarının (TÜİK) artması nedeniyle, son yıllarda girişimcilik faaliyetleri artırılarak, istihdam sağlanmaya çalışılmaktadır. Kadın girişimciliğine maddi ve manevi destekler sağlandığı takdirde, atıl durumda olan iş gücü potansiyelinin harekete geçirilmesi söz konusu olabilir. Türkiye gibi ekonomik önceliği yeni istihdam yaratmak olan bir ülkede, kadın girişimciliği dünyada olduğu gibi, alternatif bir istihdam biçimi olarak önem kazanmaktadır (Keskin, 2013: 118). Kadın girişimciliği, kadın istihdamının önemli bir parçası olarak ele alınması gerektiği gibi, kadın istihdamına teşvik etmek adına tek çözüm olarak da sunulmamalıdır. Ancak girişimsel

ekonomilerin daha az işsizliğe yol açtığı da unutulmamalı ve kadın girişimciliğinin işsizlikle mücadeleye katkı yaptığı gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır.

2.8. KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Girişimcilerin girişimcilik hayatı süresince birçok sorunla karşı karşıya kaldığı bilinen bir gerçektir. Ancak kadın ve erkek girişimciler arasındaki bazı önemli farklılıklar nedeniyle kadınların belirli zorluklarla karşı karşıya kaldıkları bilinmektedir. Bu farklılıklar, karar verme biçimleri, risk toleransı, iş için hedefler, işletmenin finansmanı, yönetim tarzları, ağ oluşturma yeteneği ve motivasyonlar çerçevesinde şekillenmektedir.

Kadınların şirket kurmaları ve kurdukları ileri geliştirmeleri, karşılaştıkları engellerin yok edilmesi ve kadın işletme sahipleri için adil alanlar oluşturulması, kuvvetli bir girişimcilik sektörü bakımından oldukça önemlidir. 1980’li senelerden bugüne kadın girişimcileri araştıran çalışmalar neticesinde gelişmiş ve gelişmeye devam eden ülkelerin neredeyse tamamında kadınlar, genellikle girişimci problemlerine ek olarak cinsiyetleri dolayısıyla erkeklere göre daha fazla problemle karşı karşıya kalmaktadırlar (Onay, 2013: 42). Bu problemler, kadınların kendilerinden veya çevrelerinden kaynaklı bazı eksiklikler ya da toplumsal ön yargılardan doğabildiği gibi devlet, sektör, yasalar veya politikalarla ilişkili sorunlardan da doğabilmektedir. Bu kısımda, bahsettiğimiz bu sorunlar, toplumsal ve kültürel boyuttan başlayarak girişimcilikle ilişkilendirilebilecek boyuta doğru detaylı bir şekilde sunulmaktadır.

2.8.1. Tecrübe Eksikliği

Kadın girişimcilerin sıklıkla karşılaştığı sorunlar içerisinde girişimcilik sürecinde gerekli eğitimlerden yoksun olmak yer almaktadır. Kadın girişimcilerin işletme faaliyetleri sırasında yaşadıkları tecrübe eksikliği, ticari faaliyetlerini sekteye uğratan önemli faktörlerden biri olmaktadır. Kadınların çalışma yaşamında yeterli düzeyde tecrübeli olmamaları, çaylaklık ve mesleki eğitimlerden uzak tutulmaları kadınların kabiliyet edinimlerine engel olmakta ya da süresini uzatmaktadır (Özyılmaz, 2016: 54). Kadınların eğitim eksiklikleri günümüz şartlarında azalmaya başlasa da, ticari hayattaki tecrübe ve bilgi eksikliği, kadınların sosyal iletişim ağına dâhil olamamalarına neden olmakta ve bu durum kadın girişimcilerin gerek müşterileri ile olan bireysel ilişkilerine gerekse firmalarla olan ticari ilişkilerine yansımaktadır.

Kadınların girişimci olma konusunda deneyim noksanlığı yaşaması halinde, toplumun geleneksel rol dağılımı neticesinde iş hayatında yeterli düzeyde konumlanamamalarına bağlanmaktadır. Girişimcilerin deneyimli olmaları kurdukları işin başarı sağlamasına etki eden en mühim faktörlerden bir tanesi olmakla birlikte girişimcilerin sahip oldukları ticari deneyim ve idari deneyim, girişimcilikleri süresince karşı karşıya kalınan problemlerin giderilmesinde ve iş performanslarını, verimliliklerini arttırmaları hususunda önemli bir faktör olmaktadır.

Özyılmaz (2016: 56), kadın girişimcilerin erkeklere göre daha deneyimsiz olmaları hususundan hareketle, şirket etkinlikleri esnasında kadın girişimcilerin daha çok problemle karşılaşması halinde bu problemleri gidermelerinin daha uzun süreceğini ifade etmektedir. Şekerler ise (2006: 53) kadın girişimcilerin, şirketin kuruluşu esnasında deneyimsizlikleri dolayısıyla resmi kuruluşlar ile olan iletişimlerinde erkeklere göre daha fazla sorunla karşılaşacaklarını ve bürokrasiye dayalı engelleri zorluklar ile aşabileceklerini ifade etmektedir. Fazla sorun yaşamakta ve bürokratik engelleri daha zor aşmaktadırlar.

2.8.2. Güven Eksikliği

Kendine güvenme kişinin kendini tanıma ve kendini sevip sevmeme derecesini göstermektedir. Aşırı güven ise, kişiliğin ya da sosyal yapının bir sonucu olarak kazanılmakta ve bireysel veya kurumsal ilişkilerde işletmeyi etkileyebilmektedir. Kendine güven duygusu, kadın girişimcilerin çalışma hayatında başarılı olabilmelerini sağlayan bir unsurdur. Dolayısıyla, kendine güvenen bir kadın girişimci güçlü rakipleri karşısında başarılı olacaktır. Buradan hareketle eğitim imkânları, kamusal destek politikaları, aile ve eş tarafından artan destek kanalları ve kadının toplumsal yapı içerisindeki şekillenen rolü kadın girişimcilerin öz güvenlerini artırıcı bir etki yaratmaktadır (Cici, 2013: 46). Brindley'in (2005: 38) çalışmasına göre, "kendine güveni yüksek olan girişimciler karşılaştıkları engelleri yenmede daha az sıkıntı yaşamaktadırlar".

Gökakın (2000: 34), gerçekleştirdiği araştırmada kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldıkları problemlerin başında, otorite problemleri ve güvensizlik unsurlarının geldiğini saptamıştır. Yapmış olduğu araştırmada, "kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların başında, otorite sorunu ve güvensizlik geldiği belirlenmiştir". Gerek çalışanlar, gerekse müşteriler toplumdaki kadın girişimcilere güvenmekte zorlanmaktadırlar. Kadınların yaşları ilerledikçe ve ticari hayatta bilgi ve tecrübe elde ettikçe kurumsal kimliğinin güvenilirliği artmaktadır. Güvensizlik bakımından kadınların konumuyla alakalı farklı bir araştırmada ise finansman

sağlayan kurumların kredi maksadıyla başvuruda bulunan girişimci kadınlara erkeklere göre sıcak bakmadıkları belirtilmiştir (Soysal, 2010: 53). Benzer şekilde gerçekleştirilen araştırma neticesinde, kadın girişimcilerin işleri dolayısıyla iletişim kurdukları erkeklerin, ilk senelerde kadınlara güven duymadıkları ifade edilmiştir. Kadınlara güvenme konusunda destek sağlayacak kişilerin azalması dolayısıyla kadınlar girişim gerçekleştirmekte çekince duymakta ve cesaretlerini toplayamamaktadırlar. Bu sebeplerden dolayı kadınlar girişimcilikleri çerçevesinde kurumsal kredi olanaklarını kullanmak yerine küçük bir kaynakla küçük bir başlangıç yapmayı tercih etmektedirler (Onay, 2013: 39). Bu durumda kadınların kendi çevresinde güvendikleri yakın akrabalar, eş ve aile fertleri hem maddi hem de manevi anlamda etkili olmaktadır.

2.8.3. Bilgi Eksikliği/Eğitim Düzeyinin Düşük Olması

Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar, ancak eğitim düzeylerini yükseltmeleri, bilgi ve becerilerini artırabilmeleri halinde çoğunlukla erkeklerin egemen olduğu çalışma hayatında kendilerine yer edinebilmektedirler. Buradan hareketle kadınların emek piyasasına eğitim açısından dezavantajlı bir konumda girmeleri halinde, daha az bilgi ve beceri gerektiren işlere yoğunlaşmak zorunda kalmakta ve dolayısıyla girişimcilik deneyimlerini elde etme şansları azalmaktadır. Ancak iyi eğitim fırsatlarının alınması, ekonomik yaşama katılması ve hâkimiyet elde etmesi mümkün olursa kadınların bireyselliğini ifade etme özgürlüğü artacak ve buna bağlı olarak da yaşam beklentisi yükselecektir. Buradan hareketle İlter (2010: 37)’e göre geçmişte kullanılmayan ve etkin olmayan bir potansiyelin üretim gücüne dönüştürülmesi hususunda eğitimin önemli bir araç olduğunu ifade etmiştir.

Kadınların meslek seçimleri ile ilgili verilere bakıldığında mühendislik ve teknik gibi alanlarda erkeklerin kadınlara göre çoğunlukta olduğu görülmektedir (Özaydınlık, 2014: 43). Dolayısıyla bu alandaki girişimciliğin kadınlar arasında yaygın olmaması, bilgi ve tecrübe eksikliğini beraberinde getiren bir dezavantaj yaratmaktadır.

Eğitimdeki fırsat eşitsizliklerinden dolayı kız çocuklarının yeterli eğitim alamaması onları gelecekte girişimcilik hayatı için hazırlıksız hale getirmektedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe kadınların girişimcilik şeklindeki üretime ve ekonomiye katılımı da artmaktadır. Bu anlamda temel ve mesleki eğitimlerini tamamlayarak çalışma hayatına atılıp, işletmelerini kuran ve faaliyetlerini sürdüren kadınlar aldıkları eğitimden dolayı engellerle karşılaştıkları zaman zorluk çekmezler.

2.8.4. Sosyal Ağa Dâhil Olamama/İletişim Eksikliği

Toplum içerisinde kadınlar çoğunlukla erkeklere göre düşük sosyal konumlarda bulunmaktadır. Dolayısıyla sosyal ortamlara giriş ve herhangi bir örgüte mensup olma gibi etkileşimleri de etkilenmektedir (Soysal, 2010: 56). Destek veren örgütler olarak erkek girişimciler çoğunlukla profesyonel ilişkiler içerisindeyken, kadınlar eşleri, arkadaşları ve yakın çevreleri ile iş ilişkileri içerisinde yer almaktadırlar. Farklı bir ifadeyle kadın girişimciler erkeklere göre daha kuvvetsiz profesyonel ağlara sahiptirler (Keskin, 2017: 46). Aynı şekilde sosyal ağlara da erkeklere göre daha az dahil olabilmeleri dolayısıyla kadın girişimciler destek ve bilgi edinme konusunda kısıtlı olanaklara sahip olabilmekte ve yeni iş bağlantıları oluşturma fırsatlarına sahip olamamaktadırlar. Sosyal ağlara daha fazla dahil olunması ve bilgiye erişimin kolaylaştırılması, kadın girişimcilerin daha fazla fırsatın farkına varmalarına ve yeni iş bağlantıları içerisinde olmalarına olanak tanıyacaktır.

2.8.5. Rol Çatışması

Kadın girişimcilerin, çalışma yaşamları ile özel yaşamları arasındaki rol ikilemine “rol çatışması” denilmektedir. Bu bağlamda girişimci kadınların hayatlarında bir alana daha çok zaman ayırmaları ve diğer alanları ihmal etmeleri ile neticelenen durum rol çatışması şeklinde ifade edilmektedir (Soysal, 2010: 102).

İş ve aile çatışması çerçevesinde ele alınan rol çatışması kavramı bilassa uzun süreli ve düzensiz çalışma zamanları, fazla mesai, bireyin işte uzun vakit geçirmesi gibi sebepler dolayısıyla meydana gelmektedir. Özdevecioğlu ve Aktaş (2007: 49) yapmış olduğu bir araştırmada, iş yerinde geçirilen vakit, sert iş planlamaları ve iş yerinde strese sebep olan durumlarla iş ve aile çatışması arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir (Soysal, 2010: 102). Anafarta’ya (2008: 37) göre ise, erkeklere göre kadınlar aile içerisinde daha fazla sorumluluk sahibi oldukları için, rol çatışması durumunu gideremeyen kadın, duygusal bakımdan acı içerisinde olmakta, hayat doyumu azalmakta ve toplumun eleştirilerine maruz kalmak suretiyle yıpranmaktadır. Örucü vd. (2007: 39) gerçekleştirdikleri bir çalışmada da benzer şekilde kadınların aile içerisindeki rollere ek olarak iş hayatında yoğun çalışma temposu içerisinde olmasının ne kadar zor olduğu, kadınların girişimci sıfatı elde etmeleri konusunda engel teşkil ettiği belirtilmiştir.

Birçok ev içi sorumluluğu yanında özellikle mesai saatleri düzensiz durumda olan kadın girişimciler, çalışma hayatındaki uzun çalışma sürelerinin de tesiriyle rol çatışması ile karşı

karşıya kalmaktadırlar. Hem iş yaşamındaki görevlerini yerine getirmeye çalışırken hem de aile içerisindeki sorumluluklarını yerine getirmek için çabalamaktadırlar. Dolayısıyla kadın girişimcilerin rol çatışması yaşaması, girişimcilik performanslarına da negatif etki etmektedir. Böylelikle kadın girişimcilere kıyasla erkek girişimciler işe daha fazla zaman ayırabilme fırsatına sahip olabilmektedir.

2.8.6. Toplum Baskısı ve Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık

Toplumumuzda evli olmayan kadın girişimcilerin iş yaşamındaki yoğun çalışmalarının ileride aile kurmalarına engel olabileceğine yönelik bir algıdan bahsedilebilir. Diğer taraftan evli kadın girişimcilere yönelik ise eşleri tarafından ev, temizlik ve çocuk düzenini sağlamak şartıyla girişimlerine devam edebilecekleri algısı oluşmuştur. Bazı erkek egemen toplumlarda ise kadının eşinin izni olmadan girişimcilik faaliyetinde bulunması yasaklanmıştır (Özdevecioğlu ve Çelik, 2000: 49). Dolayısıyla toplumun iş kadını veya girişimci kadın ile daha geç tanışmış olması nedeniyle, kadının kendi başına iş kurma ve yürütebilme imkânı erkeklere kıyasla daha düşük görünmektedir.

Ataerkil yapıya sahip toplumların kadınların ticari hayatta var olmasına alışkın olmamaları sebebiyle, kadın girişimciler aileleri ve çevreleri tarafından eleştiri ve tepkilere maruz bırakılmaktadır. Bunlara rağmen şirketini kurmak suretiyle girişimcilik etkinliklerinde bulunan kadın girişimciler bu etkinliklerini devam ettirirken toplumsal ve çevresel tepkilere karşı da kendilerini korumak durumdadırlar (Özyılmaz, 2016: 58). Kadınların evleri haricinde bir şirket kurarak faaliyet gerçekleştirmeleri, bu şekilde üretime katkı sağlamaları pek çok kültürde günümüzde de sıradan bir istihdam şekli olarak kabul edilmemekte ve toplumda yer alan erkekler tarafından buna benzer girişimcilikler reddedilmektedir (Soysal, 2010: 109).

Sahip olunan cinsiyetten kaynaklı ayrımcılık, tüm dünyada kadınların ana problemlerinden bir tanesidir. Durgun (2002: 56), cinsiyetten kaynaklanan ayrımcılığın, bir kadına cinsiyeti dolayısıyla erkeklere davranılana göre daha negatif davranılması (dolaysız ayrımcılık) ya da şekil itibarıyla eşitlikçi davranan uygulamaların kaldırılması suretiyle kadınlara ayrımcı tesirler meydana getirmesi (dolaylı ayrımcılık) şeklinde tanımlanmaktadır.

Kendisinden ya da bulunduğu çevreden doğan engelleri ortadan kaldıran kadınlar, iş yaşamında kendileri dışında başkaları tarafından kaynaklanan standart sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Cinsiyetçilik, kanunlardan çok toplumsal geleneklerden, kültürel niteliklerden ve ön yargılardan meydana gelmektedir. Bu durum iş yaşamında kadınları,

sorumlulukları konusunda ayrımcılık, maaşlarında adaletsizlik, kariyer basamakları olanakları sağlamamak ya da belli etkinlik alanlarında dışarıda bırakılmak durum ile karşı karşıya getirmektedir. Erkeklerin baskın olduğu toplumlar içerisinde kadınlar finansal, politik, bilim gibi pek çok alanda önleyici tutumlarla karşı karşıya gelmektedirler (İlter, 2008: 93).

Kadın girişimciler bir girişimde bulunurken erkeklere göre daha çok zorluk ile karşılaşmakta ve cinsiyetten kaynaklanan ayrımcılıklarla mücadele etmektedirler. Dolayısıyla erkekler girişim gerçekleştirme konusunda daha hızlı karar verebilirken kadınlar daha fazla zamana gereksinim duymaktadırlar (Keskin, 2017: 67). Erkeklerin hakim olduğu sektörlerle giriş yapabilmek için kadınlar yeterli seviyede özellikler taşıyalar dahi toplumun yargıları sebebiyle bu sektörlerde kısıtlı etkinlik içerisinde olabilmektedirler. Bu sektörlerdeki girişimcilik etkinliklerinin kısıtlı olması nedeniyle kadınların sahip olduğu potansiyel kullanılamamakta ve ülke ekonomisine negatif etkiler doğurmaktadır (Özyılmaz, 2016: 59). Bundan dolayı cinsiyete dayalı problemlerin çözülebilmesi için toplumun ve girişimci kişinin etkinlik içerisinde olduğu alanın ve bilhassa toplum kuruluşu ve meslek odalarının bu manada kadın girişimcilere destek vermesi gereklidir.

2.8.7. Cam Tavan Sendromu

Cam tavan sendromu, günümüz toplumlarında daha çok kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları bir sorun olup özellikle üst düzeylere yükselirken görünmeyen engellere karşılık gelmektedir. Bu engellerin başlıcaları, basmakalıp yargılar, rol çatışması, şirket uygulamaları (işe alım, terfi ve ücretlendirmede ayrımcılık yapılması), bir yol göstericiye sahip olamama ve iletişim ağı eksikliği olarak sıralanabilir. Kadınlar kariyer basamaklarında yükselseler de yükseldikleri bu pozisyonların genellikle düşük ücretli ve stratejik olarak daha az önemi olan pozisyonlar olduğu görülmektedir (Wirth, 2001: 49).

Örücü vd. (2007: 37), kadınların iş yerinde karşılaştıkları “Cam Tavan” ın üç boyutu üzerinde durmaktadır. Diğer bir deyişle, kadınların çalışma hayatında üst düzey yönetici pozisyonlarına gelememelerinin önünde üç engelin olduğunu belirtmektedirler. Bunlar; “erkek yöneticiler tarafından, kadın yöneticiler tarafından ve kişinin kendi kendine koyduğu engeller olarak sınıflandırılmaktadır. Erkek yöneticiler tarafından konulan engeller, çoğunlukla kadınlara karşı gelişen negatif ön yargılardır. Diğer engeller ise kadınlarla iletişim kurmanın zorluğu ve erkeklerin gücü elde tutma isteğidir. Kadın yöneticiler tarafından konulan engeller adı altında “kendini referans alma yanılgısı” ve “kraliçe arı

sendromu” yer almaktadır. Kadın yöneticilerin bilinçaltında oluşan algı ve tek kadın olmanın getirdiği inançtan kaynaklanan engellerdir. Kişinin kendi kendine koyduğu engeller ise, kadının kendi kişilik özellikleri ve toplumun sahip olduğu bakış açısı etrafında şekillenen kendini değersiz hissettiren ve kadının yükselmesine engel olan olumsuz tutum ve inançlardır” (Örücü vd., 2007: 49).

Kadın girişimciler girişimcilik faaliyetine başlama ve sürdürme aşamalarında toplumsal cinsiyetten kaynaklanan dikey bir hareketlilik yaşamaktan ziyade cam tavan sendromuna mâruz kalarak girişimcilik hayatında olumsuz tecrübeler yaşamaktadırlar. Diğer bir deyişle, her bir kadın girişimcinin faaliyette bulunduğu sektörlerde büyümesi ve gelişmesi diğer işletmelerin desteği ve engellemeleriyle mümkün olmaktadır. Bu durum ise, kadın girişimci için bir tür cam tavan etkisine yol açabilmektedir (Öğüt, 2006: 67).

2.8.8. Sermaye Temini

Girişimcilik süreci için finansal sermayenin mevcut olması oldukça önemli bir konudur. Bu anlamda kadın girişimcilerin önündeki en büyük engel maddi güçlerinin olmamasıdır. Kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile banka kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilebilmektedir (Soysal, 2010: 98).

Gökakın’ın (2000: 57) yapmış olduğu araştırmada, “girişimci kadınların işlerini kurarken sermayeyi genellikle kişisel ve ailevi tasarruflardan sağladıkları” belirlenmiştir. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak kadınlar için gerekli ve yeterli sermayenin eksikliği ya da bulunamayışı, onların önünde önemli bir engel olarak görülmektedir.

Kadınların çalışma hayatında yer almaya başlamaları, kredi veren banka ve diğer kamu kuruluşlarının temsilcileri tarafından ön yargıyla karşılanmış ve mali kurumların tepkileri, kadın girişimcileri bazı durumlarda, kredi görüşmeleri ve mali garantör olarak hareket etmeleri için, erkek iş ortağı bulmaya zorlamaktadır (Onay, 2013: 50). Ancak bu tür stratejiler kadınlar açısından kredi elde ederken başarı sağlamasına rağmen, onların bireysel mali bağımsızlığının yitirilme riskini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla bu tür durumlar erkek egemen bir ekonomik sistemde kadın girişimcilerin piyasaya girerken karşılaşmakta olduğu ilk savunmasızlık olarak gösterilmektedir.

Kadın girişimciler genellikle az maliyetle veya en ekonomik koşullarla işlerini başlatmanın yanı sıra daha küçük bir sermaye ile çalışmaktadırlar. Erkek girişimciler ve kadın

girişimcilerin farklı finansman stratejileri kullandığı bir gerçektir. Kadınların sahip olduğu işletmelerin sürekliliğı açısından aile ve arkadaşlarından sermaye temin etme olasılığı daha yüksektir. Dolayısıyla kadın girişimcilerin kaynak temini konusunda aile ve arkadaşlarına olan borcu, erkekler girişimcilere göre daha fazla olacaktır. Ayrıca bu durum diğer taraftan kadınların kendi işletmelerini büyütme yeteneğini sınırlandırabilmektedir.

2.8.9. Örgütlenme Sorunu

Girişimcilik süresi boyunca örgütlenmek, aynı iş alanında ya da meslekte görev yapan kadınların toplanarak iş birliğı, dayanışma ve koordinasyon sağlamaları konularını hedeflemektedir. Ek olarak kadın girişimciler içerisinde oluşturulacak bir örgütlenmenin; bir iş kurulumu gerçekleştirmek isteyen kadınlara destek vermek, kuruluş esnasında yol göstermek, kredi vermek amacıyla rehberlik etmek ve iletişim sağlamak, mensuplar arasındaki sosyal ilişkileri düzene sokmak, başka kadın örgüt ve gruplarla etkileşimde olmak, hukuksal problemlere rehberlik etmek, kadınların birbirlerinden haberdar olmalarını sağlamak ve buna benzer hedefleri olmaktadır.

Çalışma hayatında mesleklere dayalı örgütlenmeler çoğunlukla erkek girişimciler tarafından gerçekleştirilmekte ve kadın girişimciler mesleklere dayalı örgütlenme hususunda erkeklere göre geriden gelmektedirler (Özyılmaz, 2016: 62). Kadın girişimcilerin bir araya gelmek suretiyle örgütlenmesi durumu kadınlara cesaret kazandıracak ve dayanışma yapmalarını sağlayacaktır. Bugün birçok kadın girişimci mesleki bağlamda örgütlenmenin ne kadar mühim olduğunu anlamış ve kadınların girişimde bulunmalarına destek olmak ve örgütlenmelerine yardımcı olmak maksadıyla da ülkemizde de birçok dernek oluşturulmuştur.

Kadın girişimcilerin örgütlenmesi, hem kadınları girişimcilik konusunda cesaretlendirecek hem de kadınların kendi aralarında yardımlaşmalarını ve işbirliğı yapmalarını sağlayacaktır. Günümüzde pek çok kadın girişimci mesleki örgütlenmenin önemini kavramış olmakla beraber kadın girişimciliğini desteklemek ve örgütlenmelerini sağlamak amacıyla da Türkiye’de çok sayıda dernek kurulmuş ve kurulmaya da devam etmektedir.

3.TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Bu çalışmanın amacı teknoloji sektöründe yer alan erken aşama kadın girişimcilerin önündeki sorunları, mevcut durumu, sektöre yönelik düşüncelerini ve önerilerini ortaya koymaktır.

Yapılan çalışma ile İstanbul’da faaliyet gösteren 1-6 yıl arasında kurulmuş olan ve en az 3 çalışanı bulunan teknoloji sektöründeki 6 kadın girişimci ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler yapılmıştır. Formda toplam 13 açık uçlu soru ve 7 tane demografik soru yer almaktadır. Her bir görüşme karşılıklı sohbet ortamında gerçekleşmiş ve yaklaşık 40-50 dakika sürmüştür. Çalışma evrenindeki sınırlılık ve pandemi koşullarının da etkisiyle teknoloji sektöründe yer alan erken aşama kadın girişimcilerden araştırmada yer almak isteyen girişimciler ile görüşmeler gerçekleşmiş ve yaklaşık olarak aynı bilgilerin paylaşılması ile doyum noktasına ulaşılmış olduğu düşünüldüğü görüşmelere son verilmiştir. Araştırma kapsamında ortaya çıkan analizlerin önemi hızla artan teknoloji sektöründeki kadın girişimciler konusunda yapılacak benzer çalışmalara da katkı sağlaması hedeflenmektedir.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüzde globalleşen dünyanın etkisiyle bilimsel ve teknolojik alanda gerçekleşen gelişmeler, girişimcilik sektörünün hızlı ve dinamik bir şekilde büyümesini sağlamıştır. Girişimcilik geçmiş ve günümüz insanları tarafından ülke ekonomisine katkıları sebebiyle önemli bir sektör olarak algılanmış ve meydana gelen yenilikler sayesinde gelişerek her gün daha fazla öneme sahip olmuştur. Dünya çapında olduğu kadar ülkemizde de girişimcilik alanında başarıya imza atan isimler ve hikâyeleri sebebiyle bu alanı önemli kılarak, yapılan araştırmaların çeşitlenmesine yol açmıştır.

Girişimcilik sektöründe yaşanan en önemli gelişmelerden biri de bu başarı hikâyelerine imza atan isimlerin arasında kadın girişimcilerin sayısındaki artış olmuştur.

Cinsiyet faktörü temel alınarak girişimcilik üzerine yapılan çalışmaların genel bir çerçevede bu konuyu ele alması spesifik bir konu olan teknoloji sektöründeki erken aşama kadın girişimciliğinin araştırılmasını önemli kılmaktadır.

3.3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Nitel araştırmalar genellikle sosyal araştırmalarda tercih edilen, sözel ağırlıklı ve yoruma dayalı çalışmalarda kullanılmaktadır. Nitel araştırmalar tutum, davranış ve tecrübelerle ilgilenmektedir. Nitel yöntemde tümevarım mantığı, toplanan veriler doğrultusunda genellemeler yapma gibi hususlar ön plandadır. Nitel yaklaşımda genellikle gözlem, görüşme teknikleri sıkça kullanılmaktadır. Nitel araştırmalar kendi içinde; örnek olay, durum çalışması (case study), eylem araştırması, kültür analizi, feminist araştırmalar ve gömülü teori gibi alt gruplara ayrılabilir (Padem vd., 2012: 57). Bu çalışmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının temel nedeni, sınırlı sayıda bulunan katılımcıların görüşlerinin incelenmek istenmesidir. Bu çalışmada nitel araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler, genellikle bir veya birden fazla görüşmeciyle araştırmayı yürüten kişinin karşılıklı gerçekleştirdikleri mülakatlar olarak tanımlanmaktadır. Görüşmelerin amacı, belirli bir konuya ilişkin genel veya ayrıntılı bilgi toplamaktır. Görüşme tekniği, görüşülen kişilerle yüz yüze ya da telefon aracılığıyla yapılabilmektedir (Harrell ve Bradley, 2009). Bu çalışmada yapılan görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ise, araştırmacının önceden planlayarak sormak istediği soruları içeren bir görüşme yöntemi gerektirmektedir. Ancak görüşme esnasında araştırmacı, görüşmenin akışına göre farklı yan veya alt sorular sorarak görüşmenin akışını etkileyebilir ve karşıdaki kişinin cevaplarını detaylandırmasını isteyebilir. Görüşme tekniğini kullanmada amaç, genellikle bir hipotezin test edilmesi yerine diğer kişilerin deneyimlerini ve bu deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarını anlamaya çalışmaktır. Bu nedenle araştırmacının odaklandığı nokta diğer kişilerin öyküleri, betimlemeleri ve düşünceleridir (Türnüklü, 2000: 544). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği; araştırmacılara, görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak sürdürülmesi sayesinde daha sistematik ve karşılaşılabılır bilgi sunması açısından önemli kolaylık sağlamaktadır.

Görüşmeler, bireylerin farklı konulardaki bilgi, düşünce, tutum ve davranışlarının olası nedenlerini öğrenmek amacıyla en hızlı yöntem olarak kullanılmaktadır. Birçok kişinin düşüncelerini açıklarken yazılı anlatım yerine sözlü anlatım ifade etmelerinin nedenleri; yazı ile yanlış anlamların ortaya çıkabilmesi, yazılı anlatımda ek açıklamalarda bulunma olanağının sınırlı olması, verilen bilgilere ilişkin belgelerin sorumluluğunun yüklenmek istenmemesi ve görüşmenin genellikle daha rahat ve az zamanda gerçekleştirilmesidir

(Karasar, 2018: 210). Bu çalışmanın araştırması nitel yöntem olarak planlanmış ve araştırma amacı doğrultusunda en uygun desen olarak durum çalışması seçilmiştir.

Araştırma kapsamında mülakatların transkripsiyonları yazılmış, elde edilen verilerden birbirleri ile ilişkili benzer veriler, ifadeler ve bölümlere ayrılarak kodlanmıştır. Kodlanan veriler değerlendirilerek kategoriler oluşturulmuş ve kategoriler arasında ilişkiler değerlendirilerek birbirleri ile bağlantılı olan kategoriler tespit edilmiş ve kategoriler arası bağlantılar tanımlanmıştır. Girişimcilerin vermiş olduğu cevapların frekansları belirlenerek tablolar halinde sunulmuştur.

Durum çalışmaları, bir varlığın mekâna ve zamana bağlı tanımlandığı veya özelleştirildiği araştırmalardır. Durum çalışması, güncel bir olgunun kendi gerçekliği içinde çalışan, olgu ve içinde bulunulan arasındaki sınırların kesin hatlarla belirgin olmadığı ve birden fazla veri kaynağının olduğu durumlarda kullanılan bir araştırma yöntemidir (Büyüköztürk vd., 2019: 268). Creswell (2007)'e göre durum çalışması; araştırmacının zaman içerisinde sınırlandırılmış bir veya birkaç durumu çoklu kaynakları içeren veri toplama araçları (gözlemler, görüşmeler, görsel-işitseller, dokümanlar, raporlar) ile derinlemesine incelediği, durumların ve duruma bağlı temaların tanımlandığı nitel bir araştırma yaklaşımıdır (Subaşı ve Okumuş, 2017: 420). Durum çalışması kapsamında teknoloji, sektöründeki erken aşama kadın girişimciler ile görüşmeler gerçekleştirilmiş, kadın girişimciliği önündeki sorunlar, mevcut durum, sektöre yönelik düşünceler ve öneriler elde edilmeye çalışılmıştır. Durum çalışmaları tarihsel, gözlemsel, hayat hikâyesi, durum analizi, çoklu durum ve çoklu alan olmak üzere farklı türlere ayrılmaktadır. Bu çalışmanın amacına uygun olarak durum analizi (situation analysis) gerçekleştirilmiştir. Büyüköztürk vd., (2019) durum analizini, özel bir olayın farklı bakış açıları kullanılarak incelenmesi olarak tanımlamışlardır.

3.4. VERİLERİN ANALİZİ

Görüşmeler kapsamında elde edilen veriler, Soysal (2010) ve Erkol-Bayram (2018) tarafından yapılan çalışmalardan alınan kodlama ve kategorilere ayırma modeli ile analiz edilmiştir. Görüşmelerde elde edilen bulgular öncelikle döküm olarak kodlamaya hazır hale getirilmiştir. Daha sonra görüşmecilerin her soruya verdikleri cevaplar, görüşmeci sırasına göre tek tek incelenerek birbirine benzerlik gösteren ifadeler alt kategoriler ile bir araya getirilerek birleştirilmiştir. Her kategoride yer alacak katılımcı görüşleri, gerekli durumda doğrudan aktarımla sunulmuş, ortak görüşler veya fikir ayrılıkları söz konusu ise,

kategorilerin sonunda araştırmacı tarafından yorumlanmıştır. Verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır.

3.5. ARAŞTIRMA SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ VE BULGULAR

3.5.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular

Tablo 1: Kadın Girişimcilere ait Demografik Veriler

Katılımcı	Yaş	Eğitim	Medeni Durum	İş Tecrübesi	Firma Faaliyet Yılı	Firma Çalışan Sayısı
G1	35	Lisansüstü	Evli	12	5	15
G2	33	Lisans	Evli	10	3	3
G3	40	Lisans	Evli	19	6	9
G4	28	Lisans	Bekar	5	4	6
G5	30	Lisansüstü	Evli	11	6	10
G6	27	Lisans	Bekar	4	6	8

Tablo 1’de yer alan katılımcıların demografik verilere bakıldığında katılımcıların 4’ü 27-33 yaş; 2’si 33-40 yaş aralığındadır. Katılımcılardan 4’ü Lisans; 2’si ise lisansüstü mezundur. Katılımcıların medeni durumuna bakıldığında 4’ü evli; 2’si bekindir. Tablo 1’e göre katılımcılardan 3’ü 4-10 yıl; 3’ü 11-19 yıllık iş tecrübesine sahiptir. Katılımcıların Firma Faaliyet yılı olarak 3-5 yıl olan 3 kişi; 6 yıl olan 3 kişi bulunmaktadır. Firma çalışan sayısına bakıldığında 3-8 arası olan 3 kişi; 9-15 arası çalışan sayısı olan 3 kişidir.

3.5.2. Cinsiyetin Kariyerdeki Engeline Yönelik Görüşlerin İncelenmesi

Tablo 2: Cinsiyetin Kariyer Engeline Yönelik Görüşlerin İncelenmesi

Tema	Alt Temalar
Cinsiyetin Kariyerdeki Engel	Engel Yok (4) Fırsata Çevirme (1) Sektöre Göre Farklılık (1)

Araştırmaya dahil olan kadın girişimcilerin cinsiyetlerinin kariyerleri üzerindeki engellerine yönelik görüşleri incelendiğinde dört katılımcının kariyerleri üzerinde cinsiyetlerine bağlı bir engel olmadığını belirtmişlerdir. Bir katılımcı söz konusu engelin sektörel bazda olduğu, bir katılımcı da söz konusu cinsiyet farklılığını fırsata çevirmeye çalıştığını belirtmiştir. Buna yönelik katılımcıların görüşlerine bakıldığında engel olmadığını düşünen görüşler şunlardır:

G1: “Düşünmüyorum. Önceki çalıştığım şirkette direktörlük seviyesine kadar yükselmiştim. Ben açıkçası kadınların daha iyi yönetici olduğunu düşünüyorum.”

G4: “Açıkçası görmedim. Kadın olduğum için daha fazla ödül vermediler. Ben karşılaşmadım açıkçası”

G5 “Ben şanslıyım. Her ne kadar erkek domine iş alanlarında çalışmış olsam da pozitif ayrımcılık yaşamadım.”

G6 “Ben karşılaşmadım ama yoktur desem de inanmadığım bir şey söylüyor olurum. Yapılan birçok araştırmaya göre aynı pozisyonda çalışmasına rağmen çok daha az maaş alan kadınlar var. Bu sadece teknoloji, kurumsal ya da özel sektörde değil. Bugün çok büyük şirketlerde bile şikayet edilen bir durum. Ben denk gelmedim ama maalesef böyle bir durum var.”

Diğer görüşler şunlardır:

G2: “Ben hep pozitif çevirmeye çalışıyorum o durumu. Kadınlar için pozitif ayrımcılık var. Ama negatif olduğu yerler de var tabii ki”

G3: “Bence sektörden sektöre bu iş değişir. Bazı sektörlerde kadınlar daha kolay yükselirken bazı sektörlerde daha zor yükseliyor”

3.5.3. Kadınların Girişimci Olma Noktasındaki Motive Eden Unsurlar

Tablo 3: Kadınların Girişimci Olma Noktasındaki Motive Eden Unsurlar

Tema	Alt Temalar
Kadın Girişimci Motivasyon	Dayanışma (1) Mücadele Etme (4) Özgünlük (1)

Araştırmaya dahil olan kadın girişimcilerin girişimci olurken kendilerini motive eden unsurlara bakıldığında kadınların en çok mücadele etme düşüncesinin kendilerini motive ettikleri görülmüştür. Bununla birlikte kadın girişimcilerin sektörel olarak dayanışma içerisinde olmanın ve üretilen ürünün özgün olmasının kendilerini motive ettiklerini belirtmişlerdir. Bu kapsamda girişimcilerin belirttikleri görüşlere bakıldığında:

G1: “Mücadeleci tarafları var sanırım o kısmı seviyorum.”

G4: “Birincisi ortağım, ikincisi emek. Bu projeye çok emek verdik. Çalışıyorduk, akşam eve geliyorduk diğer işimizden, daha sonra gece yarısına kadar bu proje için çalışıyorduk. Üçüncüsü de hayaller. Projem başarılı olursa barınak yapmak iyi bir şey yapmak istiyorum. Sosyal girişim projelerimiz var, umarım olur.”

G3: “Girişimcilik benim hayatıma doğru bir zamanda girdi. Sıfırdan bir şeyi inşa edip bir yere getirip bir de ürünün kendisinin katma değerine çok inandığım ve bizzat şahit olduğum için beni çok tatmin ediyor. ”

G2: “Bu insanların işini özellikle de insan kaynakları çalışanlarının işini kolaylaştıracak. Teknolojiyi biz, bize yardım olsun diye tasarlıyoruz.

G5: “Teknoloji kullanarak daha önce yapılmamış bir şeyler yapma imkanı. Projemiz şu anda alanında tek ve daha önce yapılmamış bir şeyi yapmaya çalışıyor, bu beni çok heyecanlandırıyor.”

G6: “Harcadığın emek bazen sana geri dönmüyor ancak kendi ürünümle alakalı konuşmam gerekirse kendi sitene çekebildiğin üç kişilik bir trafik bile kendi turnaklarınla kazıyarak yaptığın için çok keyifli oluyor.”

3.5.4. Kadın Girişimciliğin Arttırma Politikalarına Göre Görüşlerin Değerlendirilmesi

Tablo 4: Kadın Girişimciliğin Arttırma Politikalarına Göre Görüşlerin Değerlendirilmesi

Tema	Alt Temalar
Kadın Girişimci Arttırma Politikaları	Denetim Eksikliği (1) Olumlu (3) Yetersiz (2)

Araştırmaya dahil olan girişimcilerin kadın girişimcileri arttırmaya yönelik politikalara dair görüşleri incelendiğinde üç girişimci bu politikaların olumlu olduğunu, iki girişimci yetersiz olduğunu ve bir girişimci de bu politikalar kapsamındaki fon kullanımının yetersiz olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda görüşler incelendiğinde

G1: “Ben açıkçası çok takip etmiyorum. Yapılan çalışma çok yeterli oluyor mu bilmiyorum. Ama baktığımızda duruma çok da yeterli olduğunu düşünmüyorum.

G5: “Hiçbir zaman yeterli değil. Kuzey Avrupa da bile hala kadınların katılımı çok geri durumda. Bu kadar geri durumdayken yeterli diyemem. Büyük organizasyonların bunu fark etmesi iyi bir şey”

G3: “Eğer bu tarz çağrılar ona kendini özel hissettirecekse ve cesaretlendirecekse olsun tabii ki ne güzel.

G4: “Ben iyi olduğunu düşünüyorum. Kadınları cesaretlendirmek lazım ama kadınlara ayrımcılık yapmak da yine de çok iyi durmuyor. Ben çok kötü bakmıyorum, madem kadınlar teşvik edilmeye ihtiyaç duyuyor o zaman yapsınlar”

G2:” Evet var bu tarz fonlar ama kötüye kullanılabilir. Geçen mesela bankaya gittim ve bir kadın erkek gördüm hesap açmadılar. Nedenini sorduğumda adam karısının üzerine kurmaya çalışıyormuş şirketi ve fonları alıp kendi kullanacak diye açmamışlar hesap.”

G6: “Belki liseden başlasa kadınların yönlendirilmesi konusunda iyi olabilir. Artık kodlamanın, girişimciliğin gelişmesiyle beraber daha küçükten derslerde verilmeye başlanıyor. Üniversiteden mezun olduğun bölümde çalışmak zorunda değilsin ama karakterinin, kişiliğinin şekillenmeye başladığı zamanlarda kız çocuklarına da sen de istediğin mesleği yapabilirsin mesajının verilmesi ve bunun küçük yaştan itibaren yapıyor olması önemli. ”

3.5.5. Kadınların Teknoloji Sektöründeki Rolüne İlişkin Görüşlerin İncelenmesi

Tablo 5: Kadınların Teknoloji Sektöründeki Rolüne İlişkin Görüşlerin İncelenmesi

Tema	Alt Temalar
Kadınların Teknoloji Sektöründeki Rolü	Cinsiyet Ayrımı (2) Liderlik (1) Tercih Edilmeme (1) Yönlendirilmeme (2)

Araştırmaya dahil olan kadın girişimcilerin teknoloji sektöründeki rolüne ilişkin görüşleri incelendiğinde, iki girişimcinin sektörde cinsiyet ayrımcılığının olduğunu, bir girişimci liderlik özelliklerinin olmamasından dolayı kadınların az sayıda olduğunu, bir girişimci kadınların sektörde evlilik, doğum gibi durumlardan dolayı tercih edilmediğini ve iki girişimci aile/ çevre tarafından yönlendirilmediğine yönelik görüş bildirmiştir.

G4: “Kadının karakteristik olarak erkeklerle ayrıldığı noktalar var. Ben o yüzden erkeklerle birçok alanda daha güçlü görüyorum. Toplumun bakış açısı erkeğe biraz daha saygıdeğer. Erkeklerle bakış açısı kadınlardan daha saygıdeğer. Ben bunun farkındayım.”

G5: “Ne yazık ki tüm dünyada bu aynı. Aynı özelliklere sahip bir kadın ve erkeği yan yana koyunca ne yazık ki erkek daha çok kazanıyor.

G1: “Az olduğunu düşünüyorum bunun kaynağı da son noktada kadın ya da erkeğin tercih edilmesinde değil. Bu sektörde de devam ediyor. Daha öncesinde olması gerekiyor, yönlendirme gerekiyor ailenin eğitim seviyesinin de iyi olması gerekiyor ki çocuk doğru

yönlendirilebilsin ve yapabileceğini düşünsün. Genel olarak bu daha küçük yaşlarda aile eğitiminden kaynaklı bir şey.”

G2: “Ben 7 yıldır teknoloji sektöründe işe alımlar yapıyorum. Gördüğüm kadarıyla kadınların çok fazla tercih edilmediğini görüyorum. Bizim işverenlerimizde şöyle bir algı var kadın evlenecek, doğum yapacak, ayrılacak, 2 yıl süresi var belki de gelmeyecek.

G3:” Ben buradaki problemi teknoloji girişimciliğinde az kadın var olarak değil de, lider pozisyonunda az kadın var olarak görüyorum bence sorun bu.

G6: “Bence yeteri kadar yokuz. Genelde kadınlar teknoloji şirketlerinde şu şekilde konumlandırılıyorlar. Yazılım kısmında değil de ya yönetim ya da pazarlama kısmındalar. Bence her ikisinde de yeteri kadar yoklar. Kadınların bu sektörde varız ve çoğalabiliriz dediği topluluklar var bence bu da çok güzel.”

3.5.6. Kadın Girişimcilerin Sektörle İlgili Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Görüşleri

Tablo 6: Kadın Girişimcilerin Sektörle İlgili Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Görüşleri

Tema	Alt Temalar
Teknoloji Sektörü Memnuniyeti	Memnun (6)

Araştırmaya dahil olan kadın girişimcilerin teknoloji sektörü ile ilgili memnuniyetlerine ilişkin görüşleri incelendiğinde tüm kadın girişimcilerin teknoloji sektöründen memnun olduğu görülmektedir. Bu kapsamda girişimcilerin görüşlerine bakıldığında,

G1: “Tabi çok memnunum. Bir parçası olduğum için de mutluyum, gelişmesi için de bir şeyler yapabilirsem çok mutlu olurum. Türkiye aslında geride kaldı şu anda ekosistem içerisinde. Ancak ben bir parçası olduğum için, istihdam yarattığım için mutluyum.

G2: “Çok memnunum. Bazıları girişimcilik için şey diyor, işe gidersin gitmezsin sana kalmış, sen patronsun. Ben çocuklarımın gözünün içine bakıyorum uyusunlar da ben çalışmaya devam edeyim diye. 2,3 bazen 4 te uyuduğum oluyor. Ailece oturup çalışıyoruz.”

G3: “Ben yaptığım işi çok seviyorum, projemi çok seviyorum. Benim iki tarafımı da tatmin ediyor hem reel bir ürün var, hem hayal ediyorum. Hayalim elimde reel olarak tasarlanıyor.

Üyelerden gelen geri bildirim ise beni bir anne olarak çok tatmin ediyor. Çünkü çocukları mutlu ediyoruz, anneleri mutlu ediyoruz”

G4: “Evet burada olmaktan çok memnunuz. Bulunduğum merkezde birçok kişiyle tanışıp farklı sektörlerden insanlarla çalışma şansı buluyoruz. Burada birçok eğitim alma fırsatı da buluyoruz”

G5:” Memnunun fintech çok heyecanlı bir sektör. Hem girişimciler arasında hem finans dünyasında belirli bir seviyeye kadar çok fazla kadın var ancak yönetici pozisyonunda kadın sayısı ciddi anlamda düşüyor”

G6: “Memnunum güzel gidiyor. Yazılım kısmından bakıldığı zaman müşterinin çok talepkar olabildiği ve aslında yapılan işin insanlara verildikten sonra biz bunu böyle istedik siz böyle yazdınız yerine her gün nasıl oldu nasıl kullanabileceğiz diye geri dönüşler aldığımız bir yer.

3.5.7. Kadın Girişimcilerin Sektör Tercihi İle İlgili Görüşlerinin İncelenmesi

Tablo 7: Kadın Girişimcilerin Sektör Tercihi İle İlgili Görüşlerinin İncelenmesi

Tema	Alt Temalar
Sektör Tercihi	Eğitim (1) İhtiyaç Olduğu Düşünce (1) Sektör Büyüklüğü (2) Tecrübe (1) Tasadüf (1)

Araştırmaya dahil olan kadın girişimcilerin teknoloji sektörünü tercih etme nedenlerine dair görüşleri incelendiğinde iki girişimcinin sektörün büyük olması, bir kişinin eğitimi alması, bir kişinin ihtiyaç olduğu düşüncesi ile sektöre girdiklerini, bir girişimcinin tesadüfen girdiğini ve bir girişimcinin de daha önce tecrübeli olduğu bir proje ile sektöre girdiğini belirtmiştir. Katılımcıların görüşleri incelendiğinde ise,

G4: “Bir ihtiyaç olduğunu gördük ve bunun üzerine çalışmaya başladığımızda projemiz şekillendi.

G1: “Bilgisayar ve elektronik yazmıştım üniversite zamanında ve çok severek mezun oldum. Aslında elektronikte ilerlemeyi düşünüyordum. Ancak teknoloji sektörüne girdik”

G3: ” Eşim yurtdışında kıyafetlere ütüyle yapışan ürünler olduğunu söyledi isminin yazılı olduğu etiketler bunlar. Türkiye’de böyle etiketlerin olmadığını fark ettim. Etiketi bulup aleti alıp bir site açtım. O zamanlar farkında olmadan girişimciliğe girmişim. ”

G5: “Fintech ile ilgili beni çeken ana şey çok büyük bir sektör. Ulaşabileceğin insan sayısı çok fazla ve teknolojinin gerçekten fark yarattığı bir sektör. ”

G2:” İnsan Kaynakları çalışanı olmam. Bildiğim bir sektör olması, 7 yıldır bu sektörün içerisinde olmam.”

G6: “Sanırım buradan devam edebilirim. Teknolojinin dalı değişir, özellikle şu anda üzerinde çalıştığım şey web analitik ürünü. Belki bununla alakalı çalışmam ama yine de işin içinde teknolojinin olduğu bir yerde çalışmak isterim. Çünkü bunun bir parçası olmak hoşuma gidiyor.”

SONUÇ

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için önem arz eden girişimcilik kavramının, birey ve toplum için refah anlamı taşıması sebebiyle gün geçtikçe popüleritesi artmaktadır. Ayrıca girişimcilik, kişiye özgü “bağımsız olma arzusu, kendine güven, cesaret, risk alma vb.” karakteristik özelliklere bağlı açıklanmanın dışında, kişinin yaşadığı ortam içindeki sosyo-ekonomik ve kültürel yapının da bir sonucudur.

Günümüz dünyasında gelişmiş birçok ülke dahi ekonomik birçok sorun ile baş etmeye çalışmaktadır. Bu sorunların başında da istihdam sorunu gelmektedir. Ekonomik büyüme ve kalkınmanın bir gereği olan girişimciler, yeni fikirlerin, yeni ürünlerin ve hizmetlerin ayrıca ileri teknolojinin ülkeye kazandırılmasında aktif rol alarak, ülkede istihdam yaratan aktörler haline gelmişlerdir. Yapılan çalışmalarda girişimcilik faaliyetlerinin yoğunluklu olduğu ülkelerde ekonomik büyüme hızının da diğer ülkelere nazaran daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

1980’li ve 1990’lı yıllardan sonra kadınların girişimcilik faaliyetlerinde daha etkin olması, ülke ekonomileri için stratejik bir önem haline gelmiştir. İş dünyasında zengin olmanın, refaha ulaşmanın, yeni iş sahaları oluşturmanın yolunun, iktisadi hayatta “kullanılmayan kaynak” olarak ifade edilen kadınların girişimciliğinin teşvik edilmesi ve desteklenmesinden geçtiği, ilgili otoriteler tarafından uzunca bir süredir kabul edilmektedir. Diğer taraftan dünyadaki kadın nüfusunun erkek nüfusuna oranı dikkate alındığında, böylesine devasa bir gücün atıl kalması, ekonomiye ve toplumun refahına katkılarından yararlanılmaması göz ardı edilebilecek bir şey değildir. Dolayısıyla toplumun yarı nüfusunu oluşturan kadınların da atıl kaynak olmaktan çıkarılıp, ülke kalkınmasında itici güç olması yolunda kadın girişimciliğine destek verilmesi gerekmektedir. Bu süreçte kamu kurum ve kuruluşlarının, STK’ların ve uluslararası kuruluşların yapacakları çalışmalar ve uygulayacakları projelerin önemi büyüktür.

Tüm dünyada hızlı bir şekilde yayılan kadın girişimciliği, kadınlar bakımından mühim bir iş gücü fırsatı yaratmaktadır. Ülkemizde kadınların girişimcilik yaparak iş yaşamına dahil olması, kadın girişimcilerin kendileri ve istihdam sağladıkları işçileri bakımından iş fırsatı sağlama ve çalışma hayatının daha verimli olmalarına katkı sağlamaktadır. Öte yandan kadın girişimciliği, toplum içerisinde kadınların statüsünü kuvvetlendirdiği, gelişime katkıda bulundukları ve gelir dağılımındaki eşitsizliği giderdiği gözlemlenmektedir.

Sanayi Devrimi ile birlikte ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda yaşanan değişimler, çalışma hayatına da etki etmiştir. Bu süreçte, toplum tarafından tanımlanmış cinsiyet rollerine bağlı olarak kadınlara yüklenen ev ve el işi ile ilgilenme misyonları da anlamlı değişimlere uğramış kadına yüklenen bu rollerin yanında yeni yeni sosyal roller de eklenmiştir. Hane gelirindeki azalışa bağlı olarak küçük iş yeri kurma eğilimleri, demografik gelişmeler, kentleşme oranlarındaki artış, esnek çalışma modellerinin uygulanması, evlenme oranları ile boşanma oranları arasındaki ters orantı ve çocuk bakım hizmetlerinin kalitesinin ve niteliğinin artmasına bağlı olarak kadınlar çalışma hayatında daha sık görülür olmuştur. İşsiz kalma endişesi, düşük ücret politikaları, cam tavan engeli gibi sebeplerle hak ettiği yeri edinemeyen ve informel sektörün acımasızlığı karşısında yaşadığı zorluklar, kadınları girişimciliğe yöneltmiştir. Ayrıca ailedeki sorumlulukları ve annelik rollerini de sağlıklı bir şekilde yerine getirmesini sağlayan girişimcilik, kadınlar için artık en uygun kariyer alanını oluşturmaktadır.

Günümüzde teknolojiyle alakalı sektörlerde yeni iş kuran, kendi işine sahip ya da şirket ortağı statüsünde çalışma hayatına devam eden kadın girişimcilerin sayısında hızlı bir artış meydana gelmiştir. Bilhassa gelişmekte olan ülkeler içerisinde geleneksellikten uzak, ileri teknolojiye gerçekleştirilen yatırımlar, kalkınma bakımından önemli olmakla birlikte kadın girişimcilerin de bu alanlara eğilim göstermesi konuya olan ilgiyi arttırmaktadır.

Bu kapsamda teknoloji sektörlerinde faaliyet gösteren erken aşama kadın girişimciler ile yarı yapılandırılmış açık uçlu sorular eşliğinde derinlemesine mülakat (görüşme) yapılarak gerçekleştirilen çalışmaya altı katılımcı iştirak etmiştir. Katılımcılara sorulan sorular çerçevesinde cinsiyetlerinin kariyerleri üzerindeki engellerine yönelik görüşleri, girişimci olurken kendilerini motive eden unsurlara, kadın girişimcileri arttırmaya yönelik politikalara dair görüşleri, kadın girişimcilerin teknoloji sektöründeki rolüne ilişkin görüşleri, kadın girişimcilerin teknoloji sektörü ile ilgili memnuniyetlerine ilişkin görüşleri ve girişimcilerin teknoloji sektörünü tercih etme nedenlerine dair görüşleri incelenmiştir.

Girişimcilerin büyük çoğunluğu kariyerleri üzerinde cinsiyetlerine bağlı bir engel olmadığını belirtmişlerdir. Bir katılımcı söz konusu engelin sektörel bazda olduğu, bir katılımcı da söz konusu cinsiyet farklılığını fırsata çevirmeye çalıştığını belirtmiştir.

Kadın girişimcilerin girişimci olurken kendilerini motive eden unsurlara bakıldığında kadınların en çok mücadele etme düşüncesinin kendilerini motive ettikleri görülmüştür.

Bununla birlikte kadın girişimcilerin sektörel olarak dayanışma içerisinde olmanın ve üretilen ürünün özgün olmasının kendilerini motive ettiklerini belirtmişlerdir.

Girişimciler, kadın girişimcileri arttırmaya yönelik politikalara dair görüşleri incelendiğinde üç girişimci bu politikaların olumlu olduğunu, iki girişimci yetersiz olduğunu ve bir girişimci de bu politikalar kapsamındaki fon kullanımının yetersiz olduğunu belirtmiştir.

Kadın girişimcilerin teknoloji sektöründeki rolüne ilişkin görüşleri incelendiğinde, iki girişimcinin sektörde cinsiyet ayrımcılığının olduğunu, bir girişimci liderlik özelliklerinin olmamasından dolayı kadınların az sayıda olduğunu, bir girişimci kadınların sektörde evlilik, doğum gibi durumlardan dolayı tercih edilmediğini ve iki girişimci aile/çevre tarafından yönlendirilmediğine yönelik görüş bildirmiştir.

Kadın girişimcilerin teknoloji sektörü ile ilgili memnuniyetlerine ilişkin görüşleri incelendiğinde tüm kadın girişimcilerin teknoloji sektöründen memnun olduğu görülmektedir.

Kadın girişimcilerin teknoloji sektörünü tercih etme nedenlerine dair görüşleri incelendiğinde iki girişimcinin sektörün büyük olması, bir kişinin eğitimini alması, bir kişinin ihtiyaç olduğu düşüncesi ile sektöre girdiklerini ve bir girişimcinin de daha önce tecrübeli olduğu bir proje ile sektöre girdiğini belirtmiştir.

Yapılan çalışma ile ekonomik büyüme ve kalkınmanın en önemli aktörlerinden biri olan kadın girişimcilerin, yeni fikirlerin, yeni ürünlerin, hizmetlerin, ileri teknolojinin ülkeye kazandırılmasında ve ülkede istihdam yaratılmasında önemli bir role sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sebeple her geçen gün teknoloji sektöründe yeni iş kuran, kendi işine sahip ya da şirket ortağı statüsünde çalışma hayatına devam eden kadın girişimcilerin kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar ve uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenmesi gerekmektedir.

Ülkemizde teknoloji sektöründeki kadın girişimcilerin sayısındaki artışın erkek girişimciler ile karşılaştırıldığında yeterli düzeyde olmadığı, bu sebeple girişimcilik ve teknoloji derslerinin ilkokuldan itibaren verilmesi ile kadınların bu sektör hakkında bilgi sahibi olmasına ve karşılaştıkları eğitim eksikliğinin giderilmesine fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

Teknoloji sektöründe her geçen gün meydana gelen hızlı değişim sebebiyle kadınların doğum ya da evlilik izinleri yüzünden işlerine ara vermesinin kariyerlerine olumsuz olarak yansımaktadır. Bu sebeple değişen dünya koşulları ile kadınlara uzaktan çalışma olanağı sağlanması ve kadınların bu konuda desteklenmesi ile bu sorunun önüne geçilebilecektir.

Yapılan çalışma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerden alınan bilgiler ışığında en çok kuruluş sermayesine ulaşım konusunda desteğe ihtiyaç duydukları bilgisi alınmıştır. Bu kapsamda özellikle teknoloji sektöründeki kadın girişimcilere özel olarak tasarlanacak hibe programları ya da yatırım fonları ile kadın girişimcilerin kuruluş sermayesine erişim konusundaki engelin önüne geçilebileceğı öngörülmektedir.



KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2011). *Teknolojinin küreselleşmesi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Ahmad, N. ve Seymour, R. (2008). *Defining entrepreneurial activity: definitions supporting frameworks for data collection*. OECD Statistics Working Papers, OECD Publishing, Paris.
- Alkan, C. (2011). *Eğitim teknolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ansal, H. (1997). *Teknolojik gelişmelerin sanayide kadın istihdamına etkileri*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Arsene, C. (2019). *5 emerging technologies impacting our health*. <https://socialnomics.net/2019/12/17/5-emerging-technologiesimpacting-our-health/> (Erişim Tarihi: 26.10.2020).
- Atan, U. ve Dalkıran, M. (2019). *Bilgisayar destekli tasarım, teknoloji ve tasarım: öğretmenler için kılavuzu*. Ankara: T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Eğitim Genel Müdürlüğü.
- Atalay, Y., & Varol, Ç. İleri Teknoloji Sektöründe Kadın Girişimciliği: Ankara'daki Sektörel ve Mekansal Farklılaşmalar. *Planlama Dergisi*, 26(3), 181-192.
- Aydın, D. ve Çam, M. (2016). Bilgi toplumu dönüşümünde türkiye'de kadın olmak. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 224-227 <https://dergipark.org.tr/en/pub/dpusbe/issue/31354/346766> (Erişim Tarihi: 26.10.2020)
- Aydın, İ. (2012). Bilişim sektörü ve türkiye'nin sektördeki potansiyeli. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education (IJTASE)*, 1(1), 180-200.
- Baştan, S. (2003). Yapay zekâ, yeni iletişim teknolojileri ve örgütsel değişim: akıllı örgüte doğru. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 187-203.
- Bayram, G. E. (2018). Kadın girişimciler ve turizm: Mevcut durum ve sorunlar üzerine Sinop ilinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 56-88.
- Braham, M. (1977). *The grounding of the technologist*. London: Pitman Publishing.

Brindley, C. (2005). Barriersto women achieving their entrepreneurial potential: women and risk. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 2(11), 144-161.

Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., Hart, M. M. ve Gatewood, E. (2004). The role of social capital and gender in linking financial suppliers and entrepreneurial firms: a framework for future research. *Venture Capital*, 4, 305-323.

Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Demirel, F., Karadeniz, Ş., & Çakmak, E. K. (2019). *Bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Pagem Akademi.

Catalyst, *Quick Take: Women in Management* (August 11, 2020).

Christopherson, S. (1994) *Bargaining and balancing: women's waged work as an adjustment strategy in U.S. households*. Montreal: McGill-Queen's Press.

Cici, E. N. (2013). *Kadınların girişimcilik yolunda karşılaştıkları sorunların öz girişimcilik yetenekleri üzerindeki etkisi: Konya ilinde bir araştırma*. Doctoral Dissertation, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Computing Technology Industry Association (Comptia). (2020). *Cyberstates 2020: The definitive guide to the u.s. tech industry and tech workforce*. USA. Illinois. https://comptiacdn.azureedge.net/webcontent/docs/defaultsource/research-reports/comptia-cyberstates-2020.pdf?sfvrsn=39494164_0 (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, California: Sage publications.

Çakmak, T., Kılıç, A. ve Tunçay, A. (2012). *Teknoloji yönetimi kılavuzu*. İstanbul: Sanayi Odası.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (ÇSGB). (2015). *Ulusal istihdam stratejisi 2014-2023- mevcut durum raporu*. Ankara. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.

Çelebi, N. (1993). Kadın girişimciliğini özendirme ve destekleme konusunda politikalar, kadını girişimciliğe özendirme ve destekleme paneli bildiriler ve tartışmalar. *Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı KSSG Müdürlüğü, Eğitim Serisi*, 74, 35-42.

Deloitte ve TÜBİSAD. (2017). Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü: 2016 pazar verileri, <http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad-bilgi-ve-iletisim-teknolojileri-sektoru-2016-pazar%20verileri.pdf> (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Deloitte ve TÜBİSAD. (2018). Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü: 2017 pazar verileri, <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/bit-sektoru-2017-pazar-verileri.html> (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Deloitte ve TÜBİSAD. (2019). Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü: 2018 pazar verileri, <http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad290419.pdf> (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Deloitte ve TÜBİSAD. (2020). Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü: 2019 pazar verileri, <http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad-bit-2019.pdf> (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Demir, N. (2015). Türkiye’de girişimcilik ve kadın. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 27(315), 14-19.

Demirci, R., Semiz, S. ve Gölcü, M. (2008). İşletmelerde ileri teknoloji kullanımı ve rekabet: otomotiv sektöründe bir alan araştırması. *Politeknik Dergisi*, 11(2), 139-145.

Demircioğlu, Z. (2010). *Eskişehir’de kadın girişimciliği üzerine sosyolojik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Dirik, N. (2016). *Türkiye’de kadın istihdamının önündeki engellerin aşılmasında ve kamu istihdam kurumlarının rolü*. Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi.

Dollinger, M. J. (1999). *Entrepreneurship: Strategies and resources*. Boston; Irwin.

Durgun, Ş. (2002). *Çalışma yaşamında kadın yöneticiler ve Muğla örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Durmaz, T. (2020). Sağlık sektöründe teknoloji trendleri. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, <https://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/content/kunye/24> (Erişim Tarihi: 28.10.2020).

Dwyer, S., Orlando, C. R. ve Chadwick, K., (2003) Gender diversity in management and firm performance: the influence of growth orientation and organizational culture. *Journal of Business Research*, 56, 1009-1019.

Ecevit, Y. (1993), Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, *Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*, 15-34, Ankara; Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi

Eraydın, A (1992). *Post-fordizm ve değişen mekansal öncelikler*. Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Yayınları.

Eraydın, A., & Türkün-Erendil, A. (2007). *The changing roles of female labor in economic expansion and decline: the case of the Istanbul clothing industry*. New Jersey: Wiley Blackwell.

Erdoğan, S. ve Kurt, M. (2006). *Afyon ili girişimcilik profilinin coğrafi bilgi sistemleri ile analizi*. Denizli. II. Bilgi Teknolojileri Kongresi,

Ertuğrul, İ. ve Deniz, G. (2018). 4.0 dünyası: pazarlama 4.0 ve endüstri 4.0. *BEÜ SBE Dergisi*, 7(1), 158-170.

Eryılmaz, S. N. (2014). *Türkiye’de kadın girişimcilerin çalışma hayatında karşılaştıkları sorunlar: Kahramanmaraş örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi, Yalova.

Frankenfield, J. (2019). Technology sector, https://www.investopedia.com/terms/t/technology_sector.asp (Erişim Tarihi: 22.10.2020).

GEM (2019), Global Entrepreneurship Monitor Executive Report, GEM, London
Globoledge. (2019). Technology: Background <https://globoledge.msu.edu/industries/technology/background> (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Goffee, R. ve Scase, R. (1992). *Kadınlar iş başında*. İstanbul: Eti Kitapları.

Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Araújo, U. P. ve Martins, C. M. F. (2014). Female entrepreneurship as subject of research. *Review of Business Management*, 16(51), 319-342.

Gökakın, Z. Ö. (2000). Doksanlı yılların yeni kahramanları: Türkiye’de kadın girişimci profili. 8. *Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildirileri*, 109-123.

Göküş, M., Özdemiray, M. S. ve Göksel, S. Z. (2013). Bölgesel kalkınmada kadın girişimciliğinin önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, 87-97.

Grübler, A. (2003). *Technology and global change*. UK: Cambridge University Press.

Gundry, L. ve Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur high growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16, 453-470.

Günay, D. ve Arıduru, A. (1999). Bilim ve teknolojiye yöneliş. *I. Teknoloji Kalite ve Üretim Sistemleri Kongresi, Sakarya Kalite Derneği*, 22-34.

Güney, S. (2008). *Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güney, S. (2015). *Girişimcilik: Temel kavramlar ve bazı güncel konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gürol, M. A. (2000). *Türkiye’de kadın girişimci ve küçük işletmesi: Fırsatlar, sorunlar, beklentiler ve öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi.

Hanson, S. ve Pratt, G. (1995). *Gender, work and space*. London: Routledge.

Harrell, M.C. and Bradley, M.A. (2009) Data Collection Methods: Semi-Structured Interview and Focus Groups. RAND National Defense Research Institute, Santa Monica.

Hisrich R.D. ve Brush, C. G. (1987). *Women entrepreneurs: a longitudinal study*. Massachusetts: Babson College.

Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. New York: Mc-Graw-Hill Irwin.

Huang, K., Mas-Tur, A., ve Yu, T. H. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 487-497.

İlter, B. (2008). *Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: Kagider örneği*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.

İlter, B. (2010). *Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: Kagider örneği*. Ankara: Adalet Yayınevi.

İşman, A. (2001). Teknolojinin felsefi temelleri. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-19.

İşman, A. (2015). *Öğretim teknolojileri ve materyal tasarımı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Kabakçı, I. ve Odabaşı, H. F. (2004). Teknolojiyi kullanmak ve teknogerçekçi olabilmek. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 19-28.

Kandiyoti, D. (1982). *Urban change and women's roles in Turkey: An overview and evaluation*. Indiana: University Turkish Studies.

Karasar, N. (2018). *Araştırmalarda rapor hazırlama* (21. baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kaya, Z. (2006). *Öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Keskin, S. (2013). *Türkiye’de kadın girişimciliğinin istihdam yaratmadaki rolü*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Keskin, S. (2017). Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü E-Dergi*, 1(1), 64-76.

Kılıç, N. Ö., Açıdoğuran, B. ve Çalhan, H. (2017). information communication technologies export and economic growth relationship: an analysis on selected countries, *Journal of Business, Economics and Finance*, 6(4), 328-335.

Kiriyama, N. (2011). Trade in information and communications technology and its contribution to trade and innovation. *OECD Trade Policy Working Papers*, 115.

Kocamış, T. ve Güngör, A. (2014). Türkiye’ de ar-ge harcamaları ve teknoloji sektöründe ar-ge giderlerinin karlılık üzerine etkisi: Borsa İstanbul uygulaması. *Maliye Dergisi*, 166, 127-138.

Koşar, E. (2002). *Öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Küçük, O. (2017). *Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi*. İstanbul: Seçkin Yayınları.

Loscocco, K. ve Robinson, J. (1991). Barriers to women's small-business success in the United States. *Gender and Society*, 5(4), 511-532.

Lynn Martin, Lucy Wright, Zuleika Beaven, Harry Matlay, (2015) "An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(4), 539-556, <https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2011-0095>

Maden, C. (2015). A gendered lens on entrepreneurship: Women entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 30(4), 312-331.

Marvel, M. R., Lee, I. H. ve Wolfe, M. T. (2015). Entrepreneur gender and firm innovation activity: a multilevel perspective. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 62(4), 558-566.

Massey, D. (1984). *Spatial divisions of labour: Social structures and the geography of production*. London: Macmillan.

Mayer, H. (2008). Segmentation and segregation patterns of women-owned high-tech firms in four metropolitan regions in the United States. *Regional Studies*, 42(10), 1357-1383.

McDowell, L. (1991). Life without father and Ford. the new gender order of post-Fordism. *Transactions, Institute of British Geographers*, 16, 400-419.

McNulty, C. (2017). Industry guide: An introduction to technology and engineering, <https://blog.city-internships.com/industry-guidetechnology-engineering/> (Erişim Tarihi: 24.10.2020).

Atan, U., Aydın, M., Erkin M. (2019). *Teknoloji ve tasarımın temelleri*. Ankara. T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Eğitim Genel M¼d¼rl¼đ¼.

Miller, M. (2019). Information technology sector: Overview and funds, <https://www.valuepenguin.com/sectors/information-technology> (Erişim Tarihi: 20.10.2020).

Mittal, T. (2018). 5 technology sectors generating the most jobs in 2018, <https://yourstory.com/2018/06/top-5-technology-sectors-generatingjobs-2018> (Erişim Tarihi: 25.10.2020).

Mucuk, İ. (2005). *Modern işletmecilik*. İstanbul: T¼rkmen Kitabevi.

Müslümov, A. ve Aras, G. (2002). Dünya’da teknoloji sektörünün gelişimi ve Türkiye’deki teknoloji sektörü üzerine etkisi: Finansal bir yaklaşım. *Öneri Dergisi*, 5(18), 13-20.

Negiz, N., Özdaşlı, K., Özkul, G. ve Alparslan, A. M. (2009). Girişimcilik özellikleri ve tipleri açısından cinsiyet farklılıkları: SDÜ-İİBF araştırması. *Uluslararası Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 241-251.

Okur, M. C. (2007). Yazılım endüstrisinin geleceği: Gelişmekte olan ülkeler ve Türkiye. *Journal of Yaşar University*, 2(7), 651-660.

Onay, Ü. G. (2013). *Kadın girişimciliğini etkileyen sosyo kültürel faktörler: Isparta KOSGEB girişimcilik destekleri üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

Öğüt, A. (2006). Türkiye’de kadın girişimciliğinin ve yöneticiliğinin önündeki güçlükler: Cam tavan sendromu. *Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 56-78.

Örücü, E., Kılıç, R. ve Kılıç T. (2007). Cam tavan sendromu ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmelerindeki engeller: Balıkesir ili örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 118-135.

Özaydınlık, K. (2014). Toplumsal cinsiyet temelinde Türkiye’de kadın ve eğitim. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 13, 93-112.

Özdemir, A. (2010). Potansiyel girişimci olan kadınların motivasyon faktörleri ve Eskişehir’de bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10(1), 117-139.

Özdemir, A. A. (2009). *Sosyal ağ özellikleri bakış açısıyla sosyal sermaye ve bilgi yaratma ilişkisi: Akademisyenler üzerinde yapılan bir alan araştırması*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Özdevecioğlu, M. ve Çelik, C. (2000). Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin Nevşehir ilinde bir araştırma. 8. *Ulusal Yön. Org. Kong. Bildirileri*, 487-498.

Özkan, M., Al, A. ve Yavuz, S. (2018). Uluslararası politik ekonomi açısından dördüncü sanayi-endüstri devrimi'nin etkileri ve Türkiye. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 1(1), 1-30.

Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye'de kadın girişimcilik: Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Öztürk, S. (2003). Günümüz dünyasında üretim faktörlerinden teknolojinin gelişimi ve önemi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 209-220.

Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye'de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma*. Master's Thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

Padem, H., Göksu, A., & Konaklı, Z. (2012). *Araştırma Yöntemleri*. Sarajevo: International Burch University Yayınları.

Rose, D. ve Villeneuve, P. (1994). *Gender and occupational restructuring in Montreal in the 1970s*. Montreal: McGill-Queen's Press.

Schon, D. (1967). *Technology and change*. London: Pergamon.

Seyrek, İ. (2011). Bulut bilişim: İşletmeler için fırsatlar ve zorluklar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 701-713.

Solomon, D. L. (2000). Toward a post-modern agenda in instructional technology. *Educational Technology Research and Development*, 48(4), 5-20.

Soysal, A. (2010). Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler: Kahramanmaraş ilinde bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.

Spacey, J. (2019). 34 examples of the technology industry, <https://simplicable.com/new/technology-industry> (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Stanworth, C. (2000). Women and work in the information age. *Gender Work and Organization*, 7(1), 20-32.

Startupswatch. (2021). 2020 Yıllık Rapor, <https://www.dropbox.com/s/uctb0qwiz8p6bww/Annual%20Report%20-%202020%20Year%20in%20Review%20-%20startups.watch.pdf?dl=0> (Erişim Tarihi: 30.01.2020).

Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.

Şekerler, H. (2006). *Kadın girişimciler, karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi.

Şemin, S. (1999). *Sağlık hizmetlerinde teknoloji*. Ankara: TTB.

Tamer, G. (2013). Dünya'ya kıyasla Türkiye'de kadın girişimciliği. *International Conference on Eurasian Economies*, 649-656.

Tan, F. (2008). Tarihi akış içinde kastamonu kadın girişimciliği. *14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*.

Taş, H. (2018). Dördüncü sanayi devrimi'nin (endüstri 4.0) çalışma hayatına ve istihdama muhtemel etkileri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 1817-1836.

Tekin, M. (2005). *Hayallerin gerçeğe dönüşümü: Girişimcilik*. Konya: Günay Ofset.

Tutar, H. ve Altınkaynak, F. (2014). *Girişimcilik: Temel girişimcilik ve iş kurma süreci*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 24(24), 543-559.

Uluğ, P. (2000). Türkiye'de konfeksiyon sektöründe kadın iş gücü: Gülsuyu örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İÜ.

UNCTAD. (2019). *Digital economy report 2019: Value creation and capture: Implications for developing countries*. Genova: United Nations.

UNCTAD. (2020). Statistical database, <http://unctadstat.unctad.org> (Erişim Tarihi: 10.10.2020).

Varian, H. R. (2004). Review of mokyry's gifts of athena. *Journal of Economic Literature*, 42(3), 805-810.

Wirth, L. (2001). *Breaking through the glass ceiling: Women in management*. Geneva. ILO.

WTO. (2019). *World trade statistical review*. Geneva. Switzerland.
https://unctad.org/en/PublicationChapters/rmt2012ch1_en.pdf (Erişim Tarihi: 07.10.2020).

Yaprak, ř. (2009). Kadınların yönetim kademelerinde yer almalarının önündeki engeller ve cam tavan olgusu. *Uluslararası Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 181-192.

Yetim, N. (2002). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(2), 79-92.

Yücel, Y., Vd. (2018). Bilişim sistemlerinin sağlık sektörü açısından önemi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 147-155.