

Kadın Girişimciliği ve Girişimcilik Zihniyeti 8

Suudan Gökçe Gök¹

Özet

Girişimcilik, ekonomik büyüme, yenilikçilik ve toplumsal kalkınmanın temel unsurlarından biridir. Kadın girişimciliği, son yıllarda hem akademik literatürde hem de politika yapıcılarının gündeminde giderek artan bir önem kazanmıştır. Kadın girişimciler, istihdam yaratma, yoksulluğun azaltılması ve toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlama potansiyelleriyle öne çıkmaktadır. Ancak toplumsal cinsiyet rolleri, finansmana erişimdeki zorluklar, eğitim ve mentörlük eksikliği ile iş-aile dengesi sorunları, kadınların girişimcilik faaliyetlerini sınırlayan başlıca engellerdir. Bu çalışma ile; kadın girişimciliğinin tarihsel süreçteki gelişimi, karşılaşılan engeller ve girişimcilik zihniyetinin önemi ele alınmaktadır. Girişimcilik zihniyeti; fırsatları değerlendirme, risk alma, yenilikçilik ve öz-yeterlilik gibi unsurları kapsamakta ve kadınların iş yaşamındaki başarılarını desteklemektedir. Kadınların dönüştürücü liderlik tarzı, işbirlikçi yaklaşımı ve dirençli tutumları, girişimcilik ekosistemine farklı bir dinamizm kazandırmaktadır. Bu kapsamda elde edilen sonuçlara göre; kadın girişimciliğinin ekonomik büyüme ve toplumsal refah açısından kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Günümüzde dijitalleşme, sosyal medya ve küreselleşme kadınlara yeni fırsatlar sunarken, finansal ve kültürel engeller hâlen devam etmektedir. Sonuç olarak, kadın girişimciliğinin desteklenmesi yalnızca bireysel başarıların artmasına değil, aynı zamanda toplumsal dönüşüm ve sürdürülebilir kalkınmaya da katkı sağlayacaktır. Bu nedenle kadın girişimciliğinin teşviki, eşitlikçi ve kapsayıcı bir ekonomi için stratejik öneme sahiptir.

Giriş

Girişimcilik, ekonomik büyüme, istihdam yaratma ve yenilikçiliğin temel taşlarından biridir. Son yıllarda, girişimcilik alanında kadınların rolü giderek daha fazla önem kazanmış ve kadın girişimciliği, hem akademik çalışmaların hem de politika yapıcılarının odak noktası haline gelmiştir. Kadın girişimciler,

1 Doç. Dr. Jandarma Ve Sahil Güvenlik Akademisi, suudangokce@hotmail.com, ORCID:0000-0003-3822-2605

ekonomik kalkınmaya önemli katkılar sunmakla birlikte, toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri, finansal engeller ve sosyo-kültürel baskılar gibi çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu bağlamda, kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve girişimcilik zihniyetinin geliştirilmesi, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada kritik bir rol oynamaktadır.

Girişimcilik zihniyeti, bireylerin yenilikçi fikirler geliştirme, fırsatları değerlendirme ve risk alma becerilerini kapsayan bir düşünce yapısıdır. Bu zihniyet, yalnızca ekonomik başarıyı değil, aynı zamanda sosyal ve kişisel gelişimi de desteklemektedir. Kadınların girişimcilik ekosistemine aktif katılımı, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınların ekonomik güçlenmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak, geleneksel toplumsal normlar, finansmana erişimdeki eşitsizlikler ve iş-yaşam dengesi gibi faktörler, kadın girişimcilerin karşılaştığı başlıca engeller arasında yer almaktadır.

Kadın girişimciliği ve girişimcilik zihniyeti, günümüz ekonomilerinin sürdürülebilir kalkınması için kritik bir role sahiptir. Bu bölümde de, kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyal alanda yarattığı değeri ortaya koyarken, karşılaştıkları engelleri ve bu engellerin üstesinden gelmek için gereken stratejileri kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Bu kapsamda; Bu çalışma ile, kadın girişimciliğinin mevcut durumunu, karşılaşılan engelleri ve fırsatları ele alarak girişimcilik zihniyetinin kadınların iş hayatındaki başarısı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlanmaktadır. Girişimcilik zihniyetinin geliştirilmesi, yalnızca bireysel başarıyı değil, aynı zamanda toplumsal dönüşümü de beraberinde getirecektir. Bu nedenle, kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi, ekonomik ve sosyal kalkınmanın önemli bir parçası olarak görülmelidir. Bu bağlamda; bu çalışma, girişimcilik zihniyetinin temel unsurlarını açıklamakta ve kadın girişimciliğin dinamiklerini ele almaktadır.

1. Kadın Girişimciliği

Günümüz iş dünyasında değişim hızla artmakta, rekabet küreselleşmekte ve geleneksel istihdam modelleri dönüşmektedir. Bu dönüşüm, bireyleri daha girişimci düşünmeye, risk almaya ve yenilik üretmeye teşvik etmektedir. Bu bağlamda, girişimcilik zihniyeti, ekonomik büyüme ve toplumsal kalkınma açısından stratejik bir rol oynamaktadır (Neck ve Greene, 2011). Özellikle kadın girişimcilerin sayısındaki artış, hem ekonomik canlılığı artırmakta hem de toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlamaktadır (Kelley vd., 2017).

Bu nedenle, girişimciliğin rasyonel bir ekonomik faaliyet olduğu varsayımına ve eşit fırsat politikaları yoluyla toplumsal cinsiyet vatandaşlığı anlayışına dayanan bir araştırma hattının kurumsallaşmasının (Gherardi,

2003b) kadın girişimciler üzerine araştırmaları teşvik ederken, aynı zamanda özellikle bu kadın kategorisine yönelik ekonomik ve işgücü politikalarını da teşvik etmektedir.

Kadınların dünyada en hızlı büyüyen girişimciler ve (Brush ve Cooper, 2012 ; Patil ve Deshpande, 2018) kalkınma için önemli bir gösterge olduğu kabul edilmektedir. Kadın girişimciler, özellikle gelişmekte olan ülkelerde iş, zenginlik, yoksulluğun azaltılması, insan gelişimi, eğitim, sağlık ve ulusun kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Literatürde tartışılan ve ilerlemelerine engel olunan kadın girişimcilerin birçok başarı hikayesi yer almaktadır (Byrne vd., 2019 ; Neumeyer vd., 2019). Kadın girişimciler olmadan ekonomilerin tam ve sürdürülebilir başarıya ulaşmasının mümkün olmadığı ifade edilmektedir (Sajjad vd., 2020).

Kadın girişimciliği; bireyler, toplumlar ve ülkeler için de büyük bir önem arz etmektedir (Elam vd., 2019 , Minniti ve Naudé, 2010). Gerçekten de, araştırmalar kadın girişimciliğinin toplumların istikrarına ve refahına katkıda bulunduğunu ve kadınlar, düşük gelirli ve azınlıklar gibi dezavantajlı gruplara ekonomik fırsatlar sağladığını kabul etmektedir (Ascher, 2012 , Kairiza vd., 2017). Gelişmekte olan ülkelerde daha fazla sayıda kadının okuma yazma bilmediği ve yoksul topluluklarda yaşadığı tespit edilse bile (Bruton vd., 2021 , Ojong, 2019), kadın girişimciliği onlara yerel ekonomilere katılma fırsatı vermekte ve bu süreç onların girişimci olmalarına yardımcı olmaktadır (Elam vd., 2019 , Freşer vd., 2019). Kadınların girişimcilik faaliyetlerine katılımı, gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılması, istihdamın artırılması ve sosyal kalkınmanın sağlanmasında önemli rol oynamaktadır (Minniti ve Naudé, 2010). Kadın girişimciler, özellikle sosyal girişimcilik alanında daha etkin rol almakta ve sosyal sorunlara çözüm üretmektedir (Allen vd., 2008).

Kadın girişimciliğinin gelişmekte olan ülkelerde kadınları sosyal ve ekonomik olarak güçlendirmek ve ilerletmek için bir fırsat sağlamasına rağmen, sürecin büyük ölçüde kurumsal desteğin varlığına dayanmaktadır. Bu tür bir destek, kadınlara iş girişimlerini başlatmak, büyütmek ve sürdürmek için ihtiyaç duydukları kaynaklara eşit erişim sağlamaktadır (Olarewaju ve Fernando, 2020). Bu durum sadece bireysel bir başarı göstergesi değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliğinin bir aracı olarak da değerlendirilmektedir (Brush vd., 2009).

İşletme literatüründe, kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun yalnızca üçüncül sektörde (ticaret ve özellikle hizmetler) yoğunlaşmadığını, aynı zamanda bu sektörde, yani bağımlı kadın istihdamının geleneksel alanında çalışmaya başladığını göstermektedir. Kadınların çoğunlukla hizmet

sektöründe yeni işler kurma eğilimini açıklamak için en az üç argümanla harekete geçtiği görülmektedir (Rosa, vd, 1994). Bunlar:

- En fazla bilgi ve deneyime sahip oldukları sektördür;
- Kadınlar sıklıkla belirli teknik becerilerden yoksundur ve bu durum onları üretim ve yüksek teknoloji sektörlerinde iş kurmaktan caydırmakta ve bu sektörlerde hayatta kalma olasılıklarını azaltmaktadır; ve
- Kadınların finansal kaynaklara ulaşmada yaşadıkları zorluk, onları hizmet sektörü gibi düşük sermaye yoğunluklu faaliyetleri seçmeye yönlentmektedir (Rosa, vd, 1994).

1.1. Tarihsel Süreçte Kadın Girişimciliği Çalışmalarının Evrimi

Kadın girişimciliği çalışmaları, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren akademik bir disiplin olarak şekillenmeye başlamıştır. Bu alandaki araştırmalar, başlangıçta erkek egemen girişimcilik literatürü içinde sınırlı bir yer bulurken, feminist teori ve toplumsal cinsiyet çalışmalarının etkisiyle giderek özerk bir alan haline gelmiştir.

Sosyal çalışmaların 1980'lerden bu yana sözde “gelişmiş” ülkelerde kadınlar ve ekonomi arasındaki ilişkiye gösterdiği yakın ilgi, bunun nasıl açıklandığı ve nasıl kurumsallaştırıldığı konusunda önemli ışık tutmaktadır. Bu bağlamda, Adler ve Izraeli (1988, 1994) İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana kadın istihdamındaki çarpıcı artışa, kurumsal aktörlerin (politik, ekonomik ve araştırma) demografik değişikliklere gösterdiği ilgiye, “mükemmellik” arayışıyla ekonominin küreselleşmesine ve kadınların eğitim ve öğretime daha fazla yatırım yapmaları sonucunda daha yüksek yönetici pozisyonlarına erişim için giderek daha açık ve ısrarcı bir şekilde ortaya koydukları talebe işaret etmişlerdir. Açıkça, bu dört açıklayıcı faktör - “nesnel” bir olgunun niceliksel önemi, önem ölçeğindeki öznel önemi, küresel ekonomik boyut ve toplumsal bir talebin oluşumu - aynı zamanda bilgi üreticileri arasında bir “bilimsel gerçeğin” meşrulaştırılmasının ölçütleridir. Dolayısıyla, girişimci zihniyetinde, 1990'larda kadın girişimcilerdeki artış sorgulanmayan, nesnel bir gerçek ve bilimsel bir konu haline gelmiştir (Powell, 1993 ; Fisher vd., 1993). Bu kapsamda tarihsel süreç içerisindeki gelişim her dönem farklılık göstermekle birlikte literatürde önemli katkılar sağladığı görülmektedir.

1.1.1. Erken Dönem: Görünmezlik ve Marjinalleştirme (1950-1970)

Klasik Girişimcilik Teorilerinde Kadının Yeri: Schumpeter (1934) ve McClelland (1961) gibi erken dönem girişimcilik kuramcıları, girişimci profillerini tanımlarken erkek deneyimlerini norm olarak almakta, kadın girişimciliğini sistematik olarak göz ardı etmektedir. 20. yüzyılın büyük bölümünde girişimcilik araştırmaları, büyük ölçüde cinsiyet körü (gender-blind) bir yaklaşımı benimsemektedir. Girişimci, tipik olarak agresif, rekabetçi, risk alan ve yenilikçi özelliklere sahip, örtük olarak erkek bir model olarak kavramsallaştırılmaktadır. Bu dönemdeki çalışmalar, girişimciliğin evrensel ve nötr bir faaliyet olduğunu varsaymış, kadınların bu alandaki varlığı ve deneyimleri ya görünmez kılınmış ya da erkek normlarına göre “eksik” veya “sapma” olarak değerlendirilmiştir. Kadın girişimciler, eğer incelendiyse bile, marjinal bir grup olarak ele alınmaktadır (Ahl, 2006).

Feminist Eleştirilerin Başlangıcı: 1970’lerde ikinci dalga feminizm, akademideki cinsiyet yanlılığını sorgulayarak kadın girişimciliğine dair ilk eleştirel çalışmaları ortaya koymaktadır (Oakley, 1974). 1970’lerin ikinci dalga feminizm hareketi ve kadınların işgücüne kitlesel katılımı, akademik ilgiyi kadın girişimciliğine çevirmiştir. Bu dönemin çalışmaları, temel olarak kadın girişimcilerin sayısını, iş kurma motivasyonlarını ve karşılaştıkları engelleri belgelemeye odaklanmaktadır. Araştırmalar, kadın girişimcilerin erkek meslektaşlarından farklı olarak dikey değil, yatay iş segmentlerinde (örn., hizmet, perakende) yoğunlaştığını ve finansmana erişim, cinsiyetçi önyargılar ve aile-iş yaşamı dengesi gibi benzersiz zorluklarla karşılaştığını ortaya koymaktadır (Brush, 1992).

1.1.2. Kurumsallaşma Dönemi: Disipliner Bir Alanın Doğuşu (1980-2000)

Bu dönemde, kadın girişimciliğini şekillendiren toplumsal cinsiyet rollerinin (gender roles) önemi vurgulanmaktadır. Feminist teori ve sosyolojik yaklaşımların etkisiyle, “erkek normu” sorgulanmakta ve kadın girişimcilerin farklılıklarının bir “eksiklik” değil, farklı bir “yaklaşım” veya “stil” olabileceği tartışılmaya başlanmıştır. Örneğin, Brush (1992) “bütünleşik yaklaşım” (integrated perspective) kavramını öne sürerek, kadın girişimcilerin işlerini aile ve toplum yaşamlarıyla iç içe geçmiş bir “yuvarlak masa” (round table) modeli olarak gördüklerini, erkeklerin ise daha hiyerarşik ve lineer bir model benimsediklerini ifade etmektedir.

Kavramsal Çerçeve açısından değerlendirildiğinde ise; feminist ekonomi ve kaynak bağımlılığı teorisi perspektifinden ele alınmaktadır.

Feminist Ekonomi perspektifi (Folbre, 1994), kadın girişimciliğinin geleneksel ekonomik modellerdeki eksik temsiliyi eleştirmektedir.

“Kaynak Bağımlılığı Teorisi” (Aldrich, 1989), kadınların finansal ve sosyal sermayeye erişimdeki eşitsizliklerini analiz etmektedir.

Bu kapsamda ampirik çalışmaların da arttığı gözlemlenmektedir. Bu çalışmalar: OECD (1998) ve GEM (Global Entrepreneurship Monitor) gibi kuruluşların veri setleri, kadın girişimciliğinin küresel ölçekte karşılaştırmalı analizine olanak sağlamaktadır. Ayrıca farklılık paradigması (Brush, 1992) ile, kadın girişimcilerin motivasyonlarının ve iş yapma biçimlerinin erkeklerden niteliksel olarak farklı olabileceğini savunmaktadır.

1.1.3. 21. Yüzyıl: Çeşitlenme ve Disiplinlerarası Yaklaşımlar (2000-Günümüz)

Bu dönemde tematik genişlemenin oldukça dikkat çektiği ve farklı bakış açılarıyla çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda;

Toplumsal Cinsiyet ve Kültür: İslami girişimcilik (Al-Dajani ve Marlow, 2013), göçmen kadın girişimciliği (Pio, 2007) gibi alt alanlar ortaya çıkmıştır.

Dijitalleşme: E-ticaret ve sosyal medya tabanlı girişimler (Dy vd., 2018), yeni araştırma gündemleri yaratmaktadır.

Metodolojik Çeşitlilik: Nicel yöntemlerin yanı sıra, feminist etnografi (Mirchandani, 1999) ve söylem analizi gibi nitel yaklaşımlar yaygınlaşmaktadır.

Politika Odaklı Araştırmalar: Dünya Bankası ve UN Women gibi kuruluşların desteklediği çalışmalar, kadın girişimciliğini teşvik eden politikaların etkinliğini incelemektedir (Kelley vd., 2017).

1.1.4. Eleştirel Tartışmalar ve Gelecek Yönelimler

Batı Merkezilik Eleştirisi: Küresel Güney'deki kadın girişimciliği deneyimlerinin yeterince temsil edilmediği vurgulanmaktadır (Nnaemeka, 2005).

Kesişimsellik Yaklaşımı: Sınıf, etnisite ve cinsel yönelim gibi faktörlerin toplumsal cinsiyetle kesişen dinamiklerini ifade etmektedir (Essers ve Benschop, 2009).

Teknolojik Dönüşüm: Yapay zeka ve blockchain gibi teknolojilerin kadın girişimciliğine etkisi henüz kapsamlı olarak incelenmemektedir.

Kadın girişimciliği çalışmaları, marjinal bir ilgi alanından disiplinlerarası bir akademik sahneye evrilmiştir. Gelecek araştırmalar için küresel eşitsizliklerin, dijitalleşmenin ve kesişimselliğin derinlemesine irdelenmesi önem taşımaktadır.

1.2. Kadın Girişimciliğin Önündeki Engeller

Kadın girişimciler birçok sistematik engelle karşı karşıya kalmaktadır. Bu engeller sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyokültürel yapılarla da ilişkilidir. Bunlar:

1.2.1. Toplumsal Cinsiyet Roller ve Kültürel Baskılar

Geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri, kadınların girişimcilik faaliyetlerini sınırlandırmaktadır. Birçok toplumda, kadınların ev içi sorumluluklarla sınırlandırılması, iş dünyasında aktif rol almalarını zorlaştırmaktadır (Ahl, 2006). Ayrıca, kadın girişimciler “liderlik” ve “risk alma” gibi özelliklerin erkeklere atfedilmesi nedeniyle önyargılarla karşılaşmaktadır (Gupta, Turban, Wasti, ve Sikdar, 2009).

1.2.2. Finansal Engeller ve Sermaye Erişimindeki Zorluklar

Kadın girişimciler, finansmana erişimde erkek meslektaşlarına kıyasla daha fazla zorluk yaşamaktadır. Yapılan araştırmalar, kadınların banka kredisi alırken daha yüksek faiz oranlarıyla karşılaştığını veya yatırımcılar tarafından daha az desteklendiğini göstermektedir. Ayrıca, kadınların finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olması da iş kurma sürecini olumsuz etkilemektedir (Coleman ve Robb, 2012).

1.2.3. Eğitim ve Mentorluk Eksikliği

Kadın girişimcilerin başarılı olabilmesi için işletme yönetimi, pazarlama ve finans gibi alanlarda eğitim almaları gerekmektedir. Ancak, birçok kadın bu fırsatlara erişememektedir. Mentörlük programlarının yetersizliği de kadınların iş dünyasında yalnız kalmasına neden olmaktadır (Brush vd., 2006).

1.2.4. İş-Aile Dengesi Sorunu

Kadın girişimciler, iş ve aile yaşamını dengelemekte zorlanmaktadır. Toplumun kadınlardan beklediği bakım sorumlulukları, işletmelerini büyütmelerini engelleyebilmektedir. Esnek çalışma modellerinin yaygınlaşmaması, bu sorunu daha da derinleştirmektedir (Jennings ve McDougald, 2007).

2. Girişimcilik Zihniyeti

Girişimcilik zihniyeti, bireylerin fırsatları tanımlama, kaynakları etkin kullanma, belirsizlik altında karar verebilme ve değer yaratma yetkinliğidir. Bu zihniyet, yalnızca iş kurmakla sınırlı değildir; aynı zamanda mevcut sistemlerde yenilik yaratma ve sorunlara yaratıcı çözümler bulma becerisini de kapsamaktadır (Dweck, 2006). Bireyin çevresinde fark ettiği fırsatları değerlendirme, riskleri göze alma ve bu süreçte yenilikçi düşüncüyü harekete geçirme kapasitesidir. Bu zihniyet, sadece iş kuran bireylerle sınırlı kalmamakta; mevcut organizasyonlarda yenilik getiren çalışanlarda da gözlemlenmekte ve girişimcilik, artık bir kariyer yolu olmaktan öte bir düşünme biçimi olarak kabul edilmektedir (Neck ve Greene, 2011).

Bu zihniyetin temelinde yer alan en önemli bileşenlerden biri fırsat odaklılık kavramıdır. Girişimci bireyler, çoğunluğun sorun olarak gördüğü unsurları fırsat olarak yorumlamaktadırlar. Örneğin bir ekonomik durgunluk, çoğu için tehdit unsuru iken, girişimciler için yeni iş modelleri geliştirmek fırsat olarak görülebilmektedir (Shane ve Venkataraman, 2000).

Bir diğer temel unsur ise risk alma eğilimidir. Girişimcilik zihniyetine sahip bireyler, kararlarını tam bilgiye dayanmadan alabilme, yani belirsizlik altında hareket etme konusundaki esnekliğidir (McGrath ve MacMillan, 2000). Bu bireyler, başarısızlığı bir son değil, öğrenme süreci olarak değerlendirmektedirler (Dweck, 2006).

Yaratıcılık ve yenilikçilik de girişimcilik zihniyetinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu yetkinlikler sayesinde girişimciler pazarda fark yaratabilir ve rekabet avantajı elde edebilmektedirler (Amabile, 1996). Özellikle teknolojik girişimcilikte yaratıcılık, yalnızca ürün değil, iş modeli seviyesinde de inovasyon anlamına gelmektedir. İçsel motivasyon ve öz-yeterlilik inancı da zihniyetin yapı taşlarındandır. Bandura'nın (1997) öz-yeterlilik kuramına göre, bireyin bir işi yapabileceğine olan inancı, davranışlarını doğrudan etkilemektedir. Girişimciler, kontrolün kendi ellerinde olduğuna inandırmakta; bu da onları dış koşullardan bağımsız hareket etmeye yönlendirmektedir.

Girişimcilik zihniyeti, yalnızca bireysel değil, örgütsel düzeyde de ele alınmaktadır. Örgüt içerisinde girişimcilik, çalışanların da girişimcilik zihniyetiyle hareket ettiği durumları ifade etmektedir (Pinchot, 1985). Bu tür örgütler, değişime daha hızlı uyum sağlamakta ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmektedir.

Girişimcilik zihniyeti, kadınların iş yaşamına katılımını kolaylaştırmakta ve onları mevcut engelleri aşma konusunda güçlendirmektedir. Örneğin,

öz-yeterlilik inancı yüksek olan bir kadın girişimci, finansal engellerle karşılaştığında alternatif kaynaklar yaratma konusunda daha dirençli olabilmektedir (Bandura, 1997). Ayrıca, girişimcilik zihniyeti taşıyan kadınlar, sosyal normların dışına çıkma cesareti göstererek yenilikçi iş modelleri geliştirmektedir (Carter vd., 2001).

2.1. Kadın Girişimcilerin Zihniyet Özellikleri

2.1.1.Dönüşümsel Liderlik ve İşbirlikçi Yaklaşım;

Kadın girişimciler, genellikle daha katılımcı ve empatik bir liderlik tarzı benimsemektedir (Eagly ve Carli, 2003). Bu özellik, takım çalışmasını güçlendirirken, müşteri odaklı inovasyonu da teşvik etmektedir.

2.1.2.Risk Algısı ve Stratejik İhtiyat;

Erkek girişimciler agresif risk alma eğilimindeyken, kadın girişimciler daha analitik ve ihtiyatlı bir yaklaşım sergilemektedir (Sexton ve Bowman-Upton, 1990). Bu durum, uzun vadeli sürdürülebilir iş modellerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

2.1.3.Psikolojik Sermaye: Dayanıklılık ve Öz yeterlilik;

Kadın girişimciler, toplumsal baskılara rağmen yüksek öz yeterlilik ve dayanıklılık göstermektedir. Bu psikolojik sermaye, başarısızlıkları öğrenme fırsatına dönüştürmelerini sağlamaktadır (Luthans vd., 2007).

2.2.Tarihsel Süreçte Kadın Girişimcilik Zihniyetinin Gelişimi

Kadın girişimcilik zihniyetinin tarihsel gelişimi, toplumsal cinsiyet rollerinin değişimi, ekonomik sistemlerin dönüşümü ve kadınların iş hayatındaki konumlarıyla yakından ilişkilidir. Bu bölümde, kadın girişimciliğinin antik dönemlerden günümüze kadar olan evrimi, sosyo-kültürel ve ekonomik faktörler ışığında ele alınmaktadır.

2.2.1.Antik ve Orta Çağ Döneminde Kadın Girişimciliği

Antik uygarlıklarda kadınlar, tarım, el sanatları ve ticaret gibi alanlarda faaliyet göstermişlerdir. Örneğin, Mısır'da kadınlar mülk sahibi olabilmiş ve ticari işletmeler yönetmişlerdir. Benzer şekilde, Roma İmparatorluğu'nda bazı kadınlar tekstil ve gıda sektöründe girişimcilik faaliyetleri yürütmüştür (Akyol, 2018).

Orta Çağ'da ise feodal sistem ve dini normlar, kadınların ekonomik faaliyetlerini kısıtlamıştır. Ancak yine de bazı kadınlar, aile işletmelerini

yönetmiş veya manastırlarda üretim faaliyetlerinde bulunmuştur. Özellikle Avrupa'da lonca sisteminin katı kuralları, kadınların resmi ticari faaliyetlerini sınırlandırmıştır (Scott, 1986).

2.2.2. Sanayi Devrimi ve Kadın Girişimciliğinin Dönüşümü

18. ve 19. yüzyıllarda Sanayi Devrimi, kadınların işgücüne katılımını artırmış, ancak girişimcilik alanında cinsiyet eşitsizlikleri devam etmiştir. Fabrika sisteminin yaygınlaşmasıyla birlikte kadınlar, düşük ücretli işlerde çalışmış, ancak sermaye birikimi ve finansal kaynaklara erişimde erkeklere göre dezavantajlı konumda kalmıştır (Honeyman, 2007).

Buna rağmen, bu dönemde bazı kadın girişimciler başarılı işletmeler kurmuştur. Örneğin, Madam C.J. Walker, ABD'de kozmetik sektöründe ilk siyahi kadın milyoner olmuştur. Benzer şekilde, Avrupa'da tekstil ve moda sektöründe kadın girişimciler öne çıkmıştır (Zincir ve Özbebek Tunç).

2.2.3. 20. Yüzyıl: Feminist Hareketler ve Kadın Girişimciliğinin Yükselişi

20. yüzyılda kadın hakları hareketleri ve feminist dalgalar, kadınların iş dünyasındaki konumunu güçlendirmiştir. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında kadınların işgücüne katılımı artmış ve 1960'lardan itibaren eğitim olanaklarının gelişmesi, kadın girişimciliğini desteklemiştir (Brush vd., 2009).

1980'ler ve 1990'larda küreselleşme ve teknolojik ilerlemeler, kadınların girişimcilik alanında daha fazla yer almasını sağlamıştır. Hükümetler ve uluslararası kuruluşlar, kadın girişimciliğini teşvik eden politikalar geliştirmeye başlamıştır (Brush, 1992).

2.2.4. 21. Yüzyıl: Dijital Çağ ve Kadın Girişimciliğinde Yeni Trendler

Günümüzde dijitalleşme ve sosyal medya, kadın girişimcilere yeni fırsatlar sunmaktadır. E-ticaret, freelance çalışma modelleri ve start-up kültürü, kadınların iş kurmasını kolaylaştırmıştır. Ayrıca, toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki farkındalığın artması, kadın girişimcilere yönelik destek programlarını çeşitlendirmiştir (GEM, 2023).

Ancak, sermaye erişimi, toplumsal önyargılar ve iş-yaşam dengesi gibi zorluklar, kadın girişimciliğinin önündeki engeller olarak varlığını sürdürmektedir.

SONUÇ

Girişimcilik zihniyeti, bireylerin ekonomik ve sosyal düzlemde değer üretmesini sağlayan güçlü bir yetkinliktir. Bu zihniyetin kadınlar tarafından benimsenmesi, sadece bireysel başarıları değil, aynı zamanda toplumun dönüşümünü de mümkün kılmaktadır. Kadın girişimciliğin önündeki engellerin kaldırılması ve destekleyici ekosistemlerin oluşturulması, hem ekonomik büyüme hem de toplumsal cinsiyet eşitliği açısından stratejik önem taşımaktadır.

Girişimcilik zihniyeti, yenilikçilik, risk alma, fırsatları değerlendirme ve azim gibi unsurları içeren bir yaklaşımdır. Kadınların bu zihniyeti benimsemesi, yalnızca bireysel başarıları için değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve ekonomik çeşitliliğin artırılması için de önemlidir. Ancak, kadın girişimciler, erkek meslektaşlarına kıyasla daha fazla zorlukla karşılaşmaktadır. Finansmana erişimdeki eşitsizlikler, geleneksel toplumsal rollerin dayattığı sorumluluklar, iş ağlarının sınırlılığı ve mentörlük eksikliği, kadınların girişimcilik yolculuğunda önlerine çıkan başlıca engellerdir.

Dünyada ve Türkiye’de kadın girişimciliği son yıllarda artış gösterse de, bu artışın sürdürülebilir olması için daha kapsayıcı politikalar ve destek mekanizmaları gerekmektedir. Özellikle teknoloji ve inovasyon odaklı sektörlerde kadınların temsil oranının düşük olması, bu alanlarda cinsiyet eşitsizliğinin devam ettiğini göstermektedir. Bununla birlikte, kadın girişimcilerin başarı hikayeleri, diğer kadınlar için ilham kaynağı olmakta ve girişimcilik ekosisteminin daha kapsayıcı hale gelmesine katkı sağlamaktadır.

Kadın girişimciliğinin, ekonomik büyüme ve sosyal gelişme açısından da büyük bir potansiyele sahip olmasına rağmen, bu potansiyelin tam anlamıyla ortaya çıkabilmesi için sistemik engellerin kaldırılması ve kadınların girişimcilik yolculuğunda desteklenmesi gerekmektedir. Girişimcilik zihniyetinin geliştirilmesi, yalnızca kadınların bireysel başarısı için değil, aynı zamanda daha adil ve sürdürülebilir bir ekonomi inşa etmek için de kritik öneme sahiptir.

Bu çalışma doğrultusunda, kadın girişimciliğinin desteklenmesi, yalnızca kadınların değil, tüm toplumun refahını artıracak bir yatırım olduğu sonucuna odaklanılmaktadır. Bu nedenle, gerekli adımların ivedilikle atılması ve kadın girişimcilerin önündeki engellerin kaldırılması gerekmektedir. Bu sayede geleceğin girişimcilik ekosisteminin daha kapsayıcı ve eşitlikçi olması sağlanacaktır.

Kadın girişimcilik zihniyeti, tarih boyunca toplumsal, ekonomik ve kültürel dinamiklerden etkilenecek evrilmiştir. Günümüzde kadın girişimciliği, küresel ekonomide giderek daha önemli bir rol oynamakta ve destekleyici politikalar ile bu trendin sürmesi beklenmektedir. Bu beklentinin yanı sıra kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve girişimcilik zihniyetinin güçlendirilmesi için çok boyutlu bir yaklaşım benimsenmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Adler, N. J. & Izraeli, D. N. (1988). Women in management worldwide. M.E. Sharpe.
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship Theory and Practice*, 30*(5), 595-621.
- Akyol, T. (2018). **Antik Çağda Kadın ve Ekonomi**. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Al-Dajani, H. & Marlow, S. (2013). Empowerment and Entrepreneurship: A Theoretical Framework. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19*(1), 36-57.
- Amabile, T. M. (1996). Creativity in context. Westview Press.
- Bandura, A. (1997). **Self-efficacy: The exercise of control**. Freeman.
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners. **Entrepreneurship Theory and Practice*, 17*(1), 5-30.
- Brush, C. G. et al. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. **International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1*(1), 8-24.
- Coleman, S. & Robb, A. (2012). **A rising tide: Financing strategies for women-owned firms**. Stanford University Press.
- Dweck, C. S. (2006). **Mindset: The new psychology of success**. Random House.
- Eagly, A. H. & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage. **The Leadership Quarterly*, 14*(6), 807-834.
- Fisher, E. et al. (1993). A theory of entrepreneurship. **Journal of Behavioral Economics*, 22*(3), 45-62.
- Folbre, N. (1994). **Who pays for the kids?** Routledge.
- GEM (2023). **Global Entrepreneurship Monitor: Women's Entrepreneurship Report**. Babson College.
- Gupta, V. K. et al. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice*, 33*(2), 397-417.
- Honeyman, K. (2007). **Women, Gender and Industrialization in England, 1700-1870**. Palgrave Macmillan.
- McClelland, D. C. (1961). **The achieving society**. Van Nostrand.
- McGrath, R. G. & MacMillan, I. (2000). **The entrepreneurial mindset**. Harvard Business Press.
- Minniti, M. & Naudé, W. (2010). What do we know about female entrepreneurship?. **The European Journal of Development Research*, 22*(3), 277-293.
- Neck, H. M. & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education. **Journal of Small Business Management*, 49*(1), 55-70.

- Nnaemeka, O. (2005). Mapping African feminism. In **African Gender Studies** (pp. 31-64). Palgrave.
- Olaewaju, T., & Fernando, J. (2020). *Gender inequality and female entrepreneurship in developing countries*. In Decent work and economic growth (pp. 473-481). Cham: Springer International Publishing.
- Oakley, A. (1974). **The sociology of housework**. Pantheon Books.
- Powell, G. N. (1993). **Women and men in management**. Sage Publications.
- Rosa, P., Hamilton, D., Carter, S., & Burns, H. (1994). Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, **12**(3), 25-32.
- Scott, J. W. (1986). Gender: A useful category of historical analysis. **The American Historical Review*, *91**(5), 1053-1075.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship. **Academy of Management Review*, *25**(1), 217-226.
- Zincir, O., & Özbebek Tünç, A. (2019). “Kendi yolumu kendim çizdim”: ABD’nin ilk Afrika kökenli kadın milyoneri Madam CJ Walker’ın girişimci kariyerinin incelenmesi [“I paved my own way”*: An analysis of the entrepreneurial career of Madam CJ Walker, America’s first African American female millionaire]. *Marmara University Journal of Economic & Administrative Sciences*, **41**(2), 305-325.