



## TÜRKİYE'DE KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

**Merve Haykır \*, Meri Taksi Deveciyan\*\***

\* Istanbul University, Istanbul, Turkey\*, Istanbul University, Istanbul, Turkey\*\*

**E-mail:** merve.haykir@ogr.iu.edu.tr\*,meri.taksideveciyan@ogr.iu.edu.tr \*\*

Copyright © 2018 Merve Haykır\*,Meri Taksi Deveciyan\*\*. This is an open access article distributed under the Istanbul University Journal of Women's Studies, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

### ÖZET

Kadın gücünün ekonomiye katılımının artması ile, özellikle yönetim alanındaki çalışmalarda, kadın girişimciliğini konu alan araştırma sayısındaki artış dikkat çekicidir. Kuyumculuk gibi tarihi milattan önce yüzyıllara dayanan ve ekonomiye katkısı yoğun bir sektördeki, cinsiyet yapısının neredeyse hiç incelenmemiş olması ise; sektörün gelişimi açısından negatif bir gelişme olarak nitelendirilebilir.

Literatür incelendiğinde ve sektörel kaynaklardan bilgi edinildiğinde; kuyumculuk sektöründeki kadın girişimciliğinin diğer sektörlerle oranla daha geriden geldiği gözlemlenmektedir. Kuyumculuk sektöründe kadın girişimci oranının azlığında ise; sektörün geleneksel üretim sistemlerine olan bağlılığı, usta-çırak ilişkisinin halan devam etmesi, çalışma ortamlarının uygun olmaması ve kadına yönelik cinsiyet eşitsizliğinin yaygın olması etkili nedenler olarak sıralanmaktadır.Kuyumculuk sektörü gibi, ekonomik kalkınmada lokomotif görev üstlenen sektörlerde; kadın girişimciliğinin incelenmesi, cinsiyet orantısızlığının altında yatan nedenlerin ortadan kaldırılmasında yönelik yardımcı olacak ve ülke refahına da katkı yapacaktır.

**Anahtar Kelimeler:**Kadın Girişimciliği,Kuyumculuk,Mücevherat,Cinsiyet Eşitsizliği

### WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE JEWELRY SECTOR IN TURKEY

#### ABSTRACT

The increasing participation of woman power in the economy, the increase in the number of researches on woman entrepreneurship, especially in the field of management, is remarkable. The history of fashion, such as jewelry, dating back to the ancient centuries, and contributing to the economy, has hardly been studied; this can be considered as a negative development in terms of the improvements of the sector.

When the literature is examined and information is obtained from sectoral sources; it is observed that woman entrepreneurship in the jewelry sector is far behind the other sectors. In the jewelry sector, the female entrepreneur ratio is low; the dependence of the sector on traditional production systems, the continuation of the master-apprentice relationship, the inadequacy of working environments and the widespread gender inequality among women are listed as effective reasons.

In sectors such as jewelry sector, which have a leading role in economic development; the study of woman entrepreneurship will help to address the underlying causes of gender inequalities and contribute to the welfare of the country.

**Keywords:** Woman Entrepreneurship, Jewelry, Gem, Gender Inequality



## 1.GİRİŞ

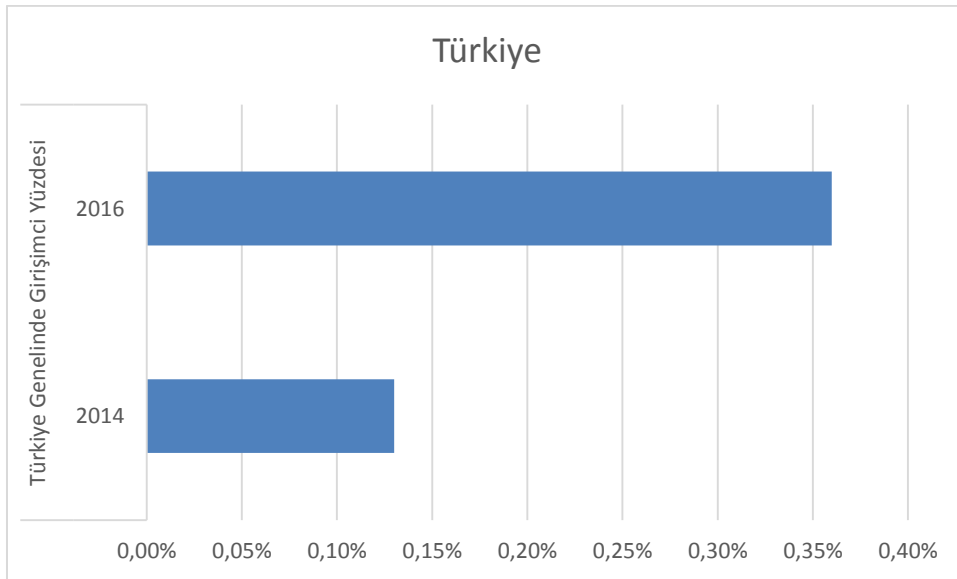
Girişimcilikle alakalı literatüre bakıldığında birçok çalışmanın girişimciliğin temelini, erkek cinsiyetine dayandığı yani erkeksiliği çağrıştırdığının altını çizdiği görülmektedir(Ahl, 2006).Türkiye’de kadınların iş hayatında aktif rol alması ve girişimci sıfatı ile aktif varlık göstermesi çok eskilere dayanmamaktadır.Türkiye ve dünya genelinde, ekonomiye katkı açısından kadın nüfusunun girişimciliğe yönlmesi ve kadın girişimciliğinin giderek artacağı öngörülmektedir(Osinubi & Amghionyeodiwe, 2005).Çalışmamızdakadın girişimciliği, kısaca tanımlandıktan sonra,Türkiye’deki yıllara göre kadın nüfusun iş gücüne katılımı ile alakalı istatistiki verilere yer verilecektir. Son bölümde ise; Türkiye ekonomisinde ekonomik kalkınmaya katkısı giderek artan sektörlerden biri olan kuyumculuk sektöründeki kadın girişimciliği yine bazı istatistiki verilere dayanılarak yorumlanacaktır(Ufuk & Özgen, 2001).Çalışmamızla birlikte, kuyumculuk gibi geleneksel üretim yöntemlerinin halihazırda yaygın kullanıldığı, babadan oğula geçen meslek tanımının halen geçerliliğini koruduğu, kısacası cinsiyet orantısızlığının yaygın olduğu bir sektör, kadın girişimci boyutundan bakıldığında nadir çalışmalar olduğunu ve literatürün bu kısmını doldurmak amaçlanmaktadır(Mathew, 2010).Çalışmamızla, kuyumculuk mesleğinin genel yapısı ve kayıt dışılığın yaygın olması sebebi ile veriye ulaşmanın zor olduğu erkek egemen bir sektörün incelenmesinin, diğer araştırmacılar için ilgi uyandırması ve akabinde kadınların daha fazla sektörde görünür olmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

## 2.KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Kadın girişimciliği, sadece bir işi; fırsatları görüp, üretim faktörlerini bir araya getirip, riski üstlenip kuran değil, aynı zamanda kendi kariyerlerini de belirleyenlerin kadınlardan oluştuğu bir girişim modelidir(Moore, 2000).Kadın girişimci, bir işletmeye hayat veren, organize eden, o işletmeyi işleten ya da işletilmesini sağlayan kadın olarak da ifade edilebilir. Kadınlar, tarih boyunca ev hayatında ve özel yaşamlarında faal olarak rol oynamış, iş hayatından, ekonomik özgürlükten ve ülke ekonomisine katkıdan yoksun bırakılmışlardır(Nichter & Goldmark, 2009; Sarfaraz, Faghih, & Majd, 2014; Ufuk & Özgen, 2001). Dışarıda iş gören, para kazanan erkek nüfusa oranla kadının evi çekip çevirmesi, çocukları ile ilgilenmesi toplum nezdinde değer bulmamış ve her ne kadar önem arz etse de, evde yapmış olduğu işler, toplum tarafından kadına ev içinde ya da dışında herhangi bir statü kazandırmamıştır(Müftüoğlu & Durukan, 2004).Günümüz dünyasında hızla gerçekleşen ekonomik dönüşüm ve pazarın önemli büyüme rakamları göz önüne alındığında, girişimcilik alanındaki talep uygulayıcılar üzerindeki ilgiyi arttırmaktadır(De Bruin, Brush, & Welter, 2006). Girişimcilik eğitimi üzerine de eğitim veren kurumlar ve özellikle kadın girişimciliği destekleyen devlet fonları sayesinde girişimciliğe talep hızla artmaktadır(Benzing, Chu, & Kara, 2009; Nichter & Goldmark, 2009).



Ayrıca, literatüre bakıldığında Türkiye'de kuyumculuk sektöründe kadın girişimciliği alanında çalışmanın çok az olduğu görülmektedir (Ahl, 2006). Kadın girişimciliği geçtiğimiz 20 yıl boyunca en popüler araştırma konularından biri olmasına rağmen sektörel girişimcilik rakamları incelenmemiştir (Nichter & Goldmark, 2009). Girişimciliğe katkıda bulunana ekonomik, kültürel, sosyal ve ekonomik iyileştirmeler Avrupa 2020 stratejileri içerisinde geniş bir yere sahip olurken, bireysel başarının girişimcilikteki rolü üzerinde durulmuştur. Erken aşamada girişimcilere verilen ekonomik, yada eğitim desteği başarılı kadın girişimciliğini arttırmaktadır. Avrupa birliği 2013 verilerine dayanarak, girişimcilerin sadece %46'sı başarılı olmaktadır (TÜİK, 2010, 2012, 2013) ve bu rakamı artırmak için devlet desteği önemli rol oynamaktadır tespitine varılmıştır (Benzing et al., 2009; De Vita, Mari, & Poggesi, 2014; Sarfaraz et al., 2014). Tüm tanımlar ve yukarıda bahsi geçenler ışığında, mühendis, tabib, avukat, gibi eğitimini edindikleri temel alanda kendi meslekleri ile alakalı faaliyet gösteren kadınlar girişimci olarak kabul görmemektedirler (Sarfaraz, Mian, Karadeniz, Zali, & Qureshi, 2018). Bunun sebebi, üretim faktörlerini riski göze alarak biraraya getirip, kar veya zararı girişimcinin göze alması mecburiyetinden gelmektedir (Özdevecioğlu, 2000).



**Tablo2:** Global Entrepreneurship Research Association 2017 Yılı raporunda Türkiye genelindeki Kadın Girişimci Sayısı, 2015 ve 2016 yılları (Assosiation, 2017) sf16

Global Entrepreneurship Research Association'ın 2017 raporunda Türkiye dahil olmak üzere toplam 74 ülkeden 163 milyon kadın girişimci incelenmiş ve diğer ülkeler ile yüzdesel olarak kadın ve erkek girişimcilerin verileri verilmiştir.

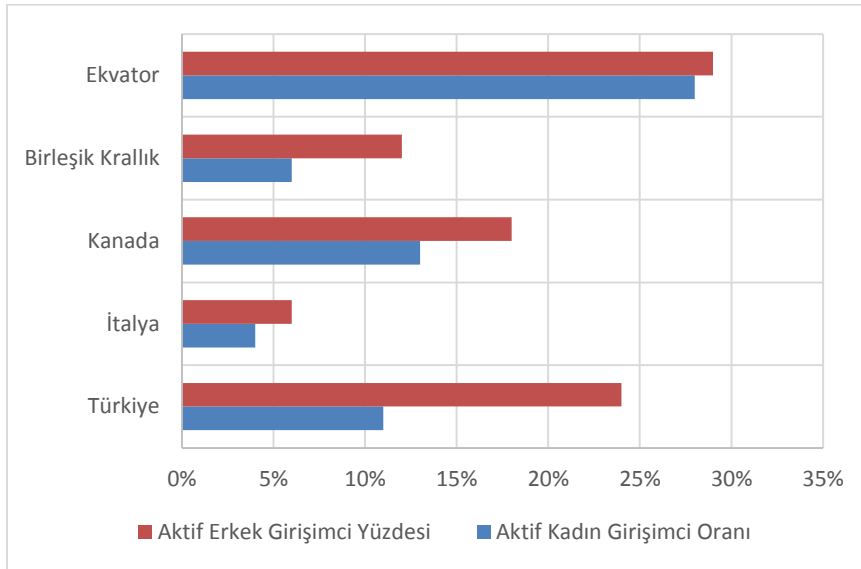


Türkiye'deki kadın girişimci oranları Tablo2 de ki gibi ele aldığımızda, 2015 tarihinde %0.12 ve 2016 tarihlerinde %0.36 olarak görmekteyiz. Bu oranlar diğer 74 ülke arasındaki en yüksek oranlarıdır(Assosiation, 2017).

#### **Türkiye**

2014	2016	2014 - 2016 arası değişim oranı
%21,8	%28,1	%29

**Tablo3:**Global Entrepreneurship Research Association 2017 Yılı raporunda, 2014 ve 2016 yılları için Türkiye'deki kadın girişimcilerin oranı ve yüzdesel değişim oranı (Assosiation, 2017) sf84.Tablo3 de görüldüğü gibi raporda 2014 yılında %21,8 olan kadın girişimci oranı, 2016 yılında %29 artarak %28,1 oranına çıkmıştır. Raporda bu değişimde özellikle ekonomik olarak gelişmenin, eğitimin ve devlet teşviklerinin önemli rol oynadıkları üzerinde durulmuştur(Assosiation, 2017).Türkiye geneline bakıldığında, 2016 yılında girişimci kadınların toplam girişimcilere oranı %28,1dir. Dünya genelindeki gelişmiş ülkelerin yanı sıra Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere de kadınların çalışan işgücü içerisindeki sayılarının gittikçe arttığı ve girişimci olma yolunda çabalarının olduğu istatistik veriler ile de gözler önüne serilmektedir(Gürol, 2006).



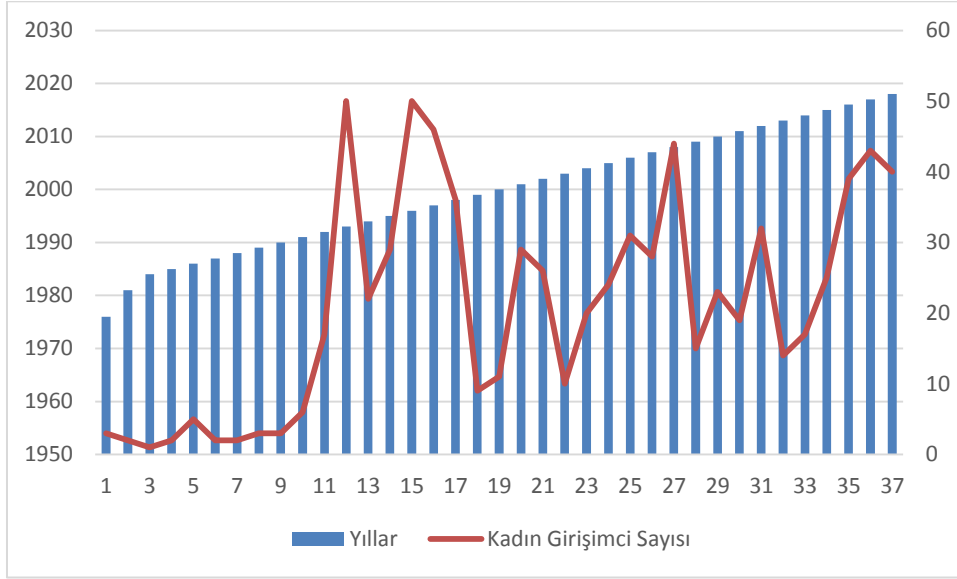
**Tablo4:**Global Entrepreneurship Research Associationraporunda ülkelere göre aktif kadın ve erkek girişimci oranları(Assosiation, 2017) sf17

Tabloda görülen 74 ülke arasından, Türkiye raporu incelendiğinde, 2016 yılı itibari ile aktif kadın girişimci oranı %11 iken aktif erkek girişimci oranı %24 dür. Aktif girişimci oranları, girişimcilik yapmış bireylerin yıllar içerisindeki aktifliğine göre



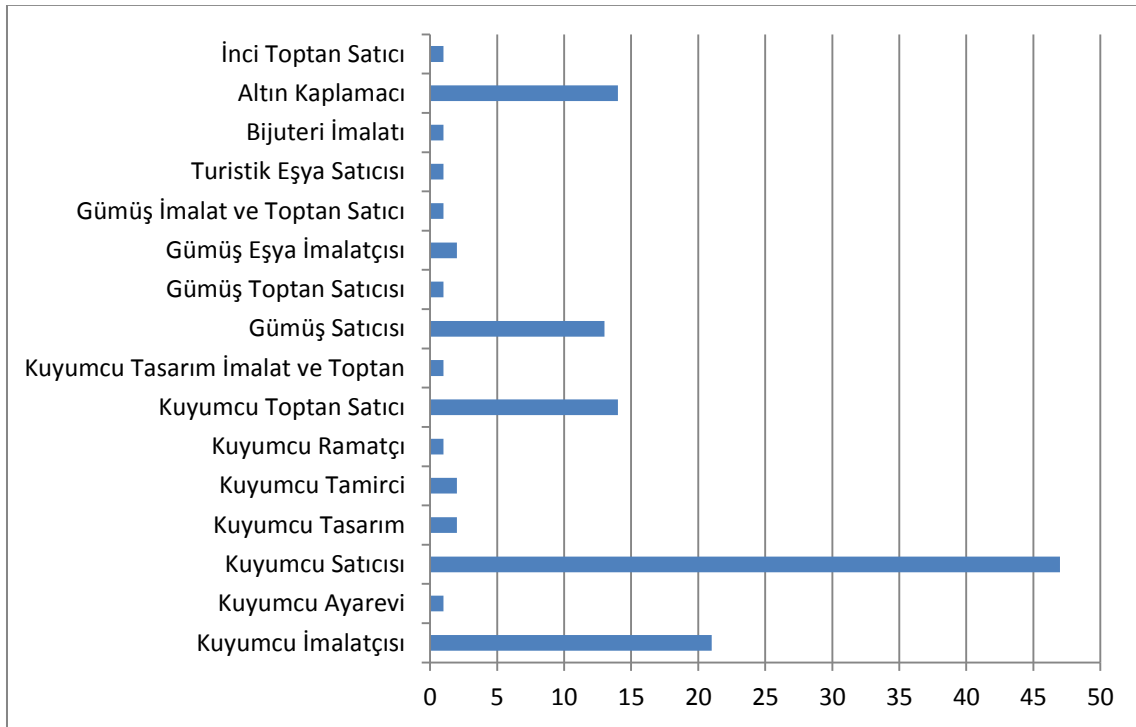
değerlendirilmiştir(Assosiation, 2017).Kuyumculuk, tarihi bakımından M.Ö.yüzyıllara kadar uzanan bir geçmişe ve kültüre sahip bir sektördür. Sektör'ün bugünkü anlamı ile canlılığını elde etmesinde; Osmanlı İmparatorluğu zamanında Fatih Sultan Mehmet'in 1453 yılında İstanbul'u fethetmesininönemli bir rolü olduğu bilinir.Sektör ve altın-gümüş takı imalatı, Dünya'nın da ilk kapalı alışveriş merkezi olma özelliği taşıyan tarihi Kapalıçarşı etrafında kümelenmiştir.İstanbul şehri; kuyumculuk mesleğinin Türkiye genelinde daha yaygın yapıldığı il olmuş, günümüzde de bu özelliğini korumuştur.Kuyum ve kuyumculuk terimi, kıymetli maden ve değerli taşlardan yapılan süs eşyası ve mücevherat anlamına gelmektedir.Geçmiş neredeyse insanlık tarihi kadar gerilere dayanan sektörün tanımı,bazılarına göre,değerli taşları işleme-süs eşyasına dönüştürme sanatı iken, bazılarına göre ise; değerli olsun olmasın metal ya da metal harici malzeme ile yapılan süs eşyasını içermektedir. Sektörün genel görünümü, babadan oğula geçen,usta-çırak ilişkisine dayanan bir hiyerarşidir(Cetindamar, Gupta, Karadeniz, & Egrican, 2012; De Vita et al., 2014).Sektörün girişimcilik potansiyeli çok yüksektir. Çünkü sektöre girişte yüksek sermaye, eğitim(genel yapıda)gerekmemekte, kullanılan hammadde değerli olması ve risk üstlenme kapasitesi bakımından da, cazip görülmektedir.Sektör ağırlıklı olarak kadına hitap etmesine rağmen, erkek mesleği olarak tarih boyunca kurgulanmış ve kadının sektöre girebileceği uzun yıllar göz ardı edilmiştir(Jamali, 2009; Ufuk & Özgen, 2001).Kuyumculuk sektöründe kadın girişimci sayısının diğer sektörlere oranla daha az olmasının nedenleri arasında, sektörün emek-yoğun çalışma koşulları, atölye ortamlarının hijyenden ve kadına uygunluktan yoksun olması gösterilebilir. Türkiye genelinde sektörel yapılara bakılınca, kadın girişimci sayısındaki azlıkile ülkemizin sosyo-kültürel yapısı, ekonomik çevre arasında bağ olduğu düşünülebilir (Müftüoğlu, 2004; Ünay, 2010).

1976	3	1990	3	1998	36	2006	31	2014	17
1981	2	1991	6	1999	9	2007	28	2015	25
1984	1	1992	17	2000	11	2008	44	2016	39
1985	2	1993	50	2001	29	2009	15	2017	43
1986	5	1994	22	2002	26	2010	23	2018	40
1987	2	1995	29	2003	10	2011	19		
1988	2	1996	50	2004	20	2012	32		
1989	3	1997	46	2005	24	2013	14		



**Tablo 5:** Yıllara göre Türkiye'de kuyumculuk sektöründeki kadın girişimci sayısı. Kuyumculuk Komitesi Verilerine Göre Yıllara Göre Kadın Girişimci Giriş sayısı("ITO Kuyumculuk Komitesi Üyelik Bilgileri," Ekim 2018)

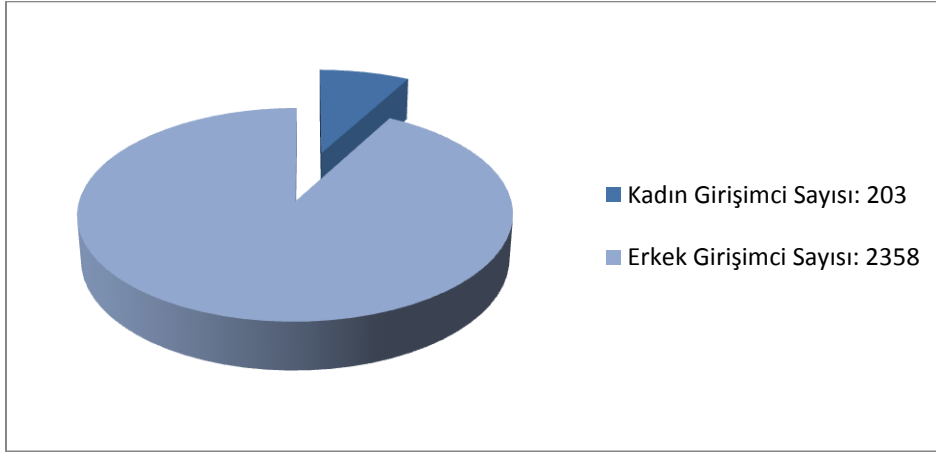
Tablo5'e bakıldığında İstanbul Ticaret Odası Kuyumculuk Komisyonu kadın üye girişlerinin yıllara göre artmış olduğunu gözlemliyoruz.2015 ve sonrasında da bu artışın hız kesmeden devam ettiği yine tabloya bakılarak gözlemlenen verilerdendir.





**Tablo 6:** İKO Verilerine Göre Kuyumculuk Sektöründe Kadın Girişimcilerin Meslek Kollarına Dağılımı("İstanbul Kuyumcular Odası Üye Bilgileri Verileri," Ekim 2018)

İKO üye kayıtlarına göre 2018 yılı, ekim ayı itibarı ile sektördeki İKO üyesi olan aktif kadın girişimci sayısı sadece 135'dir.İKO kayıtlarına geçen, yıllar itibarı ile kadın girişimci sayısı ise 203'dür.



**Tablo7:** İKO üye verilerine göre kuyumculuk sektöründe kadın ve erkek girişimci sayıları. ("İstanbul Kuyumcular Odası Üye Bilgileri Verileri," Ekim 2018)

Bu kadınların bazıları üyelikten ayrılmış ya da üyeliklerini dondurmış oldukları için aktif görünmemektedirler. Yine İKO üye kayıtlarına göre 2018 yılı İKO'ya kayıtlı toplam girişimci sayısı ise 2561'dir. Sadece bu sayının da gösterdiği gibi sektörde erkek egemenliği halen hakimdir. Erkek girişimci sayısı İKO üyelik sayılarına bakılarak İKO üyesi kadın girişimci sayısını 10 kat gibi büyük bir fark ile geçmektedir.

## SONUÇ

Kadın girişimciliği, Türkiye'nin gelişimine paralel olarak artan hızla gelişmektedir. Bununla birlikte kadınların gün geçtikçe hem kendi aile bütçelerine hem de ekonomiye katkıları da çoğalmaktadır(Mathew, 2010).Kadın girişimciliğinin günümüz Türkiye'sinde erkek girişimciliğine oranla oldukça geriden geldiğini söylememiz hiç de yanlış olmayacaktır. Bu durum kuyumculuk gibi geçmişi milattan öncelere dayanan, babadan oğula geçen, emek-yoğun bir yapıda daha da göze çarpmaktadır. Sektörün kendine özgü yapısı ve aşılması zor duvarları yüzünden kuyumculuk sektörü yıllarca erkek mesleği olarak görülmüş,kadının sektörde varlık gösterebileceği dahi düşünülmemiştir. Sektörde kadının isminin dahi geçmediği 1980 yılına kadar kuyumculuk mesleğinin yoğunlukla kümelenmiş olduğu Kapalıçarşı ve çevresinde atölyelerin ağırlıklı yer aldığı hanlarda kadınlar tuvaleti dahi yapılmamış, kadınlar sektör için sadece hizmet edilen-hedef kitle olarak görülmüştür. Sektörde günümüzde de erkek egemenliği(%92,66) devam ediyor olsa da, kadınlar ağırlıklı





olarak satıcı konumunda yani ağır atölye ortamlarından uzakta-daha hijyenik mağazalarda girişimcilik yapmaktadırlar. Çalışmamızda, kadınların kuyumculuk sektöründeki girişimciliği İKO ve İTO verileri esas alınarak yorumlanmıştır. Kuyumculuk gibi köklü bir sektördeki kadınlara yönelik araştırma ve çalışmalar arttırılmalı ve bu gibi kadın girişimciliğinin oldukça düşük olduğu sektörlerde bu tarz çalışmalar desteklenerek, farkındalık yaratılmalıdır.

## KAYNAKLAR

Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621. doi:doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x

Assosiation, G. E. R. (2017). Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017 Report on Women's Entrepreneurship. 16, 17, 84.

Benzing, C., Chu, H. M., & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 58-91. doi:doi:10.1111/j.1540-627X.2008.00262.x

Cetindamar, D., Gupta, V. K., Karadeniz, E. E., & Egrican, N. (2012). What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 29-51. doi:10.1080/08985626.2012.637348

De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2006). Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 585-593. doi:doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00137.x

De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460. doi:https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009

Gürol, M. A. (2006). Küresel Arena'da Girişimci ve Girişimcilik. *Gazi Kitapevi*.

İstanbul Kuyumcular Odası Üye Bilgileri Verileri. (Ekim 2018). *Istanbul Kuyumcular Odası*.

İTO Kuyumculuk Komitesi Üyelik Bilgileri. (Ekim 2018). *İTO*.

Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management: An International Journal*, 24(4), 232-251. doi:doi:10.1108/17542410910961532





*İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*  
*Istanbul University Journal of Women's Studies*

2018/II:91-99

Mathew, V. (2010). Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 163-181. doi:10.1007/s11365-010-0144-1

Moore, D. P. (2000). Transitions-Milestones On The Route To Success. *USASBE Proceeding*, 18, 1-5.

Müftüoğlu, M. T. D., T. (2004). Girişimcilik ve KOBİ'ler. *Gazi Kitapevi*.

Nichter, S., & Goldmark, L. (2009). Small Firm Growth in Developing Countries. *World Development*, 37(9), 1453-1464. doi:https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2009.01.013

Osinubi, T. S., & Amghionyeodiwe, L. A. (2005). Women in Development: The Case of Bodija Market in Ibadan, South Western Nigeria. *Journal of Development Alternatives and Area Studies*, 24(1-2), 72-102.

Özdevecioğlu, M. Ç., C. (2000). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 8. *Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi*, 487-498.

Sarfraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 6. doi:10.1186/2251-7316-2-6

Sarfraz, L., Mian, S. A., Karadeniz, E. E., Zali, M. R., & Qureshi, M. S. (2018). Business Environment in the Three Countries. In N. Faghih & M. R. Zali (Eds.), *Entrepreneurship Ecosystem in the Middle East and North Africa (MENA): Dynamics in Trends, Policy and Business Environment* (pp. 639-648). Cham: Springer International Publishing.

TÜİK. (2010). Türkiye İstatistik Yıllığı 2009. (Yayın No: 3436).

TÜİK. (2012). Türkiye İstatistik Yıllığı 2011. (Yayın No: 3665).

TÜİK. (2013). Türkiye İstatistik Yıllığı 2012. (Yayın No: 3933).

Ufuk, H., & Özgen, Ö. (2001). Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 95-106. doi:10.1023/a:1010712023858

Ünay, F. (2010). Kadın Girişimcilik ve Sosyal Sorumluluk. *Anlayış Dergisi, Makale ID: 2687*(Nisan, Sayı 83).