

İSLAM EKONOMİSİNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN YERİ VE ÖNEMİ: TEORİK BİR YAKLAŞIM

Dr. Öğr. Üyesi Nihat ALTUNTEPE¹

Özet

Son dönemlerde sosyal bilimlerin bir dalı olan iktisat yazınında iki temel konu araştırmacıların yoğun bir ilgisini çekmektedir. Bunlardan biri; İslam ekonomisi, bir diğeri ise; kadın girişimciliğidir. Bunun temel nedenleri arasında; İslam ekonomisinin dayandığı kaynakların günümüzde geçerli olan ve uygulanan geleneksel ekonominin kaynaklarından tamamen farklı olması ve kadının çalışma hayatına yapmış olduğu katkıların giderek artış göstermesidir. Yapılan bu çalışmada, hem İslam ekonomisine göre girişimci kavramı hem de İslam ekonomisinin kadın girişimcilere yönelik değerlendirmeleri incelenmiştir. Bu incelemeleri yapmak için ise çalışmada, öncelikle hem geleneksel hem de İslam ekonomisi açısından girişimci kavramı açıklanmıştır. Daha sonra çalışma, İslam Ekonomisinde kadının rolü ele alınarak devam etmiş ve İslam ekonomisinde kadın girişimcilerin yeri ve önemi açıklanmaya çalışılarak sonlandırılmıştır. Ayrıca, çalışma sonunda, temel dayanağı Kur'an ve Hadisler olan İslam ekonomisine göre; kadınların çalışma hayatında yer almalarının ve girişimci olarak ekonomiye katkı sağlamalarının önünde herhangi bir engelin olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında, kadınların çalışma hayatında yer almalarının teşvik edildiği de ortaya çıkan bir diğer sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: İslam Ekonomisi, Girişimcilik, İslami Girişimcilik, , Kadın Girişimciliği.

Jel Kod: O10,M3, M53, J16.

THE PLACE AND IMPORTANCE OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE ISLAMIC ECONOMY: A THEORETICAL APPROACH

Abstract

Recently, two main subjects in economics literature which is a branch of social sciences attract an intense interest of the researchers. One of these subjects is the Islamic economy and the other is women entrepreneurship. The main reasons for this are that the resources on which the Islamic economy is based are completely different from the current and applied sources of the traditional economy and that the increasing gradually contribution of women to working life. In this study, both the concept of entrepreneur according to the Islamic economy and the evaluations of the

¹ Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Gönen MYO, Dış Ticaret Bölümü
nihataltuntepe78 @ gmail.com

Islamic economy for women entrepreneurs are examined. In order to make these investigations in this study, the concept of entrepreneur is firstly explained in terms of both traditional and Islamic economics. Then, the study was continued by considering the role of women in Islamic Economy and was ended by trying to explain the place and importance of women entrepreneurs. Besides at the end of the study, according to the Islamic economy which is the Qur'an and the Hadith; It is determined that there are no obstacles to the participation of women in the working life and their contribution to the economy as entrepreneurs. In addition, Another result is that women are encouraged to take part in working life.

Keyword: Islamic Economy Entrepreneurs, Islamic Entrepreneurship, Women Entrepreneurship.

1. Giriş

Ekonomik kalkınmanın en temel unsurlarından biride girişim ve girişimciliktir. Çünkü girişimci, üretimde kullanılmayan kaynakları üretime dâhil ederek, ekonomik büyümeyle beraber ekonomik kalkınmaya da katkı sağlamaktadır. Girişimcilik literatürde, karmaşık ve zor konulardan biri olarak kabul edilmektedir. Diğer taraftan kişileri girişimci yapan taşıdığı oldukları girişimcilik özellikleridir. Girişimciler gerçekleştirmiş oldukları yatırımlarla, başta üretim ve istihdam artışı olmak üzere, birçok ekonomik değişkeni etkilemektedirler.

Günümüzde girişimcilikte ağırlık kazanan konulardan biri de kadın girişimciliğinin ekonomideki yeri ve önemi ile ilgili yapılan araştırmalardır. Bu nedenle hem sektörel hem de bölgesel olarak yapılan araştırmalar da kadın girişimciliğini konu alan çalışmalar dikkat çekmektedir. Kadının toplum içindeki yerinin, özellikle çalışma hayatındaki konumunun giderek önem kazanması bu tür çalışmaların önemini giderek artırmaktadır.

Son günlerde ekonomi literatüründe yapılan alan çalışmalarında dikkat çeken konulardan bir diğeri de İslam ekonomisini konu alan çalışmalardır. İslam ekonomisi ile ilgili yapılan çalışmalarda İslam'ın ekonomik olaylara bakış açısını ve ekonomik sorunlara getirmiş olduğu çözümler tartışılmaktadır. İslam ekonomisinin temel dayanak noktası adalet ve eşitliktir. İslam ekonomisinde geleneksel ekonomide olduğu gibi temel hedefler korunmakla birlikte, insan refahını ve mutluluğunu artırıcı uygulamalar ön plana çıkmaktadır. Çünkü İslam ekonomisini öğretileri temelde Kur'an ve Hadisler tarafından hazırlanan düzen üzerine kuruludur.

Buna bağlı olarak geleneksel anlamdaki girişimcinin temel dürtüsü kar olmakla birlikte, sadece amacı kar elde etmek olmayan, İslam ekonomik şartlarına göre faaliyette bulunan girişimciler, aynı zamanda topluma fayda sağlamak, kendisinde

olanı başkasıyla paylaşmak, toplumu oluşturan bireyler arasındaki ekonomik eşitsizliği gidermek için faaliyette bulunmaktadırlar. Girişimcilere bu dürtüleri kazandıran, almış oldukları dini ve ahlaki terbiyedir. İşte İslam dini ekonomik anlamda girişimcilere bu terbiyeyi verecek en kutsal dindir. Müslüman girişimciye yalnızca ahlaki olarak kabul edilen ve sosyal olarak arzu edilen üretken iş faaliyetlerinde bulunmaları için izin verilir ve teşvik edilir. Bu nedenle İslam dinin ekonomik yaklaşımlarının incelenmesi, öğrenilmesi bilinmesi ve uygulanması büyük önem taşımaktadır. İslam, eksiksiz bir yaşam biçimini öngördüğü için, erkek ve kadın ayrımı yapmaksızın, her Müslüman'ın dini kurallara bağlı olarak, iş hayatı da dâhil olmak üzere hayatında yapmış olduğu her eylemi, ibadet olarak kabul eder. Aşağıdaki ayette bunun bir delilidir.

“Erkek olsun kadın olsun, kim imanlı olarak yararlı işler yaparsa işte onlar Cennete gireceklerdir. Ve kıl payı kadar hakları yenilmeyecektir.”

Nisâ Suresi, 4: 124.

Yapılacak olan bu çalışmada İslam ekonomisinde kadın girişimciler konusu teorik açıdan ele alınıp incelenecektir. Çalışmada öncelikle geleneksel anlayışa göre girişimcilik kavramı tanımlanacak, daha sonra İslam ekonomisi açısından girişimcilik açıklanacaktır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde İslam ekonomisine göre kadının ekonomideki yeri ele alınacak ve son olarak İslam ekonomisinde kadın girişimciler konusu analiz edilecektir.

Çalışmanın temel amacı; İslam ekonomisinin kadın girişimciliğe bakış açısını değerlendirerek, kadın girişimcilerin, ekonomik ve sosyal hayata etkilerini analiz etmektir. Aynı zamanda İslam ekonomisine göre kadının ekonomik hayattaki yerinin tespit edilmesi ve girişimci olmak isteyen kadınların neleri göz önünde bulundurması gerektiğinin ortaya konulması çalışmanın diğer amaçları olarak belirlenmiştir.

2. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı yeni olan bir kavram olmayıp, ilk kez Fransız ekonomisti Richard Cantillon tarafından 1755'te kullanılmış ve 19. yüzyılın başında Say tarafından yeniden gündeme getirilerek kullanılmaya başlanmıştır. Girişimciliğin yeni ve küçük işletmelerin kurulmasıyla bağlantılı olduğu da mutlaka altı çizilmesi gereken önemli bir husustur. Girişimcilik, Richard Cantillon tarafından malzeme, para ve yeni bir şirketin oluşumu olarak pazara sunulan işlerin bir birleşimi olarak tanımlanmaktadır. Adam Smith'e göre girişimcilik, egemen işbölümü modelinde değişikliklere yol açan faaliyetleri içermektedir. Ayrıca, Karl Marx tarihsel determinizm altında, bireyin tarih ve ekonomi içindeki önemini en aza indirerek girişimcileri göz ardı etme eğiliminde

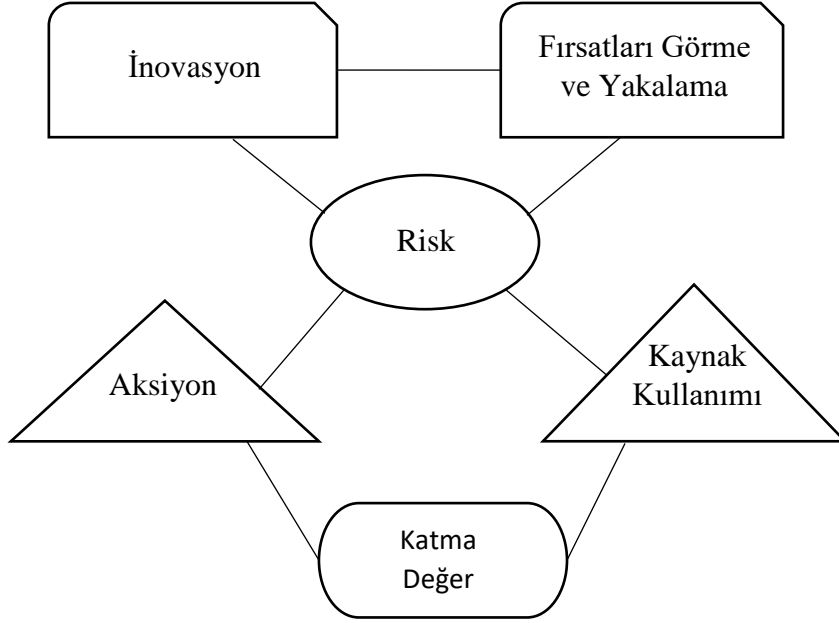
olmuştur. Schumpeter'e göre girişimcilik; yeni bir ürünün, sürecin, yolun, pazarın ve işlenmek üzere yeni bir hammadde kaynağının getirilmesi yoluyla bir değişim sürecidir. Bu şekilde girişimciler ekonominin üreticileridir ve sürekli gelişmektedirler. Drucker, girişimciliğin özünün, müşteri için değer yaratma süreci olduğunu vurgulamakta ve odağı, yeniliği, müşteriye yakınlıktan doğan fırsatları yakalamaya kaydırmaktadır (Abood, Aboyasın ve Ajloni, 2014: 2).

Ekonomik kalkınmanın önemli jeneratörü olarak kabul edilen KOBİ'ler, girişimcilikte daha büyük önem kazanmaktadır. Büyüklüklerinden, sermaye ve yönetim özelliklerinden kaynaklanan özel nitelikleri nedeniyle, KOBİ'lerde girişimcinin kişiliği hayati bir rol oynamaktadır. Girişimcinin bir yandan KOBİ'leri yönetmedeki önemli rolü ve gelecekteki ekonomik performansı, diğer yandan KOBİ'lerin önemi nedeniyle, girişimcinin ideal kişilik özelliklerinin konusu hem teori hem de pratikte sıklıkla tartışılan bir konudur. Ayrıca, KOBİ girişimcileri için lider ve risk alma konusundaki cinsiyet sorunlarının da göz önüne alınması gerektiği düşünülmektedir. Özellikle girişimcilerin kişiliği, KOBİ'lerin yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır. Lider olmaları gerektiği için kişilik özellikleri, şirketin gelecekteki gelişiminin yönünü etkiler. Girişimci olma kararı, hayata ve dünyaya belirli bir yaklaşımla birlikte gelir. Girişimci olmak isteyen bir kişi belirli önkoşulları yerine getirmek zorundadır. Başarılı bir şekilde iş hayatında belli bir yer kazanmak isteyen bir kişi için girişimci olmak, belirli eğilimlere ve kişisel özelliklere sahip olmayı gerektirir (Kozubikova, v.d., 2017: 221-222).

Girişimci; değer oluşturan ya da dönüştüren, yeni ve farklı bir şey ortaya çıkaran bir kişi olarak tanımlanır. Ekonomide girişimci kavramı girişimci kişi anlamında kullanılır. Bir girişimcinin çalışması, teorik bilgi ve pratik beceriler kompleksine dayanır. Girişimci bir kişi, kendi işini başlatan, karşılaştığı olası riskleri organize eden, yönlendiren ve üstlenen bir kişidir. Ekonomideki bazı uzmanlar da girişimci bir insanın hiçbir şeyden yoksun olmayan bir ekonomik etkinlik oluşturabileceğini savunurlar (Mirela, 2018).

Aşağıdaki Şekil 1, girişimci kavramını tanımlamak için kullanılan temel unsurları göstermektedir. Görüldüğü gibi girişimciliği tanımlayan temel unsurları; inavasyon, fırsatları görme ve tanıma, risk, aksiyon, kaynak kullanımı ve sonuçta katma değer ortaya çıkarmaktan oluşmaktadır.

Şekil 1. Girişimci Terimini Tanımlamak İçin Kullanılan Ana Unsurlar



Kaynak: Filion,2008, s:8.

Diğer taraftan girişimcilik, iktisatta en ilgi çekici ama aşırı derecede zorlayıcı kavramlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu durum onun temel olarak üstlenmiş olduğu fonksiyonların çokluğundan ve çeşitliliğinden dolayı, kesin bir tanımlamasının yapılamamasından kaynaklanmaktadır. Girişimciliğin tanımı iktisat okullarına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Girişimcilik ya belirli bir amaç ve araç için tahsis verimliliğini artıran ya da yeni ürünlerin, süreçlerin ya da pazarların ilerici bir şekilde oluşturulması yoluyla sistemin dinamik performansını yönlendiren bir olgu olarak kabul edilir. Girişimcilik kavramının tanımındaki zorlukların bir başka nedeni de, konunun disiplinler arası bir doğaya sahip olmasıdır. Bu disiplinler; ekonomi, iş stratejisi, örgütsel davranış, sosyoloji ve psikoloji alanlarından gelen akademisyenleri kapsamakta, çoğu zaman da rekabet halindeki dallar ve araştırma alanlarından oluşmaktadır (Peneder, 2009: 2-3).

Tablo 1. Girişimci İle İlgili Yapılan Tanımlar

Tanımın özü	Yayın
Girişimci belirli bir fiyata almakta ve daha sonra belirsiz bir fiyata satarak belirsizliğe neden olan ve belirsizliğin taşıyıcısı olarak görev yapan kişidir.	Cantillon, 1755/1931
Girişimciler bir projektör gibidir (sürekli piyasaları gözleyip talep açıkları yakalayan, yeni talepler yaratan, talepteki değişimleri zamanında fark eden, kaynakları bir araya toplayarak üretim birimleri kuran, rekabetten kaçmayan, tam tersine rekabeti,	Defoe, 1887/2001

varlığının temel şartlarından biri olarak kabul eden, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen, atak ve yaratıcı kişilerdir).	
Girişimciler piyasa içerisinde meydana gelen değişimleri öngörme girişiminde bulunmakta ve piyasa içerisinde meydana gelen değişikliğe göre hareket etmektedir. Girişimci piyasa dinamiklerinin belirsizliğini önceden tahmin eden kişidir.	Knight, 1921
Girişimci, rasyonel bürokratik bilgiden muafiyet elde etmiş kişidir.	Weber 1947
Yenilikçi olarak da kabul edilmesi gereken girişimci piyasaya yeni birleşimler gerçekleştirmek yolu ile değişim getiren kişidir. Bu birleşimler çeşitli biçimlerde olabilir: <ul style="list-style-type: none">- Yeni bir ürünün piyasaya girişi, tüketicilerin aşına olmadığı ya da bir ürünün geliştirilmiş hali,- Yeni bir üretim yönteminin kullanılması,- Yeni bir pazarın açılması,- Hammadde ya da yarı mamul maddeler için yeni bir kaynak arzının elde edilmesi,- Tekel durumunun ortaya çıkması gibi herhangi bir sanayide yeni bir örgütlenme biçiminin uygulanması.	Schumpeter, 1934
Girişimci her zaman bir spekülátördür. Girişimci kişi gelecekte belirsiz koşullar ile ilgilenmektedir. Girişimcinin başarısı ya da başarısızlığı belirsiz faaliyetlere ilişkin beklentisinin doğruluğuna bağlıdır.	Von Mises, 1949/1996
Girişimci bir koordinatör ve arabulucudur.	Walras, 1954
Girişimcilik faaliyeti ekonomik sistem içerisindeki fırsatları belirlemektir.	Penrose, 1959/1980
Girişimci özünde bir aracı olmakla birlikte, kar fırsatlarına göre hareket eden ve fırsatların farkına varan kişidir.	Krizner 1973
Girişimcilik, mevcut kaynaklara yeni varlık üretme kapasitesi kazandırmayı içeren yenilik eylemidir.	Drucker, 1985
Girişimciliğin temelinde mevcut ya da yeni piyasaya mevcut ürün ya da yeni ürünle girmek bulunmaktadır.	Lumpkin & Dess, 1996)
Girişimcilik alanı fırsatların kaynaklarını çalışmayı kapsamaktadır; keşfetme süreci, değerlendirme, fırsatlardan yararlanma ve keşfeden, değerlendiren ve yararlanan bir dizi bireydir.	Shane ve Venkataraman, 2000
Girişimcilik pazar fırsatlarından yararlanmak için eşsiz ve tek kaynak paketlerini bir araya getirerek bireyler ve gruplar yolu ile refah yaratan sosyal sürece bağımlı olan bir bağlamdır.	Ireland, Hitt, ve Sirmon, 2003
Girişimcilik mevcut ya da yeni bir organizasyonda risk alma, yaratıcılık ya da yenilik ve sağlam mali yönetim gibi kavramların bir karışımı sonucu ortaya çıkan bir değişim ve gelişim sürecidir.	Commission of the European Communities, 2003

Kaynak: Ahmad ve Seymour, 2008, s: 8.

Yukarıdaki Tablo 1, girişimcilik kavramı ile ilgili olarak çeşitli dönemlerde yapılan tanımları içermektedir. Tablo incelendiğinde; girişimcilik tanımlarına zamana göre yeni kavramlar eklendiği ve tanımın zamanın koşullarından da etkilendiği görülmektedir. Ancak girişimcilik kavramının tanımının içinde yer alan öz, yıllar geçse de değişmemiş, aynı kalmıştır.

Girişimci ve girişimcilik şirketi veya firması terimleri birbirinin yerine kullanılmaktadır. Girişimci firmalar; 100'den az çalışanı istihdam edenler, 7 yaşından küçük olanlar ile piyasaya yeni girenlerden oluşmaktadır. Bu nedenle, girişimci firmaların katkısının karşılaştırıldığı kontrol grubu veya muadilleri olarak isimlendirilen firmalar ise, 100'den fazla çalışanı istihdam eden, 7 yaşından büyük olan firmaları kapsamaktadır. Diğer yandan girişimcilikle ilgili literatürde, hem mikro düzeyde, hem de bireysel firma veya girişimci düzeyinde ve makro düzeyde bu tanımlarla incelenmiştir. Günümüzde, küçük firmalar, genç firmalar, yeni firmalar veya girişimcilik oranı, nicelik olarak bölgesel ya da ulusal düzeyde ölçülmektedir (Praag, ve Versloot, 2007: 5-6).

Girişimciler, doğal zekâları, araçları kullanma ve sıkı çalışmalarıyla, kendilerine sunulan fırsatları en iyi şekilde kullanan kişilerdir. Ulusal ekonomilerin, endüstrilerin veya pazarların yönünü tarihsel olarak değiştirmişlerdir. İnovasyon sürecine bağlı olarak yeni ürünler ve gelişmiş organizasyonlar icat ederek yeni teknolojilere öncülük etmiş ve girişimcilerin birçoğu yapmış oldukları yeniliklerle, içinde yaşadıkları toplumu dönüştürerek insanları daha refah ve mutlu bir şekilde yaşar hale dönüştürmüşlerdir (Pahuja ve Sanjeev,2015).

3. Girişimcilik Özellikleri

Bu konuyla ilgili araştırmacılar yapmış oldukları çalışmalarda girişimcilerin karakter ve kişilik özelliklerine önemli ölçüde vurgu yapmışlardır. Bu konuda iki etkili teorik bakış açısını Schumpeter ve Rotter geliştirmiştir. Schumpeter'e göre, bir girişimcinin en ayırt edici özelliği onun yenilikçi doğasıdır. Girişimci, üretim araçlarını yeni kanallara zorlayarak, sürekli dinamik değişimi sağlamak için ekonomide liderlik yapar. Bunu, aşağıdaki faktörlerden bir veya birkaçına neden olan yeni bir üretim faktörleri kombinasyonu ile açıklamıştır. Bunlar; yeni bir ürünün tanıtımı, yeni bir teknolojinin kuruluşu, yeni bir pazarın açılması, yeni bir hammadde tedarikinin keşfedilmesi ve yeni bir organizasyon biçiminin gerçekleştirilmesidir. Rotter'in düşüncesine göre ise, iki insan kategorisi vardır. Birincisi dış kontrol odağına inananlardır. Bunlar İnsanın yaşadıklarını şansın sonucuna bağlarlar. Bunlar kontrolün dışındaki şans ya da faktörlere inandıkları için dış kontrol odağına inananlar olarak isimlendirilir. İkincisi; iç kontrol odağında inananlardır. Çoğu zaman, geleceğin kendi çabalarıyla kontrol edebileceklerine inanan insanlar, iç kontrol odağında inananlar olarak adlandırılırlar. Rotter'e göre, girişimci olan kişilerin, dış kontrol odağına değil, içsellikle inanma olasılıkları daha yüksektir (Nair ve Pandey, 2006: 48-49).

Girişimciler, yatırımcılar, mucitler, liderler, teknoloji uzmanları, pazarlama uzmanları ve üst düzey satıcılar olarak hareket edebilme yeteneğini göstermek için bir kerede birkaç kişiliğin özelliklerine ve tek bir kişide sahip olma becerisine toplanmış olan kişilerdir. Bu nedenle, girişimcinin daha iyi bir şekilde gösterebileceği bilgi ve beceriler olmalıdır. Bir girişimcinin en önemli kişisel nitelikleri şunlardır: iş yapmak istediği belirli bir alanda cesaret, kendine güven, sorumluluk, kararlılık, azim, proaktif yaklaşım, yaratıcılık ve risk. Girişimciler, kişisel özellikleri ve başarı gereksinimleri arasında tutarlı bir iş alanı seçmeye güçlü ve özel niteliklerini kullanarak bu iş alanını yönetme eğilimindedirler. Girişimciler bir tür içsel duygu ile hareket eder, yani kişisel kaderlerinin kendi çabalarının sonucu olduğunu hissederler ve inanırlar. İnsanların içindeki yaratıcılık, risk alma ve bağımsızlık, girişimci olma olasılığını arttırmakta ve çalışan olma olasılığını azaltmaktadır (Kozubikova, Bilan ve Bartos, 2015: 42-43). Girişimcilik, bir veya daha fazla kişinin yeni organizasyonlar yaratarak ekonomik riskleri desteklediğini ve başkalarına değer katmak için yeni teknolojiler veya yenilikçi teknolojiyi kullanan kişileri ifade eder. Benzer şekilde, girişimcilik fırsatları bulmak, yakalamak, yenilikçi ürünler, hizmetler üretmek ve potansiyel değerlerini elde etmektir. İnsanlar üç eğitim yeterliliğine hâkim olmalıdır. Birincisi; akademik yeterlilik, yani kültürel ve bilimsel bilgidir; ikincisi profesyonel yeterlilik, yani mesleki bilgi ve teknolojidir; Üçüncüsü, bir kişinin profesyonellik duygusunu ve yeni işlere girişme kabiliyetini, yani girişimcilik eğitim yeterliliğini kanıtlamaktır. Eğer bir kişi üçüncü yeterliliğe sahip değilse, onun akademik ve profesyonel bilgi ve teknolojisi hiçbir öneme sahip olmayacaktır (Zhang ve Zhang, 2013: 139-140).

Uzmanlar, bir girişimcinin varlıklarını birkaç kategoriye ayırır. Bu kategorilerden biri, bireysel yetenekler, girişimcilik bilgisi ve girişimcilik uzmanlığı ve karakteristik özellikler temelinde yaratılırken, diğeri ise, faaliyetlerin, uzmanlığın ve deneyimin ve insanlarla çalışmanın yeteneklerinin gerçek içeriği temelinde yaratılır. Bir girişimcinin başka özelliklere de sahip olması gerekir. Bunlar; hoşgörü, başkalarını dinleyecek irade, hızlı değerlendirme ve işlerin ve çalışanların iyi tarafının tanınmasıdır. Girişimci için; entelektüel kapasite, entelektüel verimlilik, coşku, düşüncelerini ifade etme gücü gibi özelliklerde hayati önem taşımaktadır. Girişimci faaliyetlerin psiko-sosyo-profesyonellik gerektirdiği için girişimcinin yukarıda belirtilenlerin dışında ek özelliklere sahip olmasını gerektirmektedir. Bu özellikler ile girişimcilik arasında yakın korelasyon vardır. Bunlar; yaratıcılık, hayal gücü, öfke ve karakterdir (Mirela, 2018).

Girişimcilik için gerekli olan özellikler; kendine güven ve iyimserlik, riskin kabul edilmesi, karşılaşılabilecek sorunlarla mücadele, uyum sağlama, pazar bilgisi, bağımsız düşünce, bilgi, enerjiye ve sebatan olumlu tepkiye, başarı ihtiyacına, inisiyatif, sabır, ileriye dönük vizyon ve eleştiriye açık olmaktır. Yine bir girişimcide inisiyatif, yaratıcılık, risk alma ve sorumluluk duygusu olmalıdır. Bununla birlikte

fırsatların, bağımsızlığın, öz verimliliğin, sosyal liderliğin, sezginin ve gelecekteki potansiyel vizyonunun tanımlamasını yapabilmelidir. Girişimci, risk alma, bağımsızlık, yenilikçilik ve yaratıcılık, özgüven, planlama, başkalarıyla ilişki kurma ve fırsatları bilen kişilerdir (Abood, Aboyasın ve Ajloni, 2014: 3).

4. Literatür Taraması

Dechant ve Al Lamky, (2005), Bahreyn ve Umman'da, kadınların iş kurma deneyimleri hakkında araştırma yapmak için, temelini on Arap kadın girişimcinin oluşturduğu bir çalışma gerçekleştirmişler ve yapmış oldukları araştırmanın gelecekte bu tür araştırmalar için bir başlangıç noktası olabileceğini öne sürmüşlerdir. Sonuç olarak, kadınlar için bir kariyer seçeneği olmasının yanı sıra, genel bir olgu olarak girişimcilik yollarını araştırmak o dönem de hızlı bir şekilde gelişmiştir. Bundan dolayı adı geçen dönemde (2005 ve sonrası), girişimciler arasında oldukça fazla sayıda kadın olduğu çalışmada belirtilmiştir. Bununla birlikte, bu araştırmanın bir kısmı, Arap ülkelerindeki kadın girişimcilere, özellikle de özel işletmelerin, bu ulusların petrole ve gurbetçi (yabancı) işçilere olan bağımlılıklarını azaltmalarının bir yolu olarak görüldüğü, Arabistan Körfezi çevresindeki kadınlara odaklanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma Arap kadın girişimcilerinin deneyimlerinin genellikle benzerlerinden farklı olarak çalıştıklarını göstermiştir. Bu farklılıklar, kuruluş sermayesinin ve diğer kaynakların güvence altına alınması, ağ kurma ve iş-aile dengesi ile ilgilidir. Arap ve İslami değerlerle dolu olan dini ve kültürel ortam, incelenen Bahreyn ve Umman işletme sahiplerinin, girişimci deneyimlerini şekillendirmede önemli bir rol oynadığı ortaya çıkmıştır. Yine çalışmada, girişimci ağların kolaylaştırılması, bir bölgede girişimcilerin canlılığını artırmanın anahtarı olacağı sonucu vurgulanmıştır. Diğer yandan; bu araştırmanın odağını, girişimci ağ organizasyonlarına üye katılımını arttırmaya yönelik ve ilişki pazarlaması kavramlarından geliştirilen yöntemleri araştırmak olmuştur.

Nawaz (2009), kırsal Bangladeş'te kadınların girişimcilik gelişiminin kritik faktörlerini analiz etmeyi amaçlayan bir çalışma yapmıştır. Çalışmada yapılan analiz, ampirik araştırma bulguları tarafından desteklenen son teorik gelişmeleri de içeren fikirlere dayanmaktadır. Çalışma; düzenleyici, normatif ve bilişsel olmak üzere üç tür faktöre odaklanan, kurumsal teoriye dayanan analitik bir çerçeve çizmektedir. Düzenleyici faktörler, farklı kural ve yönetmeliklere atıfta bulunur. Çalışmada kırsal Bangladeş'te kadınların girişimcilik gelişimini kolaylaştıran hükümet politikaları düzenleyici faktörlere örnek olarak gösterilmiştir. Çalışmaya göre; normatif ve bilişsel faktörler; normları, kuralları, düzenlemeyi ve toplumun değerlerini içerir. Bu faktörlerin analizine dayanarak çalışma, kırsal Bangladeş'te kadınların girişimcilik gelişiminin nasıl geliştirileceğine dair birçok önemli politika önerisi sunmuştur. Ayrıca çalışmada; yaygın okuma-yazma bilmeme, temel eğitim eksikliği, eğitim ve deneyim, kırsal kesimdeki kadınların girişimcilik gelişiminde ciddi engeller olmaya

devam ettiği gibi sorunların yanında; batıl inanç ve hukukun üstünlüğünün olmaması, kırsal kesimdeki kadınların aile dışındaki ekonomik faaliyetlere katılımını da etkilediği vurgulanmaktadır.

McIntosh ve Islam (2010), tarafından yazılan Bahreyn'deki 180 kadın girişimciye anket uygulayarak gerçekleştirilen makale, çeşitli sosyo-ekonomik faktörlerin, kadınların kariyer olarak girişimciliği seçmedeki kararları üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Makale sonucunda; insan sermayesini, katılımcının iş seçiminde, aranan finansman türünde ve ağ kurma düzeyinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. İslami bir ülkede iş yaparken dini gruplarla bağın olması avantaj sağlayacağı yönündeki beklenti çalışmada desteklenmemiştir. Bununla birlikte, İslami geleneklere uyan kadınlar, genellikle erkek egemen iş dünyasında kabul edildiği sonucuna ulaşmıştır. Makale muhafazakâr bir Müslüman ülkede İslam ve Şeriat'ın kadınların girişimciliği üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Çalışmada örnek olarak seçilen girişimcilerin, geleneksel olmayan alanlara yönlendirilen daha fazla eğitim ve iş tecrübesi gerektiğinden, daha fazla insan sermayesi olan geleneksel işletmelere girme eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Ancak, sosyal sermayenin geleneksel olmayan bir işe girme kararını etkilemediği sonucu da çıkmıştır. Çalışmada teknoloji yoğun sektörlerin kadınlar için daha büyük fırsatlar açtığı görülmüştür. İslami gelenekler kadınların yaşamında önemli bir rol oynadığı, İslami kurallara göre giyinen kadınların iş ağlarına daha iyi erişebildiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışma, girişimlerini destekleyen aileleri olan kadınlar da ağlara daha iyi erişime sahip olduğu saptanmıştır.

Roomi ve Harrison (2010), Pakistanlı kadın girişimcilerin, toplumsal cinsiyetle ilgili zorluklarını anlamak, bu kadınların özel kapasite oluşturma ihtiyaçlarını araştırmak ve kapasite geliştirme programlarının kadın işletmelerin kuruluşu ve performansı üzerindeki etkilerini değerlendirmek için bir makale yazmışlardır. Bu makale, kadınların girişimciliğini İslami bir sosyo-kültürel bağlamda anlamak için kullanılan çeşitli teorik bağlamların gözden geçirilmesiyle başlamaktadır. Bu makaleden; İslami Pakistan'daki kadınların, girişimci olmalarının önünde belirli engellerle karşı karşıya oldukları ve bu engellerin sadece girişimci yeterliliklerine sahip kadınların eğitimi ile azaltılabileceği şeklinde iki çalışma önermesi geliştirilmiştir. Çalışmada yapılan bu önermeler üç süreçte incelenmiştir: Bunlardan birincisi; mevcut ve potansiyel kadın girişimcilerin eğitim ihtiyaçları hakkında bilgi toplamak için bir saha araştırması yapmak, ikincisi; sadece kadınlara yönelik bir eğitim modülünün tasarımı ve geliştirilmesi, üçüncüsü; 18 ay sonra katılımcılarla yapılan bir takip anketidir. Makalede denekler ve katılımcılar rastgele seçilmiş, girişimci faktörlere ve özelliklere göre bölümlere ayrılmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda, Pakistan'daki müslüman kadın girişimciler tarafından algılanan engellerin, katılımcıların sermaye ve yeterlilik geliştirmelerine olanak tanıyan, yalnızca kadınlara yönelik eğitimlerle hafifletilebileceği tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin İslami bir sosyo-kültürel

bağlamda arzu ettikleri ve elde ettikleri öğrenme sonuçları hakkındaki daha fazla bilgi sahibi olmaları ile kadınların ekonomik olarak güçlendirilmesi, gelişmiş eğitim ve öğretim programları tasarlamak için bir temel olabileceği çalışmada ortaya çıkan diğer bir sonuçtur.

Alam, Senik ve Jani (2012) tarafından yazılan makale, Malezya'daki Kadın Girişimci Dernekleri Federasyonu üyeleri arasından rastgele seçilen 194 Malezya'lı kadın girişimcinin motivasyon faktörlerini ve engellerini incelemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada; araştırma, posta anketi yoluyla dağıtılan bir anket kullanılarak toplanan birincil verilere dayanarak yapılmıştır. Anket, demografik ve işletme bilgileri, motivasyonlar, girişimcilik özellikleri ve işletme sorunları gibi ilgili alanları değerlendirme sorularından oluşturulmuştur. Anketin sonucu, kadın girişimcilerin işe başladıklarında sorun yaşadıklarını göstermiştir. Örneklemedeki katılımcıların karşılaştıkları en büyük zorlukların; kuruluş öncesi ve sonrası daha büyük sorunlarla mücadele etmek, kuruluş aşamasında ve satın alma için finansal kaynak bulamamaları, işletmenin yerini satın alamamaları, işleri için yeterli zaman harcayamamaları olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcılar ağır iş nedeniyle stres altında yaşadıklarını da ifade etmişlerdir.

Babak, M., v.d., (2012), tarafından yazılan makale Pakistan'daki girişimcilik faaliyetlerinde yer alan kadınlara yöneliktir. Araştırmanın amaçları; katılımcıların kişisel bilgilerini tespit etmek (yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, v.b.), kadın girişimcilerin motivasyonlarını etkileyen faktörler ile kadın girişimcilerin karşılaştığı engelleri ve zorlukları belirlemektir. Çalışmanın hipotezleri ise; kadınlar, aile gelirine katkıda bulunmak için girişimciliği tercih etmekte, kadınlar bağımsızlık arzusundan dolayı girişimciliği tercih etmekte ile yetersiz eğitim ve beceri eksikliği kadın girişimciliğinin önündeki engellerdir şeklinde belirlenmiştir. Çalışma; Pakistan'daki girişimcilik faaliyetlerinde yer alan kadınların çoğunlukla düşük eğitim seviyesine sahip oldukları, yaşlarının 30-49 arasında değiştiği ve evli olduklarını ortaya koymuştur. Yine çalışmanın sonucunda; Pakistan'daki kadın girişimciler, kişisel harcama için gelir elde etme, aile gelirine katkıda bulunma, kişisel hırs ve kişisel tatmin için kazanç elde etmek istemelerinden dolayı girişimci olma konusunda motive oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışmada; Pakistan'ın nispeten geleneksel bir toplum olarak kabul edilmesinden dolayı, kadınların ticari faaliyetlerinin devamını kısıtlayan bir çok sosyal ve kültürel kurum olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, yine bu araştırma, mevcut girişimcilik engellerini kadın girişimcilik faaliyetleri açısından değerlendirmiştir. Çalışmanın bulguları arasında; yetersiz eğitim, rehberlik eksikliği, sermaye kullanılamazlığı, gümrük ve yerel kültür gibi faktörlerin kadın girişimci faaliyetlerinin önündeki engeller olduğu yer almaktadır.

Ahammad, ve Moudud-Ul- Huq (2013), tarafından yapılan çalışma, Bangladeş'te kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunları, kadın girişimciliğinin önündeki başlıca

engelleri ve zorlukları ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmada; daha fazla sayıda kadın girişimcinin, ülkenin ekonomik faaliyetlerine dahil olduğu ve az ya da çok ekonomik gelişmişliği artırmak için önemli bir rol oynadıkları vurgulanmıştır. Çalışmada; fon yetersizliği; bilgi eksikliği ile birlikte en büyük sorunlardan biri olduğu vurgulanmış, yeterli kaynak eksikliği de diğer bir problem olarak ifade edilmiştir. Ayrıca, kadın girişimcinin gelişimi ve büyümesi için farklı devlet kurumlarından ve sivil toplum kuruluşlarından kurumsal destek alınması gerektiğinin altı çizilmiştir. Ek olarak, hukuki ve kurumsal kuralların yapılanması gerekliliği, kadın girişimciliğinin zorlukları ile gelecek beklentileri arasında bir denge kurmaya ihtiyaç olduğu, böylelikle yeni umutlarla yeni bir girişim oluşturmayı teşvik edeceği çalışmada vurgulanmıştır. Çalışma ayrıca, hükümet ve hükümet dışı kuruluşların, Bangladeş'te kadın girişimciliğinin gelişmesi için bir araya gelmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Çalışmada Bangladeş'te kadın girişimciliği sadece ekonomik özgürlüğe kavuşmanın bir yolu değil, aynı zamanda gelir getirici bir kaynak olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışmada Bangladeş'te kadın girişimcilerin ekonomiye önemli katkılarının olduğu, buna rağmen, işlerini yürütme konusunda çeşitli engellerle karşılaştığı ifade edilmiştir.

Ilhaamie, v.d., (2014), yazdığı makalede, Malezya KOBİ'lerinde Müslüman kadın girişimcilerin karşılaştığı zorlukları incelemeye çalışmıştır. Makalenin yazıldığı dönemde, işletmelerin yalnızca% 15,9'u kadın girişimcilere aittir. Ayrıca bu durumun, Malezya Hükümeti'nin 2011'de% 30 olan hedefinin çok gerisinde kaldığı da vurgulanmıştır. Kadın girişimcilere yönelik yapılan anketler, Malezya KOBİ'lerinde 250 Müslüman kadın girişimciye basit rastgele örnekleme tekniği kullanılarak posta yoluyla dağıtılmıştır. Anketlere verilen cevap oranı % 44 olarak gerçekleşmiştir. Ankete katılanların karşılaştığı en sık problemlerin; finans eksikliği (% 79,2), talep eksikliği (% 50,9) ve konum sorunu (% 50,9) olduğu tespit edilmiştir. Bu arada, zorluklara önerilen çözümler, dini kuralları uygulamak (fitre ve sadaka vermek, dualar etmek ve yetimlere bakmak), işini iyi yapmak (müşteriler, iş kadınları kuruluşları, tedarikçiler, rakipler ve işçilerle iyi ilişkiler kurmak) , iş hayatının dengesini kurmak için işini geliştirmektir.

Grine, Fares ve Meguellat (2015) tarafından yapılan araştırmanın amacı, maneviyatın kariyer, iş hayatı ve genel girişimcilik davranışları üzerindeki etkilerini göstererek, İslami maneviyatın Malezya'daki Müslüman kadınların girişimciliği üzerindeki etkisini incelemek olmuştur. Maneviyatın kadınların girişimcilik etkinliklerini, iş hayatında etik davranış seçimlerini, karar verme aşamalarını şekillendirmede ve iş-yaşam memnuniyetini artırmadaki etkisini ortaya koymak için Malezya'daki kadın girişimcilerle yapılan açık uçlu görüşmelerden oluşan ampirik bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın bulguları maneviyatın Müslüman kadın girişimcilerin başarısındaki konumu ve kilit rolünü vurgulamaktadır. Bu çalışma; iş ve kadın başarısı arasındaki dini uyumluluğun altını çizmenin yanı sıra, Müslüman kadınların faydalanılmamış toplumsal potansiyeline yönelik anlamlı beklentilerinin maneviyatla desteklenen

yeterlikleri ışığında, yaratıcılık ve girişimcilik becerilerinden yararlanmayı da vurgulamaktadır. Bu çalışma maneviyat tanımının ortak bir belirleyicisi olarak Allah'la olan bağı desteklemekte ve maneviyatın, Malezya'daki kadın girişimcilerin aile ve hayati ihtiyaçların önceliklendirmesinde, motivasyon, sosyal sorumluluk ve karar verme süreçlerinde anlamlı bir rol oynadığını göstermektedir.

Nesrine, (2015), tarafından yazılan makale, kadınların girişimciliğe yönelik tutumlarını araştırmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda makale; Arap dünyasındaki kadınların girişimcilik faaliyetleri sürecinde karşılaştıkları engelleri ve kadınları girişimciliğe iten güdülerini tartışmaktadır. Çalışma, bu fenomeni anlamak ve kadınların işe başlamalarında kendilerine yardımcı olmalarına ya da onlara engel olabilecek motivasyon ve engelleri aşmak için kadın girişimciliği konusundaki önceki yayınlanmış çalışmalarını gözden geçirmektedir. Bu çalışmanın ana bulguları, girişimcilik sürecine katılmalarında kadınlara engel olan veya yardım edebilecek farklı motif ve engellerin araştırılmasını içerir. Nitekim, geliştirilen kavramsal çerçeve, kadın motivasyonları ile iş hayatındaki engelleri arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın sonucunda kadınların girişimcilik kararlarının, girişimcilik süreci boyunca hem motivasyon hem de engeller tarafından belirlendiği ortaya çıkmıştır. Yine bu kavramsal makalenin ana katkıları arasında: Arap kadınları girişimcilik faaliyetleri benimsemeye iten ya da zorlayabilecek motivasyonlara ve engellere ışık tutmak; kadın girişimcilik süreci için bir model geliştirmenin yanı sıra gelecekteki çalışmalarda referans olacak bir kadın karar süreci çerçevesi geliştirmek olduğu ifade edilmiştir. Çalışmada, girişimci, girişimcilik ve kadın girişimciliğini analiz etmenin yanı sıra girişimcilikteki cinsiyet farkına ışık tutan paradigmlar ele alınmıştır. Çalışma ayrıca, Arap dünyasındaki kadınları girişimciliğe iten nedenleri ve iş kurma sürecinin başlarında karşılaşılabilecekleri engelleri incelemiştir.

Rhouse vd. (2016) tarafından yazılan makalede; kadın girişimcilerin İslamiyet'e uygun olarak girişimciliği nasıl inşa ettiklerini incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu araştırma, Malay Müslüman kadın girişimcilerinin İslami girişimci kimliklerini günlük yaşamlarında nasıl inşa ettiklerini anlama konusundaki anlayışı artırmayı hedeflemiştir. Çalışma veri toplama, yarı yapılandırılmış görüşmelerle yapılmış ve tematik yöntem kullanılarak analiz edilmiştir. Makale; kadın girişimcilerin İslam'ın; helal ve haram meselelerini, niyeti, ılımlılığı, faiz yasağını ve sıla-i rahim konusundaki görüşlerini kabul ettiklerini ortaya koymuştur. Kadın girişimciler İslam'da tanıtıldığı gibi girişimciliği benimsemişlerdir. Bu çalışmanın, araştırma alanında cinsiyet ve girişimcilik alanına yeni bilgiler eklediği kabul edilmektedir. Ayrıca çalışmanın, Malezya'daki İslami girişimciliği incelemek için yenilikçi ve önemli bir yol sunduğu ifade edilmiştir.

Naieema (2016) yaptığı çalışmada, İslami kadın girişimciliğinin kurumsallaşması için kritik faktörlerin analiz edilmesini amaçlamıştır. Çalışma kadın girişimciliğine iki

bakış açısına odaklanıp: önce İslami, sonra da kurumsal teoriye göre değerlendirme yapmıştır. Makalede iki tür bağlantı geliştirilmiştir. Biri İslam'la kadın girişimciliği, diğeri ise neo-kurumsal teori ile İslami kadın girişimciliğidir. Kadınların, İslam'da girişimcilik faaliyetlerine katılmasından hiçbir zaman yasaklanmadığı ifade edilmiştir. açıktır. Ancak, yalnızca kesinlikle izlenmeleri gereken kadınlar için belirli koşullar vardır. Çalışma, bu koşulları neo-kurumsal teorinin üç mekanizması altında göstermektedir. Bunlar, zorlayıcı, normatif ve taklit mekanizmalarıdır. Zorlayıcı mekanizma göz önüne alındığında, kadın girişimciler, İslami Şeriat'a dayanan kural ve düzenlemelere uymak zorundadır. Normatif mekanizma altında, İslami değerler ve normlar kadın girişimciler tarafından takip edilecektir. Taklit mekanizması olarak, Müslüman kadın girişimciler, diğer Müslüman kadın girişimcilerden sonra inşa edilebilir. Bu üç mekanizmanın, İslami kadın girişimciliğini istenen düzeyde kurumsallaştırabileceği bu makalede belirtilmiştir.

5. İslam Ekonomisinde Girişimcilik

İslam düşüncesini iki temel kaynak oluşturmaktadır. Bunların birincisi; Kur'an, ikincisi; Hz. Muhammed'in (S.A.V.) sözleri ve davranışlarıdır. Müslümanlar için Kur'an, bir rehber kitaptan daha fazlası olarak kabul edilmektedir. Kur'an Allah'ın gerçek sözleridir. Bu sözlerin ne anlama geldiği ve ayetlerin anlamının yorumlanması için Müslümanlar, hadislerde yer alan sözlere ya da Hz. Muhammed'in (S.A.V.) davranışlarına bakmaktadırlar. Kur'an'ın ileri sürdüğü İslami dünya görüşü, insanları, ihtiyaçlarını karşılamak için kaderlerini şekillendirmede etkin bir rol oynamaya ve onları fırsatları takip etmeye yönlendirmektedir. İslami görüşe göre yapılan bu yönlendirmenin; Müslümanlara ekonomik davranış modeli olarak girişimciliği tavsiye ettiği söylenebilir (Davis, 2013: 65-66).

Genel olarak İslam ekonomisinde girişimcilikle ilgili literatür, İslami finans veya ekonomi ile ilgili olandan daha azdır. İslami yaklaşımda girişimcilik; dürüstlük, tecrübe, sermayeyi büyütme, yatırım yapma, ortaklık ve insanlarla işbirliği gibi çeşitli değerlere odaklanmaktadır. Bu bireysel değerler, işletme ve girişimcilikteki başarı ile birebir ilişkilidir. İslam'ın girişimciliği teşvik eden ve girişimciliğe birçok değer katan bir din olduğu kabul edilir. İslam; Müslümanları girişimci ve yenilikçi olmaya teşvik etmektedir. Bu duruma göre; dikkate alınacak ilk şey, bir iş insanı olan Hz. Muhammed'in (S.A.V.) hayatıdır (Salah, 2018).

İslam'da girişimcilik faaliyetleri ve din arasında bir ayrım yoktur. İslam'ın, girişimcilik davranışına rehberlik etmek için Kur'an ve Hadis'e dayanan kendi girişimcilik karakteristiği ve yol gösterici ilkeleri vardır. Buna göre; insan doğası gereği, öncelikle bir Müslüman, sonra girişimci olmalıdır. Müslüman girişimci Allah'ın nimetlerini diğer tüm faktörlerin üzerinde aramalıdır. Müslüman girişimciler, girişimcilik faaliyetlerini sadece kâr amaçlı değil, her şeyden önce farz-ı kifayeyi yerine getirmek

için yapmalıdırlar. Bir girişimci Allah'a inanmakla birlikte, kendini geliştirmek ve Allah'ın ve Peygamber'in bütün öğretilerini öğrenmek ve uygulamak için servet arayışında, yani girişimci olma arayışında çaba göstermelidir. Başarılı girişimci, Allah'a takva ve imanın büyüklüğüne sahip olarak, girişimcilik faaliyetlerinden çok fazla kar elde eden kişidir. İslam, genellikle girişimciliğe ve mülkiyet haklarına olumlu bir yaklaşım sergilemektedir (Faizal, Ridhwan ve Kalsom, 2013: 191-193).

“Gece olsun gündüz olsun, uyumanız ve Allah'ın lütfundan nasibinizi aramanızda O'nun varlığının delillerindedir. Gerçekten bunda, işiten bir kavim için ibretler vardır.”

Rum Suresi, 30: 23

Yukarıdaki Ayet; insanları hem çalışmaya teşvik etmekte hem de iş fırsatlarını takip etmeyi tavsiye etmektedir. Aynı ayet; insanlara rızıklarını aramaları ve onun peşinden koşmaları gerektiğini ifade etmektedir. Yine ayet geceleyin uyumanız ve gündüzün Allah'ın lütfundan nasibinizi aramanız şeklinde de yorumlanmaktadır. Ancak her iki zamanın, yani hem gecenin hem gündüzün, her iki işe elverişli olduğu anlamının daha kuvvetli olduğu kabul edilmektedir (Karaman, vd., 2012: 405) .

İslam, bir bütün olarak toplumun hedeflerinin gerçekleşebilmesinin, gelişmiş ekonomik faaliyetlerde bulunmanın bir sonucu olduğunu vurgulamaktadır. Müslüman girişimcilere getirilen sınırlamaların çoğu, topluma zarar verebilecek etkinlikleri azaltmayı amaçlamaktadır. Buna rağmen, bazı Batılı ekonomilerin savunucuları, bazen Batı iş faaliyetlerinin göreceli finansal başarısını, Batı hukukunun, İslami sistemlerin üstünlüğüne bağlı olarak ortaya çıktığını savunmaktadırlar. Bu tür savunucular, genellikle dine dayalı ekonomilerin, ekonomik büyümeyi engellediğini veya üretken iş girişimlerine başvurabilmek için yeterli teşvik veya motivasyon sağlamadıklarını ileri sürmektedirler (Hassan ve Hippler, 2014: 171-172).

Müslüman bir girişimcinin, ekonomik gelişmeye güçlü bir ivme kattığı ve Allah (C.C.) yolunda bir mücadeleci olduğu kabul edilir. Müslüman girişimcilerin ekonomisinde görülen sürekli ilerleme, dini açıdan da insan refahıyla ilgili görevlerini yerine getirmelerini sağlamaktadır. Başarılı bir Müslüman, hem bu dünyada hem de ahirette saadete erişebilmek ve bizzat kendisi ile birlikte topluma katkıda bulunabilmek için, güçlü bir ekonomiye sahip biri olmalıdır. Bu grup aynı zamanda sadaka, hac ve diğer hayır işleri gibi dini ibadetlerini yerine getirmeye büyük önem verirler. Güçlü, dindar Müslüman girişimciler tarafından yürütülen ekonomik faaliyetler, iyi ve saygın bir toplumun ortaya çıkmasına katkı sağlayacaktır. Bunun nedeni, girişimci faaliyetlerinin temelini, içinde bulunan merhamet, işbirliği, dayanışma, dürüstlük ve güven gibi tüm asil nitelikleri barındırmasıdır. Başarılı bir Müslüman girişimcinin varlığı, diğer Müslüman girişimcilerin ekonomik başarısında rol model olabilir. Bu grup tarafından yürütülen faaliyetler İslam hukukuna dayanan ekonomik faaliyetlerdir ve onu ihlal eden unsurlardan uzaktır. Bu grupların ekonomik alanda yer alması, topluma ve diğer

girişimcilere İslam'a dayalı iş yürütmek için örnek olacaktır. Şu anda Müslümanların karşılaştıkları ekonomik kriz, adil olmayan gelir dağılımı ve iş fırsatlarının olmayışından kaynaklanmaktadır. İslam ekonomisi bir bütün olarak, ekonomik krizlerle mücadelede insanların hem bedensel hem de ruhsal gelişiminin önemini vurgulamaktadır. Girişimciler, İslam ekonomik sistemi içinde yer alan unsurları, topluma uygulamak için önemli aktörler olarak kabul edilirler (Yaacob ve Azmi, 2012: 1134-1135).

İslam'ın kusursuzluğu sadece dini yönleri değil, aynı zamanda en iyi yaşam tarzlarını da içeriyor olmasıdır. Kur'an ve Hadis, insan yaşamının en iyi ana kılavuzu ve tam bir referans kaynağıdır. Buna ek olarak İslam; insanların yaşam amaçlarına ulaşmaları için ve Yaratıcılarına daha yakın olmaları için sağduyulu bir şekilde hayat sürmelerini sağlamaktadır. İslam'a göre, Allah kullarına kazançlarını O'nun davasına harcamayı teşvik eder. İslami görüşe göre; helal kazancın aranması, yeni bir iş girişimciliği alanında çalışılması ve Müslümanlar için yapılması gerekli olanın en iyi şekilde yapılması bir zorunluluktur. Girişimciler, özellikle iş hayatı ile ilgili olarak, Kuran'da sıklıkla tartışılan bireyler ve gruplar arasındadır. Asıl amaç, bu dünya ile birlikte ahirette de Allah'ın merhametini ve nimetini kazanmaktır (Boulven, 2018).

“Allah, rızık konusunda kiminizi kiminizden üstün kıldı. Üstün kılınanlar, rızıklarını ellerinin altındakilere vermezler ki rızıkta hep eşit olsunlar. Şimdi Allah'ın nimetini mi inkâr ediyorlar?”

Nahl Suresi, 16: 71.

İslam dini, Müslümanlara, sabit bir ücret karşılığı başkaları tarafından istihdam edilmesine izin vermenin yanında, girişimcilik faaliyetlerinin içinde bulunmalarını da tavsiye etmektedir. Müslümanlara yönelik bu tavsiyenin, Kuran'ın insanlara yönelik, yeryüzünde mevcut olan tüm kaynakları kullanmaları ve bu kaynaklarla fırsat oluşturmaları gerektiği tavsiyesine dayandığı kabul edilir. Allah (C.C.), Müslümanların günah olan kaynaklardan beslenmelerini ve yaşamlarını sürdürmelerini yasaklar. Bunun yerine onları, ticaret yoluyla bir hayat kazanmaları için teşvik eder. İslam dini, iş ve ticaretle uğraşmanın evlilik, ailevi ve suç meseleleri ile uğraşmak kadar önemli olduğunu kabul eder. İslam'da girişimciliğin sosyal olarak yürütülmesi gereken bir sorumluluk olduğu da kabul edilir. İslam'da sosyal açıdan; istihdam, ticaret ve diğer geçim ihtiyaçlarının karşılanması için yapılan faaliyetler yaşamın tamamlanmasında herkes tarafından taşınması gereken bir sorumluluk olarak görülür (Hamid ve Sa'ari, 2011: 111-113).

Dini dikkate alarak yapılan ekonomik faaliyetlerde iş yapmanın bazı sınırlandırmaları vardır. Buna bağlı olarak İslam'da uygulanan sınırlamalar, ilgili kişilerin veya tarafların yararını esas alan sınırlandırmalardır. Doğal olarak, yasaların ve sınırların

yokluğu, insanların ya da örgütlerin anormal davranışlarda bulunmalarına yol açarak; aşırılıkları, suiistimalleri ve çatışmaları ortaya çıkaracaktır. Diğer yandan İslami girişimcilikte bankacılığında önemli bir rolü vardır. Genel olarak, İslami bankaların, finansmanın ve dünya çapındaki mevcut pazarlarının genişlemesi, İslami girişimciliğin gelişimini artırmaktadır. Birçok yazar, İslam'ın, diğer dinler gibi, özel inisiyatifler yoluyla gelişmeyi engellemediğini ve aslında girişimciliğe izin verdiğini veya teşvik ettiğini kabul etmektedirler (Oukil,2013: 112-113).

Girişimcilik eyleminin doğası, girişimcinin temel değerleri ve dini inancı arasındaki uyumdan kaynaklanmaktadır. İslam inancının değerlerine göre İslami girişimcilik fırsatını destekleyen, bir çekirdek iş ve gündelik hayatın bütünleşmesidir. İslam, Allah'ın yarattığı insanın yeryüzündeki rolünün, mütevazı olmak olduğunu ve tüm faaliyetlerini bir ibadet eylemi olarak kabul etmesi gerektiği görüşüne dayanır. Hem fiziksel hem de entelektüel emeğe değer verilir ve iş hayatında, her biri toplumun iyileştirilmesine katkıda bulunduğu sürece, yüksek ve düşük dereceli pozisyonlar arasında bir ayırım yoktur. Bu nedenle Kur'an, değer odaklı bir davranış olarak çalışmak için insanları teşvik eder (Sidek, Pavlovich ve Gibb, 2018: 699-700).

Tablo 2. Müslüman Girişimcinin Dört İş Fonksiyonunda Gösterdiği Belirleyici Özellikler

İş fonksiyonları	Müslüman Girişimcilerin Özellikleri
Üretim	- Helal kavramına uymalı, yararlı ve faydalı olmalı, Allah'a ibadet değeri olmalı, uygulanabilir ve rekabetçi bir tarz olmalı. -Ürünleri ahlaki olarak üretmeli, üretimde sadece helal (yasal) kaynakları kullanmalı, sadece yasal çalışma tarzını kullanmalı, hile yapmamalı, rüşvet ve tefecilikle uğraşmamalı, Helal Sertifikasını almalı ve Helal Sertifikasyonunda tavsiye edildiği gibi.prosedürlere ve gerekli standartlara uymalıdır.
Pazarlama	-Girişimci İslam tarafından yasaklanan işlemlere girmemeli; tefecilik, piyasanın tekelleşmesi gibi ve kâr için manipülasyonlara başvurmamalı. -İş tanıtımına yönelik reklamları, herhangi bir mağduriyet olmadan doğru, açık ve şeffaf olmalı, adil fiyatlandırma sistemi benimsemeli, belirsizlik ya da hile ile ilgili tüm unsurları ortadan kaldırmalı, -Yerinde bir ürün iade politikası olmalıdır. -Rekabet stratejisi, ürünlerin kalitesini arttırmalı, ürünlerin iyiliğini ortaya çıkarmalı ve rakipleri kirletmemelidir. Rekabet senaryosunda ahlak ve ahlakı korumak. - Helal Sertifikasyona hak kazanmaya çalışmalıdır.
Maliye (finans)	-İslami finansın temel prensiplerine uymalı - yasal (helal), finansal işlemlerde doğru niyet, belirsizlikten kaçınma, tefecilik unsurlarından veya kumar oynama işleri ile uğraşmamalıdır.

	<p>-Sermaye ya kendi sermayesinden ya da borç ve eşitlikten kaynaklanmalıdır (qarđ al-ħasan (yani yardımsever kredi) ilkesinin uygulanması.</p> <p>- sadece helal amaçlı harcamalar yapmalı, işgücü maliyetleri, yönetim maliyeti, zekat, borç gibi zorunlu harcamalara öncelik verilmeli; çalışanlara verilen ikramiye ve ödöl gibi doğru beyan edilen çeşitli harcamalar (israf, ihtişam ve mülk gururu için dahil edilen yasadışı haricinde) olmalı.</p>
İnsan kaynakları	<p>-İşçilere niteliklerine, piyasaya ve becerilerine göre adil bir ücret ödenmeli.</p> <p>-İşçileri sadece bir emek değil, bir insan olduğu göz önünde bulundurulmalı, İslam'ı kuralları benimseyen işçilerle ilişki kurmalı.</p> <p>-Tüm Müslümanların çalışanlarıyla olan ilişkilerini İslami öğretilere dayanarak oluşturmaları gerekir.</p>

Kaynak: Rameli, v.d., 2014, 57.

Yukarıdaki Tablo 2; Müslüman Girişimcinin üretim, pazarlama, finans ve insan kaynakları fonksiyonların da gösterdiği belirleyici özellikleri yer almaktadır. Görüldüğü gibi Müslüman girişimcinin İslami kuralları ticari hayata da uygulama gibi bir zorunluluğu vardır. İslami kuralların ticareti de düzenleyici yapısı bu tabloda daha da çok ortaya çıkmaktadır.

6. İslam Ekonomisine Göre Kadının Ekonomideki Yeri

Yirminci yüzyılın sonlarına kadar Müslüman kültür ve toplumdaki, kadının statüsü ve toplumsal hayattaki rolleri göz ardı edilmiştir. Müslüman toplumdaki kadınları ciddi şekilde ele alan araştırmaların ivme kazanması iki farklı nedene dayanmaktadır. Birincisi; 1970'lerde dünya çapında kadın hareketlerinin ortaya çıkması sonucu kadın hakları ve toplumsal cinsiyet eşitliği için harekete geçen aktivistlerin hareketleridir. İkinci ise; ulusal hükümetlerin ve uluslararası örgütlerin ekonomik kalkınma çıkarlarını ön plana almış olmalarıdır. Bu nedenlere bağlı olarak yapılan çalışmalarda kadınlar da ekonomik kalkınmada bir unsur olarak görülmeye başlanmıştır. Genel olarak sosyal bilimler çalışmalarında olduğu gibi, İslam toplumlarındaki kadınlar üzerindeki çalışmalarda da, kadınların sadece mevcut konumlarının ve durumlarının açıklamasının ötesinde, nitel ve nicel araştırma teknikleri olmak üzere, iki araştırma tekniği ile çalışmalar yürütülmektedir. Nitel araştırma çalışmaları, Müslüman kadınlar üzerindeki ampirik çalışmalardan oluşur. Bu çalışma katılımcılara yönelik; gözlem, sözlü mülakatlar ve röportajlar gibi saha çalışmalarını ve diğer veri toplama tekniklerini içerir. Buna karşılık, nicel araştırma çalışmaları, örneğin, ekonomi, dinsel ilişki ve kültürel değerler gibi çeşitli faktörler arasında nedensel ve/veya korelasyon ilişkisini sıralamaya çalışarak sosyal fenomenlerin sadece tanımlanmasının ötesine geçmektedir. Müslüman kadınlar hakkında tipik araştırma konuları, dini inançların, örneğin doğurganlık davranışları veya resmi işgücü piyasasına giriş gibi ekonomik

kararlar üzerinde önemli bir etkisinin olup olmadığını içerir (Offenhauer, 2005: 11-12).

Kadınlar her zaman insani gelişmede hayati bir rol oynamış olmalarına rağmen; toplumsal gelişmede Onlara büyük ölçüde fazla etkisi olmayan roller verilmiştir. İslam erkek ve kadın arasında tam bir eşitlik kurar. Bu, İslam'ı iyi bilen herkes tarafından kolaylıkla kabul edilen ve Allah'ın kitabı Kur'an'da ve Hz. Muhammed'in sözlerinde ve uygulamalarında ana hatlarıyla belirtilmiştir. İslam, kendi çabalarıyla ya da başka herhangi bir meşru yolla kazandıkları şeyle ilgili olarak kadına eşit mülkiyet hakkı verir. Kadın, İslam'a göre; herhangi bir mesleği seçmede ve o mesleği icra etmede erkekle eşit haklara sahiptir. Peygamberin yaşamı boyunca, bazı kadınlar tarımda, bazı kadınlar hayvan işlerinde, dokuma ve kumaş yapımında çalışmış ya da küçük ev sanayilerinde veya diğer ticaret alanlarında faaliyette bulunmuşlardır. İslam, aynı iş için kadınlara ve erkeklere eşit ücret ödenmesini gerektiğini kabul eder. Dahası İslam, hem erkek hem de kadına eşit haklar verir (Badawi, 2005: 9-11).

“Mü'min erkekler ve mü'min kadınlar birbirlerinin dostlarıdır. İyiliği emreder, kötülükten alıkoyarlar. Namazı dosdoğru kılar, zekâtı verirler. Allah'a ve Resûlüne itaat ederler. İşte bunlara Allah merhamet edecektir. Şüphesiz Allah mutlak güç sahibidir, hüküm ve hikmet sahibidir.”

Tevbe Suresi, 9:71.

İslam'da en başta gelen şeylerden biri kadının ekonomik bağımsızlık kazanmış olmasıdır. İslam'da kadının bağımsız ekonomik konumu kabul edilmiş ve bu konumu korunmuştur (Khan, 2008: 10-12). İslam'da hem erkek hem de kadın, finansal ve ekonomik bağımsızlıklarında eşittir. İslam, aynı iş için kadınlara ve erkeklere eşit ücret ödenmesini emreder. Dahası İslam, hem erkek hem de kadına eşit haklar vermenin yanında, kazanç ve bilgiyi elde etmek için onlara eşit sorumluluklar yükler (Khayat, 2003:8-9). Peygamber Efendimiz (S.A.S) kadınları bilgi almaya ve öğrenmeye teşvik etmiştir. Örnek olarak Peygamber Efendimiz (S.A.S), yoğun programına rağmen kadınlara birtakım bilgiler vermek için belirli günlerini onların eğitimine ayırmıştır. İslam, bir kadının her türlü eğitim ve öğretime erişim hakkını ve bu hakkı istediği seviyeye kadar sürdürmesini kabul eder. Bununla birlikte İslam'a göre kadının çalışması için bir takım sınırlandırmalar vardır. İslam'da ev dışında kadınların çalışma koşullarına getirilen sınırlandırmalarından bazıları (UNICEF, 2002: 20-21);

- İşin kendisi yasaklanmış bir şey olmamalı ya da kadını yasak bir şeye götürmemelidir.
- İslami alçakgönüllülük ve erdem kurallarına uymalıdır.
- Bu iş için önemli bir işi (ev işleri gibi) terk etmemelidir.

İslam'a göre; erkekler ve kadınlar arasında hiçbir fark yoktur. Doğru olan her şey, hem erkekler hem de kadınlar için doğru ve yanlış olan her şey, hem erkekler hem de kadınlar için yanlış olacaktır. Kadınlar, iyi bir yaşama, eğitime, mülk sahibi olmaya, evlenmeye, çocuklara bakmaya, mirasa, çalışmaya ve sosyal statü sahibi olma hakkına sahiptir (Altwajri, 2009: 9). İslam Hukuku'na göre, kadının kendi kazancı, gayrimenkul veya diğer mülkleri üzerindeki hakları tam olarak kabul edilmektedir. O, tüm varlıklarını satın almak, satmak, ipotek etmek veya kiraya vermek için tüm haklarını elinde tutma yetkisine sahiptir. İslam'da bir kadının sırf kadın olduğu için ekonomik ve toplumsal faaliyetlerden yoksun bırakılması gerektiği ileri sürülemez. Kadının iş arama hakkıyla ilgili olarak ise, öncelikle İslam'ın kadının toplumdaki en kutsal ve en önemli rolünün bir anne ve bir eş olarak gördüğünü belirtilmelidir. İslam'da kadına, özellikle de doğasına uygun ve toplumun en çok ihtiyacı olan pozisyonlarda iş aramasını yasaklayan bir sınırlandırma yoktur. Bu mesleklerin örnekleri hemşirelik, öğretmenlik (özellikle çocuklar için) ve sağlıkçıdır. Ayrıca, herhangi bir alanda kadının sahip olduğu yeteneklerinden yararlanmanın bir kısıtlaması da yoktur (Badawi,1980).

İslam, kadının ezilmesine ve sömürülmesine karşı sesini yükselten ve ona toplumda onurlu bir yer veren dindir. İslam, kadının bağımsızlık hakkından mahrum bırakıldığı bir hakkı reddeder. İslam'a göre, kadın sahip olduğu varlıkları ve elde ettiği kazançlar ile herhangi bir mal satmak, ipotek etmek veya kiraya vermek için tüm haklarını elinde tutma ve kullanma hakkına sahiptir. Yine İslam'da bir kadının kadın olduğu için küçük görülmesine izin verilmez. İslam kadınlara, 1400 yıldan fazla bir süre önce, toplumda hak ettiği yeri ve haklarını vermiştir. İslam'ın amaçlarından biri, kadınları düşünme, yaşama, görme, işleme ve duygularını modernize etme ve kadınların toplumdaki gelişimini ve kurtuluşunu artırma çabalarıdır. İslam erkeklerle kadınlar arasındaki eşitliğe inanır. İslam'da kadınlar; iş, tarım, sanayi ve üretken faaliyetler gibi çeşitli ekonomik faaliyetlerde bulunmada özgürdürler. İslam, kadınların kendileri için uygun olan alanlarda çalışmasına karşı değildir. Kadınlar gelir ve mülk sahibi olabilir ve bu nedenle kadın ihtiyaç hissederse, herhangi bir mesleği icra edebilir. İslam'da bir kadına erkekle kıyaslandığında daha fazla finansal güvenlik verilmiştir (Kounsar, 2017. 39-41).

“Şüphesiz müslüman erkeklerle müslüman kadınlar, mü'min erkeklerle mü'min kadınlar, itaatkâr erkeklerle itaatkâr kadınlar, doğru erkeklerle doğru kadınlar, sabreden erkeklerle sabreden kadınlar, Allah'a derinden saygı duyan erkekler, Allah'a derinden saygı duyan kadınlar, sadaka veren erkeklerle sadaka veren kadınlar, oruç tutan erkeklerle oruç tutan kadınlar, namuslarını koruyan erkeklerle namuslarını koruyan kadınlar, Allah'ı çokça anan erkeklerle çokça anan kadınlar var ya, işte onlar için Allah bağışlanma ve büyük bir mükâfat hazırlamıştır.”

7. İslam Ekonomisinde Kadın Girişimciliği

Kadın girişimciliğinin küresel ekonomi üzerindeki etkisi yoğunlaşmaya başlamıştır. Kadın iş sahipleri sadece kendi ülkelerinin ekonomik gelişimine katkıda bulunmakla kalmayıp, aynı zamanda küresel ekonomiyi de etkisi altına almaktadırlar. İş alanında faaliyet gösteren kadınları olan ülkeler, istikrarlı bir ekonomik gelişme ve büyüme göstermiş ve göstermektedirler (Zeidan ve Bahram, 2010: 102).

İslam'da kadınların statüsü, diğer sistemlerle hiçbir benzerliğe sahip değildir. İslam, toplumsal dengeyi korumak için kadın haklarını ve statüsünü kabul etmektedir. Hayatın her alanında kadınlar İslam tarafından güvence altına alınır. İslam, kadınlara, erkeklere kıyasla, dini bağımsızlık, statü ve manevi gelişim konusunda eşit hakları verir. İslami girişimcilik, yenilikler ve riskler ile ticaret yapılması tavsiyesi ile sahtekârlık, açgözlülük, sömürü ve tekelciliğin yasaklanması yoluyla kar birikimini düzenlemeye yönelik sert önlemlere dayanmaktadır. Peygamber (S.A.S.), herhangi bir hukuka aykırı kazanç elde eden kişinin günahkâr olduğunu ifade etmiştir. Müslüman girişimciye, sadece ahlaki olarak kabul edilmiş ve sosyal olarak arzulanan verimli iş faaliyetlerine katılmaları için izin verilir ve teşvik edilir. Alkol, uyuşturucu, tefecilik, fuhuş, kumar ve spekülatif iş davranışlarını içeren faaliyetler kesinlikle yasaktır. Müslüman girişimciler, diğer girişimcilerden amaç ve araçlara göre farklılık göstermektedir. İslam ekonomisinde girişimciler, ister kadın ister erkek olsun, girişimciliği kullanarak üretkenliği teşvik etmede İslami değerlerin rolüne ilişkin olumlu algıları ve tutumları benimsemek zorundadırlar (Hoque, Rahman ve Razia, 2014: 48-49). Peygamber Efendimizin ilk eşi Hz. Hatice (R.A.); ticaret erbabı, şeref ve mal sahibi bir kadın, ücretle işçi çalıştıran ve bazı ortaklıklar kuran, Mekke'den Şam'a kervanlar gönderip, oradan mallar getiren ve birlikte çalıştığı kişilere hisseler veren örnek bir girişimcidir (Güzel, 2012: 58).

İslam'da kadınlar, sorumluluk alanı farklı olsa da, erkeklerin yaşamının bazı yönlerine göre eşit muamele görürler. Peygamber Efendimiz Hz. Muhammed (S.A.S.) hem erkekleri hem de kadınları bir arada ele alarak onları eşit kabul etmiştir. Buna ek olarak kadın, İslam'da bir işi yönetebilecek bağımsız bir tüzel kişilik olarak kabul edilir. İslami hukuk, ticaret ve yatırım faaliyetleri başta olmak üzere yetişkin bir kadının tüm finansal meselelerde yer alabileceğini kabul etmiştir. Bu durum da İslam'da kadının kendi başına çalışma, istediği gibi para kazanma hakkına sahip olduğu anlamına gelmektedir. İslam kadın girişimciliğine izin vermekle birlikte, kadınları koruyan bazı kuralların yerine getirilmesini de istemektedir. Bu kurallar; (Ullah, Mahmud ve Yousuf, 2013: 47-48);

- a) Kadınlar, kendi girişimcilik faaliyetlerinin aileyi ve işini nasıl etkileyebileceğine dair daha geniş bir bakış açısı elde edebilmek için veli ya da eşinin (eğer evliyse), onayını almalıdır.
- b) Bir kadın öncelikle evinin ve çocuklarının uygun şekilde bakımını sağlamalıdır. Bunu gerçekleştirirken dışarıdan yani başka birilerinden yardım almasının herhangi bir sakıncası yoktur.
- c) Uygun olan ve kendi becerilerine uyan işi seçmek için özen göstermelidir.
- d) İslami yükümlülüklerini (Kadın giyimi veya Namaz v.b.) yerine getirmesini engelleyen herhangi bir iş faaliyeti içinde olmamalıdır.

Bu kurallara İslam, herhangi bir iş faaliyetine katılmadan önce evli kadın için iki ek koşul daha eklemiştir. Bunlardan birincisi; eşin onayının alınması ve ikincisi, yaptığı işin ailenin düzeninin bozulmasına neden olmamasıdır (Azmi, 2017: 27).

Müslüman kadın girişimciler ekonominin büyümesine ve gelişmesine önemli katkılarda bulunmaktadır. Bununla birlikte, istihdam oluşturma, kendi başlarına yoksulluktan kurtulma, gelir oluşturma ve düşük gelirli hane halkına özellikle ailelerine yönelik geçim kaynakları sağlama yoluyla ulusal ekonomik ve sosyal hedeflerin gerçekleştirilmesine katkıda bulunurlar. Müslüman kadın girişimcilerin kırsal / kentsel ekonomide oynadıkları yaşamsal role rağmen, piyasa oyuncuları yıllar boyunca onların tam potansiyellerini gerçekleştirmelerini engelleyen bir dizi kısıtlamalar geliştirmişlerdir. İslam'da kadın girişimcilik faaliyetleri iş performansı ile harmanlanmış ve manevi unsurlarla bütünleştirilmiştir. Bu, İslam'ın ister meslekte ister yaşam tarzının kendisinde olsun, ticari faaliyetlerin doğasına bakılmaksızın bir bütün olarak hayatın her alanı kapsamasından kaynaklanmaktadır. Müslüman kadın girişimciler için, kültürel ve sosyal değerler; girişimcilerin iş faaliyetlerinde etkilendiği manevi unsurların entegrasyonuna dayanmaktadır. Girişimcilik maneviyatındaki bu değişikliklere sahip yöneticilerin kendi kültürel değerlerini ve inançlarını firmalarına getirmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Bu inanç ve değerlerin bazıları, çalışanlara karşı hoşgörü, iş başarısına ulaşmada grup davranışlarına olan bağlılıktır. Bu, İslâm'ın ister meslekte ister yaşam tarzında olsun, bir bütün olarak çalışmasından kaynaklanmaktadır. Yaşamda her şey İslam'ın bütünsel öğretileriyle birleştirilmelidir (Hammawa ve Hashim, 2016: 38).

Müslüman kadın girişimciler için en sık karşılaştıkları ortak zorluklar arasında; işyerinde ve evde üstlenmiş oldukları ikili rol, kamu tarafından sağlanan imkân ve teşviklerin bilinmemesi, büyük ölçekli firmalarla rekabet, pazarlama ile ilgili sorunlar, finansmana ve teknolojiye erişim zorluğu, finansman eksikliği, talep eksikliği ve yer temini sorunu yer almaktadır. Bununla birlikte, din ve kültür, kadın girişimcilerin iş performansını etkileyen iki ana unsurdur. İslam, Kuran'da kadın girişimciliğini de içeren ticaret ve ticareti açıkça desteklemektedir. Ancak Müslüman kadınlar, birçok

ve birbirinden bağımsız zorluklarla karşılaştıkları için iş hayatına katılım konusunda tereddütler yaşamaktadırlar (Cader ve Ummah, 2016: 10-11).

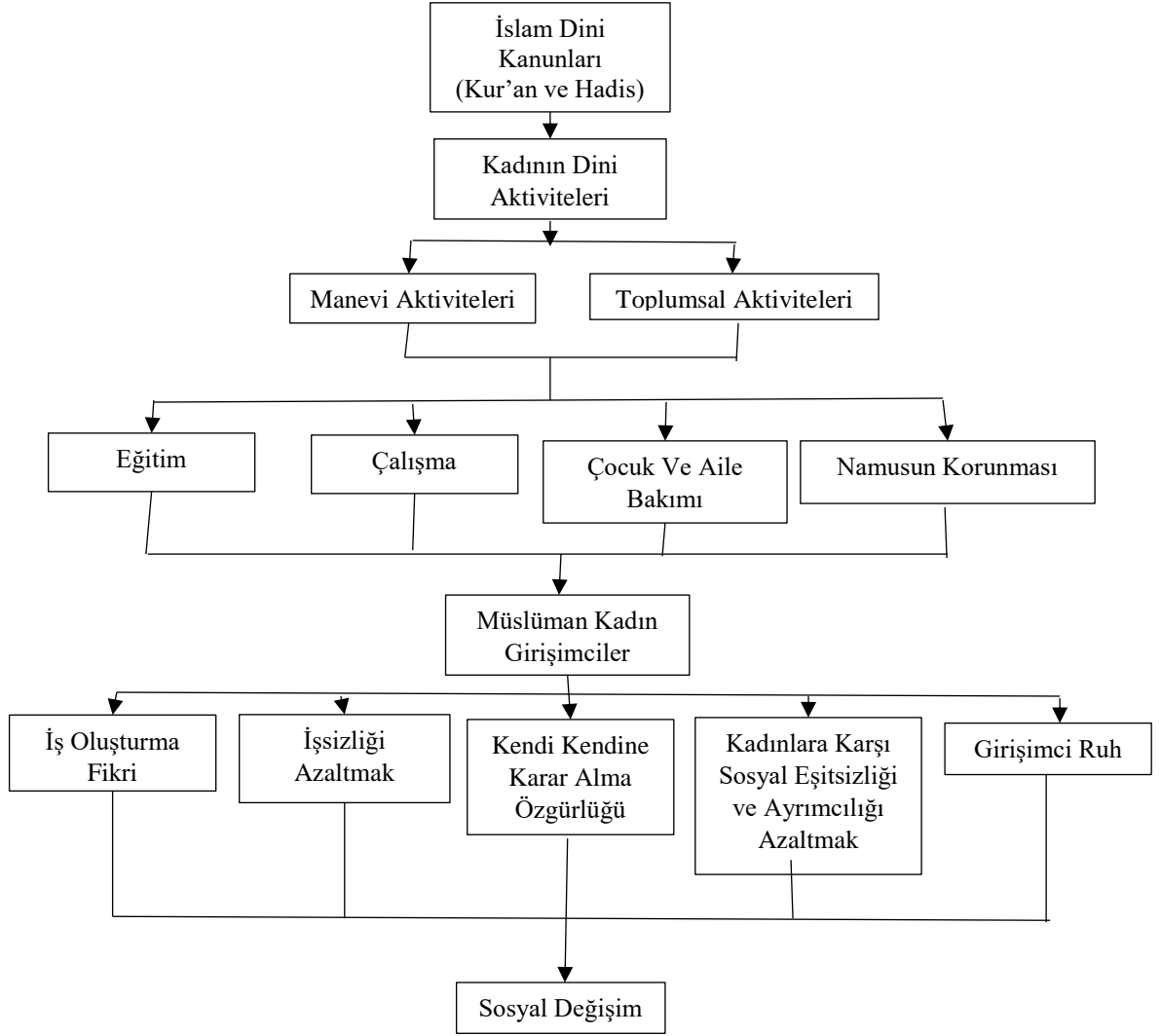
İslam, kadınlar da dâhil olmak üzere Müslümanları kazanç elde etmeyi sağlayan iş faaliyetlerine katılmaya teşvik etmektedir. Böylece İslam'da ticaretin sadece erkeklerle sınırlı olmadığı gerçeği ortaya çıkmaktadır. İslam'da iş yapmanın temel hedefi; dini kuralla bağlı olmak, iş dünyasını ahirette saadeti sağlayacak şekilde organize etmektir. Bu yüzden İslam'da ticaret; hem kazanç elde etmek için iyi bir iş hem de ibadet olarak kabul edilir. Ahlak meselesi Müslümanların herhangi bir iş faaliyetinde bulunurken her zaman endişe duyduğu boyutlardan biridir. Kur'an-ı Kerim ve Peygamber'in Sünnetleri tüm Müslümanların gözetmesi gereken ticari işlemlere ilişkin kapsamlı ilkeleri vurgular. Bu ilkeler sadece tarafları dürüstlük, adalet ve kardeşlik ruhuyla harekete geçirmekle kalmaz, aynı zamanda taraflar arasında herhangi bir yanlış anlaşılmayı önleme rolünü de geliştirir. Aynı zamanda İslam'da her türlü şiddet, ticari faaliyeti kötüye kullanma, sahtekârlık ve sahtecilik tamamen yasaklanmış ve bu tür uygulamalar Müslümanların iş normu dışında bırakılmıştır. İslam'ın ticari hayatla ilgili bu ilkeleri Müslüman kadın girişimciler içinde uyulması ve dikkat edilmesi gerekli kurallar bütünü oluşturur (Azmi, 2017: 27-28).

Müslüman kadın girişimciler, diğer girişimcilerden güdülerini ve hedeflerini açısından farklılık göstermektedir. Bir işletmeyi başarılı bir şekilde yönetebilen Müslüman kadın girişimciler, aynı zamanda, Yüce Allah'a olan iman ve inanç açısından da iyi bir performansa sahip olmalıdırlar. Ancak İslam, kadınların İslam yasalarına aykırı, suç ve çatışmaya yol açan iş yapmamaları için kısıtlamalar getirmektedir. Peygamberimiz Muhammed (S.A.V.), kadınları çeşitli faaliyet alanlarında teşvik ederken, ticaret bu alanlardan biridir; karısı (Hz. Hatice R.A.), daha öncede ifade edildiği gibi, kendi döneminde Müslüman kadın girişimcilerin başarılı örneklerinden biridir. Bu örnekten de anlaşıldığı üzere ve İslam kadınlara ekonomik faaliyete girme özgürlüğü verdiği için, İslam'da iş kadınları yeni değildir. Bugün, toplumun önemli bir parçası olan kadınlar, ekonomik sektörde ve ülkenin kalkınmasında önemli bir role sahiptir. İslam, kadının eşinden izin alması, dini kuralları ihlal etmemesi, dine uygun giyinmesi ve zamanını ailesine ve işi arasında ayırmaya bağlı olarak kadınlara iş hayatına atılmalarına izin vermektedir (Anggadwita, Ramadani ve Mulyaningsih, 2015).

Aşağıdaki Şekil 1'de; İslam ekonomisinde kadın girişimcilerin hem dini açıdan hem de sosyal açıdan temel görevleri ve girişim faaliyetleri sonucu toplumsal ve ekonomik olarak ortaya çıkarmış oldukları etkiler görülmektedir. Görüldüğü gibi İslam ekonomisinde kadının girişim faaliyetlerinde bulunması yasaklanmamış aksine desteklenmiştir. Kadına sadece ailevi görevler değil, toplumsal gelişmeye katkı sağlaması için farklı görevler üstlenmesi gerektiği konusunda teşvikler verilmiştir. Yine şekilde kadın girişimcilerin, topluma kadın girişimcilerin kadınlara karşı sosyal

eşitsizliği ve ayrımcılığın azalmasına, yeni iş fikirlerinin oluşturulması, işsizliğin azaltılması gibi katkılar sağladığı görülmektedir.

Şekil 1. Kavramsal Çerçeve



Kaynak: Anggadwita, Ramadani ve Mulyaningsih, 2015.

8. Sonuç

Girişimci; değer oluşturan ya da dönüştüren, yeni ve farklı bir şey ortaya çıkaran bir kişilik olmasının yanında, kendi işini başlatan, karşılaştığı olası riskleri organize eden, yönlendiren ve üstlenen bir kişidir. Girişimciler, doğal zekâları, araçları kullanma ve sıkı çalışmalarlarıyla, kendilerine sunulan fırsatları en iyi şekilde kullanan kişilerdir. Yine girişimciler; yeni ürünler geliştirerek yeni teknolojilere öncülük ederek ve birçoğu yapmış oldukları yeniliklerle, içinde yaşadıkları toplumu dönüştürerek insanları daha refah ve mutlu bir şekilde yaşar hale getirmektedirler. Girişimcilerin bunları gerçekleştirebilmeleri için birtakım niteliklere sahip olmaları gerekir. Bunlar;

cesaret, kendine güven, sorumluluk, kararlılık, azim, proaktif yaklaşım, yaratıcılık ve risktir. Bunların yanında; hoşgörü, başkalarını dinleyecek irade, hızlı değerlendirme, işini ve çalışanlarını iyi tanınması, entelektüel kapasite, entelektüel verimlilik, motivasyon, düşüncelerini ifade etme gücü gibi hayati önem taşıyan niteliklere de sahip olması gerekir.

Diğer taraftan İslami yaklaşımda girişimcilik; dürüstlük, tecrübe, sermayeyi büyütme, yatırım yapma, ortaklık ve Müslüman insanlarla işbirliği gibi çeşitli değerlere odaklanmaktadır. İslam düşüncesin de girişimci davranışları; Kur'an, Hz. Muhammed'in (S.A.V.) sözleri ve davranışları olmak üzere iki temel kaynağa dayanmaktadır. İslami kuralları dikkate alarak yapılan ekonomik faaliyetlerde iş yapmanın bazı sınırları olmasına rağmen, uygulanan sınırlamalar, ilgili kişilerin veya tarafların yararını esas alan sınırlandırmalardır.

Ekonomilerde kadının çalışma hayatındaki yeri giderek artmaktadır. Bu nedenle çalışma İslam ekonomisinde kadın girişimciliğine odaklanmıştır. İslam'da en başta gelen şeylerden biri kadının ekonomik bağımsızlık kazanmış olmasıdır. İslam, kendi çabalarıyla ya da başka herhangi bir meşru yolla kazandıkları şeyle ilgili olarak kadına eşit mülkiyet hakkı tanıyan bir dindir. Kadın, İslam'a göre; herhangi bir mesleği seçmede ve o mesleği icra etmede erkekle eşit haklara sahiptir. Bununla birlikte İslam'a göre kadının çalışması için bir takım sınırlandırmalar vardır. Bu sınırlandırmalar;

- İşin kendisi yasaklanmış bir şey olmamalı ya da kadını yasak bir şeye götürmemelidir.

- İslami alçakgönüllülük ve erdem kurallarına uymalıdır.

- Bu iş için önemli bir işi terk etmemesi gerektiği şeklindedir.

İslam'a göre; erkekler ve kadınlar arasında hiçbir fark olmadığı için, doğru olan her şey, hem erkek hem de kadın için doğru ve yanlış olan her şey, hem erkek hem de kadın için yanlıştır. Kadınlar, iyi bir yaşam, eğitim, mülk sahibi olma, evlenme, çocuklara bakma, miras, çalışma ve sosyal statü sahibi olma hakkına sahiptir. İslam, kadının ezilmesine ve sömürülmesine karşı sesini yükselten ve ona toplumda onurlu bir yer veren tek dindir. Kadın elde ettiği kazanç üzerinde harcama yapma hakkına sahiptir.

İslami girişimcilik, yenilikler ve riskler ile ticaret yapılması tavsiyesi ile sahtekârlık, açgözlülük, sömürü ve tekelliliğin yasaklanması yoluyla kar birikimini düzenlemeye yönelik sert önlemlere dayanmaktadır. Müslüman girişimciye, sadece dini ve ahlaki olarak kabul edilmiş, sosyal olarak arzulanan verimli iş faaliyetlerine katılmaları için izin verilir ve bu işleri yapması teşvik edilirken, alkol, uyuşturucu, tefecilik, fuhuş, kumar ve spekülasyon iş davranışlarını içeren faaliyetler kesinlikle yasaklanır. İslam ekonomisinde girişimciler, ister kadın ister erkek olsun, girişimciliği kullanarak

üretkenliği teşvik etmede İslami değerleri ve tutumları benimsemek mecburiyetindedir. Peygamber Efendimizin ilk eşi Hz. Hatice (R.A.); ticaret erbabı, şeref ve mal sahibi bir kadın, ücretle işçi çalıştıran ve bazı ortaklıklar kuran, Mekke'den Şam'a kervanlar gönderip, oradan mallar getiren ve birlikte çalıştığı kişilere hisseler veren örnek bir kadın girişimcidir.

İslami hukuk, ticaret ve yatırım faaliyetleri başta olmak üzere yetişkin bir kadının tüm finansal meslekler de yer alabileceğini kabul ederek, kadının kendi başına çalışma, istediği gibi para kazanma hakkına sahip olduğunu kabul etmiştir. İslam kadın girişimciliğine izin vermekle birlikte, kadınları koruyan bazı kuralların yerine getirilmesini de istemektedir. Bu kurallar;

- Kadınlar, kendi girişimcilik faaliyetleri için veli ya da eşinden izin almalıdır. Bunun nedeni yapmış olduğu girişimcilik faaliyetinin ailesini ve diğer yaşantısının nasıl etkileyebileceğine dair daha geniş bir görüş elde edebilmektir.
- Bir kadın, dışarıdan yardım alması gerekse bile, öncelikle evinin ve çocuklarının uygun şekilde bakımını sağlamalıdır.
- Uygun olan ve kendi becerilerine uyan işi seçmek için özen göstermelidir.
- Kadın, giyimi veya Namaz gibi İslami yükümlülüklerini yerine getirmesini engelleyen herhangi bir iş faaliyeti içinde bulunmamalıdır.

İslam ekonomisinde girişimcilikte kadın girişimcilere önem verildiği ve bu konuda kadınların teşvik edildiği bu çalışmada ortaya çıkan temel sonuçtur. Çalışmada ortaya çıkan diğer sonuçları şu şekilde özetlemek mümkündür.

- İslam ekonomisinde kadın girişimciler önemli bir yere sahiptir.
- Kadınlar İslam'a uygun olmak ve helal olmak şartı ile her türlü girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilirler.
- Kadınların girişimci olabilmeleri için yerine getirmeleri ve dikkat etmeleri gerekli bir takım kurallar vardır.
- İslam ekonomisinde kadın girişimciler ekonominin büyümesine ve gelişmesine önemli katkılarda bulunmaktadır.
- Kadın girişimciler bir takım engeller ve zorluklarla mücadele etmektedirler.

Kaynakça

Abood, N., Aboyasın, N., A., ve Ajloni, M., I., (2014), "Impact of the Entrepreneurial Attributes on Business Performance in a Sample of Jordanian Institutions", International Journal of Professional Management Volume 9, Issue 1, pp: 1-18.

Ahammad, I. Ve Moudud-Ul- Huq, S., (2013), “*Women Entrepreneurship Development In Bangladesh Challenges And Prospects*”, International Journal Of Innovative Research and Development, Vol: 2 Issue: 7, P. 41-48.

Ahmad, N. Ve Seymour, R., G., (2008), *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*, OECD Statistics Working Paper, OECD.

Alam, S., S., Senik, Z., C. ve Jani, F., M., (2012), “*An Exploratory Study of Women Entrepreneurs in Malaysia: Motivation and Problems*”, Journal of Management Research, Vol. 4, No. 4, pp.282-297.

Altwaijri, A., O., (2009), “*Women In Islam And Their Standing In The Muslim Society*”, Publications of the Islamic Educational, Scientific and Cultural Organization -ISESCO- 1430AH/2009.

Anggadwita, G.,Ramadani ve Mulyaningsih, H., (2015), “*Women Entrepreneurship in Islamic Perspective: Driver for Social Change* “, International Journal of Business and Globalisation, 15(3),https://www.researchgate.net/publication/283496199_Women_Entrepreneurship_in_Islamic_Perspective_Driver_for_Social_Change., (e.t. 01.12.2018).

Azmi, I., A., G., (2017), “*Muslim Women Entrepreneurs’ Motivation In Smes: A Quantitative Study In Asia Pacific Countries*”, Asian Economic and Financial Review, 2017, Vol.7(1) pp: 27-42.

Babak, M., v.d., (2012), “*Exploring the Motivation and Barriersin Wayof Pakistani Female Entrepreneurs*”, British Journal of Education, Society and Behavioural Science, Vol. 2, No.4, pp. 353-368.

Badawi A., J., (1980), “*The Status Of Woman In Islam*”,
https://www.researchgate.net/publication/268402946_The_Status_of_Women_in_Islam/download (e.t.07.12.2018).

Boulven, M., A., v.d., (2018), “*Model of Islamic Social Entrepreneurship: A Study on Successful Muslim Social Entrepreneur in Malaysia*”, MATEC Web Conf., Volume 150, 2018.
https://www.mateconferences.org/articles/mateconf/abs/2018/09/mateconf_mucet2018_05093/mateconf_mucet2018_05093.html (e.t.10.12.2018).

Cader, M., A. Ve Ummah, S., (2016), “*Muslim Women Entrepreneurship In Srilanka- A Study Of Womenowned/Led Businesses In Eastern Region*”, International Journal of Business, Economics and Law, Vol. 11, Issue 2, pp.10-15.

Dechant, K ve Al-Lamky, A., (2005), “*Toward an understanding of Arab women entrepreneurs in Bahrain and Oman*”, Journal of Development Entrepreneurship, Vol.10 No.2, pp. 123-140.

Davis K, M., (2013), “*Entrepreneurship: an Islamic Perspective*”, Int. J. Entrepreneurship and Small Business, Vol. 20, No. 1, 2013, pp.63-69.

Faizal, P. R. M., Ridhwan, A. A. M., ve Kalsom A. W., (2013), “*The Entrepreneurs Characteristic from al-Quran and al-Hadis*”, International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 4, No. 4, August 2013, pp.191-196.

Filion, L.,J., (2008), Defining the Entrepreneur Complexity and Multi-Dimensional Systems Some Reflections, Rogers-J.A.-Bombardier Chair of Entrepreneurship, HEC Montreal, Working Paper: 2008-03, August 2008.

Grine, F., Fares, D. ve Meguellati, A., (2015), “*Islamic spirituality and entrepreneurship: A case study of women entrepreneurs in Malaysia*”, The Journal of Happiness ve Well-Being, V:3, No: 1, pp. 41-56.

Güzel, A., (2012), “*Hz. Hatice'nin Hz. Peygamber'le Evliliği, Çocukları Ve Aile Hayatı Üzerine Bir Değerlendirme*”, İSTEM, Yıl:10, Sayı: 9, s. 57 -100.

Hamid, S., A. Ve Sa'ari, C., Z., (2011), “*Reconstructing Entrepreneur's Development Based on al-Qur'an And al-Hadith*”, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2, No. 19 pp.110-116.

Hassan, M., K., ve Hippler, W., J., (2014), “*Entrepreneurship and Islam: An Overview*”, Econ Journal Watch, Volume 11, Number 2, May 2014, pp. 170-178.

Hammawa, Y., M., ve Hashim, N., B., (2016), “*Women Entrepreneurs' Spirituality in Business Based on Al- Quran and Sunnah: An Ethico-Metaphysical Dimension*”, IOSR Journal of Business and Management, Volume 18, Issue 6 .Ver. II, pp. 37-40.

Hoque, J., Rahman, A. Ve Razia, S., (2014), “*Women Entrepreneurship Development under Islamic Perspective- A Study on Some Selected Muslim Women Entrepreneurs of Bangladesh*”, World Review of Business Research, Vol. 4. No. 3, October 2014 Issue, pp. 45 – 63.

Ilhaamie, A., G., A., v.d., (2014), “*Challenges of Muslim Women Entrepreneurs in Malaysian SMEs*”, International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 5, No. 6, p. 428-433.

Karaman, H., v.d., (2012), Kur'an-ı Kerim ve Açıklamalı Meali, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 86-B, 10. Baskı, Ekim 2012, Ankara.

Khan, M., Z., (2008), Woman in Islam, Islam International Publications Limited.

Khayat, M., H., A., (2003), Woman İn Islam And Her Role In Human Development, World Health Organization Regional Office for the Eastern Mediterranean, Community-Based Initiatives Series, WHO-EM/CBI/022/E/G.

Kounsar, A., (2017), “*Economic Rights of Women in Islam: Some Reflections*”, International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies (IJIMS), , V: 4, No.2, pp: 37-43.

Kozubikova, L., Belas, J., Bilan, Y., Bartos, P., (2015), “*Personal characteristics of entrepreneurs in the context of perception and management of business risk in the SME segment, Economics and Sociology*”, Vol: 8, No: 1, pp. 41-54.

Kozubikova, L., Dvorsky, J., Cepel, M. ve Balcerzak, A. P. (2017), “*Important Characteristics Of An Entrepreneur İn Relation To Risk Taking: Czech Republic Case Study*”, Journal of International Studies, Vol: 10, No:3, pp: 220-233.

Mirela, B., (2018), “*Innovation - The Characteristic Tool Of Entrepreneurs*”, <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2008/v4-management-marketing/1000.pdf> (erişim: 01.12.2018).

McIntosh, J., C. ve Islam, S., (2010), “*Beyond the Veil: The Influence of Islam on Female Entrepreneurship in a Conservative Muslim Context*”, International Management Review, Vol. 6, No. 1, pp.103-109.

Nair, K., R., G., ve Pandey, A., (2006), “*Characteristics of Entrepreneurs: An Empirical Analysis*”, The Journal of Entrepreneurship, 15, 1, pp: 47-61.

Naieema, A., M., (2016), “*Entrepreneurship for Women in Islam: An Institutional Perspective*”, Daffodil International University Journal of Business and Economics, Vol. 10, No. 2, PP. 97-10.

Nawaz, F., (2009), Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh, Bangladesh Development Research Center (BDRC), Bangladesh Development Research Working Paper Series (BDRWPS), BDRWPS 5, May 2009.

Nesrine, B., (2015), “*An Investigation of Women Entrepreneurship: Motives and Barriers to Business Start Up in the Arab World*”, Journal of Women’s Entrepreneurship and Education, No. 1-2, pp.86-104.

Offenhauer, P., (2005), “*Women In Islamic Societies: A Selected Review Of Social Scientific Literature*”, Library of Congress – Federal Research Division, November 2005, (http://www.loc.gov/frd/frd_e.t.12.12.2018).

Oukil, M., S., (2013), “*Entrepreneurship and Entrepreneurs in an Islamic Context*”, Journal of Islamic and Human Advanced Research, Vol. 3, Issue 3, Month 2013, pp. 111-131.

Pahuja, A, ve Sanjeev, R., (2015), Introduction to Entrepreneurship, <https://www.researchgate.net/publication/301659818> (e.t. 01.12.2018).

Peneder, M., (2009), The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept, Österreichisches Institut Für Wirtschaftsforschung (WIFO), Working Papers, No. 335.

Rameli, M., F., P., Aziz, M., R., A., Wahab K., A., and Amin, S., M., (2014), “*The Characteristics of Muslimpreneurs from the view of Muslim Scholars and Academician*”, International Journal of Teaching and Education, Vol. II, No. 2, pp.47-59.

Rhouse, S., M., (2016), “The Narratives of Islamic Entrepreneurship: Evidence from Muslim Women Entrepreneurs in Malaysia”, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 6, No. 11, pp.755-774.

Roomi, M., A., ve Harrison, P., (2010), “*Behind the Veil: Women-only Entrepreneurship Training in Pakistan*”, International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol: 2, Issue: 2, pp.150-172.

Salah K., (2018), “*Entrepreneurship From An Islamic Perspective, Theoretical Framework And Research Methodology*”, https://www.researchgate.net/publication/293488871_Entrepreneurship_From_An_Islamic_Perspective_Theoretical_Framework_And_Research_Methodology (e.t.30.11.2018)

Sidek, F., Pavlovich, K., ve And Gibb, J., (2018), “*Entrepreneurship As Worship: A Malay Muslim Perspective*”, Journal of Management and Organization, 24:5 (2018), pp. 698–710.

UNICEF, (2002), Women's Rights In Islam And Somali Culture.

Yaacob, Y., ve Azmi, İ., A., G., (2012), “Entrepreneurs’ Social Responsibilities From Islamic Perspective: A Study Of Muslim Entrepreneurs In Malaysia”, 8th International Strategic Management Conference, Procedia - Social and Behavioral Sciences 58, (2012), 1131 – 1138.

Zhang H., ve Zhang Y., (2013), “*Psychological Characteristics of Entrepreneurship of College Students in China*”, Psychology, Vol.4, No.3, pp: 159-164.

Zeidan, S., ve Bahram S., (2010), “*Women Entrepreneurship in GCC: a Framework to Address Challenges and Promote Participation in a Regional Context*”, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2 No. 14, pp.100-107.