



KIRSAL BÖLGELERDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN ARTIRILMASINA YÖNELİK YEŞİL GİRİŞİMCİLİK UYGULAMALARI

GREEN ENTREPRENEURSHIP APPLICATIONS TO INCREASE WOMEN ENTREPRENEURS IN RURAL REGIONS

Pınar GÖKTAŞ¹, Gizem YILDIRIM²

Öz

Kadın olmanın maddi ve manevi çeşitli zorlukları bulunmaktadır. Bu zorlukların yok edilmesi ancak kadının kendisine güvenmesi ve içindeki girişimci ruhu özgür bırakması ile yok edilebilir. Artık kadınlar profesyonel anlamda girişimciliğe ve yeşil işlere adım atmalı gerçeği göz ardı edilmemelidir. İş hayatının zorlu koşulları çerçevesinde iş kuran ve kurduğu işi yöneten kadın girişimciler, yalnızca kendileri için değil ülke ekonomisine ve toplum refahına sayısız katkılar sağlayacaktır. Çünkü kadınlar topluma refah sağlamak için güçlü bir potansiyele sahiptir. Bu çalışmada, girişimcilik ve yeşil girişimcilik kavramlarının tanımı yapılmıştır. Yeşil girişimciliğin önemi vurgulanmış ve türlerinden bahsedilmiştir. Kadınların yeşil girişimciliğe yönlendirilmesi için yapılması gereken faaliyetlerden söz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Yeşil Girişimcilik, Kadın, Tarım.*

Abstract

Being a woman has several material and spiritual difficulties. These difficulties are only possible if the woman trusts herself and frees up the entrepreneurial spirit within. The fact that women now have to step into entrepreneurship and green jobs to become professionals is not be ignored. Women entrepreneurs who start a business and manage the business in the difficult conditions of business life will make numerous contributions not only for themselves but also for the national economy and society. Because women have a strong potential to bring prosperity to society. In this study, concepts of entrepreneurship and green entrepreneurship were defined. The importance of green entrepreneurship has been emphasized and its types have been mentioned. What is needed to be done in order to direct women to green entrepreneurship is mentioned.

Keywords: *Entrepreneurship, Green Entrepreneurship, Woman, Agriculture.*

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, pinargoktas@sdu.edu.tr

² yldrmgizeem@gmail.com

1. GİRİŞ

Toplumun gelişmesinde büyük öneme sahip kişiler girişimcilerdir. Girişimciler sadece işletmeyi kurmayı amaçlamaz, işletmenin uzun vadede ayakta kalmasını, istihdam sağlamasını ve ülke ekonomisine katkıda bulunmasını isterler. İçinde bulunduğumuz toplumlarda ekonomik ve sosyal gelişmeler için cinsiyet ayrımı yapılmaksızın tüm bireylerin katılımı sağlanmalıdır. Kadınların da katılımı ile bu gelişmeler eksiksiz olacaktır. Çünkü kadınların profesyonel iş yaşamına girmesi ile ekonominin kalkınması kolaylaşır ve benimseyecekleri girişimcilik anlayışıyla daha fazla istihdam alanı oluşturabilirler. Kadın girişimcilerin kuracakları küçük yeşil işletmeler sayesinde doğal çevre daha az kirlenecek, doğal kaynakların kullanımı bilinçli hale gelecektir. Bu sayede hem toplumun menfaatleri göz önünde bulundurulacak hem de doğal dengeye zarar vermeden yaşam kalitesi artırılabilecektir.

Bu çalışmanın amacı girişimcilik ve yeşil girişimci tanımlarını vermek ve kırsal bölgelerdeki kadın girişimcilerin yeşil girişimcilik anlayışı ile doğaya zarar vermeden yaptıkları uygulamaların neler olduğunu ortaya koymaktır.

2. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİ TANIMI

Girişimcilik kavramı, disiplinlerarası bir kavram olduğundan her disiplin tarafından farklı şekilde yorumlanmıştır ve bundan dolayı farklı girişimcilik kavramları ortaya çıkmıştır. Girişimcilik kavramı, yöneticilik, yol gösterici, kendiliğinden karar verebilme vb. tarafları ile yönetim biliminin; hırslı, özgüvenli, yaratıcı vb. sıfatlarla psikolojinin ve yer aldığı alanda üstlendiği rol ve içinde bulunduğu yapıdaki yer ile sosyolojinin ilgi alanına dâhil olmaktadır (Aykan, 2012, s. 196).

Genel anlamda girişimcilik, birey ve toplum için fayda sağlayan, ekonomik fırsatlara yanıt veren ve ekonomik fırsatların yeniliklere dönüştürüldüğü bir süreçtir (Keskin, 2016, s. 286). Bu süreç birçok yenilikçi adımdan oluşup, ekonomik, bireysel, toplumsal ve çevresel şartları iyileştirmeyi içermektedir. Aynı zamanda ekonomik sistemde değişikliklere neden olmakta ve topluma yarar sağlamaktadır (Gökçen Kapusuz ve Çakar, 2017, s. 108).

Zaman içerisinde girişimci kavramına da çeşitli tanımlar yapılmıştır.

Girişimci, çevreyi gözlemleyip talepleri göz önünde bulunduran, yeni talepler oluşturan, kaynak sağlayan, sağladığı kaynaklarla işletme kuran, rekabet edip, risk alan kişilerdir (Arslan ve Toksoy, 2017, s. 124-125). Orta çağlarda, girişimciler, üretimi planlayan kişi şeklinde tanımlanırken, gün geçtikçe girişimciler için yapılan anlam ve içerik bakımından değişiklik kazanmıştır. Yaratıcı fikirler ortaya çıkararak, risk alan, pazara yenilikler sunan bireylerdir. Toplumlara fayda sağlayacak, ürün ya da hizmet için çaba sarf eden, her türlü fedakârlıklarda bulunabilen kişilerdir (Gökçen Kapusuz ve Çakar, 2017, s. 108-109).

Girişimci; yeni bir örgüt kurmak için gerekli olan tüm nedenleri kendisinde barındıran ve bu nedenlerin farkına vararak örgüt içerisinde anahtar rolü üstlenen kişidir. Girişimciler bağımsız şekilde hareket eden gruptan ya da bireylerden meydana gelebilir. Genel olarak girişimciler bulunduğu örgüt içinde dört fonksiyondan en az birini gerçekleştiren bireyler olarak da tanımlanabilir. Bu fonksiyonlar; mevcut bir örgütü organize etme, yeni örgüt oluşturma, yenilikler ortaya koyma ve örgütün kurallarını yenilemektir (Aydın ve Çakar, 2014, s. 54-55).

3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1980'lerden sonra hızlı bir şekilde gelişen girişimcilik anlayışı üretim faktörü rolü ile ekonomideki yerini alarak, dünyada yer alan tüm çalışanların sahip olduğu demografik özelliklerde çeşitli değişiklikler yaratmıştır ve bu değişikliklerden kadınlar büyük ölçüde etkilenmiştir. Kadınların en önemli görevi, Sanayi Devrimi'ne kadar ev işleri yapmak ve ailesine bakmak olarak algılanmıştı, yaşanan bu değişiklikler nedeniyle kadınlar iş hayatına girmiştir ve anne olarak kadınlar ailelerinin geçimini sağlamaya başlamışlardır (Arslan ve Toksoy, 2017, s. 124).

Girişimcilikte olduğu gibi kadın girişimciyi tek bir tanımla ifade etmek mümkün değildir. Kadın girişimciler, diğer kadınlardan farklı olarak daha fazla risk alırlar, hızlı karar verirler, kendilerini ve kaderlerini kontrol etmekte zorlanmazlar. Girişimci kadınlar sadece kurdukları işi yönetmeyi değil aynı zamanda kariyerlerini de yöneten kadınlardır. Özgüvenli, yenilikçi ve yaratıcı bireyler olarak başkaları ile sağladıkları işbirliğinde bir işletmeyi kurup organize ederler, işletirler ve diğer insanlar için iş imkânları yaratırlar. Kadın girişimciler, girişimcilik anlayışını özümstedikleri ve dışarıya yansıttıkları için girişimcilik faaliyetlerini en iyi şekilde uygulayabilenlerdir. Karşılıklarına çıkan fırsatları değerlendirmesini bilirler ve ellerinde bulunan kaynakları başarılı bir şekilde bir araya getirirler (Keskin, 2014, s. 72-73).

Kadınların çalışma hayatına katılması ile yeni istihdam alanları oluşur, ihracat artar, ürün çeşitliliği sağlanır, yerel kaynaklar daha çok kullanılır. Girişimci kadınlar sayesinde ülke ekonomisi gelişir. Girişimcilik anlayışı sayesinde kadınların kendine olan güveni artar, özgür şekilde hareket edebilir ve çalışabilirler. Yine girişimcilik anlayışı kadınların kaynakları en uygun şekilde kullanma, kolay bir şekilde insanlarla ilişki kurma, elde ettiği iş tecrübelerini aktarma gibi yetenekler kazanmalarını sağlar (Aşkın ve Barış, 2016, s. 65).

Kadınları girişimciliğe yönelten birçok neden bulunmaktadır. Kişisel açıdan bakıldığında; başarıma isteği, para kazanma isteği, bağımsızlık isteği, sosyal açıdan bakıldığında; başkalarına faydalı olma, eğitimini ve tecrübesini değerlendirme isteği, aile açısından bakıldığında ise; ailesinin geçimini sağlama isteği, eşinin çalışamaz olması gibi nedenler söylenebilir (Takay ve Tüzün, 2015, s. 256; Arslan ve Toksoy, 2017, s. 132).

4. YEŞİL GİRİŞİMCİLİĞE GENEL BAKIŞ

Yeşil Girişimcilik; Bir girişimcinin, hedeflerini gerçekleştirdiği sırada işyerinin topluma olumlu şekilde katkı sağlaması ve insanlar ve çevre üzerindeki olumsuz etkilerini minimize edecek şekilde uygulayabilmenin yollarını aramasıdır. Yeşil girişimcilik, işlerinin odak noktasına çevreyi koruma ve iyileştirme hedefini yerleştiren girişimcilerin faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Yeşil girişimciliğin kendi içinde boyutları bulunmaktadır. Bunlar: Çevreyi koruyan işler ve işletmeler, temiz büyüme ve sosyal farkındalıktır (Keskin, 2016, s. 286-287).

Yeşil Girişimci; Yenilikçi, çevreyi korumak için risk alan, yeşil ürün ve hizmet üretmek için değer üreten kişilerdir (Gökçen Kapusuz ve Çakar, 2017, s. 112). Çevreye verilen zararı en aza indirmeyi amaç edinmişlerdir. Yeşil firmalar kurarak, pazarlama maliyetlerini düşürmeyi hedeflerler ve sürekli yenilik peşindedirler. Girişimcilik anlayışı ile buldukları sektörde sosyal ve ahlaki bir değişim yaratmaya çalışırlar (Arabatzis, vd., 2015, s. 292). Yeşil girişimciler, çevresel değerleri, işyerinin temel faktörlerinden biri olarak kabul ederler ve bu değerleri rakiplerine karşı rekabetçi avantaj elde edecek hale dönüştürürler (Aykan, 2012, s. 199).

Yeşil girişimciler müşterilerinin, personelinin ve toplumun hayat standartlarını artırmayı, doğaya verilen zararı azaltmayı, yeni sistem ve teknoloji kullanımı sayesinde yeni ürün ve hizmetleri ortaya çıkarmayı ve bunları çevreye uyumlu halde yapmayı, bireylere ve topluma katkı sağlayacak yeşil işler ortaya çıkarmayı hedefler. Aynı zamanda bunları geleceğe aktarmayı, yeşil girişimcilik boyutlarında olduğu gibi temiz büyüme sağlamayı, sosyal

farkındalığı yaratmayı ve çevreyi koruyan işler yapan işletmeler kurmayı amaçlar (Gökçen Kapusuz ve Çakar, 2017, s. 107-109; Keskin, 2016, s. 287).

4.1. Yeşil Girişimcinin Özellikleri

Yeşil girişimciler, çevreye zararlı etkiyi azaltan ürün veya hizmet sunarlar, sundukları ürün ve hizmetlerin üretimi ve tüketimi arasında oluşabilecek sorunlara yenilikçi yeşil çözümler bulurlar, oluşturacakları iş modellerini ekonomik gelişime katkı sağlayacak şekilde tasarlarlar, piyasa talepleriyle ve toplumun yaşam tarzıyla ilişkili yeni fırsatlar keşfederler (Gevrenova, 2015, s. 322).

İş modeli oluştururken kârlı ve topluma değer katan faktörleri dikkate alırlar, ortaya çıkardığı işlerde çevreci davranırlar, ürün ve hizmetleri gerçekleştirirken sadece toplumun ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamaz aynı zamanda dünyaya katkı sağlamayı hedeflerler (Keskin, 2016, s. 287). Yeşil girişimciler, çevreci faktörler doğrultusunda insanların ihtiyaçlarını yanıtlar, benimsedikleri çevreci amaçlar için, içinde buldukları toplumu özendirir, çevreci faaliyetler yaparlar ve yaptıkları ürün-hizmetlerde çevre odaklı çalışırlar (Gökçen Kapusuz ve Çakar, 2017, s. 111-112).

4.2. Yeşil Girişimciliğin Önemi

Girişimciliğin ve yeniliğin birlikteliği yeşil girişimcilik açısından oldukça önemlidir. Bunun sebebi ise, eko-yeniliklerin yeşil girişimcilikte önemli bir konuma sahip olmasıdır. Eko-yeniliklerin bu konumu ileri dönemlerde şirketlerde ve ülkelerde rekabet avantajı sağlayacaktır. Uluslararası pazarda başarılı olmak isteyen şirketler ve ülkeler düşük maliyet anlayışından ziyade, sağladıkları rekabet avantajındaki önemli kaynakları yeni teknolojiler, yenilikçi hizmet ve süreçler olacaktır. Yeşil girişimcilik, gelişmekte olan ve tarımın büyük rol üstlendiği ülkelerde kadın girişimciliği için fırsat yaratabilir. Çünkü bölgelerin geri kalmış kısımlarında, kadın girişimcilerin kuracakları küçük ve orta ölçekli işletmeler, yeşil işletmeler ve iş geliştirme becerileri ile birleştirilirse kadın güç sahibi olur, gelir yaratır ve bu sayede kadın girişimciliği artar. Çevre için yapılan AR-GE çalışmalarının artış göstermesi, eko-verimlilik çalışmalarının gitgide daha geniş insan topluluklarına yayılması yeşil girişimciliğin temelini oluşmasına katkı sağlar (Keskin, 2016, s. 290-291).

Yeşil girişimcilik, sadece artan çevre sorunlarına ve küresel ısınmaya çözümler bulmaz aynı zamanda kapasite geliştirmek ve artırmak için yeni standartlar oluşturmaya çalışır. İstihdam yaratmaya, teknolojiye ayak uydurmaya ve bu süreçte gelişmekte olan ülkelerde işsizlik sorunlarını çözmeye çalışır. Ülkelerinde yaşayan insanların özellikle gençlerin, yeşil ekonomiyi kabul etmelerini ve daha fazla yeşil girişimcilik hareketlerinin bir parçası haline gelmelerini teşvik eder (Mathur ve Tandon, 2016, s. 2).

4.3. Yeşil Girişimcilik Türleri

Yeşil girişimcilik farklı araştırmacılar tarafından farklı şekilde sınıflandırılmıştır.

Tablo.1 Yeşil Girişimcilik Türleri

Araştırmacı	Yeşil Girişimcilik Türü
Pastakia	1.Ticari Yeşil Girişimciler 2.Sosyal Yeşil Girişimciler
Voler	1. Çevreye Duyarlı Girişimci İşletmeler 2.Yeşil Girişimci İşletmeler
Isaak	1.Yeşil İşletmeler 2.Yeşil Yeşil İşletmeler

Taylor ve Walley	1.Yenilikçi Fırsatçılar 2.Vizyoner Şampiyonlar 3.Geçici Girişimciler 4.Kural Tanımazlar
Linnanen	1.Dünyayı Değiştirmek İsteyenler 2.Para Kazanmak İsteyenler
Schaltegger	1.Çevre Konuları 2.Hedef Pazar

Kaynak: Efeoğlu, (2014, s. 108-109) ve Aykan, (2012, s. 205-206)

Pastakia (1998) yeşil girişimciliği iki şekilde sınıflandırmıştır.

1.Ticari Yeşil Girişimciler: Çevreci ürün ve hizmetleri tespit ederek işletmelere fırsat sağlayan ve bu fırsatları işletme için avantaja dönüştüren işletmelerdir.

2.Sosyal Yeşil Girişimciler: Çevre dostu teknoloji, fikir ve ürünleri pazarda olsun ya da olmasın destekleyen ve gelişimine katkıda bulunan işletmelerdir.

Volery (2002) ise yeşil girişimciliği çevreye duyarlı girişimci işletmeler ve girişimci işletmeler olarak ayırmıştır.

1.Çevreye Duyarlı Girişimci İşletmeler: Çevreyi pazarda yer almamasına rağmen çevreden haberdar olan işletme türüdür.

2.Yeşil Girişimci İşletmeler: Çevreci pazarda yer alarak, çevreye duyarlı davranan işletmeler (Pastakia, 1998; Volery, 2002; Akt. Aykan, 2012, s. 205).

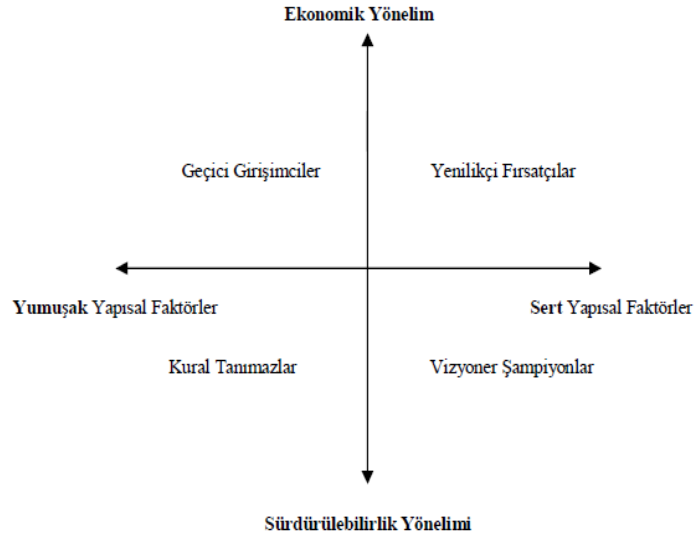
Isaak (2005) yeşil girişimciliği iki gruba ayırmıştır.

1.Yeşil İşletmeler: Yeşil işletme kurulurken ilk olarak çevreci bilincinde düşünmez. İşletme yöneticileri zamanla pazarlama stratejilerini oluştururken çevreci davranmanın kendilerine katkı sağlayacağını düşünürler ve o yönde çalışma yaparlar.

2.Yeşil Yeşil İşletmeler: Yeşil işletmeyi kurdukları andan itibaren anlayışları çevreci olma yönündedir. Faaliyet gösterecekleri alanlarda çevreci düşünce için daha fazla çaba sarf ederler (Isaak, 2005; Akt. Efeoğlu, 2014, s. 109).

Taylor ve Walley (2003), yeşil girişimci işletmeleri sürdürülebilir yönelim ve ekonomik yönelim boyutları altında dört türde incelemiştir.

Şekil.1 Yeşil Girişimcilik Türleri



Kaynak: Aykan, (2012, s. 206)

- 1.Yenilikçi Fırsatçılar: Yeşil fırsatları gören ve amaçları kâr elde etmek olan işletmelerdir.
- 2.Vizyoner Şampiyonlar: Ana amaçları sürdürülebilir olmak ve en dönüşümcü işletmelerdir.
- 3.Geçici Girişimciler: Şans eseri girişimde bulunan işletmeleri temsil eder.
- 4.Kural Tanmazlar: Sürdürülebilirlik temelli ve yapısındaki değişimlere açık olan işletme türüdür (Taylor ve Walley, 2003; Akt. Aykan, 2012, s. 206).

Linnanen (2002) oluşturduğu sınıflandırmada yeşil girişimcileri dünyayı değiştirmek isteyenler ve para kazanmak isteyenler şeklinde ayırmıştır.

1.Dünyayı Değiştirmek İsteyenler: Yeşil girişimcilerin arzusu yaşam standartlarını artırmak olsa da iş kavramı olarak incelendiğinde yetersiz kalmaktadır.

2.Para Kazanmak İsteyenler: Çevreci olan işletmelerde elde bulunan ekonomik başarılar diğer işletme türleri ile benzerlik göstermektedir.

Schaltegger (2005) sınıflandırmasında çevresel konuları ve hedef pazarı ele almıştır.

- 1.Çevre Konuları: Çevresel konunun önceliği örgütlerin amaçları ve pazar etkileridir.
- 2.Hedef Pazar: Bir örgütün pazarla ilgili faaliyetleri küçük, orta ve kitle pazar ile doğrudan ilişkilidir (Linnanen,2002; Schaltegger, 2005; Akt. Efeoğlu, 2014, s. 108-109).

5. KADINLARIN YEŞİL GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELMESİ VE YEŞİL GİRİŞİMCİLİĞİN HAYATA GEÇİRİLMESİ

İşletmeler yeşil girişimcilik anlayışı sayesinde çevreci bir yaklaşımla; doğayı tehdit eden bir öge olmaktan çıkar, yok edici profilden kurtulabilir ve kendisine yeni iş fırsatları oluşturabilir. Kaynakların bilinçsiz ve kötüye kullanılması, üretim aşamasında ortaya çıkan zararlı atıkların doğayı negatif yönde etkilemesi, çeşitli canlı türlerinin yok olması gibi sebepler birçok işletmeyi çevreye duyarlı hale getirmiştir. Bu duyarlılık sayesinde işletmelerin yeşil girişimciliğe olan eğilimleri artmakta ve işletmelerin yeni iş alanları oluşturmasına neden olmaktadır (Balci, 2011, s. 191).

Gelişmekte olan ülkelerde nüfusun büyük çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Kadınlar, ellerinde bulunan doğal kaynakları kullanarak hem ailelerinin hem de yaşadıkları çevrenin devamlılığını sağlarlar. Kırsal bölgelerde yaşayan kadınların güçlendirilmesi konusu dünya gündeminin üst sıralarında yer almaya başlamıştır. Bunun için yapılan bütün çalışmalar kırsaldaki kadınların küçük de olsa çeşitli girişimlerde bulunmasını desteklemektedir. Desteklenen bu küçük girişimler hem ulusal ekonomiye katkı sağlar hem de kırsal bölgelerde yaşayan herkes için önemli ölçüde istihdam yaratır. Yapılabilecek bu girişimler sayesinde kadınlar güç sahibi olur ve ekonomik bağımsızlıklarını kazanırlar. Bu sayede özgüvenli bireyler olarak içinde buldukları toplumu güçlendirir ve toplumdaki diğer kadınlara örnek teşkil ederler. Fakat kadınlarda –özellikle kırsal bölgelerde yaşayan kadınlarda- bu girişimcilik adımını atmak kolay olmayacaktır. Çünkü geleneksel aile yaşantısından çıkmak hatta normal hayatta herhangi bir işte çalışmıyorken girişimci adımını atmak onlar için zorlayıcı gelecektir. Bu çerçevede kadınları girişimciliğe teşvik edecek bir planlama yapması gereken örgütler devletler olmaktadır. Devletlerin yapması gereken; üretimde kadınları sürece dahil etmek ve çevre için yeşil ekonomiyi devreye sokmaktır. Kadınları yeşil girişimciliğe yönlendirmek için onların yeşil işlerde profesyonelleşmesi sağlanmalıdır. Gerekli eğitimler verilerek kadınların girişimcilik ruhları ortaya çıkarılabilir ve kadınların yeşil girişimciliğe olan farkındalıkları artırılabilir (Özyol ve Çobanoğlu, 2013, s. 3-4,13-14).

6. KADIN GİRİŞİMCİLERİN YEŞİL GİRİŞİMCİLİK UYGULAMALARI

Tarım sektörü, ekonomik büyüme katkı sağlamasının yanında, düşük gelirli ailelere sosyo-ekonomik kalkınma için fırsatlar sunmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisinin (BİT) kullanımı, ekonomik büyüme için gerekli bilgi ve üretkenliği artıracak kabul görmüştür. Cinsiyet farklılıkları ve eşitsizliğini, bu yeni tarım teknolojileri ile ortadan kaldırmak mümkündür. Fakat kadınlar bu yeni teknolojilerden gerekli faydayı sağlayamamaktadır. Bu yüzden, birçok bölgede tarımsal faaliyetler gitgide azalmaktadır. Bununla birlikte, gelişmekte olan birçok ülkede özellikle kırsal bölgelerde, istihdamın yüzde 50'sinden fazlasını kadınlar temsil etmektedir. Geleneksel anlamda, kırsal bölgelerdeki tarım faaliyetleri aile işçiliğine bağlıdır ve kadınlar yaşam kalitesini artırmada önemli rol oynamaktadır. Kadınlar, tarım dışı faaliyetlerinin dışında topraksız tarım işçisi olarak aile gelirine katkı sağlamaktadır (Sanyang ve Huang, 2008, s. 674).

Isparta Tarım İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen “Tarımda Genç Girişimci Kadınlar Güçleniyor” projesinde 4 gün boyunca 32 saatlik eğitim programı kapsamında kadınların girişimci olması teşvik edilmiştir. Girişimci kadınların yaptığı projeler arasından en dikkat çekici 3 adet proje örnek olarak aşağıda verilmiştir.

Projenin Adı: Kadının Eli, Güvenilir Gıdanın Temeli

Projenin Uygulandığı Alan: Aksu İlçe Merkezi ve Köyleri

Projenin Amacı: İlçede yaşayan ev hanımlarının evsel tüketimlerini karşılamak amacıyla ürettikleri peynir, yoğurt, tarhana, erişte, reçel, marmelat, sirke, salça, turşu vb. ürünleri Türk Gıda Kodeksine uygun ve kaliteli-hijyenik gıda üretmeleri için eğitimler vererek evsel (yöresel) ürünlerine ekonomik değer kazandırmaktır. Bununla birlikte yöredeki kadınlara dengeli ve yeterli beslenme, aile ve çocuk eğitimi vb. sosyal hizmet konularında verilen eğitimlerle kadınları bilinçlendirmek ve aldıkları eğitim doğrultusunda evlerinde üretmiş oldukları “Yöresel Ev Yapımı Doğal Ürünleri” satışa sunarak bölge genelindeki halkın gelir seviyesinin ve yaşam kalitesinin artmasına katkı sağlamaktır.

Aksu İlçesi ve köylerinde yaşayan insanlar kendi tüketecekleri ürünlerini ekonomik seviyelerinin düşük olması nedeniyle evlerinde üretmektedir. Yoğurt, peynir, tereyağı, erişte, tarhana, reçel, marmelat, sirke vb. ürünleri geleneksel yöntemler ile ürettikleri için yeterince kaliteli ve hijyenik olarak üretilmemektedir.

Dolayısıyla bu şekilde üretilen gıdaları tüketen kişilerde brucella, tüberküloz gibi süt ve süt ürünlerinden geçen hastalıklar görülebilmekte; ayrıca bu ürünlerin besin değerini kaybettiği ve ekonomik olmadığı görülmektedir. Bu yüzden hammaddelerin besin değerini kaybetmeden, sağlıklı ve ekonomik şekilde üretiminin yapılması için bölge halkı bilgilendirilmiş ve bu bilgileri gündelik yaşamda uygulayabilecek şekilde bilinçlendirilmiştir. Bunların yanı sıra kent merkezlerindeki tüketicilerin hijyen koşullarında üretilmiş yöresel ürünlere kolayca ulaşabilmelerini sağlamaktır. Ayrıca verilen eğitimlerin ardından üretilen bu ürünler sadece kendilerinin tüketmesi için değil, bir gelir elde etmek amacıyla bu proje için hazırlanacak özel konteynırda, eğitim almış olan kadınların evlerinde ürettikleri güvenilir gıdaları satışa sunmaları ile kırsal kalkınmaya destek sağlayarak bölge halkının gelir düzeyi, yaşam kalitesi ve refah seviyesi artırılmış olmaktadır.

Projenin Adı: Sirke, Püre, Cips, Elmadan; Yapımı Ispartalı Kadınlardan

Projenin Uygulandığı Alan: Isparta İli Merkez Kasaba, Köy ve Mahalleleri

Projenin Amacı: Küçük ölçekli elma bahçelerine sahip gelir seviyesi düşük ailelerin, hasat ettikleri ürünü işleyerek katma değerini ve ailelerin gelirini arttırmak amaçlanmıştır. Bu amaçla aileler tarafından hasat edilen elma ürünleri oluşturularak, geçici işletmede eğiticiler yoluyla uygulamalı olarak elma sirkesi, elma cipsi ve meyve suyunun hammaddesi elma püresine işlenerek katılımcılara bu konuda el becerisi kazandırılmıştır. Proje sonunda pratik kazanan hedef grup bir araya gelerek veya bireysel olarak kendi hammaddesinden elde ettiği doğal el yapımı ürünleri pazarlama kanalları yoluyla değerinde satarak araçlara verilecek kâr paylarının direk aile bütçesine girmesi sağlanmıştır. İşlenmiş ürünlerde pazar görsel kalite kriterleri aranmadığından atılan kara leke ve elma iç kurdu ilaçları minimum seviyede kullanılmıştır, bu sayede ürünün kilogram maliyeti ve işlenen üründe pestisit kalıntısı riski azalmıştır. Ortaya çıkan ürünler çocuklar ve yaşlılarca güvenle tüketilebilecektir.

Projenin Adı: Lavanta Kokulu Kadımlar

Projenin Uygulandığı Alan: Isparta İli Merkez Kasaba, Köy ve Mahalleleri

Projenin Amacı: Lavanta, uçucu yağı için yetiştirilen tıbbi ve aromatik bitkilerden birisidir. Dünyada en fazla ticareti yapılan 15 uçucu yağdan birisidir. Ülkemiz koşullarında çoğu bölgede tamamen kurak koşullarda yetiştiriciliği yapılabilmektedir. Proje ile Isparta İli içerisinde dar gelirlili, kısıtlı imkânlarla sahip kadın çiftçilerin, gelir seviyelerini arttırmak hedeflenmiştir. Üretilen ürünün tamamına yakını ihraç edilen, ekolojik açıdan son derece uygun olmasına rağmen tarımı fazla yapılmayan lavanta bitkisinin üretimini artırarak ülke ekonomisine katkı sağlanması planlanmıştır. Çok önemli bir balözü bitkisi olmasından dolayı yöre balcılığının gelişmesine katkı sağlaması amaçlanmıştır. Kozmetik sektörü dışında, alternatif tıpta, hediyeelik eşya ve temizlik sektöründe de yoğun olarak kullanılan lavanta bitkisi tanıtılmış ve yaygınlaştırılmıştır.

7.YURT DIŞI YEŞİL GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ

Pakistanlı yeşil girişimci Dr. G. L. Atara, Ayurveda bitkisi ile ilginç bir girişim örneği oluşturmaktadır. Kimyasal reaksiyonsuz, düşük maliyetle, ürün verimliliğini artıran çalışmalarda bulunmaktadır. Aynı şekilde Avusturya Alplerinde Sepp Holzer adlı yeşil girişimci benzer bir strateji uygulayarak egzotik bitkiler yetiştirmektedir (Isaak, 2002: 84).

Ben&Jerry's Dondurmaları, farklı bir yeşil girişimcilik örneğini oluşturmaktadır (Ben ve Jerry, 2011). Kuruluşundan itibaren çevreci ürün ve süreçler üzerine odaklanan işletmede yeşil enerji uygulamaları yer alırken, Sürdürülebilir Mandıra Programı ile ekolojik etkilerini yönlendirmeye çalışmaktadır. Body Shop işletmesi, sorumluluk, çevre koruma bilinci ve doğal içeriklerden ürünler yaratma arzusu ile 25 yıldır faaliyetlerini sürdüren bir yeşil girişim işletmesidir (The Body Shop, 2011). Sosyal sorumluluk projeleri başta olmak üzere toplumsal ve

çevresel değişime yönelik çabalara kendisini adayan bir kozmetik işletmesi olan Body Shop, dünyayı korumak, insan haklarını savunmak, yerel ticareti desteklemek, hayvanlar üzerinde deney yaptırmamak gibi farklı değerler ile ön plana çıkan bir yeşil girişimcilik örneği oluşturmaktadır (Aykan, 2012: 207).

Klinkmar şirketi, çoğunlukla petrol rafinerilerinden açığa çıkan tehlikeli atıklardan taneli yakıt elde etmek amacıyla oldukça etkin bir teknoloji kullanmaktadır. Bu teknolojinin kullanımının atığı üreten açısından yararı, tehlikeli atıkların depolanması için para ödemek zorunda kalmaması ve yakıtı satarak kâr etmesi iken; yakıtı satın alanların ise, normalde ödeyeceklerinin yarısını ödeyerek yakıt giderinden kâr elde etmeleridir. Zheckov (2005) sekiz ülkede (Çekoslavakya, Estonya, Macaristan, Litvanya, Letonya, Polonya, Slovakya ve Slovenya) çevresel politika ve uygulamaların işletmelerin ekoverimlilik üzerindeki etkilerini araştıran bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada, işletmelerin çevreyi daha çok çevre yönetim sistemi çerçevesinde dikkate aldığı görülmekle birlikte, yeşil girişimci işletmelerde görülmüştür. (Satı ve Yılmaz, 2008: 339).

8. SONUÇ

Çevre açısından kadınların yeşil girişimciliğe yönlendirilmesi önemlidir. Kırsal bölgelerde yaşayan mevcut kadınların ve yaşayacak olanların yeşil işlere ulaşmasını sağlamak ve hayatları boyunca gerekli eğitimi vermek ve tüm bunların devamlılığı için desteklemek gerekmektedir. Kadınların yaptığı yeşil işleri hayata geçirmek, iş dünyasında kadınların güçlenmesini sağlamanın yanında hem avantajlı istihdam yaratır hem de dünya ve yerel pazarlarda Türkiye ekonomisinin yarışabileceği rekabet fırsatları oluşturur. Kadınların yeşil işler yapabileceği platformlar oluşturulmalı, gerekli destekler sağlanmalıdır. Verilebilecek desteklerle kadınların çalışmayı istedikleri her alanda bilgiye ulaşmaları da kolay olacaktır. Aynı zamanda tarımda iş yapmak isteyen kadınların kendilerine olan özgüvenleri artacak ve yeni istihdam alanları oluşturulacaktır. Bu sayede hem bireysel hem de toplumsal anlamda daha sağlam bir yapı meydana gelecektir.

Kadınları girişimcilere dönüştürmek için, onlara kredi sağlamak, ürün ve piyasa bilgisine ulaşmaları için teknolojiye erişmelerini kolaylaştırmak, yönetim becerisi oluşturmak için gerekli eğitimi vermek gerekmektedir. Tarım kooperatif kurumları, kırsal bölgelerde yaşayan kadınların gelişmesi için önemli role sahiptir. Kırsal alanda yaşayan kadınlar, üretim, işleme ve pazarlama süreçlerine aktif olarak katılmalarına rağmen yasal uygulamalardan yoksun kalmaktadır. Bu yüzden kadınların kredi, teknoloji ve eğitime olan erişimi kısıtlanmaktadır. Gerekli işbirliği kurumları kurularak, kadınların eksik kaldığı bu süreçlere aktif şekilde katılmaları sağlanabilir. Özellikle kadınların öncülük ettiği ve kadınların üye olduğu kooperatiflerin kurulması ile tarım sektöründe kadın girişimciliği artırılabilir. Kurulan kooperatifler kadın girişimcilerin toplu hareket etmesini sağlar ve maliyetlerini azaltır. Örneğin, tek başına yüklü miktarda ekipman almaya gücü yetmeyen kadın girişimcinin, diğer üyelerle birleşmesi ile ekipman alması kolaylaşabilir. Kadınların mikro geçim kaynakları hem kırsal ekonomide hem de yoksulluğun azaltılmasında büyük bir öneme sahiptir. Kadın girişimciliği, bütün kadınlarda hareketliliği artırır, güçlü kadın ağları oluşturur ve kadınlar arası dayanışmanın kurulmasını sağlar.

KAYNAKÇA

Arabatzis, G. vd., (2015). Green Entrepreneurship and Green Products: Consumers' Views and Attitudes in Regional Unit of Evros. Proceedings of the 7th International Conference on Information and Communication Technologies in Agriculture, Food and Environment (HAICTA 2015), Kavala, Greece, 291-297

- Arslan, İ. K. vd., (2017). Türkiye’de Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi, 1(1), 123-148
- Aşkın, E. Ö. vd., (2016). Kadın İstihdamında Sosyal Sermayenin Etkisi: Tokat İlinde Kadın Girişimciler Üzerine Bir İnceleme. Business and Economics Research Journal, 7(2), 63-82
- Aydın, E. ve Çakar. U. (2013). Girişimcilik ve Ekolojinin Bütünleşmesi: Ekogirişimcilik. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi, 50(581), 53-61
- Aykan, E. (2012). Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 17(3), 195-212
- Efeoğlu, E. (2014). Çevreci Açından Girişim: Eko-Girişimcilik. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23(1), 103-118
- Gevrenova, T. (2015). Nature and Characteristics of Green Entrepreneurship. Trakia Journal of Sciences, 13(2), 321-323
- Gökçen Kapusuz, A. vd., (2017). Geçmişten Yeni Bir Kavram: Yeşil (Eko) Girişimcilik. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, (52), 104-119
- Isaak, R. (2002). The Making of The Ecopreneur. Greener Management International, 38, 81-91
- İnce Balcı, F. (2011). Girişimciliğe Ekolojik Yaklaşım: Eko-Girişimcilik Teorik Çerçeve. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1, 187-206
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 9(1), 72-94
- Keskin, S. (2016). Yeşil Girişimcilik. Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, (12), 285-294
- Linnanen, L. (2002). An Insider’s Experiences with Environmental Entrepreneurship. The Journal of Corporate Environmental Strategy and Practice, (38), 71-82
- Mathur, S. ve Tandon, N. (2016). Green Entrepreneurship: The Emerging Paradigm for Sustainable Growth and Development in India- A Study of the Millennials. Indian Journal of Science and Technology, 9(45), 2-11
- Özyol, A. vd., (2013). Sürdürülebilir Yeşil Kalkınma ve Kadın. Fe Dergi: Feminist Eleştiri, 5(2), 1-21
- Pastakia, A. (1998). Grass-Roots Ecopreneur: Change Agents for Sustainable Society. Journal of Organizational Change Management, 2(2), 157-170
- Sanyang, S. E. vd., (2008). Green Cooperatives: A Strategic Approach Developing Women’s Entrepreneurship in the Asian and Pacific Region. World Journal of Agricultural Sciences, 4(6), 674-683
- Satı, Z. ve Yılmaz, C. (2008). Sürdürülebilir Bir Gelecek için “Yeşil Girişimcilik”. 2. Girişimcilik Kongre Kitabı, 07–10 Mayıs 2008, Bişkek, s. 332–340
- Schaltegger, S. (2005). Research and Markets: Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship. Dublin; M2 Communications Ltd
- Takay, B. A. vd., (2015). Kadın Girişimciler Schumpeter’in Girişimcisi Olursa..., Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1), 249-259
- Taylor, D. and Walley, L. (2003). The Green Entrepreneur: Visionary, Maverick or Opportunist?. Manchester Metropolitan University Business School Working Paper, 1–22
- Volery, T. (2002). Ecopreneurship: Rationale. Current Issues and Futures Challenges, 541-553

Yeşil, Y. vd., (2017). Çevresel İstidam Bağlamında Yeşil İşlerde Eğitim ve Beceri Kazandırma.
International Journal of Social Sciences and Education Research, 3(2), 607-618