

Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Toplumsal Dönüştürücü Rolü ve Kadınların Kazanımları Üzerine Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research on the Socially Transformative Role of Women Entrepreneurs and Women's Achievements in Turkey

Züleyha SAYIN^a

^a İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. zuleyha.sayin@medeniyet.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Girişimcilik
Kadın girişimciliği
Türkiye’de kadın girişimciler

Gönderilme Tarihi 14 Ağustos
2024

Revizyon Tarihi 23 Şubat 2025
Kabul Tarihi 28 Şubat 2025

Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

Amaç – Ekonomik kalkınma, refah, istihdam kavramları ile yakından ilişkili bir kavram olarak girişimcilik zaman içerisinde değişimler yaşamakla birlikte ülkelerin gelişiminde önemli dinamiklerden biridir. Girişimcilik dünyasında bugün artık sadece erkek değil kadın girişimciler de sahada varlık göstermektedir. Kadının geleneksel rollerinin dışına çıkarak iş yaşamında var olması kadın girişimciliğinin ayrı olarak ele alınmasına neden olmuştur. Bu noktada hükümetlerin de kadın girişimciliğini destekleyen mekanizmalar geliştirdiği görülmektedir. Farklı baskın yeteneklere sahip olan kadın ve erkeklerin girişimcilik faaliyetlerinde de farklılıkları ortaya çıkmaktadır. Bu da alanda çeşitliliğe neden olurken nihayetinde ülke ekonomisini kalkındıran bir çıkıya dönüşmektedir. Bu araştırmada temel amaç kadın girişimcilerin toplumsal boyutta nasıl bir rol üstlenip dönüşüm sağladıkları ve bu süreç sonrası girişimcilik faaliyetleri içerisinde yer alan kadınların nasıl kazanımlar elde ettiklerini anlamaya ve açıklamaya çalışmaktır.

Yöntem – Nitel olarak tasarlanan araştırmada TRT’de yayınlanan “Köyde ve kentte yaşayan kadınların karşılaştıkları coğrafi, ekonomik, toplumsal zorlukları; hayalleri, azimleri, enerjileri ve en önemlisi devletimizin desteği ile bir bir aşarak başarıya ulaşmaları”nu esas alan “Hayallerinin Peşinde” programında 20 kadın ile yapılan röportajlar, içerik analizine tabi tutulmuştur.

Bulgular – Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin toplumsal dönüşümde diğer kadınlara destek veren, yol gösteren aynı zamanda rol-model oldukları bulgularına ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında girişimciliğin kazanımları incelendiğinde öne çıkan bulgular; gelir elde edebilme, özgüven, sosyalleşme, başardım duygusu, iletişim kurabilme, huzur/içsel tatmin, özgürlük olarak ortaya çıkmıştır.

Tartışma – Araştırma sonucu ortaya çıkan bulgular eşliğinde kadın girişimcilerin toplumsal bir dönüştürücü etkisi olduğu, erkek girişimcilerden farklı olarak diğer kadınlar için kazanımlar sunduğu ifade edilebilir. Bu dönüştürücü etkideki dönemsel sosyal-ekonomik etkileri de doğru okumak kadın girişimciliğinin ve olası etkilerinin artırılabilmesi adına oldukça önemli olacaktır.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Entrepreneurship
Women entrepreneurship
Women entrepreneurs in Turkey

Received 14 August 2024
Revised 23 February 2025
Accepted 28 February 2025

Article Classification:

Research Article

Purpose – As a concept closely related to economic development, welfare and employment, entrepreneurship has changed over time and is one of the important dynamics in the development of countries. In the world of entrepreneurship, not only men but also women entrepreneurs are present in the field today. The fact that women have gone beyond their traditional roles and are present in business life has caused women entrepreneurship to be addressed separately. At this point, it is seen that governments have also developed mechanisms that support women entrepreneurship. Differences also emerge in the entrepreneurial activities of women and men who have different dominant skills. This causes diversity in the field and ultimately turns into an output that develops the country's economy. The main purpose of this research is to try to understand and explain how women entrepreneurs undertake a role and transform in the social dimension and what gains women who take part in entrepreneurial activities achieve after this process.

Design/methodology/approach – In the qualitatively designed research, the interviews conducted with 20 women in the “In Pursuit of Their Dreams” program broadcast on TRT, which is based on “Women living in villages and cities overcoming the geographical, economic and social difficulties they face one by one with their dreams, determination, energy and most importantly the support of our state and achieving success”, were subjected to content analysis.

Findings – According to the research results, it was found that women entrepreneurs support and guide other women in social transformation and are also role models. When the gains of entrepreneurship were examined within the scope of the research, the prominent findings were; being

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Sayın, Z. (2024). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Toplumsal Dönüştürücü Rolü ve Kadınların Kazanımları Üzerine Nitel Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 17 (1), 226-247.

able to earn income, self-confidence, socialization, feeling of success, being able to communicate, peace/inner satisfaction, freedom.

Discussion – In light of the findings of the research, it can be stated that women entrepreneurs have a social transformative effect and, unlike male entrepreneurs, they offer gains for other women. Correctly reading the periodic socio-economic effects in this transformative effect will be very important in order to increase women entrepreneurship and its possible effects.

1. GİRİŞ

Girişimcilik toplumdaki ihtiyaçların tespiti noktasında öngörülerde bulunarak ona uygun mal ve hizmet üretiminde bulunan, var olan ürün ve hizmeti yenilikçi bir anlayışla ortaya koyan ya da önceden bilinmeyen bilgiyi ortaya çıkaran faaliyetler gerçekleştirmektedir (Hisrich ve Peters, 2002: 47). Girişimcilik faaliyetleri toplumların gelişimi ve refahında da kritik bir rol oynamaktadır (Herrington ve Kew, 2017).

Ekonomilerin önemli aktörü, yenilik ve gelişmelerin kaynağı (İraz, 2010) içinde yaşadıkları toplumlar için de bir refah ve zenginlik kaynağı olarak ifade edilebilen (Berglann vd., 2011: 180) girişimcilik ekonomi ve kalkınma arasındaki ilişkinin önemi sebebiyle politika yapıcılarının üzerinde özellikle durması gereken bir konu haline gelmiştir (Wennekers vd., 2010: 170). Toplumsal gelişim ve refah ile yakından ilişkili olması sebebiyle de hükümetler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, araştırmacılar ve bireyleri destekleyerek girişimcilik ekosistemlerinin gelişimini kolaylaştırmakla ilgilenmektedir (Carranza vd., 2018).

Küçük atölyelerden büyük fabrikalara doğru yaşanan zamansal bir değişim söz konusu olmakla birlikte girişimcilerin toplumun tüm katmanlarından, farklı meslek, yaş ve eğitim düzeyinden kadın ve erkek olabileceği ifade edilebilir (Kelley vd., 2011: 9). Aynı zamanda girişimcilik ve girişimciler, içinde buldukları sosyal, ekonomik ve kültürel yapının da bir ürünüdür.

1980'lerde liberal ekonomi ve girişimcilik kültürü ile beraber Ljunggren ve Kolvereid (1996)'in de ifade ettiği gibi erkek girişimcilerle kıyaslandığında kadın girişimci sayısında küresel anlamda hızlı bir artış olduğu ifade edilebilir (Ughetto vd., 2020). Özellikle de gelişmekte olarak adlandırılan ülkelerde ekonomik kalkınma ve toplumsal gelişimin sağlanabilmesinde kadınların iş gücüne katılımındaki artış önem arz etmektedir (De Vita vd., 2014; Minniti ve Arenius, 2003). Coughlin ve Thomas (2002) da kadın girişimci sayısının arttığını bunun da ülkenin gelişmişlik düzeyi üzerinde pozitif etkisi olduğunu ifade etmektedirler. Pozitif bir etkiden bahsedilmekle birlikte kadın girişimcilerin özellikle gelişmekte olan ülkelerde fırsatlardan yoksun oluşu, kaynakların kısıtlılığı gibi zorluklarla karşı karşıya olduğu da ayrıca ifade edilmelidir (Panda ve Dash, 2016; Verheul vd., 2006).

Kadın girişimciliğinin daha net anlaşılabilmesi için farklı ortam, kültür ve ülkelerde ele alınması oldukça önemlidir (OECD, 1993). Kadın girişimciler özelinde yapılan çalışmalar daha çok ABD ve Kanada başta olmak üzere gelişmiş ülkeler üzerine yoğunlaşırken gelişmekte olan ülkelerdeki kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalar çok daha azdır (Allen ve Truman, 1993).

Dhillon (1993) kadın girişimciliğini, piyasa ekonomisi içerisinde yer alıp kendi işi olan, tek çalışan ya da yanında çalışanları olan, mal/hizmet üretiminde bulunan, işletmenin devamı için gerekli olan kredi kaynakları konusunda araştırma yapan, iş konusunda problem çözme yeteneğine sahip, yeni şartlara adaptasyon sorunu yaşamayan ve bulunduğu alanda deneyim kazanmaya çalışan kişi olarak tanımlamaktadır.

Kadın girişimciliğinin dünya çapında ekonomik gelişmişlik düzeyine katkı sağladığı literatürde de ifade edilirken (Brush ve Brush, 2006), ekonomik gelişme ve büyümedeki rolü sebebiyle kadın girişimciliği alanındaki faaliyetler daha fazla önemli hale gelmektedir (Rao vd., 2013: 136). Kaufman Girişimci Liderlik Merkezi'nde yapılan ve 21 ülkeyi kapsayan araştırmada, küresel pazarda etkin olmak isteyen ülkeler için uzun vadede ekonomik büyümenin anahtar rolününün kadın girişimciler olduğu ortaya çıkmıştır (Mboko ve Smith-Hunter, 2009: 157).

Girişimciler ve daha da özelden kadın girişimcilerin davranışları, motivasyonları, engeller ve fırsatlar açısından ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre değişkenlik göstermektedir. Solesvik vd., (2019: 696)'ne göre (i) Gelişmekte olan ekonomiler bağlamında, kadın girişimciler iş kurmaya çoğunlukla ekonomik faktörlerle motive olurken, gelişmiş ekonomilerde kadınlar iş kurmaya çoğunlukla sosyal faktörler tarafından motive edilmektedir. (ii) Gelişmiş ekonomilerdeki kadın girişimciler öncelikli olarak paydaşları memnun etmeyi

hedeflerken, gelişmekte olan ekonomilerdeki kadın girişimciler öncelikle hissedarları memnun etmeyi amaçlamaktadır.

Türkiye, kadınların mesleki ayrımcılığın üstesinden gelmek ve ekonomik kalkınmaya katılmak için bir araç olarak kendi işini kurmaya çalıştığı gelişmekte olan ülkelerden biridir. Bu ülkenin boyutu, baskın olarak güçlü aile yönelimi ve kadınların genel eğitim düzeyi, birçok gelişmiş ülkeden farklı sosyal yapıları yansıtmaktadır (Hisrich ve Öztürk, 1999). Kadın girişimciliğini teşvik etmek ülkelerin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkıda bulunurken (Jamali, 2009; Verheul vd., 2006) bu bağlamda kadınların bilgiye, beceri geliştirmeye ve fonlara erişimini artırmak için tasarlanmış kamu politikası girişimleri de söz konusudur (OECD 1993; Allen ve Truman 1993). Uluslararası alanda yaşanan gelişmelerle birlikte 1980'lerden sonra ülkemizde de kadının güçlendirilmesine yönelik kurumlar ve programlarda gerçekleştirilmiştir (TÜSİAD, 2000: 177-184). Bu süreç, kadınların aktif olarak girişimcilik potansiyellerinin ortaya çıkmasına ön ayak olunmuştur.

Ulusal ve uluslararası yazında da kadın girişimciliğine dair çalışmalar kadın girişimciliğinin de artmasıyla önemli bir yer bulmuştur. Son dönem araştırmaları incelendiğinde ulusal yazında kadın girişimciliği fonlar/krediler/yatırım teşvikleri/mikro kredi (Akarsu Kulak, 2023; Sağlam, 2023; Ertürk, 2022; Açar, 2022; Özbey, 2022; Ergüney, 2021; Gün, 2021; Özkeçeci, 2021), karşılaşılan sorunlar, engeller, fırsatlar (Şahinoğlu, 2024; Erol, 2023; Kara, 2022; Morkoç, 2022; Üzel, 2022; Bektaş, 2021), yerel kalkınma (Yıldırım Öztekin, 2023; Üzel, 2022; Mirzali, 2022; Özbey, 2022; Çelik, 2021) davranış/davranış ilişkileri (Hammad, 2024; Akyüz, 2024; Younus, 2023; Yalçinkaya, 2021) bağlamında araştırmalar yapıldığı görülmüştür.

Son dönem uluslararası yazındaki çalışmalar incelendiğinde ise kadın girişimciliğinin cinsiyet (Treanor ve Marlow, 2024; Kritikos vd., 2024; Li, 2024; Xie ve Wu, 2023; Ghaderi vd., 2023), güçlendirme (Zhang, 2024; Khabbaz ve Kuran, 2024; Osei-Tutu ve Janewa, 2024; Germann vd., 2023; Civera ve Meoli, 2023), motivasyon (Guo vd., 2024; Nwachukwu vd., 2024; Zhang, 2023) temalı konularla birlikte ele alındığı görülmüştür.

Ulusal yazında bütünsel olarak bakıldığında kadın girişimciliğe dair çalışmaların daha çok motivasyon, engeller ve fırsatlar, fonlar bağlamında ele alınması sebebiyle bu araştırma diğerlerinden ayrılmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, kadın girişimcilerin toplumsal boyutta nasıl bir rol üstlenip dönüşüm sağladıkları ve bu süreç sonrası girişimcilik sürecinde yer alan kadınların nasıl kazanımlar elde ettiklerini anlamaya ve açıklamaya çalışmaktır. Araştırma kapsamında cevap aranan temel sorular ise "Kadın girişimciler toplumsal boyutta nasıl bir rol üstlenip dönüşüm sağlamaktadır?" ve "Bu toplumsal dönüşümün parçası olan kadınlar girişimcilik sürecinde nasıl kazanımlar sağlamaktadır?" olarak belirlenmiştir. Nitel olarak tasarlanan araştırmada bu kapsamda 20 kadın ile yapılan röportajlar içerik analizine tabi tutulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişimci işletme kaynakları ile ilgili öngörülerde bulunarak planlama yapan, işletmenin insan kaynağını organize ederek girdilerin işlenmesini sağlayan ve nihayetinde söz konusu çıktıyı kârlılık oluşturacak şekilde tüketici kullanımına sunma yeteneğine sahip olan kişidir (Silver, 1983). Fransızca "entreprende" fiilinden ve Almanca "unternehmen" kelimesinden türetilen "girişimci" kelimesi, 18. yüzyıl başında Fransız bir ekonomist olan Richard Cantillon tarafından ortaya konulmuştur (Sharma ve Chrisman, 1999; Hebert ve Link, 1989). Girişimci kavramı 19. yüzyılda Jean Baptiste Say, John Stuart Mill ve Alfred Marshall gibi ekonomistler tarafından daha fazla öne çıkarılmıştır (Oseifuah, 2010: 165).

Girişimcilik, "fikirleri yakalamak, bunları ürün ve/veya hizmete dönüştürmek ve daha sonra ürünü ilgili sektörlerdeki küçük girişimlerle ilerletmek üzere bir girişim kurmak" anlamına gelmektedir (Johnson, 2001: 138-139). Özet bir şekilde girişimcilik bir işe başlamak, iş sahibi olmak ve işi büyütme gibi konuları içine alan bir kavramdır (Bridge, 1998). Temel olarak incelendiğinde girişimciliğin önemi üç ayrı alanda ifade edilebilir. Bu alanlar (Coulter, 2001: 11); yenilikçilik-icat, yeni işletmelerin ortaya çıkması ve gelişmesi, yeni iş alanlarının ortaya çıkmasıdır.

Hebert ve Link (1989: 41) tarih boyunca girişimcinin birçok farklı yüze büründüğünü ifade ederken bu rolleri şu şekilde tanımlamıştır: Girişimci belirsizlikten kaynaklanan riski üstlenen, finansal sermayeyi sağlayan, yenilikçi, karar verici, endüstriyel bir lider, bir yönetici veya müfettiş, ekonomik kaynakların organizatörü ve koordinatörü, bir işletmenin sahibi, üretim faktörlerinin işvereni, müteahhit, arbitrajcı, alternatif kullanımlar arasında kaynakların tahsis edicisidir.

Miller (1983) girişimciliğin temel unsurları arasında risk alma, proaktiflik ve yenilikçiliğin yer aldığını ifade ederken Slevin ve Covin (1990: 43) örgütsel başarı için bu özelliklere ek olarak bu özellikleri destekleyebilecek bir kültür ve örgütsel yapıya sahip olunması gerekliliğine vurgu yapmışlardır.

Girişimciliği etkileyen faktörler çok çeşitlidir. Bu faktörler arasında öne çıkanlar kültür, aile, sosyal çevre, hukuki-siyasi-idari faktörler, mali çevre, eğitim, psikolojik etmenler yer almaktadır (İraz, 2010: 176-178). Zapalska ve Fogel (1998: 138) girişimciliğin ortaya çıkışında piyasa koşullarının varlığı olmakla birlikte kişinin içerisinde bulunduğu sosyal, ekonomik ve kültürel çerçevenin de önemli olduğunu altını çizmişlerdir.

Araştırmacılar da girişimcilik alanında yapılan çalışmalarda, mikro düzeyde girişimcilik eğilimini açıklayan ve öngören bir model geliştirme çabasıyla, arka plandaki faktörler ve kişisel özellikler, psikolojik özellikler ve nitelikler, durumsal faktörler olmak üzere üç ana alana odaklanmışlardır (Stevenson, 1990).

Girişimcinin sahip olduğu nitelikler işletmeyi başarıya taşıırken aynı zamanda bölgesel ve ulusal çapta kalkınma ve refah üzerinde de etkili olmaktadır (İraz, 2010). Çeşitli araştırmalar, en önemli ekonomik kalkınma hedeflerinden birinin ister şehirlerde ister kırsalda olsun, istihdam olduğunu ve bunun en önemli mekanizması ve aracısının da girişimcilik olduğunu göstermiştir. Girişimcilik işsizliği azaltırken, verimliliği ve toplumun gelirini artıran, büyümesi çok zor ve uzun vadeli çaba gerektiren bir kültüre gereksinim duymaktadır. Değişimi anlama ve aynı zamanda fırsatları keşfedebilme becerisi, katılım ve ekip çalışması, bağımsızlık, sorumluluk ruhu, risk ve tehlike, bu kültürün kısa vadeli ve görev gücü planlarıyla elde edilemeyen yapıcı unsurlarıdır (Lashgarara vd., 2011).

Girişimcilik araştırmalarının tarihi sürecinde girişimcileri çeşitli boyutlara göre sınıflandırmak için birçok girişimde bulunulmuştur. Bu kategoriler endüstriyi, büyüklüğü, bölgeyi, yaşı, sermaye (emek) yoğunluğunu, yüksek veya düşük teknolojiyi, yaşam döngüsünün aşamasını, cinsiyeti, kişilik tipi gibi daha çok unsuru içermektedir (Gundry ve Welsch, 2001). Bu kategorilerden biri olan cinsiyet girişimcilikte önem arz eden bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Buradan ele alındığında ve ülkelerin kalkınmasında girişimciliğin önemi düşünüldüğünde kadın girişimciliği konusu dünyada hem akademi hem de politika alanında yapılan çalışmaların önemli bir parçası olmuştur (Minniti, 2009).

Buttner ve Moore (1997) kadın girişimciliğini işletme kuran, hisselerin en az yarısına sahip ve işletme yönetiminde söz sahibi, minimum bir sene ya da daha fazla süreyle işletme operasyonlarında yer alan kişi şeklinde tanımlamıştır. Yapılan araştırmalarda kadın girişimcilerin karakteristik özellikleri dinamik ve özgüvenli olmaları, bağımsız yapıları, rekabetçi yaklaşımları ve amaca yönelik olmaları olarak tanımlanmaktadır (Zapalska ve Fogel, 1998).

Ana akım girişimcilik üzerine öncelikle erkek girişimciye odaklanan literatür 1930'larda ortaya çıkarken 1970'lerin sonlarında kadın girişimciliğinin açık bir alt alan olarak ortaya çıkışına tanık olunmuştur (Jennings ve Brush, 2013). 1976 yılında Schwartz, Çağdaş Girişimcilik Dergisi'nde (Journal of Contemporary Business) kadın girişimcilerin motivasyon, karakter ve tutumlarının ele alındığı "Entrepreneurship, A New Female Frontier" kadın girişimciliğine ilişkin ilk akademik makale olarak tanımlanan yayını ortaya koymuştur. Bu alandaki ilk politika raporu da "Sonuç: Amerika'da Eşitsiz Girişim" başlığıyla 1979'da Washington DC'de yayınlanmıştır (Yadav ve Unni, 2016). Hisrich ve O'Brien (1981), kadın girişimcilere ilişkin ilk akademik konferans sunumunu 1981 senesinde Babson Koleji Girişimcilik Konferansı'nda yapmışlardır. Kadın girişimcilere ilişkin ilk akademik kitap ise 1985 yılında yayımlanmıştır (Goffee ve Scase, 1985).

Son dönemde literatür taramaları incelendiğinde kadın girişimciliğine dair bir kıstıtlılığın varlığından söz edilirken (Welsh vd., 2014), literatür taramaları, kadın girişimcilere yönelik çalışmaların, alandaki tüm araştırmaların %10'undan azını oluşturduğunu göstermektedir (Brush ve Cooper, 2012).

Yapılan araştırmalar kadın girişimciliğinin ekonomik alandaki faaliyetlerinin dünya ekonomisine olumlu bir katkısının olduğunu göstermektedir (Rao vd., 2013: 136). Kadınların özellikle sanayideki üretken faaliyetleri, onları ekonomik olarak güçlendirirken genel kalkınmaya daha fazla katkıda bulunmalarını sağlamaktadır (Mwangi, 2012; Minniti ve Arenius, 2003).

Kadın girişimciliği içinde yaşadığı toplumdan bağımsız değildir. Başka bir ifadeyle kadın girişimciliği çevresini kuşatan toplumun ekonomik ve kültürel izlerini, etkilerini taşımaktadır (McAdam, 2013: 8). Bu noktada kadın girişimciliği özelinde tek tip bir yaklaşımdan söz etmek doğru olmayacaktır. Sosyal, kültürel ve ekonomik kodlamalar aynı coğrafya içerisinde bile farklı kadın girişimciliklerini ortaya çıkarmaktadır.

Sosyal yapıların, iş, aile ve örgütlü sosyal yaşamın (Aldrich, 1989) gelişmekte olan ülkelerde önemli ölçüde farklılık göstermesi (Allen ve Truman, 1993) araştırmaların farklı ortam ve bağlamlarda ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Sosyolojik teoriler de, işyeri, aile ve örgütlü sosyal yaşam gibi sosyal yapıların kadınların girişimcilik fırsatlarına erişimini etkilediğini ve performansı etkileyebileceğini ileri sürmektedir (Aldrich, 1989). Lerner vd. (1997) kadınların girişimciliğe katılımının algılanan kabul edilebilirliğinin, o toplumdaki kadınlara yönelik beklentilere ve kültürel normlara göre ülkeden ülkeye değişkenlik gösterdiğini ifade etmektedirler.

Toplumdaki kadınların yüksek öğrenime, istihdama, siyasi güçlenmeye ve ekonomik bağımsızlığa erişimin iyileştirilmesi gibi kademeli değişikliklere rağmen, toplumda kalıcı bir cinsiyet asimetrisi, geleneksel bir anlayış devam etmektedir (Schindehutte vd., 2003; Afshar, 1991). Kadınların ev dışında çalışma yaşamları olsa dahi çocuk ve yaşlı bakımı gibi sorumlulukları üstlenmeleri beklenmektedir (Greer ve Greene, 2003). Aile ile geçirilmeyen zamana karşı suçluluk, çocuk bakımı sorunları ve ev hanımı olmanın genel zorluğu gibi diğer yönler, kadın girişimcileri kendi girişimlerine adım atmaktan caydırabilmektedir (Mcgowan vd., 2012). Kadın girişimciler cinsiyet temelinde evlilik, yasalar, kültürel ya da farklı sebeplerle girişimlerini başlatma ya da bu girişimleri büyütme noktasında engellerle karşılaşmaktadırlar (Vijayakumar ve Naresh, 2013). Bu noktada kadın girişimciliğinin gelişmesinde büyük oranda girişimcinin kişisel nitelikleri, aileleri, hükümet ve diğer destekleyici örgütsel katılım gibi iç ve dış faktörlerin etkili olduğu söylenebilir (Parvin vd., 2012).

Bu faktörler nihayetinde kadın girişimciliğinin homojen olmadığını da bir göstergesidir. Goffee ve Scase (1992) İngiltere’de kadın girişimciler üzerine yaptıkları çalışmada dört farklı kadın girişimci tipinden bahsetmektedirler. (i) Geleneksel girişimci; daha çok konuk evi, restoran, güzellik salonu vb. sahibi olan erkek girişimciler gibi hareket etmekle birlikte geleneksel rollerini de sürdüren, (ii) Evcimen girişimci; geleneksel rollerinin girişimcilik faaliyetlerinin/hedeflerinin üzerinde olan, (iii) Yenilikçi girişimciler, girişimcilik hedeflerini toplumdaki cinsiyet rollerinin üzerinde tutan iyi eğitilmiş, ekonomik özgürlüğünü önemseyen, (iv) Radikal (feminist) girişimci, erkeklerle her alanda eşit olunması gerektiği düşüncesinden yola çıkarak maddi kazancın ötesinde kadınların iş hayatında ilerlemesini önemseyen kadın girişimci türüdür.

Hiçbir faktör tek başına kadınların girişimci olma motivasyonunu ortaya çıkarmaz. Kadın girişimciliğinde ailenin desteği, toplumda var olan algılar, kadınların girişimcilik faaliyetlerine dönük tutumları gibi bazı kişisel ve dış faktörlerin varlığı kadınların girişimci olma kararını etkileyen unsurlardan bazılarıdır (Ascher, 2012: 101). Minniti ve Arenius (2003: 7-15) da yaptıkları çalışmada, kadınların girişimciliğini etkileyen faktörleri; demografik çevre ve aile yapısı, okuryazarlık ve eğitim, sosyo-ekonomik çevre, işgücü ve istihdam, cinsiyet ve örgütsel formlar, sektörlere göre istihdam ve ekonomik büyüme olarak ifade etmişlerdir. Goyal ve Parkash (2011: 197) ise kadınların girişimci olma nedenlerini yenilikçi düşünme, öz kimlik ve sosyal statü, eğitim ve yeterlilik ailede yer alan kişilerin desteği, başka kişilere rol-model olma, arkadaşlarının ya da başkalarının başarı hikayeleri, ek gelir ihtiyacı, aile mesleği, hükümet politikaları, kendi kararlarını alabilme özgürlüğü ve istihdam sağlama şeklinde sıralamıştır. Burada altı çizilmesi gereken bir husus ailenin kadın girişimciler için hem kısıtlayıcı hem destekleyici bir faktör olduğudur. Örneğin, Powell ve Eddleston (2013) pozitif ruh hali, mutluluk gibi duyguların aile alanından iş alanına aktarılmasından bahsederken sosyal desteğin de kadın girişimciler için özellikle yararlı olabilecek benzersiz bir zenginleştirme ve destek kaynağı olabileceğini ifade etmektedirler.

Bruni vd. (2004: 263)’ne göre kadınların neden iş kurmaya karar verebileceğine ilişkin hakim söylem, “zorlama/itici” faktörleri (kadınları seçimden çok zorunluluktan dolayı kısıtlayan) ile pozitif veya “cazibe/çekici” faktörleri (kadınların girişimciliği bir fırsat olarak görmesine neden olan) arasında ayırım yapmaktadır. Çekici faktörler, Monaci (1997)’ya göre ana hatlarıyla yetersiz hane gelirini destekleme, takdir yetkisi elde etme, kendi niteliklerine uygun işte çalışma gibi motivasyonlarla temsil edilmektedir. Öte yandan itici faktörler ise, bağımsızlık ve özerklik arayışı, kendini gerçekleştirme arayışı, gelir arayışı, sosyal bir misyonun peşinde koşmak gibi unsurları içermektedir.

Kadınlar tarafından yönetilen işletmelerin hem ekonomik hem de ekonomik olmayan bazı sonuçları mevcuttur (Carranza vd., 2018). Ekonomik sonuçlar; boyut, sektör, çalışan sayısı ve türü, büyüme potansiyeli, kârlılık, hayatta kalma ve başarısızlık oranları. Ekonomik olmayan sonuçlar; öz güçlendirme, esneklik, topluma hizmet etme isteği, mutluluk/refah/yaşamdan memnuniyet, statü, iş-yaşam dengesi. Ancak, kadın girişimcilerin ekonomik olmayan iş sonuçlarına ilişkin araştırmalar çok azdır. Kadınların, işletmelerinin

performansını değerlendirirken kişisel tatmin, esneklik ve topluma hizmet etme arzusu gibi ekonomik olmayan faktörlere daha fazla odaklanma eğiliminde olduklarına dair sınırlı bir veri mevcuttur (Anna vd., 1999).

Kadın girişimciliği alanında yapılan önemli çalışmalar mevcuttur. Kadınların daha fazla kişisel meydan okuma ve tatmin istedikleri (Scott, 1986), kadın girişimcileri motive eden; onaylanma ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı, kişisel gelişim ihtiyacı, refah düşünceleri, zenginlik düşünceleri, vergisel etkiler ve rol modellerini takip etme isteği gibi yedi başlığın varlığı (Birley ve Westhead, 1994), kadınların ekonomik kârlılığın ötesinde kendini gerçekleştirme öne çıkardığı (Buttner ve Moore, 1997), kişiler arası ilişkiler kurmaya erkeklere nazaran daha fazla önem verdikleri (Aldrich vd., 1989), işletmelerini işbirliğine dayalı bir ilişki ağı olarak gördükleri (Brush, 1992), yaptıkları işi sevmek ve topluma önemli bir hizmet sunmak gibi tatmin edici faktörlerin önemli olduğu yapılan araştırmalarda öne çıkan sonuçlardandır (Jamali, 2009).

Kadınların ekonomik alanda gerçekleştirdikleri faaliyetleri onların ekonomik olarak güçlenmesini dolaylı olarak da ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sunması (Sarri ve Trihopoulou, 2004) hükümetleri kadınların işletme kurabilmeleri adına uygun ortamlar oluşturmaya bu konularda araştırmalar yapmaya yönlendirmektedir (Roomi, 2009).

Türkiye’de kadınların işgücü piyasasında varlıkları dönemin koşulları ile şekillenmiş Balkan Savaşı, 1. ve 2. Dünya Savaşları erkeklerin orduya katılmaları ile kadının rolünde değişim yaşandığı bir zaman dilimi olmuştur. Dönemin şartlarında işgücüne katılan kadınlar, erkeklerin geri dönmesi ile geleneksel olarak ifade edilen ev ile ilgili görevlerine geri dönmüşlerdir (Mardin, 2000). 1980’lerle birlikte Türkiye’de liberal ekonominin yükselişi başlamış, uluslararası alanda aynı zamanda ülke içerisinde yaşanan değişimlere paralel olarak Türkiye’de 1980’li yılların sonundan itibaren kadının güçlendirilmesi için kurumlar oluşturulduğu görülmüştür. 1980’den sonra kendi işlerini kurma amacı güden kadınları teşvik eden ve bu süreçte ortaya çıkabilecek zorluklarda destek verecek kurum ve mekanizmalarda çeşitlilik yaşanmıştır. Bu alanda atılan adımlar; “kadın girişimcilere sağlanan banka kredileri, kadın girişimcileri kendi aralarında dayanışma ve örgütlenmeye özendirme, gönüllü kadın kuruluşlarınca ev kadınlarının küçük anaparalarla kendilerine ait işler başlatmaya teşvik edici projeler” örnek verilebilir (TÜSİAD, 2000: 177-184).

Türkiye önemli bir genç nüfus ve işgücü gibi bir zenginliği bünyesinde barındırmaktadır. Doğru yönlendirme, teşvik ve değerlendirmeler ile bu zenginlik önemli bir güce dönüşme potansiyeli taşımaktadır. TÜİK verilerine göre 2022 yılında 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusun işgücüne katılma oranının %53,1 iken bu oran kadınlarda %35,1, erkeklerde ise %71,4’dir. İşgücüne katılım ve eğitim durumu açısından ele alındığında okuryazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %13,9 iken yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılma oranı %68,8’dir. En yüksek kadın istihdam oranı, %37,4 ile Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane bölgelerinde görülürken, en düşük kadın istihdam oranı ise %18,2 ile Mardin, Batman, Şırnak, Siirt bölgelerinde olmuştur (TÜİK, 2023). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliğinin artış hızı, genel hanehalkı refahı ve tüketimi üzerindeki olumlu etkisi (Minniti ve Naudé, 2010) dikkate alındığında söz konusu verilerin doğru okunması ve gereken yönlendirmelerin yapılması ülkenin kalkınma ve refahı üzerinde önemli bir etki oluşturacaktır.

Türkiye’de kadın girişimciliğini destekleyen mekanizmalarda yer alan başlıca kurumlar arasında; Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, bankalar, kalkınma ajansları, Kredi Garanti Fonu (KGF), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), mikro kredi uygulamaları, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), Tarım ve Orman Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, TOOB Kadın Girişimciler Kurulu, Ziraat Bankası, Halkbank, Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) yer almaktadır (Destek ve teşvikler, 2024). Bu kurumlar özelinde gerçekleştirilen iş birlikleri ve projeler kadınların girişimci faaliyetlerini kolaylaştırmak üzere önemli görevler üstlenmektedir.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın amacı ve yöntemi

Bu araştırma “sosyal olguları, bağlı buldukları ortam içinde” (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 37) ele alan nitel araştırma yöntemi kullanılarak tasarlanmıştır. Nitel araştırma, büyük miktarlarda bağlamsal olarak yüklü, öznel ve zengin ayrıntılara sahip, genellikle görüşme transkriptlerinden veya gözlem notlarından kaynaklanan ve incelenen olguyu tanımlayan ana temaları veya kategorileri temsil edecek şekilde ayrıştırabilen verilerle sonuçlanır (Byrne, 2001: 904).

Bu çalışmada, gerçekleştirilen röportajlar içerisinde gömülü olan veriyi ortaya çıkarma amacı, doküman analizi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Doküman analizi, basılı olan ya da elektronik ortamda bulunan materyallerin incelenmesi/değerlendirilmesi sürecinde gerçekleşen işlemlerdir (Bowen, 2009). Doküman analizi temelde “araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar” (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 189). Nitel analizin tümevarımsal, aracı odaklı, araştırmacı ve veriler arasında oldukça etkileşimli karakteri göz önüne alındığında, sürecin emek yoğun ve zaman alıcı olduğu sonucu çıkmaktadır (Lofland vd., 2006: 195-196).

Bu çalışmada araştırma sorusuna yanıt niteliği taşıyan veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Sosyal bilimler, iletişim, psikoloji, siyaset bilimi, tarih ve dil çalışmaları ve benzeri disiplinlerden araştırmacılar/akademisyenler içerik analizini kullanmakla birlikte bu analiz en yaygın olarak sosyal bilimler ve kitle iletişim araştırmalarında kullanılmaktadır (Prasad, 2008). İçerik analizi, mesaj içeriğinin, içerikten çıkarım ve sonuç ortaya çıkarmak üzere temel oluşturduğu bir yöntemdir (Nachmias ve Nachmias, 1976). Kerlinger (1986) de içerik analizini, değişkenleri ölçmek için iletişimi sistematik, nesnel ve niceliksel olarak inceleme ve analiz etme yöntemi olarak tanımlamıştır.

Bu çalışmada temel amaç, kadın girişimcilerin toplumsal boyutta nasıl bir rol üstlenip dönüşüm sağladıkları ve bu süreç sonrası girişimcilik sürecinde yer alan kadınların nasıl kazanımlar elde ettiklerini anlamaya ve açıklamaya çalışmaktır. Bu çalışmada cevabı aranan temel sorular “Kadın girişimciler toplumsal boyutta nasıl bir rol üstlenip dönüşüm sağlamaktadır?” ve “Bu toplumsal dönüşümün parçası olan kadınlar girişimcilik sürecinde nasıl kazanımlar sağlamaktadır?” olarak belirlenmiştir.

3.2. Veri kaynakları ve analizi

Bu araştırma kapsamında araştırma sorusunu yanıtlama niteliği taşıyan röportajlar veri kaynağı olarak belirlenmiştir. Söz konusu veriler araştırma kapsamında içerik analizine tabi tutulmuştur.

Bu çalışmada Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)'nda yayınlanan ve yayınlanmaya devam eden “Hayallerinin Peşinde” programında yapılan röportajlar ele alınmıştır. Programın internet sitesinde “Hayallerinin Peşinde programında, cesurca girişimleriyle kendi hikayelerinin başkahramanı olan kadınların başarı yolculuğuna şahitlik ediyoruz. Tüm zorlukları aşan, inatçı, hayalperest kadınlar... Devletin desteği ile büyüyen; bulunduğu coğrafyaya ve Türkiye ekonomisine katkı sağlayan bu kadınlar birçok insana ilham veriyor. Onların inançla ulaştıkları başarının mutluluğuna sizleri de ortak etmek istiyoruz.” (TRT1, 2024) ifadeleri yer almıştır. Program kapsamında Türkiye'nin farklı coğrafyalarından çeşitlilik arz eden katılımcılarla görüşmeler yapılmaktadır.

“Köyde ve kentte yaşayan kadınların karşılaştıkları coğrafi, ekonomik, toplumsal zorlukları; hayalleri, azimleri, enerjileri ve en önemlisi devletimizin desteği ile bir bir aşarak başarıya ulaşmaları” (TRT 60 Yaşında, 2024)'nın konu alındığı röportaj serisinde kadın girişimcilik hikayelerine yer verilmiştir. Bu araştırma kapsamında incelenen röportajların detayları Tablo 1'de aktarılmıştır. Anonimliği sağlamak için röportaj yapılan kişilerin isimlerine yer verilmemiş, girişimci kadınlar K1, K2 şeklinde, girişimci kadınlar hakkında röportaj veren diğer kişiler için K1a, K1b, K2a vb. rumuzlar kullanılmıştır. Tablo 1'de röportaj yapılan kadınların girişimcilik faaliyetine başladıkları ya da temel aldıkları alanlar aktarılmıştır. Röportajlarda zaman içerisinde bu alanların/sektörlerin genişlediği de görülmüştür.

Tablo 1: Araştırmada Analizi Yapılan Röportajlar

	Katılımcılar	Şehir	Sektör	Röportaj Süresi (dakika)
1.	K1	Ankara	Domates yetiştirip salça yapımı	20:39
2.	K2	Çorum	Hayvancılık	20:45
3.	K3	Aydın	Sebze, meyve kurutma	23:10
4.	K4	Aksaray	Mantar üretimi	20:47
5.	K5	Tokat	Erişte, çorbalık erişte vb. ürünler	20:05
6.	K6	Giresun	Fındık kırma, kavurma ve paketleme tesisi	21:22
7.	K7	Afyonkarahisar	Mantar üretimi	20:34
8.	K8	Ankara	Bal üretimi	20:41
9.	K9	Bolu	Gıda, tarım	20:41
10.	K10	Karaman	Tarım, Divle Obruğu Tulum Peyniri üretimi	20:36
11.	K11	Nevşehir	Turizm	20:30
12.	K12	Kastamonu	Gıda, restoran	20:22
13.	K13	Çorum	Mantı, çorbalık, erişte üretimi	20:45
14.	K14	Mersin	Gyrocopter, havacılık sektörü	20:32
15.	K15	Bursa	Döşeme işi	47:21
16.	K16	Bursa	Ekoturizm	
17.	K17	Tekirdağ	Gıda	45:55
18.	K18	Tekirdağ	Dokuma	
19.	K19	Çanakkale	Mevlevi tatlısı, gıda	45:45
20.	K20	Çanakkale	Tekstil	
	TOPLAM			430:30

Hayallerinin Peşinde programı yayınlarına devam etmektedir. Bu araştırma doygunluk seviyesine ulaşması sebebiyle 20 katılımcı ile sınırlandırılmıştır.

Bu araştırmada veri analiz süreci Miles ve Huberman (1994)'ın ifade ettiği gibi (i) ilk olarak verilerin düzenlenerek azaltılması, (ii) ikinci olarak ulaşılan verilerin gösterilmesi, (iii) son olarak da verilerden sonuç çıkarma ve doğrulama şeklinde yürütülmüştür. Öncelikle gerçekleştirilen röportajlar dinlenmiş akabinde bu röportajlar deşifre edilerek word dosyasına aktarılmıştır. Her bir röportaj için bu işlem tekrarlanmış 20 ayrı word dosyası veri olarak derlenmiş, toplam 111 sayfalık veri elde edilmiştir.

Bu aşamadan sonra nitel araştırma yönteminde kullanılan programlardan biri olan Nvivo 14 programı kullanılmış, bundan sonraki tüm aşamalar Nvivo 14 programı üzerinde gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada elde edilen veri seti öncelikle sadece okunmuştur. Bu okumada verilerle ilişkili kod ve temalar araştırmacının zihninde şekillenmeye başlamıştır. Ayrı bir word dosyasında da öne çıkan diğer hususlar araştırmacı tarafından not alınmıştır.

İlk okumada verilerden elde edilebilecek olan kod ve temalar program aracılığıyla metin üzerine işaretlenmiştir. Elde edilen bu çerçeve sayesinde araştırmacı tarafından ikinci okumaya geçilmiştir. Bu

okumada tam olarak metin üzerinde kodlama yapılma aşamasına geçilmiş ve tüm metin kodlanmıştır. Son okumada ise tüm kodlamalar gözden geçirilerek ilave ve eksiltmeler yapılmıştır. Nihayetinde yapılan kodlamalar temalar altında birleştirilmiştir.

3.3. İnandırıcılık, aktarılabirlik

Nitel araştırmanın kendi doğasına özgü yansımaları söz konusudur. Bunlardan biri de iç geçerlik kavramı yerine inandırıcılık ve dış geçerliği karşılamak üzere de aktarılabirlik kavramlarının kullanılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Nitel araştırmalarda geçerlik, araştırmacı ve katılımcılar tarafından tanımlanan, bulguların doğruluğunu değerlendirmek için yapılmaktadır (Creswell, 2013).

Bu kapsamda araştırmacılar nitel araştırmalarda bazı stratejileri kullanmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekilde ifade edilebilir (Creswell ve Miller, 2000); inandırıcılık adına sahada ya da alanda uzun süre katılım ve gözlem, tutarlık ve inandırıcılık adına akran incelemesi aracılığıyla sürecin dıştan kontrolünün yapılması, zengin ve yoğun betimleme, üye kontrolü, iş birliği, delilleri onaylama adına araştırma ilerledikçe gerekli noktalarda hipotezleri geliştirme, çalışmanın başında araştırmacının kendi görüş ve düşüncelerini belirtmesi, veri çeşitlemesi ve dış denetimler.

Bu araştırmada bu kapsamda araştırma yöntemi ve analiz süreci oldukça detaylı olarak aktarılmıştır. Bu sayede diğer araştırmacıların tüm sürece hakim olabilmeleri, araştırmayı tekrarlayabilmeleri mümkün olmuştur. İnandırıcılık ve tutarlık adına araştırma süreci ve bulguları iki farklı akademisyen tarafından incelenmiş, kontrol edilmiştir. Ayrıntılı betimleme "ham verinin ortaya çıkan kavram ve temalara göre yeniden düzenlenmiş bir biçimde okuyucuya yorum katmadan ve verinin doğasına mümkün olduğu ölçüde sadık kalınarak aktarılması" (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 295) olarak tanımlanmaktadır. Bu araştırmada da okuyucuya yorum katmadan doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Bir başka strateji teyit edilebilirlik kapsamında "teyit incelemesi" altında ulaşılan sonuçlar ham verilerle karşılaştırılarak teyit mekanizmasının çalışıp çalışmadığına bakılmıştır. Bu konuda da alanda uzman iki akademisyenden destek alınmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmada kadınların girişimcilik öykülerinde kadınların toplumsal sorumluluk hissederek/alarak nasıl bir dönüşüm sağladığı ve bu dönüşümün kadınlara nasıl kazanımlar sağladığı üzerinde durulmuştur. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde kadın girişimcilerin toplumsal sorumluluk ve toplumsal fayda bilinciyle öne çıktığı bulgularda ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda özellikle girişimci K10 bu dünyayı evlatlara temiz bırakmaktan; K12 ve K14 ülkeye destek olmak, katma değer katmaktan; K6 ve K6'nın yaşadığı yerin muhtarı K6a köye katkı ve istihdam noktasında gençleri köye döndürme konusunda amaçlarının altını çizmişlerdir. Toplumsal dönüşümü sağlama noktasında kadın girişimcilerin temelde rol-model olarak hareket ettikleri ve diğer kadınlara destek veren, yol gösteren bir anlayışla ilerledikleri görülmüştür. Bu süreçlerde kadınların edindikleri kazanımlara ait bulgular aşağıda aktarılmıştır.

4.1. Rol model olarak diğer kadınları harekete geçirme

Kadın girişimciler toplumsal dönüşüm temelinde incelendiğinde kişisel özellikleri bağlamında rol model olarak, diğerlerini/diğer kadınları harekete geçiren onlara yol gösteren bir role sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

4.1.1. Rol model olma

Kırsal bölgelerde, büyük şehirlerde, eğitim almış ya da alamamış farklı sosyo-kültürel zemindeki kadınların içsel dinamiklerini, potansiyelini ortaya koyabilmeleri için rol-model olmanın kadınları harekete geçiren önemli bir faktör olduğu ortaya çıkmıştır. Örneğin salça üretim tesisi olan kooperatif başkanı K1 için "farklı köylerde kasabalarda küçük şehirlerde yaşayan kadınlara örnek olabilecek bir kadın" ifadesi kullanılmıştır.

Giresun'da yaşayan girişimci K6'nın yaşadığı yerin muhtarı K6a, K6'nın temel felsefesini "Gerçekten yaşına rağmen ben onu gençlere hep örnek gösteriyorum. Yani derler ya aman ölüp gideceğiz ne gerek var bu kadar aman. Onda öyle bir şey yok. O hep 18 yaşında bir genç kız o şekilde çalışıyor, o şekilde azmediyor. Yani sadece ben kazanmayayım diyor. Onun felsefesi bu, herkes kazansın diyor, köy kazansın diyor, oğlum kazansın, muhtarım kazansın, çevrem kazansın." şeklinde ortaya koymuştur.

Kadın girişimciler hem evlerinin dışındaki kadınlara hem de yakın çevresindeki, ailesindeki kadınlara rol-model olmaktadır. Ankara’da girişimcilik yapan K8’in kızı K8a annesini *“Yani o benim hem sırdaşım hem en yakın arkadaşım. Hep fedakârlığı, çalışmayı, çabalamayı, ayakları üstünde durmayı hep ben ondan örnek aldım. İyi ki de aldım.”* sözleriyle anlatmıştır.

Kooperatif başkanı olan K7 diğer girişimci kadınlara rol model oluşunun ardından var olan potansiyelin işlenmesiyle *“boynuz kulağı geçer”*, havacılık sektöründe girişimci bir kadın olan K14’ün arkadaşı K14a da K14 için *“Bir kadın her şeyi yapabilir. İnsan istedikten sonra her şeyi yapabilir. K14 bizim en büyük örneğimiz.”* sözleriyle anlatmıştır.

4.1.2. Diğer kadınlara destek veren, yön gösteren yaklaşım

Kadın girişimciler diğer kadınlara destek verirken bunu farklı şekillerde gerçekleştirmektedirler. Bulgularda bunlar; kadının gücünü ortaya çıkarmak, “yapabilirim” düşüncesini oluşturmak bir anlamda psikolojik destek, kadınlara teknik olarak yapabilecekleri şeyler konusunda bilgi aktarmak ve kadınların hayatına dokunmak şeklinde ortaya çıkmıştır.

Araştırmada girişimci kadınların diğer kadınlara psikolojik bir destek sundukları ortaya çıkmıştır. Bu noktada hem girişimci kadınların hem de kadın girişimci tarafından destek verilen kadınların psikolojik bir tatmin elde ettikleri görülmüştür. Bu bağlamda girişimci K10 için *“Kadına çok destek veriyor”* ifadesi kullanılırken, K10 kadınlar için *“Ben çok mutlu oldum. Ürettiyorum, ürettiriyorum, bir desteğim oluyor... Ben bunu kadınlar bir destek olduğunu, bir şey üretmeye karar verdiklerinde bir yardımcıları onların yanında olan bir kurum olduğunu bilsinler diye de sürekli dile getirdim.”* diyerek önemli bir misyonun altını çizmiştir.

Havacılık sektöründe girişimcilik yapan K14’ün arkadaşı K14a, K14’ün kadınlara desteğini *“Mersin’de havalimanı olmamasına rağmen Gyrocopter üretiyor ve çok başarılı bir iş insanı. Bütün kadınlara da destek oluyor. Hani ‘yapın, üretin, bir şeyler olsun, kadımsınız, ayakta durun, güçlenin’. Kim ne sorarsa, kim hangi bilgiyi almak isterse K14’den her zaman yardım alabilirler.”* sözleriyle dile getirmiştir.

Nevruz Köyü kadınlarından kooperatif üyesi K20b girişimlerini destekleyen K20d’yi kastederek *“Kapanır, bu iş yürümez dediler yani bizi de korkutacak oldular daha Türkçesi. Biz korkmadık. Çünkü niye korkalım ki arkamızda çok güzel biri var bizim.”* sözleriyle aktarmıştır.

K4’ün aile dostu K4c, K4 için *“Bir tür ayaklarının üzerinde durma şeklini bence K4 kendi neşesiyle veriyor bayanlara”* ifadelerini kullanmış, K16’nın iş arkadaşı K16a, K16’nın tesisini sosyal medyada görüp ziyaret ettikten sonra K16’nın teklifi ile söz konusu tesiste çalışmaya başladığını aktarmıştır.

Her zaman insanı motive eden, moral veren girişimci K9 ile çalışan kooperatif üyesi K9a, K9’un kendisini işe yönlendirmesini *“Ben dedim seraya falan girmem. Ben bir evde bir kadını çıkışmam. Niye çıkışamıyorsun ... Hanım. Nasıl olsa bahçeyi de yapıyorsun, burayı da yapacan, burası kapalı bahçe. Yazma falan dedim, yazıyorum ben seni dedi. Yazdı sağ olsun... 6 tane seramız kadınlara bir gelir kaynağımız oldu.”* sözleriyle aktarmıştır.

Girişimcilik faaliyetlerine başlayan kadınların eğitilmiş olup olmadığına bakılmaksızın farklı sektörlerde iş yapmalarından kaynaklı teknik destek ihtiyacı da görülmüştür. Bu bağlamda kadın girişimcilerin diğer kadınlar için teknik bilgi aktarımı ortaya çıkan bulgulardan olmuştur.

K10a, girişimci K10’un yönlendirmeleri için *“Tabi bildiğin, bizim bilmediğimiz yönlendiriyor, böyle yapın. Bak biz telin üstüne sermezdik, bir bezin üstünde sererdik, kuruturduk. Ama telin üstüne serdik, üstüne tülü örttüük yani öyle yönlendirdi. Daha titiz olarak, bizi öyle yönlendirdi, biz de yapıyoruz.”* ifadelerini kullanmıştır.

Girişimci K15’in kızı K15a annesinin kendisini yönlendirmesi konusunu şu sözlerle dile getirmiştir:

“Annem kendi iş yerini açtığımda ufak tefek şeyler dikmemi istiyordu. Tabi o zamanlar işime ne nasıl yarayacak bunlar falan diye düşünüyordum ama görüyormuş demek ki. Çöpe gidecek olan kumaşları değerlendirmeyi düşündüm. Ne şekilde değerlendirebilirim yani doğaya nasıl bir katkı olabilir çünkü çok fazla metrajlarda kumaşlar çöpe gidiyor vesaire. Bende bunları küçük makyaj çantaları yapmaya başladım. Onun sonrasında makyaj çantalarından büyük kol çantalarına, plaj çantalarına dönmeye başladı bunlar. Bana çok şey katabilecek, özellikle de maddi anlamda çok şey katabilecek bir hobiyem sahibim.”

K3 ile çalışan K3a *“İlk zamanlar böyle kargo yapıyorduk. Bana dedi sen bunu yapacaksın dedi bana. Ben dedim ben bunu yapamam beceremem senin gibi yapamam dedim. Yaparsın dedi, öğreneceksin, seneye bu işi sen yapacaksın dedi.”*

Şu an mesela ben yapıyorum bana öğretti sağ olsun." sözleriyle teknik bir süreci öğrenmek için yönlendirme sürecini aktarmıştır.

K8 de "Ben aslında iş yerinde tamamen sadece malzeme satmıyorum yani insanlara. Ben orada eğitimlik de yapıyorum insanlara, bilgi de veriyorum. Gelenler genelde hani herkes bir şey soruyor 'Nasıl yapacağız, ne yapacağız, nasıl olacak?' ve şu anda kaç yüzlerce bayan kursiyerimiz var ve bu sene. Tonlarca bal alan bayanlar kursiyerlerimiz var." sözleriyle eğitim sürecini aktarmıştır.

Kadına dokunmak/ulaşmak da edinilen misyonlar arasında yer almıştır. Girişimci K14 kadına dokunmak/ulaşmak konusunu aşağıdaki sözlerle dile getirmiştir:

"Çevremde ne kadar çok kadına ulaşabilirsem öyle de bir misyonum var. Kadınlara o içlerindeki cevheri, içlerindeki gücü dışarı çıkartabilmeleri için ilk cesaret adımını çoğu zaman vermem gerekiyor ve anlatıyorum; 'bakın' diyorum 'İşte ben elle tutulurum. Öyle çok zengin bir aile değilim, sıfırdan başladık ama inanarak başladık. Ben başardıysam siz niye başaramayasınız?' diye birçok kadına da girişimciliğinin ilk adımını atmasına vesile oldum ve bununla da gurur duyuyorum."

K17 bütün çalışanlarının kadın olduğunu, sevkiyat, yükleme gibi bütün işlerini kadınların yaptığından bahsederken "Hani daha çok kadına daha çok hayata dokunabilirsem ne mutlu bana." ifadelerini kullanmıştır.

Girişimcilik faaliyetinde bulunan K20 diğer kadınlar için yükledikleri misyonu "Önemli olan burada kadınların iş yapması, para kazanması ve bir gün inşallah bize dua etmesi yani bu derdimiz başka hiçbir şey değil." şeklinde ifade etmişlerdir.

Araştırma bulgularında diğer kadınlara destek veren, yön gösteren yaklaşım bir yaklaşım içerisinde girişimci kadınların özellikle kırsaldaki kadınlar için çabaları görülmüştür. K18 dokuma konusunda yaptığı girişimcilik faaliyetinin amacını "Biz burada daha fazla kadına ulaşmak için açtık burayı, daha fazla kadına istihdam yaratmak. Biz burada hiç sosyal güvenlik sistemine kayıt olmamış insanları sosyal güvenlik sistemine kaydettirdik ve bunu sürdürebilir olarak yapıyoruz." şeklinde ortaya koymuştur.

K10 özellikle kırsal bölgedeki kadınlarla yaptıkları çalışmaların altını çizmiş, K3 de "Benim en büyük hedeflerimden bir tanesi kırsal alanda kadınların bir iş sahibi olması, özgüvenlerini kazanması...İnşallah önümüzdeki sezon önümüzdeki sene kadın sayısında daha da artmasını istiyoruz. Hedeflerimizden bir tanesi bu." sözleriyle kırsal bölgedeki kadınlar için yaptıklarını, yapmak istediklerini aktarmıştır.

4.2. Girişimciliğin kadınlar için kazanımları

Araştırma kapsamında girişimciliğin kazanımları incelendiğinde öne çıkan bulgular; gelir elde edebilme, özgüven, sosyalleşme, başardım duygusu, iletişim kurabilme, huzur/içsel tatmin, özgürlük, girişkenlik, mutlu olmak, yeni beceri kazanmak (çanta dikmek vs. gibi), bakış açısını değiştirme/genişletme, ekip olabilmeyi öğrenme, sorun çözebilme, fikir üretme, teknik bilgi, muhasebe vs.), her yönden gelişme şeklinde sıralanabilir.

4.2.1. Gelir elde edebilme

Yapılan araştırmada kazanımlarda öne çıkan en önemli bulgu gelir elde etme olmuştur. Girişimci K13 "kendi paramızı kendimiz kazanıyoruz.", K12 "Üretmek çok güzel bir şey yani. Kendi kazancım olmuş oluyor, kendi emeğinin karşılığını alınca çok mutlu oluyorsun.", K15 "Ya daha özgür oluyorsun bir noktadan sonra hani kendi paranızın kendi cebinizde olması gerekiyor.", K18'in iş arkadaşı K18a "evime katkıda bulunuyorum.", K20b "böyle para kazanmak kadar hiçbir şey yok yani, çok güzel bir şey...İlk işim ATV aldım yani ilk işimlen.", K4 ile çalışan kooperatif ortağı K4a "Çalışmak dediğim gibi kendi parasını kazanmak, bunlar anlatılamaz.", K9 ile çalışan kooperatif üyesi K9a "Kendi paranı harcamak çok güzel bir şey bunu öğrendim." ifadelerini kullanmışlardır.

K15'in kızı K15a annesinin yönlendirmesi ile başladığı işi için "Bana çok şey katabilecek, özellikle de maddi anlamda çok şey katabilecek bir hobiye sahibim." sözleri ile yaptığı işin maddi boyutuna dikkat çekmiştir.

K13 ile çalışan kooperatif çalışanı K13a bir gelir elde ettiğini ve bu gelire hem evini geçindirdiğini hem de çocuklarını okuttuğunu "Kendi paramı kazanıyorum, ayaklarımın üzerinde duruyorum, çalışmaya devam diyorum yani o yüzden. O da bir güzel oluyor yani bir huzur oluyor. İsteddiğini alıyorsun, istediğin yere gidiyorsun, çocuklarının harçlığını veriyorsun." sözleriyle ifade etmiştir.

K3 ile çalışan K3b maddi kazancını *"Ayaklarımın üstünde durabiliyorum. Yani paramı kazanıyorum, rahat rahat harcıyorum. Eşime muhtaç değilim. Yani bütün ihtiyaçlarımı alıyorum yani."* sözleriyle dile getirmiştir.

Gelir elde etmeyi K4 ile çalışan kooperatif ortağı K4a *"Yani bir çorabın parasını yani bir ekmeğin parasını bile eşimizden isteyen bir kişilerdik. Şu an da yani biz eşimize fayda sağlıyoruz, katkı sağlıyoruz yani. Bu çok insanı mutlu edici bir şey, eve katkı sağlayabilmek, eşine yardımcı olabilmek çok güzel."*, K7 ile birlikte çalışan kooperatif üyesi K7a *"Para kazanması, eşinin eline bakmaması demektir. Yani bazı yerlerde alacağın şeyler oluyor. Vereceğin bazı yerler oluyor. Eşine söylediğin, söyleyemediğin şeyler oluyor. Yani bir şekilde elinde olduğu zaman kendin verebiliyorsun, ihtiyaçlarını karşılayabiliyorsun."* şeklinde aktarmıştır.

K9 kadınların var olan gelirlerini yeni girişimcilik faaliyetleri ile artırdığını, K17'nin iş arkadaşı K17a parasını istediği gibi harcadığını, kooperatif üyesi K20a da pazara gideceği zaman önceden eşinden para aldığını ama şimdi kendi parasını istediği gibi harcadığını aktarmıştır.

4.2.2. Özgüven

Girişimciliğin kazanımlarında öne çıkan ikinci bulgu da kadınlara kazandırdığı özgüven olmuştur. Bulgular ışığında gelir elde etmenin özgüven ile de yakın ilişki içerisinde olduğu ortaya çıkmıştır. Gelir elde etme kadınlarda özgüvenlerini artıran bir kazanım olmuştur.

K13 ve kooperatif ortağı K13b, kooperatif üyesi K20c, K18'in iş arkadaşı K18a, K3 ile çalışan K3b ve K20a girişimcilik faaliyetleri ile birlikte özgüvenlerinin geldiğinden/arttığından bahsetmişlerdir. K13 önceden utandıkları, çekindikleri için yapamadıklarını girişimcilik faaliyetlerini insanlar içerisinde yüksek sesle satış yaparak bunun da getirisini görererek özgüvenlerinin geldiğini ifade etmiştir.

K4 ile çalışan kooperatif ortağı K4b yaşadığı değişimi şu sözlerle dile getirmiştir:

"Yani çok değişiklikler var...Kendime özgüvenim geldi yani... Bu dönemde mesela ben çok öz güvenli bir insanlarla çok haşır neşir olmak istemiyordum. Diyalog kuramadığımı mesela düşünüyordum o zaman. Şimdi mesela daha dik durabiliyorum. Şunu yapabilir miyiz? Hani aslında biz bunu düşünüyoruz ama siz ne diyorsunuz? gibisinden mesela gidip soruları yöneltebiliyoruz."

K9 ile çalışan kooperatif üyesi K9b *"Kadınlar hani evlerinden dışarı çıkmaya başladı. Biraz daha kendilerine güveni arttı açıkçası yani. Hani kadın ne yani kadın çocuk bakar işte, bostan kazar, bağ yapar, bahçe yapar tanımı kalktı ortadan yani. Kadın her şeyi yapabilir konumuna geldi açıkçası."* ifadeleriyle kadınların kazanımlarını dile getirmiştir.

4.2.3. Sosyalleşme

Kadınların girişimci faaliyetlerle birlikte daha çok sosyalleştikleri de öne çıkan bulgulardan olmuştur. Girişimci K8 için *"Bize çok güzel bir ufuk açtılar çok aşırı. Bizi yani evde kalmaktan kurtardılar."* ifadesi kullanılmıştır. Sosyalleşmelerini K7 *"Herhalde kooperatifin bana kazandırdığı en güzel şey bu insan kazandım. Bu çok güzel bir şeymiş diyorum. Keşke daha önce de böyle ilişkiler kurabilseydim. Keşke hayata daha önce atılsaydım diyorum."*, K9 ile çalışan kooperatif üyesi K9b de *"Kadınlar hani evlerinden dışarı çıkmaya başladı."* sözleriyle ifade etmişlerdir.

K4 ile çalışan kooperatif ortağı K4a sosyalleşmesini *"Daha öncesinde dediğimiz gibi ben çalışmıyordum evdeydim. Dizi takip eden, evde boş zamanımı geçiren, çocukları okula gönderdikten sonra boş boş dizi takip eden birisiydik yani. Şu an da değişik arkadaşlarımız var. Sosyalleştik."* şeklinde dile getirmiştir.

K4 ile çalışan bir diğer kooperatif ortağı K4b ise *"Yani çok değişiklikler var. Ben mesela hiç topluma çıkmazdım. Yani sürekli evde kapalı olduğum için çok çekinirim yani. Topluma çıkamam yani. Hani afedersiniz çay verseler, şekerini verin diyemeyecek bir insandım...Artık ben de çevreye, topluma karışmaya başladım. Katılmaya başladım."* sözleriyle yaşadığı değişim sürecini dile getirmiştir.

K9 ile çalışan kooperatif üyesi K9a da sosyal ortamlarda oluşunu *"Burada da herkesinlen muhatap oluyorsun yani güzel bir ortam burası. Müşteriyle paylaşıyorsun bir şeyler yaparkene. Yani bir çay vereyim bir sohbet ediyoruz. Çok güzel bir ortam burası."* sözleriyle aktarmıştır.

4.2.4. Başarma duygusu

Başardım duygusu/düşüncesi de girişimciliğin kazanımlarından biri olmuştur. K12 ile çalışan girişimci K12a bu durumu *"Kadını erkeği yok bu işin. Aynı kıvama geliyor insan, yapa yapa geliyor ama. Bence durmasınlar herkes*

bir yerden başlamalı yani...Yeni bir şey yapıp koymak, "bunu da ben yaptım" demek güzel bir şey." sözleriyle aktarmıştır.

K15 "İşte müşteri geldi, yaptım. Şimdi orada en başta yani o kadar süre, 5-6 ay boş oturduktan sonra artık bir para kazanmak da bir yana hani yapabildiğimi ispatlamak da beni çok mutlu ediyordu.", K15'in iş arkadaşı K15b ise "Bir dışarıdan hani korkuyorsunuz, hiç yapmadığımız bir meslek ama sonra işin içine girdikten sonra, öğrendiğiniz zaman öyle olmadığını görüyorsunuz. Belki de çevresel hani yaklaşımlardan dolayı bu korku baştan oluyor insanda. Yani kadın istedikten sonra her şeyi yapabilir bence. Yani sınır çizilmemesi lazım. Hani ben yapacağım dedikten sonra herkes her işi yapabilir." sözleriyle başarıma duygusunu dile getirmişlerdir.

K7 "Yani kaç yaşından sonra bir şeyler başardığını görmek çok güzel." derken, K9 ile çalışan kooperatif üyesi K9c "Benim eşim vefat etti. Ondan bana kalan bir maaş var Allah'a şükür. Ama ben eşimden bana kaldı diye oturmak istemiyorum. Bir şeyler yapmak, bir şeyler üretmek beni kendime getiriyor başarabilmek. Bunu yapabiliyorum demek benim için her zaman önemli." diyerek başarıma duygusunun altını çizmişlerdir.

4.2.5. İletişim kurabilme

Araştırma bulgularından bir diğeri de daha önce daha sınırlı bir çevrede yaşayan kadınların iletişim becerisi kazanabilmeleri olmuştur. K4 iletişim noktasındaki gelişimini şu sözlerle aktarmıştır; "Bu dönemde mesela ben çok öz güvenli bir insanlarla çok haşır neşir olmak istemiyordum. Diyalog kuramadığımı mesela düşünüyordum o zaman. Şimdi mesela daha dik durabiliyorum şunu yapabilir miyiz? Hani aslında biz bunu düşünüyoruz ama siz ne diyorsunuz? Gibisinden mesela gidip soruları yöneltebiliyoruz."

K7 de iletişim noktasında daha sert, keskin olduğunu ilişkileri çok rahat bitirebildiğini ama girişimcilik süreci ile birlikte "Ama şimdi öyle olmuyor, idare etmek zorundayım." şeklinde iletişim şeklinin değiştiğini aktarmıştır.

K9 da iletişim yeteneği kazanılmasını "Öncelikle zaten bizi herkes bu işi yaparken biraz daha sıkıntılı, biraz daha stresli. Hani yaptıklarımızı o arkadaşımız anlatsın, bu arkadaşımız anlatsın diye birbirlerine topu atarken, şu anda artık herkes yaptığı her işi anlatabilecek kapasitede. Artık sosyal açıdan da kendilerini aşmış bir vaziyetler." sözleriyle dile getirmiştir.

4.2.6. Huzur, içsel tatmin

Girişimcilik faaliyetleri ile elde edilen kazanımlardan biri de huzur, içsel tatmin olmuştur. K13 ile çalışan kooperatif çalışanı K13a "Hiç kimseden mesela, ne diyeyim, yok kardeşim, yok anne, yok baba falan bir şey demiyorsun. Ha diyorum ben oradan alacağım, kendi paramı kazanıyorum, ayaklarımın üzerinde duruyorum, çalışmaya devam diyorum yani o yüzden. O da bir güzel oluyor yani bir huzur oluyor. İstedğini alıyorsun, istediğin yere gidiyorsun, çocuklarının harçlığını veriyorsun, diyorum ya öyle yani güzel oldu." sözleriyle yaşadığı huzuru ifade etmiştir.

Kooperatif üyesi K20b yaşadığı içsel tatmini, "Bir insan, ben ölümü de gördüm, ayrılığı da gördüm, her şeyi gördüm ben ama, şimdi duygulanacağım bak kesin, herkes kendi için yaşıyor bu hayatta, tamam mı? Kocan da ölse geride kalıyorsun, çocuklarlan kendi hayatın için yaşıyorsun; annen-baban da ölse kendin. Tek geliyorsun bu dünyaya kendin tek gidiyorsun. Bu bu bir gerçek yani hayatta. Ne yapcan? Çalışıcan, üreticen, yapcan, yiyecece, yedirecece yani." sözleriyle dile getirmiştir.

K7 ile çalışan kooperatif üyesi K7b de huzuru, "Ya buraya geldik mi yani huzur buluyoruz arkadaşlarla beraber. Böyle gülüş çığırış. Yani böyle huzur buluyorum. Evde otur otur tek başına sıkılıyordum. Bura daha yani böyle terapi gibi geldi." ifadeleriyle aktarmıştır.

4.2.7. Özgürlük

Araştırma sonucu elde edilen bulgulardan bir diğeri de özgürlük duygusu olmuştur. Özgürlük duygusunu kadınlar bazen para kazanma bazen de ev dışında kendi başına hareket edebilme şeklinde dile getirmişlerdir. Kooperatif üyesi K20c özgürlüğünü "Ben buraya geldiğimde arkadaşlarımla birlikte olduğum için iyi hissediyordum ve özgür hissediyordum. Gerçekten de öyleyim zaten özgür bir ruha sahibim. Daha çok kendimize özgüvenimiz geldi daha çok. Zaten özgür hissediyorduk daha da özgür hissetmemizi sağladı bu açıdan." sözleriyle dile getirmiştir.

Kooperatif üyesi K20b de özgürlüğüne eşi ve çocuklarının da "git anne sen de özgürsün" şeklinde destek olduklarını ifade etmiştir.

K9 ile çalışan kooperatif üyesi K9a da önceleri çok evden ayrılmadığını, eşinin devamlı kendini aradığını ama zaman geçince eşine durumu açıklayıp kendi yapacaklarının peşinden gittiğini bir anlamda ev dışında özgür bir alan oluşturduğunu aktarmıştır.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Girişimcilik ülke ekonomisi ve kalkınma ile yakından ilişkili bir kavramdır. Erkeksi bir kavram (Ahl, 2006: 601) olarak ifade edilen girişimcilik 1980 sonrası tüm dünyada yaşanan gelişmeler ışığında önemli bir gelişim kaydetmiştir. Bu gelişim sürecinde sahada aktif olarak kadın girişimci varlığı da görülmektedir. Buradan yola çıkarak araştırmada kadın girişimciler toplumsal boyutta nasıl bir rol üstlenip dönüşüm sağladıkları ve bu süreçte kadınların nasıl kazanımlar elde ettikleri anlamaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmada kadın girişimciliğinin toplumsal dönüştürücü etkisi ve kadın girişimciliğinin bireylere kazandırdıklarına dair önemli bulgular ortaya çıkmıştır. Toplumsal bağlamda kadın girişimcilerin toplumsal fayda ve sorumluluk duygularına sahip oldukları, içinde yaşadıkları toplumdaki diğer kadınlara yol gösteren, destek veren, rol-model olan ve kadınların içindeki güçlerini ortaya çıkarıp kadınları harekete geçiren bir yerde durduğu bulgularla desteklenmiştir.

Araştırmada öne çıkan bulgulardan biri kadın girişimcilerin toplumda iz bırakma, topluma faydalı olma duygularının yüksek olduğudur. Yaşadıkları köye katkı sunmak, istihdam oluşturmak, gelecektekilere temiz bir dünya bırakmak, ülkeye, yaşadıkları topraklara faydalı olmak kadın girişimciler için önemli unsurlardır. Jamali (2009) de topluma önemli bir hizmet sunmak gibi tatmin edici faktörlerin kadın girişimciliğinde öne çıktığını ifade etmektedir. Carranza vd. (2018) de kadınlar tarafından yönetilen işletmelerde ortaya çıkan ekonomik olmayan sonuçları içerisinde topluma hizmet etme isteğinden bahsetmiştir. Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu (2023: 5) adlı araştırmada %18 ile "toplumda iz bırakma isteği", Girişimde Kadın Gücü Araştırma Raporu'nda (2022: 12) ise "topluma faydalı olmak" bulguları araştırma sonuçları ile paralellik göstermiştir. Yine araştırma bulgularına benzer şekilde Moore (2000) kadın girişimcileri sosyal bilinci önemli ölçüde yüksek kişiler olarak tanımlarken Dechant ve Al Lamky (2005) girişimciliğin aile ekonomisine dolaylı olarak da ülke ekonomisine katkısı kadınlar için kendini gerçekleştirme ve topluma katkı sunma noktasında önemli bir işlevinin olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca Goyal ve Parkash (2011: 197)'in kadınların girişimci olma nedenleri arasında saydığı başka kişilere rol-model olma, Birley ve Westhead (1994) da kadın girişimcileri motive eden faktörler arasında rol modellerini takip etme isteğinin altını çizmiştir. Bu sonuçlar yapılan araştırmada ortaya çıkan rol-model olma bulgusu ile benzerlik göstermektedir.

Girişimciliğe adım atan kadınlar daha önce bilmedikleri yeni bir dünyanın içerisine girmişlerdir. Bu sürece geçtikten sonra elde ettikleri kazanımları da gelir elde etme, özgüven, sosyalleşme, başardım duygusu, iletişim kurabilme, huzur/içsel tatmin, özgürlük, girişkenlik, mutlu olmak, yeni beceriler kazanmak, bakış açısını değiştirmek/genişletmek, ekip olabilmeyi öğrenme, sorun çözebilmek, fikir üretme, teknik bilgi edinme, her yönden gelişme olarak ortaya çıkmıştır.

Kadın girişimcilerle ilgili yapılan çalışmalarda Carranza vd. (2018)'nin öz güçlendirme, topluma hizmet etme isteği, mutluluk/refah/yaşamdan memnuniyet Scott (1986)'un, tatmin isteği, Birley ve Westhead (1994)'in bağımsızlık ihtiyacı, kişisel gelişim ihtiyacı, Buttner ve Moore (1997)'un kendini gerçekleştirme sonuçları bu araştırmada ortaya çıkan bulgularla benzerlik göstermektedir.

Bu araştırmada kadın girişimciliğinin en önemli kazanımı gelir elde etmek olarak ortaya çıkmıştır. Kadınlar kendi paralarını kazanma, bu parayı rahatlıkla harcama vurgusunu sıklıkla dile getirmişlerdir. Para kazanma kadınlar için bir anlamda bağımsızlık vurgusu olarak ortaya çıkmıştır. Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu (2023: 5) adlı araştırmada girişimci olmada en önemli faktörün %25,8 ile "daha fazla gelir elde etmek" olduğu Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi-2019 Araştırma Raporu (2019: 3)'nda da kadınların girişimci olmakla en çok özdeşleştirdiği kavramlardan birinin bağımsızlık olduğu, Kadın Girişimciler Araştırması (2015: 15)'nda girişimci kadınların %31'inin bağımsız kişilikler olduğu, aynı araştırmada (2015: 27) kadın girişimci olmanın kazanımı olarak kadınların %44'ünün maddi olarak güçlendiklerinin altı çizilmiştir. Araştırma bulgularına benzer şekilde kadınların girişimci olmaya adım atmalarında yer alan girişimci olmaya "iten" ve girişimciliği fırsat olarak gören yani "çeken" faktörlerde de gelir arayışı ve aile ekonomisine destek verme yer almaktadır (Bruni vd., 2004). Beqo ve Gehrels (2014) de girişimci kadınların daha fazla ekonomik özgürlük elde etme isteğini ifade etmişlerdir. Araştırma bulguları da tüm bunları

doğrular nitelikte kadın girişimcilerin gelir elde etme yani ekonomik özgürlükle birlikte tüm yaşamlarında ve bu süreçlerde daha özgür olma, özgür karar verebilme yetisine de sahip olabildiklerini ortaya koymaktadır.

Araştırma bulgularına göre kadınların kendi paralarını kazanabilmeleri güven/özgüven kazanabilmelerinin de yolunu açmıştır. Kadın Girişimciler Araştırması (2015: 27) kadın girişimci olmanın kazanımlarından birinde kendi işlerini kuran girişimci kadınların %61'inin kendilerine güvenlerinin arttığını dile getirirken aynı araştırma (2015: 15) kadınların kendi işlerini kurma konusunda etkili olan güçlü kişilik özelliklerinden %25'i kendine güvenli olmak olarak ifade edilmiştir. Zapalska ve Fogel (1998), Stathopoulou vd. (2004) de kadın girişimcilerde kişilik özelliklerinden birinin özgüven olduğunu ifade etmişlerdir.

Araştırmada ortaya çıkan bulgulardan biri de kişinin diğerleri ile iletişim kurabilme yeteneğinin gelişmesi olmuştur. Daha önce sosyal ortamlarda bulunmak, bir diğeri ile iletişim kurmak istemeyen kadın girişimciler girişimcilik faaliyetleri sonrasında bu konudaki yeteneklerinin geliştiğini ifade etmişlerdir. Eagly ve Johnson (1990) kadın girişimciliği alanında yaptıkları çalışmalarında insan ilişkilerinde yaşanan sıkıntıları çözmede kadınların erkeklere nazaran daha başarılı olduklarını ifade etmişlerdir. Kadın Girişimciler Araştırması (2015: 15)'nda da görüşülen kişilerin %7'si, sosyal ilişkilerde başarılı olmayı, kendilerine ait iş kurarken etkili özellikler arasında saymışlardır. Bird ve Brush (2002) da girişimcilik başarısında kadınsı olarak nitelendirilebilecek özelliklerden birinin de başkalarıyla ilişki kurmak olduğunu ifade etmişlerdir. Aldrich vd. (1989) kadın girişimcilerin kişiler arası ilişkiler kurmaya erkeklere nazaran fazla önem verdiklerini Brush (1992) da işletmelerini iş birliğine dayalı bir ilişki ağı olarak gördükleri ifade etmişlerdir.

Zapalska ve Fogel (1998) son dönemlerde girişimciliğin bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik yapısına etkisi ile ilgili çalışmalarda artış olduğunu ifade etmektedirler. Kadın girişimciliğinin kırsal bölgelerde de ortaya çıktığı bilinmektedir. Kırsal alanın kendine özgü barındırdığı toprak, arazi, turizm, yerel kimliklerle özdeşleştirilebilecek tarımsal ve sanatsal faaliyetler gibi bazı potansiyel ve zengin alanlar söz konusudur (Saxena, 2012: 23). Bu çalışmada da kırsal kesimde kadın girişimcilerin varlığı dikkat çekici olmuştur. Bağımsız şekilde karar verebilen, risk alabilen, kendine hedef belirlemiş, özgüven, çalışkanlık, yenilikçi düşünebilme gibi kişisel özelliklere sahip girişimciler ile kırsal çevre yeni istihdam alanlarına kavuşmuş olur (Stathopoulou vd., 2004). Bu çalışmada da özellikle kırsal bölgelerde yapılan girişimciliğin diğerleri için bir önemli bir istihdam alanı oluşturduğu görülmüştür.

Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu (2023: 6) araştırmasında kadınların %88,6'lık "Karşıma engeller çıksa da hedeflerime ulaşacağıma inanıyorum" psikolojik bir yılmazlığın ifadesi olurken bu çalışmada da kadınların, aile, eş, sosyal çevre, finans vb. sorunlar olmasına rağmen başarıya inanan, pes etmeyen, kararlı, güçlü kişisel özellikleri ile devam ettikleri görülmüştür. İlk önceki dönemlerde destek verilmesi noktasında sorunlar yaşansa bile süreç içerisinde bu değişmiş aile, sosyal çevre ve finansman ile ilgili sıkıntıların çözüldüğü görülmüştür. Kadın Girişimciler Araştırması (Garanti Bankası, 2015: 22) kadın girişimcilerin en büyük destekçilerinin aile ve eşleri olduğu bulgusunu doğrulamaktadır. Benzer şekilde Goyal ve Parkash (2011) aileyi, kadını girişimci olmayan iten nedenlerden biri olarak görürken Powell ve Eddleston (2013) da aileyi, zenginleştiren bir destek kaynağı olarak görmektedir.

Bu çalışma Goffee ve Scase (1992)'in kadın girişimcilik türleri açısından incelendiğinde daha çok geleneksel ve evcimen kadın girişimciler olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınlar aktif olarak iş yaşamında bulunmakla birlikte geleneksel rollerini sürdürme eğilimi göstermektedir. Sosyo-kültürel açıdan bakıldığında az da olsa yenilikçi kadın girişimcilerin özelliklerini görmek mümkün olurken radikal (feminist) girişimci örneğine rastlanmamıştır.

Carranza vd. (2018) ve Goyal ve Parkash (2011)'in kadın girişimciler için statü kavramının önemli olduğu Birley ve Westhead (1994)'in kadın girişimcilerin zenginlik düşünceleri, vergisel etkiler, onaylanma ihtiyacı bu çalışma bulguları ile eşleşmemektedir. Girişimde kadın gücü araştırma raporu (2022: 12)'nda da "kendi kendilerinin patronu olmak", "meslek hayatlarında kendi kararlarını kendilerinin vermesi" gibi başlıkların öne çıktığı görülmüştür. söz konusu araştırmalarda ortaya çıkan sonuçlar bu çalışma bulguları ile benzerlik göstermemektedir.

Çalışma bütünsel olarak değerlendirildiğinde Türkiye'nin farklı şehirlerinden kadın girişimciler değerlendirilmiştir. Daha sonra yapılacak araştırmalar için özellikle kadın girişimciliğinin sosyo-ekonomik

koşullar ve kültürden önemli derecede etkilendiği düşünüldüğünde daha mikro ölçekli çalışmalara da ihtiyaç duyulduğu ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Afshar, H. (1991). *Women, Development and Survival in the Third World*. Londra, Longman.
- Ağar, E. (2022). Girişimcilik ve kadın girişimciler: Yatırım teşvikleri açısından bir değerlendirme. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Altınbaş Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5), 595-621.
- Akarsu Kulak, M. (2023). Türkiye'de kadın girişimciliği ve AB fonlarında mali yardımlar. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyüz, S. (2024). Çalışanların değerlendirmesine göre kadın girişimcilerin cesaretleri ile girişimci liderlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Antalya Bilim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Aldrich, H. (1989). Networking Among Women Entrepreneurs, Hagan, O., Rivchun, C. and Sexton, D. (Ed.), *Women-Owned Businesses*, New York, Praeger, 103-132.
- Aldrich, H., Reese, P., & Dubini, P. (1989). Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the United States and Italy, *Entrepreneurship and Regional Development* 1 (4), 339-356.
- Allen, S., & Truman, C. (1993). *Women in Business: Perspectives on Women Entrepreneurs*, London, Routledge Press.
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., & Mero, N. P. (1999). Women business owners in traditional and non-traditional industries, *Journal of Business Venturing*, 15 (3), 279-303.
- Ascher, J. (2012). Female entrepreneurship—An appropriate response to gender discrimination, *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8 (4), 97-114. <https://doi.org/10.7341/2012847>
- Bektaş, C. (2021). Girişimcilik kariyerinin tercihinde ve sürdürülmesinde kadın girişimcilerin karşılaştığı engeller ve sorunların araştırılması: Karabük ili örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Beqo, I., & Gehrels, A. S. (2014). Women entrepreneurship in developing countries: A European example, *Research in Hospitality Management*, 4 (1-2), 97-103. <https://doi.org/10.1080/22243534.2014.11828320>
- Berglann, H., Moen, E. R., Roed, K., & Skogstrom, J. F. (2011). Entrepreneurship: Origins and returns, *Labour Economics*, 18 (2), 180-193. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2010.10.002>
- Bird, B., & Brush, C. (2002). A Gendered perspective on organizational creation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (3), 41-65. <https://doi.org/10.1177/104225870202600303>
- Birley, S., & Westhead, P. (1994). A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size, *Journal of Business Venturing*, 9 (1), 7-31.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method, *Qualitative Research Journal*, 9 (2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Bridge, S. (1998). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*, Macmillan Business, London.
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs, *Journal of Organizational Change Management*, 17 (3), 256-268. <https://doi.org/10.1108/09534810410538315>
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (4), 5-30.
- Brush, C. G., & Brush, C. G. (2006). *Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective*, London, Edward Elgar Publishing.

- Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective, *Entrepreneurship & Regional Development*, 24 (1-2), 1-6. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637340>
- Buttner, E. H., & Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success, *Journal of Small Business Management*, 35 (1), 34-46.
- Byrne, M. (2001). Data analysis strategies for qualitative research, *AORN Journal*, 74 (6), 904-905.
- Carranza, E., Chandra, D. & Love, I. (2018). Female entrepreneurs: How and why are they different?, *Jobs Group Papers, Notes, and Guides* 30633575, The World Bank.
- Civera, A., & Meoli, M. (2023). Empowering female entrepreneurs through university affiliation: Evidence from Italian academic spinoffs, *Small Business Economics*, 61 (3), 1337-1355. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00729-z>
- Coughlin, J., & Thomas, A. (2002). *The Rise of Women Entrepreneurs: People, Processes and Global Trends*, Westport, CN, Quorum Books.
- Coulter, M. (2001). *Entrepreneurship in Action*, New Jersey, Prentice-Hall.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, çev. Bütün, M., ve Demir, S. B., Ankara, Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J. W., & Miller, D.L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory Into Practice*, 39 (3), 124-130.
- Çelik, T. (2021). Bölgesel kalkınmada kadın girişimciliğinin etkisi: Çorum ili örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature, *European Management Journal*, 32 (3), 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>
- Dechant, K., & Al Lamky, A. (2005). Toward an understanding of Arab women entrepreneurs in Bahrain and Oman, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10 (2), 123-140.
- Destek ve teşvikler. (2024). *Kadın Girişimcilerimizle Güçlü Yarınlar*. <https://kadingirisimci.gov.tr/destek-ve-tesvikler/> (Erişim tarihi: 28 Nisan 2024).
- Dhillon, P. K. (1993). *Women Entrepreneurs: Problems and Prospects*, New Delhi, Blaze.
- Eagly, A. H., & Johnson, B. T. (1990). Gender and leadership style: A meta-analysis, *Psychological Bulletin*, 108 (2), 233-256.
- Ergüney, D. İ. (2021). Women entrepreneurs' learning experiences in securing microcredit and establishing a business. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erol, H. (2023). Optik sektöründe kadın girişimciliğinin önündeki engeller üzerine nitel bir araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ertürk, D. Ö. (2022). Financial inclusion of women in business in Türkiye: Can women entrepreneurs and SMEs really benefit from bank financing? *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Garanti Bankası. (2015). *Kadın Girişimciler Araştırması*. https://kadingirisimci.gov.tr/media/kv5hnm0/7-garanti_kadin_girisimciler_rapor_20150625.pdf (Erişim tarihi: 23 Mayıs 2024).
- Germann, F., Anderson, S. J., Chintagunta, P. K., & Vilcassim, N. (2023). Frontiers: Breaking the glass ceiling: Empowering female entrepreneurs through female mentors, *Marketing Science*, 43 (2). <https://doi.org/10.1287/mksc.2023.0108>
- Ghaderi, Z., Tavakoli, R., Bagheri, F., & Pavee, S. (2023). The role of gender equality in Iranian female tourism entrepreneurs' success, *Tourism Recreation Research*, 48 (6), 925-939. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2168857>

- Goffee, R., & Scase, R. (1985). *Women in Charge: The Experiences of Female Entrepreneurs*, London, George Allen and Unwin.
- Goffe, R., & Scase, R. (1992). *Kadınlar İş Başında*, Ankara, Eti Kitapevi.
- Goyal, M., ve Parkash, J. (2011). Women entrepreneurship in India-problems and prospects, *International Journal of Multidisciplinary Research*, 5 (1), 195-207.
- Greer, M., & Greene, P. G. (2003). Feminist Theory and the Study of Entrepreneurship, Butler, J. (Ed.), In *New Perspectives on Women Entrepreneurs*, Research in Entrepreneurship and Management Series. Greenwich, CT, Information Age Publishing, 1-24.
- Gundry, L., & Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises, *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 435-470.
- Guo, F., Sun, X., Zhou, A., Tan, Q., & Lai, K. (2024). Entrepreneurial motivations, entrepreneurial persistence, and academic entrepreneurship performance: Moderating effects of innovation and entrepreneurship support institutions and female entrepreneurs, *Ieee Transactions on Engineering Management*, 71, 1091-11104. <https://doi.org/10.1109/TEM.2024.3407093>
- Gün, M. (2021). Mikrokredi uygulamasının kadın girişimciliği üzerindeki etkilerinin bölgesel kalkınma açısından değerlendirilmesi: Denizli örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Halkbank ve İstanbul Üniversitesi. (2023). *Üreten Kadınların Girişimcilik Yolculuğu*. https://kadingirisimci.gov.tr/media/ow2o4fxg/6-ureten_kadınlar_girisimcilik_yolculugu_ocak2023_isbn-1.pdf (Erişim tarihi: 22 Mayıs 2024).
- Hammad, A. (2024). A study of female entrepreneurs' behavior and their appetite towards risk-taking & innovative skills in the Arab countries of the Middle East. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ostim Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TRT1. (2024). *Hayallerinin peşinde*. <https://www.trt1.com.tr/programlar/hayallerinin-pesinde> (Erişim tarihi: 08 Mart 2024).
- Hebert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship, *Small Business Economics*, (1), 39-49.
- Herrington, M., and P. Kew. 2017. *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Global Report 2016/2017*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA), London, U.K.
- Hisrich, R. D., & O'Brien, M. (1981). The Woman Entrepreneur as a Reflection of the Type of Business, Vesper, K. H., *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Boston, MA, Babson College, 54-67.
- Hisrich, R. D. & Öztürk, S. A. (1999). Women entrepreneurs in a developing economy, *Journal of Management Development*, 18 (2), 114-125. <https://doi.org/10.1108/02621719910257639>
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, Boston, McGraw-Hill/Irwin.
- İraz, R. (2010). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobi'ler*, Konya, Çizgi Kitabevi.
- Jamali, D. (2009), Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective, *Gender in Management An International Journal*, 24 (4), 232-251.
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?, *The Academy of Management Annals*, 7 (1), 663-715. <http://dx.doi.org/10.1080/19416520.2013.782190>
- Johnson, D. (2001). What is innovation and entrepreneurship? Lessons for large organizations, *Industrial and Commercial Training*, 33 (4), 135-140.
- Kara, A. (2022). Türk kadın girişimcilerin uluslararası girişimci olma yönünde karşılaştıkları engeller ve fırsatlar: Malatya ili örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kelley, D. J., Brush, C. G., Greene, P. G., ve Litovsky, Y. (2011). *Global entrepreneurship monitor, 2010 Report: Women entrepreneurs worldwide*, Massachusetts & London, Babson College, and the Global Entrepreneurship Research Association.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of Behavioural Research*, New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Khabbaz, L., & Kuran, O. (2024). Empowering rural Lebanese female entrepreneurs: A resource-based perspective, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 29 (1). <https://doi.org/10.1142/S108494672450002X>
- Kritikos, A. S., Maliranta, M., Nippala, V., & Nurmi, S. (2024). Does gender of firm ownership matter? Female entrepreneurs and the gender pay gap, *Journal of Population Economics*, 37 (2). <https://doi.org/10.1007/s00148-024-01030-x>
- Lashgarara, F., Roshani, N., & Najafabadi, M. O. (2011). Influencing factors on entrepreneurial skills of rural women in Ilam City, Iran, *African Journal of Business Management*, 5 (14), 5536-5540. Doi: 10.5897/AJBM11.623
- Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997). Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance, *Journal of Business Venturing*, 12 (4), 315-339. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00061-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00061-4)
- Li, L. (2024). Femininity penalties and rewards: Obstacles and opportunities for Chinese female entrepreneurs in gender-segregated industries, *Gender in Management*, Early Access. <https://doi.org/10.1108/GM-03-2023-0083>
- Ljunggren, E., & Kolvereid, L. (1996). New business formation: Does gender make a difference?, *Women in Management Review*, 11 (4), 3-12.
- Lofland, F. J., Snow, D., Anderson, L., & Lofland, L. H. (2006). *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*, Belmont, Canada, Wadsworth Thomson.
- Mardin, N. B. (2000). *Sağlık Sektöründe Kadın*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Mboko, S., & Smith-Hunter, A. E. (2009). Women entrepreneurs in Zimbabwe: A case study, *The Journal of Global Business Issues*, 3 (1), 157-169.
- McAdam, M. (2013). *Female Entrepreneurship*, London and New York, Routledge.
- Mcgowan, P., Redeker, C. L., Cooper, S. Y., ve Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities, *Entrepreneurship & Regional Development*, 24 (1-2), 53-72. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*, Sage, Thousand Oaks.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms, *Management Science*, 29 (7), 770-791.
- Minniti, M. (2009). Gender issues in entrepreneurship, *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5 (7-8), 497-621.
- Minniti, M., & Arenius, P. (2003). Women in Entrepreneurship, *The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium*. 29 Nisan 2003.
- Minniti, M. & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries?", *The European Journal of Development Research*, 22 (3), 277-293.
- Mirzali, G. (2022). Azerbaycan'da kırsal alanda kadın girişimciliğine etki eden faktörler. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Monaci, M. (1997). *Genere e Organizzazione*, Milan, Guerini e Associati.
- Moore, D. P. (2000). *Transitions-Milestones On The Route To Success*. (s. 1-5). USASBE Proceeding.

- Morkoç, H. (2022). Bartın ilindeki kadın girişimcilerin sorunları ve çözüm önerileri. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Mwangi, S. M. (2012). Psychosocial challenges facing female entrepreneurs in rural informal sector and their coping mechanisms: A case study of gucha district, Kenya, *Research on Humanities and Social Sciences*, 2 (2), 15-27.
- Nachmias, D., & Nachmias, C. (1976). *Research methods in the social sciences*, UK, Edward Arnold.
- Nwachukwu, C., Chladkova, H., & Vu, H. M. (2024). Motivation, challenges and strategies of female social entrepreneurs in the micro-lending sector, *International Journal of Business Environment*, 15 (2). <https://doi.org/10.1504/IJBE.2024.137819>
- OECD. (1993). The rise of women entrepreneurs, OECD Newsletter.
- Oseifuah, E. K. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa, *African Journal of Economic and Management Studies*, 1 (2), 164-182. <https://doi.org/10.1108/20400701011073473>
- Osei-Tutu, J., & Janewa, J. (2024). Intellectual Property, Social Justice, and Human Development Empowering Female Entrepreneurs Through Trademark Law, S. D. Jamar, S. D. & Mtima, L., *Cambridge Handbook of Intellectual Property and Social Justice*, New York, Cambridge University Press, 435-447.
- Özbey, M. D. (2022). Sürdürülebilir kırsal kalkınmada mikro kredinin kadın girişimciliğine etkisi: İzmir örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkeçeci, K. (2021). Kadın girişimciliğinde kullanılan finansman temin yolları ve karşılaşılan sorunlar Gaziantep ili örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Panda, S., & Dash, S. (2016). Exploring the venture capitalist–entrepreneur relationship: Evidence from India, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23 (1), 64-89.
- Parvin, L., Rahman, M. W., & Jia, J. (2012). Determinates of women microentrepreneurship development: An empirical investigation in rural Bangladesh, *International Journal of Economics and Finance*, 4 (5), 254-260. <https://doi.org/10.5539/ijef.v4n5p254>
- Powell, G. N., & Eddleston, K. A. (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: Do female and male entrepreneurs experience different outcomes?, *Journal of Business Venturing*, 28 (2), 261-280.
- Prasad, D. B. (2008). Content analysis: A method of Social Science Research. D. K. Lal Das, & V. Bhaskaran içinde, *Research methods for social work* (s. 174-193). New Delhi: Rawat Publications.
- Rao, V., Venkatachalm, A., & Joshi, H. G. (2013). A study on entrepreneurial characteristics and success of women entrepreneurs operating fashion and apparel business, *Asian Journal of Management Sciences and Education*, 2 (2), 136-147.
- Roomi, M. A. (2009). Impact of social capital development and use in the growth process of women-owned firms, *Journal of Enterprising Culture*, 17 (04), 473-495. <https://doi.org/10.1142/S0218495809000436>
- Sarri, K., & Trihopoulou, A. (2004). Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: A review of the Greek situation, *Women in Management Review*, 20 (1), 24-36.
- Sağlam, G. Y. (2023). Mikro kredilerin kadın girişimciliğine ve sosyo-ekonomik hayatına etkisi: Eskişehir ili örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saxena, S. (2012). Problems faced by rural entrepreneurs and remedies to solve it, *Journal of Business and Management*, 3 (1), 23-29.
- Schindehutte, M., Morris, M., & Brennan, C. (2003). Entrepreneurs and motherhood: Impacts on their children in South Africa and the United States, *Journal of Small Business Management*, 41 (1), 94-107. <https://doi.org/10.1111/1540-627X.00069>

- Scott, C. E. (1986). Why more women are becoming entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, 24 (4), 37-44.
- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23 (3), 11-27.
- Silver, D. A. (1983). *Entrepreneurial Life*, New York, John Wiley.
- Slevin, D. P., & Covin, J. G. (1990). Juggling entrepreneurial style and organizational structure: How to get your act together, *Sloan Management Review*, 31 (2), 43-53.
- Solesvik, M., Iakovleva, T., & Trifilova, A. (2019). Motivation of female entrepreneurs: A cross-national study, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26 (5), 684-705. <http://doi.org/10.1108/JSBED-10-2018-0306>
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., & Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe, a research framework and agenda, *International Journal of Entrepreneurial Behavior&Research*, 10 (6), 404-412. <http://dx.doi.org/10.1108/13552550410564725>
- Stevenson, L. (1990). Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs, *Journal of Business Ethics*, 9 (4/5), 439-446.
- Şahinoğlu, E. (2024). Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların tespiti ve bu sorunların kadın girişimciler üzerindeki etkilerinin incelenmesine yönelik bir uygulama: İstanbul ili örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Türk Tuborg A.Ş. ve KAGİDER. (2019). *Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi-2019 Araştırma Raporu*. <https://kadingirisimci.gov.tr/media/yfldcfhq/4-turkiye-kadin-girisimcilik-endeksi.pdf> (Erişim tarihi: 18 Mayıs 2024).
- TURKONFED ve Türkiye İş Bankası. (2022). *Girişimde Kadın Gücü Araştırma Raporu*. <https://kadingirisimci.gov.tr/media/lnlb5ncy/5-girisimdekadingucuarastirmaraporu0522-7640-1.pdf> (Erişim tarihi: 15 Nisan 2024).
- TÜİK. (2023). İstatistiklerle kadın. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2023-53675> (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2024).
- TÜSİAD. (2000). *Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş: Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset*. İstanbul: Yayın no: TÜSİAD-T/2000- 132/290.
- Treanor, L., & Marlow, S. (2024). A nudge in the right direction? Gender-informed support by female business-incubation managers for female STEM-entrepreneurs, *Entrepreneurship and Regional Development*, Early Access. <https://doi.org/10.1080/08985626.2024.2362838>
- TRT 60 Yaşında. (2024). Yapımlar. <https://www.trt60yasininda.com/yapimlar> (Erişim tarihi: 13 Haziran 2024).
- Ughetto, E., Rossi, M., Audretsch, D., & Lehmann, E. E. (2020). Female entrepreneurship in the digital era, *Small Business Economics*, 35, 305-312. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00298-8>
- Üzel, N. (2022). Kırsal alanda kadın girişimciliği ve engeller; Edirne ili Meriç ilçesi Alibey köyü örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Vijayakumar, T., & Naresh, B. (2013). Women entrepreneurship in India- Role of women in small and medium enterprises, *TRANS Asian Journal Of Marketing & Management Research*, 2 (7), 13-25.
- Welsh, D. H., Memili, E., Kaciak, E., & Miyuki, O. (2014). Japanese women entrepreneurs: Implications for family firms, *Journal of Small Business Management*, 52 (2), 286- 305. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12099>
- Wennekers, S., van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it u-shaped? 6 (3), 167-237.
- Xie, X., ve Wu, Y. (2023). Female entrepreneurs' narcissism and new venture performance in high-tech sectors: The moderating roles of gender discrimination and political connections, *Asia Pacific Journal of Management*. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09933-1>

- Verheul, I., Stel, A.V., & Thurik, R. (2006), "Explaining female and male entrepreneurship at the country level, *Entrepreneurship and, Regional Development*, 18 (2), 151-183.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım Öztekin, B. H. (2023). Yerel kalkınmada kadın girişimciliğin önemi: Batman özelinde bir uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: Research review and future directions, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6 (12), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>
- Yalçinkaya, T. (2021). Kadın girişimcilerde stratejik liderlik davranışı: Isparta Ticaret Odası kadın girişimci üyeleri üzerine bir araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.-Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Younus, I. (2023). Decision-making in complex environments: A study of women entrepreneurs in Pakistan. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zapalska, A., & Fogel, G. K. (1998). Characteristics of Polish and Hungarian entrepreneurs, *Journal of Private Enterprise*, 19 (2), 132-144.
- Zhang, T. (2024). Commentary on "Frontiers: Breaking the glass ceiling: Empowering female entrepreneurs through female mentors", *Marketing Science*, 43 (4), 918 – 920 <https://doi.org/10.1287/mksc.2024.0802>
- Zhang, Y. (2023). The influence of cultural orientation on the entrepreneurial motivation of Chinese female returnee entrepreneurs-from the perspective of cultural integration, *Frontiers in Communication*, 8, (1-13). <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1190190>