



## Güçlendirme Yaklaşımı Perspektifinden Kadın Girişimciler: Turizm Sektörü Üzerine Nitel Bir Araştırma (Women Entrepreneurs from the Perspective of Empowerment Approach: A Qualitative Research on the Tourism Sector)

G. Aslı PEKTAŞ<sup>a</sup> , \* Hülya KURGUN<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Dokuz Eylül University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, İzmir/Türkiye

<sup>b</sup> Dokuz Eylül University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, İzmir/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 26.03.2024

Kabul Tarihi: 29.06.2024

### Anahtar Kelimeler

Kadın girişimciliği

Düşünümsel değişim

Güçlendirme

### Öz

Bu çalışma kadın girişimcilerin değişim ajanı olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kültürel normlar üzerinde nasıl bir etki yarattığı sorusundan hareket etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı; ülkelerin kalkınmasında çok önemli yer tutan ancak erkek egemen söyleme sahip girişimcilik ekosisteminde istenen ve beklenen istihdamı sağlayamayan kadın girişimcilerin güçlendirme yaklaşımı bakış açısı ile ekonomik çıktılarının yanı sıra toplumsal olarak yarattıkları değişimdeki önemli rollerini ortaya koymaktır. Bu amaçla, toplumsal normlar ve cinsiyet eşitsizliği ile mücadele eden kadın girişimcilerin kadının dezavantajlı olduğu girişimcilik ekosistemine girmelerinde etkili olan nedenler, karşılaştıkları engellemeler ve bu engellemeler karşısındaki motivasyonları ve yarattıkları dönüşüm, örneklem kapsamında yer alan ve turizm sektöründe faaliyet gösteren dört kadın girişimci üzerinde yapılan araştırma ile belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji yöntemi tercih edilmiş ve veri analizinde içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin bölgesel kalkınmada yarattıkları önemli ekonomik gelişimin yanı sıra toplumun düşünce yapısında da değişimler yarattıkları belirlenmiştir.

### Keywords

Women entrepreneurs

Reflexive change

Empowerment

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Abstract

This study starts from the question of what impact women entrepreneurs have on gender inequality and cultural norms as change agents. In this regard, the aim of the study is to reveal the important role of women entrepreneurs, who have a very important place in the development of countries but cannot provide the desired and expected employment in the entrepreneurship ecosystem with a male-dominated discourse, in the social change they create as well as in their economic output, from the perspective of empowerment approach. For this purpose, the reasons that influence female entrepreneurs struggling with social norms and gender inequality to enter the entrepreneurship ecosystem where women are disadvantaged, the obstacles they encounter, their motivations against these obstacles and the transformation they create, were examined through a research conducted on four female entrepreneurs operating in the tourism sector within the scope of the sample. has been attempted to be determined. In the study, the phenomenology method, one of the qualitative research designs, was preferred and content analysis was used in data analysis. As a result of the research, it was determined that women entrepreneurs not only created significant economic progress in regional development, but also changed the mentality of the society.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: hulya.kurgun@deu.edu.tr (H. Kurgun)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1441

## GİRİŞ

Girişimcilik, ülkelerin ekonomik büyüme ve gelişmesine olan yadsınamaz katkısından dolayı çok uzun zamandır kalkınma aracı olarak ulusal politikaların önceliğidir (Soysal, 2013, s.167).Yenilikçi fikirler ile yeni pazarlar oluşturan, atıl kaynakları ekonomiye kazandıran, istihdam sağlayarak işsizliği önleyen rolü ile ekonomik olarak büyük çıktıları olan girişimcilik, aynı zamanda bölgesel gelişmişlik farklarını azaltarak, toplumsal refah düzeyinin yükselmesinde, yaşam kalitesinin arttırılmasında ve cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesinde önemli bir araçtır.

Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin ortak özelliği olarak girişimci sayısının azlığı ve girişimciliğin yeterince ve doğru politikalar ile desteklenemediği görülmektedir. Gelişmiş ülkelere baktığımızda ise kadın girişimciliğinin her alanda desteklendiği ve yeni politikalar ve stratejiler ile daha da geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir (İlhan & Oruçlu, 2023, s.121). Ekonomik kalkınma ve sürdürülebilirlik için çalışma yaş aralığında yeralan her bireyin istihdama ve girişimciliğe katılımı çok önemlidir. Bu nedenle, özellikle kadın istihdamının arttırılmasına yönelik politikaların başında kadın girişimciliğinin desteklenmesi gelmektedir. Nüfusun yarısını oluşturan kadınların girişimcilik faaliyetine katılımı ile hem ekonomik gelişim hem de cinsiyet eşitsizliği, toplumsal normlar ve ön yargılarda ve kadın yoksulluğu gibi konularda değişim ve dönüşüm gerçekleşir (Byrne vd., 2019, s.159; Neumeyer vd., 2019). Kadın girişimcilerin fazla olduğu toplumlara bakıldığında, ekonomik büyüme ve kalkınmanın yanı sıra iş imkanlarının, toplumsal ve bireysel gelişmişlik düzeylerinin de arttığı gözlemlenmektedir. Bu durum da kadın girişimciliğinin popüleritesini arttırmaktadır.

Çin’de 1995 yılında gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler (UN) Dördüncü Dünya Kadın Konferansında kabul edilen Pekin Deklarasyonu ve Eylem Platformu'na göre girişimcilik, cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında ve kadınların ekonomik güçlendirilmesinde anahtar unsurlardan biri olarak onaylanmıştır (Halaç & Meşe, 2021, s.256). Birleşmiş Milletler, üyesi bulunan 193 ülkeyle birlikte, "Hiç kimseyi geride bırakmamak" sloganı ile 2030 yılına kadar ulaşılması amaçlanan ve 17 ana başlıktan oluşan sürdürülebilir kalkınma hedeflerini oluşturmuştur. Böylece, girişimcilik yolu ile eşitlik ve güçlendirme yaklaşımına vurgu yapılmıştır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, sağlıklı ve nitelikli yaşama, eğitime ulaşamama, iş imkânı, dengesiz gelir dağılımı gibi farklı biçimlerde karşılaşılan kadın yoksulluğu ile kadınlar ekonomiye katılamamanın yanı sıra toplumda da aktif rol alamamaktadır (Yıldırım & Gül, 2021, s.687). İşgücüne katılan kadınların büyük bir bölümü de emek sömürüsüne maruz kalmaktadırlar.

Ülkelerin içinde buldukları coğrafya, sahip oldukları kültür, toplumsal ve kültürel normların girişimcilik ekosistemini etkilediği kabul edilmektedir. Girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik arasında sıkı bir bağ olduğu belirtilse de girişimcilik için uygun ekosistemin ve sosyo-ekonomik şartların olması da büyük önem taşımaktadır (Zapalska & Fogel, 1998, s. 138; Chao vd., 1998, s.298). Kadınlar içselleştirilmiş toplumsal cinsiyet rollerinden dolayı erkek egemen yapının baskısından kurtulamamakta ve geleneksel rollerini kabullenmektedirler. Girişimcilik ile iş hayatının yeni aktörleri haline gelen kadınlar, erkek egemenliğinin baskın olduğu çalışma hayatında neoliberal politikaların yön verdiği şekilde kendileri için belirlenen sınırlar dâhilinde rollerini oynamaya çalışmaktadırlar (Çiftçi & Sağır 2017, s. 47). Girişimcilik, aynı zamanda anne, eş, ev kadını, hasta bakıcı gibi kadına öğretilmiş ve birey ve toplum tarafından içselleştirilmiş rollerini başarılı bir şekilde devam ettirebilmenin ve dengelemenin alternatif bir yolu gibi görülmektedir.

Kadın girişimcilerin hem ekonomik hem toplumsal kalkınmada oynadıkları önemli rollerin belirlenmesi ile birlikte kadınların daha çok iş hayatında yer alması için bugüne kadar uygulanan politikalar ekonomi odaklı

neoliberal bakış açısıyla ele alınmıştır. Ancak bu politikalar ile "atıl işgücü" olarak adlandırılan kadın, "girdi-işgücü" olarak ekonomide kendine yer bulmaya çalışsa da, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, kültürel ve toplumsal norm ve kurallar, ataerkil yapı gibi pek çok farklı etkenlerden dolayı tam katılım ve performans gösterememektedir (Öğüt, 2006, s.73). Bu nedenle politikalar ve stratejiler belirlenirken mevcut durum ve baskın görüş tespitinin doğru yapılması gerekmektedir. Kadın girişimciliğine yönelik alan yazın incelendiğinde kadın girişimciliğinin ağırlıklı olarak yoksulluğun giderilmesi, istihdam ve gelir yaratmadaki payı gibi ekonomik boyutuyla ele alındığı görülmektedir (Sallan-Gül vd., 2016; Ecevit, 2007; Topateş vd., 2022). Hughes vd. 2012' de yaptıkları çalışmada kadın girişimciliğinin kültürel ve sosyal bağlamda daha geniş bir perspektif ile ele alınması gerektiğini vurgulayarak, özellikle sosyal normlar ve cinsiyet rolleri gibi faktörlerin girişicilik üzerindeki etkileri üzerinde durulmasının gerekliliğini savunmaktadırlar. Toplumsal cinsiyet bakış açısıyla konuya eğilen araştırmalarda kadın girişimciliğinin erkeklerden bağımsız, ayrı bir şekilde çalışılması gereken bir fenomen olduğu savunulmaktadır. Erkeksi süreç ve davranışlar ile ilişkilendirilen girişimcilik eylemine yeni katılan kadın aktörlerin süreçlerinin ve davranışlarının farklı bir bakış açısı ile incelenmesi, kadınsı normların da öne çıkarılması gerektiği belirtilmektedir (Bird & Brush, 2002, s.46). Kadın girişimciliğinde en çok ihtiyaç duyulan, çok yönlü bakış açısıdır. Yapılan çalışmalarda rol modelin önemine dikkat çekilerek, kadın girişimciliğinin toplumsal yapı, kültürel yapı ve normaler ve cinsiyet eşitsizliğin giderilmesindeki büyük önemine dikkat çekilerek rol model eksikliğinden bahsedilmektedir (Arıkan, 2016, s.154; Karadirek, 2023, s.507). Kadın girişimciliğinde rol model eksikliğinden dolayı girişimciliğe yönelimlerinin az olduğu belirtilmektedir (Soysal, 2010, s.104;). İlgili literatür incelendiğinde çalışmaların genel olarak kadın girişimcilerin önündeki engeller ve fırsatlar, itici ve çekici faktörler, motivasyonları, kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Baysal, 2020; Özkaya, 2009, s.58). Benzer konuların bölgesel/şehirsiz bazda çalışıldığı da görülmüştür.

Turizm sektörü, kadınlar için sadece ekonomik fırsatlar yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal ve kültürel gelişime de büyük katkı sağlamaktadır. Kadınların bu sektördeki rolü, hem istihdam hem de girişimcilik açısından önemlidir. Dünya Turizm Örgütü'nün (World Turizm Organization-UNWTO) 2019 raporuna göre turizm sektöründe çalışanların %54'ü kadındır. Bu oran, kadınların diğer sektörlerle kıyasla turizmde daha fazla temsil edildiğini göstermektedir. Özellikle, kırsal turizmde yoğun olarak faaliyet gösteren kadın girişimciler, kadınların sosyo ekonomik olarak güçlenmelerinin yanı sıra toplumsal ve bölgesel kalkınmada da önemli rol oynamaktadırlar (Boyacıoğlu, 2014). Kadın girişimciliği literatüründeki eksikliklerden ve önceki çalışmalarda özellikle üzerinde durulan rol model eksikliği ve toplumsal ve kültürel değişimlerdeki rollerinin öneminden yola çıkarak, bu çalışma ile turizm sektöründe yöresinde bir ilki başlatarak fark yaratan kadın girişimcilerin ekonomik değer yaratmalarının yanında, bu süreçte toplumun bakış açısı, düşünce ve inanç sisteminde neden olduğu değişimler ile cinsiyet eşitliğinde oynadığı önemli rolleri ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu kadınların hangi noktada, nasıl eyleme geçtiği, karşılaştıkları tepkiler ve bu tepkilere nasıl karşı durdukları incelenerek durum tespiti yapılmıştır.

## **Teorik Çerçeve**

1970'li yıllara kadar kalkınma ve ekonomik büyüme birbiri ile paralel ilerleyen kavramlardır. Ekonomik büyüme ile birlikte bu büyümenin olağan sonucu olarak insani, toplumsal ve kültürel değişimlerin de gerçekleşeceği varsayılmıştır. Toplumsal ve kültürel değişimlerin kalkınma üzerindeki etkileşimleri ve bunun sonuçlarına gereken önem verilmemiştir (Çakmak, 2003, s.52). Geldiğimiz noktada kalkınmanın büyümeden daha fazlasını içerdiği kabul

gören bir olgudur. Günümüzde, kalkınma sadece ekonomik bir büyüme değil aynı zamanda bireylerin sahip oldukları potansiyelleri açığa çıkararak ve sosyal ve kültürel değişim yaratan bir süreçtir (Turhan, 2002, s.153). Ülkelerin kalkınma düzeyleri, yaşanan toplumsal cinsiyet eşitsizliği seviyelerini de ortaya koymaktadır (Toksöz, 2011, s.7). Girişimcilik toplumsal düzlemde yarattığı kültürel ve sosyal değişimler, ekonomik gelişim, insani yaşam, cinsiyet eşitliği sağlamadaki çıktıları, ülkeler/bölgeler arası gelişmişlik farklarının kapatılmasında oynadığı rol ile kalkınmanın önemli bir aktörüdür. Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların çalışma yaş aralığıdaki bölümünün bu sürece dahil olması girişimci sayısının artırılması açısından önemlidir. Kadın girişimcilerin önemini ve popülerliğinin artması ile beraber devlet desteği, stratejiler ve eylem planları, girişimcilik programları gibi çeşitli destekleyici politikalar geliştirilse bile kadın ve erkek arasında yaşanan eşitsizliğe neden olan etkenler göz ardı edildikçe kadın sadece girdi-iş gücü olarak kalmaktadır. Bu, uygulanan neoliberal görüşün baskın olduğu strateji ve politikalar, cinsiyet eşitsizliği, kadın yoksulluğu gibi toplumsal ve kültürel sorunların çözümüne hizmet etmemektedir. Türkiye'nin özellikle 1999'da Avrupa Birliğine adaylık sürecinin başlaması ile birlikte, kadınların iş hayatına katılımı ve kadın girişimciliği konularında devlet tarafından politika ve stratejiler geliştirilmeye başlanmış, bu bağlamda, mikro krediler verilmiş, hibe ve girişimcilik programları başlatılmış, kalkınma ajansları açılmaya başlanmıştır. Türkiye, başta Anayasa olmak üzere tüm yasalarda kadın erkek fırsat eşitliğinin güvence altına alınması amacıyla önemli değişiklikler yapmıştır. 2004 yılında Anayasa'nın 10. maddesine "Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamak ile yükümlüdür" hükmü, 2010 yılında 10 uncu maddenin ikinci fıkrasının sonuna "...bu maksatla alınacak tedbirler, eşitlik ilkesine aykırı olarak yorumlanamaz" ibaresi eklenmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2018, s.23). Türkiye ayrıca, kadınların güçlendirilmesi ve kadın erkek eşitliğinin sağlanması konusunda gerçekleştirilen pek çok uluslararası sözleşme ve düzenlemelere taraf olmaya ya da katkıda bulunmaktadır. Avrupa Birliği tarafından finanse edilen Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin İzlenmesi Projesi Faz 3 raporunda yer alan bilgilere göre, 2024 yılı için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bütçe teklifi 334 milyar 349 milyon 925 bin lira olmuştur. "Ailenin korunması ve güçlendirilmesi" (11 milyar 904 milyon 918 bin TL), "Aktif ve sağlıklı yaşlanma" (8 milyar 579 milyon 113 bin TL), "Çocukların korunması ve gelişiminin sağlanması" (26 milyar 591 milyon 46 bin TL), "Engellilerin toplumsal hayata katılımı ve özel eğitim" (72 milyar 302 milyon 727 bin TL), "Kadının güçlenmesi" (2 milyar 900 milyon 813 bin TL), "Şehit yakını ve gaziler" (75 milyon 41 bin TL), "Yoksullukla mücadele ve sosyal yardımlaşma" (205 milyar 861 milyon 822 bin TL) , "Yönetim ve destek programı" (6 milyar 134 milyon 445 bin TL) başlıklı 8 kalemden oluşan bütçe teklifinde en düşük ikinci tutar "Kadının güçlenmesi" programına ayrılmıştır (Gazete ceid, 2023). Ancak tüm bu politikalara rağmen siyaset odak noktasını kadından çok aile, işsizlik ve yoksulluğa yönelttiği için iş ve sosyal yaşama iştirak etmede kadın ve erkek arasında belirgin bir uçurum bulunmaktadır (Topateş vd., 2022, s.1066). 2023 Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Hanehalkı İşgücü Araştırması sonuçlarına göre; erkeklerde işsizlik oranı,%7,7 iken bu oran kadınlarda %12,6, istihdam oranı erkeklerde % 65,7 iken kadınlarda 31,3'tür (TÜİK 2023). Kadın girişimci oranı TÜİK 2002 yılı verilerine göre, %13,1 iken 2023 yılında %17,4'e yükselmiştir (TÜİK, 2022).

Coğrafya, kültür ve toplumsal tutumların ülkelerin ekonomik kalkınmasının yanı sıra girişimcilik oranını ve doğasını etkilediği kabul edilmektedir. Türkiye eril/ataerkil bir ülkedir. Ataerkil sistemin yarattığı cinsiyet eşitsizliği, kültürel ve toplumsal normlar kadınların toplumdaki rolü ve çalışma hayatı sınırları üzerinde belirleyicidir. Post yapısalcı bakış açısı ile girişimcilik, toplumun sahip olduğu, norm, inanç, din ve kültürel kodlar ile etkileşim içerisinde ve bu değişkenler girişimcilik üzerinde etkilidir (Global Entrepreneurship Monitor, 2018-2019 Women's

Entrepreneurship Report, s.56). Geleneksel girişimcilik çalışmalarında girişimcilik cinsiyetsiz bir yaklaşım ile ele alındığından dolayı kadın ve erkekler aynı kabul edilip bugüne kadar erkekler üzerinden yapılan çalışma sonuçlarına göre kadın girişimciler incelenmiştir (Halaç & Meşe, 2021, s.258). Ancak, kadının toplumdaki konumu, içselleştirilmiş görev dağılımı ve sağlık, eğitim, iş imkânlarına erişimi, hane içi söz hakkı, gelir dağılımı gibi birçok konudaki eşitsizlikten dolayı kadınların ihtiyaçları, motivasyonları, beklentileri ve sermayeleri değişenlik göstermektedir. Bu durum geleneksel girişimcilik çalışmalarında dikkate alınmamıştır. TÜİK (2022) verilerine göre; hane halkı bireyleri tarafından üstlenilen ev işlerinin cinsiyete göre dağılımında, genel olarak, kadınların daha çok ev işlerini üstlendikleri ortaya çıkmıştır. Kadınlar; çocuk bakımını % 94,4, çamaşır ve bulaşık yıkamayı % 85,6, yemek, evin toparlanması ve rutin temizlik gibi işleri % 85 oranında üstlenirken; erkekler ise aylık faturaları ödemeyi % 74,1 oranda ve tamir, bakım ve onarım işlerini % 65,2 oranında üstlenmektedirler (TÜİK 2022).

Dünya'da kadınların ekonomiye katılımı, literatüre girişinden çok önce gerçekleşmiştir. Kadınların pek çok ülkede mal ve mülk sahibi olamamaları ve kadın girişimcilerin popüler medyada yer almamalarından dolayı akademisyenlerin dikkatini çekmemeleri literatürdeki bu gecikmenin nedenlerinden bazıları olarak öne sürülmektedir (Ahl, 2006, s.596). Kadın ve erkek girişimlerin aynı kabul edilmesi nedeni ile ayrı bir araştırmaya ihtiyaç duyulmaması da diğer bir sebep olarak gösterilmektedir (Yadav ve Unni, 2016; Jennings ve Brush, 2013). Yapılan çalışmalarda, kadın girişimciler erkeksi normlar tarafından belirlenen standartlar üzerinden tamamen erkeksi bir söylem ile araştırılmış ve erkekler ile mukayese edilmişlerdir. Literatürde yer alan çalışmaların büyük çoğunluğu neoliberal bakış açısıyla, kadınların sosyo-demografik özellikleri, girişimci olma süreçleri, itici ve çekici faktörler, motivasyonları, karşılaştıkları zorluklar ve kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar üzerine yoğunlaşmaktadır (Pektaş & Kurgun, 2023; Özkaya, 2009, s.58). Benzer konuların bölgesel/şehirselsel bazda da çalışıldığı görülmektedir. Kadın girişimciliğine post yapısalcı bakış açısından bakan farklı makalelerde, kadın girişimciliğinde rol model eksikliğinden bahsedilmektedir (Arıkan, 2016, s.154; Karadirek, 2023, s.507). Özellikle benzer sorunlar ile baş etmeye çalışan kadın girişimciler için başarılı rol modellerin varlığı çok önemlidir. Kadın rol model sayısının fazla olmasının teşvik edici etkisi değişim ve gelişimi hızlandırır. Bugüne kadar yapılan çalışmalarda, kadınların girişimcilik faaliyeti ile ekonomik hayata katılımıyla iktisadi yönden ülke ve bölge ekonomilerinin gelişmesinde oynadıkları roller üzerine odaklanılmış olsa da, sosyal içerikli bakış açısıyla incelendiğinde kadınların ciddi bir dönüşüm yarattıkları görülmektedir. Yılmaz (2014) çalışmasında, girişimciliği düşünsel dönüşüm yaratıcılığı olarak tanımlamıştır. Girişimcilik faaliyeti sonucunda, ekonomik gelişimin yanı sıra sosyal bir fayda olarak düşünsel bir değişim ortaya çıkmaktadır ve toplumsal değişimler başlamaktadır. Bu nedenle, doğru ve başarılı politikaların hazırlanması için kadın girişimcilerin öznesinde olduğu ve etkileşimde bulunduğu toplumun kültürel normlarıyla birlikte ele alındığı çalışmalar yapmak oldukça önemlidir. Girişimci ve içinde bulunduğu çevre ile etkileşim sonucunda yaşanan değişimler, sosyolojik bakış açısıyla girişimciliği irdelemeyi gerekli kılmaktadır (Yener, 2018, s.870). Ataerkil toplumlarda kadının cinsiyetçi bakış açısı ile konumlandırıldığı ve bu durumun da girişimci düşünce ve davranışı engelleyici bir durum olduğu kadınlar tarafından da dile getirilmektedir (Fagenson & Marcus, 1991, s.38).

Ünlü Fransız sosyolog Pierre Bourdieu, erkek egemenliğinin yaşanacak düşünsel değişim sonucu kırılabileceğini savunmaktadır. Toplumdaki tüm cinsiyetçi ayrışmalar, biyolojik cinsiyet farklılığının bir sonucu gibi olağanlaştırılmış ve içselleştirilerek kabullenilmiştir. Bourdieu, toplumsal yaşamda yer alan tüm olguların birbirleriyle bağlantılı ve etkileşim içinde olduklarını ve yeniden üretimin mümkün olduğunu savunmaktadır.

Düşünümsellik, görünmeyeni ve düşünülmeiyeni ortaya çıkarmaktır. Sorgulama ile başlar. Düşünümsel değişim ise; bireyler tarafından sorgulanmadan içselleştirilen, günlük pratik arasına katılan tüm alışkanlıkların, davranışların (habitus) yine bireyler tarafından üretildiğinin ve değiştirilebileceğinin farkına varılarak tepkinin değiştirilmesi, basmakalıp düşüncelerin dışına çıkarak zihinsel bir dönüşümün başlamasıdır (Erol & Eskici, 2021, s.743). Çocukluk döneminde aile ve yakın çevreden etkilenen habitus, ilerleyen zamanda kültür, dil, din, eğitim, ekonomi gibi farklı faktörlerden de etkilenmektedir (Calhoun, 2003, s.293-294). Bourdieu, habitusun, tarihsel süreç boyunca yeni deneyimler ile dönüşüme maruz kalan yeniden üretim süreci olduğunu savunmaktadır (Bourdieu, 1997, s.122). Bu nedenle "habitusun kader olduğu" fikrine karşı çıkmaktadır. Habitus toplum tarafından ortaklaşa kabul edilmiş bilinç durumudur. Toplum tarafından bireye biçilen roller ve kimlik bireylerin yaşam boyu tercihleri üzerinde etkili olmaktadır (Yener, 2018, s.871). Bu durumun farkına varıp, sorgulamaya başlayarak ve tepkileri değiştirerek toplumsal düşünce yapısında zihinsel bir dönüşüm yaratmak mümkündür.

Toplumsal bilinçlenme hareketi olarak 18.yy.'da başlayan feminist teori, kadın girişimciliği çalışmalarına toplumsal cinsiyet bakış açısını getirerek var olan geleneksel girişimcilik argümanlarına karşıt argümanlar üretmiştir (Minniti, 2009, s.508). Tüm feminist akımların buluştukları ortak noktalar; bu güne kadar girişimciliğin erkeksi söylemler üzerine inşa edildiği ve kadınların cinsiyet eşitsizliği nedeniyle toplumun her alanında dezavantajlı konumda oldukları üzerinedir (Laguia vd., 2018, s.7). Feminist akımların en sert olarak bilinen Radikal feminist teori, ataerkil sistem üzerinden kurulan toplumsal düzene ve bu düzenin kadına eziyet etmesine isyan etmiş, toplumsal yapının yeniden düzenlenmesi gerektiğini savunmuştur. Aile, eğitim, dil, din gibi etkenlerle pekiştirilen ataerkil sistem ile erkeklerin kadınlar üzerinde kurduğu tahakkümün çok köklü olduğunu ve ancak toplumsal bir değişimle bu sistemin değişebileceğini öne sürmektedirler (Çetinel & Yılmaz, 2016, s.126). Bourdieu'nun toplumsal değişimi, feminist teorisyenler tarafından da savunulmuştur.

Toplumsal yapısı içerisinde, kadın ve erkek arasında var olan sosyo-ekonomik eşitsizliklerin en aza indirgenbilmesinde güçlendirme yaklaşımı önemli bir role sahiptir. Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde daha etkili ve başarılı olabilmeleri için gereken kaynaklara, bilgiye, yeteneklere ve fırsatlara erişimlerini arttırmaya yarayan bir yaklaşımdır. Kadınların ekonomik ve sosyal statülerini iyileştirmeyi hedefler. Kadın girişimcilerin ekonomik kalkınmadaki önemli rolü göz önüne alındığında kadın girişimciliğinin çeşitli boyutlarda araştırılması ve bu yönde çalışmalar yapılması önem taşımaktadır (Karakuş, 2022, s.7). Özellikle toplumsal cinsiyet eşitsizliği, kadının hane içi söz hakkı, kararlara ortak olma, toplumsal faaliyetlere katılım, ekonomik özgürlük kazanma, eğitime erişim gibi pek çok farklı alanda kadının önünde ciddi bir engel oluşturmaktadır. Güçlendirme yaklaşımının kadınlar üzerinde ekonomik çıktılarının yanı sıra, bilincin artması, öz değer duygusunun gelişimi, sahip olunan güçleri açığa çıkarabilme ve öz güven gibi güçlü çıktılarını bulunmaktadır (Özmete, 2012, s.120).

Türkiye'de de kadın girişimciliği alanında çok sayıda çalışmaya rastlanmakla birlikte, girişimcilik ve toplumsal cinsiyetin kesişiminde kavramı ele alan az sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. De Vita ve arkadaşları tarafından (2014) yapılan çalışmada, gelişmiş ülkelerde kadın girişimciliği konulu 70 makale incelenmiş ve ağırlıklı olarak nicel araştırma yöntemi tercih edildiği, sosyolojik açıdan yaklaşmadığı ve feminist teorisinin kullanılmadığı belirlenmiştir. Yadav ve Unni (2016)'nin 1986-2016 yıllarını ele aldıkları çalışmada; feminist teorilerin kullanılması gerekliliğine dikkat çekilerek, kadın ve erkeğe farklı yaklaşımla heterojenliğin sağlanabileceği ve teorilere yeni bir bakış getirilebileceği sonucuna varılmıştır.

## Yöntem

### Araştırmanın Amacı ve Deseni

Bu çalışma, kadın girişimcilerin değişim ajanı olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kültürel normlar üzerinde nasıl bir etki yarattığı sorusundan hareket etmektedir. Çalışmanın amacı, ülkelerin kalkınmasında çok önemli yer tutan ancak erkek egemen söyleme sahip girişimcilik ekosisteminde istenen ve beklenen istihdamı sağlayamayan kadın girişimcilerin güçlendirme yaklaşımı bakış açısı ile ekonomik çıktıların yanı sıra toplumsal olarak yarattıkları değişimdeki önemli rollerini ortaya koymaktır. Çalışmada, Türkiye'de turizm sektöründe "fark yaratan" kadın girişimcilerin, kadının dezavantajlı olduğu girişimcilik ekosistemine girmelerinde etkili olan nedenler, karşılaştıkları engellemeler ve bu engellemeler karşısındaki motivasyonları ve yarattıkları dönüşüm nitel bir araştırma ile incelenmiştir. Sosyal hayatın karmaşıklığı ve sürekli değişerek şekillenen yapısı nedeniyle gözlemlenmesi önemlidir. Nitel araştırmalar, bireylerin içinde buldukları ortamı nasıl algıladığını, sosyal normları, üstlendikleri rolleri, sembolleri, yaşamlarını şekillendirirken nasıl ilişkilendirdiklerini ve içselleştirdiklerini anlamamızı sağlarlar (Berg & Lune, 2016, s.13). Ayrıca, fenomenin içindeki anlamı ararlar. Her bireyin veya topluluğun olaylar karşısındaki tepkisi, tecrübesi, bakış açısı ve algısı birbirinden farklı olacağından nitel araştırma ile bu sorunlar topluluk veya bireyler nezdinde derinlemesine incelenerek cevap aranır. Veriler mülakat, gözlem ve yazılı dökümanlar olmak üzere üç şekilde toplanır.

Bu çalışmada araştırma deseni olarak fenomenoloji tercih edilmiştir. Bu araştırma yöntemi belirli bir fenomen konusunda doğrudan deneyimlenmiş birey veya toplulukların, yaşanmış tecrübelerinin özüne inerek, "neyin", "nasıl" deneyimlendiği irdelenerek fenomenin doğasını ve önemini ortaya çıkarmak amaçlanır (Yalçın, 2022, s.218; Patton, 2014, s.104). Araştırmada fenomeni deneyimlemiş katılımcıların belirlenmesi, katılımcılarla doyuma ulaşana dek derinlemesine görüşme yapılması, gözlem ve veri analizi önemlidir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.71-72). Fenomenoloji ile bireysel deneyimlerden bütüncül bir betimleme yapılmaktadır (Creswell, 2016, s.77).

### Araştırmanın Örnekleme, Veri Toplama Süreci ve Analizi

Creswell, araştırmanın fenomeni bütünüyle deneyimleyen 3-4 veya 10-15 kişi ile yapılmasını önerirken, Yıldırım ve Şimşek (2016), araştırma derinlemesine mülakatı gerektirdiğinden ve bazen birden fazla görüşme yapma ihtiyacı doğabileceğinden dolayı örneklemin 10 kişiyi geçmemesi gerektiğini ifade etmektedirler. Bu çalışmada Turizm sektöründe faaliyet gösteren yöresinde veya bulunduğu yerde ekonomik kalkınmanın yanı sıra gözlemlenebilir ve farkedilebilir kültürel ve toplumsal değişime neden olmuş, fark yaratan dört kadın girişimci ile derinlemesine mülakat yapılmıştır.

Bu çalışmada yer alan fark yaratan kadın girişimciler şu şekildedir:

- Bedriye Berber Engin (Gölpazarı, Kurşunlu Köyü/Bilecik); Sabancı Vakfı Onuncu sezon dördüncü "Fark Yaratan Kadını" ödülü, 2018 yılı YVES ROCHER VAKFI-Institutde France "Toprağın Kadınları" Türkiye birincisi.
- Nuran Özyılmaz (Kars Kaz Evi/Kars); Garanti Bankası, 2015 yılı "Türkiye'nin Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimcisi" ödülü, Kars'ın ilk kadın girişimcisi.
- Zümran Ömür (Bogatepe köyü/Kars); 2018 Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı "Yılın Girişimcisi".

- İksir Sema Aydın (İksir Resort Town/Daday/Kastamonu); Garanti Bankası 2014 yılı Türkiye'nin Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimcisi" ödülü.

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu hazırlanırken araştırma kapsamında; katılımcıların girişimcilik kararlarını etkileyen nedenler, karar karşısında toplumun tepkisi, katılımcının karşı tepkisi ve bireysel ve toplumsal düzeyde gerçekleşen değişimleri belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Mülakatta kullanılan sorular, literatürde yer alan toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kadın girişimciliği (Topateş vd, 2022; Halaç & Meşe, 2021; Gül & Altındal, 2016), kültürel ve sosyal normların kadın girişimciliği üzerindeki etkisi (Işık, 2024; İlhan & Oruçlu, 2023), feminist teori ve kadın girişimciliği (Deveciyan, 2023; Baysal, 2020), Bourdieu sosyolojisi ve kadın girişimciliği (Kaplan & Yardımcıoğlu, 2020; Ayyıldız, 2022) konularında yapılmış çalışmalar incelenerek hazırlanmıştır. Görüşme yapılan katılımcılara ilişkin açık ve yarı açık uçlu sorulara verilen cevaplar içerik analizine tabi tutularak değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda amaçlı örneklem kullanılarak, Türkiye'de gerek devlet kurumları gerek özel sektör tarafından her sene seçilen ve ödüllendirilen, yazılı ve görsel basında yer alan fark yaratan kadın girişimcilerden turizm sektöründe faaliyet gösteren kadınlar belirlenerek yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile derinlemesine görüşmeler ve gözlemler yapılmıştır. Araştırmada yer alan soruların Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 21.02.2023 tarihli toplantısında alınan karar ile uygunluğuna onay verilmiştir. Basın ve yayında yer alan turizm sektöründe "fark yaratan" kadın girişimciler belirlenerek, sosyal medya üzerinden kendileri ile iletişime geçilmiş, olumlu dönen kadın girişimciler ile uygun gün ve zaman için randevular alınmıştır. Kadın girişimcilerin bulunduğu il/ilçe/köy ziyaret edilerek kendi ortamlarında ve bir kadın girişimci ile sağlık nedenleri ile online olarak görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılara çalışmanın amacı ve içeriği anlatılmıştır. Bazı görüşmeler, katılımcının yoğunluğu nedeni ile 3 günde tamamlanırken, zamansal olarak daha rahat olan katılımcılar ile üç ile beş saat arasında tamamlanmıştır. Görüşmeler Ocak ve Şubat 2024' de yapılmıştır. Görüşmeye başlarken etik kurallar gereği kendilerine bilgi verilerek katılımcıların onayı alınmıştır. Yüz yüze görüşmelerde yazılı, online görüşmelerde ise sözlü olarak gönüllü katılımcı olduklarını beyan etmişlerdir. Tüm görüşmecilerin izinleri dahilinde veri kaybının yaşanmaması için ses kayıtları alınmıştır. Ortalama 3 saat süren kayıtlar önce titizlikle dinlenerek deşifresi yapılmış ve word dosyasına aktarılmıştır. Ardından metinler tekrar okunduktan sonra kodlanarak kategorilere ayrılmış ve elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizinde amaç, görünenin altında yatan gizli kalmış bulmaktır (Ünal & Metin, 2022, s.276).

Görüşmeler uzun süreli ve hem katılımcıların yoğun iş temposu hem de soruların detaylı olmasından dolayı mümkün olduğunca geniş bir zamana yayılarak gerçekleştirilmiştir. Aynı birey ile birden fazla görüşme yapılarak elde edilen bilgiler gerçeği yansıtmaya bakımından daha güçlü olacaktır ve geniş zamana yayılarak yapılması araştırmadan elde edilen verilerin inandırıcılığını arttıracaktır (Yıldırım ve Şimşek, 1999, s. 278). Verilerin çoklu yöntem kullanılarak iç geçerliliği test edilmiştir. Katılımcıların doğal ortamında gözlem yapılmış ve toplanan veriler daha sonra basın ve yayında yer alan röportajlar ile karşılaştırılmıştır. Nitel çalışmaların inandırıcılığı için veri toplama esnasında çoklu yöntem kullanılması önerilmektedir. Çoklu yöntem, mülakat sırasında katılımcıların verdiği bilgilerin, ilgili mekanda yapılan gözlemler ve konu hakkındaki dökümanlardan elde edilen veriler karşılaştırılarak kontrol edilmesini sağlamaktadır (Merriam, 2015, s. 205). Ayrıca süreç boyunca bir araştırma günlüğü tutularak detaylar ve önemli notlar kayıt altına alınmıştır. Etik noktalara özen gösterilmiş, katılımcıların uzun süren görüşme boyunca güvenerek anlattıkları ancak paylaşılmasını istemedikleri bilgiler çalışmada yer almamıştır.



## Bulgular

Çalışmanın amacı doğrultusunda, turizm sektöründe faaliyet gösteren fark yaratan kadın girişimciler ile gerçekleştirilmiş olan derinlemesine görüşmeler ve gözlemler sonucunda elde edilen bulgular aşağıda dört temel başlıkta sunulmaktadır: katılımcıların girişimcilik kararlarını etkileyen nedenler, karar karşısında toplumun tepkisi, katılımcının karşı tepkisi ve bireysel ve toplumsal düzeyde gerçekleşen değişimler.

## Girişimcilik Kararlarını Etkileyen Unsurlar

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimcilik kararını etkileyen nedenler aşağıda yer alan ifadeler ile belirtilmiştir.

Nuran Özyılmaz (Kars Kaz Evi/Kars):

*“Girişimci olmam ne bir projeydi ne de bir meşhur olmaktı. Girişimci olduğumun da farkında değildim... benimde işime sonradan giren bir kelime. Şöyle, geçim kaygısı ile yola çıktım. Hani girişimciyim demedim kendime. Sonradan tanımlandı. Çünkü fark yarattım. Büyük fark. Karakter itibari ile istemek benim için dünyanın en zor, en onursuz işi diyebilirim. Birisinden bir şey istemek, hele ki zaruri ihtiyaç, geçim. Hani beni yola çıkaran etkenlerden en başta ki budur. Yola çıkmamın şeyinde sıkıntılar var. Dün misafirlerim vardı. Diyorlar ki ‘çok başarılı bir erkeğin arkasında başarılı bir kadın vardır. Başarılı bir kadının arkasında başarılı bir eş’. Dedim değil, başarılı bir kadının arkasında bir hüznü hikayesi vardır.... Arkamda gideceğim kapı olmadı. ....O dönem yaşadıklarımı, o şartları bu üç şeyle çok iyi ifade ediyorum; Psikolojik şiddet, fiziki şiddet, ekonomik şiddet.....Çok çaresizdim. Cebimde ekmecek param yok. Ben neyim, bütün arkadaşlarım banka müdürü olmuşlar, ben neredeyim ve neyim? Bu sefer kendi kimlik arayışında olmaya başladım. Ben neyim, kimim? Çok zor dönemler yaşamışım. Ölmediğime, intihar etmediğime binlerce şükrediyorum. Düşünmüşüm o dönemler. Nasıl kurtulurum, nasıl yapabilirim? İşte sonradan bir kaç bileziğim vardı onları bozdurarak evde tuhafiye malzemeleri satarak başladım. Turizm sonradan hayatıma girdi. 2006 ya geldiğimde, o işin modasının geçtiğini gördüm. O zamana kadar iyi idik, her şeyimizi karşılıyoruz, kiramızı ödüyoruz. Sonra her şey yavaşladı, modası geçti. Giderleri ödemem zorlaştı. Bu sefer beni bir telaş ve kaygı aldı, ne yapabilirim? Ne yapabilirim ki 90 öncesi o sefaleti yaşamayayım. Ev kira, başka bir gelir yok, maaş yok, hiç bir şey yok. Tekrar mı o sefaleti yaşayacağım. Ne yapabilirim kaygısı girdi yine bana..... Sektördeki açığı görmem ile turizm başladı. Önceki işle mukayese ettiğimde bunun sıcak para olduğunu gördüm. Kadınlarla veresiye defterim var, para gecikiyor, gelmiyor. Bu iş baktımki para kazandırıyor. Amacım oydu zaten. Bu sefer kızım özge ile beraber 4 masalık bir yer kurduk. Ben günlük yemekler yaparak başladım. Benden başka yapan kadın yoktu. Kadın olarak ilkim.”*

Bedriye Berber Engin (Gölpazarı, Eko Köy Kurşunlu Köyü/Bilecik):

*“Paranın peşindeydim. Benim oğlum Ankara hukuk kazandı. Gölpazarı gibi yerden uçuk kaçık puan aldı. İlk tercihi Ankara hukuk idi. Bakın tıbbi falan tutturuyor, her yeri tutturuyor. Ama orayı okumak istedi. Kendi imkanları ile Gölpazarı gibi yerde. Yol parası yok, belediye başkanımız ödedi. Hiç paramız yok. 7 tane ineğimiz var, yem parası çok pahalı, otlattığım halde elime beş kuruş para geçmiyor. Çocuğa para göndermemiz lazım. Ben tereyağlarımı Bilecik'te pazarda satmaya başladım. Oradan çocuğuma para gönderiyordum. Pide salonlarına da ekşimik satıyordum. Ne yapabilirimin peşinde koşmaya başladım. Bir kitap okudum. Güney Afrika da geçiyor. Ben ne yapabilirim hep bu soruyu sorarım kendime. Eko turizmle ilgili kitaplar okudum ve bunu yapabilirim dedim.*

*İnternetim olsa anında çözeceğim olayı ama yok. Kitaplardan her şey. 2010 senesi bu. 2012 de sıra dışı okur seçildim ben. O sırada buraya Bilecik valiliğinin bir çalışması için buraya bana geldiler. Eko turizm saha çalışması yapıyorlar. O zamana kadar her şey hazır. Bütün gelenekleri anlatan defterim hazır. Sıra dışı okur seçilmeseydim, televizyon programlarına katılmasaydım, ben asla köyümü tanutamazdım.”*

Zümran Ömür (Bogatepe köyü/Kars):

*“Köyün elim olaydan sonra boşalması, insanların mutsuzluğu, belki bir ümit olurluğuydu. Biz bu işe başlarken o bu değil de, biz bu insanları nasıl olsun bu acidan uzaklaştırabiliriz ile ilgilendik. Belki insanların yüzü güler diye başladık. Ama ihtiyaç ihtiyacı doğurdu. İlk başladığımda girişimci kadın olduğumuzun farkında değildik biz. Sadece ihtiyaç olduğumun farkındaydık. Yani biz bunu yapalım ihtiyacımız var dedik. Girişimci olduğumuzun yeni farkındayız.”*

İksir Sema Aydın (İksir Resort Town/Daday/Kastamonu):

*“Çocukluğumdan beri kadının çok şey yaptığını hep düşündüm. Sürekli kafamda daha nasıl iyiye evrilir, neler yapılabilir düşünceleri taşıyordum. Öğretmenlik yıllarımda da hem eğitimsel anlamda hem de sosyal anlamda hep bir şeyleri bir yerden başka bir yere taşıma, hep karşısındakinden bir şey öğrenip onu geliştirme düşüncem zaten vardı. Kastamonu ile ilgili düşüncelerimde hep şöyle olmuştu. Çok verimli bir bölge, her anlamda, yani kadın gücü olarak, okuyan kendini geliştirme yeteneği yüksek ama iş alanları sınırlı. Bunlara bir yol açmak düşüncem vardı. Zaten turizm ve üretim işi de oradan kaynaklı oldu.”*

Verilen yanıtlar incelendiğinde, katılımcı kadınların girişimcilik kararı almalarında etkili olan en önemli nedenlerin; geçim sıkıntısı, kimlik arayışı ve sosyal sorumluluk duygusu olduğu görülmektedir. Ayrıca, görüşmeye katılan iki kadın girişimci, girişimci olduklarının farkına sonradan vardıklarını belirtmişlerdir.

### **Aile, Toplum ve Yakın Çevrenin Verdiği Tepkiler**

Araştırmaya katılan kadın girişimciler, girişimcilik karar sürecinde aile, yakın çevre ve içinde buldukları toplumun tepkilerini aşağıdaki ifadelerle belirtmişlerdir.

Nuran Özyılmaz (Kars Kaz Evi/Kars):

*“En başta evde başladığım için hani çok dikkat çekecek, özgür, dışarı bir işi olmadığı için evde tuhaftıye malzemeleri satarak başlamışım, ‘Çünkü özgülüğüm evim kadar.’ Eşimde bu nedenle destekledi. Yemek işine girdiğimde, o dönem esnaf lokantaları vardı. Sayıda azdı. Erkek toplumuydu. O dönem erkek lokantacılar dedi ki: kadın açtı ama ya 3 ay ya 6 ay. Kısa bir ömür ve beni amatör gördüler. Şimdi benim menümlerle bir şehir yürüyor. O zamanlar cesaretimi destekleyen Vali oldu. O dönemki Valim. Dönem dönem hangisi geldiyse; valiler, eminiyet müdürleri, savcılar, hakimler. Üst düzey insanların gelmesi bana arka oldu. Onlar da biraz kenar durdular.”*

Bedriye Berber Engin (Gölpazarı, Eko Köy Kurşunlu Köyü/Bilecik):

*“İlk eşime bahsettim. Eko turizmi oturttum kafamda. Ben dedim bu köyde eko turizm yapacağım. Dedi saçmalama. Olacak şeylerden bahset, bu olacak şey değil dedi. Şurada dayım oturuyordu ona gittim. 2 gazete okurdu. Gittim ona anlattım olacak şey mi elin adamı gelecek baş köşede oturacak dedi. İlk ben çadır kampı ile başladım. O gece öğrendi benim kocam turizme başladığımı. Bazı insanlar emeklerimin üzerine oturmaya çalıştı. Hemen patent aldım. ‘Bedriye Engin Kurşunlu Köyü projeleri’ adıyla altında ve onların önünü kestim.”*

*“Hem erkeklerden hem kadınlardan tepki gördüm. Beni en fazla yavaşlatan , ‘etraf ne der’ duvarıydı. Biz 14 kadınla turizm yapıyoruz, okulu kullanıyoruz. Okulun kilidini değiştirip beni okuldan attılar. Halbuki hep beraber kullanabilirdik”*

Zümran Ömür (Bogatepe köyü/Kars):

*“İlk eşimle konuştum. Beni dedelerimden kalan tıbbi bitki bilgilerim vardı, dedi ki ben senin başaracağına inanıyorum, şimdiye kadar hep sen benim arkamdan koşturdun. Sıra bende dedi. Öyle başladık...Ben bu işi planlıyorum dediğimde köydeki insanlardan çok tepki gördüm. Tereddütleri vardı. Hayvan yeminden ne olacakla başladılar, ‘kadın bu işe girerse biz yokuz’ dediler. Erkeklerimiz neden bu işte çalışmıyorlar da, biz bu işte çalışıyoruz dediler. Erkeklerin tahmini bizim buraya kadar gelebileceğimiz değildi. Onların tahmini işte tıbbi bitkileri öğrenirler, faydaları olur, zararı olmaz, hem kendilerini, hem bizi sağlıklı tutarlar diye düşündüler.”*

İksir Sema Aydın (İksir Resort Town/Daday/Kastamonu):

*“Bakın bu çok entresan. Ben bu konuda hiç bir tepki ile karşılaşmadım. Olumlu tepkiler dışında veya katkılar dışında diyeyim, maddi manevi ailem hep bana destek oldu. O anlamda ailem ile gurur duyuyorum. Fikren eş, dost, aile herkes destek oldu.”*

Verilen yanıtlara bakıldığında sadece bir girişimci hariç diğer kadın girişimcilerin toplum tarafından desteklenmediği görülmektedir.

### **Girişimci Kadınların Karşılaştığı Tepkiler Sonrası Duruşları**

Araştırmaya katılan kadın girişimciler, girişimcilik kararlarının sonucunda çevrelerinden aldıkları tepkiler karşısında nasıl bir duruş sergilediklerini aşağıdaki ifadelerle belirtmişlerdir.

Nuran Özyılmaz (Kars Kaz Evi/Kars):

*“.....ben o süreçte yine işimi yapıyorum, paramı kazanıyorum ama bedenen çok zorlanıyordum. Mesela çok acil bir işim var, arabamız yok, taksi çağırmak zorundayım. Komşu ne der diye onu çağırımıyorum. Ya eşi bekliyorum, ya bir tanıdığım, kardeşim gelecek onun aracılığı ile olacak. O götürecektir, yine erkeği aracı yaparak işlerimi hallediyordum. Kendi başıma olmuyor. Çok acı bir durum ama biz onları yavaş yavaş bertaraf etmeye başladık. Çok yorulduğum ama, bertaraf ettim. Beni eşim komşuya bile koymuyordu. Komşuya gittiğimde öyle korkuyordum ki, oturmanın, misafir olmanın keyfini bir yaşayamıyordum. Kadın ön plana çıkmasın, her zaman karşısına bir duvar örülüyor. Bu sefer kadınlı toplumda ön plana çıkana; kadına, farklı lakap ve farklı gözle bakabiliyor. İşte benim işim çok zordu. Bu tabuları alıştırma alıştırma, kendinden ödün vererek yürüdüm. Neden? Arkamdan gelecek olan kadınlara öyle güçlü bir model olayım ki, erkek toplumunda kadın iş yapınca erkek ona hayır diyemesin. Demesin ki falan bu işi yaptı da ne oldu? Kötü model olmasın, kötü örnek olmasın. Onun için tabuları alıştırma alıştırma, yavaş yavaş değiştirdim, toplumda yol aldım. Toplumun istediği şekilde hareket ettim. Neden? Arkamdan gelecek kadınlara bir iz açabilmek için.”*

Bedriye Berber Engin (Gölpazarı, Eko Köy Kurşunlu Köyü/Bilecik):

*“Korkuyorum, sınıyorum. Sabah uyanınca yine bıraktığım yerden başlıyorum. Hiçbir şey olmamış, hiç bunlar yaşanmamış gibi. Hiç geri adım atmam. Bazı insanlar emeklerimin üzerine oturmaya çalıştı. Hemen patent aldım. Bedriye Engin Kurşunlu Köyü projeleri adı altında ve onların önünü kestim. Tevazuyu severim ama şu an*

yapamayacağım. Bu köyde ben olmasaydım hocam şu an da bu köyde turizm yapılıyor değil, sohbeti bile olmazdı. Bu kadar net söyleyebilirim. Tek başıma çabaladım, buralara geldim.”

Zümran Ömür (Bogatepe köyü/Kars):

“Büyük kayaları, biz çakıl taşı olarak gördük öyle yolumuza devam ettik. Hiç vazgeçmedik. Yani faydasının olduğunu biliyorduk. İlk yöresel kahvaltı verdiğimizde hiçbir kadın kabul etmedi. Köye turist akıyor artık. Boğatepe tanındı. Bir kadın işte köyde Fransızca biliyor diye. Kahvaltı vermeye başladık. Kadınları ikna edemiyorum. Sonra gittim evlerinde konuştum, eşleriyle konuştum sonra o köyün kadınlarını birer ikişer evime davet etmeye başladım. İşte böyle yapacaksınız, şöyle yapacaksınız. Çok iyi dostluklar edineceksiniz. Bu gelen kişiler Türk, yabancı fark etmez onlar insan. Seninle iletişim kurduğunda sen onu unutmayacaksın, o seni unutmayacak. Sohbet edeceğin kendini ifade edeceğin ortamlar olacak. Böyle böyle, kadınlar şimdi yöresel kahvaltı, yöresel yemek veriyorlar yani.”

İksir Sema Aydın (İksir Resort Town/Daday/Kastamonu):

“Kadınların azminin farkında olup onu kırmamak lazım. Aslında kimsenin azmini kırmamak lazım. Ben fırsat eşitliği dendiği zaman kadın erkek aynı şartlarda olsun düşüncesindeyim. Onun için o şevk, o istek, o azim kırılmamalı. Sadece sistem erkeklere uygun çalışıyor.....Rol modeller ve bu rol modellerinde topluma karışması çok önemli.”

Yanıtlara bakıldığında kadınların sabırla, iletişim kurarak, kendine inanarak, sebat ederek, hedefe odaklanarak karşılaştıkları tepkilerin altından kalktıkları görülmektedir.

### **Katılımcı Kadın Girişimcilerin Yarattıkları Bireysel ve Toplumsal Çıktılar**

Araştırmaya katılan kadın girişimciler, girişimcilik faaliyetleri sonucunda yarattıkları bireysel ve toplumsal çıktıları ve yarattıkları dönüşümleri aşağıdaki ifadelerle belirtmişlerdir.

Nuran Özyılmaz (Kars Kaz Evi/Kars):

“Şimdi bir konuşmamda diyorum," para özgürlüğü satın almış". Çalıştığım için bütün giderleri, masrafları sırtıma aldığım için bu sefer ne oldu, öbürü refaha geçti, hoşuna gitti. Diyolar nasıl izin verdi?. E hoşuna gitti, refaha girdi... arkadaşlarıma bile düzgün selam veremiyordum, çekiniyordum. Çünkü bu psikolojik baskı kadar insanı ezen ve insanın hayatını alt üst eden bir şey yoktur. Mesela diyolar ya " kılıç yarası gider ama dil yarası gitmez". Sana dayak atılsın ama psikolojik baskı yapılmamasın. Çoğu arkadaşım ile irtibatım olmadı. Esir bir kışkaçtaydım. Fakat yavaş yavaş, paramı kazandıkça seyahatlerim özgür oldu para istemiyorum. Davetlerim oldu, önemsendim mecbur gidiyorum. Çünkü bu benim işim artık. Kaz evini kurmakla' da Kaz evinde sosyalleşmem çok arttı. Çünkü ben dünyaya açıldım. Bir mahalle bir şehir değil. Ben uluslararasına açıldım. Bunlar ekonominin verdiği hani hep derler ya ekonomik özgürlüğünüzü kazanın, işte özgürlüğün kanıtıdır.”

“...Tuhaftiyecilikde ilk müşteri potansiyelimde, çarşı yolu bilmeyen, çarşıya gidemeyen, bana geldiğinde mesire gibi zanneden, köyden gelip yerleşen, dışarıyı bilmeyen bayanlar. Geldikleri zaman benim ev düzenimi görüyorlar, giyimimi kuşamımı görüyorlar. Ben sanki onlara bir okul gibi, görmediklerini görüyorlar..... Yemek işine başladığımda benim model alacağım, örnek alacağım o modelde bir iş yeri yok... Ben bir menü oluşturdum, anneannemin, babaannemin babamın evinde yaptıklarımı, bildiklerimi. Dışarıdan acentalar, rehberler, gelen turistler, dışarıdan gelenler, gezmeye gelenler, hepsi bana geliyordu.....Yayından ve basından inmeyen bir popüler iş. Bir de

*Türkiye'de bir ilk. Şimdi bizde bu yöresel yemekler, göçlerle, yaşlıların ölümüyle bunlar kaybolmaya yüz tutmuştu. Çünkü ticarete dönüşmemiş, para etmiyor, kimse tanımamış. Ben yöresel ve gelenekseli paraya dönüştürerek turizme tanıtım, ve bir şehir ekonomisinde istihdam yarattım. Artı kadın emeğini ekonomiye dahil ettim. Hem sahada çalışma alanında, hem kaz yetiştirme alanında. Kadına cesaret ekonomiye de can verdim.....Demim bahsettiğim gibi erkeksi bir toplumda akıllı, güvenli, düzgün öyle bir imaj bırakmışım ki, kızını, gelinin, eşini orada çalışabilir diye gönderdiler ve bura bir okul gibi oldu. Hem erkekler eğitildi hem kadınlar. Erkeklerde eşinin kötü bir iş yapmadığını anladı, kadınlar parayı tanıdılar. Bugün benim personel diyor ki 'evde diyor pandemi' de kaldığımızda bulaşık yıkamaktan öldük. Demişler kaz evinde yıkıyordunuz. Kaz evinde para alıyoruz, burada bedava yapıyoruz'. Kadınlar da yaptıkları işlerden para kazandıklarında keyif aldılar. Sigortayı anladılar, zamanı anladılar, çalışma saatini idrak ettiler, iş sistemini idrak edebildiler. Hani ben bir okul oldum, bir model oldum, cesaret verdim, kadında devrim yarattım...Sokakta yürüyorum bir gün, bir beyefendi bana dedi ki, Abla Allah senden razı olsun sayende bu şehrin köpekleri bile doydu. Köşelere köpeklere mama bırakıyorlar ya."*

Bedriye Berber Engin (Gölpazarı, Eko Köy Kurşunlu Köyü/Bilecik):

*"Girdabın içindeydim. Kocam dikkatli baktığım yere bir daha bakardı. Eşim her şeye karar verirdi. Nereye ne verilecek o karar verirdi. Her şey ona bağlıydı her şey. Ama her işi ben yapardım. Eşim hiçbir işin ucundan tutmazdı. Artık bu durum değişti. Karar mekanizması değişti. Şimdi artık otellerde kalıyorum. Bu köyde asla bu evdekileri turizme ikna edemem dediğim kapılar para ile turizme açıldı. Benim açamadığım evleri para açtı.... Dengelerin değişmesinde paranın etkisi var. Evde ki dengenin değişmesinde paranın etkisi var. Para kimin elinde ise güç onda. Herkes bu işten ekmek yemeye başladı. Köyde ilk ziyaretçiler geldiğinde insanlar yabancıya tedirgin bakıyorlardı. Ama şimdi sohbet edecek insan bulduk diye seviniyorlar sokaklarda. Dayım turizme çok şey bakmıştı. Ama insanlar sohbet edince çok hoşuna gitmeye başladı. Ne zaman gelecek misafirlerin diye soruyor. Sonra diğer hanelerde de kadınlar rest çekmeye başladılar."*

Zümran Ömür (Boğatepe köyü/Kars):

*"Alışveriş bile yapmaya korkardım. Acaba giderim, hesaplayabilir miyim diye. Parayı verirken hesaplayabilir miyim, ya da beni bir yere gönderirlerse gidip geri dönebilir miyim? Çoğu kadın öyle. Evde son söz eşime evin büyüğüne aitti. Bundan sonra paylaşıyoruz artık. Kararlar ortak alınıyor. Erkeklerle göre para getirme işi halen erkeğindir. Kadınlarda destek verdikten sonra o biraz azaldı. Kadında artık parasını kazanabiliyor. Kadınlar artık kendi ihtiyaçlarını kendisini alabiliyor. Burada da söz hakkı oluşuyor. Yani kadın aslında kendini ifade edebildi."*

*"Köy 45 haneden şimdi 118 haneye dönüştü. Çok büyük bir değişim. 9 tane mandıra açıldı. Üretim çoğaldı. Hayvan sayısı çoğaldı. Yani bunların hepsi bir köy, bir Kars için çok önemli. Kars merkeze geldiğin zaman fark edersiniz her yer Boğa tepe. Ne mutlu bize köyümüzün adı duyuldu. Geçen sene Dünya'da 17. peynir rotası oldu Boğatepe. Bir öğretmen müzesi hazırlıyoruz. Küçük küçük atölyelerde halı dokuma, çinicilik, koyun yünleri için geri dönüşüm atölyeleri, kafkas halıcılığını geri getirebilmek gibi projelerimiz var. Yeni proje'de köyün eski ismi Zahot...Zahot ırkı hayvanımız var. Bunun kaybolmaması için yıllardır çaba gösteriyorduk. Şimdi Tarım İl Müdürlüğü, Valilik bize destek verdi. Bu destek doğrultusunda yeniden o hayvan ırkını çoğaltarak yolumuza devam etmeyi düşünüyoruz. Projelerimiz devam ediyor. Sürdürülebilirlik çok önemli".*

İksir Sema Aydın (İksir Resort Town/Daday/Kastamonu):

“Burada sadece kadınlar olarak da değil, bir kere turizme bakış açıları değişti. Yani turizmin ne olduğunu, nasıl yapılması gerektiği hakkında bilgilendiler. Bu olgu gelişti. Üstelik kendileri de turizmin herhangi bir şekilde bir ucundan tutarak kendilerine fayda sağlayabileceklerini öğrendiler. Bazen bir bakıyorsunuz küçük bir çocuk bile eline 3 tane elmayı almış kenarda satmak istiyor. Bahçesindeki elmayı. Bu bile katkı. Ticarete alışıyor. Kendi kendilerine rehberlik yapan çocuklarımız oldu. Tüm bunlar birer gelişme. Üretim ayağımızda olduğu için daha çok bu kompost yapımları, üretim süreçleri, hijyen konusunda kadınlara özel eğitimler aldılar. Ekonomik değeri olan hiç bilmedikleri ürünleri öğrendiler. Çalışanlarımızın büyük bölümü kadın. Tersine göç başladı. Özellikle atlı sporlarda yetiştirdiğimiz Türkiye'nin çeşitli yerlerine dağılan elemanlarımız oldu. Çocuk bakımı, çocuk sağlığı konularına eğildik. Üniversiteden öğretim görevlisi arkadaşlarımızla çalıştık. Balık tutmayı öğrettiğimiz aile çok oldu. Bizim modelimizde oteller açıldı”.

Verilen yanıtlara bakıldığında; bireysel bazda kendine güven, sosyal hayata katılım, söz hakkı, ekonomik güç, farkındalık ve bilinç yükselmesi, yeni fikirlerin üretimi gibi çıktılarının yanı sıra kadınların toplumsal bazda yöreyi ekonomiye kazandırma, istihdam sağlama, örnek olma, bireylerin bakış açılarında değişim, geri göç, yeni destinasyonların turizme kazandırılması gibi çok önemli çıktılarını görülmektedir

### **Sonuç, Tartışma ve Öneriler**

Çalışmada, toplumsal normlar ve cinsiyet eşitsizliği ile mücadele eden kadın girişimcilerin kadının dezavantajlı olduğu girişimcilik ekosistemine girmelerinde etkili olan nedenler, karşılaştıkları engeller ve bu engeller karşısında verdikleri tepkiler, motivasyonları ve yarattıkları dönüşüm, örneklem kapsamında yer alan ve turizm sektöründe faaliyet gösteren dört kadın girişimci üzerinde yapılan araştırma ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma bulguları incelendiğinde, çalışmanın örneklemini oluşturan turizm sektöründe fark yaratan kadın girişimcilerin girişimcilik kararını etkileyen nedenler; geçim sıkıntısı, şiddet, çaresizlik, kimlik arayışı, ne yapabilirim sorusu, insanlara ümit olma isteği, nasıl daha iyiye evrilir sorusu gibi ifadeler ile belirtildiği görülmektedir. Katılımcıların kimlik arayışı, kendini sorgulama, şiddet, üretme isteği ve sosyal sorumluluk duygusunun girişimcilik kararı almalarında etkili olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan iki kadın girişimci ise girişimci olduklarının sonradan farkına vardıklarının belirtmişlerdir. İki girişimci ise tamamen toplumsal fayda sağlama amacı ile girişimci olmaya karar vermişlerdir.

Girişimcilik kararları karşısında toplumun verdiği tepkilere ilişkin ifadeler incelendiğinde, bir katılımcı hariç diğerlerinin sürecin başından itibaren eşleri tarafından desteklendiği görülmektedir. Ayrıca, bir katılımcı hariç diğerleri hemcinsleri tarafından dahi desteklenmediklerini ve engellerle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bu tepkilere karşılık sabır ve inatla mücadeleye devam ettiklerini, ikna ve iletişim yoluyla, rol model olarak bireyleri yanlarına çektiklerini ifade etmişlerdir. Süreç sonunda elde edilen çıktılar; bireysel ve ekonomik özgürlük kazanma, fark yaratma, sosyal hayata katılım, hane içi eşit söz hakkı, farkındalık, kadınların ekonomiye katılımı, istihdam, tersine göç, yeni iş kolları, bireylerin bakış açılarında değişim, yeni destinasyonların turizme kazandırılması olarak ifade edilmiştir.

Kadınların karşılaştıkları sorunlara yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında, kadınların, girişimcilerin karşılaştığı genel sorunların yanı sıra "kadın" olmanın getirdiği farklı sorunlar ile de baş etmek zorunda oldukları görülmektedir

(Narin vd., 2006, s.638). Farklı nedenlerden girişimciliğe başlamış tüm toplumsal baskılara ve cinsiyet eşitsizliğine rağmen yöresinde /bölgesinde bir ilki başarmış ve fark yaratmış bu dört kadın girişimci süreç boyu hem bir kadın olarak ilki yapmanın bilinmezleri hem de cinsiyet eşitsizliği ve kültürel normların yarattığı engellerle mücadele etmişlerdir. Erdoğan ve Semerci'nin (2013) çalışmalarında bahsettikleri gibi nitel çalışmalarla elde edilen derinlemesine bilgiler ile farklı hikayeler gözlemlenmektedir. Görüşmeler esnasında özellikle süreç boyu rol model olmamasından dolayı yaşadıkları sıkıntıların üzerinde duran kadınlar, süreci örnek olarak, sabırla ve vazgeçmeden devam ettirdiklerini ifade etmişlerdir. Ülkenin farklı bölgelerinden hatta hapishanelerden kadınların kendileri ile iletişime geçerek hikayelerinin onlara nasıl cesaret verdiğini ve nasıl ilham kaynağı oldukları yönünde olumlu geri dönüşler aldıklarını bu durumun onlar için esas kazanç olduğunu belirtmişlerdir. Bireylerin karar alma sürecinde rol modellerin ilham kaynağı olduğu, onların deneyimlerinin tercihlerini ve kararlarını olumlu etkilediği ve süreçlerini kolaylaştırdığı öne sürülmektedir (Yang, 2019; Bosma vd. 2011). Kadın girişimcilerden özellikle Nuran Özyılmaz'ın "kadına cesaret, ekonomiye yön verdim" ifadesi oldukça çarpıcıdır. Ailede söz hakkı, sosyal yaşama katılım, kendine güven, ekonomik ve bireysel özgürlük kazanımı kadınların güçlenme çıktılarında bazıları olarak görülmektedir. Bu kadınlar tüm bunların yanısıra özellikle tersine göç sağlayarak büyük bir soruna çözüm olmuşlar ve yeni iş sahalarının açılımlarına vesile olmuşlardır. Buldukları bölgeler turizme dahil edilerek yeni bir destinasyon oluşturulmuş böylece tüm bölge ekonomisine olumlu bir katkıda bulunmuşlardır. Ayrıca veri ve gözlemlerden yola çıkarak bu kadınların geleneksel ve görenekssel yemeklerin, ananelerin (kına, düğün gibi), manilerin ve geçmiş dönem hikayelerinin devam ettirilmesi, toprağa sahip çıkmanın önemi, sürdürülebilirlik gibi konularda toplumu bilinçlendirmeye yönelik emek harcadıkları ve bu emeğin çıktılarını aldıkları da tespit edilmiştir. İki kadın girişimcinin girişimciliğe katılım karar mekanizmasında ise içinde buldukları toplumda saptadıkları sorunlara çözüm olma arayışı yatmaktadır.

Girişimcilik güçlendirme yaklaşımı çerçevesinde ele alınmadıkça kadınlar patrikaryal sistemin izin verdiği ölçüde ve hane içi iş sorumluluklarını engellemeyecek şekilde belirlenen sahalarda çalışmaktan ileri gidemeyeceklerdir (Topateş vd., 2022, s.1067). Bireyler farkına varmadan içselleştirdikleri dil, norm ve davranışlar ile cinsiyetçiliğin yeniden üretimine katkı sağlamaktadırlar. "Erkek gibi olmak" ulaşılması gereken bir merteye gibi gösterilmektedir. Bu durum, ataerkil yapının değişime uğramasından ziyade ona ait değerlerin yüceltilmesine neden olmaktadır (Yaraman, 2008, s.832). "Erkek gibi kadın", "elinin hamuruyla erkek işine karışma", "kadın gibi ağlama" gibi söylemlerin ve dilin bu yapılanmada ciddi etkisi vardır. Bourdieu'ya göre dilin sembolik bir gücü vardır ve tarih boyu toplumların kültürel kodları dilde saklıdır ve gizli bir şekilde iktidar ilişkilerini barındırmaktadır (Dursun, 2018, s.99). Bu nedenle cinsiyetçiliğe karşı farkındalığın artırılması gereklidir.

Dünyada yoksulluğun nedeni kaynakların yetersizliğinden ziyade kaynakların doğru kullanımına yönelik politikaların uygulanmamasıdır. 2024 yılı için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bütçe teklifi 334 milyar 349 milyon 925 bin lira olarak belirlenirken bu bütçeden ikinci en düşük bütçe Kadın güçlenmesi programına (2 milyar 900 milyon 813 bin TL) ayrılmıştır (Evrensel Gazetesi, 2023). 2024-2028 yıllarını kapsayan On İkinci Kalkınma Planında, kadının iş gücüne katılım oranının %40,1 ve kadın istihdam oranının da %36,2 olması hedeflenmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2023). Hedeflenen rakamlara ulaşılabilmesi için öncelikle gerçekten "kadın kim" ve "erkek neden iktidarda" sorularına dürüst cevaplar verilmesi gerektiğine inanıyoruz. Var olan tüm politikalar yeniden gözden geçirilerek toplumsal cinsiyet bazlı veriler toplanarak kadının üretken ve aktif birer birey oldukları unutulmadan, kadın özelinde destekleyecek politikalar hazırlanmalıdır. Araştırmalardan da görmekteyiz ki cesaret veren, başarmış kadın hikâyeleri, rol modeller kadınların kendi

hikayelerini yazmalarında çok önemli. Bu nedenle yazılı ve görsel basında herkese ulaşabilecek programların, yazıların yayınlanması çok büyük önem teşkil etmektedir. Neo liberal bakış açısıyla yapılmış genellemelere yönelik çalışmalar yerine erkek egemen söyleme dayanmayan, sosyolojik ve psikolojik perspektiften kadına yaklaşan teorilerin kullanıldığı akademik çalışmaların yapılması farklı çözüm yollarında önünü açacaktır. Her ne kadar kadın emeğinin en çok yer aldığı sektör olarak adlandırılırsa da turizm sektöründe fark yaratan kadın hikayeleri araştırıldığında kısıtlı sayıda kadına ulaşılabilmektedir. Bu durum girişimci olarak kadınların turizm sektöründe özellikle kültürel normlar ve ataerkil cinsiyetçi yapı gibi çeşitli nedenlerle çok fazla yer alamadığını göstermektedir. Yapılacak olan araştırmalarda nitel yöntemler kullanarak bu nedenlerin bölgesel bazda derinlemesine araştırılması gerekmektedir. Kadın girişimcilere yönelik politikaların kadının özelinde hazırlanması, toplumsal ve kültürel yapının girişimcilik üzerindeki ciddi etkisinin politikalar belirlenirken göz önünde bulundurulması gereklidir.

## Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu çalışmaya, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 21.02.2023 tarihli toplantısında alınan karar ile uygunluğuna onay verilmiştir.

## KAYNAKÇA

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 1, 595-621.
- Arıkan, C. (2016). Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği. *Yönetim ve Kalkınma Araştırmaları Dergisi*, 14(3), 138-156.
- Ayyıldız, A.A. (2022). Pierre Bourdieu'nun sosyolojisi ışığında sosyal çalışmayı anlamak. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.14(3), 261-284.
- Baysal, H. (2020). Türkiye'de kadın girişimci yazını(1996-2020): Pandemi Öncesi görünüm, pandemi sonrası için yol gösterici olabilir mi?. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries*, 4(1), 50-71.
- Berg, L. B. & Lune, H. (2019). *Sosyal Bilimlerinde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Konya: Eğitim Yayınevi. (9.baskıdan çeviri).
- Byrne, J., Fattoum, S. & Diaz Garcia, M. C. (2019). Rol Models And Women Entrepreneurs: Entrepreneurial Superwoman Has Her Say, *Journal of Small Business Management*, 57/1,154- 184.
- Bird, B. & Brush, C. (2002). A gendered perspective on organizational creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 41-65.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M. & Verheul, I. (2011). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon Üzerine*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (Çev. Turhan Ilgaz).
- Boyacıoğlu, E.Z. (2014). Kırsal turizmde kadın girişimciliği: Edirne örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(2), 82-90.



- Chao, C., Greeneb, P. & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self efficacy distinguish entrepreneurs from managers. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Çakmak- Karaçay, H. (2003). Kalkınma iktisadı literatüründe gelişme kavramının evrimi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 49-68.
- Çelik, C. & Özdevecioğlu, M. (2001). Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin Nevşehir ilinde bir araştırma. 1. Orta Anadolu Kongresi (Nevşehir): 487-498.
- Çetinel, E. & Yılmaz- Ersoy, S. (2016). Feminist teori: Yönetim ve organizasyon alanına eleştirel bir yaklaşım. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 119-148.
- Çitçi, S. U., & Memiş, Sağır, P. (2017). Potansiyel erkek girişimcilerin perspektifinden kadın girişimciliği. *Kadın/Women 2000 Kadın Araştırma Dergisi*, 18(1), 41-62.
- Deveciyan, M. T. (2023). Topuklu ayakkabılardan çamurlu plastik çizmelere: Erkek egemen sektörlerde kadın girişimciliği. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*. 27, 56-70.
- De Vita, L., Mari, M. & Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32, 451-460.
- Dursun, O. (2018). Toplum Pierre Bourdieu ile Düşünmek. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 68-123.
- Ecevit, Y. (2007). Türkiye’de kadın girişimciliğine eleştirel bir yaklaşım, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Yayınları: Ankara. (<https://silo.tips/download/trkye-de-kadin-grmclneeletrel-br-yaklaim>)
- Erol- Önder, P. & Eskici, Z. G. (2021). Pierre Bourdieu sosyolojide bilimsel düşünümSELLİK üzerine. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(77), 741-746.
- Evrensel Gazetesi (22 Kasım, 2023). Aile Bakanlığı bütçesinde kadına ayrılan pay binde 8,6! <https://www.evrensel.net/haber/504106/aile-bakanligi-butcesinde-kadina-ayrilan-pay-binde-8-6> (Erişim Tarihi: 22.05.2024).
- Fagenson, E. A. & Marcus, E. C. (1991). Perceptions of the sex-role stereotypic characteristics of entrepreneurs: women's evaluations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 33-48.
- Gazete ceid (Aralık, 2023). 2023 yılı toplumsal cinsiyet eşitliği bakımından nasıl geçti? Erişim Adresi: <https://ceidizler.ceid.org.tr/dosya/gazete-ceid-21-sayipdf.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018/2019 Women’s entrepreneurship report. Erişim adresi: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405>.
- Gül, Sallan, S. & Altındal, Y. (2016). Türkiye’de kadın girişimciliğinin serüveni: Başarı mümkün mü?. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1361-1377.
- Güldal, D. (2006). *Kadın Yöneticileri Motive ve Demotive Eden Faktörlerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

- Halaç, S. D. & Meşe, G. (2021). Toplumsal cinsiyet bakış açısından türkiye'de kadın girişimciliğinin durumu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 68, 255-270.
- Hughes, D. K., Jennings, E. J., Brush, C., Carter, S., ve Welter, F. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429-442.
- Işık, D. (2024). Girişimci kadınlar kent, mekan ve kamusal alanda var olma. *Mavi Atlas*, 12(1), 162-181.
- İlhan, S. & Oruçlu, F. (2023). Diyarbakırlı kadın girişimciler üzerine bir araştırma. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 4(2), 119-133.
- 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), 661-713.
- Kaplan, M. & Yardımcıoğlu, M. (2020). Alan, habitus ve sermaye kavramlarıyla Pierre Bourdieu. *Habitus Toplum Bilim Dergisi*.1, 23-37.
- Karadirek, G. (2023). Kadınların Kariyer gelişiminde cam tavan, mesleki öz yeterlik, rol model ve güç mesafesinin rolü: Ordu il sağlık müdürlüğü kamu hastaneleri örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(38), 496-515.
- Karakuş, G. (2022). Kadın girişimciliği ve cinsiyet eşitsizliğinin insani gelişme üzerindeki etkisi. *Uluslararası Fikir Araştırma Dergisi*, 14(28),1-10.
- Kocacık, F. & Gökkaya, V. B. (2005). Türkiye'de çalışan kadınlar ve sorunları. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 195-219.
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık (Çeviri).
- Minniti, M. (2009). History of the field. *Foundation and Trends in Entrepreneurship*. 5(7-8), 504- 509.
- Narin, M., Marşap, A. & Gürol, M. A. (2006). Global kadın girişimciliğinin maksimizasyonunu hedefleme: Uluslararası arenada örgütlenme ve ağ oluşturma. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(1); 65-78.
- Neumeyer, X., Santos, S.C., Caetano, A., & Kalbfleisch, P. (2019). *Entrepreneurship Ecosystems and Women Entrepreneurs: A Social Capital and Network Approach*. Small Business Economics. 53(2); 475-489.
- Öğüt, A. (2006). Türkiye'de kadın girişimciliğinin ve yöneticiliğinin önündeki güçlükler: Cam tavan sendromu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 56-78.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi (Çeviri).
- Pektaş, G. A. & Kurgun, H. (2023). Turizm sektöründe fark yaratan kadın girişimciler. *Uluslararası Avrasya Ekonomileri Kongresi*, 160-170.
- Sallan-Gül, S. & Altındal, Y. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün mü?, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1361-1377

- Semerci- Uyan, P. & Erdoğan, E. (2013). *Farklı Pencereleer, Farklı Manzaralar: Sosyal Bilimlerde Yöntem Tartışmaları*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Soysal, A. (2013). Kırsal alanda kadın girişimciliği: Türkiye İçin durum değerlendirmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 163-189.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 65(1), 83-114.
- Topateş, A. K., Topateş, H. & Kıdak, E. (2022). Güçlendirme ve toplumsal cinsiyet rolleri ikileminde kadın girişimciliği. *Çalışma ve Toplum*, 2(73), 1043-1074.
- Toksöz, G., Özkazanç, A. & Poyraz, B. (2001). Kadınlar, kalkınma ve sosyal adalet, Ankara: A.Ü. Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi.
- TUIK (2022). İstatistiklerle Kadın 2022 (Haber Bülteni). Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=%C4%B0statistiklerleKad%C4%B1n-202249668&dil=>
- Turhan, Y. (2020). Kalkınma kavramının tarihsel süreci ve etimolojik analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 29, 149-164.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2023). *On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028)*. Ankara.
- Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (2018). Kadının Güçlenmesi strateji belgesi ve eylem planı 2018-2023. Erişim Adresi: <https://www.aile.gov.tr/ksgm/ulusal-eylem-planlari/kadinin-guclenmesi-strateji-belgesi-ve-eylem-planı-2018-2023/>
- Ünal, Ş. & Metin, O. (2022). İçerik analizi Tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 273-294.
- Yadav, V. & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: Research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6 (12), 2-18.
- Yalçın, H. (2022). Bir araştırma deseni olarak fenomenoloji. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 213-232.
- Yang, J. H. (2019). The effect of role model on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: Focused on Korean and Chinese university students. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(2), 211-220.
- Yaraman, A. (2008). Yanılsamanın neresindeyiz? İçselleştirilmiş cinsiyetçilikten farkındalığa. *Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Gazi Kitapevi, Ankara, 830-837.
- Yener, S. (2018). Sosyolojik kuramlar çerçevesinde aile ve girişimcilik ilişkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(6), 869-878.
- Yıldırım, F. & Gül, H. (2021). Uluslararası kalkınma politikaları ve kadınların güçlendirilmesi üzerine bir değerlendirme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*.10(1), 679-695.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, A. S. (2014). Bir sosyal değişim ajanı olarak girişimcilik eğitimi. *Journal of World of Turks*, 6(1), 297-310.

Yılmaz, C. (2020). Bourdieu'da temel kavramlar ve simgesel şiddet analizi. *Habitus Toplumbilim Dergisi*, 1, 161-179.

Zapalska, A. & Fogel, G. K. (1998). Characteristics of Polish and Hungarian entrepreneurs. *Journal of Private Enterprise*, 19(2), 132-144.

## **Women Entrepreneurs from the Perspective of Empowerment Approach: A Qualitative Research on the Tourism Sector**

**G. Ash PEKTAŞ**

Dokuz Eylül University, Institute of Social Sciences, Izmir/Türkiye

**Hülya KURGUN**

Dokuz Eylül University, Faculty of Tourism, İzmir/Türkiye

### **Extended Summary**

Women, who have become new actors of business life through entrepreneurship, try to play their roles within the limits determined for them, as directed by neoliberal policies, in the male-dominated working life (Çitçi & Sağır 2017, p. 47). Unless entrepreneurship is handled within the framework of empowerment approach, women will not be able to go further than working in designated areas as much as the patriarchal system allows and in a way that does not hinder their household work responsibilities (Topateş et al., 2022, p.1067). Without realizing it, individuals contribute to gender discrimination with the language, norms and behaviors they internalize. Women, who are called "idle labor force" by neo-liberal policies, are trying to find a place for themselves in the economy as "input-labor force". However, despite the policies and strategies implemented, they cannot fully participate and perform due to many different factors such as gender inequality, cultural and social norms and rules, and patriarchal structure (Öğüt, 2006, p.73). In societies where gender inequality is experienced, the existence of successful role models is very important, especially for women entrepreneurs who are trying to cope with similar problems. The encouraging effect of having a high number of female role models accelerates change and development. It is stated by women that in patriarchal societies, women are positioned from a sexist perspective and that this situation negatively hinders entrepreneurial thinking and behavior (Fagenson & Marcus, 1991, p.38).

At this point, it is an accepted fact that development involves more than growth. Today, development is not only economic growth, but also a process that reveals the potentials of individuals and creates social and cultural change (Turhan, 2002; p.153). Development levels of countries also reveal the levels of gender inequality experienced. (Toksöz, 2011; p.7). Entrepreneurship is an important actor of development with the cultural and social changes it creates on the social level, its outputs in economic development, human life, gender equality, and the role it plays in closing the development gaps between countries/regions. It is important for every woman of working age, who constitute half of the world's population, to be involved in this process in order to increase the number of entrepreneurs.

It is accepted that the geography of the countries, their culture, and social and cultural norms affect the entrepreneurship ecosystem. Even though it is stated that there is a close connection between entrepreneurial personality traits and entrepreneurship, it is also of great importance to have a suitable ecosystem and socio-economic conditions for entrepreneurship (Zapalska & Fogel, 1998, p. 138; Chao et al., 1998, p. 298). Although the studies conducted to date have focused on the roles played by women in the economic development of the country and the region through their participation in economic life through entrepreneurial activities, when examined in depth from a social perspective, it is seen that women have created a serious transformation. Famous French sociologist Pierre Bourdieu argues that male dominance can be broken as a result of reflective change. All sexist divisions in society

have been normalized, internalized and accepted as a result of biological gender differences. Bourdieu argues that all phenomena in social life are interconnected and interact with each other and that reproduction is possible. Reflexivity means revealing the unseen and unthinkable. The radical feminist perspective of feminist theory, which started in the 18th century as a social awareness movement, rebelled against the social order established through the patriarchal system and the oppression of women by this order, and argued that the social structure should be reorganized. They argue that the patriarchal system, reinforced by factors such as family, education, language and religion, and the domination of men over women are very deep-rooted and that this system can only change with a social change (Çetinel & Yılmaz, 2016, p.126). As a result of entrepreneurial activity, a reflexive change occurs as a social benefit as well as economic development. Social changes are beginning. With the emergence of these roles played by women's entrepreneurship, it is important to conduct studies that consider the cultural norms of the society in which women entrepreneurs are subject and interact, in order to prepare correct and successful policies. The changes experienced as a result of the mutual interaction between the entrepreneur and the environment he is in have made it necessary to examine entrepreneurship from a sociological perspective (Yener, 2018, p.870).

The aim of the study is to reveal the important role of women entrepreneurs, who have a very important place in the development of countries but cannot provide the desired and expected employment in the entrepreneurship ecosystem with a male-dominated discourse, in the social change they create as well as in their economic output, from the perspective of empowerment approach. For this purpose, the phenomenology method, one of the qualitative research designs, was used in the research and content analysis was performed in the data analysis. Four female entrepreneurs who made a difference, operating in the tourism sector and causing observable and noticeable cultural and social change as well as economic development in their region or location, were interviewed. The interviews were held in January and February 2024. These four female entrepreneurs, who started entrepreneurship for different reasons and despite all the social pressures and gender inequality, achieved a first in their region/region and made a difference, they struggled throughout the process with both the unknowns of breaking new ground as a woman and the obstacles created by gender inequality and cultural norms.

As a result of the research, it was determined that it is important for female entrepreneurs to have a woman as a role model. In addition, it has been determined that women create changes in the mentality of the society in addition to the important economic development they create in regional development, such as remigration, contribution to employment, and creation of new business lines. It has been determined that in these regions, through women entrepreneurs, a reflexive change has been experienced, such as awareness, self-confidence, equal say in the family decision-making mechanism, social and economic freedom, which has effects that empower women and reduce gender inequality.

As a result of the study, in order to reach the targeted figures in women's entrepreneurship, it is necessary to give honest answers to the questions "who is the woman" and "why is the man in power?" All existing policies should be reviewed, gender-based data should be collected, and policies should be prepared to support women specifically, without forgetting that women are productive and active individuals. It is seen from the research that encouraging and successful women's stories and role models are very important for women to write their own stories. For this reason, it is of great importance to organize programs, broadcasts and publish articles in the written and visual media that can reach everyone. Instead of studies on generalizations made from a neo-liberal perspective, conducting

academic studies using theories that are not based on male-dominated discourse and approach women from a sociological and psychological perspective will pave the way for different solutions.

Ek 1. Etik Kurul İzni



T.C.  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
HUKUK MÜŞAVİRLİĞİ

Sayı : E-87347630-659-528028

27.02.2023

Konu : Etik Kurul İzni- Gülsüm Aslı PEKTAŞ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 14/02/2023 tarih ve 519312 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazınız ile bildirilen başvuru, Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 21/02/2023 tarihli toplantısında değerlendirilmiş ve toplantıda alınan 1 sayılı karar ile Gülsüm Aslı PEKTAŞ'ın, "*Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Deneyimlerinin Ulusal Perspektifte İncelemesi.*" başlıklı çalışmasının etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiş olup, alınan karar Makamımızca onaylanmıştır.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof.Dr. Nükhet HOTAR  
Rektör

**Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.**

Doğrulama Kodu: 248026AA-5253-4E32-AC6B-92BFE3BD6624 Doğrulama Adresi: <https://turkiye.gov.tr/dokuz-eyul-universitesi-ebys>

Adres: Kültür Mahallesi, Cumhuriyet Blv No:144, 35220 Konak/İzmir

KEP Adresi : [dokuzeyuluniversitesi@hs01.kep.tr](mailto:dokuzeyuluniversitesi@hs01.kep.tr)

Bilgi için:Gülcan TOPÇU  
Sürekli İşçi  
Telefon No:(232) 412 11 93

