

Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri ve Kişilik Özelliklerine İlişkin Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research on Motivation Factors and Personality Features of Women Entrepreneurs in Tourism Sector

Ece KONAKLIOĞLU^a Seda KALEÖZÜ^b

^aAnkara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye. ece.konaklioglu@hbv.edu.tr

^bHarran Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Şanlıurfa, Türkiye. seda.kaleozu@hbv.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Kadın girişimciliği Turizm Zihin haritalama Turizm girişimciliği Nitel araştırma yöntemi	Amaç – Gelişmekte olan ekonomilerde kadın girişimcilerin hangi nedenlerle girişimcilik hikayesi yazmak istediğini belirlemek, farklı hikayelerden farklı beklenti ve davranışlara ulaşmak ve bu yolla Türkiye’deki kadın girişimciliğinin gelişimi için ihtiyaç duyduğu girişimcilik ekosistemine ilişkin ipuçlarını yakalamak araştırmanın temel amacıdır. Yöntem – Kadın girişimcilerin görece giriş engeli daha az olan hizmet işletmelerinde varlık gösterme nedenlerinin araştırıldığı bu çalışmada kadını girişimci olmaya sevk eden motivasyon faktörlerine ilişkin açık ve gizli faktörler belirlenip, elde edilen motivasyon faktörlerinin ışığında kadın girişimcilerin farklı karakteristikleri zihin haritası ile ortaya konmaktadır. Konunun doğal ortamında derinlemesine araştırılmasına olanak tanıyan nitel araştırma yöntemleri tercih edilmiştir. Veriler turizmin farklı alanlarını temsil eden 15 kadın girişimciyle çevrimiçi ortamda derinlemesine mülakat ile toplanmış olup, örnek olay, söylem analizi ve zihin haritalarının kullanılması gibi çok çeşitli araştırma desen ve analizleri uygulanmıştır. Bulgular – Kadın girişimciyi motive eden içsel ve dışsal faktörler olmak üzere iki kategoride motivasyon faktörleri belirlenmiştir. Beklentinin aksine bu çalışmada, parasal motivasyon gibi faktörlere girişimciler tarafından açık olarak hiç değinilmemiştir, ancak gizli olarak araştırmacılar tarafından fark edildiği söylenebilir. İçinde bulunduğumuz dönemin çevresel endişeleri kapsamında çalışmada önceki çalışmalardan farklı olarak, işletme sahiplerinin sürdürülebilirliği ön planda tutmaları ve bunu bir girişimcilik motivasyon faktörü olarak görmeleri sürdürülebilirliğin öneminin her geçen gün arttığı çağımızda önemli bir sonuç olarak düşünülmektedir ve kadın girişimcileri belki de erkeklerden ayıran bir özellik olarak değerlendirilebilir. Ayrıca mülteci kadın girişimci olmak konusuna da değinilen çalışmada gelişmekte olan ekonomilerde mülteci kadın girişimcilerin verileri de analize dahil edilmiştir. Ancak gelecekte mülteci kadın girişimciler konusunun detaylı incelenmesinin gerekliliği sonucunu da ortaya koymuştur. Tartışma – Elde edilen sonuçlar ışığında, destekleyici girişimcilik ekosisteminin oluşabilmesi için özellikle dışsal faktörlerin iyileştirilmesi gerekmektedir. En önemli dışsal faktörlerden bir olan kültür, girişimcilik eğitimi ile şekillenebilecektir. Farklı beklenti ve davranışlara yönelik tek tip girişimcilik eğitimi yerine bireyin zihinsel haritasına yönelik farklı girişimcilik eğitim programlarının hazırlanması toplumda girişimcilik kültürünün verimli bir şekilde oluşturularak girişimcilik bilincinin gelişmesine ve desteklenmesine olanak tanıyacaktır.
Gönderilme Tarihi 11 Ocak 2023 Revizyon Tarihi 11 Mart 2023 Kabul Tarihi 15 Mart 2023	
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Women entrepreneurship Tourism Mind mapping Tourism entrepreneurship Qualitative research method	Purpose – The aim of this study is to define the reasons of women entrepreneurs who want to write an entrepreneurship story in developing economies. Design/methodology/approach – This study, which investigated the reasons for women entrepreneurs to exist in service businesses with relatively lower barriers to entry, was conducted under the guidance of qualitative methodology. In this study, in which the overt and hidden factors related to the motivational factors that lead women to become entrepreneurs are determined, the distinctive personality traits of women entrepreneurs are revealed with a mind map in the light of the motivation factors defined. Qualitative research methods, which allow the subject to be study in its natural environment, were preferred. The data were collected through in-depth interviews with 15 women entrepreneurs representing different fields of tourism and various research designs and analyzes such as case studies, discourse analysis and the use of mind maps were applied.
Received 11 January 2023 Revised 11 March 2023 Accepted 15 March 2023	

Önerilen Atıf / Suggested Citation

Konaklıoğlu, E., Kaleözü, S. (2023). Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri ve Kişilik Özelliklerine İlişkin Nitel Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 15 (1), 274-285.

Article Classification:
Research Article

Findings – Motivation factors were determined in two categories as internal and external factors that motivate women entrepreneurs. Contrary to expectations, factors such as financial motivation were never explicitly mentioned by entrepreneurs, but noticed by researchers. In the context of environmental concerns of the current period, unlike previous studies, the fact that business owners prioritize sustainability and see it as an entrepreneurial motivation factor is considered as an important result nowadays where the importance of sustainability is increasing day by day, and it can be considered as a feature that perhaps distinguishes women entrepreneurs from men. In addition, in this study, which also touched on the issue of being a refugee woman entrepreneur, the data of refugee women entrepreneurs in developing economies were also included in the analysis. However, it has also revealed the necessity of examining the issue of refugee women entrepreneurs in detail in the future.

Discussion – In the light of the results, it is necessary to reinforce the external factors and improve the external factors in order to create a supportive entrepreneurship ecosystem.

1. Giriş

Kadın girişimcilerin toplumdaki başarısı sadece ekonomik avantaj sağlamakla kalmaz, kültürel ve sosyal alanlara da katkısı en az ekonomik faydası kadar önemlidir ve ülkeler açısından en önemli gelişmişlik umududur. Ancak kültürel, sosyal ve dini yapının katı kuralları kadının toplum içindeki hareketlerini tarih boyunca kısıtlamıştır. Farklı fikir ve düşünceye sahip kadınların orta çağda cadılıkla suçlanarak susturulması buna en çarpıcı örnek olarak verilebilir. Her şeyi değiştiren zaman geçmişte susturulan, geri çekilmeye zorlanan kadının rolünü, gereklerini de değiştirmiş ve geliştirmiştir. Diğer bir ifadeyle içinde olduğumuz çağda her alanda olduğu gibi toplumsal cinsiyet konusuna bakış açısı değişmiş ve kadın refah artışı sağlayacak işgücü konumuna gelerek büyük oranda toplumsal yapının içine çekilmiştir. Kısacası toplumsal düzenin içindeki önemli yapı taşlarından olan ekonomi unsuru, günümüzde hala çok çeşitli zorluklarla başa çıkmalarını zorunlu kılsa da, kadınlara kapılarını açmıştır. Günümüzde ise sadece iş yaşamına katılımının ötesinde geçmiş bir kadın profili görülmektedir. Kadın girişimcilerin çağın olanaklarıyla endüstri gözetmeksizin bir çok alanda girişimcilik hikayeleri yazmaya başladığı ve bu hikayelerin girişimcilik yazınına önemli katkıları olduğu da düşünülmektedir. Bu açıdan kadın girişimciliğinin göreceli olarak daha az giriş engeli olan hizmet sektöründeki yerini ve girişimcilik ekosisteminin Türkiye’deki kadın girişimcilere yönelik yeni bir değer yaratma veya geliştirme açısından (Konaklıoğlu ve Koç, 2022:96) elverişli bir ortam tanıyıp tanımadığının incelenmesi, sektörün geleceği ve yazına katkı açısından önemli görülmektedir.

Çalışmada, sosyal bir olgu olan kadın girişimcilerin motivasyon faktörlerinin belirlenmesi ve sosyal davranışlarının temelini oluşturan kişilik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Sosyal olgular içinde bulunan olguya özgü öznel boyutların ayrıştırılması ile anlaşılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008:39).

Araştırma problemi olan “*Turizm sektöründeki kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri nelerdir?*” ve “*Turizm sektöründeki kadın girişimcilerin motivasyon faktörlerine göre kişiliklerini nasıl şekillenmektedir?*” soruları, çalışmanın temel araştırma sorunsalları olarak benimsenmiştir. Araştırmada, yapılan görüşme ve gözlemler aracılığıyla kadın girişimcileri hayatın olağan akışı içinde inceleyerek gerçekçi ve de bütüncül bir sonuç ortaya koymak (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 39) hedeflenmiştir. Böylece çalışmanın turizm girişimciliği yazınına ve uygulayıcılara katkı yapacağı düşünülmüştür.

2. Kadın ve Girişimcilik

Kadınlar; işsizlik, örgütsel adalet eksikliği, fikir ya da yeniliği hayata geçirmek ve önceki deneyimlerinden hoşnutsuzluk gibi nedenlerle girişimcilik serüvenine atılmaktadır. Dünya nüfusunun yarısına sahip olan kadınların iş dünyasına adım atıp çeşitli alanlarda gerçekleştirdikleri üretimlerle ekonomik büyümeye önemli katkılar sağladığı aşikarken iş dünyası büyük oranda halen erkek egemendir (Winn, 2005). Kısacası, kadınların sağladığı bu katkılara rağmen erkek girişimcilere kıyasla kalkınmadan aldıkları pay daha azdır ve kültürlere dayanan toplumsal cinsiyet adaletsizliği nedeniyle kadınlar birçok alanda geri planda kalabilmektedir (Öztürk, 2016:38). Sosyal ve ekonomik gelişme sürecindeki kadınlar, kendi inisiyatifleriyle işsizlik ve yoksulluk çıkmazından kurtulmak isterken toplumsal bazı değerler tarafından hala engellerle karşılaşabilmektedir. Bu durum uygun bir girişimcilik ekosisteminin sağlanması açısından yerine getirilmesi gereken şartların da eksik kalmasına neden olabilmektedir (Konaklıoğlu ve Koç, 2022:97). Buna örnek olarak geleneksel aile yapısına ilişkin kadın rollerini örnek olarak verebiliriz. Geleneksel yapı içinde kadın evin dışında çalışmazken, erkeklerin mali konuları kontrol etmesine izin verilir ve bu öğreti aslında kadın girişimciler için uygun girişimcilik ekosistemi açısından önemli bir kültürel engeldir (Munoz, 2014:113;

Metcalfe, Bastia ve Al-Dajani, 2022). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine rağmen g¼n¼m¼zde kadınlar ekonomik büyümenin ve gelişmenin önemli dinamiklerinden biri olmayı başarmıştır (Öztürk, 2016: 38). Kadın girişimciliği sadece ekonomik bir mesele değil; toplumsal cinsiyet eşitliği, demokrasi, aile yaşam kalitesi ve sosyal refahı içeren önemli bir konu olarak gör¼lmektedir.

Peki kadın girişimcileri toplumsal roller dışında erkek girişimcilerden farklı kılan özellikler, güdüleyiciler ve yaşadıkları sıkıntılar nelerdir? Kadın girişimciler için erkeklere kıyasla eğitimin önemli bir rol¼ olduğu (Munoz, 2014:113), erkeklerin daha fazla risk aldığı (Sonfield ve Corman, 2001: 115), kadınların büyümeye daha temkinli yaklaştığı (Coleman, 2007: 109) ve kadın girişimcilerin yetenek ve becerilerine olan inançlarının erkeklere kıyasla da az olduğu (Verheul ve Thurik, 2001: 116) gör¼lmektedir. Çevresel açıdan da farklılıkların olduğu ifade edilen çalışmalarda sermaye bulma konusunda da farklılıkların olduğu (Heilbrunn, 2005: 111; Muravyev, 2007) ve kadınların maddi desteğe daha zor ulaştığı gör¼lmektedir (Carter, 2000: 108; Buttner, 2001: 108; Coleman, 2002: 107). Kadın girişimcilerin kredi alma oranı % 5,4'l¼k bir oranla erkelerden düşük olup kadın girişimcinin küçük işletme yapısını ve yavaş büyümeyi hedeflemesine ve daha düşük risk toleransına sahip olmasına neden olmaktadır (Hill vd., 2006: 111; Langowitz ve Minniti, 2007: 113; Avcı ve G¼m¼ř, 2022).

Girişimcilik açısından erkek ve kadın arasındaki farklılıkların değerlendirilmesi ile davranış ve düşünce kalıpları arasındaki farklılıklar da ortaya çıkabilmektedir. Kadın girişimcileri farklı davranışa iten nedenlerin somut olarak ortaya konması konunun doğası gereği derinlemesine bir araştırmayı da gerekli kılmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomiler içinde kadınların ekonomik kalkınma konusunda önemli rolleri olduğu, ekonomik refah açısından kadın girişimciliğini desteklemenin önemli olduğu da düşün¼lmektedir (Keskin, 2014: 112). Eleştirel bilim, girişimciliğin tarafsız bir ekonomik faaliyet olarak geleneksel varsayımlarına meydan okuyarak bunun yerine girişimciliğin nasıl kült¼rel bir fenomen olduğunu göstermektedir. Özellikle işletme kültürünün temelinde erkek egemen olduğu bilinmektedir. Bu nedenle kadın girişimcilerin cinsiyetçi değerlere ve toplumun biçtiği rollere göre değerlendiriliğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte, kadın girişimcilerin sosyal kimlikleri, toplumsal cinsiyetin ötesine geçen eşitsizlikleri yansıtmaya ve yeniden üretme biçimleri, girişimcilik davranışlarını keşfetmeyi gerekli kılmaktadır. Kadını bu konuda desteklemek için girişimcilik açısından davranış ve düşünçelerinin net olarak belirlenmesi araştırma açısından önemli gör¼lmektedir.

Kadın girişimciliği ile ilgili ulusal ve uluslararası yazına bakıldığında girişimcilik özelliklerine ilişkin çeşitli çalışmalar yapılmış, ve genel olarak kadınları girişimciliğe yönlendiren nedenlerin mecburiyet veya gönüll¼ istek şeklinde sınıflandırıldığı gör¼lmektedir (Orhan ve Scott, 2001; Carter, Gartner ve Hughes, 2003; Morris, Miyasaki, Watters ve Coombes, 2006; Chotkan, 2009; Charles ve Gherman, 2013). Bu ayrım bazı çalışmalarda ise yaşam tarzı odaklı ve iş odaklı olmak üzere iki grupta incelenmektedir (Wang, Hung ve Huang, 2019:86). Kadın girişimciyi mecbur kılan nedenler, işe alınmama, yetersiz aile geliri, iş şartlarındaki uygunsuzluk, ayrımcılık, iş hayatı ile aile hayatının karmaşası gibi faktörlerken; gönüll¼ olarak girişimciliği tercih eden kadınları ise; kendini gerçekleştirme, ekonomik refah, stat¼/g¼ç sahibi olma, bağımsız hareket etme gibi faktörlerdir girişimciliğe sevk etmektedir (Lezki ve Cengiz, 2019). Gör¼ld¼đ¼ üzere kadın girişimcileri girişimcilik ser¼venine iten ve çeken birçoğ nedenden bahsedilmektedir. Kadınların önceki işlerinde mutsuz olmaları-iten (McClelland, vd., 2005), kişisel başarıyı önemsemeleri-çeken (Verheul ve Thurik, 2001:116) faktörlere örnek olarak verilebilir. Önceki araştırmaların genellikle kadınların erkeklerden farkını ortaya koymaya eğiliminde olduğu gör¼l¼rken salt kadın üzerine odaklanan çalışma sayısının azlığı çalışmanın yapılmasının bir diğer gerekliliği olarak gör¼lmektedir. Turizm özelinde kadın girişimci çalışmaları ise üzerinde özellikle durulması gereken bir konudur. Kadın girişimcilerin turizm sektörüne giriş engelinin görece daha az olduğu turizm ve ilişkili işlere yönelik iş kurma fikirleri ve bunu eyleme dön¼řt¼r¼rken nasıl davrandıkları ve nasıl düş¼ndüklerini araştırma konusu yapmanın hem girişimcilik yazınına hem de turizm girişimciliği ile ilişkili paydaşlara katkı sağlayacağı düşün¼l¼rken araştırma tasarlanmıştır. Bu düşünceyle çalışma Türkiye'de hizmet işletmeleri alanında çalışan kadın girişimcileri alanda iş kurmaya güdüleyen faktörleri belirlemek ve bu yolla Türkiye'deki kadın girişimcilerin kült¼re özg¼ kişilikleri ile ilgili ip uçlarını da değerlendirerek girişimcilik ekosistemine ilişkin temel hazırlamak amaçlanmıştır. Çalışma değer yaratan kadın girişimci için elverişli bir ekosisteminin dinamiklerinin belirlenmesine, girişimcilik eğilimine sahip genç girişimci kadınların önüne çıkabilecek engellerin ortadan kaldırılmasına ve onları motive edebilecek faktörlerin arttırılmasına yardım edecek bilgileri ortaya koymayı hedeflemektedir. Bir diğer katkı ise bulgular

ışığında girişimcilik eğitim programlarının kişiselleşmesi ve bu yolla farklı girişimci zihinlerinin ihtiyacı olan özelleştirilmiş girişimcilik eğitim programlarının geliştirilmesine olanak tanıyarak ekonomik kalkınma açısından önemli olan turizm girişimlerinin sayısını ve niteliğini arttırabilecektir.

3. Yöntem

Alanyazında kadın girişimciler üzerine yapılmış çalışmalar; kadınların yaşadıkları zorluklar ve engeller üzerine yoğunlaşmaktadır. Turizm sektörü özelinde kadın girişimci çalışması ise oldukça kısıtlıdır. Bu sebeble çalışma, turizm sektöründeki kadın girişimcileri anlamayı, motivasyon faktörlerini belirlemeyi ve turizm alanında hizmet veren kadın girişimcilerin kişilik özelliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Konun doğal seyri içinde araştırmasının daha tarafsız, somut ve zengin veri sağlayacağı düşünülerek araştırmada nitel yöntemlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Çalışmanın etik kurul raporu 24/03/2021 (03 No'lu toplantı) tarih ve E-11054618-302.08.01-16457 sayılı yazı ile Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Kurul Komisyonundan alınmıştır.

3.1. Araştırma Evreni

Araştırma amacını gerçekleştirebilmek adına; üç yiyecek- içecek işletmesi, üç turizm organizasyon-etkinlik işletmesi, altı otel işletmesi, üç rekreasyon firması sahibi kadın girişimci olmak üzere toplam 15 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örneklem açısından veriler tekrara düşene kadar görüşmelerin devam ettiği bu aşamada ifade edilmelidir. Araştırmanın amacına uygun olarak seçilen amaçlı örneklem derinlemesine araştırma yapmak için sektörü kapsayıcı ve uygun niteliktedir.

3.2. Araştırma Deseni

Nitel araştırma yöntemi içinde araştırmanın sorunsalının çözümlenebilmesinde birden fazla desen tercih edilmiş olup derinlemesine bilgi hedeflenmiştir. Birinci desen örnek olay incelemesi olarak tercih edilmiştir. Çünkü çalışmada girişimciliğe ilişkin bütüncül bir bakış açısı hedeflenmiştir. Örnek olay deseni ile belirlenmiş olan kadın girişimciler üstünde yoğunlaşmanın ve derinlemesine inceleme yapmanın sağlıklı sonuçlar vereceği düşünülmüştür. Çalışmada konu yalnızca tek bir açıdan değil, birden çok açıdan ele alınmış olup, konunun derinlemesine tanımlanması ve anlaşılmasını amaçlanmış ve bütüncül çoklu örnek olay desen protokolü izlenmiştir.

Bireyin yaşadığı bir olayın deneyimlerinin önemi ve yapısına odaklanan, benzerlikleri ortaya çıkaran ve deneyimlerin zengin bir tasvirini veren derinlemesine bir rapor hazırlamanın gerekliliği, deneyimlerin zengin tasviri, okuyucunun olayı dolaylı olarak deneyimlemesine olanak tanıırken bunu sağlayacak en etkili desen hermeneutik fenomenolojik analizdir ve örnek olay deseni ile birlikte kullanılmıştır. Hermeneutik yaklaşımla, kadın girişimciye özgü bakış açılarının açıklığa kavuşturulması mümkün olmuştur. Diğer bir ifadeyle hermeneutik fenomenoloji ile, kadın girişimcinin yaşamının anlaşılması, kadın girişimci tarafından üretilen anlatıların yorumlanması yoluna gidilmiştir. Bu yöntem ile, anlatıların analizinden bir resim yaratarak tümevarımsal bir çalışma ortaya konmuştur.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Çalışmada çoklu desene uygun olarak veri toplama aracı olarak derinlemesine mülakat ve yarı yapılandırılmış soru formu tercih edilmiştir. Derinlemesine mülakat yoluyla kadın girişimcilerin öznel deneyimleri, ezoterik bilgileri veya davranışları gibi girilmesi zor olan sınırlarının içinde araştırma yapabilmek mümkün olmuştur (Konaklıoğlu, 2011:99). Aynı zamanda görüşme, kadın girişimcilerin geçmişteki deneyimleri ile ilgili detaylı bilgi elde edilmesine de olanak sağlamaktadır.

Yazın temelli 21 girişimcilik önermesine yer verilerek yarı yapılandırılmış soru formu oluşturulmuş ve bu yolla görüşmelerde katılımcının ifadelerinde ortaya çıkan anlamları yorumlamasına olanak tanınmıştır (Hockaday, 2017). Turizm sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimciler ile yapılacak görüşme için alanyazını inceledikten sonra kavramsal çerçeve ışığında hazırlanan mülakat soru formu uzman görüşüne sunulduktan sonra son haline getirerek görüşmeler online gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların izni ile ses kayıt cihazı ve program kaydı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşmeyi kabul eden katılımcıların kimlik ve işletme bilgileri gizli tutulmuştur.

Yazın araştırması sonucunda kavramsal hatları belirlenmiş mülakat protokolünde yarı yapılandırılmış soru formu ve araştırmacı notları kullanılmış olup, verilerin gözden geçirilmesi ve analiz edilmesi, araştırmacının araştırmacı ile katılımcılar arasındaki konuşmalardan ortaya çıkan anlamların yorumlamasına (Hockaday, 2017) bu yolla ulaşılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Veri analizi aşamasında iki aşamalı bir prosedür izlenmiştir. İlk sırada görüşmelerin deşifresi ve kodlama süreci gerçekleştirilmiş takibinde ise modelleme süreci gerçekleştirilerek zihin haritası ortaya konmuştur. Çalışma kapsamında elde edilmiş olan transkriptler üzerinde araştırma sorularına bağlı kalınarak kodlama ile veri kümelerine ulaşılmış (tema ve alt temalar) ve bu veri kümeleri bu aşamada isimlendirilmiştir. Görüşme metinlerinin analizinde, seçici/vurgulayıcı okuma analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Subjektif yorumlardan sakınılmıştır.

Transkripsiyon işlemine tabi tutulmuş ses dosyalarının kodlanma işlemine MAXQDA yazılım programı kullanılmıştır. Programa aktarılan veri dosyalarının her biri için ayrı örnek olay dosyası oluşturulmuş ve her bir dosya kendi içinde ayrı ayrı kodlanmıştır.

Çalışmada tema ve alt temalar arasındaki bağı bulmak ve bunları ortak temalar altında toplayabilmek için ilk olarak aksiyal kodlama yapılmıştır. Aksiyal kodlama ile oluşturulmuş olan anlamsal modeller selektif kodlama ile bir araya getirilerek ana bir tema etrafında toplanmıştır. Kavramsal kodlar, kadın girişimci fenomenini karakterize eden kilit alanları tanımlamış; kavramsal alt kodlar, bu anahtar alanlardaki ortak boyutları ortaya koymuştur.

4. Bulgular

Araştırmaya destek veren katılımcıların demografik özellikleri aşağdaki tabloda detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

<i>Katılımcı</i>	<i>Yaş</i>	<i>Medeni Hal</i>	<i>Öğrenim</i>	<i>Çocuk Sayısı</i>	<i>Girişim</i>
1	43	Evli	Lise	2	1 yıldan az
2	54	Evli	Lise	4	21 sene
3	39	Boşanmış	Lise	1	7 sene
4	43	Evli	Lisans	Yok	4 sene
5	30	Bekar	Lisansüstü	1	1 sene
6	33	Bekar	Lisans	Yok	4 sene
7	52	Evli	Lise	4	4 sene
8	48	Boşanmış	Lisans	1	4,5 sene
9	49	Evli	Lisans	2	5 sene
10	30	Evli	Lisans	Yok	2 sene
11	47	Bekar	Lisans	Yok	3 sene
12	40	Evli	Lisansüstü	1	7 sene
13	50	Boşanmış	Lise	2	4 sene
14	38	Evli	Lisansüstü	2	5 sene
15	34	Evli	Lisans	1	3 sene

Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları 30 ile 54 yaş aralığındadır. Katılımcılardan 7 kişi lisans, 5 kişi lise ve 3 kişi de lisansüstü eğitim almışlardır. Katılımcılardan 9 kişi evli, 3 kişi bekar, 3 kişi ise boşanmış bireylerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan 5 kişi bir çocuğa, 4 kişi iki çocuğa, 2 kişi ise dört çocuğa sahiptir. 4 kişi ise çocuk sahibi değildir. Katılımcılardan bir kişi 0-1 yıl aralığında; 4 kişi 1-3 yıl aralığında; 9 kişi 4-7 yıl aralığında ve 1 kişi de 20 yıl ve üzeri yıl girişim sürelerine sahiptir.

Yapılan kodlamalar sonucu ortaya çıkan temalar kadın girişimcilerin motivasyon faktörlerini İki ana “İçsel Faktörler-Dışsal Faktörler” kategoride ve her bir kategoriye de yine alt kategorilere bölerek açıklamaktadır.

Tablo 2. Motivasyon Faktörleri

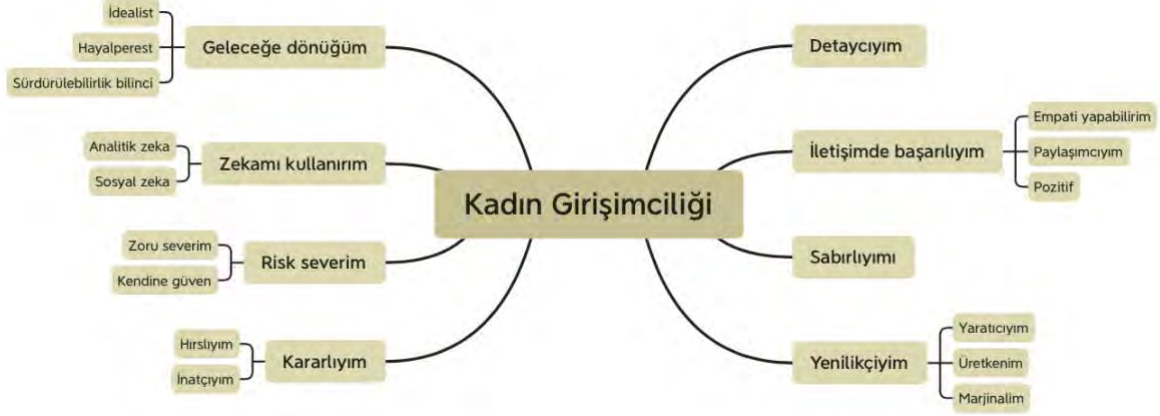
Motivasyon Faktörleri	
<u>İçsel Faktörler</u>	<u>Dışsal Faktörler</u>
<i>Eğitim-Beceri</i>	<i>Sosyo-Kültürel</i> (Aile baskısı, roller-boşanmış olmak, anne olmak, mülteci olmak, evli olmak)
<i>Kendini Gerçekleştirme</i>	<i>Ekonomik</i> (İşsizlik, bölgesel kalkınmaya destek olmak, para kazanmak, patron olmak, aile ekonomisine katkı sağlamak)
<i>Fark-Değer Yaratma</i>	<i>Sektörel</i> Çekici bir sektör olması, pazar olanakları, sürdürülebilirlik gibi yeni eğilimlerin fark edilmesi, iş memnuniyeti
<i>Hayalleri Gerçekleştirme</i>	
<i>Geleceğin İnşası</i>	
<i>Daha Kaliteli Bir Yaşam</i>	
<i>Kabul-Saygı İhtiyacı</i>	
<i>Bağımsız olmak</i>	

Tabloda da görüldüğü üzere kadın girişimcilerin turizm sektörüne yönelmelerine neden olan motivasyon faktörleri içsel ve dışsal faktörlere bağlı olarak iki grupta toplanmaktadır. İçsel faktörler kadını iç dünyasına ilişkin kişiyi doğrudan etkileyen unsurlardır ve iş kurma sürecine ilişkin verilmiş olan öznel cevapların bir araya getirilmesi ile ortaya çıkmış bir tablodur. Burada kadının eğitiminin ve sahip olduğu becerinin onu sektöre ittiği, kendini gerçekleştirme arzusu, fark edilmek ve ortaya bir değer koymak gibi motivasyonlara da sahip olduğu görülmektedir. Gelecek kaygısı içinde olan kadın girişimcilerin, özellikle eşinden ayrılmış olanların, geleceğin inşasına özellikle değindiği ve bağımsızlık için girişimci oldukları da ifade edilmektedir. Bununla birlikte hayallerine kavuşma, kaliteli bir yaşam arzusu ve bireyin kabul ve saygı görme ihtiyacı da önemli motivasyon faktörleri olarak karşımıza çıkmıştır.

Kadın girişimciyi girişimcilik serüvenine iten diğer faktörlerin ise dışsal olarak adlandırılan kadının dolaylı yolla etkilendiği girişimcilik motivasyon faktörleri olduğu görülmektedir. Kadını girişimciliğe iten aile baskısı, toplum içinde sahip olduğu statüye yönelik oynadığı toplumsal roller sosyo-kültürel faktörleri ifade etmektedir. İşsizlik, bölgesel kalkınmaya ve ekonomiye katkı sağlamak, kendi işinin patronu olarak para kazanmak, aileye de bu yolla destek olmak ekonomik faktörleri, turizm/hizmet sektörünün çekiciliği,

fırsatları, yeniliğe açık bir alan olması ve sürdürülebilirlik gibi ekolojik yeniliklere açık bir sektör olması sektörel faktörleri ifade etmektedir.

Motivasyon faktörlerine ilişkin cevaplar araştırmanın katılımcılarının kişilik özelliklerine ilişkin verilerin toplanmasına da olanak tanımış olup kodların çözümlenme aşamasında kişiliklerine ilişkin bir tablo da ortaya koymuştur. Literatürdeki birçok çalışma (Bayram, 2018) ile benzerlik gösteren bu kişilik özelliklerine dair bir model ortaya koymak amacıyla zihin haritaları analizi uygulanarak kişilik özelliklerinin yapısal hiyerarşik diyagramlarına da ulaşılmıştır.



Şekil 1. Kadın Girişimcilerin Zihin Haritası

Kadın girişimcilerin zihin haritası incelendiğinde kadınların da risk, yenilikçilik, zeka ve gelecek beklentileri gibi genel girişimci özelliklerine paralel bir tablo ortaya çıkmaktadır (Shane, Locke ve Collins 2000: 219).

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Çalışma, girişimcilerin içgörülerini ve deneyimleri, girişimcilerin belirli özellikleri, girişimci olma motivasyonları, girişimci olmanın zorlukları ve girişimcilik serüveninde onlara en çok neyin yardımcı olduğu hakkında genel bir resim sunarken kadın girişimcilerin gerçek yaşam deneyimlerini ortaya çıkarmaya da yardımcı olduğu düşünülmektedir.

Motivasyon ve girişimcilik üzerine gerçekleştirilmiş olan incelemelerde erkek ve kadın girişimcileri motive eden pek çok faktörün bu çalışmada olduğu gibi paralellik gösterdiği görülmektedir. Her iki cinsiyette de bağımsız olma ve başarıyı elde edebilme arzusu motive etmektedir, özgüven, ekonomik ve sosyal bir güç haline gelebilme hedefi de erkekler gibi kadınları da girişimcilik yoluna itebilmektedir. Ancak kadınların girişimcilik davranışında güdüleyiciler bazı durumlarda erkeklerden farklı olabilmektedir. Örneğin, girişimcilerin fırsat odaklı olduğunu ve inovasyona, hizmete, zenginlik yaratmaya ve istihdama odaklandıklarını görülürken; aileden, özellikle babalardan veya kocalardan, gelen destek kadın girişimcinin girişimcilik dürtüsü üzerinde, beceriler ve yetenekler kadar önemli olabilmektedir. Kadınlar için başarının tarifi, mutlu olmak, başarılı bir iş sahibi olmak, mutlu bir aileye sahip olmak, harika bir iş-yaşam dengesine sahip olmak ve bağımsız (ekonomik/finansal) olmanın yanı sıra topluma hizmet etmiş olmanın verdiği tatmin ile ilişkilidir (Rastogi, Baral ve Banu, 2022; Hannington, Asuman ve Mary, 2022) ve bu çalışmanın bulguları ile de paralellik göstermektedir.

Kadın girişimcileri girişimcilik açısından motive eden faktörlerin belirlenmesi amacı ile gerçekleştirilen görüşmelerde, çeşitlilik gösteren ve yeni de sayılabilecek bulgular ortaya konmuştur. En yeni, ilgi çeken ve umut vadeden motivasyon faktörlerinden biri kadınların sosyal sorumluluk ve çevre bilincini ortaya çıkaran sürdürülebilirlik kavramıdır. Kadın girişimciler bu çalışmada işletmelerin sürdürülebilir olmadıkları, doğaya karşı sorumlu ve bilinçli olmadıkları takdirde ayakta kalamayacaklarını ifade etmişler ve bu bilinci bir motivasyon faktörü olarak ifade etmişlerdir. Bu konuda gelecek nesli düşünen sorumlu "anne" rolünün kadın girişimcilerin üzerinde etkisi olduğu söylenebilir. İşletmelerini kurumsallaştırmak ve çocuklarına miras olarak bırakmak isteği de yine bu role bağlı değerlendirilebilir. Literatürde, girişimcilerin sürdürülebilirliği

göz önüne alması ile yapılan çalışmalarla (Ahokas ve Kuikka, 2016; Barrachina vd., 2021; Tok, Koç ve D'Alessandro, 2021; Al-Qahtani vd., 2022) uyumlu bir sonuç ortaya koyduğu görölmektedir.

Kadın girişimciyi içsel faktörler girişimci olamaya iterken ve dışsal faktörler de çekmektedir. İçsel faktörler bilişsel süreçlere etki ederek kadını girişimcilik konusunda isteklendirmektedir. Örneğin bu çalışmada kadın girişimciler sahip olduğu beceri veya aldığı eğitime yönelik alanlara eğilmeyi tercih etmektedir. Bu durum kuşkusuz eğitim kurumlarının üzerine girişimcilik açısından belirli sorumluluklar yüklemektedir. Diğer bir ifadeyle bireyin becerisinin ortaya çıkmasında eğitim kurumları önemli rol oynamaktadır ve bireyin turizm gibi belirli bir alanlara yönelik nitelikli eğitim alması onun girişimcilik niyetini arttırabilir. Kadın girişimci beceri ve birikiminin yanı sıra başarı ihtiyacını tatmin etmek veya kendini gerçekleştirmek için de girişimcilik yoluna girebilmektedir. Bunu yaparken farklı ve değerli bir eser ortaya koymak adına hayaller kurabilmektedir. Hayaller kimi zaman geleceğin inşası kimi zaman daha kaliteli bir yaşam kimi zaman ise gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak şeklinde kurulmaktadır. Kadın girişimcilerin toplumsal fayda sağlama ve kolektif bir toplum içerisinde güçlenme isteği (Ng, Wood ve Bastian, 2022), dikkat çeken unsurlar arasında yer almaktadır. Bilişsel süreçlere etki eden bu faktörler kişiyi girişimci olmaya iten kuvvetli güçlerdir. Bu çalışmada, ortaya konan kararlı olmak, riski tolere edebilmek, detaycı olmak, analitik ve sosyal zeka özelliklerine sahip olmak, sabırlı ve yenilikçi olmak gibi karakter özellikleri de desteklediği durumda uygun bir girişimcilik profilinin ilk basamağı tamamlanmış olabilmektedir. İkinci basamakta ise dışsal faktörlerin etkisi rol oynamaya başlamaktadır.

Çalışmada da göröldüğu üzere dışsal faktörler kişinin dışında gelişen, müdahale edemediği onu girişimci olmaya çekebilten faktörlerdir. Çalışmada bu faktörler aile, roller gibi sosyo-kültürel faktörler, işsizlik, bölgesel kalkınmaya destek, finansal kazanç elde etmek gibi ekonomik faktörler ve turizm sektörünün çekiciliği ve pazar olanakları gibi sektörel faktörler olarak üç başlık altında toplanmıştır. Ekonominin can damarı olan girişimlerin yaratılmasında ve başarısında anahtar rol üstlenen girişimcinin destekleyici bir girişimcilik ekosistemine kavuşabilmesi de büyük orada bu dışsal faktörlere bağlıdır.

Kadın girişimcilerin farklı özellik ve karakterlerine yönelik eğitim olanaklarına sahip olmaları, kendi işlerini oluşturabilmeleri için ihtiyaç duydukları teknik, beşeri ve yönetsel becerilerine katkı sağlayarak özgüven kazanmalarına olanak tanıyabilir. Daha çok erkek işgücünün hakim olduğu inşaat, endüstri ve imalat gibi sektörlerde, kadınların da aktif olmasını sağlamak amacıyla farkındalık yaratılarak orada faaliyet gösteren kadın girişimcilerin davranışları ve girişimcilik niyetleri de ortaya çıkarılarak karşılaştırma yapılmalıdır. Bu karşılaştırma turizm sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin diğer sektörlerde karşın farklılıklarını ortaya koyarken; toplumsal bir konuyu da bütüncül bir bakış açısıyla anlamsıza olanak sağlayacaktır. Çalışmanın bulguları kadın girişimcilerin, gelişimi için önem arz eden kariyer imkânlarını belirlemek için de yol gösterebilmektedir. Farklı davranışlar sergileyen kadınları girişimciliğe motive ederek, özgüvenlerinin artmasını sağlayacak kişisel eğitim programları ve konferanslar düzenlenerek girişimcilik eğitiminin arzulanana çıktılara ulaşması kolaylaşacaktır. Kadın girişimcilerin yarttığı değerler, ekonomik büyümenin ötesinde ekonomik kalkınma açısından ülke çıkarlarına hizmet edebilecektir.

KAYNAKÇA

- Ahokas, M., Kuikka, K. (2016). Motivating Entrepreneurs Towards The "New Industrial Revolution": A Multiple Case Study of Sustainability-Driven Entrepreneurial and Institutional Motivations in Finland. (doctoral dissertation)
- Al-Qahtani, M., Fekih Zguir, M., Al-Fagih, L., and Koç, M. (2022). Women Entrepreneurship for Sustainability: Investigations on Status, Challenges, Drivers, and Potentials in Qatar. *Sustainability*, 14(7), 4091.
- Arslan, K. (2012). Üniversiteli gençlerde mesleki tercihler ve girişimcilik eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6, 1-11.
- Avcı, N., Gümüş, S. (2022). The motivations of women entrepreneurs in the tourism industry. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 51(1), 279 - 290.
- Bagwell, S. (2018). From mixed embeddedness to transnational mixed embeddedness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 104-120.

- Barrachina Fernández, M., García-Centeno, M. D. C., and Calderón Patier, C. (2021). Women sustainable entrepreneurship: Review and research agenda. *Sustainability*, 13(21), 12047.
- Barringer, B. R., Ireland, R. D. (2010). *Successfully launching new ventures*. New York: Pearson.
- Batı, G. B., İnel, M. (2015). Kadın girişimcilerin profili bağlamında çatışma düzeyleri ve yatırım tercihleri: Yalova ili üzerine inceleme. *Öneri Dergisi*, 11(44), 101-119.
- Bayram, G. E. (2018). Kadın girişimciler ve turizm: Mevcut durum ve sorunlar üzerine Sinop ilinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 56-88.
- Bedük, A., Eryeşil, K., ve Oğuz, H. (2016). Kadın ve erkek girişimcilerin algılama farklılıkları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(41. Yıl özel sayısı), 1-15.
- Boz, A. (2013). A descriptive analysis of parents of women Entrepreneurs in Turkey. *Intellectual Economics*, 7(15), 63-73.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222-230.
- Buttner, E. H. (2001). Examining female entrepreneurs' management style: An application of a relational frame. *Journal of Business Ethics*, 29(3), 253-269.
- Bygrave, W. D., Hofer, C. W. (1992). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Cansız, M., Tekneci, P. D. (2018). Innovative and technology-based women entrepreneurs in Turkey: Capital and performance. *Journal of Economy Culture and Society*, (57), 151-183.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., and Gatewood, E. J. (2003). The Career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39.
- Carter, S., Anderson, S., and Shaw, E. (2000). *Women's business ownership: A review of the academic, popular and internet literature with a UK policy focus*. ARPENT: Annual review of progress in entrepreneurship, 1, 66.
- Charles, V., Gherman, T. (2013). Factors influencing peruvian women to become entrepreneurs. *World Applied Sciences Journal*, 27(10), 1345-1354.
- Chatman, D., Altman, I., and Johnson, T. (2008). *Community entrepreneurial climate: An analysis of small business owners' perspectives in 12 small towns in Missouri, USA*. *Journal of Rural and Community Development*, 3, 60-77.
- Chotkan, R. (2009). *Female entrepreneurship: surinamese women acting entrepreneurial*. Master Thesis, School of Management and Governance University of Twente, The Netherlands.
- Coleman, S. (2002). Constraints faced by women small business owners: Evidence from the data. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(2), 151-174.
- Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303-319.
- Çağırın Kendirli, H., Şenöz, A. Ş. (2019). Hizmet sektöründe kadın girişimciler: Çorum araştırması. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 93-118.
- Ersezer, G. (2019). *Kadın girişimcilerin sorunları Van ili örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Fong, R., Busch, N. B., Armour, M., Heffron, L. C., and Chanmugam, A. (2007). Pathways to self-sufficiency: Successful entrepreneurship for refugees. *Journal of Ethnic & Cultural Diversity in Social Work*, 16(1-2), 127-159.
- Frederick, H., Kuratko, D. F., and O'Connor, A. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, practice*. Cengage Learning Australia.

- Grilo, I., Irigoyen, J. M. (2006). Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be. *Small Business Economics*, 26(4), 305-318.
- Hannington, T., Asuman, B., and Mary, B. (2022). Savings and women involvement in business in Kasese District: A Case of Women Entrepreneurs in Hima Town Council. *IDOSR Journal of Current Issues in Social Sciences*, 8(1), 38-44.
- Heilbrunn, S. (2005). Impact of gender on difficulties faced by entrepreneurs. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(3), 159-165.
- Hill, F. M., Leitch, C. M., and Harrison, R. T. (2006). 'Desperately seeking finance?'The demand for finance by women-owned and-led businesses. *Venture Capital*, 8(02), 159-182.
- Hisrich, R. D., O'Brien, M. (1981). The woman entrepreneur from a business and sociological perspective. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 21, 11-19.
- Hockaday, M. S. (2017). *Examining formal and enacted secondary curricula for culturally responsive strategies regarding the needs of black female students: A qualitative content analysis*. Doctoral dissertation, The College of William and Mary.
- Hughes, K. D. (2003). Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership. *Gender, Work and Organization*, 10(4), 433-454.
- Ince, M. (2012). Obstacles and future prospects of women entrepreneurs: the Turkish context. *Economia Marche Journal of Applied Economics*, 31(2), 61-73.
- Kaymakçioğlu, M. (2015). *An analysis of entrepreneurship in Turkey: conflicts between entrepreneurs and enterprisers*. Madter Thesiss, Sabancı University, İstanbul.
- Keh, H. T., Foo, M. D., and Lim, B. C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 125-148
- Keskin, S. (2014). Türkiye'de kadın girişimcilerin durumu, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 71-94.
- Khyareh, M. M. (2018). Determinants of female entrepreneurship In Iran: An institutional approach. *Economic Annals*, 63(216), 111-129.
- Kirzner, I. M. (2009). The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics*, 32(2), 145-152.
- Konaklıoğlu, E. (2011). *Küresel doğan işletmelerin erken uluslararasılaşmasını tetikleyen kurucu ve/veya yönetici özellikleri*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Konaklıoğlu, E., & Koç, B. (2022). "Entrepreneurial Ecosystem". In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Lezki, Ş., Cengiz, A. A. (2019). Eskişehir'de kadın girişimcinin motivasyon faktörleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(3), 814-833.
- Lyon, F., Sepulveda, L., & Syrett, S. (2007). Enterprising refugees: Contributions and challenges in deprived urban areas. *Local Economy*, 22(4), 362-375.
- McClelland, E., Swail, J., Bell, J., and Ibbotson, P. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 11(2), 84-107.
- Metcalf, B. D., Bastian, B. L., and Al-Dajani, H. (Eds.). (2022). *Women, Entrepreneurship and Development in the Middle East*. New York: Routledge.
- Moore, C. S., Mueller, R. E. (2002). The Transition from paid to self-employment in Canada: The importance of push factors. *Applied Economics*, 34(6), 791-801.

- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., and Coombes, M. (2006). The Dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-244.
- Munoz Boudet, A. M., and Agar, M. (2014). *Female entrepreneurship in Turkey*. Turkey: The World Bank.
- Muravyev, A., (2007). *Entrepreneurs' gender and financial constraints: evidence from international data*. Berlin. German Institute for Economic Research.
- Ng, P. Y., Wood, B. P., and Bastian, B. L. (2022). Reformulating the empowerment process through women entrepreneurship in a collective context. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(9), 154-176.
- Orhan, M. (2001). Women business owners in France: The issue of financing discrimination. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 95-102.
- Orhan, M., Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247.
- Öztürk, M. (2016). *Türkiye'de kadın girişimcilik: kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye'de kadın girişimcilik: Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Özyılmaz, A. M., Yavuzer, H. (2016). *Türkiye'de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Peters, M., Frehse, J., and Buhalis, D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (PASOS)*, 7(2), 393-405.
- Rastogi, M., Baral, R., and Banu, J. (2022). What does it take to be a woman entrepreneur? Explorations from India. *Industrial and Commercial Training*, 54(2), 333-356.
- Sabre, R. (2003, December). Path delay model based on/spl alpha/-stable distribution for the 60 GHz indoor channel. In *GLOBECOM'03. IEEE Global Telecommunications Conference (IEEE Cat. No. 03CH37489)* (Vol. 3, pp. 1638-1643). IEEE.
- Sarfaraz, L., Faghih, N. (2011). Women's entrepreneurship in Iran: a GEM based-data evidence. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 45-57.
- Schwartz, R. G., Teach, R. D., and Birch, N. J. (2005). A longitudinal study of entrepreneurial firms opportunity recognition and product development management strategies: Implications by firm type. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(4), 315-329.
- Shane, S., Nicolaou, N. (2015). Creative personality, opportunity recognition and the tendency to start businesses: A study of their genetic predispositions. *Journal of Business Venturing*, 30(3), 407- 419
- Shane, S., Locke, E. A. and Collins, C. J. (2012). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Smallbone, D. (2009). *Fostering entrepreneurship in rural areas*. Paris: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, 161-187.
- Sonfield, M., Lussier, R., Corman, J., and McKinney, M. (2001). Gender comparisons in strategic decision-making: an empirical analysis of the entrepreneurial strategy matrix. *Journal of Small Business Management*, 39(2), 165-173.
- Soysal, A. (2010). Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler: Kahramanmaraş ilinde bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 71-95.

- Sönmez, A., Andaç T. (2014). Türkiye'de girişimcilik ve Türk girişimci profili üzerine bir analiz. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(2), 41-58.
- Şahin, E. (2006). Kadın girişimcilik ve Konya ilinde kadın girişimcilik profili üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 286-309.
- Tok, E., Koç, M., and D'Alessandro, C. (2021). Entrepreneurship in a transformative and resource-rich state: The case of Qatar. *The Extractive Industries and Society*, 8(2), 100708.
- Top, S. (2011). MYO öğrencilerinin gelecekteki girişimcilik kariyer niyetlerinin planlı davranış modeli kapsamında değerlendirilmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 269-289.
- Tulan, D., Türko, E. S. (2018). Kadın girişimciliği: Erzurum ilinde bir uygulama. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 285-306.
- UN Global Entrepreneurs Council, Who We Are. <http://www.unfoundation.org/what-we-do/campaigns-and-initiatives/>, (Erişim tarihi: 15 Ekim 2022).
- Verheul, I. (2005). *Is there a (fe) male approach? Understanding gender differences in entrepreneurship*. ERIM Ph.D. Series Research in Management. Erasmus Research Institute of Management. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/2005>. (Erişim tarihi: 29 Kasım 2022).
- Verheul, I., Thurik, R. (2001). Start-up capital: " does gender matter?". *Small Business Economics*, 16(4), 329-346.
- Verheul, I., Van Stel, A. (2007). *Entrepreneurial Diversity and Economic Growth*. <http://hdl.handle.net/1765/10619> (Erişim tarihi: 12 Kasım 2022).
- Verheul, I., Uhlaner, L., and Thurik, A. R. (2003). Business Accomplishments, Gender and Entrepreneurial Self! Image, Scales Paper6 N200312. *Zoetermeer: EIM*.
- Wang, S., Hung, K., & Huang, W.-J. (2019). Motivations for entrepreneurship in the tourism and hospitality sector: A social cognitive theory perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 78-88. <https://proxy.hacibayram.edu.tr:2079/10.1016/j.ijhm.2018.11.018>
- Wauters, B., Lambrecht, J. (2006). Refugee entrepreneurship in Belgium: Potential and practice. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 509-525.
- Wauters, B., Lambrecht, J. (2008). Barriers to refugee entrepreneurship in Belgium: Towards an explanatory model. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34(6), 895-915.
- Winn, J. (2005). Women entrepreneurs: can we remove the barriers?. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 381-397.
- Yalman, İ. N., Gündoğdu, Ö. (2014). Kadın girişimciliği ve bölgesel kalkınma: TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat) bölgesinde uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 39-71.
- Yalman, İ. N. (2014). Kadın girişimciliği ve bölgesel kalkınma: Tr72 (Kayseri, Sivas, Yozgat) bölgesinde uygulama. *Journal of Entrepreneurship & Development/Girisimcilik ve Kalkinma Dergisi*, 9(1), 39-70.
- Yıldırım, A., Şimşek, V. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.