

# GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



## Araştırma Makalesi • Research Article

### Turizm Sektöründe Kadın Girişimciliğin Bibliyometrik Analizi

#### *Bibliometric Analysis of Women Entrepreneurship in The Tourism Sector*

Esra ÇIKMAZ<sup>a,\*</sup>

<sup>a</sup> Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Gaziantep / TÜRKİYE  
ORCID: 0000-0002-9576-7161

#### MAKALE BİLGİSİ

##### *Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 19 Kasım 2023

Kabul tarihi: 25 Nisan 2024

##### *Anahtar Kelimeler:*

Kadın girişimci,  
Bibliyometrik analiz,  
Turizm.

#### ARTICLE INFO

##### *Article History:*

Received: November 19, 2023

Accepted: April 25, 2024

##### *Keywords:*

Female entrepreneur,  
Bibliometric analysis,  
Tourism.

#### ÖZ

Turizm sektöründe kadın girişimciliği, dünya genelinde giderek yaygınlaşan bir konu hâline gelmiştir. Kadın girişimciler, turizm sektöründe çeşitli alanlarda faaliyet göstererek, sektöre katkıda bulunmakta ve iş dünyasındaki cinsiyet eşitliğine katkı sağlamaktadır. Kadın girişimciliği, turizm sektöründe sadece ekonomik büyümeye değil, aynı zamanda sektörde çeşitliliği ve yeniliği desteklemeye de katkı sağlamaktadır. Kadın girişimcilerin turizmde aktif olarak yer alması, sektörde daha fazla farklı bakış açısı, yenilikçilik ve sürdürülebilirlik anlayışını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, turizm sektörü, kadın girişimcilere destek sağlamak ve onların liderlik rollerini teşvik etmek amacıyla çeşitli programlar ve politikalar geliştirmektedir. Araştırmadaki temel amaç; turizmde kadın girişimciliği konusunda yapılan çalışmaların irdelenmesidir. Turizm sektöründe kadın girişimciliği konusunun önemini vurgulamak için bu araştırma yapılmıştır. Araştırmada 2012-2022 yılları arasında turizmde kadın girişimciliği konusunda gerçekleştirilmiş olan 11 çalışma baz alınmış ve bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında bilimsel makalelerin yöneme göre dağılımı, araştırmacılarının bağlı oldukları kurumlar, alıntılanma sayılarına göre dağılımı ve incelenen makalelerdeki en çok tekrar eden kelime frekansları ve kelime bulutları oluşturularak değerlendirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, bilimsel makalelerde en fazla nitel araştırma yönteminin kullanıldığı görülmüş ve 2013 yılında gerçekleştirilen çalışmanın atf aldığı belirlenmiştir. Ayrıca çalışmalarda en fazla kullanılan kelimelerin "kadın girişimci" ve "turizm" kelimeleri dışında "kırsal" kelimesi olduğu tespit edilmiştir.

#### ABSTRACT

Women entrepreneurship in the tourism sector has become an increasingly widespread issue worldwide. Women entrepreneurs are active in various fields in the tourism sector, contributing to the sector and contributing to gender equality in the business world. Women entrepreneurship not only contributes to economic growth in the tourism sector, but also to promote diversity and innovation in the sector. The active involvement of women entrepreneurs in tourism brings more diverse perspectives, innovation and sustainability in the sector. Therefore, the tourism sector is developing various programs and policies to support women entrepreneurs and encourage their leadership roles. The main purpose of the research is to examine the studies on women entrepreneurship in tourism. This research was conducted to emphasize the importance of women entrepreneurship in the tourism sector. In the research, 11 studies on women's entrepreneurship in tourism between 2012-2022 were taken as a basis and examined by bibliometric analysis method. Within the scope of the research, the distribution of scientific articles according to the method, the institutions to which the researchers are affiliated, the distribution according to the number of citations, and the most recurring word frequencies and word clouds in the analyzed articles were created and evaluated. As a result of the research, it was seen that qualitative research method was mostly used in scientific articles and it was determined that the study conducted in 2013 was cited. In addition, it was determined that the most commonly used words in the studies were "rural" in addition to the words "women entrepreneurs" and "tourism".

## EXTENDED ABSTRACT

The tourism sector in Turkey has become an area where women entrepreneurs are actively involved. Today, the increasing number of women entrepreneurs in the tourism sector not only contributes to economic growth but also brings diversity and innovation to the sector. Women entrepreneurs from different segments of society enrich the touristic experience in the country through their role in the tourism sector and support diversity in the sector. Turkey stands out in the world with its historical and cultural richness, beautiful natural landscapes, sea-sand-sun tourism, health tourism and other tourist destinations. This diversity has provided opportunities in the tourism sector, enabling women entrepreneurs to operate in various business areas. Women entrepreneurs in the tourism sector in Turkey have been involved in accommodation businesses, restaurant and café businesses, tour guiding, handicraft and souvenir businesses, health-wellness tourism, nature tourism, education and consultancy tourism, and tourism on digital platforms.

Women entrepreneurship refers to a concept in which women make economic, social and cultural contributions by starting their own businesses or taking an active role in leadership roles. Women entrepreneurs often choose the path of realizing their own business ideas, taking responsibility in leadership positions and being present in the business world, or taking an effective role in existing businesses. Women entrepreneurship plays an active role in equality and equal opportunities. Women's entrepreneurship aims to ensure that women have equal opportunities in the business world and to reduce gender-based discrimination. In addition, the economic contribution of women is an undeniable reality. Creativity and innovation are another remarkable aspect of women entrepreneurship. With their different perspectives and experiences, women entrepreneurs are able to bring creativity and innovation to the business world and come up with more original ideas than men. In addition, women entrepreneurs can be more sensitive in terms of social responsibility, which always makes a significant difference in the commercial field and provides a competitive advantage in our country and all over the world. Many women entrepreneurs strive to contribute to their societies more broadly by integrating their businesses with social responsibility projects. It is clear that women need more flexible working models within the scope of gender roles. Women entrepreneurs can play an important role in balancing work and family life by providing more flexibility in managing their businesses.

It is known that as women enter business life, they break down social roles, mentor each other and share their experiences by creating a strong business network. This supports more women to take part in the business world. Women's entrepreneurship focuses on training and support programs for women to improve their business knowledge and skills. In addition, with ideas intertwined with handicrafts and agriculture, women's entrepreneurship can support environmental and social sustainability by creating sustainable business models. Although difficult to accept and implement, many countries and organizations have developed specific policies and programs to support women entrepreneurs. These programs aim to support women entrepreneurs in areas such as financial support, training and mentoring.

In this study, the phenomenon of "Women Entrepreneurship in the Tourism Sector", which is extremely important in the context of gender roles in our country and which should be emphasized, was examined bibliometrically in order to examine the research articles conducted in Turkey between 2012 and 2022. The data resulting from the compilation of the data in the study pool were recorded using MS Excel program. The recorded data were subjected to bibliometric analysis in terms of various variables using MS Excel program. In this context, the bibliometric characteristics of the articles examined in the study were determined in terms of the methods used, the number of citations and the institution to which the researchers were affiliated. Visual analyses were also performed in MAXQDA program. The studies selected as a sample were especially one study from each year to give an idea about the current situation. The population of the research consists of articles published in digital databases on "Women Entrepreneurship in Tourism Sector". The sample consists of 10 articles presented between 2012-2022. The study was evaluated within the scope of bibliometric analysis of qualitative and quantitative articles on "Women Entrepreneurship in Tourism Sector" in Turkey in the period 2012-2022. In the analysis conducted on Google Scholar database, one study from each year was selected in total and the distribution of 10 articles according to the method, distribution according to the number of citations, the institutions to which the authors are affiliated were shown with the help of graphs; the word cloud created for the analyzed articles, the map of the articles according to the number of coded sections, pages and paragraphs, and the most repeated word frequencies in the articles were shown with the help of figures.

Bibliometric studies provide greater transparency, objectivity and informed decision-making in scientific research. Therefore, it is an important tool for understanding the state of the literature, trends and gaps in the research world. In this study, 11 studies conducted between 2012 and 2022 in the field of women entrepreneurship in the tourism sector were examined and bibliometric analysis was provided. The studies were examined in terms of research method, institutions to which the researchers are affiliated, number of citations, most repeated words, number of pages and paragraphs and presented to the literature. Bibliometric analyses can help identify areas that have not yet been sufficiently studied on a topic or where there are gaps. This is important in terms of inspiring future researchers to conduct new studies, and the results of this study are valuable in the same respect.

## Giriş

Türkiye'de turizm sektörü, kadın girişimcilerin aktif olarak yer aldığı bir alan hâline gelmiştir. Türkiye, tarihi ve kültürel zenginlikleri, doğal manzaraları, deniz-kum-güneş turizmi, sağlık turizmi gibi çeşitli turistik destinasyonları ile dünyada dikkat çekmektedir. Bu çeşitlilik, turizm sektöründe fırsatlar sunarak kadın girişimcilere çeşitli iş alanlarında faaliyet gösterme imkânı tanımıştır. Türkiye'deki turizm sektöründeki kadın girişimcilerin yoğun olarak yer aldığı alanlar arasında konaklama işletmeleri, restoran ve kafe işletmeleri, tur rehberliği, el sanatları ve hediyelik eşya üretimi sağlayan işletmeler, sağlık-wellness turizmi, doğa turizmi, eğitim ve danışmanlık turizmi ile turizmin dijital platformlardaki alanları bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin bu alanlarda oynadıkları roller ise aşağıda maddeler hâlinde sıralanmıştır (Konaklıoğlu ve Kaleözü, 2023; Yirik ve Yıldırım, 2014);

- **Konaklama İşletmeleri:** Otel, pansiyon, butik otel gibi konaklama işletmeleri, kadın girişimcilerin sıklıkla tercih ettiği alanlardan biridir. Kendi işletmelerini kurarak konuklara konforlu ve özel bir konaklama deneyimi sunma amacı bulunmaktadır.
- **Restoran ve Kafe İşletmeleri:** Yeme içme sektöründe faaliyet gösteren birçok kadın girişimci, restoranlar, kafeler, pastaneler gibi işletmeler açarak misafirlerine Türk mutfağından lezzetler sunmaktadır.
- **Tur Rehberliği:** Tur rehberliği, kültürel ve tarihi turistik bölgelerde faaliyet gösteren kadın girişimciler için bir başka seçenektir. Özellikle yabancı turistlere Türkiye'nin zengin kültür ve tarihini tanıtmak amacıyla tur rehberliği yapmaktadır.
- **El Sanatları ve Hediyelik Eşya Üretimi:** Türk el sanatları ve hediyelik eşya üretimi de turistik bölgelerde kadın girişimcilerin tercih ettiği alanlardan biridir. Kadınlar el becerileri doğrultusunda geleneksel el sanatları ürünlerini üreterek yerli ve yabancı turistlere satış yapmaktadır.
- **Sağlık ve Wellness Hizmetleri:** Sağlık turizmi kapsamında spa, yoga, masaj gibi hizmetler sunan işletmelerde kadın girişimciler etkin rol oynamakta ve sağlıklı yaşam ve wellness konseptleri üzerine odaklanarak bu alanda işletmeler açmaktadır.
- **Eko-Turizm ve Doğa Turizmi:** Doğal güzelliklerin yoğun olduğu bölgelerde ekoturizm ve doğa turizmi, çiftlik turizmi gibi alanlarda kadın girişimciler erkeklere göre daha fazla faaliyet göstermektedir. Son yıllarda girişimci kadınların organik tarım, kır evi işletmeciliği gibi sektörlere ilgilerinin arttığı görülmektedir.
- **Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri:** Turizm sektöründe deneyim kazanmış kadın girişimciler, bu birikimlerini paylaşarak eğitim ve danışmanlık hizmetleri de sunmaktadır.
- **Teknoloji ve Dijital Platformlar:** Dijital pazarlama ve rezervasyon sistemleri ile turizm teknolojisi alanlarında kadın girişimcilerin sayısı artmaktadır. Dijital platformlarda iş geliştirme ve pazarlama faaliyetleriyle sektöre katkıda bulunmaktadır. Özellikle aile yaşamı nedeniyle sahada çalışma imkânı bulamayan kadınların bu alanda etkin rol oynadıkları bilinmektedir.

Türkiye'deki turizm sektöründe kadın girişimcilerin artan sayısı hem ekonomik büyümeye katkı sağlamakta hem de sektöre çeşitlilik ve yenilik getirmektedir. Toplumun farklı kesimlerinden gelen kadın girişimciler, turizm sektöründeki rolleriyle ülkedeki turistik deneyimi zenginleştirmekte ve sektörde çeşitliliği desteklemektedir. Ancak toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında kadınların turizm alanındaki girişimleri yanlış yorumlanabilmekte ya da diğer sektörlerde olduğu gibi göz ardı edilmektedir. Dolayısıyla alanda yapılan çalışmaların

artması konunun önem kazanması için gereklidir. Yapılan benzer çalışmalarla birlikte alana akademik ve pratik açıdan dikkat çekilmesi birtakım problemlerin çözümlenmesinin önünü açabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada 2012-2022 yılları arasında “Turizm Sektöründe Kadın Girişimciliği” konulu yapılan çalışmaların (makale) bibliyometrik olarak incelenmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak teorik bir çerçeve hazırlanmış, ardından tasarlanmış bir yöntemle geçilerek konu hakkında değerlendirmelerde bulunulmuştur.

### **Kavramsal Çerçeve**

Araştırmanın kavramsal çerçevesini, Türkiye’de turizm, toplumsal cinsiyet rolleri bakımından kadın girişimciliği ve turizmde kadın girişimciliği konuları oluşturmaktadır.

### **Türkiye’de Turizm**

Sektörün ekonomi üzerindeki etkisini gösteren en önemli kriterlerden biri istihdama katkısıdır. Hizmet sektörünün bir parçası olan turizm insan odaklı bir sektördür ve bu sektör tüm ülkelerde işsizlik sorununa çözüm olarak görülmektedir (Soyak, 2014). Seyahat sektörünün makineleşme ve otomasyon olanakları sınırlı olduğundan sektörün oluşturduğu istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle göre daha yüksektir. Çünkü turizm sektörü birçok sektörden katkı almakta ve birçok sektöre girdi sağlamaktadır. İleriye dönük bir sektör olarak turizm, istihdamı artırmak amacıyla istihdam politikalarına öncelik vermek isteyen hükümetler için ideal bir yatırım alanıdır ve geleceğe yönelik tahminler, turizmin dünya çapında istihdam yaratan bir numaralı sektör olacağını öngörmektedir. Konaklama, seyahat, ulaşım, yiyecek-içecek ve eğlence hizmetleri olarak sıralanan turizm alt sektörleri, her sezon farklı operasyonel süreçlere hizmet edebilmesi nedeniyle bölgelerin iş gücünü önemli ölçüde artırmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde artan işçi sayısı nedeniyle turizm hem erkek hem de kadın işçilere iş olanağı sağlayan en popüler sektörlerden biri hâline gelmiştir (Erkan, Kara ve Harbalıoğlu, 2013).

Bugünlerde turizm, uluslararası kültürel ve sosyal etkileşimi kolaylaştırıcı ve bütünleştirici etkisiyle dünya barışının korunmasında büyük rol oynayan, döviz kazancını artırarak ve istihdam yaratarak ülke ekonomisine katkıda bulunan bir ekonomik daldır. Türkiye ekonomisinin önemli temel taşlarından biri olan turizm, dış ticaret açıkları, enflasyon ve işsizlikle birlikte hükümetlerin çözüm aradığı bir sorundur. Türkiye coğrafi konumu nedeniyle eski dünya Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprü gibidir (Kızılkaya ve ark., 2016). Dolayısıyla Türkiye'nin ekonomi politikasının geniş bir perspektiften ele alınmaya başlandığı 1960'lı yıllar, turizmin önemini anlaşılmaya başladığı yıllar olmuştur. Ancak hedef ve performans sonuçlarına göre turizm yatırımlarına ayrılan pay, 1980'li yıllara kadar tüm sabit sermaye yatırımlarının %0,7'sini geçmemekteydi. 1982 yılında yayımlanan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, sektörün bugünkü seviyeye gelmesinde önemli rol oynamıştır. Avrupa turizm pastasının %2,5'ini, dünya turizm pastasının ise %1,8'ini oluşturan Türk turizmi, özellikle Batı Avrupa'nın gelişmiş ülkelerinde gözde bir ülke hâline gelmiştir. Özellikle son yıllarda uluslararası turizm hem turist trafiği hem de gelir açısından büyük bir büyüme göstermiştir (Barca, Akdeve ve Balay, 2013; Şit, 2016).

### **Toplumsal Cinsiyet Rollerini Bakımından Kadın Girişimciliği**

Kadın girişimciliğinin ortaya çıkması ile birlikte dünya çapında istihdamın artırılması, yoksulluğun azaltılması ve ekonomik büyümenin teşvik edilmesi gibi aslında kadından ziyade aileye odaklanan neoliberal yaklaşımlarda yaygın destek bulunmuştur. Bu açıdan bazı uluslararası kurumların rapor ve görüşlerine sıklıkla rastlanmaktadır. Kadın girişimciliğinin ülke ekonomisinin kalkınmasına ve büyümesine etkisi, cinsiyet eşitsizliğinin azaltılması ve kadının

güçlenmesinin desteklenmesi konunun önemini artırmıştır (Topateş, Topateş ve Kıdak, 2022). Kadın girişimciliğinin hem sosyal hem de ekonomik boyutları, başta araştırmacılar, sivil toplum kuruluşları ve politika yapımcılar olmak üzere toplumun farklı kesimlerinin konuya odaklanmasına yol açmıştır (Eroğlu ve Parsova, 2018).

Küresel eğilimlere benzer şekilde Türkiye'de de girişimcilik, ekonominin itici gücü olarak görülmekte ve ekonomik büyüme/bölgesel kalkınma ile ilişkilendirilmekte olup girişimcilik ve girişimcilikle ilgili erkek egemen özellikler ve özellikler norm olarak kabul edilmiş ve kadınların girişimciliğe yöneldiği ölçüde değişmiştir (Öğüt, 2006). Ancak tüm bu girişimler kadın girişimciliğinin istihdam, yoksulluk ve gelir yaratma gibi ekonomik boyutuyla sınırlı kalmış, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini azaltmayı/ortadan kaldırmayı amaçlayan iş gücü piyasası analizleriyle ev ve işyerindeki güç ilişkileri göz ardı edilmiştir. Türkiye'de kadın girişimciliğinin eğitim ve deneyim eksikliğinin yanı sıra geleneksel cinsiyet rolleri de dâhil olmak üzere ataerkil toplumsal değerlerden olumsuz etkilendiği düşünülmektedir. Bu nedenle, programların ataerkil toplumsal normları ve uygulamaları etkili bir şekilde etkilemek için neoliberal ideolojinin dayattığı ekonomiyi yeniden canlandırmasının (reform) beklenmesi doğru olmayacaktır (Adom ve Anambane, 2020). Kadınların önce ev işleri yaptığına inanılmakta, kariyer hedefleri genellikle ev işlerini yürütmek ve erkeklerin standartlarına yaklaşmayı başarmak olduğunu düşünen ataerkil toplumda daha fazlasını başarsalar dahi kadınların toplumdaki yeri her zaman ikinci sırada gelmektedir. Toplumsal olarak “bakma” görevi verilen kadın, toplumsal sürecin ilerlediği yıllarda evin ve çocukların sorumluluğunu da tam olarak hissetmektedir. Örneğin Ekinsmtyh (2011) ve Sürgevil-Dalkılıç'ın (2015) çalışmalarında doğum yaptıktan sonra tam zamanlı olarak eski işlerine dönen annelerin, kendilerine yeterince zaman ayıramama gibi düşüncelerinden dolayı güçlü bir suçluluk hissettikleri görülmüştür. Çocuklarına sürekli bir şeyler yapma kaygısı yaşadıklarını ve iyi anne olmadıklarını bulmuşlardır. Anneler (ev ve çocuk bakımı sorumlulukları göz önüne alındığında) annelikle ilgili bir işe yönelmenin başka bir seçenek olmadığını düşünürken babalar çocuklarıyla daha fazla vakit geçirebilecekleri için babalık işini iyi bir kariyer seçeneği olarak görmeye devam etmektedir.

### **Turizmde Kadın Girişimciliği**

Türkiye genel olarak çeşitliliklere sahip bir toplum olduğu gibi, kadınların da birçok tipolojileri bulunmaktadır. Kadınlar geleneksel olarak kendilerine atfedilen “kadınlık ve annelik” rollerinden ayrılmaya başlamışlardır (Yadav ve Unni, 2016). Ancak kadınların ev hanımlığı dışında bir meslek sahibi olma çabaları hem kadınlar hem de toplum açısından farklı sorunları beraberinde getirmiştir. Kadınlar bu noktada çifte sorumluluk üstlenerek ağır bir "kurtuluş bedeli" ödemek zorunda kalmaktadırlar. Türkiye'de kadının ekonomik rolü zenginleştikçe ekonomik kalkınma için önemli bir kaynak olarak daha etkin kullanılması gerekmektedir (Winn, 2005). Sanayileşme ve kentleşme olgusunda ve toplumsal değişme sürecine bağlı olarak kadının bu rolüne yeni toplumsal roller de eklenmektedir. Bu kaçınılmaz değişimin sonucunda kadınlar daha özgür, daha güçlü ve daha bilinçli olma, finansal bağımsızlığa ulaşma, iş gücüne ister kendi isteğiyle ister finansal zorunlulukla girme yolunda ilerlemektedir. Bunun sonucunda kendi işinin sahibi olmak isteyen kadın girişimciler ortaya çıkmıştır (Durukan, 2021; Soysal, 2010).

Kimin “Kadın Girişimci” kategorisine girip girmediği, üzerinde durulması gereken bir konudur. Örneğin finansal faaliyetlerin evde sürdürülmesi durumunda girişimci sıfatı bu gruba dâhil edilmeli mi, yoksa kendi adına kayıtlı bir şirkete sahip olan ancak hiçbir şekilde şirketin faaliyetlerine katılmayan kadınlar girişimci olarak mı değerlendirilmesi gerektiği noktasında çeşitli tartışmalar bulunmaktadır (Allen ve Truman, 2016). Serbest meslek sahibi gibi görünen pek çok kadının bu işletmeleri yönetmediği, yalnızca erkek aile üyelerinin ön plana çıktığı

bilinmektedir. Bu nedenle kadın girişimciliğine ilişkin araştırmaların tanımlarında aşağıdaki ortak noktaların bulunduğu söylenebilmektedir (Özyılmaz ve Yavuzer, 2016; Yetim, 2002):

- Mal veya hizmetlerin üretimi ile bu mal veya hizmetlerin pazarlanması, dağıtımı ve satışına ilişkin faaliyetlerin yürütülmesini sağlayan işletmeleri kuran kadınlar,
- Evinin dışında kendi adına kurduğu bir işletmesi bulunan, tek başına veya o işte çalışan başkalarıyla birlikte çalışan ve/veya iş adamı olarak ortaklık kuran kadınlar.
- Bir iş sürecinin organizasyonuna, mal ve hizmet üretiminin planlanmasına, işletilmesine, kapatılmasına veya geliştirilmesine karar veren kişi olan kadınlar,
- Ticari faaliyetleriyle ilgili ilişki kurulmasını gerektiren kişi, kuruluş, kurum veya kuruluşlarla masrafları kendisine ait olmak üzere ilişkiler kuran kadınlar,
- Yatırımların kullanımında ve işten elde edilen gelirden söz hakkı bulunan kadınlar.

Kadın girişimci niteliğine sahip olmak için aslında temel düzeyde ticari bir rolün üstlenilmesi uygundur. Kadın girişimciliği, toplumsal cinsiyet eşitliği ve ekonomik kalkınma açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu alanda yapılan çabalar, kadınların iş dünyasında daha fazla yer almasını teşvik eder ve iş dünyasında çeşitliliği artırarak daha kapsayıcı bir ekonomi oluşturabilmektedir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sosyo-ekonomik bir aktör olan turizm; istihdam sağlama, döviz akışı ve ekonomik büyüme açısından çok önemli bir sektördür. Yapısı esas olarak insan ilişkilerine dayanan turizm endüstrisi, farklı sosyo-kültürel toplumlarla etkileşim hâlinindedir. 'Sürdürülebilir Kalkınma için 2030 Gündemi' nin merkezinde yer alan toplumsal cinsiyet eşitliği, kadının güçlendirilmesi ve kimseyi geride bırakmama gibi taahhütlerin yerine getirilmesinde önemli bir araçtır ve turizmin bu bağlamda oynayacağı güçlü bir rol vardır. Toplumsal cinsiyete duyarlı makroekonomik politikaların ulusal ve uluslararası düzeyde etkin bir şekilde uygulanması, turizm sektöründe kadınların ekonomik açıdan katkısını artıracaktır (Duffy, Kline, Mowatt ve Chancellor, 2015).

Kadın girişimciliğine yönelik çeşitli destekler dünyanın birçok bölgesinde ve Türkiye'de görülmektedir. Özellikle kadın istihdamının artırılmasına yönelik olarak 1990'lı yıllardan bu yana artan kamu desteği; 2015 yılında kadın girişimcilere verilen mikrokredi desteğiyle büyümüştür (Düzgün, 2021). Türkiye'nin kalkınmasında ve dengeli kalkınmasında kilit rol oynayacağına inanılan kadın girişimciliği, Türk siyasi arenasında ortak bir konuşma ve tartışma konusu hâline gelmiştir. Girişimciliğin teşvik edilmesi ve desteklenmesi 1980'li yıllardan bu yana ülkelerin en önemli kaygılarından biri olmuştur. Kadın nüfusun iş hayatında pasifliğini önlemek amacıyla kadın girişimciliğine ilişkin yenilikçi modeller ve yöntemler geliştirilmiş, kamu desteğiyle birlikte Sivil Toplum Kuruluşları ve destekleyici dernek ve birliklerle konuya ivme kazandırılmıştır (Gezen ve Köroğlu, 2014). Ayrıca uluslararası kuruluşların oluşturduğu teşvik politikasının da kadın girişimciliği açısından önemli bir adım olduğu söylenebilmektedir. Kadın girişimciliğinin destek ve teşvikleriyle dünyada hızla yükselen bu trendin geçerliliği istatistiklerle ifade edilebilmektedir. Örneğin; American State Express (2017) tarafından bildirildiği üzere; Girişimcilerin %41'i dünya çapında iş yapan siyahi kadınlardır. Amerika'da 11,3 milyon kadının kendi işi vardır. Bu rakamın 9 milyonu; girişimci bir kadının yanında çalışmaktadır ve bu nüfusun tamamı 1,6 trilyon dolar kazanmaktadır (Riberio ve ark., 2021). OECD'ye (2013) göre kadın girişimciliği birçok ülkede neredeyse erkek girişimciliğine eşit, hatta bazı ülkelerde daha da fazladır. Örneğin; Kanada'da girişimcilerin çoğunluğu kadındır, İtalya, Fransa ve İngiltere'de ise kadın girişimciler erkeklerden daha fazladır. Bu hem kamuoyunda hem de toplumsal olarak sevindirici bir durumdur.

Turizm sektöründe kadın girişimcilerin varlığı, tarım sektöründe yaptıkları faaliyetler ile başlamıştır. Sürekli yenilik kazanan yaşam koşulları, bireylerin çeşitli sektörlere katılımı,

eğlence ve boş zamanların artması, eğlencenin farklı gelir gruplarına yönelik kolaylaşması hizmet sektörünün gelişimini hızlandırmıştır. Bu artış istihdamı da etkilemiş; 1995 yılında %18'i hizmet sektöründe çalışan kadınların; 2017 yılında çalışan sayısının %54,1'e ulaşmıştır (TÜİK, 2017). Küresel olarak seyahat ve turizm sektörü yaklaşık 120 milyon kişiyi doğrudan, 328 milyon kişiyi ise dolaylı olarak istihdam etmektedir (ILO, 2012). Söz konusu verilerde kadınların oranı %55'tir. Turizm, konaklama, yeme-içme, eğlence ve turizm gibi çeşitli sektörleri kapsayan, dünya çapında 1 milyar 235 milyon gelir sağlayan (UNWTO, 2016) ekonomik bir sektördür. Temel turizm hizmet sağlayıcılarının dışında; mağazalar, yerel ürünlerin satıldığı mekânlar, hediyelik eşyaların sergilenip satıldığı dükkânlar da mevcuttur. Bu şirketlerde yönetici veya aracı olarak görev yapan kişiler genellikle kadındır. Avrupa Birliği ve bazı uluslararası kuruluşların sağladığı teşvikler ve mikrokredi, destek hizmetleri ve eğitimler sayesinde kadınlar turizm sektörüne daha etkin bir şekilde katılmaya başlamıştır. Yeme-içme, hediyelik eşya ve yöresel ürünler gibi çeşitli alanlarda kendi işlerini kuran kadınlar, girişimci olarak turizmde giderek daha fazla yer almaktadır.

Kadınların en yaygın görüldüğü turizm türlerinden birinin kırsal turizm olduğu söylenebilir. Kadınların kırsal kesimde turizm faaliyetlerine katılması hem yerli halk hem de turistler tarafından takdir ve beğeniyle karşılanmaktadır. Kadınların doğup büyüdüğü coğrafyada ev pansiyonları, butik restoranlar, tarım turizmine dayalı çiftlikler ve hediyelik eşya dükkânları bölgenin sembollerini ve yeni neslin kadının toplumsal yeri ve statüsüne ilişkin algı ve farkındalığını oluşturmaktadır ve bu bakış açısıyla gelişme sağlanabilmektedir (Solmaz, Aksoy, Şengül ve Sarıışık, 2014). Kırsal alanda turizm faaliyeti yapmak isteyen kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar arasında; yerel halkın faaliyete yeterince önem vermemesi, bölgenin kendine özgü girişimciliğini anlamaması, kadınların kimliği toplumsal inançlarda bloke edilen aktif turizm girişimcileri olarak kabul edilmemesi, faaliyetlerin mikro düzeyde kalması ve kredi süreçlerinin zorluğu bulunmaktadır. Bu durum cinsiyet kalıp yargıları nedeniyle kentsel girişimcilik yaklaşımının benimsenmesi olarak ifade edilebilmektedir. Dünyada ve Türkiye'de turizm sektöründeki kadın girişimcilerin başarılı örnekleri görülebilmektedir (Filimonau, Matyakubov, Matniyozov, Shaken ve Mika, 2022). Bali'de kadınların çoğu hizmet sektöründe çalışmakta olup otelcilik sektöründe aktif olarak çalışmaktadır. Fas'ta bazı kadınlar işlettikleri otellerde de yine erkeklere kıyasla daha fazla kadın çalıştırmaktadırlar. Bangladeş'te kadınların çoğu becerilerini sergileyebilecekleri el sanatları dükkânları açarken, Türkiye'de kadın girişimcilerin başarılı örneklerinin de mevcut olduğu görülmektedir (Elmas ve Boyacıoğlu, 2021).

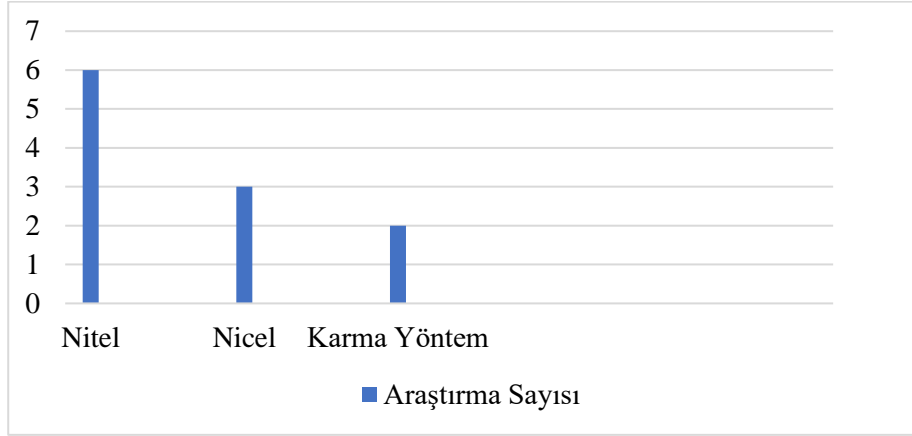
### **Tasarım ve Yöntem**

Bu araştırmada, toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında son derece önemli olan ve dikkat çekilmesi gereken "Turizm Sektöründe Kadın Girişimciliği" olgusunun, 2012-2022 yılları arasında Türkiye'de yapılan araştırma makalelerinde incelenmesi amacıyla bibliyometrik olarak irdelenmiştir. Çalışma havuzundaki verilerin derlenmesiyle ortaya çıkan veriler MS Excel programı kullanılarak kaydedilmiştir. Kaydedilen veriler MS Excell programından faydalanılarak, çeşitli değişkenler yönünden bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Bu kapsamda, araştırmada incelenen makalelere ilişkin kullanılan yöntemler, alıntı sayıları ve araştırmacıların bağlı oldukları kurum değişkenleri açısından bibliyometrik özellikleri belirlenmiştir. Ayrıca MAXQDA programında görsel analizler de gerçekleştirilmiştir. Örneklem olarak seçilen çalışmalar özellikle her yıldan bir çalışma seçilerek mevcut durum hakkında fikir vermesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın evrenini dijital veri tabanlarında, "Turizm Sektöründe Kadın Girişimciliği" konusunda yayınlanmış olan makaleler oluşturmaktadır. Örneklemi ise 2012-2022 yılları arasında sunulmuş olan 11 makale oluşturmaktadır.

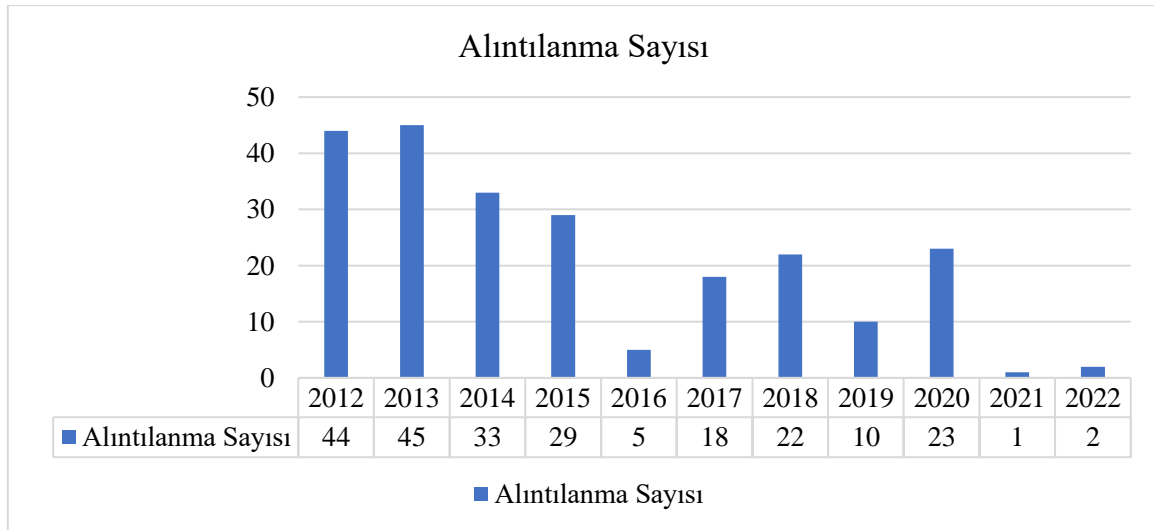
### Bulgular ve Değerlendirme

Bu araştırmada 2012-2022 döneminde Türkiye’de “Turizm Sektöründe Kadın Girişimciliği” konu başlığında yapılmış nitel ve nicel olarak hazırlanmış makalelerin bibliyometrik analizi kapsamında “Google Akademik” üzerinde yapılan incelemede toplamda her yıla ait bir çalışma seçilerek 11 makalenin yöntemine göre dağılımları Grafik 1’de paylaşılmıştır.



**Grafik 1:** Bilimsel makalelerin yöntemine göre dağılımı

Grafik 1 incelendiğinde, toplam 11 makalede en fazla tercih edilen yöntemin nitel olduğu belirlenmiştir. Makalelerde özellikle kadın girişimcilerin konu hakkındaki görüşleri yapılan mülakatlarla toplanmıştır. 2 makalede ise hem anket formu hem de röportaj gerçekleştirilmiştir. Nicel olarak ise katılımcıların görüşleri ölçek formları ile toplanmıştır. Literatürde yer alan diğer çalışmalar incelendiğinde ise turizmde kadın girişimciliği konusunda yerli ve yabancı birçok çalışmada tercih edilen yöntemin yine nitel olduğu göze çarpmaktadır (Sungur, 2013; Aksay, 2019, Valeri ve Katsoni, 2021). Bu anlamda bireylerin görüşleri alınırken doğrudan beyanlarına başvurularak yönlendirmenin yapılmamasına dikkat edildiği çıkarımı yapılabilmektedir. Ayrıca konu hakkında derleme olarak hazırlanan makale sayısı da yüksek olduğu için yine konuda en fazla tercih edilen yöntemin nitel olduğu sonucu değişmemektedir. Tercih edilen yöntemlerin değerlendirilmesinin ardından makalelerin alıntılanma sayıları incelenerek Grafik 2 oluşturulmuştur. Bilimsel makalelerin alıntılanma sayılarına göre dağılımı Grafik 2’de gösterilmiştir.



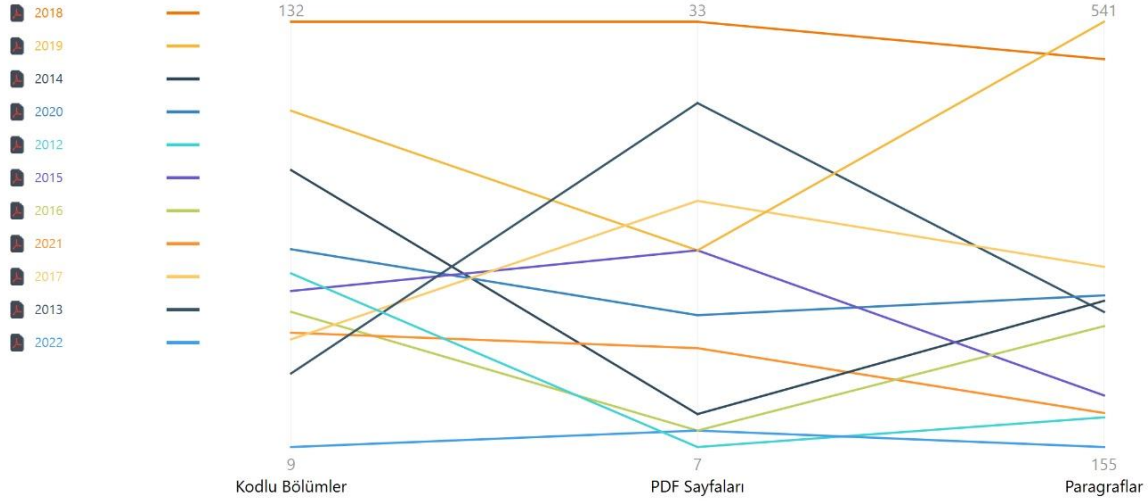
**Grafik 2:** Bilimsel makalelerin alıntılanma sayılarına göre dağılımı





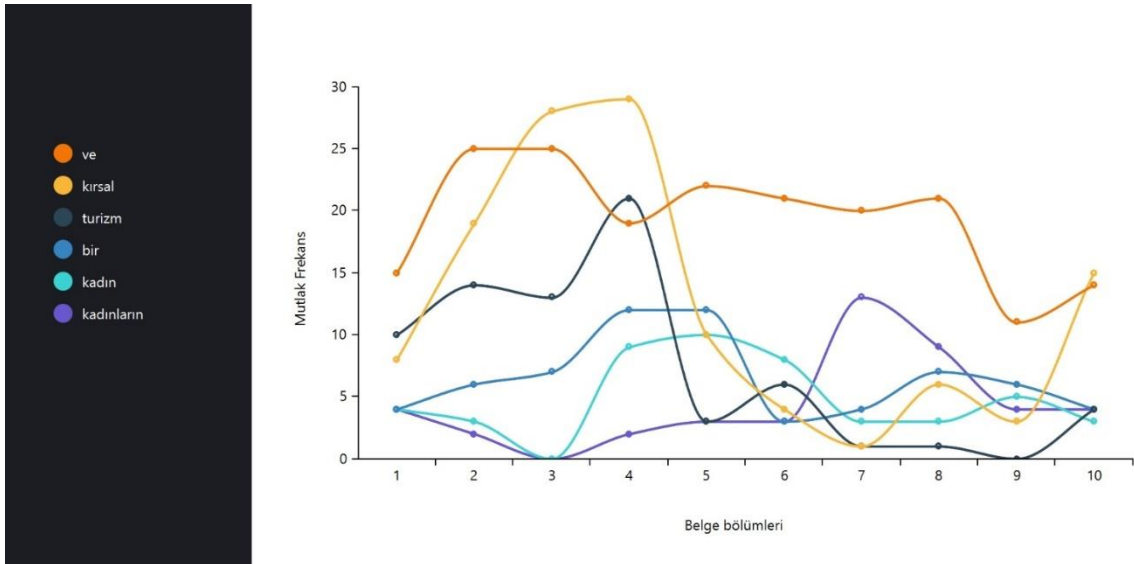
arasında özellikle dikkat çeken “kırsal” kelimesidir. Kırsal kelimesinin sık kullanılmasının nedeni Türkiye’de son dönemde şehir turizmi yerine kırsal turizmin gelişmiş olması olarak tahmin edilmektedir.

Makalelerin kodlu bölüm, sayfa ve paragraf sayılarına göre haritası ise Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2: Makalelerin kodlu bölüm, sayfa ve paragraf sayılarına göre haritası

Şekil 2’de, çalışmalarda kodlama yapılan bölümlere, sayfa ve paragraf sayılarına göre MAXQDA programında bir grafik oluşturulmuştur. Renk çubukları takip edildiğinde 2018 yılında makalenin bu anlamda en yüksek hacme sahip olduğu; 2022 yılına ait makalenin ise en düşük hacme sahip olduğu anlaşılmaktadır. Şekil 3’te ise en sık tekrarlayan kelimelerin frekansları gösterilmiştir.



Şekil 3. İncelenen makalelerdeki en çok tekrar eden kelime frekansları

Şekil 3’te incelendiğinde, makalelerde en sık tekrar edilen kelime olarak “ve” göz ardı edilirse “kırsal” kelimesinin en yüksek frekansa sahip olduğu görülmektedir. Yukarıda da değinildiği üzere Türkiye’de özellikle Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde popüler hâle

gelen kırsal turizmde kadınların etkin bir rol oynadıkları gözlenmiş ve bu anlamda yapılan çalışma sayıları da artmıştır.

### Sonuç

Kadın girişimciliği, kadınların kendi işlerini kurarak veya liderlik rollerinde etkin bir şekilde yer alarak ekonomik, sosyal ve kültürel katkılarda bulunduğu bir konsepti ifade etmektedir. Kadın girişimciler, genellikle kendi iş fikirlerini hayata geçirme, liderlik pozisyonlarında sorumluluk alarak iş dünyasında varlık gösterme veya mevcut işletmelerde etkili bir şekilde rol alma yolunu seçmektedir. Bu noktada kadın girişimciliği eşitlik ve fırsat eşitliği noktasında etkin bir rol oynamaktadır. Kadın girişimciliği, kadınların iş dünyasında eşit fırsatlara sahip olması ve cinsiyet temelli ayrımcılığın azaltılması amacını taşımaktadır. Ayrıca kadınların sağlamış oldukları ekonomik katkıda da yadsınamaz bir gerçeklik taşımaktadır. Kadın girişimciler, kendi işlerini kurarak ekonomiye katkıda buldukları gibi yerel ekonomilerin güçlenmesine ve iş yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Yenilikçilik ve inovasyon ise kadın girişimciliğinin bir diğer dikkat çeken yönüdür. Kadın girişimciler, farklı bakış açıları ve deneyimleri ile iş dünyasına yenilikçilik ve inovasyon getirebilmekte, duygusal zekâlarından hareketle orijinal fikirler ortaya koyabilmektedir. Birçok kadın girişimci, işlerini sosyal sorumluluk projeleriyle entegre ederek toplumlarına daha geniş bir şekilde katkıda bulunma çabası içindedir. Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri kapsamında esnek çalışma modeline daha fazla ihtiyaç duydukları açıktır. Kadın girişimciler, işlerini yönetme konusunda daha fazla esneklik sağlayarak iş ve aile yaşamlarını dengeleme konusunda önemli bir rol oynamaktadır.

Çoğu sektörde kadınların iş yaşamına girmeleri ile birlikte toplumsal rollerin yıkılarak birbirlerine mentörlük yapmaları ve güçlü bir iş ağı oluşturarak deneyimlerini paylaşabildikleri bilinmektedir. Turizm sektörü de bu sektörlerden birisi olmakla beraber daha fazla kadının iş dünyasında yer almasını desteklemektedir. Kadın girişimciler, turizm sektöründe çeşitli alanlarda faaliyet göstererek, farklı bakış açılarıyla sektöre katkıda bulunmaktadır. Kadın girişimciliğinin diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründeki artışı konunun önemli olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla “Turizm ve Kadın girişimciliği” konusunda yapılan çalışmaların irdelenmesi de araştırmanın önemini vurgulamaktadır. Turizmde kadın girişimciliği konusunda yapılan çalışmaların irdelenmesi amacıyla yapılan araştırmada bibliyometrik analiz tekniği kullanılmıştır. Bibliyometrik analizler, bilimsel araştırmalarda daha fazla şeffaflık, objektiflik ve bilgiye dayalı kararlar almayı sağlamaktadır. Bu nedenle, araştırma dünyasında literatürün durumu, eğilimleri ve eksiklikleri anlamak için önemli bir araç olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada turizm sektöründe kadın girişimciliği alanında 2012-2022 yılları arasında yapılmış olan 11 çalışma incelenmiş ve bibliyometrik analizi sağlanmıştır.

Bibliyometrik analiz kapsamında, toplam 11 makalede en fazla tercih edilen yöntemin nitel olduğu belirlenmiştir. Makalelerde özellikle kadın girişimcilerin konu hakkındaki görüşleri yapılan mülakatlarla toplandığı tespit edilmiş olup 2 makalede hem anket formu hem de röportaj gerçekleştirildiği görülmüştür. Literatürde yer alan diğer çalışmalar incelendiğinde ise turizmde kadın girişimciliği konusunda yerli ve yabancı birçok çalışmada tercih edilen yöntemin yine nitel olduğu göze çarpmaktadır (Aksay, 2019; Sungur, 2013; Valeri ve Katsoni, 2021). Bu anlamda bireylerin görüşleri alınırken doğrudan beyanlarına başvurularak yönlendirmenin yapılmamasına dikkat edildiği çıkarımı yapılabilmektedir. Ayrıca konu hakkında derleme olarak hazırlanan makale sayısı da yüksek olduğu için yine konuda en fazla tercih edilen yöntemin nitel olduğu sonucu değişmemektedir. Söz konusu makalelerin alıntılanma sayıları incelendiğinde; en fazla atıf alan makalelerin sırasıyla 2013-2012-2014 yıllarında olduğu belirlenmiştir. Literatür tarandığında da konunun en fazla bu yıllar arasında popüler olarak işlendiği de gözlenmektedir. Özellikle Covid-19 pandemisi sürecinde ciddi bir

sekteye uğrayan turizm sektörünün, konu kadın girişimciler olduğunda yine de ortaya çalışmalar çıkarıldığı sonucuna ulaşmıştır.

İncelenen makalelerde ortak olarak yalnızca 2017-2019 yıllarında Selçuk Üniversitesinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Diğer incelenen makalelerin tümü farklı eğitim kurumlarında görev yapmakta olan araştırmacılar tarafından sağlanmıştır. Bibliyometrik analize bu çalışmada incelenen makalelerde MAXQDA programında kodlamalar yapılmış ve kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutunda en sık kullanılan kelimelerin “Kadın, girişimci”, “kırsal” ve “turizm sektörü” kavramları olduğu görülmüş olup tüm çalışmalarda ortak olarak tekrar ettiği açığa çıkarılmıştır. Bu kelimeler arasında özellikle dikkat çeken “kırsal” kelimesidir. Kırsal kelimesinin sık kullanılmasının nedeni Türkiye’de son dönemde şehir turizmi yerine kırsal turizmin gelişmiş olması olarak tahmin edilmektedir. Özellikle Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde popüler hâle gelen kırsal turizmde kadınların etkin bir rol oynadıkları gözlenmiştir.

Araştırmada, bibliyometrik analiz ile konuya ilişkin çalışmalardaki araştırma yöntemi, araştırmacıların bağlı oldukları kurumları, atıf sayıları, en çok tekrar eden kelimeler, sayfa ve paragraf sayıları bakımından incelenmiştir. Son yıllarda kadın girişimciliğin ivme kazandığı bir dönemde kadınları motive ederek cesaretlendirilmesinin turizmi geliştirecek en önemli adımlardan biri olduğu düşünüldüğü gibi kırsal turizmin gelişmesini de beraberinde getireceği düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Adom, K., Anambane, G. (2020). Understanding the role of culture and gender stereotypes in women entrepreneurship through the lens of the stereotype threat theory. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(1), 100-124.
- Aksay, B. (2019). Türkiye’de kadın girişimciliğinin son 10 yılı: Alanyazın taraması ve öneriler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 35-51.
- Allen, S., Truman, C. (2016). *Women in business: Perspectives on women entrepreneurs*. Routledge.
- Aylan, F. K., Sarı, H., Şalvarcı, S. (2019). Kırsal yoksulluğun giderilmesinde kadın girişimciliğinin rolü: Lavanta kokulu köy örneği (The Role of Woman Entrepreneurship in Reduction of Rural Poverty: A Case of Levander Smelling Village). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(2), 1271-1289.
- Barca, M., Akdeve, E., Balay, İ. G. (2013). Türkiye sağlık turizm sektörünün analizi ve strateji önerileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 64-92.
- Bayram, G. E. (2018). Kadın girişimciler ve turizm: Mevcut durum ve sorunlar üzerine Sinop ilinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 56-88.
- Boyacıoğlu, E. Z. (2014). Kırsal turizmde kadın girişimciliği: Edirne örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(2), 82-90.
- Çabuk, S., Südaş, H. D., Araç, S. K. (2015). Kadın girişimcilerin iş yaşam süreçlerinin incelenmesi: Adana ilindeki girişimciler üzerinde bir uygulama. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(31), 423-441.
- Duffy, L. N., Kline, C. S., Mowatt, R. A., Chancellor, H. C. (2015). Women in tourism: Shifting gender ideology in the DR. *Annals of Tourism Research*, 52, 72-86.
- Durukan, L. (2021). Türkiye’de kadın girişimcilerin desteklenmesinde KOSGEB’in rolü. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(1), 17-37.
- Düzgün, S. S. (2021). Covid-19 salgını döneminde Türkiye’de kadın girişimcilik yazını. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(10), 148-165.
- Ekinsmyth, C. (2011). Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK ‘Mumpreneurs’. *Geoforum*, 42(1), 104-114.

- Elmas, Ç., Boyacıoğlu, E. Z. (2021). 'Kadın ve turizm' konulu çalışmaların görsel haritalama tekniğine göre bibliyometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1051-1069.
- Erkan, B., Kara, O., Harbalıoğlu, M. (2013). Türkiye'de turizm gelirlerinin belirleyicileri. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (39), 1-20.
- Eroğlu, D., Parsova, G. (2018). Kır kökenli kadın girişimciliğinin ekonomik şiddet ve toplumsal cinsiyet bağlamında analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 153-166.
- Fidan, F., Nam, D. (2012). Kırsal turizmde yeni dinamikler: Kadın girişimciler-Taraklı örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 51-57.
- Filimonau, V., Matyakubov, U., Matniyozov, M., Shaken, A., Mika, M. (2022). Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis. *Journal of Sustainable Tourism*, 32 (3), 457-479.
- Gezen, T., Köroğlu, Ö. (2014). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer seçimine etki eden kariyer çapalarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 213-234.
- Karakaş, A., Gökmen, G. (2016). Turizm sektöründe kadın girişimcilerin profilinin incelenmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(3), 18-25.
- Kızılkaya, O., Sofuğlu, E., Karaçor, Z. (2016). Türkiye'de turizm gelirleri-ekonomik büyüme ilişkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23(1), 203-215.
- Konaklıoğlu, E., Kaleözü, S. (2023). Turizm sektöründeki kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri ve kişilik özelliklerine ilişkin nitel bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 274-285.
- Kurtay, E. (2021). Ekoturizm sektöründe kadın girişimciliğinin Düzce ili uygulama örnekleri üzerinden değerlendirilmesi. *Peyzaj*, 3(2), 93-105.
- Öğüt, A. (2006). Türkiye'de kadın girişimciliğinin ve yöneticiliğinin önündeki güçlükler: Cam tavan sendromu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1, 55-77.
- Özyılmaz, A. M., Yavuzer, H. (2016). *Türkiye'de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma*. (Master's thesis), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S., Sarıışık, M. (2014). Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesi: Turizm lisans ve ön lisans öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(1), 41-55.
- Soyak, M. (2014). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye'de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 1-18.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01), 83-114.
- Sungur, Z. (2013). Türkiye'nin sakin şehirlerindeki kadın girişimciliğine sosyolojik bir bakış. Women entrepreneurship in slow cities of Turkey from a sociological perspective. In *International Conference on Euroasian Economies, St. Petersburg: Russia*.
- Sürgevil-Dalkılıç, O. (2015). Annelerin öykülerinden açığa çıkanlar: Annelik ve çalışan anneliğe yüklenen anlamlar, çalışma hayatından örnek olaylar, ihtiyaçlar ve beklentiler. *Çalışan Anne: Kadın akademisyenlerin kaleminden çalışma yaşamında annelik*, 407-466.
- Şimşek, M. Ş., Özgener, Ş., İlhan, İ. (2017). Turizm sektöründe kadın girişimciler ve yöneticiler açısından otantik liderliğin sosyal tembellik üzerindeki etkileri: yaşam tatmininin düzenleyici rolü. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 88-109.

- Şit, M. (2016). Türkiye’de turizm sektörünün istihdama katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1), 101-117.
- Topateş, A. K., Topateş, H., Kıdak, E. (2022). Güçlendirme ve toplumsal cinsiyet rolleri ikileminde kadın girişimciliği. *Çalışma ve Toplum*, 2(73), 1043-1074.
- TÜİK (2017). İstatistiklerle Kadın. Erişim Tarihi: 07.11.2023. URL: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2017-27594>
- Valeri, M., Katsoni, V. (2021). Female entrepreneurship in tourism. In *Gender and tourism* (pp. 1-9). Emerald Publishing Limited. UK.
- Winn, J. (2005). Women entrepreneurs: can we remove the barriers?. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 381-397.
- Yadav, V., Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: Research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-18.
- Yavuz, N., Güler, D., Engindeniz, S. (2022). Kırsal kesimdeki kadınların girişimcilik eğilimlerinin saptanması: İzmir’in Kemalpaşa İlçesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(2), 191-198.
- Yetim, N. (2002). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği. *Ege Academic Review*, 2(2), 79-92.
- Yetiş, Ş. A., Çalışkan, N. (2020). Turizm sektöründe kadın istihdamı: mevcut duruma ilişkin bir değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 105-119.
- Yirik, Ş., Yıldırım, B. I. (2014). Turizm sektöründeki kadın girişimcilerin bireysel değerlerinin demografik özellikleri açısından incelenmesi: Antalya ili örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(26), 361-378.
-