



*Review Article*

DIGITAL WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE WORLD AND IN TURKEY

DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE DİJİTAL KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Yağmur MUŞTU<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Bağımsız Araştırmacı, Türkiye, ORCID: 0000-0003-1269-7602

**Article Info:**

Received : Aug,21, 2022

Revised : Mar, 10, 2023

Accepted : Mar, 12, 2023

**Keywords:**

Digital female entrepreneurship,  
digital entrepreneurship, female  
entrepreneurship

**Anahtar Kelimeler:**

Dijital kadın girişimciliği, dijital  
girişimcilik, kadın girişimciliği

**ABSTRACT**

Digitization is gaining popularity in economic activities around the world. Digital entrepreneurship is carried out by performing some or all the entrepreneurial activities known as online entrepreneurship, online entrepreneurship, e-entrepreneurship online. The article, which was carried out as a literature review, aims to discover the digital entrepreneurship activities of women, to explain the opportunities and obstacles, to determine the role of social media in women's digital entrepreneurship activities and to determine successful examples in this context, to determine the results and recommendations.

**ÖZ**

Dijitalleşme dünya genelinde ekonomi faaliyetlerinde popülerlik kazanmakta ve kadınların ekonomide yükselerek güçlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Dijital girişimcilik çevrimiçi girişimcilik, online girişimcilik, e-girişimcilik olarak bilinen girişimcilik faaliyetlerinin bir bölümünün ya da tamamının online ortamda gerçekleştirilmesiyle yürütülmektedir. Literatür taraması olarak gerçekleştirilen makale kadınların dijital girişimcilik faaliyetlerinin keşfedilmesi, fırsatlarının ve engellerinin açıklanması, kadınların dijital girişimcilik faaliyetlerinde sosyal medyanın rolünün ve başarılı örnek uygulamaların belirlenmesi bu bağlamda sonuç ve önerilerin saptanması amacı taşımaktadır.

© 2023 JOBDA All rights reserved

**\* Corresponding Author,**

E-mail: ygmrmsu@outlook.com (Y. Muştu)

## 1 | GİRİŞ

Yıllardır erkek egemen olan girişimcilikte kadınlar da kendi girişimlerine liderlik etmek ve cam tavanı kırmak için mücadeleye etmişlerdir. Kadın girişimciliği son yıllarda küresel olarak hızla artan bir yükseliş göstermiştir (Ughetto,2019:305). Fakat dijital girişimciliğin gücünü araştıran literatür kadın dijital girişimci profilleriyle ve kadın girişimciler arasındaki dijital girişimcilik yeterliliklerini incelemeye alakalı yeterli bilgi vermemektedir (Dobrilovic,2021:117). Dijital girişimlerin yaratılması ve işletilmesi için minimum kaynakların yeterli olması çevrimiçi girişimciliği popüler hale getirmiş ve ekonomik faydalar sağlamıştır (Dy vd.,2018:586). Dijital girişimcilik kadınlar için özgürleştirici ve güçlendirici bir ortam hazırlarken dijitalin giriş engelinin düşük olması ve bilgi çokluğu geleneksel girişimcilikten dışlanmış, eşitsizliğe maruz kalmış kadınlar için önemli bir potansiyel sağlamaktadır (McAdam,2020:349). Kadınların günümüzde toplum ve iş hayatında kendini kanıtlaması ve başarılı oluşu toplumsal yaşamın her alanın da kadının rolünün farklılaşmasında önemli etki olurken kadınların toplumdaki yeri hakkındaki düşünce ve inanışlarda değişim yaratmıştır (Atalay ve Varol,2016:182).

## 2 | GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK

Günümüzde üretim, ulaşım, yönetim gibi alanlarda yaşanan gelişmeler ve küresel ekonominin rekabetçiliği girişimciliğin önemini arttırmıştır (Soysal,2010:86). Girişimcilik süreci insanlık tarihinin her döneminde sosyo-ekonomik hayata katkıları nedeniyle ilgi çekici olmuş ve birçok teorisyen tarafından üzerinde çalışılan bir konu olmuştur. Girişimcilik kavramı 18.yüzyılın başlarında İrlandalı ekonomist Ricboart Cantillon tarafından bedeli belirlenmemiş satmak amacıyla yapılan üretimlerin girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak açıklanmış ve literatüre kazandırılmıştır (Başar,2005:4). Avrupa komitesi tarafından benimsenen Avrupa'da Girişimcilik ve Eylem konulu Yeşil Kitap adlı raporda girişimciliğin zihniyet olduğunu ifade etmekle birlikte bireyin organizasyonla ya da organizasyondan bağımsız olarak fırsatları belirleyip yeni değerler yaratma ve başarı için bu fırsatlardan yararlanma motivasyonunu tanımlayan kavram olarak ifade edilmiştir (Mungan, 2013:4). Kaygın and Güven (2015:3) girişimciliği yeni organizasyonlar yaratma süreci olarak ifade etmektedir. Girişimcilik; işletmelerin fırsatlar belirlerken bu fırsatları ticarileştirme ve yeni pazar oluşturulurken pazarı yönlendiren işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Kıyan ve Özer,2011:94). Ballı (2017:146) göre ise girişimcilik mal ve hizmet üretimi faaliyetlerini kapsayan kâr amaçlı iş kurulması, büyütülmesi ve sürdürülmesidir. Girişimcilik fırsatları keşfetmeyi ve değerlendirmeyi içerir. Girişimciler fırsatları mal

veya hizmete dönüştürürken risk almaktadırlar ve girişimler çeşitli ortamlarda çeşitli şekilde ortaya çıkabilir (Hull et all.,

2007:293). Yılmaz (2021 :43) girişimciliği vizyon, değişim ve yaratıcılığı içeren tutku ve canlılık gerektiren dinamik bir süreç olarak ifade etmektedir.

**Tablo:1** Girişimci ve Girişimcilik Tanımları

Yıl	Araştırmacı	Tanım
1755	Cantillon	Girişimcilik herhangi bir şekilde serbest çalışmadır. Para karşılığı ya da ücret karşılığı çalışmayan herhangi bir birey girişimcidir. Girişimci sınıf ile ücret karşılığı çalışan bireyler arasındaki fark serbest çalışmayla yaşanan ek belirsizlik olmaktadır. Girişimci bugünün koşullarında ürünleri belirli bir fiyattan alıp gelecekte ortaya çıkacak olan belirsiz bir ücretten satmaktadır.
1880	Say	Girişimci sermayeyi sahip olmadan ödünç alabilmeli, ahlaki niteliklere sahip olmalı ve işin yanı sıra dünya bilgisine de sahip olmalı, belirli bir ürünün önemini, olası talep miktarını ve üretimi için gereken kaynakları yaklaşık olarak tahmin etme kabiliyetine sahip olmalı, bazen çok sayıda işçi çalıştırmalı bazen satın almalı ya da hammadde sipariş etmeli, yöneticilik ve kontrol sanatına sahip olmalı, ürünün tamamlanıp pazara sunulduğunda olası değeri ile üretim maliyetini karşılaştırmak için hesap ve değerlendirme ustalığına sahip olmalıdır.
1890	Marshall	İşletmenin sorumluluğunu üstlenme faaliyetleri ile bir firmada yöneticilik ve denetim farklıdır. Çalışanların yönetilmesi genelde işletme faaliyetlerinin en önemli kısmı değildir. İşletmesinin tüm riskini üstlenen işveren

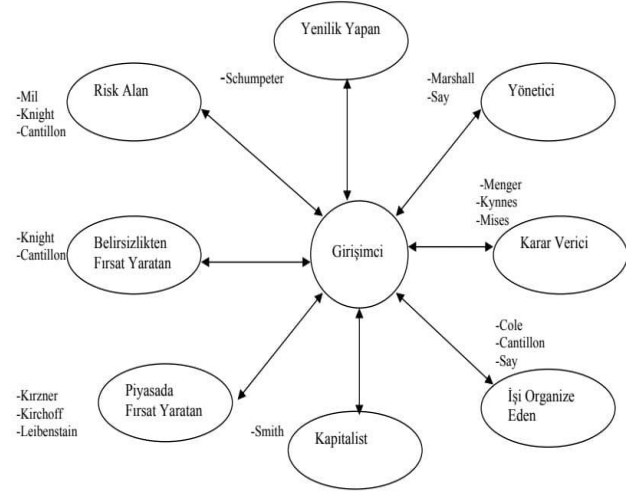
		aslında birbirinden tamamen farklı iki görev yerine getirmektedir ve görevler iki kat daha fazla kabiliyet gerektirmektedir.
1921	Knight	Girişimci, belirsizlikle başa çıkma kabiliyeti olan bireydir.
1968	Liebenstein	Piyasada yer alan boşlukları doldurma ve girdi tamamlama yetenekleri girişimcilerin eşsiz nitelikleridir. Girişimci dört büyük niteliğe sahip birey ya da bireylerdir. Bu nitelikler farklı pazarları birleştirme, Pazarda var olan terslikleri giderme yeteneği (boşluk doldurma), girdi tamamlama ve girdiyi işleyen varlıkları yaratma ya da genişletmektir.
1978	Schumpeter	Girişimcinin fonksiyonu yeni bileşimleri ortaya çıkarmaktır. Girişimsel faaliyetleri başlatan olası bileşimler yeni ürün ya da hizmetlerin, yeni üretim metodlarının, yeni pazarların, yeni arz kaynaklarının ve yeni organize olma biçimlerinin uygulanmaya başlanması olarak açıklamaktadır.
1979	Kirzner	Girişimciler alıcıların çok fazla ödediği ve satıcıların çok az kazandığı pazarları keşfederken pazarlar arasındaki boşlukları doldurmaktadır. Girişimciliğin temeli fırsatları fark edebilmektir.
1988	Gartner	Girişimcilik organizasyon yaratma faaliyetidir ve girişimcileri, girişimci olmayanlardan ayırt eden faktör, girişimcilerin organizasyon yaratırken girişimci olmayanların organizasyon yaratmamasıdır.

**Kaynak:** Uygun, 2019:13.

Girişimcilik ile ilgili literatür de yapılan tanımların ortak olarak yenilikçi düşünce, yeni iş kurma, ürün

üretme ve fırsat arayışı olduğu görülmektedir. Girişimci ise kaynakları değerlendirerek iş planlayan, organizasyon birimlerini örgütleyerek girdilerin işletilmesini sağlayarak çıktılarını karlılık yaratacak şekilde sunulmasını sağlayan kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimci başkalarının baktığı ama algılayamadığı fırsatları algılayıp risk alarak işe döndüren kişidir (Özyılmaz,2016:7).

Özdevecioğlu ve Karaca (2015:15) göre girişimci kar elde etme amacıyla riski göze alan kişi olarak tanımlanmaktadır.



**Şekil:1** Girişimci Tanımındaki Vurgular

**Kaynak:** Top, 2006:8.

Literatürde girişimci kişilere ait çeşitli yönler vurgulanmaktadır. Girişimcilerin yenilik yapan, risk alan, yöneten, karar veren, fırsat yaratan, kapitalist ve organize etme kabiliyetine sahip olmasıyla ilgili vurgulardır.

### 3 | DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK

#### 3.1 Dijital Girişimcilik Kavramı

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgi ve iletişim araçlarının işlevselliğinin artması geleneksel girişimciliğin alt kategorisi olan dijital girişimciliğin hayata geçirilmesinde önemli katkı sağlamıştır. Dijital girişimcilik e-girişimcilik, web girişimciliği, internet girişimciliği, çevrimiçi girişimcilik, online girişimcilik ifadesiyle literatürde yer almaktadır (Bayrakçı ve Köse,2019:96). Davidson ve Vaast (2010:2) dijital girişimciliği dijital medya kullanımına bağlı olarak bilgi ve iletişim teknolojileriyle fırsatları takip etmek ve yakalamak olarak adlandırmaktadır. Başka bir ifadeyle dijital girişimcilik bir varlığı veya hizmeti ya da firmanın büyük bir bölümünü dijitalde asiste etmektir (Kraus et al., 2018:369). Susan ve Acs (2017:66) göre ise dijital girişimcilik dijital teknolojileri kullanarak kamu veya özel sektör farketmeksizin girişimde bulunan aracıyı ifade

etmektedir. Dijital girişimcilik pazarlama, satış ürün, hizmet olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin, tamamının yada bir bölümünün dijitalleştirilmesidir (Çelebi, 2021:74). Genel olarak dijital girişimcilik geleneksel girişimcilikten farklı olarak fiziksel olarak yürütülen faaliyetlerin dijitalleştirilmesidir ve 3 türe ayrılabilir (Hull vd., 2007:293).

• Hafif Dijital Girişimcilik : Geleneksel ortamın tamamlayıcısı olarak dijital ekonomiye giriş yapmaya denir.

- Orta Düzeyde Dijital Girişimcilik : Dijital altyapının temeli üzerine kurulan ve dijital teslimat ya da diğer dijital bileşenler orta düzey kategorisinde yer alır.
- Aşırı Düzeyde Dijital Girişimcilik : Üretimle birlikte tüm girişimin dijital olarak sürdürülebilmesine denir.

**Tablo:2** Dijital Girişimciliğin Belirli Kategorilere Yönelik Karar Aktiviteleri

Aktivite	Dijital Girişimcilik Kategorisi		
	Hafif	Orta	Aşırı
Pazarlama	Ek olarak web site	Dijital pazarlama öncelikli	Sadece dijital pazarlama
Satış	Ürün dijital olarak satışa sunulabilir	Ürün dijital olarak satın alınabilir, özel olarak	Ürün sadece dijital satışa sunulmuştur
Ürün veya Hizmet	Ürün dijital değildir	Ürün dijital olabilir veya olmayabilir	Ürün dijitaldir.
Dağıtım	Ürün fiziksel olarak teslim edilir.	Ürün fiziksel veya dijital olarak teslim edilebilir.	Ürün dijital olarak teslim edilir.
Paydaşları yönetmek	Geleneksel etkileşimler operasyonları içerebilir	Önemli düzeyde dijital etkileşimler, geleneksel etkileşimler de yaygındır	Dijital etkileşimler birincildir. Geleneksel etkileşimler nadiren veya hiç gerçekleşmez.
Operasyonlar	Öncelikle fiziksel konumlar, geleneksel etkileşimler, bazı sanal ekip etkileşimlerini içerebilir.	Öncelikle fiziksel konumlar, geleneksel etkileşimler muhtemelen bazı sanal ekip etkileşimlerini içeriyor.	Güçlü sanal varlık, fiziksel konum ve geleneksel etkileşimler mümkün ancak gerekli değildir.

**Kaynak:** Yılmaz, 2021, 48-49.

### 3.2 Dijital Girişimcilik Örnek Uygulamalar

Gün geçtikçe dünya genelinde dijital girişimcilik uygulamalarına sık sık rastlamak mümkün olmaktadır. Her geçen gün artan dijital girişimcilik uygulamalarına bazı başarılı şirketler örnek gösterilebilir.

**Netflix:** Amerika'nın en başarılı girişim örneklerinden biri olan Netflix herhangi bir sinema salonu olmayan en büyük yayın şirketidir.

**WeChat:** Çin'de önemli bir sosyal medya platformu olan uygulama herhangi bir telekom altyapısı olmayan dünyanın en büyük telefon şirketidir.

**Facebook:** İçerik oluşturmayan dünyanın en büyük medya şirketidir.

**Uber:** 2009 yılında kurulan mobil sürüş talebi şirketidir.

**Airbnb:** Hiçbir gayrimenkule sahip olmayan fakat dünyanın en büyük konaklamaya imkan sağlayan uygulamadır.

**Google:** 1995 yılında kurulan en yenilikçi ve uygulama yazmadan dünyanın en büyük uygulama satış şirketidir.

**SocietyOne:** Hiç parası olmadan dünyanın en büyük bankası olma özelliğini taşımaktadır (Cezayirlioğlu, 2015:2).

**Tablo:3** Dijital Girişimcilik Tanımları

Yıl	Araştırmacılar	Tanım
2007	C.E Hull Yu-Thing Caisy Neil Hair Richard DeMartino	Fiziksel olarak yürütülen girişimcilik faaliyetlerinin dijitalleştirilmesidir.
2010	E. Davidson E. Vaast	Dijital medya kullanımına bağlı olarak bilgi ve iletişim teknolojileriyle fırsatları arayış takip etme ve ya yakalama olarak adlandırılmaktadır.
2013	R. Rashidi Sani Yalda S. Rezaei	Dijital girişimciliği teknolojik aletlerin iş alanında kullanılmasıyla ortaya çıkan girişimcilik türü olarak ifade etmektedir.
2017	Fiona Sussan C. Zoltan Acs	Dijital girişimcilik dijital teknolojileri kullanarak kamu veya özel sektör farketmeksizin girişimde bulunan aracıyı ifade etmektedir.
2018	Sacha Kraus Palmer Carolin Kailer Norbert Kallinger Lukas Friedrich Spitzer Jonathan	Bir varlığı yada hizmeti ya da firmanın büyük bir bölümünü dijitale asiste etmektir.
2021	Furkan Çelebi	Pazarlama, satış ürün veya hizmet faaliyetlerinin tamamını veya bir bölümünü kapsayacak şekilde dijitalleştirilmesidir.

Dijital girişimciliğin yenilikçilik etkisinden dolayı iş olanağı sağlama ve ekonomik ilerleme açısından önemli ekonomik ve toplumsal rol üstlenmesi beklenmektedir. Dijital girişimcilik, dijital teknolojiler girişimcilik süreç ve sonuçlarının merkezinde rol almaktadır ve dijital teknolojiler giderek girişimcilik sonuçlarının parçasını oluşturmakta ve yenilikçi ürün ve hizmeti mümkün kılmaktadır (Lehmann ve Rosenkraz, 2017:3). Literatür tarandığında Asghari and Geodan tarafından dijital girişimciliğin 4 aşamada ele alındığı görülmektedir. Dijital girişimcilik sırasıyla ön tohum, tohum, başlangıç ve son genişleme aşamalarından geçmektedir. İlk aşama tohum öncesi fikir oluşumunu ve girişimci ekibinin oluşturulmasını içerir. Tohum aşaması yeni girişiminin kurulması, başlangıç aşaması da (start-up) firma kurulur ürün ve hizmetler müşteri için üretilir. Son genişleme aşaması ise yeni müşteriler ve pazar oluşturulduğunda gerçekleşir (Gügerçin ve Onan, 2021:294). Dijitalleşme girişimcilik süreçlerinin ve sonuçlarının sınırlarını temelden değiştirmekte ve girişimciliğin geliştirilmesini de zorunlu kılmaktadır (McAdam et al., 2020:350). Tüm endüstrilerde dijital etkinliklerin hızla gelişmesi ve yükselmesine paralel olarak dijital girişimciliğin daha yaygın hale gelmesi muhtemel görünürken dijital girişimciliğin daha iyi bir şekilde anlaşılması gerektiğine de ihtiyaç duyulmaktadır (Hull et al., 2007:295).

### 3.3 Dijital Girişimciliğin Zorlukları

**Tablo:4** Dijital Girişimciliğin Zorlukları

<b>Mali</b>	Finansmana ve yatırıma erişim Pazarlamada yüksek maliyet Nakit akışı problemleri Başlangıçta ek gelir ihtiyacı Uygun maliyetli iş çözümleri bulma
<b>Bilgi</b>	İçerik geliştirme Bilgi çokluğu Piyasa doygunluğu-görünürlük Çevrimiçi alanı takip etme zorluğu Yeni şeyler deneme zorluğu Çevrimiçi şirketin etkin tasviri Online pazarlama stratejisi geliştirme Büyüyen organik trafik
<b>Zamansal/ Mekansal</b>	Uluslararası nakliye / ticaret sorunları Müşteriler öncesinde ürünleri test edemez/ deneyemez Müşteri beklentilerini yönetmede zorluk
<b>Teknik</b>	Uygun fiyatlı ve güvenilir teknik destek bulmak

	Geleneksel Girişimcilik	Dijital Girişimcilik
<b>Pazara Giriş</b>	Zor	Kolay
<b>Üretim ve Depolama</b>	Zor	Kolay
<b>Dağıtım</b>	Daha yavaş	Daha hızlı
<b>İşyeri</b>	Fiziksel olarak bir araya gelme	Dijital işyeri
<b>Örgütsel Bağlılık</b>	Daha kolay	Daha zor
<b>İletişim Biçimi</b>	Yüz yüze	Bilgisayar ve Dijital teknolojilerle
<b>Örgüt Yapısı</b>	Hiyerarşik	Esnek ve iş birliğine yatkın
	Teknik olarak düşünülmemiş/düşük teknoloji becerileri Tek platformda aşırı fark Çok uygulama karmaşıklığı	
<b>Lojistik</b>	Çevrimiçi/çevrimdışı çalışmayı dengelemek Fazla çalışma ve zaman yönetimi İşe alma ve delegasyon sorunları	

**Kaynak:** Shiva,2021:36.

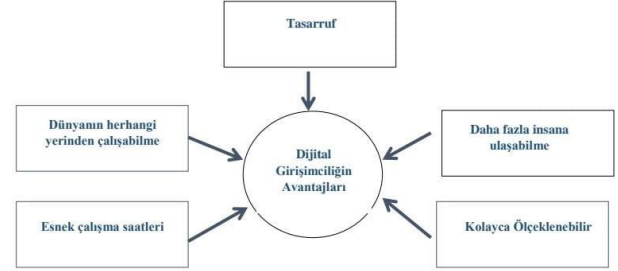
### 3.4 Dijital Girişimcilik Fırsatları

Dijital girişimciliğin çok sayıda avantaj sağlayacak fırsatları bulunmaktadır. Adil ve eşit etki yaratmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğini arttırmak, sosyal ve ekonomik katkı sağlamak adına önemli bir iş üstlenmektedir (Yılmaz, 2021, s. 47).

- Aktiviteleri zaman sıkıntısı yaşamadan gerçekleştirmeyi mümkün kılar
- Cinsiyet eşitliğini sağlamaya teşvik eder
- Sosyal ve ekonomik katılımları teşvik eder
- Sürdürülebilir kalkınma adına olumlu faaliyetler içerir
- Ekonomik gelirin ve verimliliğin artmasına katkıda bulunur.

- Yerel kalkınmayı teşvik eder.
- Uzaktan çalışmayı mümkün kılar.

### Şekil:2 Dijital Girişimciliğin Avantajları



**Kaynak:** Özyer, 2012:91.

### Tablo:5 Geleneksel Girişimcilik ve Dijital Girişimcilik Arasındaki Farklılıklar

**Kaynak:** Kişi, 2018, 392.

**Pazara giriş kolaylığı:** Dijital girişimcilikte pazara giriş zahmetsiz olmasıyla birlikte zamandan tasarruf sağlar. Bu girişimcilik bireylere kısa zamanda küçük işletme girişimleri ve ticari web siteleri kurma fırsatı sağlamaktadır.

**Üretim ve depolama kolaylığı:** Geleneksel girişimciler üretim ve depolama da avantajlı değillerdir. Dijital girişimcilikte üretim ve depolama alanında tasarruf ve avantaj sağlanmaktadır.

**Dağıtım kolaylığı:** Dijital girişimcilikte dağıtım faaliyetleri daha hızlı ve ucuzdur.

**Dijital işyeri:** Ürünler ve hizmetler dijitalleştirildiğinde fiziki çalışma ekibine ihtiyaç azalır ve dünyanın farklı yerlerinden çalışmalar ve ortaklıklar sağlanabilir.

**Dijital bağlılık:** Dijital girişimcilik ve geleneksel girişimcilik karşılaştırıldığında dijital örgütsel bağlılık oluşturmanın daha az olduğu öngörülmektedir.

**Dijital teknolojilerle iletişim:** Dijital girişimcilikte kurum içi ve kurum dışı faaliyetlerin yürütülmesinde iletişim teknolojilerinin kullanılması mümkündür.

**Esnek organizasyon yapısı:** Teknolojik hareket firmaları hiyerarşik organizasyon yapılarını yıkarak çok fonksiyonlu ekiplerden oluşan esnek iş birliğine adapte yeni organizasyon yapısı kurmaya zorlanmaktadır.

## 4 | GİRİŞİMCİ KADINLAR

### 4.1 Girişimci Kadınlara Genel Bakış

Dünya genelinde 1980'li yıllardan itibaren kadın girişimcilik önem kazanmıştır. Küreselleşme ve teknolojinin etkisiyle sosyal yaşamda kadınların da aktif olarak rol aldıkları görülmektedir. Kadınların eğitime vermiş oldukları önem, iş yaşamında gösterdikleri hassasiyet ekonomik ve sosyal alanda başarılı olduklarını göstermektedir (Kırçicek ve Aytar, 2021:495).

Kumkale (2015:21-22) kadın girişimcilik kavramını ev dışında kendisine ait bir iş yeri sahibi olan, ürün ve hizmet faaliyetleri için özel sektörle veya kamuyla ilişkisi olan, mal ve hizmet üretim veya pazarlamasını üstlenen, başka kişilere de istihdam sağlayan, kazancını yatırıma döndüren işletme giderlerini üstlenen ve risk alan kişi olarak tanımlamaktadır. Bilim adamları kadınların öncülük ettiği kuruluşlarda kadınların liderliğinin yaratıcılığı teşvik etme açısından olumlu etki yaratmaktadır (Abdou, 2022:9). Kadınları iş kurmaya dışsal olarak iten ve içsel olarak çeken çeşitli faktörler bulunmaktadır (Durukan, 2021:18-19).

Kadınları girişimciliğe iten faktörler;

- Ülkenin iktisadi durumundan dolayı olan işsizlik
- Kadınların iş yaşamında karşılaşmak durumunda kaldığı kadın erkek eşitsizliği
- İş koşullarının kadınlara uygun olmaması
- Yoğun çalışma saatleri
- Geleneksel davranış kalıpları
- Cinsiyete dayanan ücret farkı
- Cam tavan sendromu (Kadınların üst pozisyonlara geçmesini engelleyen davranışsal ve örgütsel ön yargılardan ortaya çıkan görünmez engellerdir.)

Kadın girişimciliğine çeken faktörler ise ;

- Bağımsız olma isteği
- İnovatif düşünce
- Konforlu yaşam düşüncesi
- Kendini gerçekleştirme isteği
- Girişimcilik Güdüsü
- Hırs

### 4.2 Kadın Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Kadınlar için girişimcilik faaliyetleri gerek sosyal yaşam da gerekse kültürel anlamda avantajlar sunmaktadır. Girişimci olma kararıyla birlikte sorumluluk ve alınan risk oldukça ağırdır fakat kadınların iktisadi işletmeler kurmasıyla özgüvenleri de artmıştır. Maddi rahatlık ve bağımsızlık, kendini

gerçekleştirme, özgürlük, sosyal çevrenin genişlemesi girişimci kadınların vurguladıkları avantajlar arasındadır. Bununla birlikte girişimciliğin en önemli olumsuzluğu kişinin ailesine karşı duyduğu sorumluluklar ve cinsiyet rollerine ilişkin sorunlardır. Yapılan araştırmalar da kadınlarımızın çoğu ailelerine vakit ayıramamaktan ve ekonomik belirsizlikten yakınmaktadır (Yetim, 2002: 89).

**Tablo:6** Kadın Girişimcilerle İlgili Literatür Örnekleri

Yıl	Araştırmacılar	Çalışmalar
1986	Bowen Donald D. Robert D Hisricht	'The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective' isimli çalışmada kadınlar için kapsamlı bir kariyer odaklı model geliştirmişlerdir.
1987	Birley Sue Caroline Moss Peter Saunders	'Do Women Entrepreneurs Require Different Training?' isimli çalışmada araştırmacı küçük işletme kurslarının kadınlar için yeterli olmadığını ve kadınlar için özel kurslar verilmesi gerektiği vurgulamıştır.
1993	Buttner	'Female Entrepreneurs: How Far Have They Come?' isimli çalışmada geçmiş ve günümüzdeki kadın girişimciler, kadının sahip olduğu işin başarısı, aile ve iş hayatının yönetilmesi konularına değinilmiştir.
1997	Lerner Miri Candida Brush Robert D Hisricht	'Israeli Woman Entrepreneurs: An Examination of Factors Effecting Performance' isimli çalışmada işletme sahibi olan kadınların performansına etki eden bireysel

		faktörleri açıklamıştır.
2001	Mankelow Gary Bill Merriless	"Towards a Model of Entrepreneurial Marketing for Rural Women: A case study Approach" adlı çalışmada Avustralya kökenli kırsal kadın girişimciler için pazarlama faaliyetlerini açıklamıştır.
2004	Verheul Ingrid Andre van Stel Roy Thurik	'Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries' isimli çalışmada kadın girişimciliği ülkelerin boyutları açısından incelenmiştir.
2005	Aykut Bedük	"Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği" adlı çalışmada Türkiye'de kadının konumundan bahsedilmiş, kadın girişimciliğinin tanımı yapılmış ve kadın girişimciliğini olumsuz etkileyen faktörler ortaya çıkarılarak öneriler sunulmuştur.
2007	Ecevit Yıldız	"Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım" adlı çalışmada kadın girişimcilerle ilgili yapılan araştırmalar, faaliyetler açıklanmıştır.
2008	Nayır Dilek Zamantılı	'İş ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri' isimli çalışmada tekstil ve

		bilgi işlem bölümündeki kadınlar için rol çatışmasında uygulanmak üzere çözüm önerileri açıklanmıştır.
2011	Esin Sayın	'Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi' isimli çalışmada Aydın ilindeki kadınlara anket çalışması yapılmıştır. Sayısal verilere karşılık olarak; kadın girişimcilerin sorunları tespit edilerek, olası iyileştirmeler için bazı öneriler sunulmaktadır.
2013	Abdullah Soysal	'Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye için Durum Değerlendirmesi' adlı çalışmada Türkiye'de kırsal alanda kadın girişimciliğinin mevcut durumu ve sorunları üzerinde durularak kadın girişimciliğinin gelişmesi için önerilere yer vermektedir.
2018	Duygu Tulan Esra Sena Türko	'Kadın Girişimciliği: Erzurum ilinde bir uygulama' adlı çalışmada Erzurum ilindeki kadın girişimcilerin profilini ortaya koymak ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları problemleri ve aldıkları destekleri ve bölgedeki algı düzeyini incelemiştir.
2021	Leyla Durukan	'Türkiye'de Kadın Girişimcilerin



		Desteklenmesinde KOSGEB'in rolü adlı çalışmada KOSGEB'in kadın girişimciliği desteklenmesinde ki rolünü değerlendirmektedir
--	--	---

#### 4 | DİJİTAL KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

##### 5.1 Dünya'da ve Türkiye'de Dijital Kadın Girişimciliğine Genel Bakış

Dünya'da ve Türkiye'de kadınların iktisadi yerlerinin ve yönlerinin geliştirilmesi, güçlendirilmesi için çeşitli projeler ve kadınların dijital teknolojileri aktif şekilde kullanabilmesi için dijitalleşme eğitimleri düzenlenmektedir. Dijital çağda birçok kadın kendi işletmelerini yürütmektedir. Aile gelirine katkıda bulunmak veya kendini gerçekleştirme amacıyla dijitalde yemek, sanat, zanaat, eğitim ve öğretim üzerine girişimler son on yılda arttığı görülmektedir (Bhagat vd., 2019:339). Dijital dünya kadın girişimciler için büyük fırsatlar sunmaktadır. Türkiye'de 2020 yılında T.C İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü tarafından finansmanı sağlanan 'Dijital Dünyada Kadın Girişimciler' adlı proje başlatılmıştır. Bununla birlikte devletin ve derneklerin desteklediği ev kadınlarının ve küçük işletme sahibi kadınların dijital hayata ayak uydurabilmelerini sağlamak adına sürdürülebilir çeşitli online eğitim sistemleri kurulmuştur. Bu proje ile kadın dijital girişimciliğin artırılması, ihracatın artırılması, e-ticaretin geliştirilmesi ve en az 100 kadına dijital pazarlama eğitimi verilmesi amaçlanmaktadır (İstesob,2022,a.g.i.s). Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen dijital girişimciliği ve işletmeleri dijitalleşmeye teşvik eden sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır. WATIFY, Stimulating Digital Entrepreneurship adlı proje ise iş kurucuları ve seri girişimcilerin video görüşmeleri ile deneyimlerini paylaştıkları, dijital çalışmaya nasıl başlayacaklarını anlatan, yasal düzenlemelerle ilgili bilgi veren projelerden biridir. Amsterdam Avrupa kentleri içinde dijital kadın girişimciliği için ülke politikası ve ekonomik destekleri açısından en uygun ülkelerden biridir. Macaristan'ın dijital işletme kurma stratejisi de kadınları girişimci olmaya teşvik etmekte ve bu strateji kadınları girişimcilğe yönlendirecek ve girişimcilik faaliyetlerini kolaylaştıracak daha fazla programlar ve kampanyaların olması gerektiğini vurgulamaktadır. Türkiye'de ve Avrupa'da kendi işini kurmak isteyen kadınların sayısı gittikçe artmakta ve devletler kadın dijital girişimcilere yatırımlar yapmaktadır. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and Girişimcilik ve Kobi'ler kadın

girişimciler arasındaki ağ oluşumunu sağlayan, girişimcilik potansiyeli olan kadınları ve kuruluşları destekleme amacı taşıyan Avrupa Komisyonu'nun temel girişimlerindedir (West, 2022, a.g.i.s). Küresel olarak yaşanan Covid-19 virüsünün de Türkiye'de Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre kadın girişimcilerin bu dönemde dijital mecralarda faaliyetlerinde ve girişimci sayılarına da %2 etki ettiği görülmektedir. Ekonomik ve Sosyal Alanda Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin 'E-Ticaret ve Bilişimde Çalışan Kadınlar' adlı 145 girişimciyle yaptığı çalışma ile kadınların salgın döneminde dijital mecraları aktif ve iyi şekilde kullandığı, Kadın kooperatiflerinin bilinçli üretimler yaptığı ve kooperatiflerin dijital alanda da aynı başarıyı gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır (Küçük,2021,a.g.i.s).

**Tablo:7** Dijital Kadın Girişimcilerle İlgili Literatür Örnekleri

Yıl	Araştırmacılar	Çalışmalar
2018	Zoi Karabatzaki Sofia Papakonstantiou Nadia Katsanou Helen Dimitriou Yannis Papagerasimou Athanasios S. Drigas Marios A. Pappas	Female Entrepreneurship and Employability In The Digital Era: The Case Of Greece adlı çalışma Bit'in kadınların istihdam edilebilirliği ve girişimciliği ile Yunanistan'daki yönetici pozisyonundaki kariyer beklentileri üzerindeki etkiyi araştırmaktadır. 1035 kadından anket ve görüşme yoluyla bilgiler toplanmış ve 21.yy. da kadınların dijital becerilerinin en önemli başarı faktörlerinden olduğuna inansalarda dijital çağda yeterince temsil edilmediklerinin sonucuna ulaşılmıştır.
2018	Paola Paoloni Giustuna Secundo Valentina Ndou Giuseppe Modaffari	Woman Entrepreneurship and Digital Technologies: Toward a Research Agenda adlı çalışmada kadın girişimcilik faaliyetleri ve dijital teknolojilerin ortaya çıkışı ile ilgili nitel bir literatür taraması yapılmıştır. Bulgularda özellikle dijital

		teknolojilerin kadın girişimciliğine sağladığı katkı ve etki analiz edilecektir. Dijital Kadın Girişimciliğini analiz etmek için bütünsel bir yorumlayıcı çerçeve önerilmiştir.
2019	Eylem Bayrakçı Serpil Köse	Kadın Girişimciliğinde 'Bir Tık' Ötesi Kadın Dijital Girişimciler Üzerine Nitel Bir Araştırma adlı çalışmada Isparta ilinde ikamet eden 5 kişiyle görüşmeler yapılmıştır ve dijital kadın girişimcilerin dijital ortamları nasıl kullandıklarını ve ne şekilde kullandıklarını belirleme amacı taşınmaktadır.
2019	Maura Mc Adam Caren Crowley Richard T. Harrison	"To boldly go where no [man] has gone before" Institutional voids and the development of women's digital entrepreneurship adlı Suudi Arabistan'daki 6 kadın dijital girişimcilerin anlatı biyografileri olarak sunulan araştırmada Dijital teknolojinin kadınları özgürleştirici potansiyeli olduğu ve dijitalin kadınlara gelişerek takip edebilecekleri güvenli bir alan oluşturduğu vurgulanmaktadır.
2020	Elisa Ughetto Mariacristina Rossi David Audretsch Erik E. Lehmann	Female Entrepreneurship In The Digital Era adlı çalışmada kadın girişimcilerin yeni girişimlerin yaratılmasında dijital teknolojileri kullanıp kullanmadığı ve fırsatlar engeller, bağlamında analiz edilerek açıklanmaktadır.

2021	Aidin Salamzadeh Veland Ramandani	Entrepreneurial Ecosystem and Female Digital Entrepreneurship- Lessons To Learn From An Iranian Case Study adlı çalışma İran'ın çok katmanlı girişimcilik ekosisteminin daha iyi bir şekilde anlaşılmasını, kadın girişimcilerin konumunu detaylandırmayı amaçlamaktadır ve ödüllü altı dijital kadın girişimcinin tanıtılmasıyla birlikte dijital kadın girişimciliğinin zorluklarını incelemektedir.
2021	Griet Steel	Going Global- Going Digital. Diaspora Networks And Female Online Entrepreneurship in Khartoum Sudan adlı çalışma dijital çağda kadın girişimciliği ve sınır ötesi değişen ticaret uygulamaları hakkında araştırmayı içerir
2022	Ito Emembolu Charles Emembolu Olumide Aderinwale Emmanuel Lobijo	Digital Entrepreneurship in Africa: Case Studies of Nigeria and South Sudan kapsamlı çalışmada Nijerya ve Güney Sudan'dan anketler ve vaka çalışmaları kullanılarak teknoloji ile etkileşimler 422 kadın girişimcinin bakış açısından analiz ediliyor. Afrika'daki girişimciler olarak kendilerine sunulan engeller ve fırsatlar hakkındaki algıları da araştırılıyor ve aynı zamanda bir kadın girişimcinin bakış açısından inovasyonun rolünü, dijital

		girişimciliğin zorluklarını ve fırsatlarını özetlemektedir.
--	--	---

## 5.2 Kadınların Dijital Girişimci Olma Nedenleri ve Dijital Ortamın Sunduğu Fırsatlar

Yapılan araştırmalarda kadınların dijital girişimci olma nedenlerinin en önemli sebebi evden çalışma kolaylığı ve maliyet unsurunun az olduğu görülmektedir. Girişimci kadınların en çok e-ticaret faaliyetlerini tercih ettiği vurgulanmaktadır. Dijital girişimciliğin kadınlar için birçok avantajı bulunmaktadır (Skd,2022, a.g.i.s).

- Evden çalışma kolaylığı
- İşe fiziki olarak gitmeme
- Yolda vakit kaybetmeme isteği
- Saygınlık
- Farklı bölgelere ulaşmayı kolaylaştırma
- Ekonomik katkı sağlama amacıyla dijital girişimciliğe yönelmektedirler ( Bayrakçı ve Köse, 2019, s. 99).

Dijital girişimcilik kadınlara çeşitli avantajlar sunarken çeşitli güvenlik risklerini de beraberinde getirmektedir. Bu riskler uyumluluk, üçüncü taraf, esneklik, otomasyon, veri gizliliği gibi siber güvenlik riskleridir (Abdou, 2022:10).

Literatürde yapılan çalışmalarda vurgulanan avantajlar ise ;

- Geniş kitlelere hitap etme
- Yeni ürün tasarlama
- Yenilikleri öğrenme
- Reklam
- İtibar ve maliyet avantajıdır (Bayrakçı ve Köse:101).
- Yabancı yatırım çekmek (Abdou,2022:8).

## 5.3 Dijital Kadın Girişimciliğinde Sosyal Medyanın Önemi

Sosyal medyanın dünyayı gözler önüne sermesi kadın kullanıcıları cesaretlendirmiş ve kadınların girişimcilik özelliklerini harekete geçirmiştir. Sosyal medyanın iş alanı olarak kullanılması iletişim teknolojilerinin kitlelere ulaşmasında bir araç niteliği taşıdığını göstermektedir. Sosyal medya sitelerinin basit kullanımı ve etkileşimi kadın girişimcilerin sosyal medyadan faydalanmasına yarar sağladığı öngörülmektedir (Kuşay,2017:28). Sosyal medyanın özgürleştirici yönü kadınlarını kendini ifade

edebilmesi ve iletişim kolaylığı için güçlü bir ortam yaratmaktadır (Shukla vd., 2020:139).

Literatür de yapılan çalışmalar ile ortak olarak kadınların girişimcilik faaliyetlerinde sipariş satış ve reklam ve geniş kitlelere ulaşmak adına en sık Instagramı kullandıkları sonrasında facebook,twitter ve web sitelerinin takip edildiği sonucuna ulaşılmıştır. (Bayrakçı ve Köse, 2019: 99). Bireyler ve kurumlar için sosyal medya ürün yerleştirme, sosyal medya pazarlaması konusunda alan oluşturmakla birlikte bireysel kullanıcılarda içerik üreticisi olarak sosyal medyayı zenginleştirmektedir. Dijital dönüşüm bireysel kullanıcıların girişimcilik ruhunun ortaya çıkmasına öncülük etmektedir (Kuşay,2017:26). Kadınlara ilham kaynağı ve bilgi kaynağı olmak ve kadınları cesaretlendirmek üzere online iyi ve yenilikçi uygulamalar da yer almaktadır. Örnek olarak womanentrepreneur.com kadınlara girişimci olmanın tanımını yapan ve onlara stratejik anlayışlar sunmayı amaçlayan güncel tavsiyelerde bulunan web sitesidir (Kagidep, 2022, a.g.i.s).

## 5.4 Dijital Kadın Girişimciliği Örnek Uygulamalar

### 5.4.1 Trendyol

Trendyol 2010 yılında 300 bin dolar sermaye ile Demet MUTLU tarafından kurulmuştur. Dünyaca ünlü markaların ürünlerinin satışını yapmakta olan Trendyol'un kurulduğu yıllar da sadece giyim üzerine hizmet verilirken zamanla beyaz eşya , teknolojik ürünler, mücevher, mobilya, kitap ve dergi başta olmak üzere 3000 binin üzerinde kategoriyle çeşitli ürünler satılmaya başlanılmıştır. 700 kişilik bir ekiple hizmet veren Trendyol kurulduktan altı ay sonra Tiger Global'den sonrasında ise zamanla birçok teknolojik şirketlere yatırım yapan Avrupa Kalkınma Bankası tarafından yatırım almıştır. Demet Mutlu 2016 yılında Young Global Leaders tarafından 'Avrupa'nın Göze Çarpan Genç Liderleri' kategorisinde seçilen tek türk ve kadın girişimcidir. Aynı zaman da Trendyol on altı buçuk milyon değerleme ile bir buçuk milyar dolar yatırım alarak 2021 yılında Türkiye'nin ilk decacorn şirketi olma özelliği taşımaktadır. Demet mutlu bu yatırımın Türkiye'nin dijital ekosistemine ciddi ivme kazandıracığını vurgulamaktadır (Diken, 2022, a.g.i.s).

Demet Mutlu'nun güçlü platformu Trendyol ve KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ile işbirliği yaptığı 'Gelecek Kadınların' programı kapsamında verilen eğitimlere binlerce kişi başvurmuş ve eğitimden sonra yapılan anketlerde çıkan sonuçlara göre kadınların %10'nun kendi işlerini kurdukları ve %40'nın da işlerini büyüttüğü vurgulanmaktadır. Bilgi ve deneyimini paylaşarak Türkiye'nin dijitalleşmesinde önemli yeri olan Trendyol, Trendyol Akademi aracılığıyla satıcıların e-

ticaret gelişimine de destek olmaktadır. (Cumhuriyet,2022, a.g.i.s).

#### 5.4.2 Tarımsal Pazarlama Platformu

Sabancı Vakfı'nın yeni Fark Yaratan'ı olarak seçilen Tülin Akın, girişimi ile çiftçilerin hayatını kolaylaştırmayı amaçlayan tarımsal içerikler üretmektedir. Tülin Akın 'Tarımsal Pazarlama Platformu' projesiyle yaklaşık 1 milyon kişiye ulaşmaktadır. Bu platformla tarım firmaları ve çiftçiler ücretsiz tanıtım şansına sahip olmakla birlikte tarımsal haberleri, ürün haberleri ve fiyatlarından haberdar olmaktadır. 250 bin üyesi olan platformun 200 bin üyesi yabancılardan oluşmakta ve günlük 6 binlik ziyaretçiye ulaşmaktadır. Başarılı kadın girişimci Tülin Akın çiftçiler için yeni projeler de hayata geçirmektedir. (SabancıVakfı,2022, a.g.i.s).

#### 5.4.3 Dene Bunu

Denebunu.com girişimiyle Garanti BBVA ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (Kagider) iş birliğiyle 2019'da düzenlenen Türkiye Kadın Girişimciler yarışmasında 'Türkiye'nin Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi' seçilen Duygu AKBUDAK markaları ve ürünleri online platformda müşterilerle buluşturmakta ve üyelerin satın alma eğilimi olan müşterilere denettirerek alınan karşı bildirimleri, e-ticarete aktararak işletmeler arası teknolojik çözümler sunmaktadır. Girişim 3 sene içerisinde 300'den fazla markayla iş birliği yaparak başarıya ulaşmıştır. Geçtiğimiz 2021 yılıyla beraber 400 markayla iş yapan Denebunu her ay 50 bin üzeri kullanıcıya ulaşmakla birlikte 6,5 milyondan fazla ürün denenmiş ve geri bildirim sağlanmıştır. Akbudak girişimiyle beraber saygı görmeye başladığını ve girişimciliğin cinsiyeti veya ırkı olmadığını vurgulamaktadır (Muradoğlu,2020, a.g.i.s).

#### 5.4.4 Modsy

Başarılı girişimci Shanna Tellerman 2015 yılında evini dekore etme fikriyle harekete geçerek kurduğu e-tasarım platformu Modsy ile yüzlerce çevrimiçi tasarımcıya istihdam sağlarken binlerce projenin de hayata geçmesini sağlamıştır. Kuruluşundan yedi yıl sonra platform 70 milyon doları aşmıştır. Geçtiğimiz yıllarda ise ortaklıklar kurarak geliştirdiği yenileme hizmetiyle görselleştirme teknolojisiyle atılımlar yapmış ve teknolojiyle tasarım alanında denge kurarak muhteşem bir dijital girişimcilik örneği sunarak girişimci kadınlara ilham kaynağı olmuştur (Nicolaus,2022, a.g.i.s).

#### 5.4.5 Maven

2014 yılında hamile arkadaşlarının doktor bulma sıkıntısına çözüm bulmak amacıyla dijital sağlık hizmeti girişimciliğini gerçekleştirerek 2014 yılında doktor ve kadınları bir araya getiren görüntülü sohbet programı olan Maven'i kuran Kate Ryder 30'dan fazla sağlık sağlayıcı türü hizmeti vermektedir. Maven doğrudan tüketiciye yönelik bir dijital işletme olarak hizmete başlamıştır ve geçtiğimiz ağustos ayında 110 milyon dolar değerlemeyle aile sağlığı sektöründe ABD'de tek Unicorn unvanına sahip olan şirkettir (Bloomberg, 2021, a.g.i.s).

#### 5.4.6 Armut.com

Hayallerinin peşinden giderek Türkiye'nin en başarılı girişimlerinden birine sahip olan Başak Taşpınar 2011 yılında hizmet piş ağzıma düş sloganıyla girişimini hayata geçirmiştir. Yaptığı araştırmalar ve incelediği örneklerle alt yapıyı hazırlamıştır. Yazılım ekibini de tamamladıktan sonra başlangıçta evini taşıyacak olanlarla uygun nakliye şirketlerini dijital ortamda bir araya getirerek hizmet sunmaya başlamış ve zamanla tüketici beklentileriyle birlikte girişim kendini geliştirmiştir. Günümüzde 4000'den fazla kategoride 670 bin hizmet vermektedir (Koçbayı,2021, a.g.i.s).

### 6 SONUÇ VE ÖNERİLER

Literatür tarandığında dünya genelinde kadın dijital girişimciliği üzerine yapılan çalışmalar yetersiz olmakla birlikte dijital kadın girişimci profillerinin yeteri kadar keşfedilmediği ve yapılan çalışmalarda dijital odak olmaksızın kadın girişimci raporlarından kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla daha düşük katılımı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınlara toplum tarafından gerek aile gerekse sosyal çevreden yüklenen misyonlar girişimciliğe atılmasının önünde engel teşkil etmektedir. Cinsiyet odaklı dayatılmaların kadınların cesaretini kırmakta olduğu ve cam tavan sendromunun ortaya çıkmasına neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınlarımızı dijital girişimciliğe teşvik etmek için devlet ve sivil toplum kuruluşlarının düzenlemelerinin ve fon desteklerinin artırılması dijital becerileri arttırmak için eğitimlere önem verilmesi, kadınların okula kaydının desteklenmesi, mesleki eğitim ve öğretim müfredatlarına da uyarlanması, atölye ve eğitim seminerlerinin düzenlenmesi girişimciliği desteklemek adına ajansların da artırılması gerekliliği önerilmektedir. Ülkelerin ekonomi politikaları girişimcilerin yeni girişimler üretmesi için teşvik edici olmalıdır. Ekonomide cinsiyet odaklı dayatılmaların ve ayrımcılık yaparak başarı potansiyellerine gölge düşürmenin önüne geçilmesi gerektiği ve iş yaşamında kadınların başarısının

desteklenmesini, eşitlikçi olarak ödüllendirilmesinin önündeki engellerinin kaldırılması gerekliliği öngörülmektedir. Kadınların dijital sektörde hem çalışan hem girişimci olarak aktif katılımının desteklenmesiyle birlikte kadınların dijital becerilerinin, kabiliyetlerinin tanımının doğru anlaşılması ve ihtiyaçlarının tanımlanması, iyileştirilmesi ve dijital alanların güvenliliğini arttırarak dijital çekiciliğin sağlanması gereklidir.

## KAYNAKÇA

Abdou, D. M. (2022). The Role Of Egyptian Female Entrepreneurship In The Digital Era Post-Covid-19 Great Expectations: Defining A Trans-Mediterranean Cybersecurity Agenda. J. Belaid (Dü.), Euromesco içinde (s. 1-26). Iemed. [https://www.euromesco.net/adresinden alındı](https://www.euromesco.net/adresinden%20alindi)

Atalay, Y., & Varol, Ç. (2016). İleri Teknoloji Sektöründe Kadın Girişimciliği: Ankara'daki Sektörel ve Mekansal Farklılaşmalar. Planlama, 181-192. doi: 10.14744/planlama.2016.51423

Avrupa Birliğinde Girişimcilik ve Kobi Politikaları. (2018). Kadın Girişimcileri Destekleme Platformu: <http://www.kagidep.org/wp-content/uploads/2020/01/AVRUPA-B%20C4%B0RL%20C4%B0%20C4%9E%20C4%B0NDE-G%20C4%B0R%20C4%B0%20C5%9E%20C4%B0MC%20C4%B0L%20C4%B0K-VE-KOB%20C4%B0-POL%20C4%B0T%20C4%B0KALARI.pdf> adresinden alındı

Ballı, A. (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(29), 143-166.

Başar, M. (2005). Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri. Y. Odabaşı (Dü.) içinde, Girişimcilik (Cilt 2., s. 1-18). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi .

Bayrakçı, E., & Köse, S. (2019). Kadın Girişimciliğinde "Bir Tık" Ötesi: Kadın Dijital Girişimciler Üzerine Nitel Bir Araştırma. Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 3(6), 95-106.

Bhagat, R., Rajan, S., & Sambargi, S. (2019). Evaluation Of Personal Innovativeness and Perceived Expertise On Digital Marketing Adoption By Women Entrepreneurs Of Micro And Small Enterprises. International Journal Of Research And Analytical Reviews, 6(1), 338-351.

Cezayirlioğlu, A. B. (2015, Aralık 20). Dijital Dünya ve Gelecek: Hemen Şimdi. Mayıs 5, 2022 tarihinde <https://medium.com/@andacbaran/dijital-d%20C3%BCnya-ve-%20C5%9Firketler-1640cd73105d> adresinden alındı

Celebi, F. (2021). Dijital Çağda Liderlik ve Girişimcilik. Ankara: İksad.

Dijital Dünyada Kadın Girişimciler. (2020, Ocak 23). Mayıs 2, 2022 tarihinde İstesob: <https://www.istesob.org.tr/dijital-dunyada-kadin-girisimciler/> adresinden alındı

Dobrilovic, M., Ilic, M., Hadzic, A., & Sevic, N. P. (2021). Female Digital Entrepreneurship and the Development of Digital Entrepreneurial Competences in the Republic of Serbia. Zooming Innovation in Consumer Technologies Conference (ZINC), (s. 117-122). Serbia. doi:10.1109/ZINC52049.2021.9499266

Dy, A. M., Martin, L., & Marlow, S. (2018). Emancipation through digital entrepreneurship? A critical realist analysis. Critical Realism, 25(5), 585-608. doi:10.1177/1350508418777891

Emombolu, I., Emombolu, C., Aderinwale, O., & Lobijo, E. (2022). Digital Entrepreneurship in Africa: Case Studies of Nigeria and South Sudan. Digital Service Delivery in Africa, 1(1), 135-162. doi:10.1007/978-3-030-83909-3\_6

Gügerçin, S., & Onan, G. (2021). Digital Entrepreneurship: A Literature Review. International European Journal of Managerial Research, 5(9), 291-305. doi:0000-0001-6302-5211

Hull, C. E., Hung, Y.-T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). "Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. International Journal of Networking and Virtual Organizations, 4(3), 290-303. doi:10.1504/IJNVO.2007.015166

İlham veren bir girişim hikâyesi: Armut.com. (2021, Şubat 11). Mayıs 21, 2022 tarihinde Koçbayı: <https://www.kocbayi.com.tr/gundem/hayatin-icinden/mercek/ilham-veren-bir-girisim-hikayesi-%20a0armut-com> adresinden alındı

J. L., & Rosenkraz, C. (2017). The Trajectories of Digital Entrepreneurship:Disentangling the Digital. 1-13. Mayıs 3, 2022 tarihinde : <http://aisel.aisnet.org/icis2017> adresinden alındı

Kadın girişimci en çok e-ticaret sektörünü tercih ediyor. (2021, Nisan 25). Mayıs 2, 2022 tarihinde İŞ DÜNYASI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA DERNEĞİ (SKD TÜRKİYE): <http://www.skdturkiye.org/esit-adimler/yakin-plan/kadin-girisimci-en-cok-eticaret-sektorunu-tercih-ediyor> adresinden alındı

Kailer, N., Kraus, S., Palmer, C., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the

twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375. doi:10.1108/IJEBR-06-2018-0425

Kaygın, E., & Güven, B. (2015). *Güçlü Kadınlar: Türkiye'de Kadın Girişimciliği*. İstanbul: Veritas.

Kırççek, Ö. B., & Aytar, O. (2021). Kadın Girişimciliği: Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(24), 494-515. doi:10.47129/bartiniibf.985783

Kişi, N. (2018). Dijital çağda yeni bir girişimcilik yaklaşımı: Dijital girişimcilik. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 389-399.

Kıyan, Ş., & Özer, A. (2011). İşletme Sınırlarının Girişimci Faaliyetle Yeniden Yapılandırılması. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi*, 66(2), 93-120. doi:10.1501/SBFder\_0000002205

Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375. doi:doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425

Kumkale, İ. (2015). Kadın girişimciliğinin stratejik liderlik yetkinlikleri açısından incelenmesi ve bir araştırma (1 b.). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Kuşay, Y. (2017). İş Gücü Alanı Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı ve Girişimci Kadınlar. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 1, 23-33. doi:10.26695/mukatcad.2017.2

Küçük, E. (2021, Nisan 19). Kadın Girişimciler Salgın Sürecinde Ürünlerini Dijital Pazarlamak İçin Dijital Mecraları Etkin Kullanıyor. Mayıs 4, 2022 tarihinde AA: <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/kadin-girisimciler-salgin-surecinde-urunlerini-pazarlamak-icin-dijital-mecralari-etkin-kullaniyor/2213378> adresinden alındı

McAdam, M., Crowley, C., & Harrison, R. T. (2019). To Boldly Go Where No Man Has Gone Before: Institutional Voids And The Development Of Women's Digital Entrepreneurship. *Technological Forecasting Social Change*, 146, 912-922. doi:10.1016/j.techfore.2018.07.051

McAdam, M., Crowley, C., & Harrison, R. T. (2020). Digital Girl: Cyberfeminism And The Emancipatory Potential Of Digital Entrepreneurship In Emerging

Economies. *Small Bus Econ*, 55, 349-362. doi:10.1007/s11187-019-00301-2

Mungan, S. (2013). KADIN GİRİŞİMCİLİK DEĞERLERİ İLE KADIN GİRİŞİMCİLİK ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMLERİNİN ROLÜ. *Yüksek Lisans Tezi*, 1-24. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Muradoğlu, C. (2020, Temmuz 27). Duygu Akbudak: "Tedarikçiler, iş hayatında tecrübesiz olduğumu düşündü!". Mayıs 10, 2022 tarihinde Webrazzi: <https://webrazzi.com/2020/07/27/duygu-akbudak-tedarikciler-is-hayatinda-tecrubesiz-oldugumu-dusundu/> adresinden alındı

Nicolaus, F. (2022, Mart 21). Business Of Home. Mody CEO Shanna Tellerman on the technology that will change design. Mayıs 21, 2022 tarihinde <https://businessofhome.com/articles/mody-ceo-shanna-tellerman-on-the-technology-that-will-change-design> adresinden alındı

Özdevecioğlu, M., & Karaca, M. (2015). Girişimcilik ve Girişimci Kişilik Kavram ve Uygulama. *Meram/Konya: Eğitim Kitabevi*.

Özyılmaz, A. M. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Paoloni, P., Secundo, G., Ndou, V., & Modaffari, G. (2018). Women Entrepreneurship and Digital Technologies: Towards a Research Agenda. *Advances in Gender and Cultural Research in Business and Economics*, 1, 181-194.

Pappas, M. A., Drigas, A. S., Papagerasimou, Y., Dimitriou, H., Katsanou, N., Papakonstantinou, S., & Karabatzaki, Z. (2018). Female Entrepreneurship and Employability in the Digital Era: The Case of Greece. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 4(2), 1-15. doi:10.3390/joitmc4020015

R, R., Yalda-Sani, Y., & Rezaei, S. (2013). Presenting a butterfly ecosystem for digital entrepreneurship development in knowledge age. *Proceedings of*, (s. 1-4). Baku.

Shiva, B. A. (2021). SOSYAL MEDYANIN VE SOSYAL AĞLARIN. *Yüksek Lisans Tezi*. Karabük.

Shukla, A., Kushwah, P., Jain, E., & Sharma, S. K. (2020). Role of ICT In Emancipation Of Digital Entrepreneurship Among New Generation Women. *Journal of Enterprising Communities: People and Places In The Global Economy*, 15(1), 137-154. doi:10.1108/JEC-04-2020-0071

Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65(1), 83-114. doi:10.1501/SBFder\_0000002153

Sussan , F., & Acs, Z. C. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. Small Business Economics, Springer, 49(1), 55-73. doi:DOI: 10.1007/s11187-017-9867-5

Tech At Bloomberg. (2021, Ekim 15). How Maven's Kate Ryder turned her women's and family health startup into a unicorn. Mayıs 21, 2022 tarihinde <https://www.bloomberg.com/company/stories/maven-kate-ryder-turned-women-family-health-startup-into-unicorn/> adresinden alındı

Tekin, İ., & Küsbeci, P. (2021). Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Girişimcilik. Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi, 4(1), 81-102.

Trendyol kadın girişimcileri dijitalleştiriyor, i. b. (2022, Mart 11). Türkiye Haberleri. Mayıs 5, 2022 tarihinde Cumhuriyet: <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/trendyol-kadin-girisimcileri-dijitallestiriyor-islerini-buyutmelerine-katki-sagliyor-1914617> adresinden alındı

Trendyol Türkiyenin İlk Decacornu Oldu. (2021, Ağustos 09). Diken: <https://www.diken.com.tr/trendyol-turkiyenin-ilk-decacornu-oldu/> adresinden alındı

Tüm Fark Yaratanlar. (tarih yok). Mayıs 9, 2022 tarihinde Sabancı Vakfı: <https://www.sabancivakfi.org/tr/sosyal-degisim/tulin-akin> adresinden alındı

Ughetto, E., Rossi, M., Audretsch , D., & Lehmann, E. E. (2020). Female entrepreneurship in the digital era. Small Business Economics, 55, 305-312. doi:10.1007/s11187-019-00298-8

Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler:Mersin Örneği. Ege Academic Review, 2(2), 79-92.

Yılmaz, Z. (2021). İşletmecilikte Dijital Dönüşüm (1 b.). (İ. Tarakçı, & B. Göktaş, Dü) İstanbul: Efe Akademik Yayıncılık.