

## Topuklu Ayakkabılardan Çamurlu Plastik Çizmelere: Erkek Egemen Sektörlerde Kadın Girişimciliği

### From Heels to Muddy Plastic Boots: Female Entrepreneurship in Male-Dominated Industries

Meri TAKSİ DEVECİYAN<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Öğr. Gör. Dr., İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye

#### ÖZ

Çalışma, Türkiye’de arıcılık sektöründe faaliyet gösteren "Tazeden" firmasının iki kadın girişimcisinin deneyimlerine dayanmakta ve kadın girişimcilerin erkek egemen ve zorlu sektörlere girmeye cesaret etme motivasyonlarına ve girişimcilik bileşenlerine dikkat çekmek amaçlanmaktadır. Ayrıca "Tazeden" firması kadın girişimcilerinin yaşamış olduğu zorluklar, girişimcilik serüvenleri, nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay incelemesi, "5N1K tekniği" temel yazım ilkesine dayanan bir anlatım yöntemi ile ele alınarak, girişimcilik bileşenleri, girişimcilik motivasyonu bağlamında betimsel analiz yöntemi ile incelenmektedir. Çalışmanın verileri ise, "Tazeden" firması web sitesinden, işletme dokümanlarından ve kadın girişimcilerinden önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış soru formu ile yüz yüze derinlemesine mülakat tekniği ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda kadın girişimcilerin zorlu sektörlerde girmeye cesaret etmelerinde birçok farklı nedenin etkili olduğu ancak stres, tekdüzelik, işlerinin kontrolünü ellerinde tutma ve yaratıcı özgürlüklerini koruma isteklerinin en önemli faktörler olduğu, ayrıca arıcılık gibi erkek egemen sektörlerde kadın girişimcilerin karşılaştığı zorluklar olarak da; cinsiyet ayrımcılığı, erkek egemen kültür, finansman kaynaklarına ulaşmada yaşanan zorluklar ve ağ kurma eksikliği olduğu belirlenmiştir. Çalışmanın kısıtı, tek bir kadın girişimcilik firması ile araştırmanın yapılmış olması ve nitel araştırma yöntemi kullanılmış olduğundan genellenebilirliğinin olmamasıdır. Çalışmanın literatüre, kadın girişimciliğinde zorlu-erkek egemen sektörlerde kadınları girişimciliğine yönlendiren nedenlere odaklanan çalışma azlığına yönelik boşluğun giderilmesi noktasında katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca kadın girişimcilik motivasyon faktörlerinin çalışılmasının, politika yapıcılar için de yol gösterici olarak yapıcı bir sonuca yol açacağı düşünülmektedir.

#### ABSTRACT

The study is based on the experiences of two female entrepreneurs from the company Tazeden operating in the beekeeping sector in Türkiye and aims to draw attention to the entrepreneurial components and motivations of female entrepreneurs for daring to enter challenging male-dominated sectors. In addition, the case study uses qualitative research methods to examine the difficulties female entrepreneurs in the firm Tazeden have experienced and their entrepreneurial adventures. The study discusses the 5W1K technique using a narrative method based on basic writing principles and examines the components of entrepreneurship using the descriptive analysis method in the context of entrepreneurship motivation. Meanwhile, the study's data were collected from Tazeden's business documents and from female entrepreneurs using a prepared semi-structured question form and the face-to-face in-depth interview technique. As a result of the research, many different reasons were found to be effective for women entrepreneurs to dare enter challenging sectors, with the most important factors being stress, monotony, and their desire to keep control of their work and to protect their creative freedom. In addition, gender discrimination, the male-dominated culture, difficulties accessing financial resources, and lack of networking were determined as the challenges female entrepreneurs face in male-dominated sectors such as beekeeping. The limitations of the study are that the research was conducted with only one female entrepreneurship firm and that the study is not generalizable due to its use of the qualitative research method. The study is expected to contribute to the literature in terms of eliminating the gap regarding female entrepreneurship, which focus on the reasons that push or pull women toward entrepreneurship in challenging male-dominated sectors. In addition, studying the motivating factors for female entrepreneurship is thought to lead to constructive results as a guide for policy makers.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın Girişimciliği, erkek egemen sektörler, girişimcilik motivasyonu, liberal feminist teori

**Keywords:** Female entrepreneurship, male-dominated sectors, entrepreneurial motivation, liberal feminist theory

**Corresponding Author:** Meri TAKSİ DEVECİYAN E-mail: m.taksideveciyan@iku.edu.tr

**Submitted:** 15.05.2023 • **Revision Requested:** 16.08.2023 • **Last Revision Received:** 25.09.2023 • **Accepted:** 05.10.2023



This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

## 1. Giriş

Kadın girişimci, iş dünyasında yeni girişimler başlatan ve bu süreçte finansal, yönetsel ve toplumsal sorumlulukları bizzat üstlenen, işin başında yer alarak risk alan, günlük iş yönetimine aktif olarak katılan kişidir. Aynı zamanda toplumun beklentilerine de dikkat eden, sosyal sorumluluklarını yerine getiren kişidir (Kendirli ve Şenöz, 2019).

Kadın girişimciliğinin, toplum içinde kadınlara daha fazla özerklik, bağımsızlık, kendini gerçekleştirme, geleceğe yönelik hedeflere ulaşma fırsatları sunarak, kurumsal mesleklere kıyasla daha geniş imkanlar sağladığına inanılmaktadır (Aşkın ve Barış, 2016, s. 65). Kadın girişimciler, ülke ekonomisine katkıda bulunarak, istihdam sorunlarına çözümler üretmekte, vergi ödemekte, ailelerinin refah düzeyini, çocukların eğitim seviyelerini yükseltmekte ve girişimci olmak isteyen diğer kadınlara da örnek teşkil etmektedirler (Goyal ve Parkash, 2011, s.197).

Günümüzde kadınlar, bilim, sanat, ekonomi, siyaset, sosyal yaşam, basın, hukuk, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları gibi birçok farklı alanda çoğunluğu oluşturarak güçlerini göstermektedirler. Ayrıca bazı iş kollarında zaman içerisinde kadın sayısında artış gözlenmiş (Gündüz ve Karadeniz, 2022) olsa da, Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM) 2018/2019 göstermektedir ki, 18-64 yaş arasındaki bireylerde girişimcilik oranları cinsiyet açısından farklılığını korumaktadır. Bu yaş grubundaki erkek girişimcilerin oranı %20 iken, kadın girişimcilerin oranı %10,2 gibi daha düşük bir oranda kalmıştır. Ayrıca, yüksek gelirli ülkelerde kendi işini kuran bireylerin oranı tüm istihdamın yaklaşık %12'si civarında iken, düşük gelirli ülkelerde bu oran % 80'i aşmaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü, (2022) raporuna göre, kadın girişimciliği açısından umut veren gelişme ise; kadınların, kendi işini kuran bireylerin üçte birinden fazlasını oluşturmasıdır.

Kısacası, kadın girişimciler toplum içinde var olmak, ekonomiye katkıda bulunmak, kendi işlerini kurarak istihdam yaratmak, aile refahını artırmak gibi birçok alanda başarıya ulaşmaya çalışmaktadırlar. Kadınların girişimcilik alanında artmaya başlayan sayısı ve etkisi, toplumun genel dinamiklerinde olumlu bir değişim yaratmaktadır. Bununla birlikte, erkeklerin baskın olduğu sektörlerde kadınların iş yapması, ağ kurması ve finansman bulması daha zordur. Ayrıca, kadınlar işlerinde kendilerine daha az güvenmekte ve risk almaktan kaçınılmaktadırlar. Ancak, kadın girişimcilerin bu sektörlerde yer almaları, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve ekonomik büyümenin artması açısından önemlidir (Sönmez ve Yılmaz, 2020).

Kadınların iş dünyasına giriş sebepleri araştırıldığında ise, bu nedenlerin başında, kadınların iş hayatında daha fazla özgürlük ve bağımsızlık elde etme, kendi işlerini kurma, iş-aile hayatını dengeleme istekleri olduğu görülmektedir (Rehman ve Azam, 2012; Bhardwaj ve Mittal, 2017; Özsungur, 2019). Sayılan bu nedenlerin yanı sıra, kadınların finansal özgürlüklerini kazanma, yeteneklerini kullanma ve özgüvenlerini artırmak gibi kişisel nedenlerle de iş dünyasında yer aldıkları bilinmektedir.

Kadınların *toplumsal cinsiyet eşitliğine* katkıda bulunmak, *cinsiyet rollerini sorgulamak istemeleri*, kadın girişimcilerin sayısının artmasına yol açmakta ve kadınların iş dünyasında daha fazla yer alması da, toplumda kadınların iş hayatında başarılı olabileceklerini görmesi açısından önem teşkil etmektedir (Ünsal, 2019). Çalışma bu bakış açısından hareketle, Liberal Feminist Teori'ye dayanmakta olup, söz konusu teori, mevcut kadın-erkek eşitsizliğinin sebebini kaynaklara erişimdeki farka bağlamaktadır, söz konusu bu eşitsizliğin kadınlara eşit fırsat sunulması ile çözümleneceği de düşünülmektedir (Foss, Klein, ve Bjørnskov, 2019). Ayrıca kadın girişimciliğinde bu özel teori, kadın girişimcilerin karşılaştığı ayrımcılık temelli dezavantajları vurgulamaktadır. Çalışmada arıcılık gibi erkek egemen-zorlu çalışma koşullarına sahip bir sektörde<sup>1</sup> kadın olmanın zorlukları (bakınız, s.11) kadınları bu denli zor sektöre yönelten nedenler, girişimcilik bileşenleri, girişimcilik motivasyonu bağlamında incelenmesi amaçlanmış ve bu bağlamda çalışmanın temel araştırma problemi: Erkek egemen-zorlu çalışma koşullarına sahip arıcılık sektörüne, kadın girişimcilerin giriş nedenleri/motivasyonları ile karşılaştıkları zorluklara karşı nasıl bir bakış açılarının olduğunun araştırılması olmuştur.

Bu çerçevede alt problemler ise; aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

- Kadın girişimcileri zorlu çalışma koşullarına sahip-erkek egemen sektörlerden arıcılıkta girişimciliğe yönelten nedenler/motivasyonlar nelerdir?
- Kadın girişimcilerin zorlu çalışma koşullarına sahip-erkek egemen sektörlerden arıcılıkta cinsiyet eşitsizliğine dayalı karşılaştıkları zorluklar nelerdir?
- Zorlu çalışma koşullarına sahip-erkek egemen sektörlerden arıcılıkta girişimcilik yapan kadın girişimcilerin, girişimcilik bileşenleri nelerdir?

<sup>1</sup> "Erkek egemen sektör" olarak bahsedilmesi, Türkiye Arı Yetiştiriciler Birliği'ne kayıtlı toplam 123,643 üyenin sadece % 6,8'ini kadınların oluşturduğu bilgisine dayanmaktadır (Halifeoğlu & E. S. E. N., 2022).

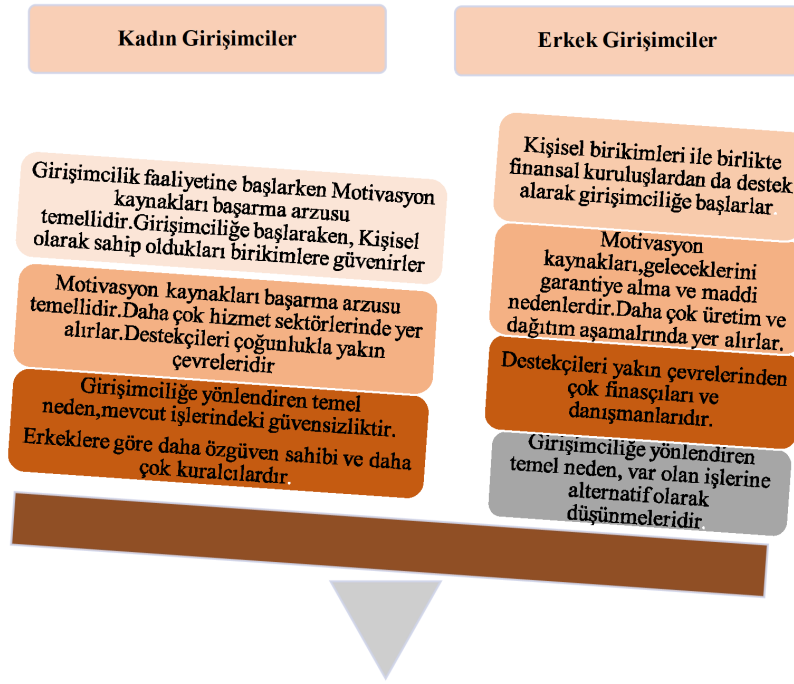
## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Kadın Girişimciliği, Kadın ve Erkek Girişimciliği Arasındaki Farklar

“Kadın girişimciliği” kavramının ortaya çıkması, kadınlara atfedilen türlü roller nedeni ile olmuştur. “Kadın girişimciliğinin” ayrı bir kavram olarak literatürde ele alınmasının nedenleri; girişimciliğin araştırmacılar tarafından ağırlıklı olarak erkek mesleği olarak kabulü, ekonomik çevrede eril üstünlüğün mevcudiyeti, cinsiyet farklılıklarından ötürü kadın-erkek rollerinin farklılaşması ve aile-iş yaşamı bakımından belirgin ayrımların yapılması olarak görülmektedir (Ahl, 2006, s. 3-10).

Kadın girişimciliği, karmaşık ve çeşitli bir yapıya sahiptir, çünkü girişimcilik kavramı gibi birçok farklı faktörü içermektedir. Kadın girişimciliğini anlamak için geleneksel ve modern yapı olmak üzere iki farklı perspektiften inceleme yapılması yeterli olmamaktadır (Iakovidou, Koutsou ve Partalidou, 2009, s. 4). Kadın girişimciler; girişimcilik özelliklerine sahip, girişimcilik faaliyet ve süreçlerini benimseyip, uygulayan icis sahibi kadınlardır (Keskin, 2014, s.73). Coughlin ve Thomas'a (2002) göre ise; girişimlerinin kaynaklarını organize etme ve yönetme sorumluluğunu üstlenen ve kar elde etme beklentisi içinde tüm riskleri üstlenen kadınlar, kadın girişimci olarak adlandırılmaktadır. Bu tanım, kadın girişimcileri bilinçli karar vericiler ve yöneticiler olarak tasvir etmektedir. Bu tanım yalnızca fırsat odaklı, çekici faktörler temelli yani özgür iradeleriyle girişimciliğe başvuran kadın girişimciler için geçerlidir. Bu tanım, bazı temel ihtiyaçlardan dolayı girişimciliği sürdürmeye zorlanan zorunluluk odaklı girişimcileri hariç tutmaktadır (Dhameja, 2002). Çalışmada kadın girişimciliği tanımı olarak bu tanımın benimsenmesinin nedeni, arıcılık sektöründe girişimcilik kararı veren kadın girişimci kardeşlerin kendi ifadeleri ile yer verdikleri gibi hiçbir zorunluluklarının olmadığı, sadece “*keyfe keder*” girişimciliğe yönelmeleri olmuştur.

Literatürde kadın ve erkek girişimciler arasında çeşitli farklılıklar olduğu, bu farklılıkların yaş, eğitim düzeyi, gelir durumu ve sosyal bağlantılar gibi faktörlere dayandığı belirtilmektedir. Girişimcilik motivasyonu bakımından kadın-erkek arasında, iş becerileri, deneyimleri gibi alanlarda; iş kurma aşamasında ise, kadın girişimcilerin ağırlıklı olarak küçük çaplı veya gelişme imkânı az olan işletmelere yönelmesi gibi bazı farklılıklar gözlenmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin kuruluş aşamasında destek aldıkları gruplar da erkek girişimcilere göre farklı olmaktadır. Erkek girişimcilerin finansal danışman, muhasebeci, kredi kuruluşları gibi kişilerden destekçileri daha belirgin iken, kadın girişimciler için en önemli destekçiler es, aile gibi yakın çevre olarak bilinmektedir. Kadınlar genellikle güzellik salonları, butikler, çocuk eşyası üretimi ve bakıcılık gibi hizmet sektörü alanlarda işletme sahibi olmayı tercih ederken, finans, imalat ve Ar-Ge gibi alanlarda girişimci olmayı çok tercih etmemektedirler (Gürol, 2000, s. 225). Aşağıda yer alan Şekil 1’den ise; kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon kaynakları, daha çok hangi sektörlerde yer aldıkları, destekçileri, girişimciliğe yönlendiren nedenler bakımından farklılıkları izlenebilmektedir.



Kaynak: Hicrich ve Peters'den (1998)'den aktaran İpçioğlu, 2011, s. 100'den aktaran Akın, 2020, s. 16.

Şekil 1. Kadın Ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

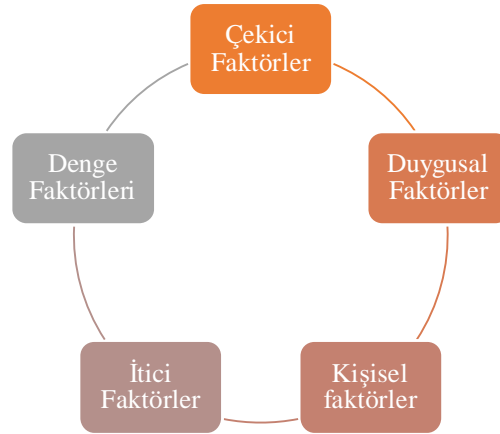
Diğer taraftan kadın girişimciliği hem endüstri hem de toplum için doğal faydalara sahiptir. Kadın girişimciliği sadece ekonomik özgürlüğe ulaşmanın bir yolu değil, aynı zamanda gelir ve iş yaratmanın da yoludur (Parvin, Jinrong, ve Rahman, 2012). Ayrıca kadın girişimciliğinin güçlendirilmesinin üç temel faydası da bulunmaktadır: Kadınların kalkınması, ekonomik büyüme, sosyal denge (Inman, 2000, s.10).

Türkiye’de kadınların istihdam edildiği sektörler arasında tarımın ardından en yoğun olarak hizmet sektörü gelmektedir.<sup>2</sup> (KSGM, 2007). Ecevit’te (2000) gelişmekte olan ülkelerin aksine, Türkiye’de kadınların iş gücünden dışlanması “feminizasyon” değil, “erkekleşme” olarak adlandırılabilir. Feminizasyon yalnızca tekstil ve hazır giyim ile hizmetler sektörünün belirli alt dallarında görülmektedir. Son yıllarda hizmet sektöründe kadınların istihdama katılım oranı artmaktadır (Koroğlu, 2015). Hizmet sektöründeki kadın istihdamının ve girişimciliğinin artmasının yanı sıra, bazı işlerin “kadın işi” ve “kadına uygun iş” olarak algılanması da bu artışta önemli rol oynamıştır (Koroğlu, 2015). Hizmet sektöründe kadın girişimciliğinin daha yaygın olmasının nedeni ise, daha az sermaye gerektirmesidir.

## 2.2. Kadın Girişimcilik Özellikleri, Motivasyonu

Kadın girişimciliği özelliklerine bakıldığında, farklı araştırmaların farklı özellikler sıraladığı görülmektedir. Arıkan’ın (2002) çalışmasına göre, kadın girişimcilerin özellikleri arasında hırs, bağımsızlık, finansal sorumluluk, konforlu yaşam düzeyi, meşguliyet arzusu, yatırım yapma ve istihdam yaratma isteği yer alırken, Kutlu’nun (2006) çalışmasına göre kadın girişimcilerin özellikleri arasında cesaret eğilimi, yüksek enerji seviyesi, kişisel motivasyonlar, ailevi faktörler, sosyal beceriler, finansal rekabet, yönetim becerileri gibi özellikler yer almaktadır (Ülker, 2013). Türkiye’de kadınlar ise özellikleri açısından, ailevi faktörlerden genellikle eş ve anne rolüne odaklı olarak algılanmakta ancak, azalan hane halkı gelirleri gibi nedenlerle de kadın girişimciliğine teşvik edilmektedirler. Ancak, istatistikler kadın girişimci sayısının erkek girişimci sayısının oldukça altında olduğunu göstermektedir. Bu durumun nedenleri arasında ekonomik ve siyasal koşulların yanı sıra girişimcilerin yönetim, pazarlama, kurumsallaşma konularında yeterli bilgiye sahip olmamaları gösterilmektedir (Ülker, 2013).

Kadın girişimciliğini etkileyen faktörlere bakıldığında ise; kadın girişimciliğinin psikolojik, sosyal, ekonomik, fiziksel, teknik ve yasal çevre tarafından yönetilmekte ve etkilenmekte olduğu görülmektedir. Bu alanlarda belirli sınırlamalar bulunmaktadır. Bu sınırlamalar ülkeden ülkeye değişebilmektedir. Örneğin ABD’de finansmana erişim, pazara erişim, eğitime erişim, ağ erişimi, siyasi/hükümet makamlarına erişim kadın girişimciliğini etkileyen ana faktörler arasındadır. Kadın girişimciliğini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır (Özşungur, 2019). Bu faktörler Şekil 2’de ayrıca gösterilmektedir.



Kaynak: Özşungur, 2019’ dan faydalanılarak yazar tarafından geliştirilmiştir.

Şekil 2. Kadın Girişimciliğini Etkileyen Faktörler

Kadın girişimciliğini etkileyen faktörlerden, **kişisel özellikler/faktörler** üç ana kategoride incelenmektedir: girişimcilikten kaynaklanan özellikler (bunlar kendine güven, yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik gibi); ikinci kategori, sosyo-kültürel değerlerle ilgili özelliklerdir (çevrede saygın biri olma, kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilme,

<sup>2</sup> “2002 yılında tarım sektöründe çalışan kadın oranı % 60 iken, 2015 yılı aralık ayında bu oran % 27,5’e ve 2016 Aralık ayında % 26,3’e düşmüştür. Benzer şekilde, hizmetler sektöründe 2002 yılında kadın istihdamı % 26,6 iken, 2015 yılında % 56,1’e ve 2016 Aralık ayında % 57,5’e yükselmiştir”.

işbirliğine yönelik olma, akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanma gibi); üçüncü kategori ise, kadınların cinsiyet rollerinden kaynaklanan iletişim kurabilme, problem çözebilme, hoşgörülü, özverili olma gibi özellikleri içermektedir (Kızılaslan ve Karaömer, 2015).

Kadın girişimciliğinde etkili olan faktörlerden bir diğeri olan **duygusal faktörler**, kadınları içsel olarak girişimcilikten alıkoyan faktörlerdir. Kadınların girişimcilikte, duygularına çok önem vermesi sonucu, işlerinin etkilendiği görülmüştür. Erkek çalışanlarla ilişkileri bazen iş yapmaya odaklanmalarını engellemekte, mesela duygusal olarak çok üzgün olduklarında, işlerini yürütmeye konsantre olamamaktadırlar (Nugraha ve Giatman, 2022).

Kadınları girişimciliğe iten **itici faktörler**, ihtiyaçlarla bağlantılıdır (Amit ve Muller, 1995). Söz konusu itici-zorlayıcı faktörler ise; makro-ekonomik istikrar, rekabet ortamı, piyasaya giriş ve çıkış serbestisi, finansmana erişim kolaylığı, düzenleyici ortamın kalitesi gibi faktörler girişimciliğin gelişmesi için önemlidir. Ayrıca kadın girişimcilerin karşılaştığı zorluklar arasında, aile gelirinin yetersiz olması, iş bulmakta yaşanan zorluklar, esnek iş saatlerine duyulan ihtiyaç gibi faktörler sayılabilmektedir (Öztürk ve Akkoc, 2013).

Girişimcilik fırsatları yani **çekici faktörler** ise; bağımsızlık talebi, mücadelenin gerekliliği, güçlendirilmiş finansal şans, kendini gerçekleştirme, aile ve iş arasındaki dengenin esnekliği, kişisel başarıya ulaşma ve rol model olma gibi faktörlerle ilgilidir. Kadınları bir girişimci olarak faaliyete başlamak üzere başlıca neden, yenilikçi fikirleri ve bireysel kimliklerinin yalnızca yerel veya ulusal düzeyde değil, aynı zamanda küresel düzeyde de tanınmasına yardımcı olan yaratıcı şeyler yapma becerisine sahip olmalarıdır (Amit ve Müller, 1995).

**Denge faktörleri** olarak adlandırılan (iş-aile dengesi, evde çalışma-esnek çalışma saatleri, iş ve aile arasında zaman paylaşımı) faktörler ise; kadın girişimciliğinde girişimciliği etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Hızlı teknolojik gelişme, zaman darlığı gibi nedenler çoğu zaman aile ve iş arasında dengesizliklere neden olmaktadır. Stevenson (1986) iş hayatındaki esnekliğin, aile ve iş arasındaki dengenin girişimciliği etkileyen önemli bir faktör olduğunu savunmaktadır (Özsungur, 2019). Girişimciliğin iş-yaşam dengesi sağlaması ile alakalı genellikle bu dengenin sadece kadınlar için sağlandığına dikkat çekilmektedir. Bu durum da iş-yaşam dengesinin kadın ve erkekler için farklı anlamlara geldiği sonucuna ulaştırmaktadır. Örneğin, denge faktörleri, kadınlar için iş saatlerini ev içi sorumluluklarına göre düzenleme imkânı sağlarken; erkekler için iş dışı sosyal faaliyetlere, kendilerine zaman ayırmak anlamına gelmektedir. Kadın-erkek arası bu farklı algılamaların da sosyal rollerdeki farklılıklardan kaynaklandığı bilinmektedir (Halaç ve Gülgün, 2021).

Kadınların girişimcilikle ilgilenmesinin nedenleri arasında ise, erkek girişimciliğine kıyasla, kendi kişisel seçimleri olmasının ötesinde, zorunluluk nedeni ile girişimciliği tercih etmeleri de yer almaktadır. Kadınlar, çaresizlik veya daha iyi bir ortamda çalışma isteği gibi sebeplerle girişimciliği bir mecburiyet olarak görürken, bazı kadın girişimciler ise bu mesleği olumlu yönleri nedeniyle cazip bulmaktadır (Bruni, Gherardi ve Poggio, 2004, s. 263-264). Literatürde, kadınların kendi işlerini kurma kararlarında “cam tavan” sendromunun<sup>3</sup> birincil faktör olduğunu bulgulayan çalışmalar yer almaktadır. (McClelland, Swail, Bell ve Ibbotson, 2005; Madichie, 2009). Örneğin, Weiler ve Bernasek (2001); erkek egemen iş ağlarının, kadınlara ait işletmelerin daha hızlı açılmasına katkıda bulunduğuna dikkat çekmiştir. Bununla birlikte, yine aynı çalışma; erkeklerin daha çok girişimci olma veya başkası için çalışmama arzusuyla işletme sahibi olduğunu, kadınlar için baskın dürtünün iş, aileyi dengelemek için esneklik sağlayan istihdam yaratma arzusu olduğunu bulgulamıştır (Weiler ve Bernasek, 2001). Buttner ve Moore (1997) ise; kadın girişimcilerin yönetici pozisyonlarını, kendini ifade etme mücadelesi ve kariyer fırsatlarını değerlendirmek amacıyla terk ettiğini belirtmişlerdir. Benzing ve Chu (2009); gelişmekte olan ülkelerdeki girişimcilerin itici faktörlerden etkilendiğini ve kadın girişimcilerin miras yoluyla iş kurma fikrinden erkeklere göre daha az etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Cromie (1987), gelirin kadınların girişimcilik eğilimleri üzerinde küçük bir etkisi olduğunu bulmuştur. Stevenson (1986) ise; girişimcilik motivasyonunu, dışsal veya kişisel faktörler kaynaklı olarak tanımlamaktadır.

Literatürde Gartner (2007), girişimcilik eylemleri için motive edici faktörleri, toplam çevrenin çeşitli bölümlerinden türetilen, kişisel iç psikolojinin (içsel faktörler), kişisel niyetlerin temel belirleyici olduğu yönünde belirtmektedir. Ayrıca, çevresel faktörler (bütüncül toplum), girilmek istenilen sektör yapısı, sektörün kültürel iklimi girişimcinin motivasyonunu etkileyebilmektedir (Gibb ve Ritchie, 1982). Yine aynı çalışmaya göre, kadın girişimcilerin girişimlerinde daha motive edici olduğu düşünülen faktörler: Ekonomik gereklilik, yüksek başarı ihtiyacı, yenilik ve yaratıcılık, aile desteği, rol modelin varlığı, örgün eğitim, sektör deneyimi, aile şirketi geleneğidir.

Yuniati, Pratikto ve Sopiha'da (2021) ise; kadınları girişimci olmaya motive eden faktörler içsel ve dışsal faktörler olarak gösterilmektedir. Dışsal faktörler olarak: bağımsızlık faktörü, sermaye faktörü (sermaye faktörünün kadın girişimcilerle bağlantısı, bir iş kurmak için başlangıç sermayesi olarak kullanılmak üzere mevcut serveti kullanmaktır), duygusal faktörler, eğitim faktörü (kadın girişimciler için eğitim faktörleri arasındaki bağlantı, genel olarak iş dünyası hakkında bilgi sahibi olmanın, girişimcilik

<sup>3</sup> “Cam tavan sendromu”, belirli sektörlerde/alanlarda yoğunlaşan ve çoğunlukla yönetici kademesindeki çalışanlar içerisinde sayı olarak azlık gösteren kadınların önündeki bariyerleri, görünmeyen engeller olarak adlandırılmaktadır (Öğüt,2006).



faaliyetini başlatma ve yönetmede yardımcı unsur olarak görülmektedir), toplum ve hükümet desteği faktörü. İçsel faktörler ise; aile faktörü (güçlü bir girişimcilik geleneğine sahip bir ailede doğup büyümüş olanların daha avantajlı olduğu düşünülür), kişisel istek faktörü, ekonomik faktörler (genellikle işlerini kendi arzularıyla değil ekonomik nedenlerden kuran kadınlar içi geçerlidir) olarak belirtilmektedir (Yuniati vd., 2021).

### 2.3. Cinsiyet Eşitsizliği ve Kadın Girişimciliği

Genel anlamda, "cinsiyet" terimi bireyin biyolojik özelliklerini - yani kadın ya da erkek olma durumunu- ifade ederken, "toplumsal cinsiyet" kavramı cinsiyetle ilgili olarak toplum tarafından belirlenen rolleri, görevleri ve bireylerin toplum içinde nasıl algılandığını ifade eden bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Nalbant ve Korkmaz, 2019). Kadınların iş hayatını etkileyen en önemli unsurlardan biri de, erkeklerden farklı olarak toplumda benimsenen "toplumsal cinsiyet rolü" olmaktadır. Cinsiyet rolü, hangi meslek veya pozisyonun kadın işi, hangisinin erkek işi olduğunu belirlemektedir (Orucu, Kilic ve Kilic, 2007). Kadınların toplumdaki cinsiyet rolleri nedeniyle ev ve iş hayatlarını dengelemek zorunda olmaları hemşirelik, öğretmenlik, sekreterlik gibi mesleklerin uzantısı olarak bilinen mesleklerde kadınların daha fazla çalışmaya yönelmelerine neden olmuştur. Liberal Feminist Teori'ye göre ise, "toplumsal cinsiyet", toplumun erkeklere ve kadınlara yüklediği rolleri ifade eden bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet eşitliği kavramı da; fırsatların, kaynakların dağıtımı ve kullanımı, hizmetlere erişim gibi alanlarda cinsiyete dayalı ayrımcılığın olmaması anlamına gelmektedir (Nalbant ve Korkmaz, 2019). Liberal Feminist Teori bağlamında, istihdamla ilgili tartışmalardan biri, ataerkil bir düzen içerisinde kadınların iş hayatında nasıl yer aldığına odaklanmaktadır. Ataerkil sistem, erkekleri güçlendirmeyi amaçlayarak, kadınların iş hayatında karşılaştıkları baskıları artırmıştır (Nalbant ve Korkmaz, 2019). Özellikle, sanayi sektöründe çalışan kadınların sayısı erkeklere kıyasla çok düşük kalmış ve genellikle emek yoğun, zor çalışma koşullarından uzak iş kollarında varlık gösterebilmişlerdir (Enejan Annadovletova, 2022). Yine Liberal Feminist Teoriye göre, kadınların sivil haklara, eğitime ve istihdama erişimlerinin sınırlanmasının temel nedeni ataerkillik ideolojisinin yaygınlığı olarak savunulmuştur. Ataerkillik, toplumun erkeklerin üstünlüğünü ve kadınların ikincil bir konumda olduğunu kabul ettiği bir ideolojidir ve liberal feminizme göre bu ideoloji, cinsiyet eşitsizliğini sürdüren ana etmendir (Enyew ve Mihrete, 2018). Sheppard, Lewicki ve Minton, (1992)'e göre, kadınlar yüksek derecede başarıya sahip olsalar bile, tarih boyunca erkek egemen sektörlerde kendilerine yer bulmakta zorlanmışlardır (Enejan Annadovletova, 2022). Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek rollerinin biyolojik temeline dayanmasına rağmen, cinsiyetin sadece biyolojik olmadığı ve toplumsal bağlamda şekillendiği fikrine dayanır. Kadınlar ve erkekler biyolojik özelliklerinin yanı sıra, toplumsal ve kültürel sistemlerin etkisiyle farklılaşabilirler. Bu nedenle, cinsiyete dayalı roller öğrenilen davranışlardır ve toplumsal cinsiyet kavramı, sosyo-psikolojik ve kültürel faktörleri vurgulamak için kullanılan bir analiz aracıdır (Bastian, Metcalfe ve Zali, 2019). Cinsiyet eşitsizliği, toplumda kadınların erkeklere göre dezavantajlı bir konumda olması durumunu ifade etmektedir. Söz konusu bu eşitsizlik, kadınların iş hayatında temsilinde ve fırsat eşitliğinde kendini göstermektedir. Kadınların iş hayatında daha az temsil edilmesi, eğitim ve girişimcilik gibi alanlarda daha az fırsat elde etmelerine neden olmaktadır (Sarfaraz, Faghieh ve Majd, 2014). Kadın girişimciliği, kadınların işletme sahibi olarak ekonomik ve sosyal olarak güçlenmeleri anlamına gelmektedir. Kadın girişimciliği, bahse konu cinsiyet eşitsizliğinin azaltılmasına yardımcı olabilir. Ancak, kadın girişimciliği hala erkek girişimciliğinden daha düşük bir seviyededir ayrıca kadın girişimcilerin finansmana erişimi sınırlıdır. Bu nedenle, cinsiyet eşitsizliği ile mücadele etmek ve kadınların girişimcilik alanında daha fazla temsil edilmelerini sağlamak için politika yapımcılar, iş dünyası liderleri tarafından daha fazla çaba harcanması gerekmektedir (Udanoh ve Zouria, 2018). Çalışmanın dayandığı Liberal Feminist Teori'nin ise, kadın girişimciliği açısından, önemi, kadınların işletme sahibi olma, işletmelerini yönetme ve geliştirme konusunda erkeklerle eşit haklara sahip olmaları gerektiğini savunmasıdır. Bu teori, kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarını teşvik etmek, kadınların işletme sahibi olmaları için engelleri kaldırmak ve kadın girişimcilerin işletmelerinin gelişmesine yardımcı olmak için politika ve yasal düzenlemelerin yapılmasını savunmaktadır. Kadın girişimciliği açısından, Liberal Feminist Teori'nin önemi, kadınların işletme sahibi olma, işletmelerini yönetme ve geliştirme konusunda erkeklerle eşit haklara sahip olmaları gerektiğini savunmasıdır (Nasir, Iqbal ve Akhtar, 2019).

### 2.4. Arıcılık ve Cinsiyet Rolü

Ülkemiz, coğrafi konumu ve zengin bitki örtüsü gibi faktörlerle arıcılık açısından dünya genelinde önemli bir konuma sahiptir ancak Türkiye'nin arıcılık sektörü potansiyelini tam olarak kullanamadığı düşünülmektedir. Ülkemiz, arı kovanı sayısını ve toplam bal üretim miktarını Varalan ve Çevrimli (2023) yapmış olduğu araştırmaya göre, 1991-2021 yılları arasında artırmış olarak görünse de, kovan başına düşen bal veriminde beklenen düzeyi elde etmede istikrarlı bir başarı gösterememiştir (Varalan ve Çevrimli, 2023). Arıcılık sektöründe cinsiyet eşitsizliği durumuna bakıldığında, Olana & Demrew (2018); Nel & Illgner, 2004; Ogaba & Akongo (2001)' de, geleneksel arıcılık faaliyetlerinin, diğer Afrika ülkelerinde olduğu gibi temelde erkeklere yönelik bir

faaliyet olarak tanımlanmış ve birçok kültürel tabu ve kullanılan arıcılık yöntemleri<sup>4</sup> nedeni ile kadınların arıcılık faaliyetlerine katılımı erkeklere göre düşük olarak belirtildiği görülmektedir. Dicle Kalkınma Ajansı (2021) raporunda da benzer şekilde, arıcılık sektöründeki üreticilerin çoğunlukla erkek olduğu ve kadınların desteklenmesi gerektiğinden bahsedilmektedir<sup>5</sup>. Halefoğlu ve E.S.E.N (2022)'de, arıcılık sektöründe Türkiye Arı Yetiştiriciler Birliği'ne kayıtlı toplam 123,643 üyenin sadece % 6,8'ini kadınların oluşturduğunu belirtilmektedir. Arılarla uğraşmanın bir erkek işi olduğuna dair kadınlar üzerinde yaratılan psikolojik damga, potansiyel olarak yararlı kadın emeğini arıcılıktan daha da uzak tutmuştur. Kadınların arıcılık faaliyetlerindeki rolünün araştırıldığı Olana & Demrew (2018)'de, Etiyopya'nın kırsal kesiminde arıcılığın geliştirilmesine yönelik kadınların ağırlıklı olarak arıcılık ürünlerinin üretim ve pazarlama süreçlerine katılımının teşvik edildiği görülmektedir. Yine aynı çalışmanın sonuçları göstermektedir ki, arıcılık sektöründe cinsiyet temelli önemli bir fark bulunmaktadır. Ayrıca kadınların arıcılık sektöründe, faaliyet göstermesini zorlaştıran sosyal ve kültürel kısıtlamalar da yer almaktadır. Yine aynı çalışmada Uganda'da kadınların karşılaştığı kısıtlamalardan bazıları: arı sokma fobisi, geleneksel arı kovanı kaldırma, ağaçtan düşme korkusu olarak belirtilmektedir (Mburu, Affognon, Irungu, Mburu & Raina, 2017). Romanya'da yürütülen Pocol & McDONOUGH (2015) araştırmasında ise, arıcılık faaliyetlerini tek başına yürüten kadınlarla yapılan görüşmede, arıcılığın ağır kovanları taşımak gibi zorlukları olduğunu kabul etmekte ve arıcılık faaliyetlerinin cesur olmayı, sakın olmayı, yaşlı olmamayı gerektirdiği söylenmektedirler. Aynı çalışmada kadınlar arıcılığa olumlu bakmalarına rağmen, zorluklarından dolayı arıcılık faaliyetlerini tek başlarına değil, eşleri veya diğer erkek aile üyeleri ile birlikte gerçekleştirdiklerinden bahsetmektedirler (Pocol & McDONOUGH, 2015).

### 3. Araştırmanın Metodolojisi

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın bu bölümünde "Tazeden" firması kadın girişimcileri ile yapılmış olan yüz yüze görüşme ile erkek egemen sektörlerden olan "arıcılık" alanında faaliyet gösteren kadın girişimcileri, girişimcilik faaliyetine yönlendiren sebepleri, motivasyonlarını, yaşadıkları zorlukları, girişimcilik bileşenlerini, yönetim boyutunda deneyimlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı; örnek olay incelemesine konu olan işletmenin başarı veya başarısızlığını belirlemek olmayıp "arıcılık" gibi erkek egemen ve zorlu çalışma koşullarına sahip sektörlerde kadınların karşılaştığı zorluklar konusuna dikkat çekmektir. Yapılan araştırmalarda arıcılık alanında kadın üretici-girişimci sayısının azlığı dikkat çekmiş, kadınların bu denli zor bir sektöre yönlendiren nedenler, motivasyonlar, karşılaştıkları zorlukların araştırılarak ileride bu alana yönelik çalışmak isteyen araştırmacı ve kadın girişimcilere yol gösterilmesi çalışmanın önemini oluşturmuştur.

#### 3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmada örnek olay incelemesi yapıldığından "Tazeden" firması sahibi kadın girişimcileri ile yapılan yüz yüze görüşme ile önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış sorulara alınan cevaplar ve firmanın web sayfası, işletme dökümanları (firma hakkında genel bilgilere ulaşılması için) araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır.

#### 3.3. Veri Toplama ve Analiz Tekniği

Çalışmanın verileri "Tazeden" firması web sitesinden, işletme dökümanlarından ve kadın girişimcilerinden önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış soru formu ile yüz yüze derinlemesine mülakat tekniği ile toplanmış ve verilerin analizinde betimsel analizden faydalanılmıştır. Betimsel analizin temel amacı, mülakat ve gözlem sonuçlarından elde edilen verileri düzenli bir şekilde sunarak okuyucuya yapılandırılmış, özetlenmiş ve değerlendirilmiş bilgiler sunmak (Karataş, 2015:74) ve katılımcıların görüşlerini vurgulayarak, elde edilen sonuçları anlamlandırmaktır (Altunay vd., 2014:66). Betimsel analiz tekniğinde veri kaynaklarından alıntılar yapmak, çalışmanın güvenilirliği ve doğruluğu açısından yararlı bulunmaktadır (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015).

#### 3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma desenlerinden, etnografik yöntemle, örnek olay incelemesi (vaka analiz) yapılmıştır. Çalışma, Han, Kim ve Lee'nin (2020) belirttiği gibi, 5N1K (ne, nerede, ne zaman, neden, nasıl ve kim) temel yazım ilkesine dayanan bir anlatım yöntemi olan "değerlendirici örnek olay" yöntemi (Köklü, 1994) ile birleştirilerek, "Tazeden" firması sahibi iki

<sup>4</sup> "Kadınların çoğu geçiş dönemi ve modern arıcılık faaliyetlerine katılmış, ancak geleneksel bal üretim sistemine katılımları, kadınların kovanları asmak için ağaçlara tırmanmada güçlük yaşaması (Olana & Demrew, 2018) ve kültürel engel gibi nedenlerle daha az olmuştur".

<sup>5</sup> <https://www.dika.org.tr/assets/upload/dosyalar/trc3-bolgesi-yoresel-ari-urunleri-arastirmam-raporu.pdf>

kadın girişimcinin arıcılık sektöründe yaşadıklarına yönelik durum tespiti yapmaktadır. Örnek olay incelemesi literatürde sıkça kullanılan bir yöntemdir (Öner ve Turhan, 2010). “5N1K” tekniği ise, "ne, nerede, ne zaman, neden, nasıl, kim" sorularının kısaltmalarından oluşmaktadır. Bu yöntem, anlatımın örnek olay analizi çalışmaları üzerinde uygulanmasıyla bilgi paylaşımında netliği ve doğruluğu artırdığını göstermektedir (Han, Kim ve Lee, 2020, s. 1). Gummesson (2003) çalışmasında ise, nitel veya nicel her türlü araştırmanın yorumlayıcı olduğunu hatırlatarak, özellikle sosyal ve beşerî bilimler/yönetim, pazarlama gibi alanlarda örnek olay geliştirilmesi için etnografik yöntemin kullanılmasını önermektedir (Mariampolski, 2001; Ge, Tsung ve Wing-wah, 2012). Çünkü, örnek olay araştırmaları, gerçek yaşam durumlarını derinlemesine anlamak, yorumlamak için bireyleri, grupları veya organizasyonları gözlemlemeyi ve etkileşimlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Etnografik yöntem de zaten aynı amaca hizmet ederek, araştırmacıların bireyleri, grupları veya kültürleri gerçek hayat bağlamlarında, günlük yaşamın akışı içinde incelemelerini sağlar. Bu yöntem, araştırılan konunun geçmişi, ilişkileri ve bütünlüğü gibi unsurları da dikkate alarak, ayrı ayrı ve bütünsel olarak anlamaya çalışmaktadır. Ayrıca örnek olay çalışmalarında, yanlışlık, genelleme yapılamaması, onaylanmaya eğilimli olma gibi önyargılardan (Flyvbjerg, 2006, s. 219) korunmak maksadı ile de etnografik yöntemde başvurulmaktadır (Işık ve Cerit, 2015). Çalışma için, İstanbul Kültür Üniversitesi Etik Kurulu'ndan etik onayı alınmıştır (16.03.2023 tarih ve 2023/44 sayılı karar). Katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır.

Tablo 1. 5N1K Tekniği

| 5N1K Soruları |         |  |
|---------------|---------|--|
| Ne?           | Durum   | Olayın kapsamı nedir? Problem nedir?   |
| Nerede?       | Konum   | Bir bağlamla/olayla ilişkili konum   |
| Ne Zaman?     | Zaman   | Zaman veya daha doğrusu bir bağlamın süresi  |
| Neden?        | Amaç    | Bir bağlam olayın neden gerçekleştiğini açıklayan bir sebep veya hedef   |
| Nasıl?        | Aksiyon | Bağlamlara götüren bir eylem, yani bir bağlam, genellikle bir insan veya bir yazılım aracı olan başka bir varlık tarafından harekete geçirildiğinde meydana gelebilir. |
| Kim?          | Rol     | Rolleri işleyen bir varlık, yani bir kişi, bir kuruluş veya bir bağlama dahil olan bir sistem olabilecek bir aracı   |

Kaynak: Kim, Son ve Baik (2012).

### 3.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Örnek olay araştırmalarında, doğru sonuçlara ulaşmak için farklı yöntemleri birleştirerek çeşitlilik sağlanması önerilmektedir. Bu yöntem, Beverland ve Lindgreen (2010, s. 61) tarafından "çeşitleme" (triangulation) olarak adlandırılmaktadır. Yin (2002) ise örnek olay araştırmalarının geçerliliğini üç farklı açıdan değerlendirmektedir: yapısal, içsel ve dışsal geçerlilik. Yapısal geçerlilik, bir çalışmanın araştırmayı iddia ettiği şeyi ne ölçüde araştırdığını, yani ilgili kavramın kavramsallaştırılmasının veya işlevselleştirilmesinin kalitesini ifade etmektedir (Denzin ve Lincoln, 1994). Çalışmada yapısal geçerliliği sağlamak amacıyla birden fazla veri toplama yöntemi (girişimcilerle yarı-yapılandırılmış görüşme, doküman inceleme gibi) kullanılmıştır (çeşitleme yapılmıştır). Örnek olay çalışmaları genellikle birden fazla değişkenden oluşmaktadır ve araştırmacıların sonuçlara nasıl ulaştığı net bir şekilde belirtilmektedir. Bu durum değişkenler arasında nedensellik oluşturulması için önemli olmaktadır. Çalışmada, araştırma sorusu belirli bir teorik altyapıya dayandığı için içsel geçerlilik sağlanmıştır. Örnek olay çalışması, teorik altyapıyı kullanarak gerçek bir girişimcilik hikayesine 5N1K tekniğine de dayandırılarak uygulanmıştır. Bu yöntem, araştırmacıların verileri toplamasına, analiz etmesine ve sonuçları yorumlamasına olanak tanımaktadır. Bu durum da araştırmacıların teorik altyapıya uygun sonuçlara ulaşabilmesi ve çalışmanın içsel geçerliliğinin artmasına hizmet etmektedir. Dışsal geçerlilik ise, sonuçlarının genelleştirilebilme yeteneğiyle ilgili olmaktadır (Yin, 2002, s. 34) ancak çalışma belirli bir kavramsal modele dayandığı ve nitel araştırma yöntemi kullanılmış olduğundan, genelleme söz konusu olmayıp, kavramsal düzeyde mevcudiyet göstermektedir. Örnek olay araştırmalarında güvenilirliğin sağlanması, standartlaştırılmış, yarı yapılandırılmış görüşme protokolü, güncel literatürün detaylı bir şekilde incelenmesi ve verilere erişim sağlanmasıyla kontrol edilebildiğinden (Beverland ve Lindgreen, 2010, s. 57) çalışmada bahsi geçen tüm gereklilikler yerine getirilmiş ve güvenilirlik sağlanmıştır. Ayrıca yine çalışmanın güvenilirliğini arttırmak için görüşmecilerden bire bir alıntılara yer verilmiştir.



### 3.6. Araştırmanın Örnek Olayı

Bu çalışmada 5N1K tekniği bir kadın işletmesi olan “Tazeden” firması iki kadın girişimcisinin girişimcilik hikayesi üzerinden kurgulanmıştır. Değerlendirici örnek olay uygulaması kullanılarak işletmenin iki kadın girişimcisi ile yüzyüze görüşme yapılmıştır. Tazeden firması, iki kız kardeş tarafından Kuzey Ege Burhaniye’de kurulan bir firmadır. Girişimci kadınlar, kendi tabirleri ile “*hayatın türlü yüzlerini gördükten sonra hobi olarak arıcılığa başlamışlar ve kendi tüketmeyecekleri hiçbir şeyi de satmayacaklarına dair söz vermişlerdir*”. Tazeden firması zamanla üretim gamını genişleterek; bal üretimine ilave zeytinyağı, sabun, krem gibi doğal, katkısız ürünler de üretmeye başlamıştır.

## 4. Bulgular

### 5N1K Tekniğine Göre Oluşturulan Sorular

**Ne?** Tazeden firması kadın girişimcilerinin arıcılık sektöründeki girişimcilik motivasyonu “**ne**” olmuştur?

**Nerede?** Tazeden firması kadın girişimcileri için arıcılık sektöründe girişimcilik faaliyeti “**nerede**” yapılmıştır?

**Ne Zaman?** Tazeden firması kadın girişimcileri arıcılık sektöründe girişimciliğe “**ne zaman**” başlamışlardır?

**Neden?** Tazeden firması kadın girişimcileri “**neden**” arıcılık sektörü gibi erkek egemen zor bir sektörde girişimciliği tercih etmişlerdir?

**Nasıl?** Tazeden firması kadın girişimcileri erkek egemen zor sektörlerden olan arıcılıkta “**nasıl**” zorluklarla mücadele etmişlerdir ve kadın girişimciler “**nasıl**” girişimcilik bileşenlerine sahiptirler?

**Kim?/Kimlerin?Kimin?** Tazeden firması kadın girişimcileri “**kim/kimlerden**” etkilenmiş? Girişimciliğe onları kim/kimler yönlendirmiştir?

#### 4.1. Ne? Tazeden firması kadın girişimcilerinin arıcılık sektöründeki girişimcilik motivasyonu “ne” olmuştur?

Kadın girişimcilere sorulan arıcılık sektörüne sizi yönlendiren nedenler/motive edenler ne olmuştu sorusuna;

*“Şifa diye çıkılan yolda, tezek kokusunun verdiği ruhani şifa ile yola devam etme kararı verdik ve hız aldık”. Kurumsal hayattan vazgeçtikten sonra çünkü artık sıkılmaya başlamıştı kurumsal hayat bizi. Uzun yıllar, muhasebe, finans alanında büyük kurumlarda (Cipriani, BAU) hizmet etmiş biraz da Ege kasabasına taşınalım, o dingingiği yaşayalım demiştik. Tabii burada bir de kişisel kararımızda eniştemizin hastalığının da etkisi az da olsa olmuştu. Doğadan medet umar olmuştuk biz. Hastalığı çok zorluyordu hepimizi. Ege’de Burhaniye’ye yerleştikten sonra da burada da zaten çalışabileceğimiz kurumsal bir firma da olmadığına biraz da keyfe keder yani (çalışmaya mecburiyetleri olmadığını da belirtiyor girişimci burada-zorunluluktan girişimciliğe başlamadığını kastediyor) bir şeyler yapalım, boş durmayalım duygusu ile başladık bu işlere aslında. O yıllarda ablamın kızı (girişimcilerden birinin çocuğu) küçüktü ve eniştemin de hastalığından korktuğumuz için hep organik tarıma yönelmiştik. Sağlıklı beslenelim, doğal olanı tüketelim kaygısındaydık. İlk başta arıcılık alanında al-sat yani ticaret yapalım dedik ama baktık ki bu şekilde işin arkasında duramıyoruz. Şikayet oluyor, üründe sorun oluyor. Biz de o zaman karar verdik, üretime de girmeliyiz dedik. Ayrıca şöyle düşündük, kurumsal hayatta sürekli aynı işleri yapıp duruyoruz. Hayatımızı tekrar yani. İşlerimizi kendimiz kontrol edebilelim de istedik tabii...”.*

Girişimcilerin vermiş olduğu yanıtlardan, zorlu çalışma koşullarına sahip, erkek egemen bir sektörde girişimciliğe başlamış olmalarındaki en temel motivasyonlarının içsel faktörlerden kişisel istekleri olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.2. Nerede? Tazeden firması kadın girişimcileri için arıcılık sektöründe girişimcilik faaliyeti “nerede” yapılmıştır?

Tazeden firması kadın girişimcileri uzun yıllar İstanbul’da yaşamış, kurumsal firmalarda çalışmış olsalar da zaman içerisinde İstanbul’un yoğunluğu, kurumsal hayatın stresi ve yaşamış oldukları sağlık problemlerinden de dolayı (girişimcilerden birisinin eşinin rahatsızlığı) şifayı Ege’de aramaya karar vermişlerdir. Ege baba memleketi de olduğundan Burhaniye’de yaşamaya karar vermişlerdir. Burhaniye hem bildikleri hem topraklarının olduğu bölge olduğu için onlara cazip gelmiştir. Yerleştikleri bölgede kurumsal çalışabilecekleri bir firma olmadığından da kendi kişisel kararları ile herhangi bir zorunluluk olmadan kendi işlerini kurmaya yönelmişlerdir.

#### 4.3. Ne Zaman? Tazeden firması kadın girişimcileri arıcılık sektöründe girişimciliğe “ne zaman” başlamışlardır?

Kadın girişimciler arıcılık sektörüne 2018 yılında başlamaya karar vermişlerdir. Bu tarihte başlamış olmalarının nedeni girişimcilerden birisinin eşinin (diğerinin eniştəsi) rahatsızlığının ilerlemesi ve şifayı doğada, propoliste arayışları olmuştur.

#### 4.4. Neden? Tazedden firması kadın girişimcileri “neden” arıcılık sektörü gibi erkek egemen zor bir sektörde girişimciliği tercih etmişlerdir?

Arıcılık serüveni; hastalanan eniştenin/eşin doktorunun propolisi önermesi ile girişimcilerin de en iyi propolisi bulma telaşı, neden kendimiz propolis üretmeyelim düşüncesi ile başlamıştır. Şifa arayışı ile başlayan yolculuklarında kadın girişimcilerin ilk etapta ticari kaygıları olmamıştır. Arıcılık gibi zor çalışma koşullarının olduğu erkek egemen bir sektörde girişimciliği tercih etme nedenleri olarak ayrıca, kurumsal hayatın **stresinden, tekrarlanan yapısından sıkıldıklarını, işlerinin kendi kontrolleri altında olmasını istediklerini** de belirtmişlerdir. Ayrıca ilk başta söyledikleri “keyfe keder” girişimciliğe başladık sözü ile de tamamen kendi kişisel faktörlerinden kaynaklı herhangi bir itici güç olmadan girişimcilik niyetlerinin şekillendiği izlenmektedir.

#### 4.5. Nasıl? Tazedden firması kadın girişimcileri erkek egemen zor sektörlerden olan arıcılıkta “nasıl” zorluklarla mücadele etmişlerdir ve kadın girişimciler nasıl girişimcilik bileşenlerine sahiptirler?

- Erkek egemen zorlu bir sektörde kadın olmanın zorlukları

*“Çevremizdekiler erkek işi dediler, yapamazsınız dediler, sizi hiç arı soktu mu dediler? Bize inanmadı kimse. Siz büyük şirketlerde şık kıyafetlerle çalışmaya alışmışsınız çamurların, tezek kokularının içerisinde yapamazsınız, eliniz kolunuz, yüzünüz şişer dediler. Arıcılık değişik bir meslek sonuçta, bunu biz de deneyimledik. Kaç defa arı soktu, kaç defa hastanelik olduk. Çok zorlandık gerçekten. Alerji iğneleri olmaya başladık. Herşeyi biz yapmaya başladık, arazide çalışıyor, hasatı da kendimiz alıyorduk”.*

Girişimci, arıcılık sektöründe kadın olarak çalışmanın zorluklarından biri olarak erkeklerin onu ciddiye almamasını, önemsememesini ayrıca yaşadıkları güvenlik endişelerini göstermektedir. Ancak, söz konusu bu ve benzeri zorluklara rağmen başarılı bir işletme sahibi olmuştur. Kuruluş aşamasında, kendi işini yönetmekle ilgili bilgi eksikliği yaşasa da zamanla işletmesini büyütme ve pazarlama stratejileri geliştirmek için gerekli becerileri kazanmıştır.

- Erkek egemen sektör olmasından kaynaklı zorluklar

*“O kadar erkek egemen bir sektör ki, hasat alınacağı zaman çadır kurulacak dediler. Çadırı biz nasıl kuracağız sonuçta. Erkek gücü gerekiyor, uzmanlık gerekiyor. Ordudan askeri çadır desteği alındı. Etrafımızda on beş erkek ve aralarında iki kadın biz. . . Hasat makinaları çadır içine kuruldu. Özel kıyafetler giydik, çadırın içine girdik. İçerideki kokudan sarhoş olduk ilk başlarda. Ama bu öyle bir koku ki bir kere alınca vazgeçemiyorsunuz işte. . . Bölge çok ücra bir yerdedi. Arabamızın lastiği patladı yolda. Kendimizi korumak için yanımızda silah taşıyabileceğimizi öğrendik mesela. Arıcılara verilen silah taşıma ruhsatı varmış. . . Hiç bilmedik, öğrendik onu da. . . Bal kovanlarını kaldırmak bile bir kadın için çok zor. O kadar ağır ki kaldıramıyorsunuz. Gece taşımanız gerekiyor, karanlıkta taşıma yapılması şart. Erkek gücü farklı tabii. Bir de dediler ki arıyla, karıyı gezdireceksin. . . Arıcılık işinin raconu buymuş meğerse. İlk başta inanmadık ama doğruymuş arıların gezdirilmesi gerekiyormuş. Bize sektör hep erkeklerin elinde olduğu için çok destek olmak istemediler, e kadınız diye yani. Bir de finansman konusunda da zorlandık, iş ağılarından yararlanamıyorsun sonuçta.. Erkekler kendi cinslerini koruyup kolluyorlar. . .”.*

Girişimciler burada karşılaştıkları zorluklar olarak, iş ağılarından, finansal kaynaklardan erkek egemen sektör olduğundan kolayca faydalanamadıklarını kısaca cinsiyet eşitsizliğine maruz kaldıklarını anlatmaya çalışmaktadırlar.

- Rekabet

Güçlü rakiplerinin olduğunu söyleyen kadın girişimciler, alanlarındaki rekabetin yoğunluğundan sıyrılabilmek için de butik bal üretimine yönlendiklerinden bahsetmişlerdir.

- Prosedürler

*“Etiket tebliğinin yapılması gerekiyormuş, 4 ay buna çalıştık. Ayrıca ilçe tarımdan gerekli eğitimler aldık. BAÇEM (Balıkesir tıbbi aromatik bitki yetiştiriciliği) kursuna başladık. Saha operasyonu yapılması gerekiyormuş, yapamazsınız dediler. Yapamazsınız algısını kırmaya çalıştık biz”.*

- Pazarlama konusundaki zorluklar

*“Bal sağım atölyeleri kurduk. Başta yerel üretici kadınlarla çalıştık. Ağızdan ağıza pazarlama (WOM) tekniğini kullandık. Pandemi döneminde sosyal medyada canlı yayınlar düzenledik, tanıtımlar yaptık. E-posta pazarlaması yolunu denedik. Kapalı bir grup oluşturduk. İlk ürünlerimizi bu yolla satmaya çalıştık. Zamanla bazı kahvaltı mekanlarıyla anlaştık onlara ürün vermeye başladık. Kendi satışımızı kendimiz yapalım dedik, bir ara dolandırıldık. Toparlanmaya çalıştık.*

Kadın girişimcilerin zorlu çalışma şartlarına sahip-erkek egemen bir sektörde nasıl girişimcilik bileşenlerine sahip olarak girmeye cesaret ettikleri ve girişimcilik faaliyetlerini sürdürdüklerine ilişkin sorumuza ise;

*“Riskten korksaydık kurumsal hayatı bırakmazdık, maaşlı çalışma sonuçta daha garanti ama girişimcilikte gelirin garantisi yok. Öyle hanım evladı da değiliz yani, arı soktu hemen vazgeçelim diyecek kadar kolay pes edecek yapıda değiliz anlayacağın. Mücadeleciyiz biz. Vazgeçmek*

*yok dedik, balın kokusunu sevdik, şifa dedik yola çıktık. Sonuçta manevi tatmin de çok önemli bu işlerde, biz diğer kadınlara örnek olacağız, öncü olacağız. . . Sen yapamazsın, sen başaramazsın diyenlere inat, kadının gücünü göstereceğiz. Bize göre kadın her sektörde her zorlukta başarıyı yakalar, yeter ki istesin”.*

Girişimciler verdikleri cevaplardan, görüşmeden elde edilen izlenimlerden anlaşılmaktadır ki kolay vazgeçmeyen, riskten çekinmeyen, rekabetçi yapıya sahip, güçlü lider özellikli kadınlardır.

#### **4.6. Kim? Tazeden firması kadın girişimcileri “kim/kimlerden” etkilenmiştir? Girişimciliğe onları kim/kimler yönlendirmiştir?**

Tazeden firması kadın girişimcilerini girişimciliğe yönlendiren kişi girişimcilerden birisinin eşi ve kızı olmuştur aslında. Girişimci yapılan görüşmede kızı/yeğeni için sağlıklı beslenmeye doğaya yönlendiklerini anlatmıştır. Eşi/eniştesi hastalandığından şifayı doğada aramışlar ve hastalanan enişte/eş aslında girişimcileri girişimcilik faaliyetine yönlendiren temel neden olmuştur.

### **5. Tartışma**

Çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, arıcılık gibi zorlu çalışma koşullarına sahip, erkek egemen sektörlerde kadınları girişimciliğe yönlendiren temel motivasyon unsurları olarak: kurumsal hayatta yaşadıkları stres, tekdüzelik, işlerinin kontrolünü ellerinde tutma arzuları (içsel unsurlar/kişisel faktörler) literatürde yer alan kadın girişimcilik motivasyon sonuçları ile benzer çıktılar olduğu görülmektedir (Kephart ve Schumacher, 2005; Gartner, 2007; Abdul Ghani Azmi, 2017; Khan, Salamzadeh, Shah ve Hussain, 2021). Bu sonuç, kadın girişimcilerin daha fazla özgürlük ve esneklik arayışında olduğu ve geleneksel iş ortamlarının sınırlamalarına maruz kalmak istemediklerinden, kendi işlerini kurarak daha fazla yaratıcılık ve özgürlük bulma çabası olarak yorumlanabilir. Literatürde Raman, Anantharaman ve Jayasingam (2008)’de benzer şekilde içsel yetenekleri keşfetme dürtüsü ve yaratıcı bir şeyler yapma arzusunun, kadınları girişimciliğe yönelten nedenler arasında önemli bir rol oynadığından bahsedilmektedir. Shane, Locke ve Collins (2000)’de ise kadın girişimcilerin, yenilikçilik, gelecek beklentileri gibi genel kişisel özelliklerinin (içsel faktörler) girişimcilik motivasyonlarını oluşturduğu belirtilmektedir. Literatürde yer alan Kazumi ve Kawai (2017) ve Kumalasari, Lukiyanto ve Purnomo (2021)’de ise, çalışmadan farklı olarak, dışsal faktörlerin kadın girişimciliğinde temel motivasyon aracı olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Yine kırsal kesimde kadın girişimciliğini konu alan Kumalasari vd., (2021)’de, kadın girişimciliğindeki başarının; aile, çevresel destekler gibi dışsal faktörlerden temel kaynağını aldığı belirtilmektedir. Hisrich ve O’Brien (1981); Rastogi, Baral ve Banu (2022); Hannington, Asuman ve Mary (2022)’de ise; kadın girişimcilerin işletme sahibi olmaya yönlendiren nedenlerinin finansal bağımsızlık ve iş kontrolünü elinde bulundurma (kendi işinin patronu olmak) gibi yine dışsal faktörler kaynaklı olduğu izlenmektedir.

Ayrıca çalışmada elde edilen sonuçlar, kadın girişimcilerin erkek egemen sektörlerde karşılaştığı zorlukları da vurgulamaktadır. Çalışmada cinsiyet ayrımcılığı, erkek egemen sektör (Davidson ve Cooper 1983; Weiler ve Bernasek, 2001 ile paralel şekilde), finansman kaynaklarına erişim eksikliği ve ağ kurma eksikliği gibi faktörler, kadın girişimcilerin karşılaştığı temel engeller olarak belirtilmektedir. Bu bulgular, cinsiyet eşitsizliğinin ve toplumsal normların kadın girişimcilerin iş dünyasındaki ilerlemesini sınırladığı, kadın girişimcilerin sektöre entegrasyonunu ve başarılı bir şekilde iş yapmalarını zorlaştırdığı şeklinde yorumlanabilir. Hatta Godwin, Stevens ve Brenner (2006)’da kadın girişimcilerin erkek egemen sektör algısından kurtulmak, kaynaklara erişimde güçlük yaşamamak için bir erkekle ortaklık kurması önerilmektedir. Diğer taraftan, finansman kaynaklarına erişim eksikliği ve ağ kurma eksikliği, kadın girişimcilerin işlerini büyütme ve geliştirme potansiyelini sınırlayan faktörler olarak yorumlanabilir. Söz konusu yorum da Marlow (2002); Carter, Shaw, Lam ve Wilson (2007)’de finansman kaynaklarına erişimde yaşanan bariyerlerin-sermaye eksikliği gibi yapısal engellerin en önemlilerinden olduğunu belirttiği çalışması ile desteklenmektedir.

### **6. Sonuç ve Öneriler**

Çalışma ile, kadın girişimciliği faaliyetlerinin erkek egemen ve zorlu sektörlerdeki durumu nitel araştırma yöntemlerinden etnografi deseni ile örnek olay incelemesi kullanılarak araştırılmıştır. Özellikle Türkiye’deki arıcılık sektöründe faaliyet gösteren “Tazeden” firması üzerinden gerçekleştirilen örnek olay incelemesi, kadın girişimciliğinin zorluklarını ve motivasyonunu ele almaktadır.

Çalışmanın sonuçlarına göre, kadın girişimcilerin zorlu çalışma şartlarına sahip, erkek egemen sektörlerde girme nedenleri/motivasyonları arasında, kurumsal hayatta yaşadıkları stres, tekdüzelik, işlerinin kontrolünü ellerinde tutmak istemeleri ile işlerinde yaratıcı özgürlüklerini koruma arzuları en önemli sebepler olarak sayılabilmektedir. Ayrıca, arıcılık gibi erkek egemen sektörlerde kadın girişimcilerin karşılaştığı zorlukların başında cinsiyet ayrımcılığı, erkek egemen kültür, finansman kaynaklarına erişim eksikliği ve ağ kurma eksikliği gibi faktörler dikkat çekmektedir. Kadın girişimcilerin zorlu çalışma koşullarına sahip bir sektörde girişimciliğe başlamasının kendi girişimcilik bileşenlerinden; kolay pes etmeyen, riskten çekinmeyen, rekabetçi yapıya sahip, güçlü lider özellikli olmalarının etkili olduğu izlenmiştir.

Çalışma sonucuna göre arıcılık gibi zorlu çalışma şartlarına sahip, erkek egemen sektörlerde girişimcilik yapmak isteyebilecek kadınlara yönelik geliştirilebilecek öneriler ise;

- Eğitim ve Bilinçlendirme: Kadınların arıcılık gibi zorlu çalışma koşullarına sahip-erkek egemen sektörlerde faaliyet göstermesini teşvik etmek için, eğitim ve bilinçlendirme kampanyaları düzenlenmesi,
- Finansal Destek: Kadın girişimcilerin arıcılık sektörü gibi zorlu çalışma koşullarına sahip-erkek egemen sektörlerde başarılı olmaları için finansal desteğe ihtiyaçları vardır. Devlet ve özel sektör kuruluşları tarafından, kadın girişimcileri finanse etmek için özel kredi imkanları ve teşvikler sağlanması,
- İş birliği ve Dayanışma: Kadın girişimcilerin birbirleriyle iş birliği yapmaları ve birbirlerine destek olmaları, sektördeki erkek egemenliğine karşı bir güç unsuru oluşturabilir. Bu amaçla, kadın girişimcilerin bir araya gelerek birlikte çalışmalarını sağlayacak iş ağları, dernekler ve kooperatifler kurulması,
- İletişim Ağı: Kadın girişimciler arasında iletişim ağı kurulması, deneyimlerin paylaşılması, fikir alışverişinde bulunulması oldukça önemlidir. Bu amaçla, sosyal medya gibi iletişim araçlarının yaygın kullanılması, yerel fuarları ve etkinlikler düzenlenmesi,
- Yerel Yönetimlerin Sağlayabileceği Destekler: Yerel yönetimler, kadın girişimciliğini desteklemek için gerekli alt yapıyı oluşturabilir. Örnek olarak, arıcılıkla ilgili eğitim programları düzenlenmesi, arıcıların ürünlerini pazarlanmasını kolaylaştıracak pazar yerleri (e-ticaret de olabilir) oluşturulması ya da arıcılık faaliyetlerini kolaylaştıracak altyapı çalışmalarının yapılması gibi olmaktadır.

Söz konusu öneriler, arıcılık gibi zorlu çalışma koşullarına sahip sektörlerde kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi için atılacak adımların sadece bazılarıdır. Çalışma sonuçları ile, kadın girişimciliği faaliyetlerinin zorlu sektörlerde girişte karşılaşılan zorlukların daha iyi anlaşılmasına ve bu alanda yapılabilecek destek ve teşviklere yönelik önerilerin geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

---

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma için, İstanbul Kültür Üniversitesi Etik Kurulu'ndan etik onayı alınmıştır (16.03.2023 tarih ve 2023/44 sayılı karar).

**Bilgilendirilmiş Onam:** Katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Ethics Committee Approval:** A Ethics approval was received for the study from Istanbul Kültür University Ethics Committee (decision dated 16.03.2023 and numbered 2023/44).

**Informed Consent:** Informed consent was obtained from the participants.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no financial support.

---

## KAYNAKLAR / REFERENCES

- Abdul Ghani Azmi, I. M. (2017). Voices from the dead: the uneasy case of indigenous cultural expression. *International Journal of Law and Management*, 59(4), 522-533.
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Akın, R. (2020). *Cinsiyetçilik, güç eşitsizliği ve taciz: kadın girişimcilerin deneyimleri*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, Mersin
- Altunay, E., Oral, G. ve Yalçınkaya, M. (2014). A qualitative research about mobbing implications in educational institutions. *Sakarya University Journal of Education*, 4(1), 62-80.
- Amit, R. ve Muller, E. (1995). "Push" and "pull" entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12, 64-80. <https://doi.org/10.1080/08276331.1995.10600505>
- Arıkan, Semra (2002), Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Aşkın, E. Ö. ve Barış, S. (2016). Kadın istihdamında sosyal sermayenin etkisi: Tokat ilinde kadın girişimciler üzerine bir inceleme. *Business & Economics Research Journal*, 7(2).
- Bastian, B.L., Metcalfe, B.D. ve Zali, M.R. (2019). Gender inequality: Entrepreneurship development in the MENA region. *Sustainability*, 11(22), 6472. <https://doi.org/10.3390/su11226472>
- Benzing, C. ve Chu, H. M. (2009). A comparison of the motivations of small business owners in Africa. *Journal of small business and enterprise development*, 16(1), 60-77.
- Beverland, M. ve Lindgreen, A. (2010). What makes a good case study? A positivist review of qualitative case research published in *Industrial Marketing Management*, 1971-2006. *Industrial Marketing Management*, 39(1), 56-63.

- Bruni, A., Gherardi, S. ve Poggio, B. (2004). Entrepreneur- mentality, gender at the study of women entrepreneurs. *Journal of The Organizational Change Management*, 17(3), 256-268.
- Buttner, E. H. ve Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35, 34-46.
- Carter, S, Shaw, E, Lam, W ve Wilson, F (2007) "Gender, entrepreneurship, and bank lending: the criteria and process used by bank loan officers in assessing applications", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31 No. 3, pp. 427-444.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı, Sakarya: Serkan Yayıncılık
- Coughlin, J. H. ve Thomas, A. R. (2002). *The rise of women entrepreneurs: People, processes, and global trends*. Westsport : Greenwood Publishing Group.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, 8(3), 251-261.
- Denzin, N. K. ve Lincoln, Y. S. (1994). Introduction: Entering the field of qualitative research.
- Davidson, M. J. ve Cooper, C. L. (1983). Working women in the European community—The future prospect. *Long Range Planning*, 16(4), 49-54.
- Dhameja, S. K. (2002). *Women Entrepreneurs: Opportunities, performance and problems*. India: Deep and Deep Publications.  
<https://www.dika.org.tr/assets/upload/dosyalar/trc3-bolgesi-yoresel-ari-urunleri-arastirma-raporu.pdf> E.T:23/04/2023
- Ecevit, Y. (2000). "Çalışma yaşamında kadın emeğinin kullanımı ve kadın-erkek eşitliği", kadın-erkek eşitliğine doğru yürüyüş, *Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset*, TUSİAD yayını, Aralık, İstanbul
- Enyew, B. E., & Mihrete, A. G. (2018). Liberal feminism: Assessing its compatibility and applicability in Ethiopia context. *International Journal Of Sociology And Anthropology*, 10(6), 59-64.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219-245.
- Foss, N. J., Klein, P. G. ve Bjørnskov, C. (2019). The context of entrepreneurial judgment: organizations, markets, and institutions. *Journal of Management Studies*, 56(6), 1197-1213.
- Gartner, W. B. (2007). Entrepreneurial narrative and a science of the imagination. *Journal of Business Venturing*, 22(5), 613-627.
- Ge, W., Tsung, L. ve Wing-wah, K. (2012). The pains of becoming trilingual in China an ethnographic case study of a Naxi College Student. *Asia-Pacific Education Researcher*, 21(2), 257-266.
- Gibb, A. Ve Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1(1), 26-45.
- Godwin, L. N., Stevens, C. E. ve Brenner, N. L. (2006). Forced to play by the rules? Theorizing how mixed-sex founding teams benefit women entrepreneurs in male-dominated contexts. *Entrepreneurship Theory and practice*, 30(5), 623-642.
- Goyal, M. ve Parkash J. (2011). Women Entrepreneurship in India-problems and prospects, ZENITH, International Journal of Multidisciplinary Research, 5(1), 195-207.
- Gummesson, E. (2003). All research is interpretive!. *The Journal of Business & Industrial Marketing*, 18(6/7), 482-292.
- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi.
- Gündüz, A. ve Karadeniz, B. (2022). Girişimcilik olgusunun tarihsel gelişimi ve kadın girişimciliği: Malatya ilinde yapılan çalışmanın incelenmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 96-112.
- Halaç, D. S. Ve Gülgün, M. E. Ş. E. (2021). Toplumsal cinsiyet bakış açısından Türkiye'de kadın girişimciliğinin durumu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (68), 255-270. <https://doi.org/10.51290/dpusbe.838567>
- Halifeoğlu, M. ve E. S. E. N., F. (2022). Kadınların çalışma hayatında ve arıcılık sektöründe yer almasına ilişkin yerel halkın bakış açısı, Bingöl ili örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(3), 1141-1151.
- Han, S., Kim, H. ve Lee, Y. S. (2020). Double random forest. *Machine Learning*, 109, 1569-1586.
- Hannington, T., Asuman, B. ve Mary, B. (2022). Savings and women involvement in business in Kasese district: A case of women entrepreneurs in Hima town council. *IDOSR Journal of Current Issues in Social Sciences*, 8(1), 38-44.
- Hsrich, R.D. ve O' Brien. (1981). The women entrepreneur as a reflection of the type of business. Pp. in K.H. Vesper, (ed). *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Olana, T., ve Demrew, Z. (2018). The role of women in beekeeping activities and the contribution of bee-wax and honey production for livelihood improvement. *Livestock Research for Rural Development*, 30(7), 118.
- Örücü, E., Kiliç R. ve Kiliç T. (2007). "Glass ceiling syndrome and barriers to advancement of women to senior managerial position: The example of Balıkesir province" *Celal Bayar University I.I.B.F. Journal of Management and Economics*, 14 /2: 117-135
- Öğüt, A. (2006). Türkiye'de kadın girişimciliğinin ve yöneticiliğinin önündeki güçlükler: Cam Tavan sendromu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*.
- Oner, H. ve Turhan, O. (2010). "Aile İşletmelerinde Yönetim ve Kurumsallaşma: Kurukahveci Mehmet Efendi", (Ed. KOCEL, T.) AIK'10, 4. Aile İşletmeleri Kongresi, Kongre Kitabı, İstanbul: 119-131.
- Özsungur, F. (2019, May). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 74, pp. 114-126). Pergamon. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2019.03.006>
- Öztürk, F. ve Akkoc, A. T. (2013). Kadın girişimciliğini etkileyen faktörler. In = *Procedia V International Congress On Entrepreneurship.-, 2013.-324 . (P. 123)*.
- Iakovidou, O., Koutsou, S. ve Partalidou, M. (2009). Women entrepreneurs in the Greek countryside: A tipology according to motives and business characteristics. [www.worldscientific.com](http://www.worldscientific.com)
- Inman, K. (2016). *Women's resources in business start-up: A study of black and white women entrepreneurs*. Routledge.



- Işık, D. A. ve Cerit, A. G. (2015). Hizmet işletmelerinde hizmet kültürünün oluşturulmasında içsel pazarlamanın rolü: Kruvaziyer turizmden bir örnek olay. *Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 61-77.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kazumi, T. ve Kawai, N. (2017). Institutional support and women's entrepreneurial self-efficacy. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(3), 345-365.
- Kendirli, H. Ç. ve Şenöz, A. (2019). Hizmet sektöründe kadın girişimciler: Çorum araştırması. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4(1), 93-118.
- Keskin, S. (2014). Türkiye'de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 72-94.
- Kephart, P. ve Schumacher, L. (2005). Has the 'glass ceiling' cracked? An exploration of women entrepreneurship. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 12(1), 2-15.
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Shah, S. Z. A. ve Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success: a study of small-and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 10(1), 1-21.
- KSGM (2007). Kadın ve ekonomi, AB eşleştirme projesi: Toplumsal cinsiyet eşitliğinin geliştirilmesi, *Ulusal eylem Planı Taslağı 4*. Bileşen, Politika Dökümanı: Kadın ve Ekonomi, Ankara
- Kızılaslan, N. ve Karaömer, M. (2015). Hatay ili kırsalındaki kadınların girişimcilik eğilimlerinin incelenmesi. *Turkish Journal Of Agriculture-Food Science And Technology*, 3(6), 371-379.
- Kim, J. D., Son, J. ve Baik, D. K. (2012). CA 5W1H onto: ontological context-aware model based on 5W1H. *International Journal of Distributed Sensor Networks*, 8(3), 247346.
- Köklü, N. (1994). Örnek Olay Çalışma Metodları. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 27(2), 771-779.
- Koroğlu, E. (2015). *Toplumsal cinsiyet açısından kadın girişimciliği: Elazığ is kadınları derneği (Elıkad) üyeleri üzerine sosyolojik bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Fırat üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü ,Sosyoloji, Elazığ
- Kumalasari, R. D., Lukiyanto, K. ve Purnomo, A. (2021). External factors motivating successful women entrepreneurs: a study of women entrepreneurs community in A rural area. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 518-526.
- Kutlu, Ö., (2006), *Türkiye'de kadın girişimciliği, Yüksek Lisans Tezi*, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Genel İşletmecilik Bilim Dalı., İstanbul
- Marlow, S (2002) "Self-Employed Women: A part of or a apart from Feminist Theory?" *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 2 No. 1, pp. 83-91.
- Madichie, N. O. (2009). Breaking the glass ceiling in Nigeria: A review of women's entrepreneurship. *Journal of African Business*, 10(1), 51-66.
- Mariampolski, H. (2001). Qualitative market research. Sage.
- Mburu, P. D. M., Affognon, H., Irungu, P., Mburu, J. ve Raina, S. (2017). Gender roles and constraints in beekeeping: A case from Kitui County, Kenya. *Bee World*, 94(2), 54-59.
- McClelland, E., Swail, J., Bell, J. ve Ibbotson, P. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (2), 84-107.
- Nalbant, F., & Korkmaz, T. (2019). Feminist teori temelinde toplumsal cinsiyet eşitliğinin Türkiye bağlamında değerlendirilmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 165-186.
- Nasir, M., Iqbal, R. ve Akhtar, C. (2019). Factors affecting growth of women entrepreneurs in Pakistan. *Pakistan Administrative Review*, 3(1), 35-50.
- Nel, E. ve Illgner, P. (2004). The contribution of bees to livelihoods in southern Africa. Rights, resources and rural development: Community-based natural resource management in Southern Africa, 127-134
- Nugraha, I. D. ve Giatman, M. (2022). Obstacle factors in entrepreneurship in Songket craftsmen. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2139-2145. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i2.533>
- Sarfraz, L., Faghih, N. ve Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4, 1-11.
- Shane, S., Locke, E. A. ve Collins, C. J. (2012). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Sönmez, S. ve Yılmaz, B. (2020). Kadın girişimciliği: Türkiye'de ve dünyada durum değerlendirmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 427-442.
- Stevenson, L. A. (1986). Against all odds: The entrepreneurship of women. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 30-36.
- Parvin, L., Jinrong, J. ve Rahman, M. W. (2012). Women entrepreneurship development in Bangladesh: What are the challenges ahead?. *African Journal of Business Management*, 6(11), 3862.
- Pocol, C. B. ve McDONOUGH, M. (2015). Women, apiculture and development: evaluating the impact of a beekeeping project on rural women's livelihoods. *Bulletin of the University of Agricultural Sciences & Veterinary Medicine Cluj-Napoca. Horticulture*, 72(2).
- Raman, K., Anantharaman, R. N. ve Jayasingam, S. (2008). Motivational factors affecting entrepreneurial decision: A comparison between Malaysian women entrepreneurs and women non entrepreneurs. *Communications Of The IBIMA*, 2(12), 85-89.
- Rastogi, M., Baral, R. ve Banu, J. (2022). What does it take to be a woman entrepreneur? Explorations from India. *Industrial and Commercial Training*, 54(2), 333-356.
- Rehman, S. ve Azam Roomi, M. (2012). Gender and work-life balance: a phenomenological study of women entrepreneurs in Pakistan. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(2), 209-228.
- Yin, R. K. (2002). *Case Study Research: design and methods (3rd ed.)*. California: Thousand Oaks, Sage Publications.

- Udanoh, M. U. ve Zouria, A. (2018). Using gender inequality to predict the rate of African women entrepreneurship. *International Journal of Emerging Trends in Social Sciences*, 3(1), 17-28. <https://doi.org/10.20448/2001.31.17.28>
- UNDP. (2002). Human development report 2002: Deepening democracy in a fragmented world. <http://www.hdr.undp.org/en/content/human-development-report-2002> /E.T.:17/08/2023
- Ünsal, P. (2019). Women entrepreneurs: motivations, barriers and success factors. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(6), 1-7.
- Ülker, E. U. (2013). *Kırsal alanda kadın girişimciliğine etki eden faktörler ve Tekirdağ ilinde mevcut durumun belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ
- Varalan, A., & Çevrimli, M. B. (2023). Arıcılık sektöründeki risk faktörlerinin incelenmesi. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 94(2), 188-201.
- Yuniati, E., Pratikto, H. ve Sopiah, S. (2021). Motivation Of Women'S Entrepreneurship As Agent Of Change In Society: Literature Review. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4).
- Weiler, S. ve Bernasek, A. (2001). Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. *The Social science Journal*, 38(1), 85-103.

#### **Atıf Biçimi / How to Cite This Article**

Taksi Deveciyan, M. (2023). Topuklu ayakkabılardan çamurlu plastik çizmelere: erkek egemen sektörlerde kadın girişimciliği. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi - Istanbul University Journal of Women's Studies*, 27, 56-70.