

DİJİTALLEŞMENİN KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARILARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ
The Impact of Digitalization on the Success of Women Entrepreneurs

DİLŞAD GÜZEL

Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi

Professor, Atatürk University

e-posta /e-mail: dguzel@atauni.edu.tr,

Orcid: 0000-0003-1421-7692

AYŞEGÜL TURAN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi

Master's Student, Atatürk University

e-posta /e-mail: aysegul.turan20@ogr.atauni.edu.tr

Orcid: 0009-0000-3844-6751

Atıf/©: Güzel, D. - Turan, A. (2026), “Dijitalleşmenin Kadın Girişimcilerin Başarıları Üzerindeki Etkisi”, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Kadim Değerlerden Modern Yaklaşımlara Türk Dünyasında Kadın ve Aile Sempozyumu Özel Sayısı, Özel Sayı 1*, ss. 102-116

Citation/©: Güzel, D. - Turan, A. (2026), “The Impact of Digitalization on the Success of Women Entrepreneurs”, *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute, Special Issue of the Symposium on Women and Family in the Turkic World: From Ancient Values to Modern Approaches, Special Issue 1*, pp. 102-116.

Makale Bilgisi / Article Information:

Makale Türü-Article Types :	Araştırma/Research
Geliş Tarihi-Received Date :	14.04.2026
Kabul Tarihi-Accepted Date :	10.07.2026
Sayfa Numarası-Page Numbers:	102-116
Doi :	10.46790/erzisosbil.1929590

Özel Sayı Editörü / Special Issue Editor

Dr. Öğr. Üyesi / Asist. Prof. Dr. Kader ALTIN

Notlar/Notes

Bu yazı 24-25 Kasım 2025 tarihinde Erzincan’da düzenlenen *Kadim Değerlerden Modern Yaklaşımlara Türk Dünyasında Kadın ve Aile Sempozyumu*’nda sözlü tebliğ olarak sunulmuştur.

Yazar(lar), herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir.

DİJİTALLEŞMENİN KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARILARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

The Impact of Digitalization on the Success of Women Entrepreneurs

DİLŞAD GÜZEL- AYŞEGÜL TURAN

Öz:

Bu çalışma, kadın girişimcilerin iş deneyimleri ile girişimcilik başarıları üzerinde dijitalleşmenin etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı Kadın Girişimciler Kurulu'na aktif üye olan 120 kadın girişimciden elde edilen veriler SPSS 23 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sürecinde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra regresyon analizlerinden de yararlanılmıştır. Regresyon sonuçlarına göre dijitalleşmenin iş deneyimi ve girişimci başarısı üzerindeki etkisi ve iş deneyiminin de girişimci başarısı üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, Erzurum'un girişimcilik potansiyelinin dijital dönüşümle birlikte daha görünür hale geleceği ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Böylece, kadın girişimciliğinin sürdürülebilirliğini artırmak amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği temelli stratejilerin geliştirilmesine zemin hazırlanacaktır. Sonuç olarak çalışma, kadın girişimcilerin ekonomik kalkınmadaki rolünü güçlendirmeye yönelik yeni bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimciliği, Dijital Güven, Girişimci Başarısı

Abstract:

This study was conducted to determine the effect of digitalization on the business experience and entrepreneurial success of women entrepreneurs. Data were collected from 120 women entrepreneurs who are active members of the Women Entrepreneurs Committee affiliated with the Erzurum Chamber of Commerce and Industry and analyzed using the SPSS 23 program. In the analysis process, descriptive statistics as well as regression analyses were employed. According to the regression results, digitalization was found to have a positive effect on both business experience and entrepreneurial success, and business experience was also found to positively influence entrepreneurial success. In this context, it is considered that Erzurum's entrepreneurial potential will become more visible through digital transformation and will contribute to sustainable development. Accordingly, a foundation will be laid for developing cooperation-based strategies among public institutions, the private sector, and civil society organizations to enhance the sustainability of women's entrepreneurship. Ultimately, the study aims to provide a new perspective for strengthening the role of women entrepreneurs in economic development.

Keywords: Women Entrepreneurship, Digital Trust, Entrepreneurial Success

1. GİRİŞ

Son yıllarda dijital teknolojilerin yükselişi zamanın en önemli dönüşümlerinden biridir. Bu dönüşüm iş yapma becerilerini yeniden şekillendirerek girişimcilik alanında önemli fırsatlar sunmaktadır. Özellikle mobil uygulama, sosyal medya, e-ticaret gibi dijital araçlar, sınırlı kaynaklarla daha geniş kitlelere ulaşmayı mümkün kılarak girişimcilik alanındaki rekabet avantajını artırmaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme kadın girişimcilerin finansal güçlerini artırmalarını kolaylaştırmanın yanı sıra onlara bağımsızlık kazandıracak sosyal, çevresel, tıbbi ve eğitimsel olanaklara erişim sağlayan dönüştürücü bir güç olarak ortaya çıkmıştır (Javed, vd., 2025:10). Günümüz iş dünyasındaki dijitalleşme, yalnızca teknolojik bir dönüşüm olarak değil; çalışanların iş yapma biçimlerini, iş-rol içeriklerini, mesai sınırlarını ve kişisel iş deneyimlerini yeniden şekillendiren bir sosyo-teknik süreç olarak değerlendirilmektedir (Gualano, vd., 2023:11). Bu süreç, çalışanlara esneklik ve özerklik sağlayarak görevlerini farklı zaman ve mekânlarda yerine getirme fırsatı da sunmaktadır. Dijitalleşme bu bağlamda iş deneyimini, iş yapma kültürünü ve girişimcilik anlayışını yeniden şekillendiren stratejik bir dinamiktir. Erzurum ilinde faaliyet gösteren kadın girişimciler açısından değerlendirildiğinde dijital dönüşüm, geleneksel iş modellerinin ötesine geçme fırsatı sunarak pazara erişim, müşteri kitlesi genişletme, marka görünürlüğü ve finansal bağımsızlık gibi birçok alanda yeni kapılar açmaktadır. Özellikle e-ticaret, sosyal medya pazarlaması ve çevrimiçi müşteri ilişkileri yönetimi, yerel üretim yapan kadın girişimcilerin fiziksel sınırları aşarak ulusal ve uluslararası kitlelere ulaşmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme Erzurum ilindeki kadın girişimciler için yeni fırsat alanları yaratmakta, iş deneyimlerinin niteliğini yükseltmekte ve girişimcilik ekosistemine dinamizm kazandırmaktadır. Uygun stratejik planlama ve destek mekanizmaları ile bu dönüşüm, yerel kalkınmayı hızlandıran ve kadınların iş yaşamında daha güçlü temsil edildiği bir yapıya dönüşebilecektir.

Dijitalleşme, girişimcilik başarısını şekillendiren önemli bir araçtır (Rajput, V. 2025:395). Özellikle gelişen dijital araçlar ve platformlar, girişimcilerin iş süreçlerini daha verimli hale getirmelerine, pazarlama stratejilerini güçlendirmelerine ve müşteri ilişkilerini iyileştirmelerine olanak tanımaktadır. Ancak dijitalleşmenin girişimci başarısına etkisi, yalnızca teknolojik araçların kullanımına dayanmamaktadır. Girişimcilerin dijital becerileri, stratejik planlama yetenekleri ve dijital araçları etkin bir şekilde entegre etme kapasiteleri de başarı üzerinde belirleyici rol oynamaktadır (Kim, vd., 2024:5). Bu nedenle, dijitalleşmenin girişimci başarısı üzerindeki etkisi, çok boyutlu bir değerlendirme gerektirmektedir.

2. KAVRAMSAL BOYUT

1.1. Dijitalleşme

Dijitalleşme genel manada bilgi ve işlemlerin sayısallaştırılması anlamına gelir. Bununla beraber süreçlerin, iş modellerinin ve ilişkilerin dijital teknolojiler aracılığıyla yeniden yapılandırılması olarak tanımlanır (OECD, 2019). Bu kavramsal boyutlar; digitization (fiziksel bilgiyi dijitalle çevirme), digitalization (iş süreçlerini dijitalle uyarlama) ve digital transformation (daha geniş kurumsal/stratejik dönüşüm) olarak literatürde yer alır. OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) ve diğer saha çalışmaları dijital dönüşümü hem teknolojik bir olgu hem de bunun kurumlar ve piyasalar üzerindeki yapısal etkisi olarak ele alır (OECD, 2019). Akademik çalışmalarda dijital dönüşüm; bilgi, hesaplama, iletişim ve bağlantı teknolojilerinin kombinasyonları yoluyla örgütlerin değer yaratma yollarında tetiklenen değişim süreci olarak tanımlanır (Vial, G. 2021.13). Bu tanımlama, dijitalleşmeyi sadece teknoloji yatırımı olarak değil; işletmelerin stratejik yönelimlerini, organizasyonel yapısını ve işleyiş biçimini köklü biçimde dönüştüren dinamik bir süreç olarak ele almaktadır. Dolayısıyla dijitalleşmenin etkilerinin anlaşılabilmesi için teknoloji, strateji, örgütsel yapı ve ortaya çıkan sonuçlar arasındaki etkileşimlerin bütüncül bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. OECD raporlarına göre dijitalleşmenin boyutları işletmelerin operasyonel, stratejik, insani, pazara dönük ve yönetim temelli süreçlerinde köklü dönüşümleri beraberinde getirmektedir (European Commission, 2019). Bu boyutlarıyla dijitalleşme, işletmelere operasyonel verimlilikten stratejik esnekliğe kadar geniş bir yelpazede avantaj sağlamaktadır. Dünya Bankası (World Bank, 2022) ve OECD raporlarına göre dijital teknolojiler; üretim sürecindeki otomasyonu, veri analitiği ile karar alma, maliyetlerin düşürülmesi, müşteri ilişkilerinin kişiselleştirilmesi ve pazara erişim olanaklarının genişletilmesi gibi alanlarda işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Aynı zamanda dijitalleşme, girişimcilik süreçlerinde

yalnızca bir yenilik değildir. Bu bağlamda kadın girişimciler açısından da dijital teknolojiler girişimcilik sürecinin her aşamasında dönüştürücü bir işlev görmektedir (UNCTAD, 2022).

1.2. Kadın Girişimciliği

Girişimci, yeni bir iş fikrini hayata geçiren, üretim ya da hizmet odaklı bir işletmeyi kuran, kaynakları organize eden ve risk üstlenen kişi olarak tanımlanmaktadır (MK Science, 2024). Kadın girişimciliği ise cinsiyet bakımından özgün boyutları içermektedir. Kadınların yönettiği işletmelerin sayısı son yıllarda dünya genelinde önemli bir ivme kazanmıştır. Küresel araştırmalar özellikle dijitalleşme ve küreselleşme süreciyle birlikte kadınların iş kurma, yönetim gibi alanlarda daha görünür hâle geldiğini göstermektedir (Women's Business & Society, 2024). Türkiye özelinde ise bu orandaki artış yakından takip edilmektedir. Girişimcilik faaliyetleri, ekonomik büyüme, istihdam yaratma ve gelişmekte olan pazarların gayri safi yurtiçi hasılası (GSYİH) dahil olmak üzere ekonomik kalkınmanın birçok boyutunu önemli ölçüde etkilemektedir (Kim, vd., 2025:9). Bu doğrultuda, kadın girişimcilerin yeni pazarlara erişimini genişletmek, iş süreçlerini daha etkin yönetmek ve toplumsal faydayı güçlendirmek amacıyla dijital yeniliklerden önemli ölçüde yararlandığı gerçeği yadsınamaz (Si, vd., 2023:119). Dijitalleşme, kadın girişimcilerin düşük maliyetle görünürlük sağlayan ve coğrafi dezavantajları kısmen ortadan kaldıran bir güç olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya platformları ve e-ticaret kanalları gibi dijital teknolojilerin kullanımı Erzurum gibi illerde de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin ulusal ve uluslararası taleplere yanıt vermesini mümkün kılmıştır. Saha çalışmaları, Erzurum'daki küçük işletmelerin e-ticarete ve sosyal medyaya uyum sağladıkça pazarlarını genişlettiklerini göstermektedir (Gülsoy, vd., 2023:18). Kadın girişimciliğinde dijitalleşmenin desteği de bölgesel düzeyde öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'de kamu kurumları, sivil toplum örgütleri ve destek politikaları kadın girişimcilere yönelik teşvik mekanizmaları geliştirmiştir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Erzurum Kadın Girişimciler Kurulu'nun strateji belgeleri kadın girişimcilerin dijital becerilerinin geliştirilmesi ve ağ kurma imkânlarının sağlanması yönünde faaliyet göstermektedir (TOBB, 2024). Bununla beraber Türk İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) gibi sivil toplum etkinlikleri kadınların dijital araçlarla işlerini büyütmesine yönelik eğitim ve mentorluğu teşvik etmektedir (TÜRKONFED, 2024). Dijitalleşme, doğru destek mekanizmaları sağlandığında Erzurum'da kadın girişimciliğinin gelişimini hızlandıran stratejik bir araç olarak öne çıkmaktadır. Ancak, dijitalleşme bu anlamda tek başına yeterli değildir. Kadın girişimcilerin dijital teknolojileri verimli şekilde kullanabilmeleri; bu araçların ne kadar yararlı ve erişilebilir olduğuna dair algıları, dijital dönüşüme yönelik isteklilikleri ile içinde bulundukları toplumsal ve kurumsal yapıların yönlendirici veya kısıtlayıcı etkilerine bağlı olarak şekillenmektedir.

1.3. İş Deneyimi

İş deneyimi, işletmelerin faaliyet süresi boyunca edindikleri bilgi, beceri ve yetkinliklerin bütünüdür (Arthur, vd., 2020: 177). Bu deneyim, girişimcilerin problem çözme ve karar verme gibi kritik işlevlerde daha etkin olmalarını sağlayarak hem kişisel performansı hem de işletme verimliliğini olumlu yönde etkilemektedir (Ng & Feldman, 2010:63). Bununla beraber dijitalleşme de iş süreçlerinin gelişiminde önemlidir. Dijitalleşme, iş deneyiminin teknolojik altyapılarla yeniden yapılandırılmasını sağlayarak girişimcilerin iş yapma biçimlerindeki gelişimini destekler. Dijitalleşme, kadın girişimcilerin iş modellerini daha çevik ve esnek hale getirerek, piyasa koşullarındaki değişimlere daha hızlı ve etkin bir şekilde uyum sağlamalarına olanak tanır (Ughetto, vd., 2020:55). Dijital dönüşüm, kadın girişimcilerin tedarik zinciri ilişkilerini güçlendirmesinin yanı sıra, dijital ağlar aracılığıyla kurdukları iş birlikleri sayesinde kaynaklara erişimlerini de kolaylaştırmaktadır. Bu durum, kadın girişimcilerin daha esnek ve dayanıklı iş yapıları kurmalarını sağlamıştır (Luthfia, vd., 2025:1). Ayrıca literatür incelendiğinde, dijital etkileşimin kadın girişimcilerin iş deneyimlerinde müşterilerle daha kişiselleştirilmiş ve veri temelli bir iletişim kurmalarına olanak tanıdığı, bunun da müşteri memnuniyeti ve sadakatini artırdığı görülmektedir (James, vd., 2026:33). Sonuç olarak, dijitalleşme kadın girişimciler için yalnızca teknolojik bir adaptasyon süreci değil, aynı zamanda iş deneyimlerini yeniden şekillendiren stratejik bir dönüşüm aracıdır. Bu dönüşüm, kadın girişimcilerin iş dünyasında daha görünür, etkili ve sürdürülebilir olmalarını sağlamaktadır. Dijitalleşme sayesinde kadın girişimciler hem iç organizasyon yapılarında hem de dışsal pazarlama ve müşteri ilişkilerinde daha yenilikçi, esnek ve rekabetçi bir konuma ulaşmaktadır. Dijital sistemler aracılığıyla edinilen deneyim, girişimcilerin iş süreçlerinde esneklik kazanmalarına ve belirsizlikleri daha etkili yönetmelerine katkı sağlamaktadır. Ayrıca dijitalleşme,

girişimcilerin pazarlama, finans ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlarda daha doğru ve hızlı kararlar almasına yardımcı olarak, işletme performansını ve sürdürülebilir büyümeyi güçlendirmektedir (Kim & Jin, 2024:9). Bu nedenle dijitalleşme, iş deneyiminin niteliğini dönüştüren ve girişimci başarısını artıran önemli bir unsur olarak ifade edilebilir.

1.4. Girişimci Başarısı

Girişimcilik başarısı, sadece işletmelerin ekonomik performansı ile ilgili olmayıp; bireysel, örgütsel ve toplumsal boyutları içeren bir olgudur. Başarı, bir girişimcinin hedeflerine ulaşma düzeyi, yenilikçi kapasitesi, müşteri memnuniyeti yaratma becerisi ve sürdürülebilir değer üretme kabiliyeti gibi göstergelerle değerlendirilmektedir (Wach, vd., 2020:16). Maddi kriterlere bakıldığında elde edilen kâr oranı, ciro, pazar payı ve yatırım geri bildirimi olan finansal performans unsurları karşımıza çıkmaktadır. Manevi ve stratejik ölçütler değerlendirildiğinde ise sosyal etki, iş-yaşam dengesi, inovasyon gücü ve toplumsal fayda ön plana çıkmaktadır (Brush, vd., 2019:53). Bu bağlamda girişimcilik başarısı, yalnızca sayısal verilerle veya performansla ilgili değildir. Aynı zamanda girişimcinin yaşam kalitesi ve uzun vadeli sürdürülebilirliğiyle birlikte ele alınmalıdır. Kadın girişimciler özelinde girişimci başarısını belirleyen unsurlar; yalnızca bireysel çabalarla sınırlı olmayıp toplumsal cinsiyet rolleri, sahip oldukları sosyal ağların gücü, dijital beceri düzeyleri, eğitim altyapıları, iş birliği ve iletişim yetkinlikleri ile finansal kaynaklara erişim imkanlarının etkileşimiyle şekillenmektedir. Bu çok katmanlı yapı, kadın girişimciliğinin hem ekonomik performansını hem de sürdürülebilir büyüme potansiyelini doğrudan etkileyen bir dinamik oluşturmaktadır (Henry, vd., 2015:53). Literatür incelendiğinde kadın girişimcilerin başarılarını belirleyen unsurların sadece bireysel yetkinliklere bağlı olarak değerlendirilmediği görülmüştür. Aynı zamanda aile desteği, kültürel normlar ve yerel ekonomik ekosisteme bağlı olduğu vurgulanmaktadır (Aldrich, vd., 2003:18). Günümüzde dijitalleşmenin giderek hızla artış göstermesi, kadın girişimcilerin dijital ağlara entegrasyonu, e-ticaret platformlarında görünürlük sağlaması ve yenilikçi iş modelleri geliştirmesi başarıyı güçlendiren stratejik araçlar arasında yer almaktadır (UNCTAD, 2022). Bu bağlamda girişimcilik başarısı kavramı, günümüzde finansal büyümeden öteye geçerek, sosyal yenilik, sürdürülebilir kalkınma ve dijital dönüşüm ekseninde yeniden tanımlanmaktadır.

2.YÖNTEM

2.1 Araştırmanın Amacı ve Örneklemi

Bu çalışma, kadın girişimcilerin iş deneyimleri ile girişimcilik başarıları üzerinde dijitalleşmenin etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anket formu; katılımcıların demografik değişkenlerini, son bir yıl içinde işletmelerin mevcut dijitalleşme durumundaki değişiklikleri ve katılımcının girişimcilik hakkındaki görüşlerini ölçen ölçeklerden oluşmaktadır. Anket formu Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı Kadın Girişimciler Kurulu'na aktif üye olan kadın girişimcilere uygulanmıştır. Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı Kadın Girişimciler Kurulu'na aktif üye sayısı 400'dür. Anket online olarak katılımcılarla paylaşılmış ve 120 kişi anketi doldurmayı kabul etmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formu, verilerin sistematik ve kapsamlı bir şekilde toplanabilmesi amacıyla dört bölüm halinde hazırlanmıştır. İlk bölüm, katılımcıların yaş, eğitim durumu, sektör ve işletme faaliyet süresi gibi demografik özelliklerini belirleyerek çalışmaya katılanların profilini tanımlamak amacıyla oluşturulmuştur. İkinci bölüm, işletmelerin dijital araçları kullanma düzeyini ve dijital dönüşüm süreçlerindeki konumlarını belirlemek için mevcut dijitalleşme durumunu ölçmeye yöneliktir. Üçüncü bölüm, son bir yıl içerisinde işletmelerde yapılan yenilik, değişim ve dijital uygulamalardaki gelişmeleri inceleyerek dijitalleşmenin dinamik etkilerini değerlendirmeyi hedeflemektedir. Dördüncü ve son bölümde ise katılımcıların girişimcilik başarısına ilişkin algı ve deneyimlerini ölçmek amaçlanmıştır. Böylece dijitalleşmenin girişimci başarısı üzerindeki etkisi bütüncül bir bakış açısıyla ölçülmeye çalışılmıştır.

Anket soruları, Likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Toplanan anket verileri, SPSS.23 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

2.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Çalışmada kullanılan ölçekler, literatürdeki farklı çalışmalardan alınmıştır. Ölçekler ve alındıkları çalışmalar Tablo 1’ de verilmiştir.

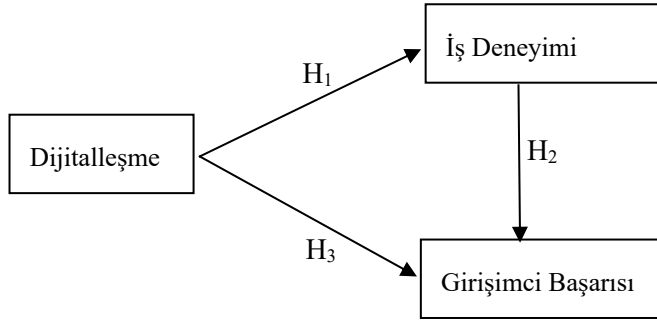
Tablo 1. Ölçek Kaynakları

Ölçekler	Soru Sayısı	Kaynak
Dijitalleşme	15	Autio, E., Chiyachantana, C. N., Castillejos-Petalcorin, C., Fu, K., Habaradas, R., Jinjarak, Y., ... & Smit, W. (2024).
İş Deneyimi	8	
Girişimci Başarısı	5	Tu, Y. T. (2024).

2.3. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası’na bağlı Kadın Girişimciler Kurulu’nda yer alan ve aktif olarak faaliyet gösteren kadın girişimcilerin iş deneyimleri ile girişimcilik başarıları üzerinde dijitalleşmenin etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



H₁: Dijitalleşmenin iş deneyimi üzerinde etkisi vardır.

H₂: İş deneyiminin girişimci başarıları üzerinde etkisi vardır.

H₃: Dijitalleşmenin girişimci başarıları üzerinde etkisi vardır.

3. BULGULAR

Çalışmada elde edilen verilerin demografik değişkenleri; frekans analizine tabi tutulmuş ve elde edilen değerler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Demografik Veriler

Medeni Durum	Frekans	%
Evli	72	60
Bekar	48	40
Toplam	120	100
Eğitim Durumu	Frekans	%
Üniversite	61	50,83%

Lise	25	20,83%
Yüksek Lisans	28	23,33%
İlkokul	6	5,00%
Toplam	120	100
Faaliyet Gösterilen Sektör	Frekans	%
Üretim	42	35,00%
Hizmet	31	25,83%
Tarım/Gıda	28	23,33%
Ticaret / Perakende / E-Ticaret	13	13,33%
Kargo	3	2,50%
İşletme Türü	Frekans	%
Şahıs/Bireysel	62	51,67%
Kooperatif	39	32,50%
Kolektif / Ortak Girişim	11	9,17%
Network	4	3,33%
Anonim Şirket	4	3,33%
Toplam	120	100
İşletme Faaliyet Süresi	Frekans	%
0–2 yıl	33	27,50%
3–5 yıl	33	27,50%
6–10 yıl	22	18,33%
11 yıl ve üzeri	32	26,67%
Toplam	120	100

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, %60'ının evli, %40'ının ise bekar olduğu görülmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında, işletme sahiplerinin yarısından fazlasının (%50,83) üniversite mezunu olduğu, bunu %23,33 ile yüksek lisans mezunlarının izlediği, dolayısıyla örneklemin eğitim düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir. İşletmelerin faaliyet gösterdiği sektörler incelendiğinde, üretim sektörünün %35 ile ilk sırada yer aldığı, hizmet (%25,83) ve tarım/gıda (%23,33) sektörlerinin ise önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. İşletme türlerinde şahıs/bireysel işletmelerin %51,67 ile ağırlıkta olması, araştırmanın özellikle küçük ölçekli girişimcileri kapsadığını göstermektedir. Faaliyet süresi bakımından işletmelerin büyük çoğunluğunun 0–2 yıl (%27,50), 3–5 yıl (%27,50) ve 11 yıl üzeri (%26,67) faaliyet gösterdikleri görülmekte olup, bu dağılım örnekleme hem yeni kurulmuş hem de uzun süredir faaliyet gösteren işletmelerin dengeli biçimde dağılım gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek için Cronbach's Alpha değerlerine bakılmış ve bu değerler Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Ölçeklerin Cronbach's Alpha Değerleri

Ölçekler	Cronbach's Alpha (α)
Dijitalleşme	0,855
İş Deneyimi	0,924
Girişimci Başarısı	0,918

Tablo 3'te yer alan Cronbach's Alpha değerleri incelendiğinde, dijitalleşme ölçeğinin 0,855, iş deneyimi ölçeğinin 0,924 ve girişimci başarısı ölçeğinin 0,918 yüksek güvenilirlik düzeyinde olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin istatistiksel analizler için güvenilir bir ölçe yapısını desteklediğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada cevaplayıcıların ölçeklere ilişkin algılarını ölçmek amacıyla ortalama ve standart sapma değerleri belirlenmiş ve Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Cevaplayıcıların Ölçeklere İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Ort.	SS.
İnsan kaynakları süreçlerimiz tamamen dijitalleştirilmiştir (örneğin, maaş ödemeleri, işe alım, eğitim vb.).	4,12	0,739
Müşteri yönetim sistemimiz ve müşteri veri tabanlarımız tamamen dijitalleştirilmiştir.	3,95	0,925
Muhasebe sistemimiz tamamen dijitalleştirilmiştir.	4,19	0,794
Üretim, hizmet ve lojistik süreçlerimizi optimize etmek için dijital teknolojiler ve veriler kullanıyoruz.	4,19	0,794
Kaynak ve envanter planlaması için dijital teknolojilerden yararlanıyoruz.	4,19	0,794
İşletmemiz tamamen veriye dayalı kararlar almaktadır.	4,12	0,739
Ürün ve hizmetlerimizi öncelikli olarak dijital kanallar aracılığıyla tanıtıyoruz.	4,26	0,819
Müşterilerimizle etkileşim kurmak için sürekli olarak sosyal medyayı kullanıyoruz (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter vb.).	4,16	1,090
Müşterilerimizin web sitemiz ve sosyal medya ile etkileşimlerini (tıklamalar, görüntülemeler vb.) sürekli olarak izliyoruz.	4,14	1,037
Müşterilerimiz çevrimiçi sipariş verebilir veya ödeme yapabilir.	4,07	1,055
Çevrimiçi puanlamaları ve müşteri yorumlarını aktif olarak takip ediyoruz.	4,26	0,928
Kendi çevrimiçi kullanıcı topluluğumuzu işletiyoruz.	4,14	0,861
Ürün ve hizmetlerimiz tamamen dijitaldir.	3,60	1,43
Ürün ve hizmetlerimiz bir mobil uygulamaya bağlıdır.	3,56	1,315
Yeni ürün ve hizmetleri test etmek ve kullanıcı geri bildirimi almak için dijital platformlar kullanıyoruz.	3,88	1,131
İşletmemizin hedef müşteri gruplarında ve müşteri segmentasyonunda değişiklik gerçekleştirdik.	3,02	1,282
Satış ve pazarlama stratejilerimiz ile operasyonel süreçlerimizde değişiklik gerçekleştirdik.	3,02	1,282
Müşterilerle etkileşim biçimimiz ve iletişim yöntemlerimizde değişiklik gerçekleştirdik.	3,26	1,197

Ürün ve hizmetlerin üretim, sunum ve dağıtım süreçlerinde değişiklik gerçekleştirdik.	3,23	1,269
Tedarikçiler dışındaki iş ortaklıkları ve stratejik iş birliklerimizde değişiklik gerçekleştirdik.	2,74	1,416
Tedarikçi ilişkilerimizde ve tedarik zinciri yapımızda değişiklik gerçekleştirdik.	2,93	1,353
Ürün ve hizmet portföyümüzde, çeşitliliğinde veya içeriğinde değişiklik gerçekleştirdik.	3,12	1,313
Faaliyetlerin hangi kısmını kendi bünyemizde, hangi kısmını ortaklarımız aracılığıyla yürüttüğümüze ilişkin yapıda değişiklik gerçekleştirdik.	2,60	1,417
İşletmemizin gelir elde etme mekanizmasında (örneğin fiyatlandırma, gelir modeli) değişiklik gerçekleştirdik.	2,91	1,288
İşletmemizin genel iş yapma biçimi, organizasyonel yapısı ve faaliyet modeli kapsamında yeniden yapılanma gerçekleştirdik.	3,02	1,300
Başarılı bir girişimci olabileceğime inanıyorum.	4,63	0,536
Kendi işletmemi kurmak ve yönetmek için çaba gösteririm.	4,71	0,551
Gelecekte bir işletme kurmaya kararlıyım.	4,53	0,702
Bir işletme kurmayı ciddi biçimde düşündüm.	4,56	0,700
Yeterli bilgi ve davranışları kullanarak başarılı bir şekilde bir işletme kurabileceğime inanıyorum.	4,58	0,698

Tablo 4'te katılımcıların dijitalleşme, iş deneyimi ve girişimci başarısı üzerindeki algıları değerlendirildiğinde; dijitalleşme ölçeğinde “Ürün ve hizmetlerimizi öncelikli olarak dijital kanallar aracılığıyla tanıtıyoruz” ve “Çevrimiçi puanlamaları ve müşteri yorumlarını aktif olarak takip ediyoruz.” ifadeleri Ort.=4,26 ile en yüksek değeri almıştır. Bu durum, işletmelerin dijital pazarlama ve müşteri geri bildirimlerini izleme konusuna büyük önem verdiğini ortaya koymaktadır. Bununla beraber, “Ürün ve hizmetlerimiz bir mobil uygulamaya bağlıdır.” (Ort.=3,56) ifadesi ise en düşük ortalama sahiptir. Bu durum, işletmelerin dijital ürün geliştirme ve mobil platform entegrasyonunda hâlen sınırlı bir uygulama düzeyine sahip olduklarını göstermektedir.

İş deneyimi ölçeğinde, en yüksek ortalama “Müşterilerle etkileşim biçimimiz ve iletişim yöntemlerimizde değişiklik gerçekleştirdik” ifadesi (Ort.=3,26), en düşük ortalama ise “Faaliyetlerin hangi kısmını kendi bünyemizde, hangi kısmını ortaklarımız aracılığıyla yürüttüğümüze ilişkin yapıda değişiklik gerçekleştirdik” ifadesinde (Ort.=2,60) gözlemlenmiştir. Bu sonuç, işletmelerin iş deneyimlerini geliştirmede özellikle müşteri etkileşimine odaklandıklarını, ancak operasyonel yapının ve ortaklarla yürütülen süreçlerin yeniden yapılandırılmasında daha az değişiklik yaptıklarını göstermektedir.

Girişimci başarısı ölçeği değerlendirildiğinde ise “kendi işletmemi kurmak ve yönetmek için çaba gösteririm” ifadesi (Ort.=4,71) en yüksek ortalama sahiptir, “Gelecekte bir işletme kurmaya kararlıyım” ifadesi (Ort.=4,53) en düşük değeri almıştır. Bu bulgular katılımcıların girişimcilik motivasyonlarının genel olarak yüksek olduğunu göstermektedir.

3.1. Hipotezlerin Test Edilmesi

Çalışmada hipotezlerin test edilmesi için Regresyon Analizleri yapılmış ve tablolarla belirtilmiştir.

Dijitalleşmenin iş deneyimi üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Dijitalleşmenin İş Deneyimi Üzerindeki Etkisi

R	R ²	Düzenlenmiş R ²	Tahmini Standart Hata	Sig.	D.Watson
0,452	0,204	0,185	0,55312	0,002	1,420

Bağımsız Değişken: Dijitalleşme
Bağımlı Değişken: İş Deneyimi

	B	Standart Hata	Std.Beta	t	Sig. (p)
Sabit	-,347	1,036		-,335	0,739
Dijitalleşme	0,822	0,253	0,452	3,245	0,002
Bağımlı değişken: İş Deneyimi					

Tablo 5'teki sonuçlara göre modelin açıklayıcılık düzeyi $R^2 = ,204$ 'tür. Dijitalleşmenin iş deneyimi üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır $p = 0.002$ ($p < 0.05$)'dir. Bu durumda dijitalleşmenin iş deneyimi üzerindeki pozitif etkisi olduğu tespit edilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

İş deneyiminin girişimci başarısı üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. İş Deneyiminin Girişimci Başarısı Üzerindeki Etkisi

R	R ²	Düzenlenmiş R ²	Tahmini Standart Hata	Sig.	D.Watson
,778	,681	,676	,42028	,000	1,830
Bağımsız Değişken: İş Deneyimi Bağımlı Değişken: Girişimci Başarısı					

	B	Standart Hata	Std.Beta	t	Sig.
Sabit	,385	,258		1,813	,000
İş Deneyimi	,952	,051	,867	17,563	,000
Bağımlı değişken: Girişimci Başarısı					

Tablo 6'daki sonuçlara göre modelin açıklayıcılık düzeyi $R^2 = ,681$ 'dir. İş deneyiminin girişimci başarısı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır $p = 0.000$ ($p < 0.05$)'dir. Bu durumda iş deneyiminin girişimci başarısı üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiş ve H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

Dijitalleşmenin girişimci başarısı üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Dijitalleşmenin Girişimci Başarısı Üzerindeki Etkisi

R	R ²	Düzenlenmiş R ²	Tahmini Standart Hata	Sig.	D.Watson
,787	,335	,711	,44511	,000	1,211
Bağımsız Değişken: Dijitalleşme Bağımlı Değişken: Girişimci Başarısı					

	B	Standart Hata	Std.Beta	t	Sig.(p)
Sabit	,471	,203		1,415	,000
Dijitalleşme	,679	,118	,787	12,216	,000
Bağımlı değişken: Girişimci Başarısı					

Tablo 7'deki sonuçlara göre modelin açıklayıcılık düzeyi $R^2 = ,335$ 'tir. İş deneyiminin girişimci başarısı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır $p = 0.000$ ($p < 0.05$)'dir. Bu durumda dijitalleşmenin girişimci başarısı üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiş ve H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma sonucunda hipotezlerinin kabul durumları Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Hipotezlerin Kabul Durumu

	Kabul Durumu
H₁: Dijitalleşmenin iş deneyimi üzerinde etkisi vardır.	Kabul
H₂: İş deneyiminin girişimci başarısı üzerinde etkisi vardır.	Kabul
H₃: Dijitalleşmenin girişimci başarısı üzerinde etkisi vardır.	Kabul

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, dijitalleşmenin kadın girişimcilerin iş deneyimi ve girişimci başarısı üzerindeki etkilerini incelemesi bakımından önem taşımaktadır. Özellikle Erzurum illerde kadın girişimciliğinin güçlendirilmesine dair sınırlı sayıda çalışmanın bulunması bu çalışmanın literatüre katkısını artırmaktadır. Çalışma, dijitalleşme ve iş deneyimi gibi kritik faktörlerin girişimcilik başarısına olan etkilerini ortaya koyarak, kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik politika, eğitim ve yatırım stratejilerinin geliştirilmesine ışık tutmaktadır. Ayrıca elde edilen bulgular, bölgesel kalkınma, ekonomik sürdürülebilirlik ve kadın istihdamının artırılması açısından alana destek vermektedir.

Bu çalışma kapsamında dijitalleşme, iş deneyimi ve girişimci başarısı arasındaki ilişkiler bütüncül bir yaklaşımla incelenmiş ve elde edilen bulgular doğrultusunda üç hipotezin de kabul edildiği görülmüştür.

Çalışmanın sonuçları, dijitalleşmenin iş deneyimini geliştirdiğini ortaya koymaktadır. İşletmeler, dijital teknolojileri kullanarak süreçlerini optimize etmekte ve müşteri etkileşimini artıracak uygulamalara öncelik vermektedirler. Bu durum, işletmelerin deneyimlerini artırarak, esnek ve yenilikçi bir yapıya kavuşmasını sağlamaktadır. İş deneyimi ise girişimcilik başarısında kritik bir rol oynamaktadır. Bu durum girişimcilerin stratejik karar alma ve başarı odaklı hareket etme kapasitesini etkilemektedir. Ayrıca dijitalleşmenin girişimci başarısı üzerindeki etkisi, girişimcilerin iş süreçlerini daha verimli yönetmelerine, müşteri ilişkilerini güçlendirmelerine ve stratejik karar alma kapasitelerini artırmalarına katkı sağlamaktadır. Genel olarak, bulgular dijitalleşme ve iş deneyiminin birbirini destekleyerek girişimci başarının yükselmesine katkı sağladığını göstermekte ve işletmelerin dijital dönüşüme yatırım yapmasının stratejik açıdan önemini vurgulamaktadır.

Erzurum ilinde faaliyet gösteren kadın girişimciler açısından değerlendirildiğinde, araştırma bulguları dijitalleşmenin iş deneyimi ve girişimci başarısı üzerinde önemli bir belirleyici olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede, Erzurum’daki girişimcilere yönelik dijitalleşme odaklı eğitim ve uygulamalı atölye çalışmalarının artırılması, özellikle teknoloji kullanımında zorlanan girişimciler için önemli katkılar sağlayacaktır. İl genelinde KOSGEB, ETSO ve yerel kalkınma ajanslarının dijital dönüşüme yönelik destek programlarını çeşitlendirmesi, girişimcilerin dijital araçlara erişimini kolaylaştırarak iş süreçlerini daha verimli hale getirecektir. Ayrıca, deneyim paylaşımı yoluyla öğrenmenin girişimci başarısını artırdığı göz önünde bulundurulduğunda, Erzurum’daki başarılı girişimcilerin mentorluk rolü üstlenebileceği, kadın girişimcilerin de aktif biçimde yer alacağı yerel girişimcilik ağlarının oluşturulması önerilmektedir. Şehrin dijital altyapısının güçlendirilmesi, e-ticaret ve dijital pazarlama ekosisteminin desteklenmesi ise girişimcilerin hem bölgesel hem ulusal pazarlarda rekabet gücünü artıracaktır. Bu kapsamda, Erzurum’un girişimcilik potansiyelinin dijital dönüşümle birlikte daha görünür hale geleceği ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bununla beraber farklı sektörlerde dijitalleşme düzeylerinin girişimcilik performansına etkisi karşılaştırmalı olarak analiz edilerek sektörler arası farklılıkların ortaya çıkarılması önerilebilir. Araştırmanın Erzurum ili bağlamında gerçekleştirilmiş olması, yerel girişimcilik ekosistemine özgü özelliklerin etkili olabileceğini düşündürdüğünden, gelecekte benzer çalışmaların farklı illerde veya ulusal düzeyde yapılması bulguların genellenebilirliğine katkı sağlayacaktır.

REFERENCES/KAYNAKÇA

- ALDRICH, H. E., JEFFREY E. CLIFF (2003). “The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward a Family Embeddedness Perspective.” *Journal of Business Venturing* 18/5, 573–96.
- ARTHUR, M. B., KHAPOVA, S. N., & WILDEROM, C. P. (2005). ‘Career success in a boundaryless career world.’ *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 26/2, 177-202.
- AUTİO, E., CHİYACHANTANA, C. N., CASTILLEJOS-PETALCORIN, C., FU, K., HABARADAS, R., JINJARAK, Y., ... & SMIT, W. (2024). “Adoption of digital technologies, business model innovation, and financial and sustainability performance in start-up firms” *ADB Economics Working Paper Series*, 734.
- BRUSH, CANDIDA, LINDA F. EDELMAN (2019). Tatiana Manolova, and Friederike Welter. “A Gendered Look at Entrepreneurship Ecosystems.” *Small Business Economics* 53/2, 393–408.
- EUROPEAN COMMISSION/ JOINT RESEARCH CENTRE (2019). *Vectors of Digital Transformation*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Erişim:19.10. 2025. <https://www.sipotra.it/wp-content/uploads/2019/03/VECTORS-OF-DIGITAL-TRANSFORMATION.pdf>.
- GLOBAL TRENDS TO SUPPORT FEMALE ENTREPRENEURS (2024). Women’s Business & Society. Erişim:20.10.2025. <https://www.wusme.org/sme-news/global-trends-to-support-female-entrepreneurs/>.
- GUALANO, MARCO R., BUTTIGIEG, MOSCATO (2023). “Impact of Digitalization on Workers’ Health and Work-Life Balance.” *Frontiers in PublicHealth*, 11.
- GÜLSOY, S., & Ş. ŞİŞECİOĞLU (2023). “Esnaf Kültürünün Değişimi: Erzurum’da E-Ticaretin Etkisi.” *Edebiyat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, no. 71, 18–26.
- HENRY, CLIVE, FOSS, FAYOLLE, WALKER, DUFFY (2015). “Entrepreneurial Leadership and Gender: Exploring Theory and Practice in Global Contexts.” *Journal of Small Business Management* 53/ 3, 581–86.
- https://unctad.org/system/files/official-document/dtlecdc2022d3_en.pdf.
- JAMES, I., IBUKUN, T., & NG, P. Y. (2026). Opportunities or Threats: Impact of Digital Engagement on Marginalized Women Entrepreneurs. *Gender, Work & Organization*, 33(1), 164-180.
- JAVED, AYESHA, ZESHAN ASHRAF, SHAHBAZ (2025). “Digital Transformation and Its Influence on Women’s Economic Empowerment in Pakistan.” *Sustainable Futures*, 10.
- KARASAR, NİHAT (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Baskı 35. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- KIM, J., & JIN, W. (2024). “Impact of digital capabilities on entrepreneurial performance in SMES”. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9.
- KIM, J., & JIN, W. (2024). “Impact of Digital Capabilities on Entrepreneurial Performance in SMEs”. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9-4.
- KIM, JIN, Y. A. KIM, L. Q. WEI, G. ZHOU (2025). “Female Entrepreneurs and International Entry Mode Choice: Evidence from Entrepreneurial Firms in China.” *Journal of World Business*, 5.
- LUTHFIA, A., HERWATI, E., BISMO, A. (2025). “Digital Transformation and Sustainable Growth: Empowering Women Entrepreneurs in MSMEs Through Enhanced Digital Literacy”. In *19th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication*, 1-7.
- MK SCIENCES. “Article 1727159911.” Erişim:20.10.2025. https://mkscienceset.com/articles_file/909-_article1727159911.pdf.
- NG, T. W., & FELDMAN, D. C. (2020). “The relationships of age with job attitudes: A meta-analysis.” *Personnel psychology*, 63/3, 677-718.

- OECD. (2019). *Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives*. Paris: OECD Publishing. Erişim:20.10.2025.
https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2019/03/going-digital-shaping-policies-improving-lives_g1g9f091/9789264312012-en.pdf
- OECD, (2019). *Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future*. Paris: OECD Publishing. Erişim:19.10. 2025.
https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2019/03/measuring-the-digital-transformation_g1g9f08f/9789264311992-en.pdf.
- RAJPUT, VIKAS, (2025). “The Role of Digital Transformation in Shaping Entrepreneurial Success.” *Journal of Marketing & Social Research* 2, 395–400.
- Sİ, SHU, HALL, SUDDABY, AHLSTROM, WEİ (2023). “Technology, Entrepreneurship, Innovation and Social Change in Digital Economics.” *Technovation*, 119.
- TU, Y. T. (2024). “The role of green social behavior in frugal innovation and entrepreneurial success: The moderating impact of knowledge management”. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9/4.
- TOBB KADIN GİRİŞİMCİLER KURULU. *Erzurum Kadın Girişimciler Kurulu Stratejisi ve Yol Haritası*. Ankara: TOBB. Erişim:20.10. 2025.
<https://www.tobb.org.tr/TOBBKadinGirisimcilerKurulu/Documents/StratejiUygulamaYolHaritasi/TOBB%20Erzurum%20Kad%C4%B1n%20Giri%C5%9Fimciler%20Kurulu%20Stratejisi%20ve%20Yol%20Haritas%C4%B1.pdf>.
- TÜRKONFED. “Türkonfed ve İş Bankası İş Birliği ile Yürütülen ‘Girişimde Kadın Gücü’ Projesinin Erzurum Etkinliği Yapıldı.” Erişim:20.10.2025. <https://turkonfed.org/tr/detay/4284/turkonfed-ve-is-bankasi-is-birligi-ile-yurutulen-girisimde-kadin-gucu-projesinin-erzurum-etkinligi-yapildi>.
- UGHETTO, E., ROSSİ, M., AUDRETSCH, D., LEHMANN, E. E. (2020). “Female entrepreneurship in the digital era”. *Small Business Economics*, 55/2, 305-312.
- UNCTAD. “Digital Economy Report (2022).” Erişim:20.10.2025.
- VIAL, G. (2021). “Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda.” *In Managing Digital Transformation*, 13–66.
- WACH, DOREEN, STEPHAN, GORGIEVSKI, WEGGE (2020). “Entrepreneurs’ Achieved Success: Developing a Multi-Faceted Measure.” *International Entrepreneurship and Management Journal*.16/3, 1123–51.
- WORLD BANK. “ReportWorldBank.” Erişim:20.10.2025
<https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/811165b6-3c51-4acb-8e09-9f5aa6364106/content>.

EXTENDED SUMMARY

The main aim of this study is to examine the impact of digitalization on women entrepreneurs' work experience and entrepreneurial success. Rapid developments in digital technologies have transformed entrepreneurial activities and reshaped competitive conditions across industries. Digital transformation is no longer considered merely a technological innovation; rather, it has become a strategic necessity for enterprises seeking sustainable growth, innovation, efficiency, and long-term competitiveness. For women entrepreneurs, digitalization offers important opportunities to overcome traditional barriers, participate more actively in economic life, and manage businesses more effectively. Digital technologies facilitate access to information, wider markets, financial resources, and professional networks while enabling entrepreneurs to operate beyond geographical limitations. Consequently, digitalization may significantly influence both entrepreneurial experiences and business outcomes.

The increasing use of digital tools, including social media platforms, e-commerce applications, digital payment systems, cloud technologies, and customer relationship management software, has fundamentally changed entrepreneurial processes. Through these technologies, entrepreneurs can strengthen customer relationships, diversify marketing activities, improve operational efficiency, and make data-driven decisions. Moreover, digitalization supports innovation by encouraging the development of new products, services, and business models. Despite these advantages, empirical studies focusing specifically on women entrepreneurs remain limited, particularly in regional contexts. Therefore, this study aims to fill an important gap in the literature by examining the relationships among digitalization, work experience, and entrepreneurial success from a holistic perspective.

The research was conducted on women entrepreneurs operating in Erzurum and registered with the Erzurum Chamber of Commerce and Industry Women Entrepreneurs Board. The population consisted of approximately 400 active women entrepreneurs. Data were collected using an online survey method, and usable responses were obtained from 120 participants. The questionnaire consisted of four sections. The first section examined demographic characteristics, including age, education level, sector, and entrepreneurial experience. The second section measured the current level of digitalization within businesses. The third section evaluated digitalization and innovation activities implemented during the previous year and assessed changes in work experiences. The fourth section measured perceptions regarding entrepreneurial success. All measurement items were prepared using five-point Likert scales ranging from strongly disagree to strongly agree. The collected data were analyzed using the SPSS 23 software package. Descriptive statistics were used to summarize participant characteristics, whereas regression analyses were performed to test the proposed hypotheses and determine relationships among variables.

The findings indicate that women entrepreneurs actively utilize digital tools and particularly emphasize digital marketing activities. Within the digitalization dimension, the statements "promotion of products and services through digital channels" and "monitoring online customer reviews" produced the highest mean values (Mean = 4.26). These findings demonstrate that participants attach considerable importance to digital marketing practices and customer feedback management. Continuous interaction with customers through digital channels appears to be a strategic priority for many businesses. Conversely, the statement "integration of products and services with mobile applications" produced a comparatively lower mean value (Mean = 3.56). This result suggests that although women entrepreneurs frequently adopt basic digital applications, they remain relatively limited regarding advanced technological integration and sophisticated digital transformation initiatives.

Regarding work experience, the statement "making changes in customer interaction and communication methods" received the highest mean score (Mean = 3.26). This finding indicates that entrepreneurs prioritize customer-oriented transformation processes and adapt communication practices according to evolving market conditions. In contrast, the statement "structural changes in conducting activities within the enterprise and through partners" obtained a lower mean score (Mean = 2.60), suggesting a relatively cautious attitude toward restructuring organizational and operational processes.

Within the entrepreneurial success dimension, participants demonstrated high motivation and commitment. The statement "I make an effort to establish and manage my own business" had the highest mean value (Mean = 4.71), indicating strong entrepreneurial motivation. Similarly, the statement "I am

determined to start a business in the future” showed a relatively lower mean value (Mean = 4.53), although this score still reflects substantial entrepreneurial determination.

All hypotheses developed within the research framework were supported. The results reveal that digitalization has a significant and positive effect on work experience. The effective use of digital technologies improves business processes, increases efficiency, and strengthens customer-oriented practices. Furthermore, work experience significantly affects entrepreneurial success. As experience increases, entrepreneurs improve their strategic decision-making abilities and become more success-oriented. Digitalization also exerts a direct positive influence on entrepreneurial success by increasing performance, strengthening customer relationships, and generating competitive advantages. Overall, digitalization and work experience mutually reinforce one another and contribute significantly to entrepreneurial success. These findings highlight the importance of supporting women entrepreneurs through digital training programs, technological infrastructure investments, and policies encouraging sustainable digital transformation.