

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI
KADIN ÇALIŞMALARI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ OLGUSU:
SİSTEMATİK BİR YAZIN İNCELEMESİ

Müge GÜLDAŞ DURAK

Danışman
Dr.Öğr.Üyesi Emir ÖZEREN

İZMİR – 2019

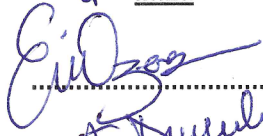
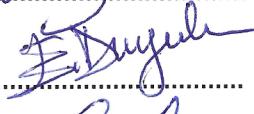
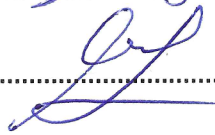
YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : MÜGE GÜLDAŞ DURAK
Öğrenci No : 2016800377
Tez Başlığı : Anne Girişimciliği Olgusu: Sistematik Bir Yazın İncelemesi

Savunma Tarihi : 08/08/2019
Danışmanı : Dr.Öğr.Üyesi Emir ÖZEREN

JÜRİ ÜYELERİ

<u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u>	<u>Üniversitesi</u>
Dr.Öğr.Üyesi Emir ÖZEREN	- Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Ethem DUYGULU	- Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi Erhan AYDIN	- Uşak Üniversitesi

4 **İmza**




MÜGE GÜLDAŞ DURAK tarafından hazırlanmış ve sunulmuş olan bu tez savunmada başarılı bulunarak oy birliği (✓) / oy çokluğu () ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Erkan GÖKSU
Müdür V.

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Anne Girişimciliği Olgusu: Sistematik Bir Yazın İncelemesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

04/07/2019

Müge GÜLDAŞ DURAK

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Anne Girişimciliği Olgusu: Sistematik Bir Yazın İncelemesi

Müge GÜLDAŞ DURAK

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı

Kadın Çalışmaları Yüksek Lisans Programı

Kadın girişimciliği çalışmalarına son yıllarda gösterilen ilginin ışığında, küresel pazarlarda değişen sosyokültürel şartlar yeni bir kavramı ortaya çıkarmıştır. “Anne girişimciliği” kavramının kadın girişimciliğinin bir alt dalı olarak son yıllarda dikkat çekmesine rağmen, hala anne girişimciliğinin kadın girişimciliğinden ve temel olarak girişimcilikten nasıl ve neden ayrıldığına dair yazında çeşitli eksiklikler mevcuttur. Bu çalışma, anne girişimciliğine dair yapılan çalışmaları sistematik literatür incelemesi ile araştırmayı amaçlamıştır. Web of Science, Scopus ve ESCI veritabanları kullanılarak, bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırma kriterlerine uygun olarak elde edilen çalışmalar üzerinde iki ayrı içerik analizi uygulanarak çalışmalar temalara ayrılmıştır. Bu analizler Betimleyici ve Tematik Analizdir. Elde edilen temalar (a) Medya Temsillerinde Kadın ve Anne Girişimciler (b) Coğrafi ve Politik Eksenlerde Anne Girişimciliği, (c) Toplumsal Cinsiyetçi Söylem Eleştirileri ve (d) Girişimciliğin Bir Alt Dalı Olarak Anne Girişimciliği Kavramı olarak sınıflandırılmıştır. Sistemik literatür taraması sonucunda elde edilen bulgular ışığında anne girişimciliği ile ilgili gelecek araştırmalara ilişkin öneriler ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler : Anne Girişimciliği, Kadın Girişimciliği, Girişimcilik, Annelik

ABSTRACT
Master's Thesis
The Mumpreneurship Phenomenon : A Systematic Literature Review
Müge GÜLDAŞ DURAK

Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of Women's Studies
Women's Studies Program

In light of the recent interest in women's entrepreneurship studies, changing socio-cultural conditions in global markets have created a new concept. Although the concept of “mother entrepreneurship” has attracted attention in recent years as a sub-branch of women entrepreneurship, there are still some deficiencies in the literature about how and why mother entrepreneurship differs from women entrepreneurship and mainly entrepreneurship. This study aimed to investigate the studies on mother entrepreneurship with systematic literature review. The bibliometric analysis was performed using Web of Science, Scopus and ESCI databases. Two separate content analyzes were applied on studies obtained in accordance with the research criteria and the studies were divided into themes. These analyzes are Descriptive and Thematic Analysis. The themes were classified as (a) Women and Mother Entrepreneurs in Media Representations (b) Mother Entrepreneurship on Geographical and Political Axes, (c) Gender Critical Discourse Critics and (d) Mother Entrepreneurship as a Sub-Branch of Entrepreneurship. In the light of the findings obtained as a result of the systematic literature review, suggestions for future researches about maternal entrepreneurship were discussed.

Keywords : Mumpreneurship, Mother Entrepreneur, Women Entrepreneurship, Entrepreneurship, Motherhood

ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ OLGUSU : SİSTEMATİK BİR YAZIN İNCELEMESİ

İÇİNDEKİLER

TEZ/PROJE ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK

1.1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ GÜNCEL KAVRAMLAR	4
1.1.1. Girişimsel Yeterlilik ve İlgili Boyutlar	5
1.2. GİRİŞİMCİLİK VE KÜLTÜREL PERSPEKTİF	5

İKİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİKTE CİNSİYET VE KADIN

2.1. GİRİŞİMCİLİKTE TOPLUMSAL CİNSİYET ÖN YARGILARI	7
2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE FEMİNİST PERSPEKTİFTEN BAKIŞ	8
2.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE UYGULAMALAR	9
2.4. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE ETKİ EDEN UNSURLAR	11
2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE ENGEL OLUŞTURAN FAKTÖRLER	12

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDEN ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNE

3.1. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI	13
3.2. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNİN EKONOMİDEKİ ROLÜ	14
3.4. ANNELİK, ÇOCUK BAKIMI VE GİRİŞİMCİLİK ÜÇGENİ	15
3.5. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR	17
3.6. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNDE MOTİVASYONLAR	19

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR İNCELEMESİ

4.1 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	22
4.1.1. Araştırmanın Amacı Ve Soruları	26
4.1.2. Araştırmanın Önemi	26
4.1.3. Araştırmanın Sınırlılığı	27
4.1.4. Araştırmanın Bulguları	27
SONUÇ	38
KAYNAKÇA	40

TABLO LİSTESİ

Tablo-1: Araştırmaya Dahil Edilen Yayınların Betimleyici Analizi	s.32
Tablo-2: Araştırmaya Dahil Edilen Yayınların Tematik Analizi	s.37



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Sistemik Literatür Taraması Protokol Akışı	s.23
Şekil 2: Sistemik Literatür Taraması Protokol Şeması	s.25
Şekil 3: Araştırmaya Konu Olan Yayınların Anahtar Kelime Dağılımları	s.29
Şekil 4: Araştırmaya Konu Olan Yayınların Tarihsel ve Bağlamsal Ağırlığı	s.36



GİRİŞ

Günümüz iş koşulları değerlendirildiğinde, değişen ekonomik dengeler ile girişimcilik sektörünün iş yaşamında büyük bir ekonomik kaynak oluşturduğunu görmekteyiz. (Kuratko, D.F, 2005) Bireylerin geleneksel ücretli çalışmadan uzaklaşarak, kendi işlerini kurma yönündeki eğilimlerinde ve geçmişe yönelik araştırmalarda girişimciliğin genellikle eril bir perspektiften ele alındığı görülmektedir. Kadın girişimciliğinin bir alt dalı olarak anne girişimciliğinin de iş dünyasında artış gösterdiğini ve bunun yeni bir kavram olarak dikkat çektiğini literatüre katılan son araştırmalar sıklıkla göstermektedir. (Lee, H., Lee, J., Shim, K., & Lee, H., 2016)

Çağdaş ekonomi ve sosyal düzenler değişse bile patriarkal ve erkek temelli kavramlar varlığını sürdürmektedir. İş dünyasında erkek girişimcilerin ile birlikte kadın girişimcileri de incelendiğinde, kadın girişimcilerin çoğunluğunu en az bir çocuk sahibi olan biyolojik annelerin oluşturduğunu görmekteyiz. Bu durum, yeni bir tanım ve sıfatı beraberinde getirerek, son yıllarda literatürde yerini alan “mumpreneur” , “anne-girişimci” kavramını ortaya çıkarmıştır. Anne-girişimci kavramı, Ekinsmyth, C. (2011) tarafından ‘yeni iş fırsatlarını keşfederek bunlardan sosyal ve coğrafi kapsamda istifade eden, anneliğin ve iş sahibi olmanın ihtiyaçlarını birleştirmeye çalışan birey.’ olarak tanımlamaktadır. Anne-girişimciler, kadın girişimcilerin çocuk sahibi olmalarından sonra şekillenen bir çoğunluktan oluşmaktadır. Çocuk sahibi olan kadınlar, hem kariyer sahibi olabilmelerini hem de çocuklarına zaman ayırabilmelerini sağlayan işler kurarak girişimciliğe yönelmektedirler. Bu kadın grubu ‘her şeye sahip’ yaklaşımı ile yeni bir tanım altında toplanmaya çalışılsa da, hem kendilerine bir kariyer yolu oluşturmaya çalışıp hem de geleneksel annelik kodlarını sürdürmeye çalışmak sanıldığı kadar kolay değildir.

Ücretli iş gücüne katılım veya iş gücünden ayrılarak anneliği kendi sosyal rolleri olarak kabul etmek ayrımı her anne ve/veya anne adayının karşılaştığı zorluklar arasında yer almaktadır. Medyada oluşturulan anne imajlarından, yeni anneler için hazırlanan kişisel gelişim kitaplarına kadar annelik kavramı üzerine yeni tanımlar oluşturularak, annelere bu seçimin sinyalleri sunulmaktadır. Birçok dile

çevrilen, Eisenberg ve arkadaşlarının 2002 senesinde kaleme aldığı “What to Expect When You Are Expecting” “Bebeğinizi Beklerken Sizi Neler Bekler?” kitabı aile ve iş hayatı dengesini bir seçim olarak sunmuştur. Aynı şekilde dünyaca ünlü W.Sears, M. Sears, R. Sears ve J. Sears’ın yazdığı “Baby Book” - “A’dan Z’ye Bebek Bakımı” (2003), ‘daha iyi bir bebek’ sahibi olmanın şartlarında, bebeğin annesi ile doğrudan temas halinde olması gerekliliğini savunmaktadır. Uzmanlar sürekli olarak kadınların ya anne ya da iş hayatında çalışan birey olmak arasında bir seçim yapmaları yönünde bilgiler paylaşmaktadır. Özellikle, iş gücüne katılım göstermeyen ve zamanını evde geçiren kadınların, daha iyi anne olabildikleri vurgulanırken; iş gücüne katılım gösteren ve evde zaman geçiremeyen kadınların ise annelik ile bağlarının kopuk olacağına dair veriler paylaşılmaktadır. Zamanını evde geçiren anneler, çocukları ile etkileşim içinde bulunurken aynı anda onlara atfedilen ev içi görevlerini de herhangi bir gelir sahibi olmaksızın sürdürmektedirler. Bu süreç zarfında evden sürdürebilecekleri veya yarı zamanlı katılım gösterebilecekleri maaşlı bir iş arayışı annelerin gerçekleri arasında yer almaya başlamıştır. (Duberley & Carrigan, 2012) ‘Anne girişimci’ kavramının doğuşu ise bu içerik ile oluşan fırsatlardan beslenmektedir. Anne-girişimci çocuk bakımı ile ilgili sorumluluklarını yerine getirirken kendisine gelir getirebilecek yeni fırsatlar yaratan kadınlar için kullanılan tanımlayıcı bir sıfattır.

Literatürde son yıllarda kadın girişimciliğinin bir alt dalı olarak kendisine yer edinen anne girişimciliği kavramı ve bu yeni girişimcilik türünü etkileyen çeşitli değişkenler, bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Sistemantik literatür incelemesi yöntemi izleyen bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır: Çalışmanın birinci bölümünde genel olarak girişim ve girişimcilik kavramlarına güncel yaklaşımlar, ikinci bölümde kadının girişimcilik eksenindeki gelişmekte olan yeri ve toplumsal cinsiyet perspektifi, üçüncü bölümde girişimcilik ekseninde kadın girişimciliğinden anne girişimciliğine uzanan kavramlar ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise anne girişimciliği kavramı üzerine gerçekleştirilen sistemantik literatür taraması yer almaktadır. Sistemantik literatür taraması protokolü Tranfield, Denyer ve Smart, 2003’ten uyarlanmıştır.

Çalışma aynı zamanda anne girişimciliği konusunda Türkiye’de gerçekleştirilen ilk yüksek lisans tez çalışması olmakla birlikte, gelecek çalışmalara ışık tutması beklenen açık ve şeffaf bir literatür taramasını derlemeyi amaçlamaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK

1.1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ GÜNCEL KAVRAMLAR

Girişimcilik kavramı üzerine gerçekleştirilen araştırmalar büyük oranla girişimciliğin tanımlanması ve girişimciliğin bütünsel olarak ne ifade ettiğini ortaya koyabilmek üzerine olmuştur. Buradan yola çıkarak, “Girişimci Kimdir?” sorusuna cevap aranmıştır. Johnson, Newby ve Watson (2014) e göre, girişimci değişimi, yaratıcılığı ve yenilikçiliği iş alanlarına uzun soluklu taşıyan kişilerdir.

Küçük işletme kurucuları ve girişimciler, toplumların ekonomik gelişmelerine yaptıkları katkı ile 1980 ve devamında yapılan araştırmalarda dikkatleri çekmiştir. (Akehurst vd., 2012) Bugünün ekonomisine bakıldığında, girişimcilik, oldukça fazla seviyede karmaşa ve belirsizliğin olduğu bir alanda, yeni imkanların yaratılması anlamını taşımaktadır. Girişimcilik hakkındaki kültürel araştırmalar; eğitimciler, araştırmacılar ve politika sağlayıcılar arasında birincil önem taşımaya başlamış; akademisyenler girişimciliğin ve girişimcilik çeşitlerinin neler olduğuna dair araştırmalara yönelmişlerdir. Bu bağlamda, bir kişinin kendi işine sahip olması veya kendi başına bir fırsat başlatması; girişimcilik kavramının temel tanımı ile örtüşmektedir. (Audretsch vd., 2015, 2016). Diğer yandan, girişimcilik ile ilgili daha farklı tanımlara baktığımızda, değişen ürünler ve değişen süreçler yenilikçi aktiviteler ile girişimciliğin temelini oluşturmuştur. Girişimcilik üzerine başka bir tanım, Leyden ve Link (2013) tarafından öne sürülmüştür. Bu tanım girişimciliğin temel karakteristik özelliklerine işaret ederek karar verme yetisini vurgulamıştır. Girişimciliğin dinamik doğası, girişimcinin aldığı kararlar ile tanımlanmaya başlamıştır. Girişimciliğin dinamik doğası, girişimsel imkanların çeşitliliğine bağlanarak bu uygulama ve düzenlemeler üçe ayrılmıştır (Teece, 2012). Fırsat tanımlama ve değerlendirme(hissetme), kaynak oluşturma(kavrama) ve -yenilenme(dönüşüm) olarak sıralanan bu süreç, dinamik girişimciliğin günümüz temelini oluşturmaktadır.

1.1.1. Girişimsel Yeterlilik ve İlgili Boyutlar

Girişimsel öz yeterlilik ve girişimcinin karakteristik özellikleri üzerine yürütülen görgül çalışmalar, risk performansı üzerine dayandırılmıştır. Lee vd., (2016) girişimsel yeterliliği beş boyutlu olarak ele almıştır. Bunlar; (1) iç görü yolu ile imkanları geliştirmek (fırsat yeterliliği), fark etmek; (2) yönetsel becerilere sahip olmak; (3) adayları eğitebilmek, güven oluşturmak ve çalışanlar ile iyi ilişkiler kurmak, gelişmiş bir kurumsal iletişim sürdürmek (ilişki yeterliliği); (4) kişisel özelliklerin girişimcilik özellikleri ile örtüşmesi (kişisel yeterlilik); (5) belirsiz şartlarda bile kararlılık göstermek (bağlılık yeterliliği). Görüldüğü gibi, girişimsel yeterlilikler farklı alanlarda etki göstererek, girişimciyi başarıya götürecektir boyutlar olarak sunulmaktadır.

Bireysel, çevresel ve organizasyon dahilindeki boyutların birleşerek girişimcilik açısından verimli sonuçlar yarattığı ileri sürülmüştür (Baum et al.2001) Örneğin Man vd., (2002) altı yeterlilik alanı belirlemiş ve bunları; fırsat, organize edebilme, stratejik davranabilme, ilişki, bağlılık ve kavramsal yeterlilikler olarak sıralamıştır. Priyanto ve Sandjojo (2005) ise girişimcinin öz yeterliliğini dört ayrı bölüme ayırmış ve bunları; endüstriyel beceriler, yönetsel beceriler, fırsat yaratma becerileri ve teknik beceriler olarak sıralamıştır. Bu çok katmanlı ve yenilikçi girişimci öz yeterlilik modelleri, girişimciliğin ne kadar karmaşık bir olgu olduğunu göstermekte ve girişimcilik kavramı üzerine daha çok akademik çalışmanın gerçekleştirilmesini gerekli kılmaktadır.

1.2. GİRİŞİMCİLİK VE KÜLTÜREL PERSPEKTİF

Girişimciyi tarihsel, ekonomik, sosyal, çevresel veya kişisel olarak tanımlayan değişkenler üzerine net bir uzlaşma literatür derinlemesine incelendiğinde bulunamamaktadır; fakat literatürde, girişimcilik kavramına yönelik bazı yaklaşımlar kendilerine yer bulmuştur. Bu yaklaşımlardan kimileri kesin bir şekilde ekonomik değişkenlerden bahsederken, kimileri multi-disipliner yaklaşımı öne çıkarmaktadır (Murphy vd., 2006; Hisrich vd., 2007).

Çeşitli değişkenler, zaman içinde bölgeye ve ülkeye göre tanımlanmıştır (Grilo ve Thurik, 2004). Kùltürler arasındaki girişimciliği tanımlamanın zorluğu,

yönetim ve girişimcilik literatürüne dikkat çekmektir. Bir tarafta uluslararası farklılıkların bireyler üzerindeki etkileri; ülkeler, milletler ve toplumsal değerlerin, inançların ve davranışların temsilcisi olarak sunulmuştur (Zander ve Romani, 2004). Diğer yanda ise; küreselleşme ve teknolojik yenilikler kültürün ulusal temsilini değiştirmiştir (Sackmann ve Philips, 2004). Toplumlara özel güç mesafesi, bireysellik, belirsizlikten kaçış ve erkek egemenliği gibi kültürel değerlerin girişimcilik kararlarını etkilediği gibi (Hofstede, 2010), farklı milletlerden gelerek ortak bilişsel senaryolardan etkilenen girişimciler de ortak karar alabilmektedir (Mitchell vd.,2000). Çoklu kültür perspektifi, çevrenin girişimcilik üzerine etkilerini hem ulusal hem de global kültürün bireysel girişimlere etkisi bağlamında ele alarak başarı ve başarısızlık etkilerini gözlemlemiştir (Garcia-Cabrera ve Garcia-Soto, 2008; Hopp ve Stephan, 2012).

Derinlemesine bakılırsa, girişimcilik kavramı küresel olduğu kadar yerel ve ulusal gerçeklerden de oldukça etkilenmektedir. Yeni bir işletme kurma, yeni bir değer oluşturma gibi girişimler belirli gelenekler, sosyo-kültürel normlar, çevresel ve ekonomik içerikler, resmi ve resmi olmayan kuruluşlar, insan kaynakları kalitesi, bölgesel kaynaklar bağlamında belirli özellikler geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır (Audretsch ve Fritsch, 2002; Fritsch ve Mueller, 2004; Kotey, 2006; Hopp ve Stephan, 2012).

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİKTE CİNSİYET VE KADIN

2.1. GİRİŞİMCİLİKTE TOPLUMSAL CİNSİYET ÖN YARGILARI

Kadınların girişimcilik alanında hızla büyüyen bir orana sahip olduğundan ve yenilikçilik ile toplumların ekonomilerine yaptıkları katkılardan bugün girişimcilik ve kadın girişimciliğine yönelik yapılan oluşturulan yazının birçoğunda bahsedilmektedir. Kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi gerekliliği sıklıkla ele alınmaktadır Ahl, H. (2006). Hisrich (1986), çalışmasında, kadın ve erkek girişimciler arasındaki güçlü benzerliklere dikkat çekmiş olsa da; Ljunggren ve Alsos (2007)'e göre girişimcilik, yirmi birinci yüzyılda hala erkek liderliğinde büyüyen bir harekettir.

Kadınların ve erkeklerin girişimciliğe gösterdikleri katılım farkı, GEM (Küresel Girişimcilik Monitörü) ekonomilerinde %5 daralmaya gitmiş olsa da, kadınlar kendi işlerini kurmayı fırsattan ziyade gereklilik nedeni ile tercih etmektedir (GEM, 2017). Kadınların kurdukları girişimlerin büyüme oranları daha düşük oranlara işaret etmektedir. Girişimcilik teorisinde ve pratiğinde yer alan konseptler eril bir dil ile açıklanarak, kadın girişimciliği girişimciliğin bir alt dalı olarak ele alınmıştır (Lansky, 2000). Kadın girişimciliğinin, girişimciliğin bir alt dalı olarak algılandığı sistemden uzaklaşmak için, girişimcilik kavramının “cinsiyetsizleştirme” aşamasından geçmesi zorunlu görünmektedir. (De Bruin vd. 2006,2007).

Kadın girişimciliği, 1980'lerde ortaya çıkarak 1990'lar ortasında hızla artış göstermiş, 2000 yıllardan bu güne akademik literatürde görünürlük kazanmıştır. Erkek kuruculu işletmelere oranla, kadınlar tarafından kurulan işletmelerin geleneksel olarak kadın egemen endüstrilerde bulunduğu ve daha az yenilikçi, daha küçük ölçekli, büyümeye daha az istekli ve global düzeyi düşük olduğu araştırmalarda ortaya çıkmıştır (Niefert ve Gottschalk 2015; Strohmeier vd. 2017). Kadın girişimcilere ait yapılan araştırmalar sonucunda belirli karakteristik özellikler ve kadınların girişimciliğe yönelmesine etki eden faktörler saptanmıştır. İnsan kaynakları, cinsiyet temelli mesleki seçimler, aile sorumlulukları ve aile ile denge kurma bu faktörlere dahil edilebilmektedir (Kay vd., 2014; Leicht ve Lauxen-Ulbrich 2005; Leoni ve Falk 2010).

2.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE FEMİNİST PERSPEKTİFTEN BAKIŞ

Kadın girişimciliğini incelerken temel kabul edilen girişimcilik kavramı günümüzde halen erkek egemen gelişimini sürdüren kavram ile örtüşmektedir. Kavramın içinde yer alan eril belirleyiciler, girişimciliğin temel taşlarını oluşturan özellikler olarak kabul edilmiştir (Stevenson 1990). Feminist perspektif ile bakıldığında, söz konusu bu durum erkek egemen bakış açısının devamı niteliğindedir. Bourdieu'e (2013) göre patriarkal yapılar günlük alışkanlıklarımızın her yerindedir ve aşılması zordur. Girişimciliği eleştirel feminist görüş ile değerlendirdiğimizde, kadınların girişimcilikte varoluşunu, kadınların bir başka alanda daha yüksek sesini duyurma çabaları ile erkek hegemonyasına bir başkaldırı olarak görebiliriz (Henry vd., 2015).

Dişil karakter özelliklerinin ve temsiliyetinin girişimcilik özelliklerinden tamamen ayrı tutulması, feminist araştırmacıların yönelttiği eleştirilerden biri olmaktadır (Haidinger ve Knittler 2014). Toplumsal cinsiyet rolleri temel alınarak oluşturulan araştırmalarda, dişil değerler ve sorunlar dışlanmaktadır (Jennings, 1993). Kadın girişimciliğini, hegemonik ve erkek egemen özellikler ile değerlendirmek, kadınları erkekler ile kıyaslamak üzerine çalışmalar üretmekten başka bir sonuç vermeyecektir (Henry vd., 2015). Bu tür çalışmalar, kadın girişimciliğine toplumsal cinsiyet perspektifinden bakamayarak, toplumsal cinsiyet körü bir yaklaşımla değerlendirmektedir. Diğer yandan girişimciliğe atfedilen olumlu karakteristik özellikler, büyük ölçüde eril özellikler ile örtüşmektedir (Ahl, 2006:1042). Kadın girişimciliği kavramı ve konusu araştırılırken; kadınlar girişimcilik için yetkin görülmemekte ve belirli cinsiyet ön yargılarına yenik düşmektedir (Baron vd., 2001:45). Feminist teorileri Ahl (2006:2576) üç kategori altında incelemiştir. Bunlar; liberal feminist teoriler, sosyal/radikal feminist teoriler ve sosyal yapısalcı ya da post-yapısalcı feminist teorilerdir. Liberal feminist teoriler, kadın ve erkeği eşit görürken, kadının erkekten geride kalmasının sebeplerini yapısal engellere bağlamaktadır. Bunlara eğitimdeki eşitsizlik ve cam tavan örneği verilebilir. Sosyal/radikal feminist teoriler ise, kadın olmanın toplumsal ve iş alanında sağlayacağı yararlarından bahsetmektedir. Sosyal inşacı veya post-yapısalcı olarak tanımlanan feminist teorilerde ise kadın ve erkek kimlikleri ile

ilgilenilmezken, feminenlik ve maskülenlik inşaları, yine bu kavramların sosyal düzen içindeki yerleri konu edilmektedir.

Akademik literatürde girişimciliğe dair birçok kişilik ve yeterlilik ölçekleri de erkek girişimci örneklemelerinden yola çıkarak hazırlanmıştır (Brush, 1992:27). Richomme-Huet ve Vial (2014), kadın girişimciliğini tüm girişimcilik hareketinin içinde az değeri taşıyan bir kavram olarak görmüş ve bu hareketin erkekler tarafından baskılandığını savunmuştur. Medya yansımalarında ise girişimcilik; bireysellik, macera, acımasızlık ve agresiflik gibi eril özellikler ile anlatılmakta; kadınların girişimcilikteki rolü ise toplumsal ve hane içi rollerini dengelemek için başlatılan bir hareket olarak gösterilmektedir. (Hamilton, 2013:32)

Ahl (2006:1265) yaptığı çalışmaya göre, liberal feminist teoriler kapsamında, kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar fırsat eşitsizlikleri ekseninde değerlendirilirken, sol feminist görüş ise girişimcilik kavramının toplumsal cinsiyet özellikleri taşıyan bir kavram olduğu üzerinde durmuş ve girişimciliğin feminen özelliklerinin de incelenmesi gerektiğine dikkat çekmiştir.

2.3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE UYGULAMALAR

Girişimciliği tanımındaki sabit olmayan ve akışkan olarak nitelenebilecek gerçeklik, kadın girişimciliği kavramında da karşımıza çıkmaktadır. Kadınlar, düşük risk gerektiren girişimler ile bağdaştırılmakta, kazanımları erkeklere oranla rakamsal olarak çok daha altlarda değerlendirilmektedir. Öz yeterlilik ve risk alma gibi alanlarda da kadınlar düşük değerler ile karşımıza çıkmamaktadır (van der Zwan vd., 2012:12). Her şeye rağmen, küresel anlamda kadınların girişimciliğe katılımı her geçen gün yükselmekte ve ekonomik pazarlara katkıları azımsanmayacak düzeylere erişmektedir (Kelley vd., 2014:4). OECD (2012:2) raporuna göre, istihdam pazarında kadın girişimciliği değerli bir pay sahibi olmaktadır. Rapora göre, kadın girişimciler erkek girişimcilere oranla gerçekleştirdikleri girişimlerinden daha fazla tatmin olmakla beraber, daha yüksek bireysel kazanım değerleri ortaya koymaktadır. Eşitlik, güçlendirme, sosyal hayata dahil olma ve farklı iş alanlarında yönetsel ve organizasyon perspektifler oluşturma açısından kadın girişimciliğinin desteklenmesi ulusal ve küresel düzeylerde önem taşımaktadır.

Bir başka konu olarak, günümüzde kadın girişimciliği araştırmaları toplumsal cinsiyet farklılığına odaklanmaktadır (Shneor vd.,2013). Bahsi geçen toplumsal cinsiyet farklılığı ile ilgili bireysel harici, sosyo-ekonomik boyutlara uzanan belirleyiciler sunulmaktadır. (Klapper ve Parker, 2011). Örneğin; kurulan işletmelerin büyümesine dair motivasyon ve beklentilere yönelik bireysel farklılıklar görülebilmektedir. Erkekler, birincil olarak finansal başarılarından etkilenirken, kadınlar ise tanınma, yenilik ve kendini gerçekleştirme gibi değişkenler sayesinde motive olduklarını belirtmiştir. (Manolova vd., 2012). Yürütülen diğer araştırmalarda, girişimcilik konusunda kadınların sahip olduğu öz yeterlilik ve öz güven değerlerinin erkeklere kıyasla daha düşük olduğu, risk alma söz konusu olduğunda kadınların geri planda kalmayı seçtikleri için daha düşük sermayeli girişimlerde bulundukları saptanmıştır (Wilson vd., 2007). Harici etkilere bakıldığında, bireyselden farklı olarak, insan kaynakları, ailevi sorumluluklar ve finansal sermayelerin cinsiyetler arasında eşitsiz dağılımı görülmektedir (Çetindamar vd., 2012). Her iki cinsiyet için de girişimcilikte çevresel faktörler acımasız olsa da, kadın girişimcilerin çevresel faktörleri daha zorlayıcı ve daha az ödüllendirici bulduğu belirtilmiştir (Zhao vd., 2005). Sosyal ve iş ağları oluşturmadaki farklılıklar da girişimcilikte cinsiyetler arasındaki harici farklılıklara dahil edilmektedir. Kadın girişimcilerin iş ilişkilerine ailevi, sosyal ve kişisel ilişkilerini dahil ederek, erkeklere oranla daha işbirlikçi yaklaşımı dikkat çekmektedir (Brush, 1992:65). Kadınlar için oluşturulan girişimcilik adına oluşturulan normatif destekler; sosyokültürel yapılar çerçevesindeki değerleri, beklentileri ve rolleri temsil etmektedir (Baughn vd., 2006:43). Kadın girişimciler, aldıkları kararlarda aile veya toplum gibi kültürel faktörlerden daha fazla etkilenmektedir. Seçimlerini ataerkil kurallara dayandırmaktadırlar (Klapper ve Parker, 2011:55). Çalışmalar, kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla fırsatlara yönelik değil, gereklilik sonucu girişimcilik dünyasında rol oynadıklarını ortaya koymaktadır (Pines vd., 2010:13).

2.4. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE ETKİ EDEN UNSURLAR

Günümüz global yapısında girişimciliği ele aldığımızda, kadın girişimciliği üzerinde en büyük faktörün eğitim olduğuna işaret edilmektedir. Eğitim, girişimcilik içindeki sosyal ve iş ağları oluşturma sürecinde, sermayeye ulaşım ve girişimciliğin karakteristik özelliklerinde etki etmektedir. Eğitim, risk alma performansı ile doğru orantı göstermektedir (Robinson ve Sexton, 1994:54). Bireylerin fırsatları yakalamalarında, eğitim önemli rol oynamakta ve öz yeterliliği arttırmaktadır (Mitchell vd., 2000:4). Garcia-Cabrera ve Garcia-Soto'ya göre, eğitim, iş kurma sürecinde “banka korkusu” olarak tanımlanan, banka ile kurulan ilişkilerden korkma duygusunu da aynı şekilde azaltmaktadır. Sermayeye ulaşım, ağ oluşturma, bilgi paylaşımı ve bilgi, yenilikçi bir sistem kurmakta girişimcilik sürecinde önemlidir (Cantner ve Graf, 2004:2).

Bu bağlamda incelendiğinde kadınları bir iş kurarak girişimciliğe karar verme noktasına getiren etkenler, “itici” ve “çekici” faktörler olarak ikiye ayrılabilir. İtici faktörler daha önce de bahsedildiği gibi kadın girişimcilerin istek ve seçim yapmak yerine girişimci olmaya “iten” faktörler olarak görülebilirken; “çekici” faktörler ise daha çok fırsat ve yenilik imkanı görerek teşvik olan kadınları işaret etmektedir. Bruni, Gherardi ve Poggio (2004:13)'e göre, itici faktörler kadınların ayrımcılığa maruz kalmaları gibi temalar içerirken, çekici faktörler daha çok esneklik ve kendini gerçekleştirme temaları ile kadın girişimcileri etkilemektedir.

Kadın girişimciliğine yol açan faktörler, literatürde son yirmi yıl çerçevesinde değişimler göstermiş olsa da, genel kanı Zellner'in (1994:67) bahsettiği gibi kadınların iş-yaşam dengesini sağlamak istemelerine yönelik arayışlarının altını çizmektedir. Burada kadınlar sahip oldukları iş ve ailevi sorumlulukları aynı anda dengeli bir biçimde yerine getirebilmek için esnek bir iş yaşamı tercih etmeye başlamakta, kendi ücretli işlerinden ayrılarak girişimlerini gerçekleştirmektedirler. Kişisel hedefler ve kendini gerçekleştirme ise bir diğer etken olarak kadın girişimciliği araştırmalarında göze çarpmaktadır. Özellikle “cam tavan” ile karşılaşmakta olan kadınlar, kendini ve potansiyellerini gerçekleştirme, toplumda tanınma isteği, cinsiyet ayrımcılığından kurtulma ve aile bütçesine katkı gibi nedenler ile kadın girişimci olmayı tercih etmektedir (Ivancevich, Konopaske ve Matteson, 1997:78).

2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNE ENGEL OLUŞTURAN FAKTÖRLER

Kadın girişimciliği, farklı engelleri de beraberinde getirmektedir. Kadın girişimciler; aile, eğitim, cinsiyet ve ağ oluşturma gibi konularda devamlı çözüm üretmek durumunda bulunmaktadır. Bu gibi engeller, kadın girişimcilerin kişisel olarak işlerini ileriye taşımalarında etki göstermekte ve sorun teşkil edebilmektedir (Sexton, 1989:43).

Girişimciliğin bir alt dalı gibi ele alınmakta olan kadın girişimciliği, batı literatüründe üç temel engel faktörü altında incelenmektedir. Birinci faktör, kadına yüklenen aile ve ev sorumlulukları ile kadının toplumdaki temel görevini işaret eden rol tanımlamasıdır. Bu engel, kadının kendi işini kurduğundaki saygınlığını ve güvenilirliğini de etkilemektedir. İkinci faktör ise, toplumsal cinsiyet önyargıları ve bu önyargıların beraberinde getirdiği dışlama mekanizmalarıdır. Üçüncü faktör olarak değerlendirilen konu ise kadının sermayeye erişimidir. Daha önce de bahsedildiği gibi, kadınların paraya erişimi, “banka korkusu” olarak tanımlanan sermaye talep edememe benzeri faktördür (Bruni, Gherardi ve Poggio, 2004:87).

Toplumsal cinsiyet kanaatleri dışında, kadınların iş ve aile yaşamı arasında denge bulma çabası, kadın girişimciliğinin günümüzdeki en dikkat çeken kanadını inşa etmektedir. Kumbhar (2013:12)’e göre kadınların iş ve aile yaşamında dengenin bulunmaması, mali olarak kadınların özgür olmayarak mallar üzerinde doğrudan yetki sahibi olamamaları, risk alma, mesleki eğitim ve hareket kabiliyeti eksikliği kadın girişimcilerin gelişmesinde engeller olarak yerini korumaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDEN ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNE

3.1. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI

Anne girişimciliği kavramının temeli, *USA Today* gazetesinde çıkan “takımlarını, uzun seyahatleri ve dokuzdan altıya çalışma hayatını evde çalışmak için değiştiren farklı bir anne türü” konulu bir makaleye kadar uzanmaktadır (Kim, 1991). Yirmi beş yıl boyunca evden çalışma deneyimine sahip olan iki Amerikalı kadın girişimci, Patricia Cobe ve Ellen H. Parlapiano, anne girişimciliği kavramını daha güçlü hale getirmiş ve kavram üzerine iki kitap kaleme alarak tamamen yeni bir alanın oluşturulmasına katkı sağlamışlardır. 2005 yılında, *USA Today* makalesinde ev hanımı annelerin evde kurdukları işlerden bahsederken, gün geçtikçe daha fazla annenin kendi işini kurarak aynı zamanda ailesi ile ilgilenmeyi sürdürmesi, ekonomide artan değer olarak ele alınmıştır (Strauss, 2005). Üç yıl sonra *Sunday Times* gazetesi, anne girişimciliğinin hali hazırda talepkar olan çocuk bakımına yeni bir zorlayıcı faktör eklemek gibi görünmesine rağmen gün geçtikçe artan bir değer ve istatistiklerin yadsınamaz olduklarından bahsetmiştir (Slater, 2008).

Uluslararası düzeyde yayılmaya başlayan “Anne Girişimciliği” olgusu, akademisyenler ve araştırmacılar tarafından hayli tartışmalı bir yeni feminizm kimliği olarak algılanmaktadır (Ekinsmyth, 2013). Çocuk sahibi olan kadın girişimciler dünyaya “anne girişimciliği” hareketi ile tanıtılmış, ve bu girişimciliğin benzersiz bir kısmı olarak kabul edilmiştir. Kadın girişimciler, girişimciliği iş ve aile sorumlulukları arasında denge bulabilmelerini sağlayan bir pratik olarak tanımlamışlardır (Richomme-Huet vd., 2014:3). “Anne girişimciliği” kavramı, Ekinsmyth (2011)’e göre girişimciliğin iş ve hayat uyumluluğu getiren bir başka formudur; böylece “anne” ve “iş kadını” sıfatları arasındaki keskin çizgiyi bulanıklaştırmaktadır. Ekinsmyth (2011)’e göre “anne girişimciliği”, kendi işlerini kuran iş kadınları tarafından bu kavram çerçevesinde mümkün olabilecek ağ oluşturma ve desteği kazanmak için oluşturulmuş bir sıfattır. Etiketleme sürecinin önemi, derin bir öneme sahip olarak algılanmaktadır, çünkü bir olguya kavram olarak atıfta bulunulmaksızın, bu belirli girişimcilik biçimini ayırt etmek ve

tartışmak mümkün değildir. Sunulan anne girişimciler grubunun özellikleri, teoride olduğu gibi, geniş ölçekli bir dikkati hak eder. Bu kadın girişimci grubu, kapsamlı annelik beklentileri ve kariyer beklentilerinin inşasını değiştirmiştir. Temel olarak, arka planda yatan amaç evde çocukları için bulunması gerektiği düşünülen annelerin aynı zamanda başarılı bir kariyer hedeflemeleri ile ortaya çıkan sorunları çözmeleridir. (Duberley vd., 2013:33) “Anne Girişimciliği” kavramının esas odak noktası kadının ekonomik ve ailesel anlamda güçlenmesi, ayrıca özgürlük için değerli bir araç oluşturmasıdır (Richomme-Huet vd., 2014:23).

3.2. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNİN EKONOMİDEKİ ROLÜ

1990’lardan bu yana, anne girişimciliği hareketi yalnızca Amerika ve Kanada’da 6 ila 7 milyon kadını temsil etmeyi sürdürmektedir (Froger, 2010:45). Her ne kadar anne girişimciliği üzerine küresel düzeyde resmi rakamlar ve anketler hala eksik olsa da, anne girişimciliği iş dünyasının reddedilemez gerçeklerinden birini temsil etmektedir. Kanada’da her beş küçük ve orta ölçekli girişimden dördü kadınlar tarafından yaratılmakta ve bu kadınların yüzde seksenini anneler oluşturmaktadır (Froger, 2010:46). Avustralya’da ise iş yaşamında uzaktan çalışma ve evden çalışma gibi seçenekleri tercih eden çalışanların yüzde yetmiş beşi kadınlardır (Ross, 2010:23). Birleşik Krallık’ta kadın girişimcilerin üçte birinden fazlası otuz yaşın altında ve 1.2 milyondan fazla serbest çalışan kadındır. Bunların yüzde 74’ü kendi işlerini iki yaşından küçük çocuk sahibi oldukları süre zarfında kurmuşlardır (Morrison, 2013:2). Mumpreneurs UK araştırmasına göre, 1.2 milyon serbest çalışan kadının, tahmin edilen 300.000’i anne girişimcidir ve ekonomiye her yıl £7.4 milyar katkı sağlamaktadır.

İşletme, ekonomi ve sosyal bilimler gibi disiplinlerde sıklıkla serbest çalışma kavramı tartışılarak, kadınların farklı yollar ile hem ücretli çalışma hayatlarını hem de çocuk bakımı sorumluluklarını yerine getirmeleri konu edilmektedir (Noseleit, 2014:11). Çocuk sahibi olan kadın girişimciler, erkek girişimcilere oranla iş ve aile kısıtlamalarını daha fazla yaşamaktadır (Arendell, 2000:67). Jennings ve McDougald (2007:4)’a göre annelik konsepti aile bağlamını genel olarak temsil eden bir metafor olarak algılanmıştır. Bu nedenle, bu konseptin farklı etkilerini kadınlar erkeklere oranla daha fazla hissetmektedirler. Kadın girişimci olmaya ek olarak anne olmak,

anne girişimcilerin farklı kurallar, değerler ve sosyal beklentiler gibi sorunlarla karşılaşma risklerinin diğer girişimci gruplarına oranla yüksek olması ve bu durumun başarıyı etkilemesi anlamı taşımaktadır. (Jean, 2012:6) Çoğu kez, kadınlar için birincil sorumluluk ve önem çocuk bakımı olduğu görülmektedir. Jacobs ve Gerson (1997:55)'e göre, annelerin çoğunlukla durumlarının üstesinden gelmek için iş bağlamında daha az seçenekleri bulunmaktadır.

3.4. ANNELİK, ÇOCUK BAKIMI VE GİRİŞİMCİLİK ÜÇGENİ

Geçtiğimiz on yılda, kendilerine ailevi sorumluluklar yüklenen daha çok kadın, ücretli işlerinden ayrılarak girişimci olmaya yönelmiştir. Bu değişim için duyulan güçlü isteğin kaynağı, kadınların anne olmadan önce sahip oldukları yaşam tarzının anne olduktan sonra farklılık göstermesidir (Richomme-Huet vd., 2014:2). Jean (2012:44-45)'ye göre annelerin girişimcilik fırsatlarına yönelmesinde günden güne artan trendler, büyük ölçüde çalışan bir annenin ne yapması gerektiğine dair gerçekçi olmayan beklentilerin ve bu beklentiler için çaba sarf etmenin korkusu ve suçu ile ilgilidir. Kadınlar erkeklere eşitlik göstererek kendi işletmelerini çeşitli pazarlarda ve endüstrilerde kurabilir, fakat buradaki önemli meydan okuma durumu anne iken kadınların kendi işletmelerine sahip olmalarıdır. Aynı zamanda, sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler geleneksel çalışma hayatından girişimcilik dünyasına geçişi güçlendirmekte ve yararlı şartlar sunmaktadır (Richomme-Huet vd., 2014:56-60).

Anne girişimciler, günümüzde hala işletme girişimi kurma, yaratma ve geliştirme alanlarında farklı engeller ile karşılaşmaktadır (Nel, 2010:21). Akademik dünya, çocuklu kadınların kendi işlerini kurmaları yönünde hala saklı engellerin olduğu yönünde varsayımları desteklemektedir. Çift kazançlı ailelerde, hala kadının çalışma saatlerini dikkate almaksızın ev ve çocuğa dair sorumlulukları yüklenmesi gerekliliğine dair tartışmalar sürmektedir. Anne girişimciler için birincil istek, aileleri ve daha geniş toplumsal değerler için sürdürülebilir bir ortam yaratmaktır (Nel, 2010:21). Akademik çalışmalarda, girişimciler genel olarak fırsatlar arasında potansiyel değerleri keşfedip geliştirebilen bireyler olarak tasvir edilmektedir. Diğer yandan, anne girişimciliği kavramı, girişimcilik kavramına tamamen farklı ve yeni

bir boyut eklemektedir. Bu yeni boyut, anne girişimcisi olarak tanımlanan kendi işinin sahibi kadınların girişimcilik ve annelik arasındaki dengeyi bulmuş ve başarmış olmalarıdır (Nel, 2010:21-26).

Annelik kavramı, anneyi kendisini diğerlerinin bakımına adanmış kadın olarak tasvir etmektedir (Arendell, 2000:65-70). Kavrama kuvvetle odaklanıldığında, kadınların çocuk yetiştirme, büyütme faaliyetlerinde bulunmaları, canlılıklarını yalnızca gebe kalma, doğum yapma ve doğum yapma kapasitelerini sınırlandırma yerine yetiştirme faaliyetlerinde bulunmalarının derinlemesine gösterildiği ortaya çıkmaktadır (Arendell, 2000:34). McDowell (2005:43), anne girişimcilerin, annelik ve iş yaşamı arasındaki sınırla ilgili kendi seçimlerine dayalı kesin bir anlaşma beklentileri olduğunu savunmaktadır.

Kültürler arasında annelik kavramının tanımlanması çeşitlilik göstermiş ve her toplum kendi kurallarını, inançlarını, beklentilerini, değerlerini ve sembollerini yaratmıştır. İyi anne, her toplumun kendi terimleri ve gelenekleri ile tekrar tanımlanmıştır (Duberley ve Carrigan, 2013:21). Örneğin etnik köken ve sınıf gibi sosyal yapılar, kadınlar nasıl anne olduklarına ve çocuklarına karşı görevlerini nasıl yerine getirdiklerini etkilemiştir (Liamputtong, 2006:32-65). Bazı araştırmacılar, iyi annenin evde bütün zamanını çocukları ile geçiren anne olduğunu savunmuştur (Johnston ve Swanston, 2006:509-519; Duberley ve Carrigan, 2013:13). Diğer yandan farklı araştırmacılar ise iyi anneliğin, anne tarafından çocukları ile ilgilenme sorumluluğun hissedilmesi olduğu ileri sürülmüş; fakat annenin bütün gününü çocuklarına adanarak evde kalmasını desteklememişlerdir (Gregory ve Milner, 2009; Kodagoda, 2011:234-235).

Kadın girişimciliğe dair yapılan araştırmalardaki dikkat çeken eğilimlerden biri, kadınların aile sorumlulukları ile birlikte girişimciliğe dair beklentilerinin ele alınmasıdır (Ahl, 2006:1042-2587). Bu nedenle, kadın girişimciliğine dair hızla artan akademik çalışmalar, kadın girişimcilerin “birincil sorumluluklarının aile olduğuna” dair varsayımlar ileri sürmektedir (Bruni, Poggip ve Gherardi, 2005:54-69). Girişimciliği konseptlere ayırırken, cinsiyet rollerinin de önem taşımaya başladığı bu noktada görülmüş olsa da, toplum kadınları üretici olmaya teşvik etmekte, kadınları aile sorumluluklarını iş bağlılıkları ile sürdürme alanında yönlendirmektedir (Woldie ve Adersua, 2004:43-45). Kadının tarihindeki anne ve ev hanımı olarak algılanma

durumu, günümüzde işletme sahibi olan kadınların iş ve aile dengesi kurması zorunluluğu her toplumun yüzleşmekte olduğu yeni bir kavramdır (Crompton, Lewis ve Lyonette, 2007:32).

3.5. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR

Kadınlar, kariyer gelişimi ve annelik konusunda çoğunlukla çocuğuna birincil ilgiyi göstermek gibi sosyal beklentiler, çelişkili sosyal durumlar ile karşı karşıya kalmaktadır (Duberley ve Carigan, 2013:14). Evde ve iş yerindeki tüm anneler, kendilerini çocuklarının istekleri karşısında feda etmeleri ve zamanlarını çocuklarının bakımına ve aktivitelerine ayırmaları gerektiği ideolojisinden etkilenmektedir (Johnson ve Swanson, 2006:11). Anne girişimciliği çalışmalarındaki ortak faktör, anne girişimcilerin neredeyse tamamının çocuğuna bakmak istemesi ve çoğunluğun iş yaşamı ile anneliği birlikte sürdürmenin stresli zamanlarından bahsetmesidir.

Martin (2001)'e göre, kadın işletme sahipleri için en temel engel zaman eksikliği olarak belirtilebilir. Örneğin, kadınlar için toplantılara katılmak ailevi bağlılıklar nedeni ile zorlaşabilmektedir (Blisson ve Rana, 2001:43). Sonfield ve Lussier (2009) kadınların başkalarına daha bağımlı ve başkaları hakkında ilgili olduğunu, erkeklerin ise daha özgür davranma eğiliminde bulunduklarını ortaya koymuştur. Blisson ve Rana (2001) araştırmasına göre, Asyalı kadınların karşısına kendi iş çevrelerini oluştururken karşılaştıkları temel engel olarak cinsiyetleri, kültürel geçmişleri ve özgüven eksiklikleri çıkmıştır. Aslına bakılırsa, farklı iş gruplarından kişiler ile ağ oluşturma denemelerinde karşılaştıkları zorluklar, erkek girişimcilerle aynı şekilde işlerini yürütmelerine engel olan ev içi sorumlulukları ve kültürleridir (Blisson ve Rana, 2001:109).

Thomson vd., (2009:45-90) a göre, anne girişimciliğinin sağlaması umulan esnek çalışma alanı her zaman pozitif getirilere sahip değildir ve bedeli yüksek olabilir. Bu bedel işletmelerini evden sürdüren kadınlar için daha az kazanç, ticari kısıtlamalar ile karşılaşma, güven eksikliği ve sınırlandırılmış büyüme gibi sorunları kapsayabilmektedir. Bunun yanı sıra, Humbert ve Lewis (2008:60)'e göre, girişimciler esnek çalışmayı artırdıkça, çalışma saatleri kısalma yerine uzamaktadır.

Diğer yandan, işletmelerini evden sürdüren anne girişimciler, aile ve iş konusundaki talepleri yönetmeye çalışarak devam eden bir zorlanma süreci geçirmektedirler (Shelton, 2006). Bu nedenle, serbest çalışma faydaları, aile ve iş çatışmalarını önleminin zorlukları devam ettiği için, erkeklere oranla kadınlara daha az yarar sağlamaktadır (Parasuraman ve Simmers, 2001:56).

Ned vd. (2010:12) Avusturalya’da gerçekleştirdikleri çalışma sonrasında, anne girişimcilerin karşılaştıkları temel zorlukları beş başlık altında toplamışlardır;

- (1) Eğitim ve deneyim eksiklikleri, iş planlarının hazırlanması
- (2) Finansman yaratma, sermaye bulma, insan kaynakları kısıtları ve problemleri
- (3) Öz güven, öz yeterlilik eksiklikleri ve başarısızlığa dair sahip oldukları ön yargılar
- (4) İş ve ailevi sorumluluklar arasında denge kurulmak istenirken, her ikisinde de başarısız olma korkusu
- (5) Kendi işlerini kuran anne girişimcilerin, iş kurma ve sürdürme aşamalarında ailelerinden destek alamamaları

İki anne girişimci Lisa ve Tracey, bir magazin dergisinde yayınlanan röportajlarında anne girişimciliğinin “hepsi bir arada” hayalinin bir yanılsama olduğundan bahsetmektedir. Lisa ve Tracey bu röportajda (Will ve Dehn, 2006:3);

- (1) iş ve ev sorumluluklarının aynı anda devam edip, kendilerini ezdiğinden,
- (2) çocuklarla kaliteli vakit geçirmek için seçtikleri anne girişimciliğinin, onlar işlerini hallederken çocukların arabada beklemeleri ile geçtiğinden,
- (3) kendine özel zaman ayırma gibi bir şanslarının kalmadığından,
- (4) eşleri ile zaman geçirme vakitlerinin daraldığından ve çocuklar uyuduktan sonra kalan işlerini tamamlamaya çalıştıklarından bahsetmişlerdir.

Lisa ve Tracey, anne girişimciliğinin hem çocuklarla ilgilenmek hem de evden işini sürdürmek olmadığını, aksine hem anneliği hem de iş kadını olmayı aynı anda başarılı ile halledebilmek olduğunu zaman içinde öğrendiklerini belirtmişler, bunun çok zor bir bedel ile karşılanabilirken karşılığında kişisel özverilerin bulunduğu dikkat çekmişlerdir (Will ve Dehn, 2006:3).

3.6. ANNE GİRİŞİMCİLİĞİNDE MOTİVASYONLAR

Günümüzde gerçekleştirilen çalışmalar, kadınların girişimcilik dünyasına girmesinde ikircikli bakış açıları ortaya koymaktadır. Rehman ve Frisby (2000), bu konu hakkında iki farklı alternatif bakış açısı sunar. Birincisi, “özgürleştirme” bakış açısıdır. Bu bakış açısı, serbest çalışmayı ideal çalışma seçeneği olarak sunar. Özerklik, özgürlük ve kontrol kavramları serbest çalışma ile ilişkilendirilerek kadınlar için özgürlükçü kavramlar olarak addedilmektedir. Bu kavramlar geleneksel ücretli çalışma yolu ile kazanılması güç öz tatmin, teşvik ve finansal ödülleri de beraberinde getirmektedir (Jurik, 1998:43). Buna zıt olarak, diğer bakış açısı “ötekileştirme” perspektifidir. Bu bakış açısı ise serbest çalışma hayatını istikrarsız, düşük gelir ve emeklilik, prim ve iş güvenliği avantajlarından yararlanamama olarak tanımlar (Carr, 1996; Young ve Richards, 1992:65). Bu nedenle, girişimciliğin kadınları kolektif gücün merkezinden uzaklaştırarak ekonomide ötekileştirdiği savunulmakta, ve temel görevlerinin bakım olduğunu somutlaştırmaktadır (Gurstein, 1995:52; Phizacklea ve Wolkowitz, 1995:76). Cinsiyet ön yargılarının her alana yayılması ile birlikte, Kelan (2008:3) “anne girişimciliği” kavramını; kadınların anne olmaları dışında farklı nedenlerle girişimciliği seçerek kariyerlerini geliştirebileceklerini savunurken, neden erkek girişimcilerin hiçbir zaman “baba girişimciliği” başlığı altında tanımlanmadığını sorgular. Akademik çerçevede olmasa da son yıllarda bloglar ve köşe yazıları gibi kaynaklarda baba girişimciliği ve baba girişimci kavramı İngiltere ve Amerika odaklı olmak üzere karşımıza çıkmaktadır (Halaç, 2019).

Duberley ve Carrigan (2012) çalışmasında, anne girişimciliği motivasyonlarını üç başlıkta incelemiştir. Bunlardan ilki iyi bir anne olmak, ikincisi annelik ve iş yaşamını birleştirerek günlük hayatı organize edebilmek, üçüncüsü ise kadınların yalnızca ev hanımı olmadıklarını öz yeterlilik ve öz saygı çerçevesinde ortaya koyuşlarıdır. Korsgaard (2007) anne girişimciliği üzerine yapmış olduğu söylem analizinden, annelerin girişimcilik ile orantılı motivasyonlarını üç temel maddeye ayırmıştır. Bunlar; birincil olarak kariyer ve iş ile ailevi sorumlulukları dengeleme arzusu, ikincil olarak ailevi sorumluluklarını yerine getirirken zorlanmadığı bir iş ortamı yaratmak, esnek çalışma ortamı ve kendi yöneticiliğini

üstlenmek ve üçüncül olarak ev hanımlılığının yanı sıra yeni bir iş deneyimi kazanma isteği olarak sıralanmaktadır.

Ekinsmyth (2011), anne girişimciliği literatürüne sağladığı katkılar ile ön plana çıkarken, anne girişimciliğini ekonomik coğrafya farklılıklarına dayandırmış ve İngiltere’de yaşayan 28 anne girişimci ile yaptığı yoğun mülakatlar sonucu anne girişimciliğinin iki temel motivasyonu olduğunu ileri sürmüştür; birincil motivasyon anne olmanın kadına getirdiği yeni hayat standartları ve bu standartların yarattığı yeni fırsatları görerek, girişimciliğe yönelme; ikincil motivasyon ise annelerin ekonomik katkı sağlamak isteyerek, içinde bulundukları durumları göz önüne alarak uygun bir çözüm arayışlarıdır.

Ekinsmyth (2011), bu çalışmada ekonomik coğrafyadan bahsederken, kadınların anne olduktan sonra zamanlarını geçirdikleri ortamların değişmesinden ve bu yeni ortamların farklı girişimcilik fikirleri doğurma potansiyelinden bahsetmiştir. Bunlar aynı zamanda yeni sosyal ve kültürel ağlar yaratarak, kadınlara parklar, okul bahçeleri, etkinlikler gibi farklı girişim alanları yaratmaktadır. (Halaç, 2018) Ayrıca Ekinsmyth (2011) çalışmada, annelerin çocuk sahibi olduktan sonra mevcut işlerini sürdürülebilir bulmaması, büyüme hedeflerinden vazgeçmesi veya bu hedefleri belirli bir zamana kadar ertelemeleri gibi noktalara değinilmiştir. Bu nedenle, anne girişimcilerin motivasyonları, erkek girişimcilerden ziyade kadın girişimcilerin motivasyonlarından bile farklılaşmaktadır. Anne girişimcilerin, diğer girişimci modellerine oranla ekonomik ve finansal beklentilerden daha birincil nedenleri olduğu vurgulanırken, buna en büyük örneği iş-aile dengesini kurabilen iş-anne kadını olmak oluşturmaktadır.

Bir başka çalışmaya baktığımızda, motivasyon anlamında Jean ve Forber (2012), Kanadalı 20 anne girişimci ile yaptıkları yarı yapılandırılmış görüşmeleri sonucu, anne girişimcilerin motivasyonlarını beklenti teorisi üzerine kurmuşlardır. Beklenti teorisine göre, anne girişimcilerin iş kurarken sahip oldukları motivasyon hem aileleri hem de bireysel olarak kendileri için istenen ortamı sağlamaktır. Çalışma sonunda, anne girişimcilerin sahip oldukları temel motivasyonlar üç başlık altında toplanmıştır (Jean ve Forbes, 2012); Birinci başlık klasik faktörlerden oluşturmaktadır, bunlar; kendi işletmesine sahip olmak, başarı ve özgürleşmedir. İkinci başlık içsel faktörlerden oluşmaktadır, bunlar; öz yeterliliğin ortaya koyulma

isteği, öz tatmin, aileye ve topluma dair bir amaç sahibi olmaktır.   nc  başlık ise iş ve aile dengesini kurma kavramlarını içermektedir.

Osomo (2014) ise, anne girişimciliğinin literatürde yer edinmesi ile yeni çalışılan bu alanda yazılan ilk lisansüstü tez olarak literatürde bulunmaktadır. Finlandiya’da gerçekleştirilen bu yüksek lisans tez alışması, Malta ve Finlandiya’da yaşayan ayrı ayrı   anne girişimci ile derinlemesine görüşmeler içermektedir. Bulgulara bakıldığında, geleneksel ücretli çalışma hayatının getirdiği uzun ve talepkar mesai saatlerine kıyasla anne girişimci olmayı seçen kadınların en önemli sebebi iyi annelik yapamama kaygılarını azaltmaya dair attıkları adımlardır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DÜNYA VE TÜRKİYE LİTERATÜRÜNDE ANNE GİRİŞİMCİLİĞİ ÜZERİNE SİSTEMATİK İNCELEME

4.1 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın anne girişimciliği üzerine çizilmiş amacına ve hedeflerine ulaşması için, sistematik literatür taraması yöntemi uluslararası kaynaklar baz alınarak yürütülmüştür. Social Sciences Citation Index (Web of Science), Scopus (Elsevier) VE ESCI veritabanları çalışmaya kaynak oluşturacak veritabanları olarak seçilmiştir. Linan ve Fayolle (2015:3), sistematik literatür taramasının girişimcilik literatürü için şeffaflık ve güvenilir araştırma gerçekleştirmek için ne kadar önemli olduğuna ışık tutmuştur. Amsterdam Üniversitesi CataloguePlus uygulaması kullanılarak, 1980-2019 yılları arası gerçekleştirilen çalışmalar taranmıştır. Sistematik bibliyometrik taramada nitel(kalitatif) ve nicel(kantitatif) araştırmalar dahil edilmiştir. Sistematik literatür taraması, Denyer ve Neely (2004:34) ve Martineau ve Pastorize (2015) tarafından önerilen yaklaşım ile gerçekleştirilmiştir. Web of Science ve Scopus veritabanları taranırken sosyal bilimler temel araştırma alanı olarak seçilmiştir. Daha fazla etki ve güvenilirlik değeri yalnızca akran değerlendirmesi olan (*peer-reviewed*) dergilerdeki yayınlar çalışmaya dahil edilmiştir (Podsakoff, MacKenzie, Bachrach & Podsakoff, 2005:2). Sistematik literatür taraması, Haziran 2019'a kadar olan tüm çalışmaları içermektedir. Arama terimleri olan “Mumpreneurship”, “mampreneurship”, “mother entrepreneur” anne girişimciliği çerçevesinde şekillenmiştir. Alınan sonuçlarda karşılaşılan tüm çalışmalar, anne girişimciliği ile olan ilgisi dahilinde incelenmiştir. İçerisinde anne girişimciliği geçmekle birlikte anne girişimciliği ile doğrudan ilgisi olmayan çalışmalar, bu tezin kapsamı dışında bırakılmıştır.

Çalışmada içerik analizi yöntemi ile makalelerin ele aldığı konular ve yaklaşımlar ışığında temalar elde edilmiştir. temel konularına hakim olarak temalara ayırmak için kullanılmıştır. İçerik analizi, metin içeriğinden yararlanarak belirli prosedürlere dayalı çıkarımlar yapmaya yarayan bir tekniktir (Tranfield, Denyer ve

Smart, 2003). Değerlendirilen yayınlar, konu hakkındaki eğitimi ve yayılımı görmek için temalara ayrılarak Nuendorf'un (2002) önerdiği gibi sınıflandırılmıştır.

Şekil 1: Sistematik Literatür Taraması Protokol Akışı



Kaynak: Tranfield, Denyer ve Smart, 2003

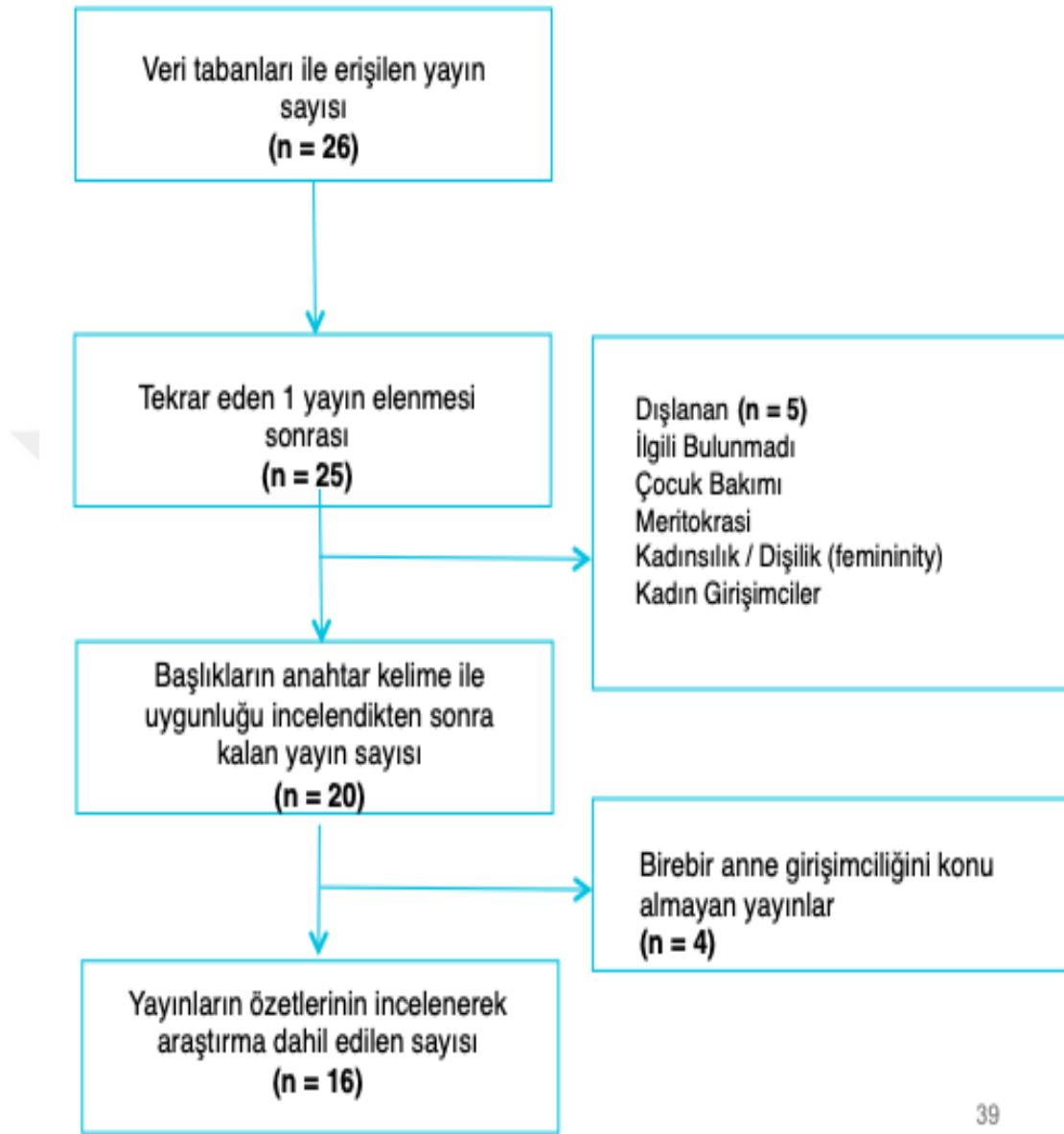
Çalışmada bibliyometrik haritalar oluşturmak için Leiden Üniversitesi tarafından geliştirilen *VOSviewer* yazılımı versiyon 1.6.11 kullanılarak kümeler oluşturulmuştur. (Waltman, van Eck ve Noyons, 2010:23) Anne girişimciliği konusu ile ilgili çalışmalar, Amsterdam Üniversitesi CataloguePlus uygulamasında 1980-2019 sınırlaması getirilerek aratılmıştır. Araştırma Girişimcilik, Cinsiyet, Kadın, Annelik, Kadın Çalışmaları ve İşletme eksenlerinde odaklanmıştır. Anahtar kelimeler, “Anne Girişimciliği” VEYA (OR) “Mumpreneurship” VEYA (OR) “Mampreneurship” VEYA (OR) “Mother Entrepreneur” olarak seçilmiştir. Çalışmaya yalnızca makalalar dahil edilmiş, konferans bildileri, kitap bölümleri arama kapsamının dışında tutulmuştur. Araştırmaların özet dili İngilizce olarak

belirlenmiştir. Sonuç olarak 26 yayın elde edilmiştir. Araştırma 10 Haziran, 2019'da gerçekleştirilmiştir. Araştırma protokolü Şekil 1'de SmartDraw yazılımı ile gerçekleştirilen akış şemasında gösterilmiştir.

Şekil 2, literatür taramasının sistematik bir biçimde nasıl yapıldığını adımlarla gösterirken şu yolları takip etmiştir :

- (1) yayınların dahil ve dışlanma kriterlerini belirlemek
- (2) yayınların çalışmaya dahil edilmesinde özet ve anahtar kelimelerin belirlenmesi
- (3) yayınların belirlenen veri tabanlarında kriterlere uygun olarak araştırılması
- (4) araştırmaya uygun olan yayınların seçilmesi, örtüşmeyen çalışmaların elenmesi
- (5) araştırmaya uygun olarak seçilen çalışmaların derinlemesine incelenerek içerik analizlerinin yapılması
- (6) içerik analizi sonrası çalışmanın kavramı ile örtüşmeyen çalışmaların elenmesi
- (7) final kararı ile araştırmaya eklenecek çalışmaların belirlenmesi

Şekil 2: Sistematik Literatür Taraması Protokol Şeması



4.1.1. Araştırmanın Amacı Ve Soruları

Anne Girişimciliği alanında yeni gelişmekte olan ilgiyi yansıtan araştırmalar ışığında, dünyada ve Türkiye’de “anne girişimciliği” üzerine yapılmış çalışmalara ait yayınların sistematik incelemesi gerçekleştirilerek, ilk defa bir tez kapsamında çözümlenerek toplanmak istenmiştir. Bu amaç doğrultusunda araştırma sorusuna cevap aramaktadır. Araştırma sorusu “Anne girişimciliği kavramı üzerine akademik yazında gerçekleştirilen çalışmalarda ortaya çıkan belirgin temalar ve baskın örüntüler nelerdir?” olarak belirlenmiştir.

Yukarda sözü edilen araştırma sorusuna yanıt bulabilmek için, taranan çalışmalar üç kategori altında incelenmiştir. Bu kategoriler : (a) yayınların amacı: kavramın hangi dergilerde ele alındığı ve anne girişimciliği kavramının açıklandığı yayınların incelenmesi (b) kuramsal çerçeveler : yayınların kuramsal bölümlerinin nasıl tasarlandığının incelenerek, temel kavramların belirlenmesi (c) yöntem yaklaşımları : yayınlarda hangi yöntemlerin kullanıldığı, hangi tip verilerin anne girişimciliğinde ele alındığı ve hangi değişkenlerin ağırlıklı olarak bu alanda yapılan çalışmalara konu edildiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma sorusu ışığında, gelecek çalışmalara ışık tutacak literatür boşluklarına katkıda bulunmak ve anne girişimciliği kavramının nasıl geliştiğine dair eleştirel bir yaklaşım hedeflenmiştir.

Ayrıca, bu çalışmada “anne girişimciliği” kavramı ön planda tutulmuş ve kadın girişimciliği ile girişimcilik kavramlarından ayrı bir kavram olması nedeni ile literatürdeki gelişimi ve yeri ön plana çıkarılmıştır. Anne girişimciliğine doğrudan odaklanan çalışmalar, sistematik literatür taraması ile *Web of Science*, *Scopus* ve *ESCI* veritabanlarında incelendiğinde, karşımıza 26 yayın çıkmıştır.

4.1.2 Araştırmanın Önemi

Güncel yayınlara baktığımızda, gerek kadın çalışmaları gerek işletme ve girişimcilik alanlarında; kadın girişimciliğinin yanı sıra yeni bir kavram karşımıza çıkmaktadır. Bu kavram, kadın girişimciliği çalışmalarının bir alt dalı olarak yerini alırken, anne olan kadın girişimciler ile ilgili yeni çözümlemelere yer vermektedir. Değişen ekonomik dengeler ve sosyal gelişmeler sonucunda, girişimciliğe dair

yaklaşımlar hızla değişmekte, kadın girişimciliğinin bir alt kolu olarak ele alınan anne girişimciliği aynı zamanda feminist perspektif ile de incelenmektedir.

Annelik ve girişimcilik üzerine literatürde yayınlar bulunuyor olsa da, günümüzde “anne girişimciliği (*mumpreneurship*) ” yeni bir sıfat olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel girişimcilikten ayrılan özellikleri, yetkinlik tanımları, kendine has sorunları, engelleri ve fırsatları ile girişimcilik nosyonu altında kendisine bambaşka bir kapı açmıştır.

Dünyada ve Türkiye’de 1980’lerden itibaren kadın girişimciliği konusunda çalışmalar hız kazanmasına rağmen, henüz anne girişimciliği konusu tazeliğini korumakta ve literatürde boşluklar yer almaktadır. Tartışmaya açık bu yeni kavram için daha fazla akademik çalışmanın yapılarak, kavrama şeffaflık kazandırılması girişimcilik ve cinsiyet çalışmaları için büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma, gelecek akademik araştırmalara temel oluşturmak adına sistematik bir literatür taramasını ortaya koymaktadır.

4.1.3. Araştırmanın Sınırlılığı

Araştırmanın sınırlılığı, kavramın kendisi ile orantılı olarak yeterli miktarda yayını ele almamasını içermektedir. Aynı zamanda, araştırma Web of Science ve Scopus veri tabanlarını temel alarak, akran izlemesi mevcut dergileri ön plana çıkarmıştır. Bu nedenle, kavramı ele alan konferans bildirileri ve kitap bölümleri gibi makale dışında kalan diğer eserler taramamızın dışında bırakılmıştır.

4.1.4. Araştırmanın Bulguları

Araştırma, sistematik literatür taraması ile gerçekleştirilmiş, Web of Science ile Scopus veri tabanlarında yapılan tarama sonucunda 26 yayın elde edilmiştir. Bu yayınlar, çalışmaya dahil edilme kriterleri baz alınarak öncelikle özetleri incelenmiş, daha sonra yayınların tam metni daha önce belirtilen kriterlere göre değerlendirilmiştir. Süreç sonucunda 16 yayının “anne girişimciliği” kavramı ile ilgili olarak literatüre katkı sağladığı saptanmıştır. Bu 16 yayın, farklı alanlarda araştırmalar sürdürse dahi, anne girişimciliği kavramını araştırma eksenlerine almış ve gelecek çalışmalar için kaynak oluşturmuştur.

16 Çalışma Şekil 3’de olduğu gibi anahtar kelime dağılımlarına göre incelenmiştir. Bunun yanı sıra, elde edilen çalışmalar iki ayrı analiz ile detaylı olarak ele alınmıştır. Bu analizler ; Betimleyici Analiz ve Tematik Analiz’dir. Betimleyici Analiz ile araştırma konusuna dair çalışma alanı, anahtar dergiler ve incelenen kilit kelimeler açısından betimsel bir analizi gerçekleştirilirken; Tematik Analiz ile Seçilen yazınlar içinde yer alan temel araştırma konularını ana hatlarıyla belirtmek ve ortaya çıkan ana temaları belirlemek için gerçekleştirildi. Yukarıda bahsedilen iki analiz grubu, çalışmaları değerlendirirken sınıflandırmaya yardımcı olan gruplardır.





Çalışmaya eklenen yayınların listesi Betimleyici Analiz doğrultusunda Tablo-1'de gösterilmiş ve çalışmaların yöntemlerinden özetle bahsedilmiştir. Yayınlar da ağırlıklı olarak kalitatif çalışmaların varlığı dikkat çekmiştir. Ayrıca literatür taramasına yer veren yayınlar da oldukça fazladır. Anne girişimciliğini doğrudan olarak ele alan yayınlar azınlıkta olmakla beraber, son yıllarda yapılan çalışmalarda kadın girişimciliği araştırmalarında anne girişimciliği değişkeninin de dahil edildiği saptanmıştır. Ekinsmyh (2011) yayınları ile literatüre öncü olmuş, anne girişimciliği kavramını coğrafi ve politik sınırlar kapsamında ele alarak tanımlamıştır. Dubarley ve Carigan (2012) anne girişimciler ile yaptıkları derinlemesine görüşmeler ile, anne girişimciliğinde kadınların yaşadığı deneyimlere olumlu ve olumsuz yanları ile, ışık tutarak anne girişimciliğinin getirdiği zorlukların altını çizmişlerdir. Khan ve Rowlands (2017), benzer bir çalışma ile anne girişimciliğini Yeni Zelanda bağlamında ele alarak, ülkedeki anne girişimciler ile 8 yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirmiş, böylece anne girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları farklı alanlarda gözlemlene fırsatı bulmuşlardır. Rouse, Treanor ve Fleck (2013), toplumsal cinsiyet kuramlarını girişimcilik ile birleştirmiş, girişimciliği cinsiyetlendirilmiş bir alan olarak ele almış ve anne girişimciliğini de cinsiyet kuramları perspektifinden yorumlamıştır. Toplumsal cinsiyet etkisi üzerinden incelenen bir başka çalışmada ise Baker ve Lloyd (2016) medya sektöründe çalışan kadınlar üzerine odaklanmıştır. Söz konusu çalışmada, anne girişimciliği, kadınların farklı sektörlerde iş fırsatları arayışı üzerinden ele alınmış, sıklıkla cinsiyetçilik temelinde göndermeler yapılmıştır.

Lewis (2014), girişimciliği ve anne girişimciliğini postfeminist teoriler ışığında değerlendirirken, Luckman (2015) internet üzerinden kendi işini kuran kadınların annelik deneyimlerine odaklanmıştır. Bu çalışma, internet üzerinden kendine serbest meslek imkanı yaratan kadınların çoğunluğunu annelerin oluşturması üzerinden şekillenmiştir. Pritchard, Davey ve Cooper (2019) kadın girişimciliğine ve kadınların estetik kaygılarına yönelerek, anne girişimciliği literatüründe estetik kaygı değişkeni ile farklı bir pencere açmıştır. Medya ve iletişim bağlamında anne girişimciliğini literatüre ekleyenlerden biri de Eikhof, Summers ve Carter (2011) olmuştur. Bu çalışmada kadınların medyadaki yansımalarının, kadınların girişimcilik dünyasında yeni bir fırsat yakalamalarına olan etkileri tartışılmıştır. Kadının medyada, özellikle anne ve bakım sağlayıcı olarak yer almasının, kadın

girişimciliğine dair olumsuz etkileri işaret edilerek, anne girişimciliğinin büyüme imkanlarının kısıtlılığının altı çizilmiştir. Meliou ve Edwards (2017) ise anne girişimciliğini olumlu yönleri ile değil, kadının anne, eş ve bakım sağlayıcı olarak ataerkil ve eril normlar altında kendisine bir yol çizmeye çalışması ile ele almaktadır. Çalışmada anne girişimcilerin maruz kaldıkları ayrımcılık ve zorluklar ön plana çıkmaktadır. Bir başka medya temsili ise, ünlü ve toplum tarafından tanınan annelerin örnek olay çalışması ile örneklem olarak seçildiği Allen, Mendick, Harvey ve Ahmad'ın (2015) yayınlarında karşımıza çıkmaktadır. Burada, farklı meslek gruplarından kadınların anne olduktan sonra kendi işlerini sürdürme çabaları, istekleri ve nedenleri sonuç bölümünde tartişılmıştır. Gerçek zamanlı veri toplamaya dayalı Swail ve Marlow'un (2017)  alışması, kadınların eril söylemler ile anne girişimciliği arasında kurmaya çalıştıkları dengelerden bahsetmekte, Taylor (2015) ise İngiltere'de yaygınlaşan kendi işinin sahibi olma ve serbest meslek girişimleri başlıkları altında anne girişimciliğine atıfta bulunarak literatüre katkı sağlamıştır.

Tablo-1: Araştırmaya Dahil Edilen Yayınların Betimleyici Analizi

Yazar ve Yılı	Ekimsynth, 2010	Dubarley ve Carigan, 2012	Ekimsynth, 2013	Rouse, Treanor ve Fleck, 2013
Yayın Adı	Challenging the boundaries of entrepreneurship : the spatialities and practices of UK 'Mumpreneurs'	The career identities of 'mumpreneurs' : Women's experiences of combining enterprise and motherhood	Managing the business of everyday life : The Roles of Space and Place In 'mumpreneurship'	The Gendering of Entrepreneurship: Theoretical and Empirical Insights
Metod & Örneklem	28 İngiliz Anne Girişimci derinlemesine görüşme, kartopu tekniği, anket	20 anne girişimci ile derinlemesine görüşme		Kalitatif ve kantitatif çalışmalar, Feminist araştırmalar ışığında tanımlayıcı bir çalışma
Çalışma Odağı	İngiltere'deki anne girişimcilerin mekansallıkları ve uygulamaları	Yeni girişimler oluşturan çocuk sahibi kadınların, çocuk sorumlulukları ile beraber gelir oluşturma deneyimleri		Var olan cinsiyet teorilerini, girişimciliği betimlemek için yeniden ele almak. Toplumsal cinsiyetçi girişimcilik üzerine bir tartışma
Yayınlandığı Dergi	Geoforum 	International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship 	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research 	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research 

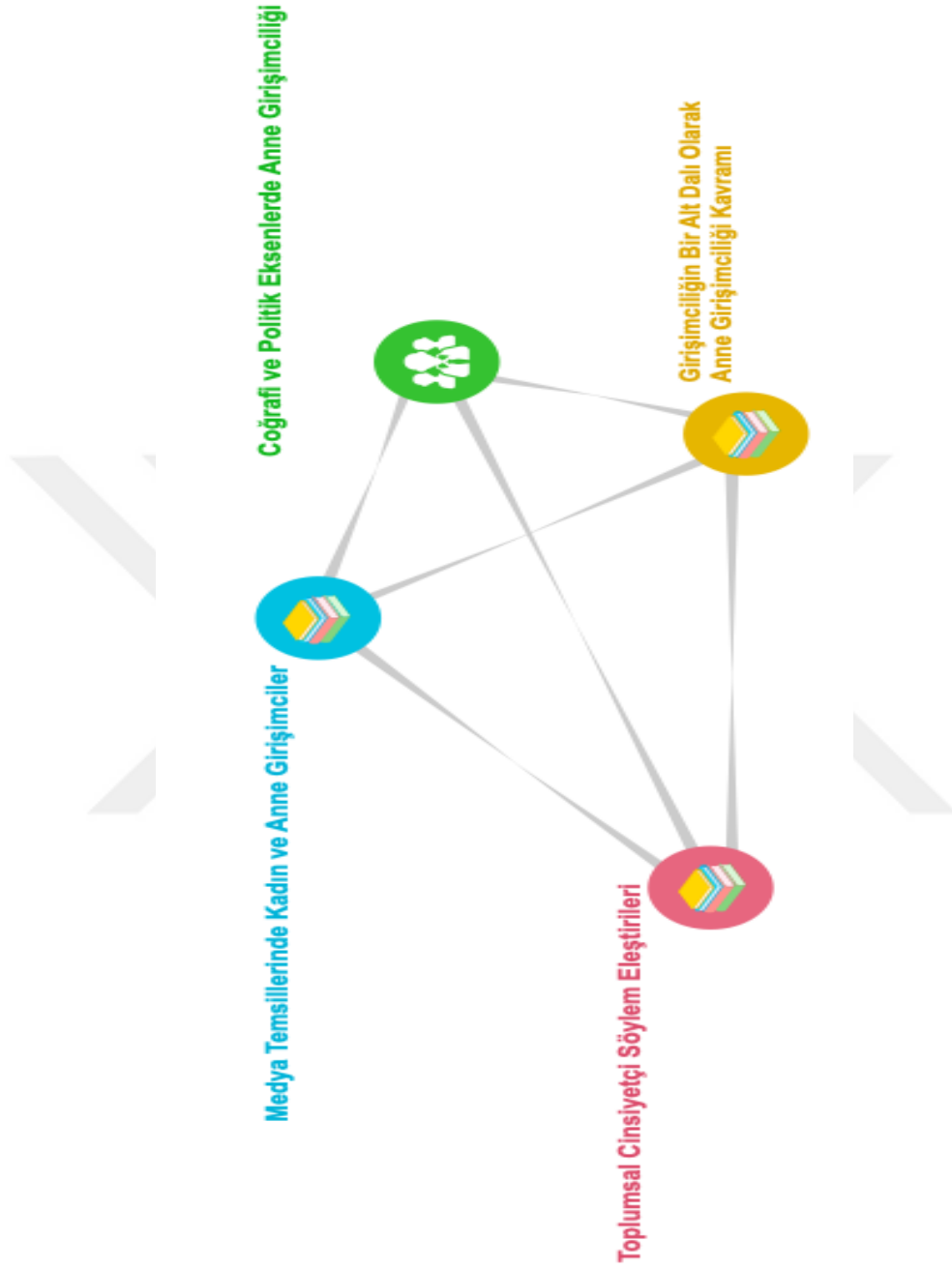
Yazar ve Yılı	Ekinsynth, 2014	Lewis, 2014	Luckman, 2015
Yayın Adı	Elkhof, Summers ve Carter, 2013 "Women doing their own thing": Media Representations of Female Entrepreneurship	Mothers' Business, Work / Life and The Politics of 'mumpreneurship'	Women's Micro-Entrepreneurial Homeworking
Metod & Örneklem	Literatür İncelemesi	Literatür İncelemesi	Literatür İncelemesi
Çalışma Odağı	Kadın girişimcilerin medyada ele alınış biçimlerinin kadın girişimcilere olan etkileri	Literatür İncelemesi ve 30 anne girişimci ile derinlemesine görüşme 106 anne girişimci ile anket Anne girişimciliği kavramının kimliksel tartışması.	İnternet üzerinden kendi işlerini kuran anne girişimci kadınlar ile çocuk sahibi kadınların özdeşleşmesi
Yayınlandığı Dergi	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	A Journal of Feminist Geography	Australian Feminist Studies

Yazar ve Yılı	Allen, Mendick, Harvey ve Ahmad, 2015	Taylor, 2015	Baker ve Lloyd, 2016	Meliou ve Edwards, 2017
Yayın Adı	Welfare Queens, Thrifty Housewives and Do-It-All Mums	A New Mystique? Working for yourself in Neoliberal Economy	Gendered Labour and Media: Histories and Continuities	Relational Practices and Reflexivity: Exploring the Responses of Women
Metod & Örneklem	Örnek olay incelemesi	Literatür İncelemesi	Literatür İncelemesi	Kalitatif Çalışma 15 Derinlemesine Görüşme
Çalışma Odağı	Kültürel politikaların ünlü anneliklere etkisi	İngiltere’de kendi adına çalışan bireylerin artması üzerine, kadınların serbest çalışma hayatı	Kadınların medya endüstrisinde çalışma ve iş haklarının yansımaları. Toplumsal cinsiyet kalıbı ile medya	Kadınların anne, eş veya bakım sağlayan olarak ev içi dengeler ile girişimcilik arasında ara yol bulma isteklerine eleştirel bir bakış
Yayınlandığı Dergi	Feminist Media Studies	The Sociological Review	Media International Australia	International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship

Yazar ve Yılı	Yayın Adı	Metod & Örneklem	Çalışma Odağı	Yayınlandığı Dergi
Swail ve Marlow, 2017	"Embrace the Masculine; Attenuate the Feminine" – Gender, Identity Work and Entrepreneurial Legitimation in The Nascent Context	Derinlemesine görüşme, gerçek zamanlı veri toplama	Toplumsal cinsiyet ön yargılarının kadınların girişimcilikte bulduğu yeni fırsatlara olan etkisi	Entrepreneurship & Regional Development
Khan ve Rowlands, 2018	Mumpreneurship in New Zealand Mumpreneurship An Exploratory Investigation	Kalitatif çalışma 8 yarı biçimlendirilmiş derinlemesine görüşme	Yeni Zelanda'daki anne girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları anlamak	International Journal of Sociology and Social Policy
Pritchard, Davey ve Cooper, 2019	Aesthetic Labouring and The Female Entrepreneur: 'Entrepreneurship that wouldn't chip your nails'	Sosyal yapısalci perspektif 12 ay süre ile elde edilen EBarbie Verileri / 200 medya kaynağı ve Mattel markasının kendi 10,000 tweet	Kadın girişimciliğine estetik çalışma işığında bakış	International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship
Archer, 2019	How Influencer 'mumpreneur' bloggers and 'everyday' mums frame presenting their children online	Kalitatif Çalışma / Anket Avusturalyalı 45 anne girişimci blogger ile mülakat ve odak görüşme	Blog yazarı olmayan 8-10 anneden oluşan 10 ayrı odak görüşme	Media International Australia

Araştırmada ele alınan 16 yayının anahtar kelimeleri tarihsel ve bağlamsal ağırlığı, farklı renkler ile VOSviewer yazılımı kullanılarak, Şekil 4'te haritalandırılmıştır. Yayınların anahtar kelimelerinin annelik, anne girişimciliği, aile hayatı, girişimcilik ekseni; gazetecilik ve medya çalışmaları; işletme alanlarında

Tablo-2: Araştırmaya Dahil Edilen Yayınların Tematik Analizi



SONUÇ

Tarih boyunca, kadınların toplumda ve ekonomideki yerleri tartışılmalıdır. Son 20 yıla baktığımızda, kadınlar için iş hayatının da ötesinde, kadın girişimciliği dikkatleri çekmiş, kadınlar kendi sermayelerini oluşturma, kendi fırsatlarını yaratma ve kendi patronları olma yolunda büyük adımlar atmışlardır. Girişimciliğin olduğu kadar, kadın girişimciliğinin de değişen ekonomilere katkıları ortadadır. Her ne kadar, girişimcilik eril özellikler ile ele alınırken kadın girişimciliği, girişimciliğin bir alt dalı olarak karşımıza çıksa da, yine de anne girişimciliği platformunda kadınların da var olması toplumsal ve ekonomik anlamda daima olumlu açılardan ele alınarak araştırmacılar tarafından teşvik edilmiştir.

Feminist perspektif ile bakıldığında, kadın girişimciliğinin girişimcilikten ayrı bir sınıf olarak incelenmesi desteklenmemiş ve girişimciliğin cinsiyetçi ön yargılarının etkisinde kaldığı tartışılmıştır. Bu bağlamda, girişimciliğe yüklenen eril değerler ve yeterlilik kıstasları, kadın girişimcilerde aranarak yeni dışlayıcı faktörler yaratılmıştır. Feminist perspektife göre, girişimcilik aynı zamanda feminen yanlar da içermektedir. Bu açıdan bakılarak, girişimciliği cinsiyet temelli olmaktan uzaklaştırmak gerekliliği savunulmuştur.

Medya ve iletişim çalışmaları, kadın girişimciliğini ele alırken kadının toplumda ataerkil ve eril normlar çerçevesinde çizilen ve çizilmesi istenen algılar ile hareket etme konusunda, kadının girişimciliğine gelen engellerden söz açarak, literatürde tüm gelişmelere rağmen devam eden patriarkal normların ve kadının toplumsal rollerinin erkek girişimcilere oranla hangi dezavantajları oluşturduğunu ortaya koymuştur. Buradan hareketle, çok taze bir kavram gündeme gelerek kadın girişimciliğinin bir alt dalı olarak incelemeye alınmıştır.

Bu kavram, daha uzun yıllar ve analizler ile incelenecek olan anne girişimciliği kavramıdır. Değişen toplumsal yapılar, ekonomiler ve normlar çerçevesinde, girişimcilik fırsatlarını takip ederken kendi işlerini kuran ve çocuk sahibi olan kadınları konu alan bu sıfat, bir kavram olma yolunda hızla ilerlemiştir. Kavramın içeriğine bakarken, kendisini anne girişimci olarak tanımlayan kadın girişimcilerin, geleneksel girişimci tanımından nasıl ve ne kadar farklı olduğu, sahip oldukları avantaj ve dezavantajlar, özellikle de motivasyonlar öne çıkarılmıştır. Feminist perspektif ile kavrama yöneltelen eleştiriler arasında, anne girişimciliği

tanımının, güncel şartlarda neden baba girişimciliğini getirmediği yer almaktadır. Bu eleştiri, kadının aile sorumlulukları ile kendi yeterliliğini ispatlama dengesi arasındaki arayışını anne girişimciliğine bağlamıştır.

Anne girişimciliği, çoğunlukla ailesi ve kariyeri arasında bir denge yaratmak isteyen çocuk sahibi kadın girişimcilerin yeni fırsatları yakalaması ile ortaya çıkmıştır. Bu girişimcilik modeli, sahip olduğu dinamikler ve değişkenler bağlamında kadın girişimciliğinden de farklı özellikler göstermektedir. Çocukları ile zaman geçirmek için kendilerine yeni bir kariyer yaratan annelerin, gerçekten bir kariyer mi yarattıkları yoksa düşük gelir ile ev içi sorumluluklarını yerine getirmeye devam etmeye mi çabaladıkları hala literatürde yer alan sorulardandır.

Gelecek çalışmalarda, özellikle Türkiye’de yer alan anne girişimcilerinin, girişimcilik fırsatlarını yaratmaktaki motivasyonu, sosyal ve ekonomik konjonktürler ele alınarak derinlemesine incelenmeli, anne girişimciliği bir sıfat olmaktan çıkarak, kadınların karşı karşıya olduğu önemli bir gerçek olarak ele alınmalıdır. Kadınların her alanda varoluşsal çabaları ve ikincil konumlarından uzaklaştırılmaları için benzeri çalışmalar büyük önem taşımaktadır. Anne girişimciliği kavramının kalitatif ve kantitatif çalışmalar ile genişletilmesi, kadın çalışmaları alanında farklı değişkenlere ışık tutacak, böylece kadınlara dair bir başka temel gerçek aydınlatılmış olacaktır.

KAYNAKÇA

Ahl, H. (2002). The making of the female entrepreneur – A discourse analysis of research texts on Women's entrepreneurship, *JIBS Dissertation Series*. Jönköping: Jönköping Business School.

Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship in Theory and Practice*. 30(5), 1042–2587.

Arthurs, J. ve Busenitz, L. (2006). Dynamic capabilities and venture performance: The effects of venture capitalists. *Journal of Business Venturing*. 21(2), 195–215.

Audretsch, D. B., Bönte, W. ve Keilbach, M. (2008). Entrepreneurship capital and its impact on knowledge diffusion and economic performance. *Journal of Business Venturing*. 23, 687–698.

Audretsch, D. ve Fritsch, M. (2002). Growth regimes over time and space. *Regional Studies*. 36(2), 113–124.

Baum, J. R., Locke, E. A., ve Smith, K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*. 44(2), 292–303.

Beaumel, C. ve Pla, A. (2010). La situation démographique en 2010: Mouvement de la population. *Insee Resultats*. Paris, France.

Bird, B. (1995). Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. 2(1), 51–72.

Brush, C. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future direction. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16(4), 5–30.

- Dawson, C. ve Henley, A. (2012). “Push” versus “pull” entrepreneurship: An ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 18(6), 697–719.
- Dawson, C. ve Henley, A. (2015). Gender, risk, and venture creation intentions. *Small Business Management*. 53(2), 501–515.
- De Bruin, A., Brush, C. G. ve Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women’s entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31(3), 323–339.
- Duberley, J. ve Carrigan, M. (2012). The career identities of “mumpreneurs”: Women’s experiences of combining enterprise and motherhood. *International Small Business Journal*. Mart, 1–23.
- Ekinsmyth, C. (2011). Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK “mumpreneurs.” *Geoforum*. 42(1), 104–114.
- Farhangmehr, M., Gonçalves, P. ve Sarmento, M. (2016). Predicting entrepreneurial motivation among university students: The role of entrepreneurship education. *Education + Training*. 58(7/8), 861–881.
- Fenwick, T. (2002). Transgressive desires: New enterprising selves in the new capitalism. *Work, Employment and Society*. 16, 703–723.
- Fritsch, M. ve Mueller, P. (2004). Effects of new business formation on regional development overtime. *Regional Studies*. 38(8), 961–975.
- GEM. (2017). Global Entrepreneurship monitor – Women’s entrepreneurship 2016/2017 report. In D. J. Kelley, B. S. Baumer, C. Brush, P. G. Greene, M. Mahdavi, M. M. M. Cole, M. Dean ve R. Heavlow (Eds.), Global entrepreneurship monitor women’s entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31(3), 323–339.
- Grilo, I. ve Thurik, R. (2004). Determinants of entrepreneurship in Europe. *ERIM Report Series Research in Management*.

Hisrich, R., Langan-Fox, J. ve Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice. *American Psychologist*. 62(6), 575–589.

Hopp, C. ve Stephan, U. (2012). The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success. *Entrepreneurship & Regional Development*. 24(9/10), 917–945.

Hofstede, G. H., Hofstede, G. J. ve Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival (3rd ed.)*. New York: McGraw-Hill.

Jean, M. ve Forbes, C. S. (2012). An Exploration of the Motivations and Expectation Gaps of Mompreneurs. *Journal of Business Diversity*. 12(2), 112-132.

Jennings, J. E. ve Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*. 7(1), 663-715.

Johnston, D. ve Swanson, D. (2006). Constructing the ‘good mother’: The experience of mothering ideologies by work status. *Sex Roles*. 54(7-8), 509–519.

Kirkwood, J.J. (2016) "How women and men business owners perceive success", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 22 Issue: 5, pp.594-615.

Kotey, B. (2006). Entrepreneurship and regional development: A theoretical framework. *Small Enterprise Research*. 14(2), 20–45.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29(5), 577–598.

Leung, A. (2011). Motherhood and entrepreneurship: gender role identity as a resource. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 3(3), 254-264.
<https://doi.org/10.1108/17566261111169331>

Lee, H., Lee, J., Shim, K. ve Lee, H. (2016). Entrepreneurial characteristics: A systematic literature review, *PACIS 2016 Proceedings*.

Liamputtong, P. (2006). Motherhood and “moral career”: Discourses of good motherhood among Southeast Asian immigrant women in Australia. *Qualitative Sociology*, 29(1), 25-53.

Mitchell, R. K., Smith, B., Sewright, K. W. ve Morse, E. A. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of Management Journal*. 43, 974–993.

Moore, D. P. ve Buttner, E. H. (1997). Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling. *Sage Publications, Inc.*

Murphy, P. J., Liao, J. ve Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*. 12(1), 12–35.

Priyanto, S. H. ve Sandjojo, I. (2005). Relationship between entrepreneurial learning, entrepreneurial competencies and venture success: Empirical study on SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*. 5(5/6), 458–468.

Sackmann, S. A. ve Phillips, M. E. (2004). Contextual influences on culture research: Shifting assumptions for new workplace realities. *International Journal of Cross Cultural Management*. 4(3), 370–390.

Teece, D. (1996). Firm organization, industrial structure, and technological innovation. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 31, 193–224.

Thurik, A. R., Carree, M. A., van Stel, A. ve Audretsch, D. B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*. 23(6), 673–686.

Zahra, S. A., Sapienza, H. J. ve Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. *Journal of Management Studies*. 43(4), 917–955.

Zander, L. ve Romani, L. (2004). When nationality matters: A study of departmental, hierarchical, professional, gender and age-based employee groupings' leadership preferences across 15 countries. *International Journal of Cross Cultural Management*. 4(3), 291–315.

