

Dijital Dönüşümde Kadın Girişimciler: Bölgesel Ekosistem Perspektifi

Yasemin Karabulut¹

Özet

Girişimcilik, gelişmekte olan ülkelerde hem istihdam hem de kalkınma açısından önemli bir rol oynamaktadır. Günümüz girişimcilik ekosisteminde iş süreçlerinin yönetimi ve sürdürülebilir rekabet avantajının sağlanmasında dijitalleşme, işletmelere varlıklarını sürdürmede büyük kolaylıklar sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Erzurum ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin dijital teknolojileri benimsemelerine yönelik algı, tutum ve bunları etkileyen faktörleri incelemektir. Araştırmanın verileri, Erzurum ilindeki 449 kadın girişimciden yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 25.0 paket programı ile analiz edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre; kadın girişimcilerin demografik özellikleri (yaş, eğitim vb.) ile dijital teknolojileri benimseme düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, dijital teknolojilerin benimsenmesinde girişimcilerin eğitim seviyesinin ve teknolojik farkındalığının belirleyici olduğu görülmüş olup, bu yönde iyileştirmeler yapılması için öneriler geliştirilmiştir.

GİRİŞ

Gelişmiş ülkelerde dijital teknoloji uzun zamandan beri girişimcilerin iş yapma şeklini değiştirmiş ve iletişim ağını dijital teknoloji üzerinden online olarak sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde de dijital teknoloji kullanımı Covid19 sonrası biraz daha zaruriyetle artış göstermiş olsa da girişimcilerin faaliyetin de giderek büyük bir yer kaplamaktadır (Salam, 2018). Tüm bu değişim ve gelişmelerle birlikte, kadın girişimciler daha fazla ön plana çıkmaya başlamıştır.

1 <https://orcid.org/0009-0009-1606-3966>, yasemin.karabulut2506@gmail.com

Tarihte birçok zorluklar karşısında yaratıcı düşünceleri ile sürekli çözümler üreten, ülke ekonomisine üretkenlikleri ile katkısı olan kadın girişimciler için dijital teknolojilerin gelişmesi bir noktada lehlerine olmuştur. Türkiye’de ataeril bir toplumda yetişen kadınlar sürekli geri planda kalmış, kendi girişimcilik ve becerilerini kanıtlayamamışlardır (Çetindamar, 2002).

Türkiye’de kadın girişimciliğinin gelişimi, 1999 Helsinki Avrupa Birliği Zirve Toplantısı’nda “*aday ülke*” statüsünün kazanması ile bir basamak daha ileri taşınmıştır. Kadın girişimciliği teşvik edici ve destekleyici kuruluşların faaliyetlerinin yanı sıra devlet desteklerindeki artışın da bu gelişmelerdeki etkisi oldukça fazladır (Sallan Gül, Altındal, 2016).

Ülke ekonomisinde dikkate değer bir paya sahip olan kadın girişimcilerin dijital teknoloji kullanımı, onların kendi fikirlerini keşfetmelerinin yanı sıra girişimcilik ekosisteminde proaktif rol almalarını da sağlamaktadır. E -ticaret, fon transferleri, tedarik zinciri yönetimi, reklam tanıtım, pazarlama, müşteri yönetimi, muhasebe ve otomatik veri toplama sistemi gibi birçok işlemlerin yürütülmesinde kolaylıklar sağlamaktadır. Teknoloji, kadın girişimcilerin yeni beceriler öğrenmelerine yardımcı olurken, onların çok daha iyi müşteri bağlantıları kurmalarını da katkı sağlamaktadır (Rosin vd., 2020).

Teknolojideki ilerlemelerle ulaşımın ve iletişimin farklı boyutlarda daha hızlı ve kolay olmasıyla kadın girişimciler de ulusal ve uluslararası pazarda faaliyetlerini başarı ile yerine getirerek önemli bir büyüme fırsatı yakalamaktadırlar. Bu fırsatların doğru bir şekilde değerlendirilmesinde ise kadın girişimcilerin dijital teknolojileri benimsemelerine yönelik algı ve tutumları büyük rol oynamaktadır (Salam ve Pachava, 2020).

Bu nedenle girişimciliğinin gelişmesinde büyük öneme sahip dijitalleşme, dijital teknolojilerin kullanımı ve bu teknolojilerin benimsenmesi algı ya da tutumlarına yönelik birçok çalışmanın yer almaktadır.

Yapılan yazın taramasında kadın girişimcilere yönelik Türkiye’de yapılan çalışmaların çoğunlukla nitel çalışmalardan oluştuğu ve kadın girişimcilerin dijital teknoloji algı ve tutumlarını girişimcilerden alınan nicel verilerin bilimsel analizler ile açıklanmasında boşlukların olduğu görülmüştür. Söz konusu çalışmaların büyük oranda genel olduğu ve bölgesel çalışmaların da olmadığı tespit edilmiştir.

Dijital teknolojilerin girişimcilik üzerindeki etkisi, yalnızca operasyonel süreçlerin hızlanması ya da maliyetlerin düşürülmesi ile sınırlı değildir. Aynı zamanda girişimcilerin iş modellerini yeniden kurgulamalarına, pazar erişimlerini genişletmelerine ve değer yaratma süreçlerini dönüştürmelerine olanak tanımaktadır. Dijitalleşme, özellikle küçük ve orta ölçekli

işletmeler açısından bilgi asimetrisini azaltan, ölçeklenebilirliği artıran ve mekânsal kısıtları büyük ölçüde ortadan kaldıran stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir (Culhane, 2003; Çevik ve Küsbeci, 2021). Bu yönüyle dijital teknolojiler, girişimcilik ekosisteminin yapısal bileşenlerinden biri hâline gelmiştir.

Kadın girişimciler açısından dijital teknolojiler, yalnızca ekonomik bir araç değil; aynı zamanda toplumsal cinsiyete dayalı yapısal engellerin aşılmasında önemli bir dönüştürücü güç olarak görülmektedir. Literatürde, kadın girişimcilerin geleneksel iş ağlarına erişimde, finansman temininde ve pazarlara açılmada erkek girişimcilere kıyasla daha fazla kısıtla karşılaştıkları sıklıkla vurgulanmaktadır (Alzahrani, 2014; Sallan Gül ve Altındal, 2016). Dijital platformlar, bu kısıtların bir kısmını azaltarak kadın girişimcilere daha görünür olma, daha geniş müşteri kitlelerine ulaşma ve işlerini daha esnek biçimde yönetme imkânı sunmaktadır.

Dijital girişimcilik literatürü, teknolojinin kadın girişimcilerin öz-yeterlilik algılarını güçlendirdiğini ve girişimcilik faaliyetlerine katılım motivasyonlarını artırdığını ortaya koymaktadır (Rosin vd., 2020; Güğercin ve Onan, 2021). Bununla birlikte, dijital teknolojilerin sunduğu fırsatların etkin biçimde değerlendirilebilmesi, girişimcilerin bu teknolojilere yönelik algı ve tutumlarıyla yakından ilişkilidir. Teknoloji Kabul Modeli (TAM) çerçevesinde yapılan çalışmalar, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının, dijital teknolojilerin benimsenmesinde belirleyici unsurlar olduğunu göstermektedir (Ndubisi, 2005; Cengiz, 2018).

Ancak gelişmekte olan ülkelerde ve özellikle bölgesel düzeyde, kadın girişimcilerin dijital teknolojileri benimseme süreçleri homojen bir yapı sergilememektedir. Bölgesel sosyo-ekonomik koşullar, eğitim düzeyi, kurumsal destek mekanizmalarının etkinliği ve yerel girişimcilik ekosisteminin olgunluğu, dijitalleşme süreçlerini doğrudan etkilemektedir (Salam, 2018; Salam ve Pachava, 2020). Bu doğrultuda, kadın girişimcilerin dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumlarının yalnızca ulusal değil, bölgesel örneklemeler üzerinden de incelenmesi, literatürdeki önemli bir boşluğun giderilmesine katkı sağlayacaktır.

Türkiye özelinde yapılan çalışmalar incelendiğinde, kadın girişimciliğine yönelik araştırmaların ağırlıklı olarak girişimcilik motivasyonu, karşılaşılan yapısal sorunlar ve destek mekanizmaları üzerine yoğunlaştığı; dijital teknolojilerin benimsenmesini nicel verilerle ele alan çalışmaların ise sınırlı olduğu görülmektedir (Bozkurt vd., 2012; Özdevecioğlu, 2015). Mevcut çalışmaların büyük çoğunluğunun ulusal genellemeler üzerinden yürütülmesi, bölgesel farklılıkların göz ardı edilmesine neden olmaktadır.

Oysa Türkiye gibi sosyo-ekonomik ve kültürel çeşitliliğin yüksek olduğu ülkelerde, girişimcilik deneyimleri ve dijitalleşme düzeyleri bölgeden bölgeye anlamlı farklılıklar gösterebilmektedir.

Bu çalışma, Erzurum ili örneğinde kadın girişimcilerin dijital teknolojileri benimsemelerine yönelik algı ve tutumlarını nicel veriler aracılığıyla analiz ederek, literatürdeki bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Bölgesel bir perspektiften elde edilen bulguların, hem akademik literatüre katkı sunması hem de kadın girişimciliğini destekleyen politika ve uygulamalara yol gösterici olması beklenmektedir.

1. KAVRAMSAL AÇIDAN KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Girişimcilik; ekonomi, finans, işletme yönetimi, sosyoloji, psikoloji başta olmak üzere siyaset bilimi, tarih ve diğer birçok sosyal - fen disiplininin ilgi odağı haline gelen çok boyutlu bir kavramdır. Girişimciliğin toplumsal hayatta başta ekonomik yapı olmak üzere sosyal ve kültürel yapıyı da etkileyen hatta yön veren bir etkiye sahip olması disiplinler ve organizasyonların girişimciliğe verdiği önem ve katkının derecesini daha da çok arttırmıştır. Bu nedenle de doktrinde tüm disiplinleri kapsayan, genel kabul görmüş, ortak bir girişimcilik tanımı yapılamamış olup; girişimciliği inceleyen her disiplin dalınca kendi bilimsel teknik ve alanına uygun olarak girişimcilik tanımları geliştirilmiştir (Mecek, 2013:490).

Bir iş adamı için girişimci, bir tehdit unsuru, sıkı bir rakip anlamı taşıyabileceği gibi bir müşteri, stratejik bir ortak veya başkalarının refahı ve mutluluğu için çalışan bir birey olarak tanımlanmaktadır. Bir psikolog için girişimci; bir şeyleri elde etme ya da ona ulaşma, deneyimler edinme, başarıma veya başkalarının muhtemel otoritesinden kaçma ya da otoriteye sahip olma ihtiyacı ve arzusu olan ve bu tür güdülerle harekete geçen bir birey olarak ifade edilmektedir. Bir ekonomist için girişimci; kaynakları, iş gücünü, materyalleri ve diğer kaynakları bir araya getirerek mevcut değerlerinden daha büyük bir hale getiren, aynı zamanda da değişimi, yenilikçiliği ve yeni bir düzen anlayışını ortaya koyan bir birey olarak tanımlanmaktadır. (Kolarov, 2021; Ağca ve Yörük, 2006:158-159).

Kadınlar, dünya genelinde toplumsal hayatta olduğu gibi ekonomik hayatta da dezavantajlı bir konuma sahiptirler. Bu nedenle ekonomik sisteme entegre edilerek üretkenliklerinden yararlanılması son derece önemlidir. Bu bağlamda fırsat eşitsizliği olan etkenlerin ortadan kaldırılması ya da minimize edilmesi gerekmektedir. Ayrıca kadın girişimciliğinin muhtelif sübvansiyon ve destekler ile cazip hale getirilmesi büyük bir öneme sahiptir.

Günümüz literatüründe “gizli büyüme potansiyeli” olarak nitelendirilen kadın girişimciliği, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada kilit bir faktör olarak görülmektedir. OECD ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar, kadınların iş gücüne katılımının sadece cinsiyet eşitliği meselesi değil, aynı zamanda “akıllı ekonomi” (smart economics) stratejisinin bir parçası olduğunu vurgulamaktadır (World Bank, 2020). Kadınların girişimcilik ekosistemine dahil olması, yoksulluğun azaltılması, hane halkı refahının artması ve gelirin daha adil dağılımı gibi makroekonomik göstergeler üzerinde doğrudan pozitif etki yaratmaktadır.

Ancak kadın girişimciler, erkek mevkidaşlarına kıyasla sermayeye erişim, ağ oluşturma ve rol model eksikliği gibi yapısal engellerle daha sık karşılaşmaktadırlar. Literatürde “cam tavan” sendromunun yanı sıra, finansmana erişimde yaşanan zorluklar “kredi tayinlaması teorisi ile açıklanmakta; kadınların finansal kurumlardan destek alırken daha yüksek teminat talepleriyle karşılaştıkları belirtilmektedir (Carter vd., 2015). Bu durum, kadın girişimcileri genellikle hizmet sektörü gibi düşük sermaye gerektiren ancak büyüme potansiyeli daha sınırlı olan alanlara yönlentmektedir.

Bununla birlikte, dijitalleşme ve değişen iş modelleri, kadın girişimciliği için yeni fırsat pencereleri açmaktadır. Geleneksel “itme” (mecburiyetten girişimcilik) ve “çekme” (fırsat girişimciliği) faktörlerinin ötesinde, günümüzde kadınlar, sosyal etki yaratma ve esnek çalışma koşulları gibi içsel motivasyonlarla da girişimcilğe yönelmektedirler (Akbaba, vd., 2022). Özellikle sosyal girişimcilik alanında kadınların daha aktif rol alması, girişimciliğin sadece kâr odaklı değil, toplumsal fayda odaklı bir dönüşüm geçirmesine de öncülük etmektedir (Datta, Gailey, 2012). Dolayısıyla, kadın girişimciliğinin desteklenmesi, sadece ekonomik bir gereklilik değil, aynı zamanda kapsayıcı ve dirençli bir toplum yapısının inşası için zorunlu bir stratejidir.

2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE DİJİTALLEŞME VE DİJİTAL TEKNOLOJİLERİN ROLÜ

Dijitalleşme, 21. yüzyılın en belirgin küresel dönüşüm dinamiklerinden biridir. Girişimcilik ekosistemi de bu dönüşümden derinden etkilenmekte; dijital teknolojiler, yalnızca operasyonel süreçleri hızlandıran bir araç olmanın ötesinde, iş modellerini yeniden tanımlayan, pazar sınırlarını genişleten ve değer yaratma biçimlerini dönüştüren stratejik bir kaldıraç haline gelmiştir. Bu süreçte, özellikle kadın girişimciler için dijitalleşme, geleneksel engelleri aşma, ekonomik katılımı güçlendirme ve sosyo-ekonomik özerklik kazanma bağlamında benzersiz bir potansiyel sunmaktadır (Rosin vd., 2020).

Günümüzde “dijitalleşme”, işletmeler için yalnızca bir verimlilik aracı olmaktan çıkmış, varoluşsal bir stratejiye dönüşmüştür. Sanayi 4.0 ve Web 2.0 teknolojilerinin evrimiyle birlikte ortaya çıkan “Dijital Girişimcilik” kavramı, geleneksel girişimcilik süreçlerini kökten değiştirmiştir. Bu dönüşüm, özellikle kadın girişimciler için coğrafi sınırları kaldıran, esnek çalışma modelleri sunan ve geleneksel pazarlara giriş engellerini minimize eden bir kaldıraç etkisi yaratmaktadır (Nambisan, 2017). Dijital teknolojiler; bulut bilişim, büyük veri, yapay zeka ve sosyal medya platformları aracılığıyla kadın girişimcilerin iş modellerini yeniden kurgulamalarına olanak tanımaktadır.

Geleneksel iş dünyasında kadın girişimciler, finansmana erişim, ağ oluşturma, pazara giriş ve sosyal normlar gibi yapısal engellerle sıklıkla karşılaşmaktadır. Dijital platformlar ve teknolojiler ise bu engelleri önemli ölçüde azaltma potansiyeli taşır. Literatür, dijitalleşmenin kadın girişimciler için şu yollarla bir “güçlenme platformu” işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır (Ndubisi, 2005).

Ancak dijitalleşmenin sunduğu bu fırsatların etkin biçimde değerlendirilebilmesi, kadın girişimcilerin dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumlarıyla yakından ilişkilidir. Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT) gibi teorik çerçeveler, bireylerin teknolojiyi kullanma niyetlerinin “algılanan fayda” ve “algılanan kullanım kolaylığı” ile şekillendiğini savunmaktadır (Venkatesh vd., 2003). Bir kadın girişimcinin dijital bir aracı iş süreçlerine entegre etme kararı, büyük ölçüde söz konusu teknolojinin işini ne ölçüde kolaylaştıracağına ve performansını ne kadar artıracığına dair algısına bağlıdır.

Gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimcilerin dijitalleşme süreçleri, bölgesel sosyo-ekonomik koşullardan ve yerel girişimcilik ekosisteminin olgunluk düzeyinden önemli ölçüde etkilenmektedir (Salam, 2018). Özellikle bölgesel düzeyde yürütülen çalışmalar, dijital teknolojilerin benimsenmesinde eğitim düzeyi, dijital okuryazarlık ve destekleyici kurumların varlığının belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, kadın girişimcilerin dijitalleşme sürecine katılımı homojen bir yapı sergilememekte; bireysel ve çevresel faktörlerin etkileşimiyle şekillenmektedir.

Bu noktada, “dijital uçurum” (digital divide) kavramı cinsiyet perspektifinden yeniden ele alınmalıdır. Kadın girişimcilerin dijital teknolojilere erişimi kadar, bu teknolojileri kullanma yetkinlikleri (dijital okuryazarlık) de kritik bir başarı faktörüdür. Nitekim bu çalışmanın da temel odak noktalarından biri olan “benimseme süreci”, homojen bir yapı sergilememektedir. Alan yazındaki çalışmalar ve bu araştırmanın Erzurum örneğindeki bulguları; girişimcilerin eğitim düzeyleri, yaşları ve teknolojik

deneyimlerinin, dijital tutumları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Özellikle eğitim seviyesi yükseldikçe, dijital teknolojilerin “karmaşık” yapısının bir engel olmaktan çıktığı ve yerini “fırsat” algısına bıraktığı görülmektedir. Çalışmamızın bulgularında da gözlemlendiği üzere, lisans ve lisansüstü eğitime sahip kadın girişimciler, dijital araçları iş süreçlerine entegre etmeye daha yatkındır. Buna karşın, ileri yaş gruplarındaki girişimciler veya dijital okuryazarlığı düşük olan kesimler için teknoloji, benimsenmesi gereken bir fırsattan ziyade, başa çıkılması gereken bir zorluk olarak algılanabilmektedir (Helsper, Eynon, 2010).

Dijitalleşme, kadın girişimciliği için salt bir teknolojik adaptasyon değil, geleneksel engelleri aşarak ekonomik katılımı demokratikleştiren stratejik bir dönüşüm hamlesidir. Kadın girişimciler için ise, dijital dönüşüm, teknik bir altyapı meselesi olduğu kadar, algı ve tutumların yeniden şekillendiği zihinsel bir süreçtir. Benzer şekilde kadın girişimciliğinde de dijitalleşme, teknolojik araçların kullanımından ibaret olmayan; öz-yeterlik, eğitim, kurumsal destek ve toplumsal cinsiyet dinamikleriyle birlikte ele alındığında hem bireysel girişim başarısını hem de bölgesel ve ulusal kalkınma hedeflerini doğrudan etkileyen bütüncül bir dönüşüm süreci olarak değerlendirilmelidir (Rosin vd., 2020). Şayet bu süreç, kapsayıcı politikalar ve bütüncül bir ekosistem yaklaşımıyla yönetilmezse, fırsatların kaçırılmasının ötesinde mevcut eşitsizliklerin derinleşme riski bulunmaktadır. Nihayetinde, dijital bir gelecek inşa edilirken kadınların bu denklemin merkezinde tam ve etkin şekilde yer alması; sadece bireysel işletmelerin başarısı için değil, sürdürülebilir bölgesel kalkınmanın ve toplumsal refahın zorunlu bir ön koşuludur.

3. KADIN GİRİŞİMCİLERDE DİJİTAL TEKNOLOJİLERE YÖNELİK ALGI VE TUTUMLAR

Girişimcilik ekosisteminde dijitalleşmenin sağladığı başarı, sahip olunan teknolojik altyapıdan ziyade, girişimcinin bu teknolojiye yönelik zihinsel kabulü ile ilişkilidir. Teknolojik determinizm yaklaşımının aksine, bir işletmeye en son model bilgisayarların veya yazılımların alınması, o işletmenin dijitalleştiği anlamına gelmemektedir. Dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumlar, girişimcilerin yeniliğe açıklık düzeylerini, risk algılarını ve değişime uyum kapasitelerini yansıtmaktadır. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerde girişimcinin bireysel algı ve tutumları, teknolojik yatırımların alınmasında ve uygulanmasında belirleyici bir rol oynamaktadır (Rogers, 2003). Girişimcinin teknolojiyi bir “zorunluluk” değil, iş süreçlerini iyileştiren bir “fırsat” olarak algılamasıyla başlayan dönüşüm süreci sonrasında bu

teknolojileri tanıma ve uyum sürecini başlatarak gerekli teknolojik yatırımları da beraberinde getirecektir. Çünkü bilinmeyen bir şey risk olarak görüldüğü için kabul olma oranı da her zaman düşük olacaktır.

Ne var ki Kadın girişimcilerin dijital teknolojileri benimsemeleri ve işletmede entegre etme hızları o kadar da hızlı olamayabilir. Kadın girişimciler, bireysel özelliklerin yanı sıra toplumsal ve kurumsal faktörlerden de kolay etkilenmektedir. Bunda toplumsal cinsiyet rolleri, eğitim düzeyi, dijital okuryazarlık, önceki teknoloji deneyimleri ve destek mekanizmalarına erişim, bu algı ve tutumların oluşumunda belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır (Ahl, Nelson, 2015; Brush, vd., 2019).

Literatür, kadın girişimcilerin dijital teknolojileri çoğunlukla yalnız işletme verimliliğini artıran ve iş-yaşam dengesini kolaylaştıran araçlar olarak algıladıklarını; buna karşılık teknik karmaşıklık ve hata yapma riskinin, tutumları olumsuz etkileyebildiğini ortaya koymaktadır. Bu noktada, bireylerin teknoloji kullanım niyetlerini açıklayan ve birçok çalışmada da sıklıkla kullanılan genel kabul görmüş Teknoloji Kabul Modeli (TAM), kadın girişimcilerin dijitalleşme serüvenini anlamlandırmak için güçlü bir teorik zemin sunmaktadır. Davis (1989) tarafından geliştirilen bu modele göre, teknoloji kullanımını belirleyen iki temel inanç vardır: “Algılanan Fayda” (Perceived Usefulness) ve “Algılanan Kullanım Kolaylığı” (Perceived Ease of Use).

Bu bağlamda, dijital teknolojilerin benimsenmesi ve etkin kullanımı, girişimcilerin söz konusu teknolojilere yönelik algı ve tutumlarıyla doğrudan ilişkilidir. Kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalarda, dijital teknolojilerin işletme performansı ve rekabet gücü üzerindeki olumlu etkilerinin farkında olunmasının, benimseme eğilimini artırdığı; ancak kullanım sürecinde karşılaşılan teknik sorunların ve yetersiz destek mekanizmalarının bu süreci yavaşlatabildiği vurgulanmaktadır (Ndubisi, 2005; Salam, Pachava, 2020).

Literatürde algı, bireylerin çevrelerinden gelen uyarıcıları yorumlama biçimi olarak tanımlanırken; tutum, bu algılara dayalı olarak geliştirilen bilişsel, duygusal ve davranışsal eğilimleri ifade etmektedir (Ajzen, 1991). Gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimcilerin dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumları, bölgesel sosyo-ekonomik koşullardan ve yerel girişimcilik ekosisteminin yapısından önemli ölçüde etkilenmektedir. Özellikle bölgesel düzeyde yürütülen çalışmalar, kadın girişimcilerin dijitalleşmeye karşı genel olarak olumlu bir yaklaşım sergilediklerini; ancak teknik bilgi eksikliği, eğitim olanaklarının sınırlılığı ve danışmanlık desteğine erişimde yaşanan güçlüklerin, tutumların davranışa dönüşmesini engellediğini göstermektedir (Salam, 2018). Bu durum, algı ve tutumların tek başına yeterli olmadığını;

destekleyici çevresel faktörlerle birlikte ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Kadın girişimciler özelinde ise literatür incelendiğinde, teknolojiyi benimseme süreçlerinin erkek meslektaşlarından farklı motivasyonel ve engellerle şekillendiği görülmektedir. Kadın girişimciler genellikle teknolojiyi, statü kazanma veya teknolojik merak tatmininden ziyade, iş-yaşam dengesini kurma, zamandan tasarruf etme ve müşteri memnuniyetini artırma gibi pragmatik hedefler için bir araç olarak görmektedirler. Dolayısıyla, bir kadın girişimci için dijital bir aracın “faydalı” olarak algılanması, o aracın somut iş sonuçlarına ne kadar hızlı etki ettiğiyle doğru orantılıdır. Örneğin, sosyal medya pazarlamasının satışları artırdığını gören bir kadın girişimcinin, bu teknolojiye yönelik tutumu hızla pozitive dönmektedir (Venkatesh, vd., 2003).

Bu çalışmanın bulguları da literatürdeki bu genel eğilimle paralellik göstermektedir. Kadın girişimcilerin dijital teknolojilere yönelik algılarının büyük ölçüde olumlu olduğu; dijitalleşmenin işletme faaliyetlerini kolaylaştırdığı, rekabet gücünü artırdığı ve yeni pazarlara erişim sağladığı yönünde güçlü bir farkındalık bulunduğu görülmektedir. Buna karşın, dijital teknolojilerin uygulanması sürecinde teknik destek ihtiyacı ve eğitim eksikliği, tutumların sürdürülebilir bir benimseme davranışına dönüşmesinde sınırlayıcı unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgular, kadın girişimcilerde dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumların, bireysel istekliliğin ötesinde yapısal desteklerle güçlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu çerçevede, kadın girişimcilerde dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumlar, dijitalleşme sürecinin başarısında merkezi bir konuma sahiptir. Dijital teknolojilerin benimsenmesi için gerekli olan algı ve tutumların zaman içinde pekişen ve süreklilik kazanan tutumlara evrilebilmesi ise eğitim, deneyim ve teşviklerle sağlanan desteklerle desteklenen bütüncül bir girişimcilik ekosisteminin varlığına bağlıdır.

4. YEREL DİNAMİKLER VE BÖLGESEL FARKLILIKLAR: ERZURUM ÖRNEĞİ

Girişimcilik, boşlukta filizlenen bireysel girişimler değil; coğrafyanın kültürel, ekonomik ve sosyal dokusuyla birlikte gelişen canlı ve dinamik süreçler bütünüdür. Türkiye gibi bölgesel gelişmişlik farklarının belirgin olduğu ülkelerde, büyük metropollerde girişimciliği besleyen motivasyonlar ile Anadolu’nun doğusunda şekillenen girişimcilik dinamiklerini aynı teorik çerçeveye açıklamak yeterli olmamaktadır.

Bu bağlamda Erzurum, Doğu Anadolu Bölgesi'nde girişimcilik ekosisteminin şekillenme biçimini analiz etmek açısından özgün bir örnek teşkil etmektedir. Kentsel ve ekonomik yapının yanı sıra demografik özellikler, Erzurum'da girişimcilik faaliyetlerinin yapısal sınırlılıklar ile potansiyel fırsatların iç içe geçtiği bir zeminde gelişmesine neden olmaktadır.

İpek Yolu mirası sayesinde tarihsel olarak güçlü bir ticaret kültürüne sahip olan Erzurum, günümüzde sanayi altyapısının yetersizliği ve sert iklim koşulları nedeniyle yapısal ekonomik kırılganlıklar yaşamaktadır. Erzurum'un merkezi pazarlara coğrafi uzaklığı, geleneksel olarak bir ticari kısıt olarak görülse de, kadın girişimciler açısından beklenmedik bir dönüşüm potansiyeli taşımaktadır. Bu uzaklık, dijital araçların benimsenmesini salt bir modernleşme tercihi olmaktan öteye taşıyarak, işletmelerin sürdürülebilirliği ve büyümesi için adeta bir gereklilik haline getirmiştir (Ahl, Nelson, 2015). Dolayısıyla, fiziksel sınırların getirdiği bu meydan okuma, kadın girişimcileri dijital platformlar aracılığıyla yeni pazar arayışlarına yönlendirmekte ve onları, yerel bağlamın ötesine uzanan bir girişimcilik anlayışı geliştirmeye teşvik etmektedir. Bu süreç, dezavantajlı konumun, yenilikçi ve dirençli iş stratejilerinin gelişimine nasıl katkı sağlayabileceğine dair önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Ancak, söz konusu bölgesel dinamikler, dijital teknolojilerin benimsenme sürecinde yapısal engeller de beraberinde getirmektedir. Erzurum özelinde dijital altyapıya erişimin kısıtlılığı, teknik destek hizmetlerinin yetersizliği ve uygulamalı eğitim olanaklarının azlığı, kadın girişimcilerin dijital dönüşüm yolculuğunu çoğunlukla kendi inisiyatifleri ve kişisel çabalarıyla yürütmek zorunda kalmalarına yol açmaktadır. Araştırma sonuçları, kadın girişimcilerin önemli bir bölümünün dijital araçları kullanmaya yönelik pozitif tutumlarına karşın, teknik bilgi yetersizliği ve rehberlik hizmetlerine ulaşmada karşılaştıkları zorluklar nedeniyle bu teknolojilerin sunduğu olanaklardan etkin bir şekilde faydalanamadıklarını ortaya koymuştur. Bu tablo, bölgesel girişimcilik ekosistemlerinde yapılandırılmış destek mekanizmalarının geliştirilmesinin ne denli hayati olduğunu bir kez daha gözler önüne sermektedir.

Öyle ki çalışmamızın saha verileri incelendiğinde de , Erzurum'daki kadın girişimciler, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin belirgin olduğu bir sosyal çevrede faaliyet göstermektedir. Literatürde, bu tür bölgelerde kadın girişimcilerin girişimcilik kararlarının çoğu zaman ailevi sorumluluklar, sosyal normlar ve yerel kültürel beklentiler çerçevesinde şekillendiği vurgulanmaktadır (Ahl, Nelson, 2015).

Bununla birlikte, kadın girişimcilerin bu kısıtlayıcı yapı içerisinde geliştirdikleri dayanıklılık, yaratıcılık ve uyum yeteneği, yerel girişimcilik ekosisteminin önemli bir bileşeni haline gelmektedir. Çalışmada öne çıkan bir nokta, bölgedeki kadın girişimci profilinin ezber bozan bir nitelik taşımasıdır. Çünkü genel kanının aksine, Erzurum'daki kadın girişimcilerin önemli bir bölümü yüksek eğitim düzeyine sahiptir. Nitekim araştırmamıza katılan 449 kadın girişimcinin %43,2'sinin lisans mezunu olması, bölgedeki beşeri sermayenin potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır. Bu veri, bölge kadınlarının girişimciliği sadece ekonomik bir zorunluluk olarak değil, aynı zamanda aldıkları eğitimi katma değere dönüştürme aracı olarak gördüklerini işaret etmektedir. Ayrıca Erzurum örneği, kadın girişimciliğinin bölgesel kalkınma açısından taşıdığı stratejik önemi de görünür kılmaktadır.

Dijital teknolojilerin etkin biçimde kullanımı, Erzurum'daki kadın girişimcilerin yalnızca yerel pazarda varlık göstermelerini değil, aynı zamanda ulusal ölçekte rekabet edebilmelerini mümkün kılacak bir araç niteliğindedir. Bu bağlamda, kadın girişimcilerin dijital yetkinliklerinin artırılmasına yönelik yerel ve bölgesel politikalar, bölgesel eşitsizliklerin azaltılmasına katkı sağlayabilecek önemli bir kaldıraç olarak değerlendirilebilir (OECD, 2019; World Bank, 2020).

Netice itibarıyla Erzurum örneği, bölgesel kalkınma politikalarında “tek tip” yaklaşımların yetersiz kaldığını; dijitalleşme süreçlerinin ancak yerel kültürel, sosyal ve coğrafi bağlamla uyumlu bir şekilde kurgulandığında etkili olabildiğini göstermektedir. Bu bağlamda, kadın girişimciler dijital teknolojileri yalnızca iş operasyonlarını iyileştiren araçlar olarak değil, aynı zamanda coğrafi kısıtlılıkları aşan ve toplumsal cinsiyet temelli sosyo-ekonomik sınırları dönüştüren birer güçlenme mekanizması olarak deneyimlemektedirler (Alzahrani, 2014). How Bu deneyim, kadın girişimciliğinin dijital dönüşümle kesiştiği noktada yalnızca ekonomik bir faaliyet alanı değil, aynı zamanda yerelden küresele uzanan bir sosyal dönüşüm pratiği olduğunu ortaya koymaktadır.

5. ERZURUM ÖRNEĞİNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN DİJİTAL DÖNÜŞÜM DENEYİMİ: SAHA TEMELLİ BİR DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, dijital dönüşüm sürecinin kadın girişimciler açısından nasıl deneyimlendiğini Erzurum ili özelinde ele almaktadır. Bölgesel kalkınma dinamikleri, toplumsal cinsiyet rolleri ve ekonomik fırsatlara erişim biçimleri birlikte değerlendirildiğinde, Erzurum'un kadın girişimcilik açısından özgün bir bağlam sunduğu görülmektedir. Türkiye'nin doğu bölgelerinde yer

alan iller, dijitalleşme süreçlerine katılım bakımından yapısal dezavantajlar barındırmakta; bu durum kadın girişimciler için hem sınırlayıcı hem de dönüştürücü etkiler yaratabilmektedir. Bu yönüyle Erzurum, dijital teknolojilerin girişimcilik pratiklerine nasıl eklemlendiğini anlamak açısından dikkat çekici bir saha niteliği taşımaktadır.

Bu değerlendirme, Erzurum ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 449 kadın girişimciyle gerçekleştirilen saha görüşmelerinden elde edilen verilere dayanmaktadır. Görüşmeler, kadın girişimcilerin dijital teknolojilerle kurdukları ilişkiyi kendi deneyimleri üzerinden ifade etmelerine imkân tanımış; böylece dijital dönüşüm sürecinin yalnızca teknik ya da yapısal göstergeler üzerinden değil, gündelik pratikler ve algılar çerçevesinde ele alınmasına olanak sağlamıştır. Elde edilen veriler, kadın girişimcilerin dijital araçları çoğunlukla ihtiyaç temelli, pratik çözümler üretmeye yönelik ve işletmenin sürdürülebilirliğini destekleyen araçlar olarak konumlandıklarını ortaya koymaktadır.

Kadın girişimcilerin dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumları, bireysel tercihlerden ziyade eğitim olanakları, sektörel yapı, yerel pazar koşulları ve sosyal çevre gibi çok katmanlı unsurlar tarafından şekillenmektedir. Literatürde dijitalleşmenin girişimcilik faaliyetleri üzerindeki olumlu etkileri sıklıkla vurgulanmakla birlikte, bu etkilerin bölgesel bağlamda nasıl farklılaştığına ilişkin çalışmalar sınırlı kalmaktadır.

Özellikle kadın girişimciler açısından dijital dönüşüm, rekabet avantajı sağlamanın ötesinde, coğrafi uzaklık, sınırlı pazara erişim ve kaynak kısıtları gibi yapısal sorunları aşmaya yönelik bir strateji olarak öne çıkmaktadır (OECD, 2018; UN Women, 2020).

Bu bağlamda Erzurum örneği, dijital dönüşümün merkezden uzak bölgelerde nasıl anlam kazandığını göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Saha verileri, dijital teknolojilerin kadın girişimciler tarafından tek tip bir biçimde benimsenmediğini; aksine yaş, eğitim düzeyi ve işletme yapısına bağlı olarak farklılaşan deneyimler sunduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, dijitalleşmenin kadın girişimciler açısından homojen bir süreç değil, bağlama duyarlı ve deneyim temelli bir dönüşüm alanı olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla bu çalışma, kadın girişimciliği ve dijital dönüşüm literatürüne Erzurum özelinde bağlamsal ve sahaya dayalı bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

6. SONUÇ

Girişimcilik, yüzyıllardır ekonomik kalkınmanın motoru olarak kabul edilse de, 21. yüzyılda bu kavram kabuk değiştirmiş; salt “kar elde etme”

motivasyonundan, “değer yaratma ve sürdürülebilirlik” eksenine kaymıştır. Bu dönüşüm içerisinde kadın girişimciliği, küresel ekonominin “saklı rezervi” olarak tanımlanırken; dijitalleşme, bu rezervi açığa çıkaran en güçlü kaldıraç mekanizması haline gelmiştir. Artık girişimcilik algısı, fiziksel bir dükkan açmanın ötesine geçerek, sınırların kalktığı dijital pazarlarda var olma mücadelesine dönüşmüştür.

Dijital dönüşüm süreci, girişimcilik ekosistemini köklü biçimde dönüştüren temel dinamiklerden biri olarak öne çıkmaktadır. Dijital teknolojiler, girişimcilerin pazara erişim biçimlerini, müşteri ilişkilerini ve işletme yönetim süreçlerini yeniden şekillendirirken, özellikle kaynaklara erişimin sınırlı olduğu bölgelerde önemli fırsatlar yaratmaktadır. Bu bağlamda kadın girişimciler için dijitalleşme, yalnızca teknolojik bir yenilik değil; mevcut yapısal engelleri aşmaya imkân tanıyan bir güçlendirme aracı olarak değerlendirilmektedir.

Bu araştırma, Doğu Anadolu Bölgesi’nin önemli merkezlerinden Erzurum’da faaliyet gösteren kadın girişimcilerin dijital teknolojilere yönelik algı ve tutumlarını nicel veriler ışığında analiz ederek, literatürdeki bölgesel ölçekli çalışma eksikliğini giderme amacı taşımıştır. Elde edilen bulgular, kadın girişimciliği ve dijital dönüşüm dinamiklerini anlamada hem yerel hem de evrensel düzeyde önemli çıkarımlar sunmaktadır. Çalışmanın en dikkat çekici sonuçlarından biri, dijital benimseme düzeyinin demografik faktörler karşısında gösterdiği diferansiyel tablodur. Araştırma, eğitim seviyesinin dijital teknoloji benimsemesinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Bu bulgu, bilgiye erişim ve analitik düşünme becerileri geliştiren formal eğitimin, girişimcilerin yenilikçi teknolojilere uyum sağlama kapasitelerini güçlendirdiği tezini desteklemektedir. Özellikle lisansüstü eğitime sahip girişimcilerin algı ve tutum puanlarında gözlemlenen belirgin üstünlük, beşeri sermaye yatırımının dijital dönüşüm süreçlerindeki kritik önemine işaret etmektedir. Buna karşılık, dijital benimseme tutumunun katılımcıların yaşından, işletme tecrübesi süresinden veya faaliyet gösterdikleri sektörden bağımsız olması, araştırmanın literatürden ayrılan diğer önemli bulgusudur. Araştırma bulguları, Erzurum’da faaliyet gösteren kadın girişimcilerin dijital teknolojilere yönelik genel algılarının olumlu olduğunu ve bu teknolojilerin işletme süreçlerine değer kattığını ortaya koymaktadır. Kadın girişimciler dijitalleşmeyi verimlilik artışı, müşteri ilişkilerinin güçlenmesi ve işletmelerin sürdürülebilirliği açısından önemli bir araç olarak değerlendirmektedir. Bu sonuç, Erzurum özelinde dijitalleşmenin, belirli bir yaş grubuna, sektöre veya belirli bir iş tecrübesine sahip girişimcilere özgü bir olgu olmaktan ziyade, geniş bir girişimci kitlesi tarafından içselleştirilmiş evrensel bir

gereklilik ve fırsat penceresi olarak algılandığını göstermektedir. Dolayısıyla dijitalleşmenin Erzurum'daki kadın girişimciler için ortak bir ihtiyaç alanı haline geldiğini ortaya koymaktadır. Coğrafi merkezlerden uzaklığın getirdiği pazara erişim kısıtları, dijital araçları bir lüks değil, iş sürdürülebilirliği için stratejik bir zorunluluk haline getirmiş olabilir. Ancak, olumlu algı ve yüksek benimseme niyetine rağmen, çalışma önemli bir paradoksu da gözler önüne sermiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu dijital teknolojilerin iş performansı, rekabet gücü ve verimlilik üzerindeki olumlu etkilerini kuvvetle kabul etmekle birlikte, aynı oranda bu teknolojilerin kullanım kolaylığı, teknik destek olmadan kullanılabilirliği ve üzerindeki kontrol hissi konularında kendilerini yeterli görmemektedir. Bu “istekli ancak desteksiz” profili, olumlu tutumun eyleme dönüşmesi önündeki en büyük engelin, teknolojik araçların kendisinden ziyade, bu araçları etkin kılacak beceri, bilgi ve destek mekanizmalarının eksikliği olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede, araştırmanın bulguları politika yapıcılar, destek kurumları ve akademi için çok katmanlı bir eylem çağrısı niteliği taşımaktadır. Öncelikle, eğitimin belirleyici rolü göz önünde bulundurularak, kadın girişimcilere yönelik destek programları yalnızca finansal teşviklerle sınırlı kalmamalı; dijital okuryazarlık, veri analitiği, siber güvenlik ve dijital pazarlama gibi alanlarda sürekli ve uygulamalı eğitim fırsatları ile desteklenmelidir. KOSGEB, Kuzey Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA) ve üniversitelerin işbirliğiyle, bölgenin sosyo-ekonomik gerçekliğine uygun, modüler ve erişilebilir dijital dönüşüm müfredatları geliştirilmelidir.

İkinci olarak, “teknik destek ihtiyacı” olgusu, yerel ölçekte danışmanlık ve mentorluk ağlarının kurulmasının aciliyetini göstermektedir. Erzurum Kadın Girişimciler Kurulu gibi yapılar, dijital alanda yetkin gönüllü mentorlar, teknoloji firmaları ve akademisyenler ile girişimcileri buluşturan bir köprü işlevi görebilir. Bu sayede, teorik bilginin pratik iş süreçlerine entegrasyonu kolaylaştırılabilir.

Son olarak, bu çalışma bölgesel bir örneklem üzerinden kesitsel bir fotoğraf sunmaktadır. Gelecek araştırmaların, dijital benimseme sürecinin zaman içindeki evrimini izlemek için longitudinal desenler benimsemesi, derinlemesine nitel görüşmelerle motivasyonel ve kültürel dinamikleri daha iyi anlaması ve Türkiye'nin farklı bölgelerinden karşılaştırmalı verilerle ulusal bir model oluşturması alana önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Veysel, A., & Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik Ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(2), 155-173.
- Alzahrani, A. A. (2014). How High-technology Female Entrepreneurs Perceive and Overcome Startup Challenges (Doctoral dissertation, Carleton University).
- Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O., & Alparlan, A. M. (2012). Türkiye’de girişimciliğin gelişimi: Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (15), 229-247.
- Cengiz, E. (2018). İşletmelerde bulut bilişim teknolojisi kullanımının teknoloji kabul modeli 3 ile incelenmesi.
- Culhane, J. M. H. (2003). The entrepreneurial orientation-performance linkage in high-technology firms: An international comparative study. University of Massachusetts Amherst.
- Çetindamar, D. (2002). Türkiye’de Girişimcilik. TÜSİAD Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T.
- Tekin, İ. Ç., & Küsbeci, P. (2021). Dijital dönüşüm sürecinde yükselen bir değer: Dijital girişimcilik. Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi, 4(1), 81-102.
- Eyel, C. Ş., & Sağlam, H. (2021). Dijital dönüşüm ve girişimcilikteki değişim: Dijital girişimcilik. Atlas Sosyal Bilimler Dergisi, 1(6), 7-20.
- Kolarov, K., Kononenko, I., Grinchenko, M., & Bukricieva, K. (2021). Digitalization in small business for women entrepreneurs in Ukraine. Bulletin of the National Technical University” KhPI”. Series: Strategic management, portfolio, program and project management, (2 (4)), 3-10.
- Mecek, M. (2013), “*Kamu Kurumları ve Kamu İdarelerinin Tarihsel Süreç İçerisinde Girişimcilik Üzerine Etkileri*”, **1. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, 1-3 Kasım 2013 (Muğla), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Yayını, Muğla, ss.487-509”.
- Mecek, M. ve AKIN, F. (2015), “*Türkiye’de Yerel Yönetimler Girişimciliği*”, **İdari ve Mali Açından Türkiye’de Yerel Yönetimler** (Ed. Mehmet Mecek, Mesut Doğan, Bekir Parlak), BEKAD Yayınları, Antalya, ss.443-468.
- Özdevecioğlu, M., & Karaca, M. (2015). Girişimcilik girişimci kişilik kavram ve uygulama. Eğitim Yayınevi.
- Rosin, A. F., Proksch, D., Stubner, S., & Pinkwart, A. (2020). Digital new ventures: Assessing the benefits of digitalization in entrepreneurship. Journal of Small Business Strategy (archive only), 30(2), 59-71.

- Salam, A. (2018). Impact of digitization on women entrepreneurs. *International Journal on Recent Trends in Business and Tourism (IJRTBT)*, 2(4), 35-38.
- Salam, A., & Pachava, V. (2020). The Relationship of Motivation, Digitalization and Firm's Performance: A Study of Women Entrepreneurs in Bangalore. *International Journal of Management (IJM)*, 11(12), 2252-2262.
- Salam, M. A., & Pachava, V. The Rising Trends Of Digitalization: A Case Study On Women Entrepreneurs In Bangalore.
- Sallan Gül, S., & Altındal, Y. (2016). Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün mü?. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1361-1377.