



International Journal of Eurasia Social Sciences
Vol: 11, Issue: 39, pp. (166-202).

Article Type: Research Article

Received: 20.11.2019 Accepted: 20.03.2020

BLIND SPOTS OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP: CASE OF ADANA

Fahri ÖZSUNGUR

Dr., Adana Trade Registry Office, Turkey, ticaretsicili@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6567-766X

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the blind spots of women's entrepreneurship. This study was conducted with 46 women entrepreneurs registered to Adana Chamber of Industry in Turkey in September 2019. A phenomenological research method was adopted in this research. The coding process (conceptualization, classification, component analysis) proposed by Miles and Huberman (1994) was used respectively in data analysis. Findings revealed that the blind spot in entrepreneurship is the dead spot in entrepreneurship according to the field of view of the entrepreneur, which can be prevented with a different perspective and proactive behaviors, which prevents the predicting of unexpected results. A second eye is required to identify the blind spots. In addition, teamwork, transparent management, outsourcing, increasing employee-leader interaction, and referring to external stakeholder opinions can make the blind spot visible. Arrogance and unflexible personality traits, transform the desire of self-realization into an irrepressible ambition, excessive self-confidence are other factors that cause the blind spot. A second eye (consultant, coach, CEO, etc.) is needed to reduce the negative impact of the blind spot on entrepreneurship success. In addition, referring to the ideas of the stakeholders, suppliers, customers, consumers, employees about the success and path of entrepreneurship, teamwork, transparent management, are crucial issues for determining the blind spots. Exceptional circumstances such as illness, legal barriers, climate, and war may cause essential blind spots. Preventing them may be possible by creating vision and strategy in entrepreneurship, and proactive behaviors. In the context of all these findings and recommendations, this study contributes to the literature regarding the subjects of determination of blind spot in entrepreneurship and cope with, and blind-spot leadership. The limitation of the sample to the province of Adana limited the generalizability of the study. The practical implications of the study show that outsourcing, exceptional circumstances, transparent management, proactive behavior, personal characteristics are the key factors for the blind spots of the women's entrepreneurship. Training can be provided to women entrepreneurs to raise awareness about blind spots of entrepreneurship, and chambers of commerce and industry can organize some activities on this issue. This is the first study which reveals the blind spots of the women's entrepreneurship. Theoretical background, discussion, managerial implications, limitations and recommendations for future studies are discussed.

Keywords: Women's entrepreneurship, entrepreneurship, blind spot, proactiveness, outsourcing.

INTRODUCTION

Women's entrepreneurship emerged as a result of the global adoption of the patriarchal social structure and the weakening of women's commercial activities. Due to the biological, physical and social conditions of women male domination started to increase (Wynarczyk & Marlow, 2010). The responsibilities and social effects required by commercial life have led to an increase in the distinction between men and women. This increase has been reduced by the development of technology, economic needs and cultural change (Wynarczyk & Marlow, 2010). Problems between countries have caused economic stagnation and male and female cooperation has become a necessity. Thus, the importance of women emerged and women started to enter commercial life (Brush, et al., 2004).

The fact that women started to enter business life has raised the issue of women's entrepreneurship. Women's entrepreneurship, especially in developing countries, is important for economic development (Kwolek-Folland, 1998). The development of women's entrepreneurship in terms of economic contribution and growth criteria has led to an increase in the literature on women's entrepreneurship motivation and women's entrepreneurship development (Brush, et al., 2004). On the other hand, the studies focus on how women's entrepreneurship can be increased and inequalities between men and women in the business world (Kwolek-Folland, 1998).

Research on entrepreneurship is increasing in order to provide women's economic freedom and eliminate inequalities (Wilkinson, 1986; Bey et al., 2019; Scholaske et al., 2019; Cohn, 2019; Chadwick & DeBlaere, 2019). For this reason, female entrepreneurship, women entrepreneurship, women's entrepreneurship concepts are used in the literature (Meyer & Hamilton, 2020; Hasan, 2020; Cardella, Hernández-Sánchez & Sánchez García, 2020; Srivastava, 2020; Yukongdi & Cañete, 2020; Noor, Isa & Nor, 2020; Hechavarria, 2019; Foss, 2019; Özsungur, 2019). Female entrepreneurship, first proposed in the literature, highlights inequalities between men and women (Dean et al., 2019). The basis of this theoretical framework is the improvement of women's economic freedoms in developing countries (Roos, 2019). On the other hand, women's entrepreneurship does not focus on male-female inequality (Özsungur, 2019). This theoretical framework includes increasing women's entrepreneurship levels, providing women empowerment, new initiatives, and networks (Foss et al., 2019). Increasing the role of women in the development of rural entrepreneurship, preventing work-family conflict, eliminating the effect of glass ceilings, gaining leadership qualities for women, encouraging women to new initiatives are among the aims of women's entrepreneurship (Lucky & Obiosio, 2019; Ondiba & Matsui, 2019; Tankibayeva & McDonald, 2019; Cantillon, Parolin & Collado, 2019; Damm-Ganamet et al., 2020; Buchanan, Das & McFarlane, 2020; Bowen & Zhang, 2020).

Women's entrepreneurship is inspired by women's characteristics. Personal characteristics such as psychological resilience, self-worth, self-management, self-assurance, self-consciousness, self-confidence, self-

development, self-respect trigger women's entrepreneurial behavior (Özsungur, 2019; Hechavarria et al., 2019). Entrepreneurial behavior can be obstructed in women due to the emotional dimension. Factors such as pregnancy, menstruation, menopause, maternity, gynecology, social and spouse pressure, early marriage, economic dependence can negatively affect entrepreneurial behavior and career development (O'Neil, Brooks & Hopkins, 2018; Navarro-Astor, Román- Onsalo & Infante-Perea, 2017; Burke, 2017; Vondracek, Lerner & Schulenberg, 2019). Motivation factors need to be identified to improve all these factors and women entrepreneurs should be encouraged. These factors are push, pull, balance and emotional factors (Özsungur, 2019).

Pull factors include the woman entrepreneur's independence, self-expression needs, financial opportunities, and self-expression (Cabrera & Mauricio, 2017). These factors attract women to entrepreneurship. Push factors consist of unemployment, economic difficulties, dissatisfaction with current job, mobbing, harassment, and social pressure (Kirkwood, 2009). Balance factors are affected by the maintenance of family-work balance, home-office work, and work flexibility. Emotional factors include work commitment, network need, family and friend support, discrimination, humiliation factors (Özsungur, 2019; Buttner & Moore, 1997; Gundry, Ben-Yoseph & Posig, 2002). When all these factors are considered together, the factors affecting women's entrepreneurship are significantly affected by motivation factors (Franck, 2012). Motivation is an important factor that triggers entrepreneurship in women. The fact that it has a multi-factor structure makes it necessary to reveal the factors affecting women's lives in the context of entrepreneurship. How these factors demonstrate entrepreneurial behavior depends on sustainable initiatives (Pallarès-Blanch, Tulla & Vera, 2015; Padmavathi, 2011; Thurman, 2016; Nair, 2020).

Factors that motivate women's entrepreneurship or the development of entrepreneurship depend on their sustainability (Franck, 2012). Non-sustainable organizations are caught in Rigor Mortis and be disappeared. Therefore, it is important to provide incentives for the idea of entrepreneurship to take action and to take necessary measures for the sustainability of this entrepreneurship. The lack of knowledge of women entrepreneurs without experience in entrepreneurship can lead to the disappearance of the idea of entrepreneurship put into operation. Women with a lack of experience need to be empowered to cope with the problems they may notice (Srivastava, 2020; Gramm, Dalla Torre & Membretti, 2020; Kishore, 2020; Plambeck & Ramdas, 2020). On the other hand, not every factor can be predicted. It is often not possible to cope with unnoticed problems. Therefore, invisible factors need to be revealed. Negligence, neglect, and disregarding are not among the factors identified in the literature. It is not possible for the entrepreneur to consider the ignored and disregarded issues in entrepreneurship. It is possible for women to ignore, disregard, neglect some factors due to their lives and anatomical structures because they have different features than men (Silberstein et al., 1988, Powell, 1990; Kimura, 1987; Collins, 2000). Problems arising in entrepreneurship can be ignored due to many factors such as family-work role conflict, emotional factors, maternal instinct, gynecological diseases, and social pressures. Likewise, it may not always be possible to reveal factors that

obstruct entrepreneurial behavior. Revealing these factors is important for women's entrepreneurship. There is no study in the literature about what needs to be done to realize these issues and what these issues are. Since these issues constitute a blind spot for the entrepreneur, revealing the issues will provide important insights to all entrepreneurs, policy-makers, developing country managers and academicians.

THEORETICAL BACKGROUND

Women's entrepreneurship developed after the feminist movements with industrialization and technological changes (Reinharz & Davidman, 1992). This type of entrepreneurship is described in the literature as female entrepreneurship, women entrepreneurship and women's entrepreneurship (Bowen & Hisrich, 1986). The researches in the literature are based on theories of entrepreneurship and feminism (Philips, 1998). Feminism, which emerged in the 18th century, is a thought of equality put forward by philosophers in France (Nicholson, 2013). This thought was based on the idea that women should be equal to men socially and politically. Feminism has enacted to influence many ideas through developing technology, political and social changes (Offen, 1988). One of these ideas is entrepreneurship. The thought of entrepreneurship that emerged between the 15th and 19th centuries gained a different momentum after the 18th century (Gamber, 1998).

The thought of equality put forward by the feminist movements has led to the idea that the impact of women on social life should be given importance. The woman who has to cook at home is forced to take care of the children and she is crushed by male domination under cultural pressure (Brush, 2006). However, society is changing, the new world is becoming global and economic changes reveal the place of women in the economy. Thus, politicians and sociologists emphasized the role of women in society and adopted the idea that women should take their place in business life. Women's movements and economic developments, especially in Europe and the USA, have pioneered the development of women's entrepreneurship (Katz, 2003). Entrepreneurship of women was initially adopted by starting from female-male gender distinction, whereas the concept of gender-based entrepreneurship was abandoned in the 20th century (Peiss, 1998). Because the thought based on gender inequalities was not enough to solve women's problems in entrepreneurship. Thus, the women's entrepreneurship was adopted and the thought that entrepreneurship should be developed for women was put forward. This research, which is carried out in the context of this idea, aims to contribute to women's entrepreneurship. Besides, the problems that are not considered after the transformation of women's entrepreneurship idea into action and how these problems can be solved have been investigated in this study.

METHODOLOGY**The Aim of the Study**

This study aims to identify blind spots in women's entrepreneurship. Blind spots are subjects that individuals ignore, forget, disregard, neglect. Factors affecting entrepreneurship may not always be detected by the individual. Especially considering the obstacles in women's entrepreneurship, it is important to determine what the blind spots are. It is possible to empower women with career development, start-up new businesses, developing existing businesses, entering new markets and increasing competitiveness. However, to empower women, the invisible barriers in entrepreneurship must be identified. Therefore, this study aimed to determine what these invisible obstacles are.

Detecting blind spots in Women's entrepreneurship will contribute to entrepreneurship literature. In addition, the recommendations regarding these blind spots will provide important insights to women entrepreneurs and policymakers. The fact that women's entrepreneurship involves a wide range of fields, including social and medical sciences, reveals the importance of the study. Publication ethics were complied within the study.

Sample

The target mass of the study is women entrepreneurs in Turkey. Since it is not possible to reach all women entrepreneurs, women entrepreneurs operating in Adana were targeted. Therefore, the purposeful and random sampling method was preferred in the study (Byrne, 2001; Marshall, 1996; Koerber & McMichael, 2008). In 2019, there were 186 women entrepreneurs registered with the Adana Chamber of Industry. This study was conducted with 46 women entrepreneurs registered to Adana Chamber of Industry in Turkey in September 2019. Participants had to fulfill the following eligibility criteria: a) registered to Adana Chamber of Industry b) To benefit from Small and Medium Enterprises Development Organization of Turkey (SMEsDO) entrepreneurial support. Surveys were administered in Turkish by two interviewers. The compulsory membership system has been adopted with chambers of industry in Turkey, these chambers are legal entities of public law.

Qualitative Research Method

Qualitative Research Method consists of grounded theory, ethnography, phenomenology, and case study. Phenomenology is a qualitative research method that tries to reveal social reality and evaluates experience and phenomenon together (Smith, Flowers and Larkin, 2009). A phenomenological research method was used in the research. An open-ended question was asked to the participants. While preparing the question, the purpose and data collection tools of the quantitative data were evaluated together.

Interview Questions

Qualitative data were obtained by a semi-structured interview technique in accordance with the interpretive phenomenological research method in order to provide detailed data on the subject. The semi-structured interview creates a situation that will provide detailed responses given in the course of the interview with the predetermined questions. Some questions can be asked to the participants so that they can not be obtained with predetermined and limited questions and the appropriate responses are planned. Questions were prepared by using a detailed literature review based on the research subject and the knowledge planned to be reached by using qualitative research. Qualitative question was developed in order to obtain knowledge that cannot be obtained by quantitative methods.

In creating the interview question, the sentences were created in advance, and the words that should be emphasized with words were placed in the sentences appropriately. MAXQDA and Voyant Tools programs that use concept mapping techniques were used in the analysis of qualitative data.

Qualitative data were analyzed by an academican expert in qualitative analysis, which had not previously worked on women entrepreneurship to eliminate the risk of systematic error (Maxwell, 1996). Walcott (1994) stated that there was no definite framework for qualitative analysis. Therefore, the same data were analyzed by the researcher and the results of both analyses were compared. Responses were primarily processed into the Microsoft Excel program by the traditional method. Each question was copied to one line and then all the responses were read one by one. The reading was repeated two or three times.

Conceptualization, classification and component analysis were applied respectively in data analysis (Spradley, 1980). In cases where data need to be coded, the following analyzes in the coding process proposed by Miles and Huberman (1994) were used respectively. 1-Conceptualization: a) Reading and absorption the words, sentences and paragraphs in the data set b) Associating the responses with the fields (management, personnel, etc.) of the researched subject c) Associating the subjects highlighted by the participants with the fields and determining the priority areas 2-Classification analysis: Classification of each field within itself: simplification of data, creation of themes (categories) by grouping related concepts, grouping themes close to each other. 3-Component analysis: Defining the properties of the state encoded under the theme and supporting these definitions with participatory data (Strauss and Corbin, 1990).

Data Analysis

In the analysis of qualitative data, MAXQDA and Voyant Tools programs, which include concept mapping techniques, were used. The analysis of the data was evaluated by two academicians who were not involved in the study field in order to minimize the risk of systematic errors. The evaluations were compared, the differences were analyzed and the common results were reported. The data were processed by the traditional

method and analyzed. Data analysis was performed by conceptualization, classification, coding and component analysis (Spiers & Riley, 2019). Coding is the process of revealing concepts appropriate to the meaning of the sentences in the data set (Mihas, 2019). In this process, the words highlighted in the sentence, word meanings are examined as a whole. The concepts introduced by coding are classified according to the topics. The concepts connected with each other as meaning and subject are combined (Riley et al., 2019).

FINDINGS (RESULTS)

Demographic Characteristics

Demographic variables include age, the firm's main field of activity, entrepreneurship experience, and the number of employees.

Table 1. Personal Demographic Variables

Variables		n	%
Age	18-25	10	21,74
	26-33	11	23,91
	34-41	25	54,35
The firm's main field of activity	Food	18	39,13
	Textile	14	30,43
	Metal	5	10,87
	Petroleum products	9	19,57
Entrepreneurship experience (years)	1-3 yıl	12	26,08
	4-6 yıl	16	34,78
	7-9 yıl	18	39,14
Number of employees	1-10	29	63,04
	11-20	11	23,91
	21-30	6	13,05

54.35% of the participants are in the 34-41 age range. 39.13% of the participants are entrepreneurs in the food sector (the main field of activity of the firm). Participants with an Entrepreneurship experience of 7-9 years are 39.14% and 34.78 of which are 4-6 years. 63,04% of entrepreneurs employ 1-10 employees.

Content Validity

In qualitative research, questions should be understood by each participant in the same way. The words that do not make sense for the participants and the unknown words should be avoided (Salant and Dillman, 1994).

The participants were selected according to the sample (50-100 samples) of the study (Reynolds, Diamantopoulos and Schlegelmilch, 1993). A pilot study was carried out with women entrepreneurs who were registered to the Adana Chamber of Industry (N: 50). A clear and comprehensibility of the responses were scored with the Likert scale and it was determined that the study had content validity.

Entrepreneurship Blind Spots

The participants were asked 8 questions to identify blind spots in entrepreneurship (Appendix 1). These questions address the blind spots experienced by the entrepreneur after the entrepreneur's idea of entrepreneurship emerges. These questions were asked to reveal the issues that the entrepreneur could not see even though s/he looked, which were overlooked and caused problems in the entrepreneurship process. Potential risks in entrepreneurship were considered, just as the traffic risk caused by blind spots outside the human perspective. After asking the questions, the basis of the question was investigated by an in-depth interview. The problems arising from the blind spots experienced in the entrepreneurship process were investigated under the main headings with the dimensions of neglect, overlook, ignoring, disregard, postpone, forgetting, awareness and coping. Dimensions and questions were shown in Appendix 1.

Table 2. The Qualitative Analysis Results of Entrepreneurship Blind Spots

Theme titles	f	%
Lack of second eye (outsourcing, consultant, coach, CEO)	21	45,65
Knowledge sharing (referring to external stakeholder, suppliers, customers, consumers, employees' opinions)	9	19,56
Personality Traits (Arrogance and unflexible personality traits, excessive self-confidence, proactiveness)	7	15,21
Exceptional circumstances (illness, legal barriers, climate, and war)	6	13,04
Employee-leader interaction (teamwork, transparent management)	3	6,54

According to the qualitative research results, the coding focused on five main blind spots. These are as follows: lack of second eye (45.65%), knowledge sharing (19.56%), personality traits (15.21%), exceptional circumstances (13.04%), and Employee-leader interaction (6.54%) (Table 2).

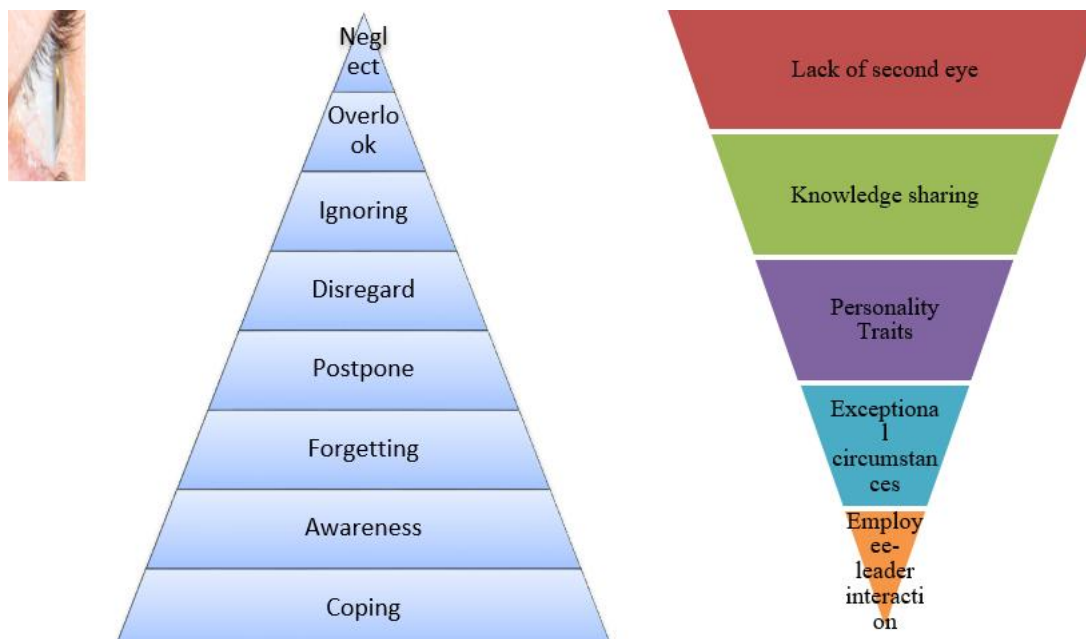


Figure 1. Blindspot Pyramid

Lack of Second Eye

Revealing the blind spot in entrepreneurship depends on the transfer of experience. According to the interviews, it was stated that the blind spots were caused by the lack of outsourcing, consultant, coach, and CEO. Entrepreneurs need a second eye after the start-up of their business. The belief that the success of entrepreneurship can remove all the obstacles pushes the entrepreneur to act alone to overcome the problems. Thus, the entrepreneur does not seek the opinion of experts about the problems that arise. Furthermore, the problems that emerge are not always noticed by the entrepreneur. Often the problems are not perceived as problems by the entrepreneur. This is because the entrepreneur's focus is on the profitability and growth of the business. The company's sustainable competitive advantage, researching new markets, customer feedback, future customers are becoming out of focus. Thus, the entrepreneur determines his focal point as profitability and ignores other elements. Developing technology, social factors, and institutionalization are becoming a subject to be ignored. Examples include as follows:

“When I first started entrepreneurship, I was a drunk with success. I thought I would make everything even more perfect. I thought that if I was able to open a business by myself, I could sign many successes. Then I made important mistakes in accounting outside my area of expertise. As a result, I received high amounts of tax penalties.”

“I carried out my business with bilateral relations in export. But I missed the changing technology and the increasing competition. After a while, my bilateral relations changed from business to friendship. We had to cut

our production. I could not do market research because I did not recruit the necessary experts in the export department. Right now, I am back to where I started.”

Participants stated that benefiting from external sources such as outsourcing, consultant, coach, CEO is important for business sustainability, competitive advantage, and institutionalization.

Knowledge Sharing

Knowledge sharing is one of the important blind spots of the entrepreneur. Obstruct the flow of information in stakeholder relations causes significant problems in feedback. Entrepreneurs explain the blind spot on this issue with mistrustfulness. The risk that the idea of entrepreneurship may be stolen by others, and that the competitors turn this idea into an opportunity, transform the entrepreneur a closed box on knowledge sharing. Referring to external stakeholders, suppliers, customers, consumers, employees' opinions are the most important blind spots indicated by the participants about information sharing. The samples regarding these issues are as follows:

“Success makes you a discreet person. You almost become a closed box. You do not desire to share the secret of your success with anyone. But in the end, you are the loser. Because you do not share the information you get, after a while, your employees start to hide the facts about the business from you. Failure is inevitable because you cannot respond to problems in time.”

"The segments of the underwear we exported were left behind thanks to the changing fashion. When customers realized that they did not meet their needs, they stopped buying. Therefore, we suffered great losses. If we followed trends and received customer feedback, we might be in better places today.”

Personality Traits

The blind spot in entrepreneurship does not always consist of a lack of the second eye, knowledge sharing. Sometimes personality traits can also be ignored. Entrepreneurship is a set of important actions that focus on commercial business, gaining sustainable competitive advantage and entering new markets. These actions require flexibility and self-confidence. Identifying problems in advance and taking solution-oriented initiatives is important to gain a competitive advantage. Besides, overconfidence and arrogance lead to underestimating the problems that arise. Thus, problems are perceived to be temporary and significant reductions in profitability and productivity of the enterprise may occur.

In the interviews with the participants, arrogance and inflexible personality traits, excessive self-confidence and proactiveness were expressed as blind spots of entrepreneurs. The entrepreneur cannot see these blind

spots due to his personality traits. To eliminate these blind spots, it is recommended to participate in personal development training and to purchase counseling on this subject.

Exceptional Circumstances

One of the problems in entrepreneurship is exceptional circumstances. After the emergence of entrepreneurship, priority issues are growth and profitability. However, the possibility that unexpected events may occur should always be considered. Therefore, the most important issue that ignored in entrepreneurship is the exceptional circumstances, which are very difficult to predict in advance. Participants expressed illness, legal barriers, climate, and war as the exceptional circumstances that constitute the blind spot of entrepreneurship. Risks can be minimized by predetermined long-term strategies such as insurance, management strategy, strategic human resources management. Anticipating exceptional circumstances prevent future losses.

Employee-Leader Interaction

Entrepreneurship requires effective use of organizational, management, coordination and communication elements. According to the research findings, one of the blind spots in entrepreneurship was the interaction between employee and leader. Teamwork and transparent management related to this interaction were identified as the blind spots of the entrepreneur. Considering that the entrepreneur is the leader, the relationship with the employees after the transformation of entrepreneurship into action can provide significant benefits. Because after entrepreneurship is transformed into action, new entrepreneurial ideas and innovations may emerge. These new ideas and innovations can be revealed by employees. Therefore, the sustainability of the enterprise, new entrepreneurs and innovations for the leader-employee interaction are important.

CONCLUSION and DISCUSSION

In the literature, studies on women's entrepreneurship are related with motivation factors (Buttner & Moore, 1997), barriers (Brindley, 2005), women empowerment (Duflo, 2012; Purushothaman, 1998; Lopez-Claros & Zahidi, 2005; Presser & Sen, 2000), and entrepreneurship development (Mitchelmore & Rowley, 2013; Ahl, 2006; Brush et al., 2010; Langowitz & Minniti, 2007; Brush, De Bruin & Welter, 2009; Orhan & Scott, 2001; Stevenson, 1986; De Bruin, Brush & Welter, 2007; Bruni, Gherardi & Poggio, 2004). When all these studies are evaluated together, they are except for the research subject of this study. Because this study is not related to the obstacles, motivation factors that occur before or during the transformation of the idea of entrepreneurship into action. The present study focuses on the problems that arise after the entrepreneurship action and which are not visible to the entrepreneur.

Results of the study revealed that lack of second eye (outsourcing, consultant, coach, CEO), knowledge sharing (referring to external stakeholder, suppliers, customers, consumers, employees' opinions), personality traits (Arrogance and unflexible personality traits, excessive self-confidence, proactiveness), exceptional circumstances (illness, legal barriers, climate, and war), employee-leader interaction (teamwork, transparent management) were the main blind points in women's entrepreneurship. The main reasons for the emergence of these blind spots were the actions of neglect, overlook, ignoring, disregard, postpone, forgetting, awareness and coping.

The results of the research show that women entrepreneurs are mistrustfulness against their environment and therefore the limited information sharing causes significant losses in terms of feedbacks. However, transparency in discussion and management, communication and negotiations and the emergence of new ideas provide a critical perspective. It is possible to eliminate this blind spot with a strategic management approach.

The blind spot is a dead area where a person's vision is obstructed and lacks objectivity (Lexico, 2019). The blind point in entrepreneurship is the dead point in entrepreneurship according to the field of view of the entrepreneur, which can be prevented with a different perspective and proactive behaviors, which prevents the anticipation of unexpected results. This area can be noticed by people other than entrepreneurs. Tolerance of this area depends on taking some precautions. A second eye is required to identify the blind spots. Besides, teamwork, transparent management, outsourcing, increasing stakeholder-leader interaction, and referring to stakeholder opinions can make the blind spot visible. The values, mission, vision put forward at the beginning of entrepreneurship should be recorded to constitute the individual entrepreneurial history. Achieving success during the transformation of entrepreneurship into action forces the entrepreneur not to share her knowledge in the organization. This situation limits the sharing of information within the organization and eliminates honest behaviors. Personal characteristics may also cause a blind spot. Arrogance and unflexible personality traits, the desire for self-realization to become an irrepressible ambition, excessive self-confidence may cause blind spots. A second eye (consultant, coach, CEO, etc.) is needed to reduce the negative impact of the blind spot on entrepreneurship success. Besides, it is crucial for the stakeholders, suppliers, customers, consumers, employees to get feedback about the success and path of entrepreneurship, teamwork and transparent management to see the blind spot. It may be possible to protect vision and strategy formation and proactive behavior.

RECOMMENDATIONS

Blind spots are the crucial factors that every entrepreneur can ignore or disregard, which can result in negative outcomes. Detecting these factors in advance will give a significant impetus to entrepreneurship. Thanks to the

detection of blind spots, the sustainability of enterprises, the creation of new entrepreneurs can have a sound basis. Elimination of obstacles to women entrepreneurs depends on the detection of blind spots and taking the necessary measures. For this reason, it is necessary to pay attention to employee-leader interaction, exceptional circumstances, personality traits, knowledge sharing and lack of the second eye to determine the blind spots detected in our study by women entrepreneurs.

It is strongly recommended that women entrepreneurs get support from a consultant to ensure sustainability in new ventures and existing business. On the other hand, it is recommended that women entrepreneurs should do their research on entrepreneurship carefully and do not carry out entrepreneurship actions without doing the necessary research on the market, consumer, suppliers, product, and legal factors. Besides, the fact that training is an important factor in the entrepreneurship process and will provide important information about the problems that will arise should be taken into consideration. It is recommended that policymakers provide necessary support in this context, especially in developing countries, to train women entrepreneurs on entrepreneurship blind spots.

Avoiding the sharing of vision, harmonizing individual objectives with business objectives, recruitment, institutionalization, follow-up of innovations, technology, ignoring future customers, dynamic system, proactivity, crisis management are the topics that are suggested to be investigated in the context of blind spots. Furthermore, training women entrepreneurs on blind spots will contribute to the sustainability of entrepreneurship. Since the study is limited to the province of Adana, it is recommended to perform the study in different countries and cities and compare the results.

ETHICAL STATEMENT

In this article, journal writing rules, publishing principles, research and publishing ethics rules, journal ethics rules are followed. The responsibility belongs to the author (s) for any violations related to the article.

REFERENCES

- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Bey, G. S., Jesdale, B., Forrester, S., Person, S. D. & Kiefe, C. (2019). Intersectional Effects of Racial and Gender Discrimination on Cardiovascular Health Vary Among Black and White Women and Men in the CARDIA study. *SSM-population health*, 8, 100446.
- Bowen, D. D. & Hisrich, R. D. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. *Academy of Management Review*, 11(2), 393-407.
- Bowen, P. & Zhang, R. P. (2020). Cross-Boundary Contact, Work-Family Conflict, Antecedents, and Consequences: Testing an Integrated Model for Construction Professionals. *Journal of Construction Engineering and Management*, 146(3), 04020005.

- Brindley, C. (2005). Barriers to Women Achieving their Entrepreneurial Potential: Women and Risk. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), 144-161.
- Bruni, A., Gherardi, S. & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-Mentality, Gender and The Study of Women Entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), 256-268.
- Brush, C. G. (2006). Women Entrepreneurs: a Research Overview. In *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*.
- Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P. & Hart, M. (2004). *Clearing the Hurdles: Women Building High-Growth Businesses*. FT Press.
- Brush, C. G., De Bruin, A. & Welter, F. (2009). A Gender-Aware Framework for Women's Entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Brush, C. G., De Bruin, A., Gatewood, E. J. & Henry, C. (Eds.). (2010). *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: A Research Perspective*. Edward Elgar Publishing.
- Buchanan, T., Das, A. & McFarlane, A. (2020). Gender Differences in within-Couple Influences on Work–Family Balance Satisfaction: When Benefits Become Threats. *Journal of Family Studies*, 26(1), 106-125.
- Burke, R. J. (2017). 26. Supporting Women's Career Development. *Handbook of Research on Gender and Leadership*, 409.
- Buttner, E. H. & Moore, D. P. (1997). Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates With Success. *Journal of Small Business Management*, 35, 34-46.
- Byrne, M. (2001). Sampling for Qualitative Research. *AORN journal*, 73(2), 494-494.
- Cabrera, E. M. Y. & Mauricio, D. (2017). Factors Affecting the Success of Women's Entrepreneurship: A Review of Literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65. <http://dx.doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>
- Cantillon, B., Parolin, Z. & Collado, D. (2019). A Glass Ceiling on Poverty Reduction? An Empirical Investigation into the Structural Constraints on Minimum Income Protections. *Journal of European Social Policy*, 0958928719880500.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R. & Sánchez García, J. C. (2020). Entrepreneurship and Family Role: A Systematic Review of a Growing Research. *Frontiers in Psychology*, 10, 2939.
- Chadwick, C. & DeBlaere, C. (2019). The Power of Sisterhood: The Moderating Role of Womanism in the Discrimination-Distress Link among Women of Color in the United States. *Sex Roles*, 1-12.
- Cohn, S. (2019). *Race, gender, and discrimination at work*. Routledge.
- Collins, S. A. (2000). Men's Voices and Women's Choices. *Animal Behaviour*, 60(6), 773-780.
- Damm-Ganamet, K. L., DesJarlais, R., Marrone, T., Shih, A. Y., Schiffer, J., Perez Benito, L. & Mirzadegan, T. (2020). Breaking the Glass Ceiling in Simulation and Modeling: Women in Pharmaceutical Discovery. *Journal of Medicinal Chemistry*.
- Dean, H., Larsen, G., Ford, J. & Akram, M. (2019). Female Entrepreneurship and the Metanarrative of Economic Growth: a Critical Review of Underlying Assumptions. *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 24-49.

- De Bruin, A., Brush, C. G. & Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 323-339.
- Duflo, E. (2012). Women Empowerment and Economic Development. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1051-79.
- Foss, L., Henry, C., Ahl, H. & Mikalsen, G. H. (2019). Women's Entrepreneurship Policy Research: a 30-Year Review of the Evidence. *Small Business Economics*, 53(2), 409-429.
- Franck, A. K. (2012). Factors Motivating Women's Informal Micro-Entrepreneurship: Experiences from Penang, Malaysia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 65-78.
- Gamber, W. (1998). A Gendered Enterprise: Placing Nineteenth-Century Businesswomen in History. *Business History Review*, 72(2), 188-218.
- Gramm, V., Dalla Torre, C. & Membretti, A. (2020). Farms in Progress-Providing Childcare Services as a Means of Empowering Women Farmers in South Tyrol, Italy. *Sustainability*, 12(2), 467.
- Gundry, L. K., Ben-Yoseph, M. & Posig, M. (2002). The Status of Women's Entrepreneurship: Pathways to Future Entrepreneurship Development and Education. *New England Journal of Entrepreneurship*, 5(1), 39.
- Hasan, S. M. (2020). Female Entrepreneurship: Do Urban Centers Ease Out the Challenge? An Analysis for Pakistan. In *Urban Studies and Entrepreneurship* (pp. 163-179). Springer, Cham.
- Hechavarria, D., Bullough, A., Brush, C. & Edelman, L. (2019). High-Growth Women's Entrepreneurship: Fueling Social and Economic Development. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 5-13.
- Katz, J. A. (2003). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education: 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Kimura, D. (1987). Are Men's and Women's Brains Really Different?. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 28(2), 133.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5), 346-364.
- Kishore, S. (2020). A Socio-economic Study of Entrepreneurial Abilities of Rural and Urban Women in Ranchi District, Jharkhand and Need of ICT for Transforming Their Abilities. In *Smart Intelligent Computing and Applications* (pp. 111-122). Springer, Singapore.
- Koerber, A. & McMichael, L. (2008). Qualitative Sampling Methods: A Primer for Technical Communicators. *Journal of Business and Technical Communication*, 22(4), 454-473.
- Kwolek-Folland, A. (1998). *Incorporating Women: a History of Women and Business in the United States* (p. 65). New York, NY: Twayne Publishers.
- Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Lexico (2019). https://www.lexico.com/en/definition/blind_spot, 24.10.2019.
- Lopez-Claros, A. & Zahidi, S. (2005). Womens Empowerment: Measuring the Global Gender Gap. Geneva Switzerland World Economic Forum 2005.

- Lucky, A. T. & Obiosio, M. I. (2019). The Role Of Public Library Relation Services In The Promotion Of Women Entrepreneurship In Nsukka Local Government Area Of Enugu State. *Noble International Journal of Social Sciences Research*, 4(1), 08-24.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for Qualitative Research. *Family Practice*, 13(6), 522-526.
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative Research Design: an Interactive Approach*. California: SAGE Publications.
- Meyer, N. & Hamilton, L. (2020). Female Entrepreneurs' Business Training and its Effect on Various Entrepreneurial Factors: Evidence From a Developing Country. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 12(1), 135-151.
- Mihas, P. (2019). Qualitative Data Analysis. Oxford Research Encyclopedia of Education. Retrieved 18 Jan. 2020, from <https://oxfordre.com/education/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-1195>.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (2nd ed.). London: Sage.
- Mitchelmore, S. & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial Competencies of Women Entrepreneurs Pursuing Business Growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 125-142.
- Nair, S. R. (2020). To Examine Women Social Entrepreneurial Ecosystems: Opportunities and Challenges. In *Handbook of Research on Smart Territories and Entrepreneurial Ecosystems for Social Innovation and Sustainable Growth* (pp. 326-345). IGI Global.
- Navarro-Astor, E., Román-Onsaló, M. & Infante-Perea, M. (2017). Women's Career Development in the Construction Industry Across 15 Years: Main Barriers. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 15(2), 199-221.
- Nicholson, L. (2013). *Feminism/Postmodernism*. Routledge.
- Noor, S., Isa, F. M. & Nor, L. M. (2020). Ageing Care Centre Women Entrepreneur: A Silver Bullet for Ageing Tsunami in Malaysia. *Sains Humanika*, 12(1).
- Offen, K. (1988). Defining Feminism: a Comparative Historical Approach. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 14(1), 119-157.
- Olson, M. (1971). *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups* (second edition). Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Ondiba, H. A. & Matsui, K. (2019). Social Attributes and Factors Influencing Entrepreneurial Behaviors among Rural Women in Kakamega County, Kenya. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 2.
- O'Neil, D. A., Brooks, M. E. & Hopkins, M. M. (2018). Women's Roles in Women's Career Advancement: What Do Women Expect of Each Other?. *Career Development International*, 23(3), 327-344.
- Orhan, M. & Scott, D. (2001). Why Women Enter into Entrepreneurship: an Explanatory Model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247.
- Özsungur, F. (2019). A Research on Women's Entrepreneurship Motivation: Sample of Adana Province. In *Women's Studies International Forum*, 74, 114-126).

- Padmavathi, D. (2011). Sustainable Development of Rural Women Entrepreneurs. In *International Conference on Business, Economics and Tourism Management* (Vol. 24, pp. 67-70).
- Pallarès-Blanch, M., Tulla, A. F. & Vera, A. (2015). Environmental Capital and Women's Entrepreneurship: a Sustainable Local Development Approach. *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, 10(3), 133-146.
- Peiss, K. (1998). Vital Industry and Women's Ventures: Conceptualizing Gender in Twentieth Century Business History. *Business History Review*, 72(2), 219-241.
- Phillips, A. (Ed.). (1998). *Feminism and Politics*. Oxford University Press on Demand.
- Plambeck, L. E. & Ramdas, K. (2020). Alleviating Poverty by Empowering Women Through Business Model Innovation: M&SOM Insights and Opportunities. *Manufacturing & Service Operations Management*.
- Powell, G. N. (1990). One More Time: Do Female and Male Managers Differ?. *Academy of Management Perspectives*, 4(3), 68-75.
- Presser, H. & Sen, G. (2000). *Women's Empowerment and Demographic Processes: Moving Beyond Cairo*. Oxford University Press.
- Purushothaman, S. (1998). Empowerment of Women in India-Grassroots Women's Networks and the State.
- Reinharz, S. & Davidman, L. (1992). *Feminist Methods in Social Research*. Oxford University Press.
- Reynolds, N., Diamantopoulos, A. & Schlegelmilch, B. (1993). Pre-Testing in Questionnaire Design: Review of the Literature and Suggestions for Further Research. *Journal of the Market Research Society*, 35(2), 171- 182.
- Riley, S., Brooks, J., Goodman, S., Cahill, S., Branney, P., Treharne, G. & Sullivan, C. (2019). Celebrations amongst challenges: Considering the Past, Present and Future of the Qualitative Methods in Psychology Section of the British Psychology Society. *Qualitative Research in Psychology*, 16(3), 464-482, DOI: [10.1080/14780887.2019.1605275](https://doi.org/10.1080/14780887.2019.1605275)
- Roos, A. (2019). Embeddedness in Context: Understanding Gender in a Female Entrepreneurship Network. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(3-4), 279-292.
- Salant, P. & Dillman, D.A. (1994). *How to Conduct Your Own Survey*. New York: John Wiley and Sons.
- Scholaske, L., Brose, A., Spallek, J. & Entringer, S. (2019). Perceived Discrimination and risk of Preterm Birth among Turkish Immigrant Women in Germany. *Social Science & Medicine*, 236, 112427.
- Silberstein, L. R., Striegel-Moore, R. H., Timko, C. & Rodin, J. (1988). Behavioral and Psychological Implications of Body Dissatisfaction: Do Men and Women Differ?. *Sex roles*, 19(3-4), 219-232.
- Smith, J.A., Flowers, P. & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. Los Angeles, CA: Sage.
- Spiers, J. & Riley, R. (2019). Analysing one Dataset with Two Qualitative Methods: The distress of General Practitioners, a Thematic and Interpretative Phenomenological Analysis. *Qualitative Research in Psychology*, 16(2), 276-290.

- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Orlando, FL: Harcourt, Inc.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465.
- Srivastava, S. (2020). Corporate Social Responsibility Initiative: A Way Towards Women Entrepreneurship Development in India. *Journal of Industrial Relationship, Corporate Governance & Management Explorer (e ISSN 2456-9461)*, 3(2), 1-10.
- Stevenson, L. A. (1986). Against All Odds: the Entrepreneurship of Women. *Journal of Small Business Management*, 24, 30.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. New Delhi: SAGE Publications.
- Tankibayeva, A. & McDonald, S. (2019). Organizational Perspective on Women Senior-Managers in Kazakhstan: Examination of Leadership Roles, Updating Evidence and Research Agenda. *Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии*, 70(3), 85-93.
- Thurman, P. W. (2016). *Entrepreneurship and Sustainability: Business Solutions for Poverty Alleviation from Around the World*. Routledge.
- Walcott, H. F. (1994). *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation*. London: SAGE Publications.
- Wilkinson, S. (Ed.). (1986). *Feminist Social Psychology: Developing theory and practice* (pp. 77-96). Milton Keynes: Open University Press.
- Wynarczyk, P. & Marlow, S. (Eds.). (2010). *Innovating Women: Contributions to Technological Advancement*. Emerald Group Publishing Limited.
- Vondracek, F. W., Lerner, R. M. & Schulenberg, J. E. (2019). *Career Development: A Life-Span Developmental Approach*. Routledge.
- Yukongdi, V. & Cañete, J. M. (2020). The Influence of Family, Human, Social Capital & Government Support Services on Women Entrepreneurial Start-up Decisions: A Qualitative Study. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9, 307-318.

Appendix 1. The Study Questions

Order	Questions	Main Themes
	Please answer the following questions based on your entrepreneurship and your experience in matters that adversely affect your business during the period when your business was first started.	
Q1	What are the issues that you neglected? Why did you neglect?	Neglect
Q2	What are the issues that you overlooked? Why did you overlook it?	Overlook
Q3	What are the issues you ignored? Why did you ignore it?	Ignoring
Q4	What are the issues that you disregarded? Why did you disregard it?	Disregard
Q5	What are the issues that you postponed the solution? Why did you postpone?	Postpone
Q6	What are the issues that you forgot? Why did you forget?	Forgetting
Q7	What are the blind spots that you experienced in entrepreneurship for you?	Awareness
Q8	How to cope with these blind spots, what are your recommendations?	Coping

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KÖR NOKTALARI: ADANA ÖRNEĞİ

Öz

Çalışmanın amacı kadın girişimciliğinin kör noktalarını belirlemektir. Bu çalışma Eylül 2019'da Türkiye'de Adana Sanayi Odası'na kayıtlı 46 kadın girişimci ile yürütülmüştür. Bu araştırmada fenomenolojik bir araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veri analizinde sırasıyla Miles ve Huberman (1994) tarafından önerilen kodlama süreci (kavramsallaştırma, sınıflandırma, bileşen analizi) kullanılmıştır. Bulgular, girişimcinin görüş alanına göre girişimciliğin kör noktasının farklı bir bakış açısı ve proaktif davranışlarla önlenebilen ve beklenmedik sonuçların tahmin edilmesini engellediğini ortaya koydu. Kör noktaları tanımlamak için ikinci bir göz gereklidir. Buna ek olarak, ekip çalışması, şeffaf yönetim, dış kaynak kullanımı, çalışan-lider etkileşimini artırma ve dış paydaş görüşlerine gönderme kör noktayı görünür hale getirebilir. Kibir ve esnek olmayan kişilik özellikleri, kendini gerçekleştirme arzusunun geri çevrilemez bir tutkuya dönüştürür, aşırı kendine güven kör noktaya neden olan diğer faktörlerdir. Kör noktanın girişimcilik başarısı üzerindeki olumsuz etkisini azaltmak için ikinci bir göze (danışman, koç, CEO, vb.) ihtiyaç vardır. Ayrıca, paydaşların, tedarikçilerin, müşterilerin, tüketicilerin, çalışanların girişimcilik, takım çalışması, şeffaf yönetimin başarısı ve yolu hakkındaki fikirlerine başvurmak, kör noktaları belirlemek için çok önemlidir. Hastalık, yasal engeller, iklim ve savaş gibi istisnai durumlar, önemli kör noktalara neden olabilir. Bunları önlemek, girişimcilik ve proaktif davranışlarda vizyon ve strateji oluşturarak mümkün olabilir. Tüm bu bulgular ve öneriler bağlamında, bu çalışma girişimcilikte kör noktanın belirlenmesi ve kör nokta liderliği konularında literatüre katkıda bulunmaktadır. Örneklemin Adana iliyle sınırlandırılması çalışmanın genellenebilirliğini sınırlandırmıştır. Çalışmanın pratik sonuçları, dış kaynak kullanımı, istisnai durumlar, şeffaf yönetim, proaktif davranış, kişisel özelliklerin kadın girişimciliğinin kör noktaları için anahtar faktörler olduğunu göstermektedir. Kadın girişimcilere girişimciliğin kör noktaları hakkında farkındalık yaratmak için eğitim verilebilir ve ticaret ve sanayi odaları bu konuda bazı etkinlikler düzenleyebilir. Bu, kadın girişimciliğinin kör noktalarını ortaya koyan ilk çalışmadır. Teorik altyapı, tartışma, yönetsel çıkarımlar, sınırlamalar ve gelecekteki çalışmalar için öneriler tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadın girişimciliği, girişimcilik, kör nokta, proaktiflik, dış kaynak kullanımı.

GİRİŞ

Kadın girişimciliği, ataerkil sosyal yapının küresel olarak benimsenmesi ve kadınların ticari faaliyetlerinin zayıflaması sonucu ortaya çıkmıştır. Kadınların biyolojik, fiziksel ve sosyal koşulları nedeniyle erkek egemenliği artmaya başladı (Wynarczyk ve Marlow, 2010). Ticari yaşamın gerektirdiği sorumluluklar ve sosyal etkiler, erkekler ve kadınlar arasındaki ayrımın artmasına neden olmuştur. Bu artış, teknolojinin gelişimi, ekonomik ihtiyaçlar ve kültürel değişimle azalmıştır (Wynarczyk ve Marlow, 2010). Ülkeler arasındaki sorunlar ekonomik durgunluğa neden olmuş ve erkek ve kadın işbirliği bir zorunluluk haline gelmiştir. Böylece kadınların önemi ortaya çıktı ve kadınlar ticari hayata girmeye başladı (Brush, vd., 2004).

Kadınların iş hayatına girmeye başlaması, kadın girişimciliği konusunu gündeme getirdi. Kadın girişimciliği, özellikle gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik kalkınma için önemlidir (Kwolek-Folland, 1998). Kadın girişimciliğinin ekonomik katkı ve büyüme kriterleri açısından gelişimi, kadın girişimciliği motivasyonu ve kadın girişimciliğinin gelişimi ile ilgili literatürde artışa neden olmuştur (Brush, vd., 2004). Öte yandan, çalışmalar kadın girişimciliğinin nasıl arttırılabileceğine ve iş dünyasında kadın ve erkek arasındaki eşitsizliğe odaklanmaktadır (Kwolek-Folland, 1998).

Kadınların ekonomik özgürlüğünü sağlamak ve eşitsizlikleri ortadan kaldırmak için girişimcilik üzerine araştırmalar artmaktadır (Wilkinson, 1986; Bey vd., 2019; Scholaske vd., 2019; Cohn, 2019; Chadwick ve DeBlaere, 2019). Bu nedenle literatürde dişi girişimciliği, kadın girişimciliği, kadınların girişimciliği kavramları kullanılmaktadır (Meyer ve Hamilton, 2020; Hasan, 2020; Cardella, Hernández-Sánchez ve Sánchez García, 2020; Srivastava, 2020; Yukongdi ve Cañete, 2020; Noor, Isa ve Nor, 2020; Hechavarria, 2019; Foss, 2019; Özsungur, 2019). İlk olarak literatürde önerilen dişi girişimciliği, erkekler ve kadınlar arasındaki eşitsizlikleri vurgular (Dean vd., 2019). Bu teorik çerçevenin temeli, gelişmekte olan ülkelerde kadınların ekonomik özgürlüklerinin iyileştirilmesidir (Roos, 2019). Öte yandan, kadınların girişimciliği erkek-kadın eşitsizliğine odaklanmamaktadır (Özsungur, 2019). Bu teorik çerçeve, kadınların girişimcilik seviyelerini arttırmayı, kadınların güçlendirilmesini, yeni girişimleri ve ağırları sağlar (Foss vd., 2019). Kırsal girişimciliğin geliştirilmesinde kadınların rolünün artırılması, iş-aile çatışmasının önlenmesi, cam tavanların etkisinin ortadan kaldırılması, kadınlar için liderlik niteliklerinin kazanılması, kadınların yeni girişimlere teşvik edilmesi kadınların girişimciliğinin amaçları arasındadır (Lucky ve Obiosio, 2019; Ondiba ve Matsui, 2019; Tankibayeva ve McDonald, 2019; Cantillon, Parolin ve Collado, 2019; Damm-Ganamet vd., 2020; Buchanan, Das ve McFarlane, 2020; Bowen ve Zhang, 2020).

Kadınların girişimciliği kadınların özelliklerinden ilham alır. Psikolojik dayanıklılık, öz değer, öz yönetim, öz güven, öz bilinç, öz gelişim, kendine saygı gibi kişisel özellikler, kadınların girişimci davranışlarını tetikler (Özsungur, 2019; Hechavarria vd., 2019). Duygusal boyut nedeniyle kadınlarda girişimci davranışlar engellenebilir. Hamilelik, menstruasyon, menopoz, annelik, jinekoloji, sosyal ve eş baskısı, erken evlilik, ekonomik bağımlılık gibi faktörler girişimcilik davranışını ve kariyer gelişimini olumsuz etkileyebilir (O'Neil,

Brooks ve Hopkins, 2018; Navarro-Astor, Román- Onsaló ve Infante-Perea, 2017; Burke, 2017; Vondracek, Lerner ve Schulenberg, 2019). Tüm bu faktörleri iyileştirmek için motivasyon faktörleri tanımlanmalı ve kadın girişimciler teşvik edilmelidir. Bu faktörler itme, çekme, denge ve duygusal faktörlerdir (Özşungur, 2019).

Çekme faktörleri arasında kadın girişimcinin bağımsızlığı, kendini ifade etme ihtiyaçları, finansal fırsatlar ve kendini ifade etme sayılabilir (Cabrera ve Mauricio, 2017). Bu faktörler kadınları girişimciliğe çekmektedir. İtici faktörler işsizlik, ekonomik zorluklar, mevcut işten memnuniyetsizlik, mobbing, taciz ve sosyal baskıdan oluşmaktadır (Kirkwood, 2009). Denge faktörleri, aile-iş dengesinin, evden işin ve iş esnekliğinin korunmasından etkilenir. Duygusal faktörler arasında iş taahhüdü, ağ ihtiyacı, aile ve arkadaş desteği, ayrımcılık, aşağılama faktörleri bulunmaktadır (Özşungur, 2019; Buttner ve Moore, 1997; Gundry, Ben-Yoseph ve Posig, 2002). Tüm bu faktörler birlikte ele alındığında, kadınların girişimciliğini etkileyen faktörler motivasyon faktörlerinden önemli ölçüde etkilenmektedir (Franck, 2012). Motivasyon, kadınlarda girişimciliği tetikleyen önemli bir faktördür. Çok faktörlü bir yapıya sahip olması, kadınların hayatını etkileyen faktörleri girişimcilik bağlamında ortaya çıkarmayı gerekli kılmaktadır. Bu faktörlerin girişimci davranışı nasıl gösterdiği sürdürülebilir girişimlere bağlıdır (Pallarès-Blanch, Tulla ve Vera, 2015; Padmavathi, 2011; Thurman, 2016; Nair, 2020).

Kadın girişimciliğini veya girişimciliğin gelişimini motive eden faktörler sürdürülebilirliklerine bağlıdır (Franck, 2012). Sürdürülebilir olmayan kuruluşlar Rigor Mortis'e yakalanır ve ortadan kaybolur. Bu nedenle girişimcilik fikrinin harekete geçmesi ve bu girişimciliğin sürdürülebilirliği için gerekli önlemlerin alınması için teşvikler sağlamak önemlidir. Girişimcilik deneyimi olmayan kadın girişimcilerin bilgi eksikliği, devreye giren girişimcilik fikrinin ortadan kalkmasına neden olabilir. Deneyim eksikliği olan kadınların farkedebilecekleri sorunlarla başa çıkabilmeleri için güçlendirilmesi gerekmektedir (Srivastava, 2020; Gramm, Dalla Torre ve Membretti, 2020; Kishore, 2020; Plambeck ve Ramdas, 2020). Öte yandan, her faktör öngörülemez. Fark edilmeyen sorunlarla başa çıkmak çoğu zaman mümkün değildir. Bu nedenle, görünmez faktörlerin ortaya çıkarılması gerekmektedir. İhmal, gözardı etme ve dikkate almamak literatürde tanımlanan faktörler arasında yer almamaktadır. Girişimcinin girişimcilikteki göz ardı ve ihmal edilen konuları dikkate alması mümkün değildir. Kadınların yaşamları ve anatomik yapıları nedeniyle bazı faktörleri göz ardı etmeleri, dikkate almamaları, ihmal etmeleri mümkündür, çünkü erkeklerden farklı özelliklere sahiptirler (Silberstein vd., 1988, Powell, 1990; Kimura, 1987; Collins, 2000). Girişimcilikte ortaya çıkan sorunlar, aile çalışması rol çatışması, duygusal faktörler, anne içgüdü, jinekolojik hastalıklar ve sosyal baskılar gibi birçok faktör nedeniyle göz ardı edilebilir. Aynı şekilde, girişimci davranışı engelleyen faktörleri ortaya çıkarmak her zaman mümkün olmayabilir. Bu faktörleri ortaya çıkarmak kadınların girişimciliği için önemlidir. Literatürde bu konuları gerçekleştirmek için ne yapılması gerektiği ve bu konuların ne olduğu konusunda bir çalışma bulunmamaktadır. Bu konular girişimci için kör bir nokta oluşturduğundan, sorunları ortaya çıkarmak tüm girişimcilere, politika yapıcılara, gelişmekte olan ülke yöneticilerine ve akademisyenlere önemli bilgiler sağlayacaktır.

TEORİK ÇERÇEVE

Kadın girişimciliği, feminist hareketlerden sonra sanayileşme ve teknolojik değişimlerle gelişti (Reinharz ve Davidman, 1992). Bu tür girişimcilik, literatürde dişi girişimciliği, kadın girişimciliği ve kadınların girişimciliği olarak tanımlanmaktadır (Bowen ve Hisrich, 1986). Literatürdeki araştırmalar girişimcilik ve feminizm teorilerine dayanmaktadır (Philips, 1998). 18. yüzyılda ortaya çıkan feminizm, Fransa'da filozofların ortaya koyduğu bir eşitlik düşüncesidir (Nicholson, 2013). Bu düşünce, kadınların sosyal ve politik olarak erkeklere eşit olması gerektiği fikrine dayanıyordu. Feminizm, teknoloji, siyasi ve sosyal değişimler geliştirerek birçok fikri etkilemeye başlamıştır (Offen, 1988). Bu fikirlerden biri de girişimciliktir. 15. ve 19. yüzyıllar arasında ortaya çıkan girişimcilik düşüncesi 18. yüzyıldan sonra farklı bir ivme kazanmıştır (Gamber, 1998).

Feminist hareketlerin ortaya koyduğu eşitlik düşüncesi, kadınların sosyal yaşam üzerindeki etkisine önem verilmesi gerektiği fikrini doğurmuştur. Evde yemek yapmak zorunda olan kadın çocuklara bakmak zorundadır ve kültürel baskı altında erkek egemenliği ile ezilir (Brush, 2006). Ancak toplum değişiyor, yeni dünya küreselleşiyor ve ekonomik değişimler kadınların ekonomideki yerini ortaya koyuyor. Böylece politikaçılar ve sosyologlar, kadınların toplumdaki rolünü vurgulamış ve kadınların iş hayatında yer almaları gerektiği fikrini benimsemişlerdir. Özellikle Avrupa ve ABD'de kadın hareketleri ve ekonomik gelişmeler, kadın girişimciliğinin gelişmesine öncülük etmiştir (Katz, 2003). Kadınların girişimciliği başlangıçta kadın-erkek cinsiyet ayrımından başlayarak kabul edilirken, cinsiyete dayalı girişimcilik kavramı 20. yüzyılda terk edilmiştir (Peiss, 1998). Çünkü toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine dayalı düşünce, girişimcilikteki kadınların sorunlarını çözmek için yeterli değildi. Böylece kadın girişimciliği benimsendi ve kadınlar için girişimciliğin geliştirilmesi gerektiği düşüncesi öne sürüldü. Bu fikir bağlamında yürütülen bu araştırma, kadın girişimciliğine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, bu çalışmada kadınların girişimcilik fikrinin eyleme dönüştürülmesinden sonra dikkate alınmayan sorunlar ve bu sorunların nasıl çözülebileceği araştırılmıştır.

YÖNTEM

Çalışmanın Amacı

Bu çalışma, kadın girişimciliğinde kör noktaları tespit etmeyi amaçlamaktadır. Kör noktalar, bireylerin görmezden geldiği, unuttuğu, göz ardı ettiği, ihmal ettiği konulardır. Girişimciliği etkileyen faktörler birey tarafından her zaman tespit edilemeyebilir. Özellikle kadın girişimciliğinin önündeki engeller düşünüldüğünde, kör noktaların ne olduğunu belirlemek önemlidir. Kadınları kariyer gelişimi, yeni iş kurma, mevcut iş geliştirme, yeni pazarlara girme ve artan rekabet gücü ile güçlendirmek mümkündür. Ancak, kadınları güçlendirmek için girişimcilikteki görünmez engeller belirlenmelidir. Bu nedenle, bu çalışma bu görünmez engellerin ne olduğunu belirlemeyi amaçlamıştır.

Kadın girişimciliğinde kör noktaları tespit etmek, girişimcilik literatürüne katkıda bulunacaktır. Ayrıca, bu kör noktalara ilişkin öneriler, kadın girişimcilere ve politika belirleyicilere önemli bilgiler sağlayacaktır. Kadın girişimciliğinin sosyal ve tıp bilimleri de dahil olmak üzere çok çeşitli alanları içermesi çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Çalışmada yayın etiğine uyulmuştur.

Örneklem

Araştırmanın hedef kitlesi Türkiye'deki kadın girişimcilerdir. Tüm kadın girişimcilere ulaşmak mümkün olmadığından Adana'da faaliyet gösteren kadın girişimciler hedeflendi. Bu nedenle çalışmada amaçlı ve rastgele örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Byrne, 2001; Marshall, 1996; Koerber ve McMichael, 2008). 2019 yılında Adana Sanayi Odası'na kayıtlı 186 kadın girişimci vardı. Bu çalışma Eylül 2019'da Türkiye'de Adana Sanayi Odası'na kayıtlı 46 kadın girişimci ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar aşağıdaki uygunluk kriterlerini yerine getirmek zorundaydı: a) Adana Sanayi Odası'na kayıtlı olmak b) Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOBİ) girişimci desteğinden yararlanmak. Anketler Türkçe iki anketör tarafından yürütülmüştür. Zorunlu üyelik sistemi Türkiye'de sanayi odalarında geçerlidir, bu odalar kamu hukuku tüzel kişilikleridir.

Nitel Araştırma Yöntemi

Nitel Araştırma Yöntemi, gömülü teori, etnografi, fenomenoloji ve vaka çalışmasından oluşur. Fenomenoloji, sosyal gerçekliği ortaya çıkarmaya çalışan ve deneyim ile fenomeni birlikte değerlendiren nitel bir araştırma yöntemidir (Smith, Flowers ve Larkin, 2009). Araştırmada fenomenolojik araştırma yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara açık uçlu sorular soruldu. Sorular hazırlanırken nicel verilerin amacı ve veri toplama araçları birlikte değerlendirilmiştir.

Görüşme Soruları

Konu hakkında ayrıntılı veri sağlamak amacıyla nitel veriler, yorumlayıcı fenomenolojik araştırma yöntemine uygun olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme, görüşme sırasında önceden belirlenmiş sorularla verilen ayrıntılı yanıtları sağlayacak bir durum yaratır. Katılımcılara önceden belirlenmiş ve sınırlı sorularla elde edilememeleri nedeniyle ve uygun cevapların planlanması için bazı sorular sorulabilir. Sorular, araştırma konusuna dayalı olarak ayrıntılı bir literatür taraması ve nitel araştırma yöntemi ile ulaşılması planlanan bilgiler kullanılarak hazırlanmıştır. Nicel yöntemlerle elde edilemeyen bilgileri elde etmek için nitel soru geliştirilmiştir.

Görüşme sorusu oluşturulurken, cümleler önceden oluşturulmuş ve kelimelerle vurgulanması gereken kelimeler cümlelere uygun şekilde yerleştirilmiştir. Nitel verilerin analizinde kavram haritalama tekniklerini kullanan MAXQDA ve Voyant Tools programları kullanılmıştır.

Nitel veriler, daha önce sistematik hata riskini ortadan kaldırmak için kadın girişimciliği üzerinde çalışmayan nitel analizde akademisyen bir uzman tarafından analiz edilmiştir (Maxwell, 1996). Walcott (1994) nitel analiz için kesin bir çerçeve olmadığını belirtmiştir. Bu nedenle aynı veriler araştırmacı tarafından analiz edilmiş ve her iki analizin sonuçları karşılaştırılmıştır. Yanıtlar öncelikle geleneksel yöntemle Microsoft Excel programına işlendi. Her soru bir satıra kopyalandı ve sonra tüm cevaplar tek tek okundu. Okuma iki veya üç kez tekrarlandı.

Veri analizinde sırasıyla kavramsallaştırma, sınıflandırma ve bileşen analizi uygulanmıştır (Spradley, 1980). Verilerin kodlanması gerektiği durumlarda, sırasıyla Miles ve Huberman (1994) tarafından önerilen kodlama işleminde aşağıdaki analizler kullanılmıştır. 1-Kavramsallaştırma: a) Veri setindeki kelimeleri, cümleleri ve paragrafları okuma ve özümseme b) Yanıtları araştırılan konunun alanlarıyla (yönetim, personel vb.) ilişkilendirme c) Katılımcılar tarafından vurgulanan konulara ilişkin alanlar ve öncelikli alanların belirlenmesi 2-Sınıflandırma analizi: Her bir alanın kendi içinde sınıflandırılması: verilerin basitleştirilmesi, ilgili kavramları gruplandırarak temaların (kategorilerin) oluşturulması, temaların birbirine yakın gruplandırılması. 3-Bileşen analizi: Tema altında kodlanan durumun özelliklerini tanımlamak ve bu tanımları katılımcı verilerle desteklemek (Strauss ve Corbin, 1990).

Verilerin Analizi

Nitel verilerin analizinde, kavram haritalama tekniklerini içeren MAXQDA ve Voyant Tools programları kullanılmıştır. Verilerin analizi, sistematik hata riskini en aza indirmek için çalışma alanında yer almayan iki akademisyen tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler karşılaştırılmış, farklılıklar analiz edilmiş ve ortak sonuçlar rapor edilmiştir. Veriler geleneksel yöntemle işlendi ve analiz edildi. Veri analizi kavramsallaştırma, sınıflandırma, kodlama ve bileşen analizi ile yapılmıştır (Spiers ve Riley, 2019). Kodlama, veri kümesindeki cümlelerin anlamlarına uygun kavramları ortaya çıkarma sürecidir (Mihas, 2019). Bu süreçte, cümlede vurgulanan kelimeler, kelime anlamları bir bütün olarak incelenir. Kodlama ile ortaya konan kavramlar konulara göre sınıflandırılmıştır. Anlam ve özne olarak birbiriyle bağlantılı kavramlar birleştirilir (Riley vd., 2019).

BULGULAR

Demografik Özellikler

Demografik değişkenler yaş, işletmenin ana faaliyet konusu, girişimcilik deneyimi ve işgören sayısını içerir.

Tablo 1. Kişisel Demografik Değişkenler

Değişkenler		n	%
Yaş	18-25	10	21,74
	26-33	11	23,91
	34-41	25	54,35
İşletmenin ana faaliyet konusu	Food	18	39,13
	Textile	14	30,43
	Metal	5	10,87
	Petroleum products	9	19,57
Girişimcilik deneyimi (yıl)	1-3 yıl	12	26,08
	4-6 yıl	16	34,78
	7-9 yıl	18	39,14
İşgören sayısı	1-10	29	63,04
	11-20	11	23,91
	21-30	6	13,05

Katılımcıların% 54,35'i 34-41 yaş aralığındadır. Katılımcıların% 39,13'ü gıda sektöründe (firmanın ana faaliyet konusu) girişimcidir. Girişimcilik deneyimi 7-9 yıl olan katılımcılar% 39.14 ve 34.78'i 4-6 yaş arasındadır. Girişimcilerin% 63,04'ü 1-10 çalışan istihdam etmektedir.

İçerik Geçerliliği

Nitel araştırmada, sorular her katılımcı tarafından aynı şekilde anlaşılmalıdır. Katılımcılar için anlamlı olmayan ve bilinmeyen kelimelerden kaçınılmalıdır (Salant ve Dillman, 1994). Katılımcılar çalışmanın örneğine (50-100 örnek) göre seçilmiştir (Reynolds, Diamantopoulos ve Schlegelmilch, 1993). Adana Sanayi Odası'na (N: 50) kayıtlı kadın girişimcilerle pilot çalışma gerçekleştirildi. Yanıtların açık ve anlaşılır olması Likert ölçeği ile puanlanmış ve çalışmanın içerik geçerliliğine sahip olduğu belirlenmiştir.

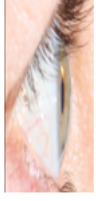
Girişimcilik Kör Noktaları

Katılımcılara girişimcilikteki kör noktaları belirlemek için 8 soru soruldu (Ek 1). Bu sorular, girişimcinin girişimcilik fikri ortaya çıktıktan sonra girişimcinin yaşadığı kör noktaları ele almaktadır. Bu sorular, girişimcinin baktığı halde göremediği, gözden kaçan ve girişimcilik sürecinde sorunlara neden olan sorunları ortaya çıkarması için soruldu. Tıpkı insan bakış açısının dışındaki kör noktaların yol açtığı trafik riski gibi, girişimcilikteki potansiyel riskler de dikkate alınmıştır. Soruları sorduktan sonra, sorunun temeli derinlemesine bir görüşme ile incelenmiştir. Girişimcilik sürecinde yaşanan kör noktalardan kaynaklanan sorunlar ihmal, göz ardı, görmezden gelme, göz ardı etme, erteleme, unutma, farkındalık ve başa çıkma boyutlarıyla ana başlıklar altında incelenmiştir. Boyutlar ve sorular Ek 1'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Girişimcilik Kör Noktalarının Nitel Analiz Sonuçları

Tema başlıkları	f	%
İkinci göz eksikliği (dış kaynak kullanımı, danışman, koçluk, CEO)	21	45,65
Bilgi paylaşımı (dış paydaş, tedarikçiler, müşteriler, tüketiciler, çalışanların görüşleri dikkate alınarak)	9	19,56
Kişilik Özellikleri (Kibir ve esnek olmayan kişilik özellikleri, aşırı özgüven, proaktiflik)	7	15,21
İstisnai durumlar (hastalık, yasal engeller, iklim ve savaş)	6	13,04
İşgören-lider etkileşimi (ekip çalışması, şeffaf yönetim)	3	6,54

Nitel araştırma sonuçlarına göre, kodlama beş ana köre odaklanmıştır. Bunlar şu şekildedir: ikinci göz eksikliği (% 45.65), bilgi paylaşımı (% 19.56), kişilik özellikleri (% 15.21), istisnai durumlar (% 13.04) ve çalışan-lider etkileşimi (% 6.54) (Tablo 2).



Şekil 1. Kör nokta Piramidi

İkinci Göz Eksikliği

Girişimcilikteki kör noktayı ortaya çıkarmak deneyim aktarımına bağlıdır. Görüşmelere göre, kör noktalara dış kaynak kullanımı, danışman, koçluk ve CEO eksikliğinin sebep olduğu belirtildi. Girişimciler işletmelerini kurmalarından sonra ikinci bir göze ihtiyaç duyarlar. Girişimciliğin başarısının tüm engelleri kaldırabileceği inancı, girişimciyi sorunların üstesinden gelmek için tek başına hareket etmeye iter. Bu nedenle girişimci, ortaya çıkan sorunlar hakkında uzman görüşünü almaz. Ayrıca ortaya çıkan sorunlar her zaman girişimci tarafından fark edilmemektedir. Sorunlar genellikle girişimci tarafından sorun olarak algılanmaz. Çünkü girişimcinin odak noktası işin karlılığı ve büyümesidir. Şirketin sürdürülebilir rekabet avantajı, yeni pazarlar araştırması, müşteri geribildirimi, gelecekteki müşteriler odak dışı hale geliyor. Böylece, girişimci odak noktasını karlılık olarak belirler ve diğer unsurları göz ardı eder. Gelişen teknoloji, sosyal faktörler ve kurumsallaşma göz ardı edilecek bir konu haline gelir. Örnekler aşağıdaki gibidir:

“Girişimciliğe ilk başladığımda başarı sarhoşuydum. Her şeyi daha da mükemmel hale getireceğimi düşündüm. Kendi başıma bir işletme açabilirsem, birçok başarıya imza atarım diye düşündüm. Sonra uzmanlık alanım dışında olan muhasebe konusunda önemli hatalar yaptım. Sonuç olarak, yüksek miktarda vergi cezası aldım.”

“İhracatta ikili ilişkilerle işimi yürüttüm. Ancak değişen teknolojiyi ve artan rekabeti kaçırdım. Bir süre sonra ikili ilişkilerim işten arkadaşlığa değişti. Üretimimizi durdurmak zorunda kaldık. İhracat departmanında gerekli uzmanları işe almadığım için pazar araştırması yapamadım. Şimdi, başladığım yere geri döndüm.”

Katılımcılar dış kaynak kullanımı, danışman, koçluk, CEO gibi dış kaynaklardan yararlanmanın iş sürdürülebilirliği, rekabet avantajı ve kurumsallaşma için önemli olduğunu belirtmiştir.

Bilgi Paylaşımı

Bilgi paylaşımı, girişimcinin önemli kör noktalarından biridir. Paydaş ilişkilerinde bilgi akışının engellenmesi geribildirimde önemli sorunlara neden olmaktadır. Girişimciler bu konudaki kör noktayı güvensizlikle açıklıyorlar. Girişimcilik fikrinin başkaları tarafından çalınması ve rakiplerin bu fikri bir fırsata dönüştürme riski, girişimciyi bilgi paylaşımında kapalı bir kutuya dönüştürür. Dış paydaşlara, tedarikçilere, müşterilere, tüketicilere, çalışanların görüşlerine başvurmak, katılımcıların bilgi paylaşımı konusunda belirttiği en önemli kör noktalardır. Bu konulara ilişkin örnekler aşağıdaki gibidir:

“Başarı sizi gizli bir insan yapar. Neredeyse kapalı bir kutu oluyorsunuz. Başarınızın sırrını kimseyle paylaşmak istemezsiniz. Ama sonunda kaybeden siz olursunuz. Aldığınız bilgileri paylaşmadığınız için, bir süre sonra çalışanlarınız iş hakkındaki gerçekleri sizden gizlemeye başlar. Hata kaçınılmazdır, çünkü zaman içinde sorunlara cevap veremezsiniz.”

“İhracat yaptığımız iç giyim segmentleri değişen moda sayesinde geride kaldı. Müşteriler ihtiyaçlarını karşılamadıklarını fark ettiklerinde satın almayı bıraktılar. Bu nedenle büyük kayıplar yaşadık. Eğilimleri takip edip müşteri geri bildirimini alsaydık, bugün daha iyi yerlerde olabilirdik.”

Kişisel Özellikler

Girişimcilikteki kör nokta her zaman ikinci göz ve bilgi paylaşımının eksikliğinden ibaret değildir. Bazen kişilik özellikleri de göz ardı edilebilir. Girişimcilik, ticari işlere odaklanan, sürdürülebilir rekabet avantajı elde eden ve yeni pazarlara giren bir dizi öneme dair eylemlerdir. Bu eylemler esneklik ve özgüven gerektirir. Rekabet avantajı elde etmek için sorunları önceden belirlemek ve çözüm odaklı inisiyatif kullanmak önemlidir. Ayrıca, aşırı güven ve kibir, ortaya çıkan sorunların hafife alınmasına yol açar. Dolayısıyla, sorunların geçici olduğu düşünülür ve işletmenin karlılığında ve verimliliğinde önemli düşüşler meydana gelebilir.

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde kibir ve esnek olmayan kişilik özellikleri, aşırı özgüven ve proaktiflik girişimcilerin kör noktaları olarak ifade edilmiştir. Girişimci, kişilik özellikleri nedeniyle bu kör noktaları göremez. Bu kör noktaları ortadan kaldırmak için kişisel gelişim eğitime katılmak ve bu konuda danışmanlık satın alınması önerilir.

İstisnai Durumlar

Girişimcilikteki sorunlardan biri istisnai durumlardır. Girişimciliğin ortaya çıkmasından sonra öncelikli konular büyüme ve karlılıktır. Ancak, beklenmedik olayların meydana gelme olasılığı her zaman dikkate alınmalıdır. Bu nedenle, girişimcilikte göz ardı edilen en önemli konu önceden tahmin edilmesi çok zor olan istisnai durumlardır. Katılımcılar, hastalığı, yasal engelleri, iklimi ve savaşı girişimciliğin kör noktasını oluşturan istisnai koşullar olarak ifade ettiler. Riskler, sigorta, yönetim stratejisi, stratejik insan kaynakları yönetimi gibi önceden belirlenmiş uzun vadeli stratejilerle en aza indirilebilir. İstisnai durumları tahmin etmek gelecekteki kayıpları önler.

İşgören-Lider Etkileşimi

Girişimcilik, organizasyon, yönetim, koordinasyon ve iletişim öğelerinin etkin kullanımını gerektirir. Araştırma bulgularına göre, girişimciliğin kör noktalarından biri çalışan ve lider arasındaki etkileşimdir. Bu etkileşimle ilgili ekip çalışması ve şeffaf yönetim, girişimcinin kör noktaları olarak belirlenmiştir. Girişimcinin lider olduğu düşünüldüğünde, girişimciliğin eyleme dönüştürülmesinden sonra çalışanlarla olan ilişki önemli faydalar sağlayabilir. Çünkü girişimcilik eyleme dönüştürüldükten sonra yeni girişimci fikirler ve yenilikler ortaya çıkabilir. Bu yeni fikirler ve yenilikler çalışanlar tarafından ortaya çıkarılabilir. Bu nedenle, işletmenin sürdürülebilirliği, yeni girişimciler ve lider-işgören etkileşimi için inovasyonlar önemlidir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Literatürde kadın girişimciliği ile ilgili çalışmalar motivasyon faktörleri (Buttner ve Moore, 1997), engeller (Brindley, 2005), kadınların güçlendirilmesi (Duflo, 2012; Purushothaman, 1998; Lopez-Claros ve Zahidi, 2005; Baskı ve Sen, 2000) ve girişimcilik gelişimi (Mitchelmore ve Rowley, 2013; Ahl, 2006; Brush vd., 2010; Langowitz ve Minniti, 2007; Brush, De Bruin ve Welter, 2009; Orhan ve Scott 2001; Stevenson, 1986; De Bruin, Brush ve Welter, 2007; Bruni, Gherardi ve Poggio, 2004). Tüm bu çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde, bu çalışmanın araştırma konusu dışındadır. Çünkü bu çalışma, girişimcilik fikrinin eyleme dönüştürülmesinden önce veya bu sırada ortaya çıkan engeller, motivasyon faktörleri ile ilgili değildir. Bu çalışma, girişimcilik eyleminden sonra ortaya çıkan ve girişimci tarafından görülemeyen sorunlara odaklanmaktadır.

Çalışmanın sonuçları, ikinci göz eksikliğinin (dış kaynak kullanımı, danışman, koçluk, CEO), bilgi paylaşımının (dış paydaş, tedarikçiler, müşteriler, tüketiciler, çalışanların görüşleri), kişilik özelliklerinin (kibir ve esnek olmayan kişilik özellikleri, aşırı benlik, aşırı-güven, proaktiflik), istisnai durumlar (hastalık, yasal engeller, iklim ve savaş), çalışan-lider etkileşimi (ekip çalışması, şeffaf yönetim) kadın girişimciliğinde temel kör noktalardı. Bu kör noktaların ortaya çıkmasının temel nedenleri ihmal, gözden kaçırmak, görmezden gelmek, dikkate almamak, ertelemek, unutmak, farkındalık ve başa çıkma eylemleridir.

Araştırmanın sonuçları, kadın girişimcilerin çevrelerine karşı güvensizlik olduğunu ve bu nedenle sınırlı bilgi paylaşımının geri bildirimler açısından önemli kayıplara neden olduğunu göstermektedir. Ancak, tartışma ve yönetimde şeffaflık, iletişim ve müzakereler ve yeni fikirlerin ortaya çıkması eleştirel bir bakış açısı sağlar. Bu kör noktayı stratejik yönetim yaklaşımıyla ortadan kaldırmak mümkündür.

Kör nokta, bir kişinin görüşünün engellendiği ve nesnellikten yoksun olduğu ölü bir alandır (Lexico, 2019). Girişimciliğin kör noktası, girişimcinin görüş alanına göre girişimciliğin ölü noktasıdır, bu da farklı bir bakış açısı ve proaktif davranışlarla önlenabilir ve beklenmedik sonuçların beklenmesini engeller. Bu alan girişimciler dışındaki kişiler tarafından fark edilebilir. Bu alanın toleransı bazı önlemlerin alınmasına bağlıdır. Kör noktaları tanımlamak için ikinci bir göz gereklidir. Ayrıca, ekip çalışması, şeffaf yönetim, dış kaynak kullanımı, paydaş-lider etkileşimini artırma ve paydaş görüşlerine gönderme kör noktayı görünür hale getirebilir. Girişimciliğin başlangıcında ortaya konulan değerler, misyon ve vizyon, bireysel girişimcilik geçmişini oluşturmak için kaydedilmelidir. Girişimciliğin eyleme dönüştürülmesi sırasında başarı elde etmek, girişimciyi bilgilerini kuruluşta paylaşmamaya zorlar. Bu durum kuruluş içinde bilgi paylaşımını sınırlar ve dürüst davranışları ortadan kaldırır. Kişisel özellikler de kör noktaya neden olabilir. Kibir ve esnek olmayan kişilik özellikleri, kendini gerçekleştirme arzusunun geri alınamayan bir hırs haline gelme arzusu, aşırı kendine güven kör noktalara neden olabilir. Kör noktanın girişimcilik başarısı üzerindeki olumsuz etkisini azaltmak için ikinci bir göze (danışman, koçluk, CEO, vb.) ihtiyaç vardır. Ayrıca, paydaşların, tedarikçilerin, müşterilerin, tüketicilerin, çalışanların, kör noktayı görmek için girişimcilik, takım çalışması ve şeffaf yönetimin başarısı ve yolu hakkında geri bildirim alınması çok önemlidir. Vizyon ve strateji oluşumunu ve proaktif davranışı korumak mümkün olabilir.

ÖNERİLER

Kör noktalar, her girişimcinin görmezden gelebileceği veya göz ardı edebileceği, olumsuz sonuçlara yol açabilecek önemli faktörlerdir. Bu faktörleri önceden tespit etmek girişimciliğe önemli bir ivme kazandıracaktır. Kör noktaların tespiti, işletmelerin sürdürülebilirliği sayesinde yeni girişimcilerin yaratılması sağlam bir temele sahip oturabilir. Kadın girişimcilerin önündeki engellerin kaldırılması, kör noktaların tespitine ve gerekli önlemlerin alınmasına bağlıdır. Bu nedenle, kadın girişimciler tarafından çalışmamızda tespit edilen kör noktaları belirlemek için işgören-lider etkileşimi, istisnai durumlar, kişilik özellikleri, bilgi paylaşımı ve ikinci göz eksikliğine dikkat etmek gerekir.

Kadın girişimcilerin yeni girişimlerde ve mevcut işlerde sürdürülebilirliği sağlamak için bir danışmandan destek almaları şiddetle tavsiye edilir. Öte yandan, kadın girişimcilerin girişimcilik konusundaki araştırmalarını dikkatle yapmaları ve pazar, tüketici, tedarikçiler, ürün ve yasal faktörler üzerinde gerekli araştırmaları yapmadan girişimcilik eylemlerini gerçekleştirmemesi önerilir. Ayrıca, eğitimin girişimcilik sürecinde önemli bir faktör olduğu ve ortaya çıkacak sorunlar hakkında önemli bilgiler sağlayacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Politika

yapıcıların bu bağlamda, özellikle gelişmekte olan ülkelerde, kadın girişimcileri girişimcilik kör noktaları konusunda eğitmeleri için gerekli desteği sağlamaları önerilmektedir.

Vizyon paylaşımından kaçınmak, bireysel hedefleri iş hedefleriyle uyumlu hale getirmek, işe alım, kurumsallaşma, yeniliklerin takibi, teknoloji, gelecekteki müşterileri görmezden gelmek, dinamik sistem, proaktivite, kriz yönetimi kör noktalar bağlamda araştırılması önerilen konulardır. Ayrıca, kadın girişimcilerin kör noktalar konusunda eğitilmesi, girişimciliğin sürdürülebilirliğine katkıda bulunacaktır. Çalışma Adana iliyle sınırlı olduğu için, çalışmanın farklı ülke ve şehirlerde yapılması ve sonuçların karşılaştırılması önerilmektedir.

ETİK BEYANI

Bu makalede dergi yazım kurallarına, yayın ilkelerine, araştırma ve yayın etiği kurallarına, dergi etik kurallarına uyulmuştur. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazar(lar)a aittir.

KAYNAKÇA

- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Bey, G. S., Jesdale, B., Forrester, S., Person, S. D. ve Kiefe, C. (2019). Intersectional Effects of Racial and Gender Discrimination on Cardiovascular Health Vary Among Black and White Women and Men in the CARDIA study. *SSM-population health*, 8, 100446.
- Bowen, D. D. ve Hisrich, R. D. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. *Academy of Management Review*, 11(2), 393-407.
- Bowen, P. ve Zhang, R. P. (2020). Cross-Boundary Contact, Work-Family Conflict, Antecedents, and Consequences: Testing an Integrated Model for Construction Professionals. *Journal of Construction Engineering and Management*, 146(3), 04020005.
- Brindley, C. (2005). Barriers to Women Achieving their Entrepreneurial Potential: Women and Risk. *International Journal of Entrepreneurial Behavior ve Research*, 11(2), 144-161.
- Bruni, A., Gherardi, S. ve Poggio, B. (2004). Entrepreneur-Mentality, Gender and The Study of Women Entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), 256-268.
- Brush, C. G. (2006). Women Entrepreneurs: a Research Overview. In *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*.
- Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P. ve Hart, M. (2004). *Clearing the Hurdles: Women Building High-Growth Businesses*. FT Press.
- Brush, C. G., De Bruin, A. ve Welter, F. (2009). A Gender-Aware Framework for Women's Entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Brush, C. G., De Bruin, A., Gatewood, E. J. ve Henry, C. (Eds.). (2010). *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: A Research Perspective*. Edward Elgar Publishing.
- Buchanan, T., Das, A. ve McFarlane, A. (2020). Gender Differences in within-Couple Influences on Work-Family Balance Satisfaction: When Benefits Become Threats. *Journal of Family Studies*, 26(1), 106-125.

- Burke, R. J. (2017). 26. Supporting Women's Career Development. *Handbook of Research on Gender and Leadership*, 409.
- Buttner, E. H. ve Moore, D. P. (1997). Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates With Success. *Journal of Small Business Management*, 35, 34-46.
- Byrne, M. (2001). Sampling for Qualitative Research. *AORN journal*, 73(2), 494-494.
- Cabrera, E. M. Y. ve Mauricio, D. (2017). Factors Affecting the Success of Women's Entrepreneurship: A Review of Literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65. <http://dx.doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>
- Cantillon, B., Parolin, Z. ve Collado, D. (2019). A Glass Ceiling on Poverty Reduction? An Empirical Investigation into the Structural Constraints on Minimum Income Protections. *Journal of European Social Policy*, 0958928719880500.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R. ve Sánchez García, J. C. (2020). Entrepreneurship and Family Role: A Systematic Review of a Growing Research. *Frontiers in Psychology*, 10, 2939.
- Chadwick, C. ve DeBlaere, C. (2019). The Power of Sisterhood: The Moderating Role of Womanism in the Discrimination-Distress Link among Women of Color in the United States. *Sex Roles*, 1-12.
- Cohn, S. (2019). *Race, gender, and discrimination at work*. Routledge.
- Collins, S. A. (2000). Men's Voices and Women's Choices. *Animal Behaviour*, 60(6), 773-780.
- Damm-Ganamet, K. L., DesJarlais, R., Marrone, T., Shih, A. Y., Schiffer, J., Perez Benito, L. ve Mirzadegan, T. (2020). Breaking the Glass Ceiling in Simulation and Modeling: Women in Pharmaceutical Discovery. *Journal of Medicinal Chemistry*.
- Dean, H., Larsen, G., Ford, J. ve Akram, M. (2019). Female Entrepreneurship and the Metanarrative of Economic Growth: a Critical Review of Underlying Assumptions. *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 24-49.
- 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.
- Duflo, E. (2012). Women Empowerment and Economic Development. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1051-79.
- Foss, L., Henry, C., Ahl, H. ve Mikalsen, G. H. (2019). Women's Entrepreneurship Policy Research: a 30-Year Review of the Evidence. *Small Business Economics*, 53(2), 409-429.
- Franck, A. K. (2012). Factors Motivating Women's Informal Micro-Entrepreneurship: Experiences from Penang, Malaysia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 65-78.
- Gamber, W. (1998). A Gendered Enterprise: Placing Nineteenth-Century Businesswomen in History. *Business History Review*, 72(2), 188-218.
- Gramm, V., Dalla Torre, C. ve Membretti, A. (2020). Farms in Progress-Providing Childcare Services as a Means of Empowering Women Farmers in South Tyrol, Italy. *Sustainability*, 12(2), 467.
- Gundry, L. K., Ben-Yoseph, M. ve Posig, M. (2002). The Status of Women's Entrepreneurship: Pathways to Future Entrepreneurship Development and Education. *New England Journal of Entrepreneurship*, 5(1), 39.

- Hasan, S. M. (2020). Female Entrepreneurship: Do Urban Centers Ease Out the Challenge? An Analysis for Pakistan. In *Urban Studies and Entrepreneurship* (pp. 163-179). Springer, Cham.
- Hechavarria, D., Bullough, A., Brush, C. ve Edelman, L. (2019). High-Growth Women's Entrepreneurship: Fueling Social and Economic Development. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 5-13.
- Katz, J. A. (2003). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education: 1876–1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Kimura, D. (1987). Are Men's and Women's Brains Really Different?. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 28(2), 133.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5), 346-364.
- Kishore, S. (2020). A Socio-economic Study of Entrepreneurial Abilities of Rural and Urban Women in Ranchi District, Jharkhand and Need of ICT for Transforming Their Abilities. In *Smart Intelligent Computing and Applications* (pp. 111-122). Springer, Singapore.
- Koerber, A. ve McMichael, L. (2008). Qualitative Sampling Methods: A Primer for Technical Communicators. *Journal of Business and Technical Communication*, 22(4), 454-473.
- Kwolek-Folland, A. (1998). *Incorporating Women: a History of Women and Business in the United States* (p. 65). New York, NY: Twayne Publishers.
- Langowitz, N. ve Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Lexico (2019). https://www.lexico.com/en/definition/blind_spot, 24.10.2019.
- Lopez-Claros, A. ve Zahidi, S. (2005). Womens Empowerment: Measuring the Global Gender Gap. Geneva Switzerland World Economic Forum 2005.
- Lucky, A. T. ve Obiosio, M. I. (2019). The Role Of Public Library Relation Services In The Promotion Of Women Entrepreneurship In Nsukka Local Government Area Of Enugu State. *Noble International Journal of Social Sciences Research*, 4(1), 08-24.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for Qualitative Research. *Family Practice*, 13(6), 522-526.
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative Research Design: an Interactive Approach*. California: SAGE Publications.
- Meyer, N. ve Hamilton, L. (2020). Female Entrepreneurs' Business Training and its Effect on Various Entrepreneurial Factors: Evidence From a Developing Country. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 12(1), 135-151.
- Mihas, P. (2019). Qualitative Data Analysis. Oxford Research Encyclopedia of Education. Retrieved 18 Jan. 2020, from <https://oxfordre.com/education/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-1195>.
- Miles, M.B. ve Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (2nd ed.). London: Sage.
- Mitchelmore, S. ve Rowley, J. (2013). Entrepreneurial Competencies of Women Entrepreneurs Pursuing Business Growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 125-142.

- Nair, S. R. (2020). To Examine Women Social Entrepreneurial Ecosystems: Opportunities and Challenges. In *Handbook of Research on Smart Territories and Entrepreneurial Ecosystems for Social Innovation and Sustainable Growth* (pp. 326-345). IGI Global.
- Navarro-Astor, E., Román-Onsalo, M. ve Infante-Perea, M. (2017). Women's Career Development in the Construction Industry Across 15 Years: Main Barriers. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 15(2), 199-221.
- Nicholson, L. (2013). *Feminism/Postmodernism*. Routledge.
- Noor, S., Isa, F. M. ve Nor, L. M. (2020). Ageing Care Centre Women Entrepreneur: A Silver Bullet for Ageing Tsunami in Malaysia. *Sains Humanika*, 12(1).
- Offen, K. (1988). Defining Feminism: a Comparative Historical Approach. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 14(1), 119-157.
- Olson, M. (1971). *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups* (second edition). Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Ondiba, H. A. ve Matsui, K. (2019). Social Attributes and Factors Influencing Entrepreneurial Behaviors among Rural Women in Kakamega County, Kenya. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 2.
- O'Neil, D. A., Brooks, M. E. ve Hopkins, M. M. (2018). Women's Roles in Women's Career Advancement: What Do Women Expect of Each Other?. *Career Development International*, 23(3), 327-344.
- Orhan, M. ve Scott, D. (2001). Why women Enter into Entrepreneurship: an Explanatory Model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247.
- Özsungur, F. (2019). A Research on Women's Entrepreneurship Motivation: Sample of Adana Province. In *Women's Studies International Forum*, 74, 114-126).
- Padmavathi, D. (2011). Sustainable development of rural women entrepreneurs. In *International Conference on Business, Economics and Tourism Management* (Vol. 24, pp. 67-70).
- Pallarès-Blanch, M., Tulla, A. F. ve Vera, A. (2015). Environmental Capital and Women's Entrepreneurship: a Sustainable Local Development Approach. *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, 10(3), 133-146.
- Peiss, K. (1998). Vital Industry and Women's Ventures: Conceptualizing Gender in Twentieth Century Business History. *Business History Review*, 72(2), 219-241.
- Phillips, A. (Ed.). (1998). *Feminism and Politics*. Oxford University Press on Demand.
- Plambeck, L. E. ve Ramdas, K. (2020). Alleviating Poverty by Empowering Women Through Business Model Innovation: MveSOM Insights and Opportunities. *Manufacturing ve Service Operations Management*.
- Powell, G. N. (1990). One More Time: Do Female and Male Managers Differ?. *Academy of Management Perspectives*, 4(3), 68-75.
- Presser, H. ve Sen, G. (2000). *Women's Empowerment and Demographic Processes: Moving Beyond Cairo*. Oxford University Press.
- Purushothaman, S. (1998). Empowerment of Women in India-Grassroots Women's Networks and the State.
- Reinharz, S. ve Davidman, L. (1992). *Feminist Methods in Social Research*. Oxford University Press.

- Reynolds, N., Diamantopoulos, A. ve Schlegelmilch, B. (1993). Pre-Testing in Questionnaire Design: Review of the Literature and Suggestions for Further Research. *Journal of the Market Research Society*, 35(2), 171- 182.
- Riley, S., Brooks, J., Goodman, S., Cahill, S., Branney, P., Treharne, G. ve Sullivan, C. (2019). Celebrations amongst challenges: Considering the Past, Present and Future of the Qualitative Methods in Psychology Section of the British Psychology Society. *Qualitative Research in Psychology*, 16(3), 464-482, DOI: [10.1080/14780887.2019.1605275](https://doi.org/10.1080/14780887.2019.1605275)
- Roos, A. (2019). Embeddedness in Context: Understanding Gender in a Female Entrepreneurship Network. *Entrepreneurship ve Regional Development*, 31(3-4), 279-292.
- Salant, P. ve Dillman, D.A. (1994). *How to Conduct Your Own Survey*. New york: John Wiley and Sons.
- Scholaske, L., Brose, A., Spallek, J. ve Entringer, S. (2019). Perceived Discrimination and risk of Preterm Birth among Turkish Immigrant Women in Germany. *Social Science ve Medicine*, 236, 112427.
- Silberstein, L. R., Striegel-Moore, R. H., Timko, C. ve Rodin, J. (1988). Behavioral and Psychological Implications of Body Dissatisfaction: Do Men and Women Differ?. *Sex roles*, 19(3-4), 219-232.
- Smith, J.A., Flowers, P. ve Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. Los Angeles, CA: Sage.
- Spiers, J. ve Riley, R. (2019). Analysing one Dataset with Two Qualitative Methods: The distress of General Practitioners, a Thematic and Interpretative Phenomenological Analysis. *Qualitative Research in Psychology*, 16(2), 276-290.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Orlando, FL: Harcourt, Inc.
- Spreitzer, G.M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465.
- Srivastava, S. (2020). Corporate Social Responsibility Initiative: A Way Towards Women Entrepreneurship Development in India. *Journal of Industrial Relationship, Corporate Governance ve Management Explorer (e ISSN 2456-9461)*, 3(2), 1-10.
- Stevenson, L. A. (1986). Against All Odds: the Entrepreneurship of Women. *Journal of Small Business Management*, 24, 30.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. New Delhi: SAGE Publications.
- Tankibayeva, A. ve McDonald, S. (2019). Organizational Perspective on Women Senior-Managers in Kazakhstan: Examination of Leadership Roles, Updating Evidence and Research Agenda. *Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии*, 70(3), 85-93.
- Thurman, P. W. (2016). *Entrepreneurship and Sustainability: Business Solutions for Poverty Alleviation from Around the World*. Routledge.
- Walcott, H. F. (1994). *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation*. London: SAGE Publications.

- Wilkinson, S. (Ed.). (1986). *Feminist social psychology: Developing theory and practice* (pp. 77-96). Milton Keynes: Open University Press.
- Wynarczyk, P. ve Marlow, S. (Eds.). (2010). *Innovating Women: Contributions to Technological Advancement*. Emerald Group Publishing Limited.
- Vondracek, F. W., Lerner, R. M. ve Schulenberg, J. E. (2019). *Career Development: A Life-Span Developmental Approach*. Routledge.
- Yukongdi, V. ve Cañete, J. M. (2020). The Influence of Family, Human, Social Capital ve Government Support Services on Women Entrepreneurial Start-up Decisions: A Qualitative Study. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9, 307-318.

Ek 1. Çalışma Soruları

Sıra	Sorular	Temel Temalar
	Lütfen aşağıdaki soruları girişimciliğinizi ve işletmenizin ilk başladığı dönemde işinizi olumsuz etkileyen konulardaki deneyimlerinize göre cevaplayın.	
S1	İhmal ettiğiniz konular nelerdir? Neden ihmal ettiniz?	İhmal
S2	Gözden kaçırdığınız konular nelerdir? Neden gözden kaçırdınız?	Gözden kaçırmak
S3	Görmezden geldiğiniz konular nelerdir? Neden görmezden geldiniz?	Görmezden gelmek
S4	Göz ardı ettiğiniz konular nelerdir? Neden gözardı ettiniz?	Gözardı etmek
S5	Çözümünü ertelediğiniz sorunlar nelerdir? Neden ertelediniz?	Erteleme
S6	Unuttuğunuz konular neler? Neden unuttunuz?	Unutma
S7	Size göre girişimcilikte yaşadığınız kör noktalar nelerdir?	Farkındalık
S8	Bu kör noktalarla nasıl başa çıkılır, önerileriniz nelerdir?	Baş etme