

Kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara karşı tutumu: Bingöl örneği

Attitudes of women entrepreneurs towards traditional foods: The case of Bingöl

Murat Doğan¹ 

Handan Hamarat² 

Mehmet Gül³ 

¹ Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, mdogan@gelisim.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6391-4887

² Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Bingöl, Türkiye, hhamarat@bingol.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0044-4536

³ Öğr. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, Muş, Türkiye, m.gul@alparslan.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8113-6732

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Murat Doğan,

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, mdogan@gelisim.edu.tr

Başvuru/Submitted: 26/10/2024

Revizyon/ Revised: 10/12/2024

Kabul/Accepted: 20/12/2024

Yayın/Online Published: 25/12/2024

Atf/Citation: Doğan, M., Hamarat, H., & Gül, M., Kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara karşı tutumu: Bingöl örneği, tujom (2024) 9 (4):114-133, doi: <https://doi.org/10.30685/tujom.v9i4.203>

Öz

Bu çalışmanın amacı, Bingöl ili kadın girişimcilerinin geleneksel gıda bilgi düzeylerinin ve bu gıdalara karşı girişimcilik tutumlarının belirlenmesidir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, betimsel ve içerik analizi yöntemleri kullanılmış ve ayrıca fenomenoloji biliminden yararlanılmıştır. Araştırmanın örnekleme ölçüt örnekleme grubuyla Bingöl ilinde ikamet eden on kadın girişimciden oluşturulmuştur. Görüşmelerden elde edilen verilere, MAXQDA programından yararlanılarak içerik analizi yapılmış, (1) kadın girişimci; (2) ilin kalkınmasına fayda; (3) teşvik alma durumu; (4) geleneksel gıda; (5) pazarlama yöntemleri ve (6) bütçeye destek olmak üzere altı tema şeklinde kategorize edilmiştir. Araştırma bulguları incelenmiş ve Bingöl ilinde ikamet eden kadın girişimcilerin geleneksel gıdalarla ilgili bilgi düzeylerinin oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar üretip sattıkları geleneksel gıdaların ana malzemelerini yöre halkı tarafından üretilip satılan malzemelerden sağlarken, kimi katılımcılar da ana malzemelerden bazılarını kendileri üretip kullanmaktadır. Sonuç olarak Bingöl ili kadın girişimcilerinin geleneksel gıdalarla ilgili bilgi düzeylerinin yeterli olduğu ve geleneksel gıdalara karşı girişimcilik tutumlarının olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Gıda, Kadın Girişimci, Bingöl, Yerel Ürün, Gastronomi

Jel Kodları: L26, M31, L66

Abstract

This study assesses the traditional food knowledge levels and entrepreneurial attitudes of female entrepreneurs in Bingöl province. This study employed semi-structured interview techniques and descriptive and content analysis methods from qualitative research and phenomenology. The research sample consisted of seven female entrepreneurs residing in Bingöl, selected through criterion sampling. The data obtained from the interviews was categorized into six themes using content analysis with the MAXQDA program: (1) female entrepreneurs; (2) contributions to the development of the province; (3) incentives; (4) traditional foods; (5) marketing methods; and (6) budget support. The research findings revealed that the knowledge level of female entrepreneurs residing in Bingöl province regarding traditional foods is notably high. While some participants source the primary ingredients for the traditional foods they produce and sell from local suppliers, others produce and utilize some of these main ingredients themselves. Overall, it has been established that the knowledge level of female entrepreneurs about traditional foods is sufficient, and their entrepreneurial attitudes towards traditional foods are positive.

Keywords: Traditional Food, Women Entrepreneur, Bingöl, Local Product, Gastronomy

Jel Codes: L26, M31, L66

Extended Abstract

Attitudes of women entrepreneurs towards traditional foods: The case of Bingöl

Literature

The term “*entrepreneur*,” which first appeared in French military literature in the 17th century, has gradually come to be used for individuals who take risks and demonstrate organizational skills in the commercial field. The literature emphasizes the role of entrepreneurship in economic growth and combating unemployment and draws attention to women's financial contribution, especially in rural areas (Kaya, 2017; Hébert and Link, 2009; Pfeilstetter, 2021:19-35).

Traditional foods are valuable for healthy nutrition, biodiversity protection, and supporting sustainable agriculture. Despite the threat posed by globalization to the cultural heritage of these foods, movements such as Slow Food have tried to preserve and revive traditional foods. Traditional foods support the local economy, preserve cultural diversity, and provide opportunities for women's entrepreneurship in rural areas (Gündüz and Karadeniz, 2022; Petrini, 2013: 115-123).

Research subject

This study aims to evaluate the perceptions and attitudes of women entrepreneurs towards traditional foods and examine their potential to contribute to promoting these foods and sustainable economic growth. Women's efforts to use and promote traditional foods in their entrepreneurial activities are associated with regional prosperity and economic sustainability.

Contribution of the article to the literature

It aims to understand women's roles in sustainable economic growth by evaluating their entrepreneurial attitudes and behaviours toward traditional foods. It fills a gap in the existing literature.

Design and method

Research type

This study applied a descriptive phenomenology approach, a qualitative research method, to explore the potential of women entrepreneurs to engage in entrepreneurial activities through traditional foods.

Research problems

The primary question, “*What does a woman entrepreneur mean to you? Can you describe your feelings about yourself in this context?*” is central to the study. The questions are structured in two parts: the first gathers demographic information about the participants, and the second explores their interest in using traditional foods within entrepreneurial ventures.

Data collection method

Semi-structured interviews were conducted to assess women entrepreneurs' attitudes toward traditional foods. Experts reviewed the interview protocol, recommending a deep exploration of the subject (Bal, 2016: 162-163). Predefined questions guided face-to-face interviews with the women entrepreneurs, arranged through scheduled appointments.

Quantitative/qualitative analysis

Content analysis was utilized for data examination, enabling systematic categorization of textual data. Content analysis identifies themes within qualitative data (Mutlu and Doğan, 2021). MAXQDA software was used for analyzing interview data, allowing for original storage, coding, and sub-coding of verbal data (Kuckart and Rädiker, 2021: 305-318).

Research model

The research followed a qualitative design, employing descriptive analysis to outline and explain the study's focus clearly. The descriptive analysis includes direct quotations from interviews to reinforce findings (Ekiz, 2009: 76). Given the study's focus on participants' experiences, phenomenology was also incorporated to explore the status and potential of women entrepreneurs in Bingöl province pursuing ventures involving traditional foods.

Findings and discussion

Findings as a result of the analysis

The study included interviews with five women entrepreneurs. The participants' educational backgrounds ranged from primary school to undergraduate level, and they were between 40 and 49 years old. All participants were housewives or employed in another job while managing their businesses.

Findings on study categories

The impact of women entrepreneurs in Bingöl on the traditional food sector was analyzed, and results were grouped into six main categories. During the interview analysis, codes and themes were identified using content analysis, uncovering connections between them. Only selected responses were included to maintain reader engagement and avoid unnecessary repetition. A word cloud illustrating frequently mentioned food products and dishes was also created.

The first category, “*women entrepreneurs*,” highlighted the courage with which these women entered the business world, driven by a strong entrepreneurial spirit. The findings show that they supported women in their communities, fostering participation in production activities. The second category, “*benefit to provincial development*,” reveals that the activities of these women entrepreneurs positively impact local tradespeople, farmers, and animal husbandry practitioners, contributing directly to the local economy.

The third category, "receiving incentives," explores women entrepreneurs' awareness of government support and its role in launching their businesses. While some participants were unaware of available incentives, others reported benefiting from such support and actively sharing information with those around them to raise awareness.

The fourth category, "traditional food," underscores the women's strong connection to Bingöl's regional products and their extensive knowledge of traditional food promotion. The fifth category, "marketing methods," details the women entrepreneurs' unique marketing strategies and their utilization of online sales platforms. Their self-confidence and innovative marketing approaches were particularly notable.

The sixth category, "support for the budget," discusses these women's financial contributions to family budgets and their overall economic empowerment. Word frequency analysis was conducted using the MAXQDA program to systematically classify data, enhancing the study's structure and clarity.

Conclusion, recommendation and limitations

Results of the article

In Turkey, an estimated 2,550 traditional products have become increasingly significant with the growth of gastronomy tourism. Women entrepreneurs are expected to contribute to sustainable economic growth and foster regional development by showcasing these products. This study used qualitative research methods to examine the interest of women entrepreneurs in Bingöl in traditional foods, finding that participants generally possessed high levels of knowledge about these foods and were well-informed regarding their production processes. The societal awareness and consumption of traditional foods are essential for generating social benefits.

The study revealed that most participants sourced their primary ingredients locally, while some chose to produce them themselves. Additionally, the study assessed the support and incentives received by these women entrepreneurs in their business ventures. Some participants benefited from institutional support, such as funding from KOSGEB, while others established their businesses independently, without any assistance.

Based on the study's findings, it is recommended that government support for women entrepreneurs be increased, along with the provision of educational programs and promotion of geographically indicated products. Establishing regional brands, strengthening support networks, improving infrastructure and facilities, and incorporating traditional foods into tourism strategies could contribute significantly to regional development. Expanding the financial and non-financial support offered by the state may enhance the economic impact of women entrepreneurs. By implementing these recommendations, Bingöl has the potential to cultivate a strong ecosystem for women entrepreneurs and to support sustainable economic growth by promoting its unique culinary heritage.

Suggestions based on results

Future research could broaden its scope by comparing women entrepreneurs' traditional food knowledge and entrepreneurial attitudes across different regions. This comparative research could deepen our understanding of the factors that shape entrepreneurship, highlighting regional similarities and differences. Expanding the sample to include women entrepreneurs with more diverse backgrounds and business sizes would also allow for a more comprehensive evaluation of the factors influencing traditional food knowledge and entrepreneurship.

It is recommended that quantitative methods be incorporated into future studies to enable data collection from a larger sample, allowing for statistical analysis and potentially generalizable findings. Another recommendation is to investigate the integration of technology and innovation into traditional food production and marketing, assessing the effects of these elements on women entrepreneurs' businesses. For example, evaluating how digital tools, social media, and e-commerce platforms enhance their entrepreneurial efforts would provide valuable insights.

Moreover, it is essential to explore the cultural and social factors that impact women entrepreneurs' knowledge of traditional foods and their business activities. Analyzing the role of cultural heritage, social support, and networks in fostering entrepreneurial success could yield additional findings. Sustainability practices among women entrepreneurs in traditional food production should also be considered, including their approaches to sustainable resource use, production methods, waste management, and the environmental effects of these practices.

Limitations of the article

The study faced several limitations, including time constraints and limited professional resources available to the researchers for data collection. Additionally, the large geographic area of Bingöl and the distances between districts imposed financial constraints on the researchers.

Giriş

“Girişimci” terimi ilk kez 17. yüzyılda Fransız askeri literatür bağlamında tanıtılmıştır. Bu dönemde girişimci, rolün doğasında olan stratejik ve liderlik niteliklerini gösteren, kapsamlı askeri seferlere rehberlik veya liderlik eden kişi olarak tanımlanmıştır (Kaya, 2017). Bu ilk kavram, terimin daha geniş uygulamalarının temelini oluşturmuştur. Daha sonra 18. yüzyılın ortalarında Fransa’da yaşayan İrlandalı iktisatçı Richard Cantillon bu tanımları genişletmiş ve 1755 yılında girişimciyi ticari girişimleri organize eden ve kâr elde etmek için risk üstlenen kişi olarak tanımlamıştır. Bu tanımlama, girişimci faaliyetler için kritik olan risk alma durumuna ve örgütsel yönlere vurgu yapmaktadır (Hébert ve Link, 2009: 1-6).

Girişimcilik, sınırlı da olsa fırsatlardan faydalanmak için ustaca yönetilen kaynaklardan yararlanarak değer yaratmayı içermektedir. Bu değer yaratımı yalnızca bireysel işletmelerin başarısı için değil, aynı zamanda ulusların ekonomik büyümesi için de temeldir. Girişimciler, çeşitli sektörlerde istihdam fırsatları yaratarak ekonomik kalkınmanın desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Pazar boşluklarından yararlanarak yenilikçiliği teşvik eder ve genel ekonomik dinamizme katkıda bulunurlar (Pfeilstetter, 2021: 19-35).

Ayrıca girişimcilik, işsizliği azaltmayı ve ekonomik büyümeyi teşvik etmeyi amaçlayan kalkınma stratejilerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Girişimciler pazar fırsatlarından sonuna kadar yararlanır, böylece yeni işler yaratır ve ekonomik faaliyetleri teşvik eder. Bu rol, özellikle kırsal alanlarda kadınların girişimci girişimlere katılımının artmasıyla daha da büyük önem kazanmıştır. Kadın girişimciler ekonomik faaliyetleri çeşitlendirerek ve topluluklarının sosyoekonomik durumunu geliştirerek kırsal kalkınmaya katkıda bulunur. Kadın girişimcilerin ekonomiye daha fazla katılımı, kapsayıcı girişimcilik yoluyla sürdürülebilir kalkınmanın dönüşümünde kritik bir rol oynamaktadır (Gündüz ve Karadeniz, 2022: 98).

Çeşitli toplumların kültürel mirasına ve kimliğine derinlemesine yerleşmiş olan geleneksel gıdalar, tarih, coğrafya ve sosyal uygulamaların zengin bir dokusunu temsil etmektedir. Çoğunlukla nesiller boyunca aktarılan bu gıdalar, yerel malzemelerin kullanılması ve geleneksel hazırlama yöntemleriyle öne çıkarmaktadır. Geleneksel gıdalar sağlıklı beslenmenin yanında, sosyalleşmeyi sağlarken ve toplumsal aidiyet duygusunu da geliştirir. Örneğin yüzyıllardır Anadolu’nun birçok bölgesinde imece usulü olarak adlandırılan bir faaliyetle, kadınlar bir araya gelir; kışık yufka, erişte, salça vb. geleneksel gıdaları beraberce üretirler. Bu tür geleneksel gıdaların, üretimin sürdürülmesi, çağdaş beslenme ve sağlıklı yaşam ilkeleriyle uyumlu olarak kadim geleneksel bilgeliğinin bir kanıtı olarak kültürü yansıtmaktadır (Fieldhouse, 2013: 48).

Geleneksel gıdaların önemi salt sağlıklı beslenmenin ötesine uzanır; öyleki biyolojik çeşitliliğin korunmasında ve sürdürülebilir tarımın teşvik edilmesinde oldukça önemli bir rol oynar. Genellikle gıda üretimiyle iç içe olan geleneksel tarım uygulamaları, ürün çeşitliliğini ve çevre yönetimini öne çıkarmaktadır. Örneğin, Meksika’daki yerli tarım yöntemleri, “Üç Kız Kardeş” tekniği olarak bilinen bir uygulama olan mısır, fasulye ve kabakların birlikte yetiştirilmesini içermektedir. Bu yöntem toprağın verimliliğini ve hasere direncini artırarak, modern monokültür sistemlerinin çoğu zaman eksik olduğu sürdürülebilir bir tarım yaklaşımını ortaya koyar (Altieri, 2004). Bu nedenle geleneksel gıdalar yalnızca kültürel miras deposu değil, aynı zamanda ekolojik denge ve gıda güvenliği açısından da hayati öneme sahiptir.

Küreselleşme bağlamında geleneksel gıdalar hem zorluklarla hem de fırsatlarla karşı karşıyadır. Küresel gıda sisteminin genişlemesi, genellikle geleneksel gıdaların bir kenara atılmasına ve daha uygun, işlenmiş alternatif gıdaların tercih edilmesiyle yemek kültürünün homojenleşmesine yol açmıştır. Bu değişim, geleneksel gıdaların içerdiği kültürel mirasa ve mutfak çeşitliliğine yönelik bir tehdit oluşturmaktadır. Bununla birlikte, beslenmeye bağlı sağlık sorunları ve çevresel bozulmayla mücadeleye yönelik daha geniş bir çabanın parçası olarak geleneksel gıdaları yeniden canlandırmaya ve teşvik etmeye yönelik büyüyen bir hareket mevcuttur. Yavaş Gıda (Slow Food) hareketi gibi girişimler, yerel, sürdürülebilir ve etik olarak üretilmiş gıdanın önemini vurgulayarak geleneksel gıda uygulamalarının korunmasını savunmaktadır (Petrini, 2013: 115-123). Toplumlar geleneksel yiyeceklerle yeniden bağlantı kurarak, daha sağlıklı ve temiz beslenme alışkanlıklarını teşvik ederken, yerel ekonomiyi destekleyip, kültürel çeşitliliği de korumaktadır.

Geleneksel gıdalar, hem bölge halkına hem de diğer bölgedeki tüketicilere çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Bu gıdalar bölgeye özgü üretim teknik ve yöntemlerini kullanarak bölgeye özgü kültürel değerler taşıyan ve sağlığa olumlu etkileri olan gıdalardır. Günümüzde kırsal bölgelerde ekonomik anlamda kalkınmaya destek olmak için kadınlar tarafından üretilen gıdalar veya ürünler ev ekonomisine destek sağlarken, yeni iş kapısı alternatifleri açısından, girişimcilik fırsatı da sunmaktadır. Bu kapsamda kadınlar; kooperatiflere, derneklere, birliklere üye olmakta ve yeni girişimcilik turlarına katılmaktadır (Topaloğlu ve Topaloğlu, 2017).

Bu çalışma ile kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara yönelik tutum ve davranışlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Kadın girişimciliğine ilişkin önemli bir literatür (Sharif, 2024; Zukunelli ve diğerleri, 2023; Mahajan ve Jain, 2023; Ahmetaj, Kruja, Hysa, 2023; Makandwa, de Klerk, Saayman, 2023; Al-Qahtani, Fekih Zguir, Al-Fagih, Koç, 2022; Bullough, Guelich, Manolova, Schjoedt, 2022; Gündüz ve Karadeniz, 2022; Şenel ve Sevim, 2022; Çınar ve Dalaman, 2022; Kaioldanova ve Mukhsiyov, 2022; Nziku ve Henry, 2021; Meitasari ve Furkan, 2021; Gustavsson, 2021; Bektaş, 2021; Untari ve Suharto, 2020; Tekin, 2018) olmasına rağmen Türkçe literatürde çalışmaya rastlanmamış ve yurt dışı çalışmalar incelendiğinde Wane (2003)'nin Kenya'nın kırsal kesimlerinde yaşayan ve hayatlarını gıda üretimi ile idame eden Embu kadınları üzerine yaptığı bir çalışma ile Kusuma, Tutiasri, Romadhona, Khasanah (2020)'nin kırsal kesimdeki ailelerde, özellikle kadın girişimcilerin cinsiyet uyumunun nasıl olduğunu araştıran bir çalışmanın dışında yakın bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda çalışma özellikle kadınların geleneksel yiyeceklerle olan etkileşimine odaklanarak bir boşluğu doldurmaktadır.

Çalışma ile kadın girişimcilerin tutum ve davranışların değerlendirilmesinin yansıra kadınların tarihsel ve çağdaş rolleri, geleneksel gıdaların farkındalığı ve tanıtılması, sürdürülebilir ekonomik büyümeye katkı sağlamayı ve bölgesel refahı öncelemeyi hedeflemektedir. Çalışma, kadın girişimcilerin geleneksel yiyecekleri nasıl algıladıklarını, bu yiyeceklerin işletmelerinde kullanılmasına ve tanıtılmasına yönelik tutumlarını da içerecek şekilde anlamayı amaçlamaktadır. Böylece kadınların girişimcilik faaliyetlerindeki tarihsel bağlamını ve yeni ürünler yaratmadaki önemli rollerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmanın önemli bir yönü de kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara ilişkin farkındalık düzeylerinin ve bu gıdaların tanıtımına yönelik çabalarının araştırılmasıdır. Araştırma, geleneksel gıdaların tanıtımını ve kullanımını sürdürülebilir ekonomik büyümeyle birleştirmeyi amaçlamakta ve kadın girişimcilerin buna iş uygulamaları aracılığıyla katkıda bulunabileceğini öne sürmektedir. Geleneksel gıdalara odaklanan bu çalışma, kadın girişimcilerin kendi bölgelerinin refahını nasıl arttırabileceklerini ve potansiyel olarak bölgesel refahın artmasına nasıl katkı sağlayabileceklerini göstermektedir. Çalışma kadınların geleneksel gıdalarla ilgili girişimcilik faaliyetlerinin mevcut durumuna ışık tutması ve bu faaliyetlerin ekonomik ve sosyal kalkınmaya nasıl katkı sağladığına dair yeni bakış açıları sunması bakımından da benzersizdir. Özetle çalışmanın temel amacı, kadınların geleneksel gıdalara yönelik girişimci tutum ve davranışlarını, sürdürülebilir ekonomik büyümedeki rollerini ve bölgesel refah üzerindeki etkilerini değerlendirerek mevcut araştırmalardaki bir boşluğu doldurmaktır.

Kavramsal çerçeve

Girişimcilik kavramı ve kadın girişimciliğinin önemi

Girişimcilik ve kadınların bu alandaki önemli rolü son zamanlarda önemli bir ilgi ve gelişme kazanmıştır. "Girişimci" teriminin etimolojik kökü, "üstlenmek" anlamına gelen Fransızca "entreprendre" fiilinden gelmiştir. Tarihsel olarak bu terim, çeşitli girişimlerde risk ve sorumluluk alan bireyleri tanımlamak için kullanılmıştır (Landström, 2005: 8). Girişimci kavramı ilk kez 1730'larda İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından literatüre kazandırılmıştır. Cantillon, girişimciyi üretim girdilerini elde eden, bunları ürün veya hizmete dönüştüren ve daha sonra kâr amacıyla satan kişi olarak tanımlanmaktadır (Meydan, 2013: 15).

Bu temel tanım, girişimciliğin ekonomik faaliyet ve yenilikçiliğin kritik bir itici gücü olarak anlaşılmasının temelini oluşturmuştur. Girişimciler, yeni fikirleri, işletmeleri ve fırsatları katalize eden ekonomik büyümenin motoru olarak görülmektedir. Girişimciler piyasa ihtiyaçlarını karşılayan mal ve hizmetler yaratmak için kaynakları, emeği ve sermayeyi bir araya getirmede çok önemli bir rol oynamaktadır (Rosário, Raimundo ve Cruz, 2022).

Son yıllarda girişimcilik konusundaki tartışmalar, kadınların bu alandaki önemli katkılarını vurgulayacak şekilde genişlemiştir. Kadın girişimciliği, yalnızca daha geniş girişimcilik ortamının bir alt kümesi değil, aynı zamanda iş dünyasına benzersiz bakış açısı ve yaklaşım getiren hayati bir bileşendir (Garg ve Agarwal, 2017). Kadınların girişimciliğe artan katılımı, çeşitli sosyokültürel ve ekonomik değişimlerden etkilenmiştir; bu durum, yenilikçiliği ve ekonomik dayanıklılığı teşvik etmede cinsiyet kapsayıcılığının önemini vurgulamaktadır (Nair, 2020).

Dengeli sosyoekonomik kalkınmanın sağlanması için kadın girişimcilerin çok daha fazla yükselişine ihtiyaç vardır. Daha fazla kadının girişimcilik alanına girmesini teşvik ederek, toplumlar çeşitli fikir ve çözümlerden faydalanabilir ve genel ekonomik üretkenliği ve büyümeyi artırabilmektedir (Hussin ve Aziz, 2021). Kadın girişimciliği ayrıca cinsiyet eşitliği, güçlendirme ve ekonomik bağımsızlık gibi kritik konuları da ele alarak sosyal adalet ve sürdürülebilir kalkınma gibi daha geniş hedeflere katkıda bulunmaktadır (Raman ve diğerleri, 2022).

Günümüzde kadınların sosyokültürel ve ekonomik değişimlerden etkilenerek toplumsal ve sosyal hayata girişimcilik faaliyetleri sayesinde daha aktif bir şekilde katıldığı görülmektedir (South, 2015: 237). Kadın girişimciliği sadece toplumsal cinsiyet katılımıyla ilgili değil, aynı zamanda bölgesel sosyoekonomik kalkınmanın da kritik bir bileşendir. Daha fazla kadını girişimci olmaya teşvik ederek, daha çeşitli ve yenilikçi iş ortamlarına imkân sağlayarak, çeşitli sektörlerde büyümeyi ve refahı teşvik etmek mümkündür.

Kadın girişimciliği, cinsiyet eşitsizliklerinin azaltılması, hane halkı gelirlerinin artırılması ve toplumsal kalkınmanın desteklenmesi gibi çeşitli sosyoekonomik konuları ele almaktadır. Kadınların iş dünyasına yönelik benzersiz bakış açıları ve yaklaşımları, sektörde ve pazarda yeni çözümler ve fikirler sunarken, pazar ve pazarlama noktasında da çeşitli imkânlar yaratmaktadır. Sonuç olarak, kadın girişimciliğine odaklanmak ve desteklemek, bütünsel ekonomik ilerleme ve sosyal eşitlik için şarttır.

Geleneksel gıdalar

Geleneksel gıdalar, bir yörenin kendine özgü kaynaklarla ve bu yöreye özgü üretim teknikleriyle aidiyet kazanan, insanların sağlıkları üzerinde çeşitli etkileri olan ve bünyesinde barındırdığı yöreye özgü kültürel değerler taşıyan gıdalardır. Bu gıdalar, yörede çoğunlukla kadın girişimcilerin çabalarıyla ortaya çıkan, hane halkı ve bölge ekonomisine katkıda bulunan ve kadın girişimcilere alternatif bir gelir kaynağı sunan gıda gruplarıdır (Kumru, 2021: 5). Ayrıca geleneksel gıda kavramı birçok tüketici için farklı konumlandırılabilir. Bu nedenle girişimcilik faaliyetinin, kişiler tarafından ortak bir noktada buluşulan bir tanımı yoktur (Demirbaş, Oktay, Tosun, 2006: 47-48). Türk Gıda Kodeksi tarafından resmi gazetede yayınlanan tanıma göre ise geleneksel ürün; bölgeye ait geleneksel hammaddelerden faydalanılarak ortaya çıkarılan, geleneksel bir bileşim ya da geleneksel bir üretim biçimi ile tanımlanan, bölgenin üretim tarzını yansıtan ürün olarak tanımlanmıştır (TGK, 2011).

Bölgelere özgü üretim teknikleriyle nesilden nesile aktarılan geleneksel gıdalar kültürel ve ekonomik açıdan oldukça önemlidir. Bu gıdalar, çeşitli gıda seçenekleri sunma, kırsal alanların ekonomik kalkınmasına katkıda bulunma ve göçün önlenmesine yardımcı olma gibi rolleri ile de sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Belahsen, 2014: 385-388). Sürdürülebilirliğin sağlanması için geleneksel gıdaların tanımlanması, kayıt altına alınması, üretici ve tüketicilerin tutumlarının anlaşılması da oldukça önemlidir. Ayrıca ekonomileri ve toplumları olumlu yönde etkileyebilecek dinamik bir güç olarak girişimcilik, özellikle de kadın girişimciliği toplumu, toplumsal eşitliği ve ekonomiyi anlamlı ve olumlu yönde etkilemektedir (Kearins ve Schaefer, 2017: 48-61).

Geleneksel gıdalar, kendine özgü birçok karakteristik özelliği ile de diğer gıda ürünlerinden ayrılan ürünlerdir. Bu özelliklerinin yanı sıra bu ürünler temsil etmiş olduğu bölgenin kültürel kökenine hizmet etmesinden dolayı nitelik ve coğrafi işaret adına korunması gereken ürünlerdir. Ülkemizde yaklaşık 2550 civarında geleneksel ürün olduğu tahmin edilmektedir. Bu geleneksel ürünler arasında sucuk, pekmez, salça, turşu, tarhana vb. gibi gıda ürünlerinin yanı sıra Adana kebabı, kelle paça, alinazik gibi yemekler ile bakırcılık ve oymacılık gibi el sanatları ürünleri de sayılabilir. Bu tarz ürünler bazı bölgelerde geleneksel ürünler olarak tescilli ürün olmadığı için sadece coğrafi işaret ile tescillenebilmektedir. Avrupa da ise, pizza, berliner, mozzarella peyniri ve Liptovsky salamı gibi ürünler gelenekselliğini garanti altına alınmış gıda ürünleri olarak tescillenmiştir (Onurlubaş ve Taşdan, 2017: 116-117).

Evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı olmamasına rağmen etnik ve bölgesel özellikleriyle tanımlanan geleneksel gıdalara derinlemesine bir bakışın sunulması gerekmektedir. Bu gıdalar, üretimlerinde kullanılan geleneksel hammaddeler ve yöntemler nedeniyle farklılık göstermektedir. Geleneksel gıdalar sadece kültürel mirasın bir yansıması değil aynı zamanda insanların beslenme kalıplarının ve yaşam tarzlarının şekillenmesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Almansouri, Verkerk, Fogliano, Luning, 2021). Geleneksel gıdaların tarihini binlerce yıl öncesine kadar takip ederek, ilk insanların tarım ve hayvancılıkla nasıl uğraştıklarını, bölgesel iklim ve coğrafi özelliklerden etkilenerek ürünlerini nasıl geliştirdiklerini görmekteyiz. Bu durum bazı bölgelerde sebzelerin kurutulması, bazı bölgelerde ise salamura edilmesi gibi çeşitli muhafaza yöntemlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Rocillo-Aquino, Cervantes-Escoto, Leos-Rodríguez, Cruz-Delgado, Espinoza-Ortega, 2021).

Orta Asya'dan Anadolu'ya göç eden Türkler, geçimleri için hayati önem taşıyan göçebe koruma yöntemlerini de beraberlerinde getirmişlerdir. Bu yöntemler arasında etin kurutulması, kavrulması, tuzlanması ve süt ürünlerinin muhafaza edilmesi yer almaktadır. Zamanla bu uygulamalar gelişmiş ancak Türk mutfağının ayrılmaz bir parçası olmaya da devam etmiştir (Batu ve Batu, 2018: 81). Örneğin, etin kurutulması ve pastırma yapımı gibi geleneksel muhafaza yöntemlerinin tarihi, yolculukları için taşınabilir ve uzun ömürlü yiyeceklere ihtiyaç duyan göçebe Türklere kadar uzanmaktadır. Benzer şekilde yoğurt ve peynir gibi süt ürünlerinin de Orta Asya uygulamalarında derin kökleri vardır ve Anadolu'da çeşitli şekillerde uyarlanıp muhafaza edilmiştir. Yoğurt, peynir ve çeşitli tahılların hazırlanması gibi geleneksel muhafaza yöntemlerinin birçoğu nispeten değişmeden kalmış ve günümüzde de benzer şekilde kullanılarak üretim ve muhafazası devam etmektedir (Badem, 2021: 159).

Son dönemlerde gastronomi turizminin hızlı gelişimi ile birlikte sektörde yaşanan hareketlilik, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarında yaşanan değişimler ile paralellik göstererek, geleneksel gıdalara olan ilgiyi ve önemi artırmıştır (Narayana ve Johnson, 2020: 298-299). Yaşanan bu gelişmeler sonucunda ülkemizde de sürdürülebilir gastronomi turizminin önemini ortaya çıkarmak adına unutulmaya yüz tutmuş geleneksel gıdaların araştırılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Geleneksel gıdalar yerel ve kültürel mirasın sunumunda, gıdaların çeşitliliğini korumada, yerel tüketicilerin isteklerine cevap vermede ve yerel üreticilerin gastronomi turizmine dâhil olmasında önemli rol oynamaktadır (Cumhur, 2017: 396). Ayrıca geleneksel gıdaların birçok unsurla direk ya da dolaylı olarak ilişki içerisinde olduğu düşünülmektedir (Kement, Çavuşoğlu, Bükey, Göral, Uslu, 2021: 225).

Kültürel ve ekonomik öneme sahip olan geleneksel gıdalar, geçmişle somut bir bağlantı kurarak kültürel sürekliliğe katkıda bulunurken, gastronomi turizmi için bir cazibe unsuru olmakta ve sürdürülebilir seçenekler ile bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır. Geleneksel gıdalar, temel besin öğelerinden daha fazlasıdır. Farklı bölgelerdeki insanların tarihini, inançlarını, yaşam tarzlarını etkileyen ve yansıtan kültürel kimlik ve mirasın önemli birer parçasıdır (Timothy ve Ron, 2013).

Yöntem

Araştırma; kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara yönelik tutumları ve bu tutumların ekonomik kalkınmaya olan potansiyel katkılarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla Bingöl ili ve bazı ilçelerinde geleneksel gıda üreticisi on kadın girişimciye ulaşılmış ve odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri arasında sayılan betimsel fenomenoloji yöntemi kullanılmış ve kadın girişimcilerin geleneksel gıdaları kullanarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunma potansiyelleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış ve verilerin analizinde ise MAXQDA programından yararlanılarak içerik analizi yapılmıştır. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamak adına verilerin objektif olarak toplanmasına dikkat edilmiş, veriler detaylı olarak raporlanmış ve son olarak dört farklı araştırmacıya verilerek benzer çıkarımlar alınmıştır.

Girişimcilik kavramı ve kadın girişimciliğinin önemi

Araştırma evreni Bingöl ili olup, örnekleme ise Bingöl merkez, Genç, Karlıova ve Solhan ilçelerinden oluşmaktadır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda on kadın girişimciye ulaşılmıştır. Girişimcilerle ilde ikamet eden araştırmacı tarafından yüz yüze görüşmeler sağlanmıştır. Görüşmelerde girişimcilerin gönüllülük esasları dikkate alınarak derinlemesine incelemenin faydalarını en net biçimde elde edebilmek için katılımcıların uygun oldukları zaman dilimlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme başlangıcında katılımcılara verdikleri bilgilerin gizli kalacağı belirtilmiştir.

Araştırmanın örneklem grubunu ölçüt örnekleme grubu oluşturmaktadır (Başaran, 2019: 6). Bingöl'de kadın girişimcilerin mevcut durumu ve Bingöl'deki geleneksel gıdaların neler olduğunu belirlemek amacıyla on kadın girişimci ile görüşülmüş fakat veriler üç görüşmede neredeyse birebir aynı sonuçları verdiği için çalışmaya yedi kadın girişimcinin verileri ile devam edilmiştir. Çalışmamıza kaynaklık eden katılımcılara "K1, K2, K3, K4, K5, K6 ve K7" şeklinde katılımcı kodu verilmiştir.

Araştırmanın sınırlılıkları

Araştırmanın yöntemi

Araştırma deseni nitel analizler üzerine kurulmuş ve betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Betimsel analiz doğrudan bir konunun tasvir edilmesi, tanımlanabilmesini ve açıklanabilmesini hedefleyen bir yöntemdir. Bu çerçevede sorulardan elde edilen verileri desteklemek adına görüşmelerden doğrudan doğruya alıntılar yapılmaktadır (Ekiz, 2009: 76).

Çalışmada katılımcıların deneyimlerinden yararlanıldığı için araştırma yönetimlerinden olgubilim'den (fenomenoloji) de yararlanılmıştır. Araştırmada belirlenen fenomen Bingöl ili kadın girişimcilerin geleneksel gıdaları kullanarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunma durumu ve potansiyelidir. Bu potansiyeli tespit etmek amaçlı en kullanışlı araştırma yöntemlerinden biri betimleyici fenomenolojidir (Sundler, Lindberg, Nilsson, Palmér, 2019: 733-739). Fenomen hakkında bilgi sahibi olanlar ise Bingöl'de ev ortamında veya işletmelerde faaliyet gösteren kadın girişimcilerdir.

Veri toplama yöntemi

Kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara yönelik tutumlarının belirlenmesine yönelik yapılan çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Bu teknik yöntemi kullanılırken uzman kişilerin görüşlerine başvurulmuş ve konuya dair derine inilebilmesinin faydalı olduğu tespit edilmiştir (Bal, 2016: 162-163).

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan odak grup görüşmeleri, grup dinamiklerinin etkisinden yararlanılarak, küçük bir grup ve moderatör arasında yapılan tartışmalarla derinlemesine bilgi edinilmesi ve fikir üretilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerinde, genellikle benzer demografik özelliklere sahip 6-8 kişi bir moderatör eşliğinde bir araya gelir ve araştırma konusu grup ortamında tartışılır (Doğan, 2023).

Araştırmada kullanılan sorular önceden belirlendiği için kadın girişimcilerden önceden randevu alınarak görüşmeler yüz yüze ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında katılımcılardan izin alınarak ses kayıtları alınmış, derlenmiş ve daha sonra bu kayıtlar deşifre edilmiştir. Yapılan görüşmeler yaklaşık olarak 25-35 dakika aralığında sürmüş ve katılımcılardan gönüllülük esasına dayalı, katılımcı onam formunu doldurup imzalamaları talep edilmiş, görüşmeler ve kayıtlar bu doğrultuda gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın temel problemi ve soruları

Kadın girişimcilere yöneltilen, "*Kadın girişimci sizin için ne ifade etmektedir bu bağlamda siz kendiniz ile ilgili hissettiklerinizden bahsedebilir misiniz?*" sorusu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu problem doğrultusunda Bingöl'de ev ortamında veya işletme bazında faaliyette bulunan kadın girişimcilere ulaşılmış ve bu girişimcilerle birtakım görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Sorular iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bilgiler yer alırken ikinci bölümde ise katılımcıların kadın girişimciliğinde geleneksel gıdalara olan ilgilerini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Araştırma soruları, alan uzmanları ve daha önce konuyla ilgili yapılan çalışmalarda yer alan sorulardan meydana gelmiştir. Çalışmanın araştırma soruları belirlenirken turizm ve gastronomi alanlarında mesleki ve akademik yeterliliğe sahip dört alan uzmanından görüş alınmıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara yönelik yarı yapılandırılmış sorular Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırma Soruları

Araştırma Soruları	
1	Kadın girişimci sizin için ne ifade ediyor, bu bağlamda kendiniz ile ilgili hissettiklerinizden bahseder misiniz?
2	Geleneksel gıda denilince aklınıza hangi gıda ürünleri gelmektedir, Bingöl ilindeki geleneksel ürünlerden bahseder misiniz?
3	Ürettiğiniz bu yerel ürünlerin gastronomi turizmüne ve ilin kalkınmasına ne gibi faydaları vardır?
4	Kadın girişimcileri destekleyen teşvik vb. imkânlardan haberdar mısınız, ya da hangi konularda yardım almak istersiniz?
5	Ürettiğiniz geleneksel ürünlerin satış ve pazarlaması hakkında bilgi verir misiniz?

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Verilerin analizi

Verilerin analizinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, bir metinden alınan verileri sistematik olarak kategorize etmeye yönelik bir yöntemdir. Başka bir deyişle içerik analizi, ortaya çıkan nitel veriler içerisinde belirli temaların aranması ve keşfedilmesidir (Mutlu ve Doğan, 2021). Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analiz programıyla analiz edilmiştir. MAXQDA programı ile elde edilen sözlü veriler orijinal haliyle analiz edilip saklanabilmekte, ilgili verilerle kodlama ve alt kodlama yapılabilmektedir (Kuckart ve Rädiker, 2021: 305-318). Analiz sırasında veriler deşifre edilirken sözcük frekans analizi yapılmış, MAXQDA programındaki aktif modül olan MAXDictio modül analizinde minimum karakter sayısı bir olarak belirlenmiştir. Son olarak MAXQDA programına aktarılan veriler, sistem içerisinde deşifre edilmiş, gerekli değerlendirme ve yorumlama aşamalarından sonra kodlara ve kategorilere ayrılarak raporlanmıştır. Ayrıca araştırma bulgularının doğruluğunun kabul edilebilir düzeyde olabilmesi için geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması gerekmektedir.

Geçerlilik ve güvenilirlik

Nitel araştırmaların geçerlik ve güvenilirliği en önemli ölçütlerden biri verilerin ayrıntılı olarak rapor haline getirilmesi ve sonuçlara ulaşma sürecinin detaylı hale getirilmesidir. Ayrıca analiz sonucunda elde edilen temaların geçerliliğini sağlamak amacıyla verilerin objektif bir şekilde toplanmasına özen gösterilmiştir. Araştırmanın güvenilir olabilmesi için aynı analizin farklı zaman ve koşullarda tekrarlanabilir olması gerekmektedir (Doğan ve Özalın, 2022: 7). Bu sebeple veriler dört farklı araştırmacıya verilerek benzer çıkarımlar elde edilmiştir. Çalışma için İstanbul Gelişim Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu Başkanlığı'ndan etik kurul onayı alınmıştır (2023-06-109).

Bulgular

Katılımcılara ilişkin demografik bulgular

Araştırmanın bu kısmında demografik bulgular, görüşmeler nihayetinde ortaya çıkan diğer bulgular ve kodlama sistemi sonucunda oluşturulan kategorilerin aktarıldığı tablolar yer almıştır. Katılımcıların kimlikleri çalışma prensibi çerçevesinde gizli tutulacağından her bir katılımcı için bir kod verilmiştir. (K1, K2, ...)

Tablo 2: Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni durumu	Eğitim
K1	Kadın	42	Evli	Lise
K2	Kadın	45	Bekâr	Lise
K3	Kadın	44	Evli	Lise
K4	Kadın	40	Evli	Ön lisans
K5	Kadın	49	Evli	Lise
K6	Kadın	43	Bekâr	Ortaokul
K7	Kadın	48	Evli	İlkokul

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Katılımcılar Bingöl ili ve ilçelerinde evden veya bir işletmeye bağlı olarak çalışmaktadır. Katılımcıların 4'ü lise 1' ön lisans 1' ortaokul ve 1'de ilkokul mezunu ve yaş aralığı 49-40 arasında değişen 5' i evli 2'si bekar kadın girişimciden oluşmaktadır. Görüşmelerden elde edilen veriler, nitel araştırma yöntemiyle

tema ve alt temalara ayrıştırılarak analiz edilmiş ve nihayetinde kategorilere ayrılmıştır. Temaların belirlenmesi sürecinde araştırma soruları dikkate alınarak hareket edilmiş ve tündengeyim yönteminden faydalanılmıştır. Veriler içerik analizine tabi tutulmuş, verilerin geçerlilik ve güvenilirliğinin belirlenmesinde inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve teyit edilebilirlik gibi unsurlar (Merriam, 2018) dikkate alınmıştır. Yapılan görüşmelerde tutarlı bilgilere ulaşıldığı gibi verilerin genellemeye uygun olduğu saptanmıştır. Böylelikle bu araştırma için iç ve dış geçerliliğinin olduğu söylenebilir. Araştırma güvenilirliği için ise bulguların hazırlanması aşamasında subjektif değerlendirmelerden kaçınılmış ve elde edilen veriler doğrultusunda raporlama gerçekleştirilmiştir. Böylelikle araştırmada iç güvenilirlik (tutarlılık) ve dış güvenilirlik (teyit edilebilirlik) sağlanmıştır. Ek olarak araştırmada nitel bir veri analizi programının kullanılması hem geçerlilik ve güvenilirliği artırmış hem de verilerin sistematik olarak analiz edilmesine imkân sağlamıştır.

Çalışma kategorileri üzerine bulgular

Bu bölümde katılımcılarla yapılan görüşmeler nihayetinde elde edilen bazı görüşme cevaplarına yer verilmiştir. Söz konusu sınırlılık (bazı cevaplara yer verilmesi) çalışmanın kendini tekrar etmemesi ve okuyucunun dikkatinin dağılmasını ortadan kaldırmak amacı gütmektedir. Belirtilecek görüşme kesitlerinin seçiminde dikkate alınan önemli hususa bakıldığında; literatürde yer alan girişimcilerin alternatif turizme bakış açısı ile açıklanabildiği konu başlıklarıyla uyuşması niteliğindedir. Çalışma esnasında ulaşılan veriler betimsel açıdan analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen verilerin sistematik olarak verilmesi, alt hedeflerin kategorik olarak sunulması gibi amaçlar doğrultusunda görüşmeler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi sürecinde kodlama sistemi kullanılmış, görüşme süreci sonrası elde edilen raporlar incelendikten sonra, ana temalar ve bu temalardan bazılarında alt temalar belirlenmiş ve nihayetinde kategoriler oluşturulmuştur. Ana tema ve alt temalar kullanılarak kodlar arası ilişkiler analiz edilmiştir. Ayrıca tema-alt tema sürecini detaylı açıklamak için kod haritaları oluşturulmuştur. Ek olarak araştırmada sık kullanılan gıda ürünleri ve yemekler ile ilgili kelime frekans analizi yapılarak kelime bulutu hazırlanmıştır.

Tablo 3: Kategoriler ve Açıklamaları

Kategoriler	Açılımı
Kadın Girişimci	Bingöl’de ikamet eden kadınların girişimcilik konusunda hazır bulunuşluğunun ne düzeyde olduğu ve bu konudaki bilinç düzeyleri ile kendilerini bu anlamda ne kadar güçlü gördüklerinin değerlendirildiği kategorilerin açıklamaları yer almaktadır.
İlin Kalkınmasına Fayda	Bingöl’de girişimcilik fırsatları kapsamında veya bireysel olarak iş hayatına atılan kadınların kendilerinin ve ailelerinin kalkınmalarına destek oldukları gibi ilin yerel ürünlerini kullanarak ilin kalkınmasına da fayda sunduklarını açıkladıkları kategori değerlendirmeleri yer almaktadır.
Teşvik Alma Durumu	Bingöl’de girişimcilik faaliyetleri kapsamında çalışan kadınların kurum kuruluş veya bireysel olarak sunulan teşvik, yardım, bilgilendirme seminerleri vb. durumlardan ne kadar haberdar oldukları veya konuya ne kadar uzak oldukları ve bu konudaki beklentileri ile ilgili bilgilerin ölçülüp değerlendirildiği kategori açıklamaları yer almaktadır.
Geleneksel Gıda	Bingöl’deki kadınların ürettikleri ve satışa sundukları ürünlerin büyük bir bölümünün yine yöreye has özellikleri olan yerel ve geleneksel ürünlerden oluştuğunun ve bu ürünlerin neler olduğunun, açıklamalarının yer aldığı kategori değerlendirmeleri yer almaktadır.
Pazarlama Yöntemleri	Bingöl’deki kadın girişimcilerin ürünlerini satmak amacıyla yaptıkları pazarlama stratejilerinin yer aldığı kategori açıklamaları yer almaktadır.
Bütçeye Destek	Bingöl’de girişimcilik faaliyeti konusunda kadınların yerel ürünleri kullanarak hem yöre halkının bütçesine, hem de aile bütçesine katkılarının açıklandığı kategori ile ilgili açıklamalar yer almaktadır.

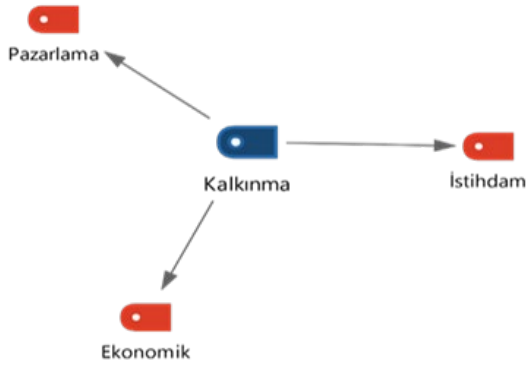
Çalışma kapsamında altı kategori kullanılmıştır. Bingöl’de girişimcilik faaliyeti kapsamında bilinçli bir adımla iş hayatına atılan kadınların hemen hepsi bu faaliyeti içlerindeki girişimci ruh sayesinde korkmadan ve risk almayı göze alarak gerçekleştirdiklerinden bahsetmişlerdir. Bir katılımcı bu konuyu *“Kendi işimi kurma kararı alırken, birçok zorlukla karşılaşacağımı biliyordum ama içimdeki girişimci ruh, bana her zaman cesaret ve motivasyon verdi. Risk alarak başladığım bu yolculuk, bana büyük bir özgüven kazandırdı ve başarıya ulaşmamı sağladı”* şeklinde ifade etmiştir. Kadınların önceki yıllara oranla daha bilinçli ve cesur oldukları konusu, araştırma esnasında bu kategori altında sıkça geçmektedir. Ayrıca katılımcıların etrafındaki kadınlara ne gibi destekler sundukları ve onları bu konuda nasıl destekleyip üretimde yer almalarını sağladıkları ile ilgili düşünceleri irdelenmiş ve bu konuda olumlu çıkarımların olduğu saptanmıştır. Ayrıca bu kategori altında yapılan analiz sonucu, verilerin kodlama sonuçları Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1: Kadın Girişimci Kategorisi

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

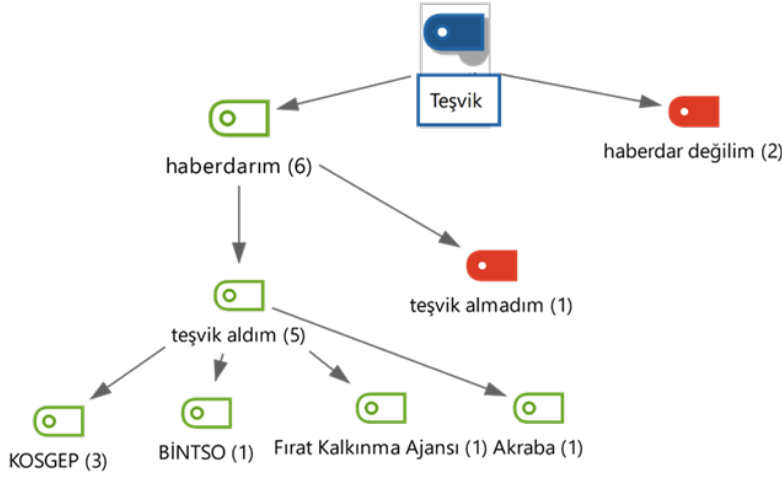
Çalışma kapsamında ikinci kategori ise, ilin kalkınmasına fayda; kategorisi olmuştur. Girişim faaliyetleri kapsamında kullanılan birçok ürünün yörede üretilen ürünlerden olması ilin yerel esnafının, çiftçinin ve hayvancılık ile uğraşan kesime doğrudan ve dolaylı olarak fayda sağlayarak totalde ilin kalkınmasına fayda sağladığı saptanmıştır. Bu kategori altında çıkan kod haritası da Şekil 2’de aktarılmıştır.



Şekil 2: Kadın Girişimcilerin İlin Kalkınmasına Faydası Kategorisi

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

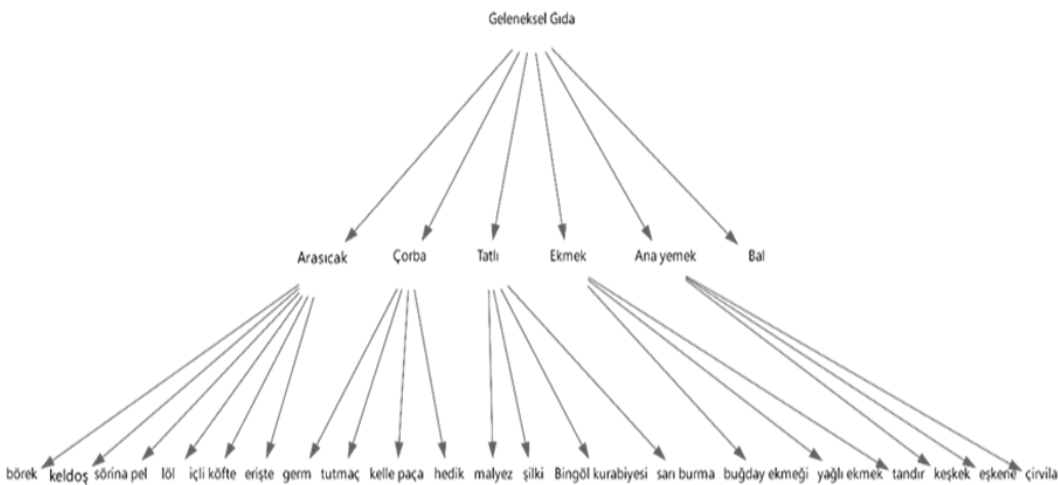
Çalışma kapsamında üçüncü kategori teşvik alma durumu olmuştur. Teşvik alma durumu adlı kategoride, Bingöl’de girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların bu işe girerken mevcut teşvik, vb. durumlardan haberdar olup destek alarak mı yoksa kendi imkânlarıyla mı iş kurduklarının incelendiği konu oluşturmaktadır. Bu bağlamda aldığımız cevaplardan dört tanesi olumsuz yönde olurken üçü olumlu yöndedir. Bir katılımcı bu konuyu “Devletin kadın girişimlere verdiği destekten haberimiz yoktu.” şeklinde ifade etmiştir. Olumsuz görüş sunan dört kadın katılımcı kendilerinin bu ve benzeri destek ve teşviklerden haberdar olmadıklarını ve maddi-manevi hiçbir destek almadıklarını belirtirken üç kadın katılımcı iş yerlerini kurarken devletin sunmuş olduğu teşvik imkânından maddi destek ve bilgilendirme mahiyetinde manevi destek aldıklarını belirtmişlerdir. Bu kategoride en dikkat çeken çıkarım ise devlet desteği ile iş kuran kadınların çevresine haber yayma ve bilinç düzeylerinin yükseltilmesi için gönüllü olarak verdikleri çabadır.



Şekil 3: Teşvik Alma Durumu

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

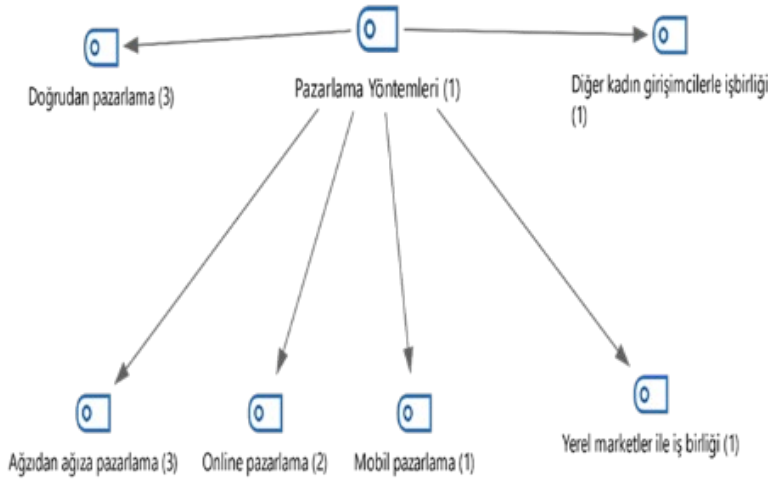
Çalışma kapsamında dördüncü kategori ise geleneksel gıda olmuştur. Geleneksel gıda kategorisinde; Bingöl ile özdeşleşmiş yöresel ürünlerin neler olduğu bunların ne kadarının ve hangilerinin kullanıldığı konusunda bilgi alınması amacıyla katılımcılara uygun zeminde soru ve bu soruları destekleyen alt sorular yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan kadın katılımcıların hepsi geleneksel gıdalar ile ilgili oldukça bilinçli ve yerinde bilgiler vererek bu konuda bilgi düzeylerinin oldukça yüksek olduğunu göstermişlerdir. Geleneksel gıdaların tanıtımı ve yapılışı konusunda da oldukça iyi bir bilgi ve deneyime sahip olan katılımcılar satışlarında kullandıkları ürünlerin hemen hepsinin geleneksel gıda ürünlerden oluşturduklarını ve bunu yöreye ve sürdürülebilirliğe katkı sunması açısından bilinçli şekilde yaptıklarını ifade etmişlerdir. Özellikle bir katılımcı “Ürettiğimiz tüm ürünlerde bölgemizin malzemelerini kullanmaya özen gösteriyoruz. Böylece yöremize daha fazla katkı sağladığımızı düşünüyorum.” demiştir. Çalışmada amaçlanan bilgilere ulaşılmamasının yanı sıra mülakat esnasında gelişen sohbetle beraber katılımcılar Bingöl ilinin hem coğrafi yapısı hem sosyal yapısı hem de kültürel yapısı ile alakalı bilgiler de aktararak bu konuda bilgi sahibi olduklarını ve ilde coğrafi işaret almış olan bal ve kavurma gibi birçok üründen de bahsederek bu anlamda da bilinçli ve bilgili olduklarını göstermişlerdir. Bu kategori altında ortaya çıkan bir diğer sonuç ise katılımcıların geleneğe ve yerele olan bağlılığın tespiti olmuştur. Katılımcıların geleneksel gıda ile olan ilişkisi Şekil 4’te detaylıca aktarılmıştır.



Şekil 4: Geleneksel Gıda İle Olan İlişki

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

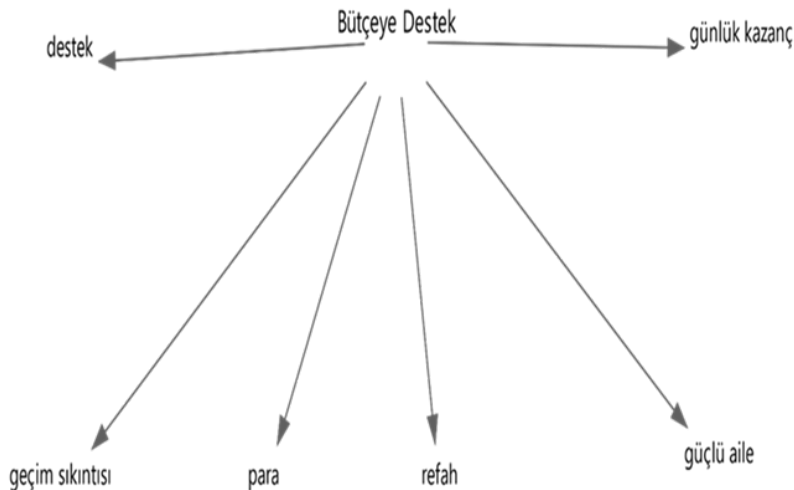
Çalışma kapsamında beşinci kategori ise pazarlama yöntemleri kategorisi olmuştur. Pazarlama yöntemleri kategorisi; Bingöl'deki kadın girişimcilerin pazarlama stratejilerinin irdelendiği sorular ile desteklenmiş ve kadın girişimcilerin hepsinin kendilerine özgü pazarlama yöntemlerinin olduğu, kiminin direkt tezgâhta satış yaptıklarının, kimilerinin birbirlerinden destek alarak satış skalası oluşturduklarının kimisinin de internet üzeri çevrimiçi satış pazarında kendilerine yer bularak satış yaptıkları yapılan görüşmeler sonrasında saptanmıştır. Bir katılımcı "Ürettiğimiz ürünleri çok rahat pazarlayabileceğimizi düşünüyoruz. Ve bu anlamda kendimize güveniyoruz." Diğer bir katılımcı ise durumu "Bize imkân verdiğimizde pazarlama konusunda başaramayacağımız bir şey olmaz." şeklinde ifade etmiştir. Kendilerine olan özgüvenlerinin de ön plana çıktığı bu kategoride kadın girişimcilerin hepsinin pazarlama konusunda kendilerine olan güvenlerinin tam olduğunu ifade ettikleri ve kendilerine imkân sağlandığı takdirde başaramayacakları hiçbir işin olmadığı konusunda oldukça tutarlı davranışların sergilendiği tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin aynı zamanda ne istedikleri ve hedefe kilitlenme konusundaki bilinç düzeylerinin de oldukça yüksek olduğu yine saptanan olumlu çıkarımlar arasında yer almaktadır bu da onların ürün satışı konusunda yeni alternatifler üretebileceklerinin de göstergesidir. Bu kategoriye ait alt kodlar ise Şekil 5'te gösterilmiştir.



Şekil 5: Kadın Girişimcilerin Kullandıkları Pazarlama Yöntemleri

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Çalışma kapsamında altıncı kategori ise bütçeye destek kategorisidir. Bu kategoride, kadın girişimciler kendilerinin ve ailelerinin bütçesine verdikleri destekten bahsetmişlerdir. Ayrıca giderlerin karşılanması ve birikim yaparak satın alma güçlerinin bu doğrultuda olumlu ilerlediğine dair bilgiler sunan katılımcılar satın alma güçlerinin arttığından da bahsetmişlerdir. Bu kategoriye ait veriler ise Şekil 6'da gösterilmiştir.



Şekil 6: Bütçeye Destek

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Çalışmadaki veri yorumlamaları deşifre edilirken sözcük frekans analizi yapılarak çalışma sürdürülmüştür. Çalışmada MAXQDA programında etkin olan modül MAXDicto modül analizinde en az karakter sayısı bir olarak belirlenmiş, hariç listesi uygula seçeneği etkin hale getirilmiştir. Aynı anlamı ifade eden eş sesli ve eş anlamlı kelimeler ve kelime grupları birleştirilerek analiz yapılmış ayrıca anlam ifade etmeyen sesler listeden ayrıştırılarak analiz yapılmış ve en çok kullanılan yerel ürünler ile yapılan yemekler Şekil 7 'de kelime bulutu sistemi ile gösterilmiştir.



Şekil 7: Satışı Yapılan Ürünlere Ait Kelime Bulutu

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir

Sonuç, tartışma ve öneriler

Kadın girişimciliği, cinsiyet eşitliği, güçlendirme ve ekonomik bağımsızlık gibi konuları ele alarak sosyal adalet ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Kadınların iş dünyasına katılımı, bölgesel sosyoekonomik kalkınmanın kritik bir bileşenidir. Bu katılım, daha çeşitli ve yenilikçi iş ortamları yaratarak ekonomik büyümeyi ve refahı teşvik edebilmekte ve kadın girişimciliğine odaklanmak, ekonomik ilerleme ve sosyal eşitlik için koşul olmuştur.

Geleneksel gıdalar, kültürel mirasın, biyolojik çeşitliliğin ve sürdürülebilir tarımın korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Küreselleşmenin getirdiği zorluklara rağmen, geleneksel gıdaların yeniden canlandırılması ve teşvik edilmesi gerekmektedir. Kadın girişimciler, bu gıdaların üretiminde ve tanıtımında aktif rol alarak hem ekonomik hem de sosyal kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Geleneksel gıdalar, bir yörenin kendine özgü kaynakları ve üretim teknikleriyle üretilen, kültürel değerler taşıyan ve sağlık üzerinde etkileri olan gıdalardır. Bu gıdalar, genellikle kadın girişimcilerin çabalarıyla üretilir ve bölge ekonomisine katkıda bulunur. Türkiye'de yaklaşık 2550 geleneksel ürün olduğu tahmin edilmektedir. Bunlar arasında sucuk, pekmez gibi gıdalar ve el sanatları ürünleri yer alır. Avrupa'da da geleneksel gıdalar tescillenmiştir. Geleneksel gıdalar, kültürel mirasın bir parçası olup, beslenme alışkanlıklarını şekillendirmektedir. Orta Asya'dan Anadolu'ya göç eden Türklerin getirdiği kurutma ve tuzlama gibi muhafaza yöntemleri hala kullanılmaktadır. Gastronomi turizminin gelişimiyle birlikte, geleneksel gıdaların önemi artmış ve unutulmaya yüz tutmuş bu gıdaların araştırılması ihtiyacı doğmuştur.

Çalışmanın amacı, kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara yönelik tutum ve davranışlarını, bu gıdaların tanıtımına yönelik çabalarını ve sürdürülebilir ekonomik büyümeye katkılarını incelemektir. Araştırma, kadın girişimcilerin kendi bölgelerinin refahını nasıl artıracaklarını ve bölgesel kalkınmaya nasıl katkıda bulunabileceklerini göstermeyi hedeflemektedir.

Bu çalışmada Bingöl ilinde ikamet eden kadın girişimcilerin geleneksel gıdalara karşı tutumları nitel araştırma modeli kullanılarak irdelenmiştir. Bingöl'de kullanılan yerel ve yöresel ürünler nelerdir ve bu ürünlerin kullanımı daha çok hangi şekilde olmaktadır, gibi sorular cevaplandırılmıştır. Çalışmada kaynak kişilerden elde edilen veriler MAXQDA programına aktarılarak sistem içerisinde deşifre edilip

gerekli değerlendirme ve anlamlandırma aşamalarından sonra kod ve kategorilere ayrılarak raporlanmıştır.

Araştırma bulguları incelendiğinde Bingöl de ikamet eden ve girişimcilik faaliyetleri kapsamında üretim ve satışta bulunan kadınların yerel ve geleneksel gıdalarla ilgili bilgi düzeylerinin oldukça yüksek olduğu, geleneksel gıdalar, bu gıdaların yapım aşamaları ve kullanım alanları ile ilgili bilgi düzeylerinin yeterli derecede olduğu tespit edilmiştir. Kwik (2008) tarafından Kanada'ya göçmüş Çinli ve Endonezyalı göçmenlerin geleneksel gıda bilgi düzeyleri üzerine çalışılmıştır. Çalışma göçmenlerin geleneksel gıda bilgi düzeylerinin artışı ile bilinçli üretici ve tüketici olma yönünde pozitif etki sağladığını bulmuştur. Bu bağlamda çalışmamız da geleneksel gıda bilgi düzeyi yüksek girişimciler sayesinde toplumsal etkileşimle bilinçli tüketicilerin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca modern gıda endüstrisinin muazzam rekabetine rağmen geleneksel gıdaların toplum tarafından anlaşılması toplumsal faydaya açısından da çok önemlidir.

Katılımcılar üretilen ürünlerin ana malzemelerini yöre halkı tarafından üretilip satılan malzemelerden sağlarken, kimi katılımcılar da ana malzemelerden bazılarını (tereyağı, yoğurt, çökelek, kavurma, bal, pekmez, vb.) kendileri üretilip kullanmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında yerel ürünlerin üretildiği yerde kullanılması hem yöre halkının il bazında ekonomik olarak kalkınmasında hem de bireysel kalkınmalarında katılımcılara destek sağlamaktadır. Boyacıoğlu (2014) Edirne'de kadın girişimciler üzerine yaptığı bir çalışmada, girişimcilerin yöresel ürün üretiminde önemli katkı yaptıklarını ve sosyoekonomik yapıya destek olduklarını bulmuştur. Çalışmamızda da benzer şekilde Bingöl ve ilçelerinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin sosyal ve ekonomik yönden önemli katkıların olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların girişimcilik faaliyetleri kapsamında aldıkları hizmet, destek programları ve teşvik gibi faaliyetler değerlendirildiğinde ise kimi katılımcıların işletmelerini tam destek alarak kurduklarını, kimi katılımcıların ise işletmelerini hiçbir destek almadan kurdukları belirlenmiştir. Durukan (2021) Türkiye'de kadın girişimcilerin desteklenmesinde KOSGEB'in önemli bir rolünün olduğunu tespit etmiştir. Durukan (2021) kadın girişimciliğin önünde birçok engel olduğunu vurgulamaktadır. Engeller içinde en önemlilerinden birini de yeterli sermayenin sağlanmamasıdır. Bu bağlamda KOSGEB sermaye darboğazı konusunda kadın girişimcilere pozitif ayrımcılık uygulamaktadır. Mevcut çalışmamızdaki kadın girişimcilerin bir kısmının KOSGEB tarafından sermaye konusunda desteklediği de tespit edilen bir diğer husustur.

Yörede yapılan araştırma neticesinde yerel ve geleneksel ürünler kullanılarak üretilen ürünlerin daha çok karbonhidrat ağırlıklı hamur işleri ve hayvansal ürünlerden kaynaklı et, yoğurt, çökelek, peynir ve tereyağı gibi ürünler olduğu belirlenmiştir. Bu ürünlerden yapıp satılan gıdalar ise daha çok löl adı verilen ve çeşitli katlardan oluşan börek çeşitleri, keldoş, patile veya kılç adı verilen gözleme çeşitleri, tandır ekmeği, lavaş ekmeği, kete, pişi, anne keki, Bingöl kurabiyesi, kavurmalı mantı, kavurmalı içli köfte, sıcak ve soğuk kavurma, sörina pel, mastuva, keşk, kelle paça, işkembe, bumbar, germ, tutmaç çorbası, baklava, kadayıf ve şilki gibi sıcak-soğuk yemekler ve tatlı çeşitlerinden oluşan yemeklerin olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın bulgularına dayanarak kadın girişimcilerin desteklenmesi ve geliştirilmesi için devlet tarafından maddi ve manevi desteğin artırımı, gelişmiş bilgi ve eğitim programlarının uygulanması, yerel ve coğrafi işaretli ürün kategorisinden yararlandırma, bölgesel markaların geliştirilmesi, destek ağları ve mentorluk programlarının kullanımına dair eğitimlerin verilmesi, altyapı ve tesis iyileştirme desteklerinin verilmesi, turizm ve gastronomi entegrasyonu için çalışmalar yapılması ve tüm bu faaliyetleri denetleyecek bir İzleme ve değerlendirme mekanizmasının kurulması önerilmektedir.

Devletin kadın girişimcilere maddi ve manevi desteğini artırması gerekmektedir. Bu, özellikle bölgedeki kadın girişimcileri hedef alan daha önemli hibeler, düşük faizli krediler ve sübvansiyonların sağlanmasını içermelidir. Ayrıca, kadınların başarılarını ödüller ve kamuoyunun takdiri yoluyla takdir etmek ve kutlamak, onların motive edebilmekte ve başka kadın girişimcilere de ilham olmaktadır.

Kadın girişimcilerin kendilerini geliştirmeleri bakımından daha sık ve kapsamlı bilgilendirme toplantıları ve eğitim programları düzenlenmelidir. Bu programlar, kadınları başarılı girişimcilik için gerekli bilgi ve becerilerle donatmaya odaklanmalıdır. Konular işletme yönetimi, pazarlama stratejileri,

dijital okuryazarlık ve sürdürülebilir uygulamaları içermelidir. Bölge üniversiteleri, STK'lar ve ticari kuruluşlarla iş birliği planlanarak bu programların etkinliği artırılmalıdır.

Bölgenin önde gelen ve coğrafi işaretli ürünlerini incelemek ve tanıtmak için ortak çaba gösterilmelidir. Bu ürünler turistler için önemli cazibe merkezleri olarak hizmet verebilmeli ve sürdürülebilir gastronomide önemli bir rol oynamalıdır. Bu ürünlerin kendine özgü nitelikleri, üretim yöntemleri ve kültürel önemi konusunda detaylı araştırma ve belgeleme yapılmalıdır. Bu bilgiler daha sonra gastronomi turistlerini ve yemek meraklılarını çekmek için pazarlama kampanyalarında kullanılmalıdır.

Eşsiz geleneksel gıdaları ve yerel ürünleri öne çıkaran güçlü bölgesel markalar yaratmak pazarlanabilirliği artırabilmektedir. Bu markaların tanıtımı sosyal medya, bölgesel yemek festivalleri, uluslararası gıda fuarları gibi çeşitli kanallar aracılığıyla yapılabilmektedir. Bu ürünleri sergilemek için ünlü şefler ve yemek eleştirmenleriyle iş birliği yapmak da onların görünürlüğünü ve çekiciliğini artırabilmektedir.

Destek ağları ve mentorluk programları oluşturmak, kadın girişimcilere sürekli destek sağlayabilmektedir. Deneyimli işletme sahipleri ve sektör uzmanları, yeni ortaya çıkan girişimcilerin zorlukların üstesinden gelmesine ve fırsatları yakalamasına destek olabilecek rehberlik sunabilmekte, iç görüleri paylaşabilmekte ve değerli bağlantılar sağlayabilmektedir.

Modern üretim tesisleri inşa etmek ve yerel pazarlar oluşturmak gibi altyapı iyileştirmelerine yatırım yapmak, geleneksel gıda işletmelerinin büyümesini kolaylaştırabilmektedir. Bu tesislerin gıda standartlarını karşılamasını sağlamak, aynı zamanda ürünlerin kalitesini ve çekiciliğini de artırabilmektedir.

Geleneksel gıdaların bölgenin turizm stratejisine entegre edilmesinin önemli ekonomik faydaları olabilmektedir. Yemek rotaları, mutfak turları ve etkileşimli yemek pişirme atölyeleri geliştirmek turistlerin ilgisini çekebilir ve bölgenin mutfak mirasını öne çıkaran unutulmaz deneyimler yaratabilmektedir. Bu deneyimleri paketlerine dahil etmek için seyahat acenteleri ve tur operatörleriyle ortaklık kurmak da turist akışını artırabilir.

Son olarak sağlanan desteğin etkinliğini ve kadın girişimcilerin ilerlemesini değerlendirecek sağlam izleme ve değerlendirme mekanizmalarının oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Girişimcilerden alınan düzenli geri bildirimler, programların hassas şekilde ayarlanmasına ve bunların kadınların karşılaştığı gerçek ihtiyaçları ve zorlukları karşılamasını sağlamaya yardımcı olabilecektir. Tüm önerilerin uygulanmasıyla Bingöl şehri, kadın girişimciler için gelişen bir ekosistemi teşvik edebilecek, benzersiz bir yemek kültürü mirasını tanıtabilecek ve böylece sürdürülebilir ekonomik büyümeye katkı sağlamış olacaktır.

Yeni çalışmalar kapsamında farklı bölgelerdeki kadın girişimcilerin geleneksel gıda bilgi düzeylerinin ve girişimcilik tutumlarının değerlendirilmesine yönelik çalışmaların yapılmasını önermekteyiz. Bölgeler arasında karşılaştırmalı, örneklemin genişletildiği, nicel, teknoloji ve yenilikçiliğin etkisinin araştırıldığı, kültürel ve sosyal etkileri üzerine ve sürdürülebilirlik ve çevresel etkileri üzerine yeni çalışmalar önermekteyiz.

Farklı il veya bölgelerdeki kadın girişimcilerin geleneksel yemek bilgileri ve girişimcilik tutumları karşılaştırılabilir. Bu, girişimciliği ve geleneksel gıda bilgisini etkileyen faktörlerin daha geniş bir şekilde anlaşılmasını sağlayarak bölgesel farklılıkların ve benzerliklerin belirlenmesine yardımcı olabilecektir. Farklı geçmişlere ve işletme büyüklüklerine sahip daha fazla kadın girişimciyi dahil etmek için örneklem genişletilebilir. Bu, geleneksel gıda bilgisi ve girişimciliğini etkileyen faktörlerin daha kapsamlı anlaşılmasını sağlayabilecektir. Niteliksel bulguları tamamlamak için niceliksel yöntemler dahil edilebilir. Daha büyük bir örneklemden veri toplamak için ölçek ve anketler geliştirilebilir. Bu da istatistiksel analize ve daha genellenebilir sonuçlara imkân tanıyacaktır. Teknoloji ve yenilikçiliğin geleneksel gıda üretimi ve pazarlamasına nasıl entegre edileceği araştırılabilir. Dijital araçların, sosyal medyanın ve e-ticaretin kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri üzerindeki etkisini değerlendirilmelidir. Geleneksel gıda bilgisi ve girişimciliğini etkileyen kültürel ve sosyal faktörler araştırılabilir. Kültürel mirasın, toplumsal desteğin ve sosyal ağların girişimcilik başarısını nasıl etkilediği araştırılmalıdır. Kadın girişimcilerin geleneksel gıda üretiminde sürdürülebilirlik

uygulamaları değerlendirilebilir. Sürdürülebilir kaynak kullanımı, üretim yöntemleri ve atık yönetimi uygulamalarının nasıl benimsendiği ve bunların çevre üzerindeki etkileri araştırılmalıdır.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The authors declared that this study has received no financial support.

Teşekkür / Acknowledgement:

Bingöl ili kadın girişimcilerine mülakat sürecinde verdikleri destekten ötürü teşekkür ederiz.

We would like to thank the women entrepreneurs in Bingöl for their support during the interview process.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, İstanbul Gelişim Üniversitesi Rektörlüğü, Etik Kurul Başkanlığının 11/08/2023 tarihli 2023-06-109 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from İstanbul Gelişim University, Ethics Committee Presidency, on 11/08/2023, with document number 2023-06-2023.

Yazar Katkıları / Author Contributions:

Fikir/Kavram/Tasarım - *Idea/Concept/ Design*: M.D., H.H., M.G. Veri Toplama ve/veya İşleme - *Data Collection and/or Processing*: H.H. Analiz ve/veya Yorum - *Analysis and/or Interpretation*: M.D., H.H., M.G. Kaynak Taraması - *Literature Review*: M.D., H.H., M.G. Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: M.D., H.H., M.G. Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: M.D. Onay - *Approval*: M.D.

Kaynakça / References

Ahmetaj, B., Kruja, A. D., ve Hysa, E. (2023), "Women entrepreneurship: Challenges and perspectives of an emerging economy ", *Administrative Sciences*. 13(4), 111.

- Almansouri, M., Verkerk, R., Fogliano, V., ve Luning, P. A. (2021), "Exploration Of Heritage Food Concept", Trends in Food Science & Technology. 111, 790-797.
- Al-Qahtani, M., Fekih Zguir, M., Al-Fagih, L., ve Koç, M. (2022), "Women Entrepreneurship For Sustainability: Investigations On Status, Challenges, Drivers, And Potentials In Qatar", Sustainability. 14(7), 4091.
- Badem, A. (2021), Some Traditional Fermented Foods in Turkish Cuisine and Its Evaluation in Terms of Health and Gastronomy. Co-Editors, 159.
- Bal, H. (2016), Nitel Araştırma Yöntem Ve Teknikleri (Uygulamalı-Örneklili), Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Başaran, Y. K. (2019), "Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı", The Journal of Academic Social Science. 47(47), 480-495.
- Batu, A., ve Batu, H. S. (2018), "Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today", Journal Of Ethnic Foods, 5(2), 76-82.
- Bektaş, C. (2021), Girişimcilik Kariyerinin Tercihinde Ve Sürdürülmesinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Engellerin Ve Sorunların Araştırılması, Karabük İli Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük: Karabük Üniversitesi.
- Belahsen, R. (2014), "Nutrition Transition and Food Sustainability", Proceedings of the Nutrition Society. 73(3), 385-388.
- Boyacıoğlu, E. Z. (2014), "Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği", International Journal of Social and Economic Science., 4(2), 82-90.
- Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T. S., ve Schjoedt, L. (2022), "Women's Entrepreneurship and Culture: Gender Role Expectations and Identities, Societal Culture, and The Entrepreneurial Environment", Small Business Economics. 58(2), 985-996.
- Cumhur, Ö. (2017), Geleneksel Gıdaların Endüstriyel Üretime Aktarılması, 1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik Ve Sürdürülebilirlik. 28, 30.
- Çınar, D., ve Dalaman, Z. B. (2022), "Türkiye'deki Kadın Girişimciliğinin Önündeki Engeller", Topkapı Sosyal Bilimler Dergisi. 1(1), 117-130.
- Demirbaş, N., Oktay., D. ve Tosun D. (2006), "AB Sürecindeki Türkiye' De Gıda Güvenliği Açısından Geleneksel Gıdaların Üretim Ve Pazarlaması", Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 10(3-4), 47 - 55.
- Doğan, M. (2023), "The Effect Of Relationship Marketing Practices On Customer Loyalty In The Food Service Industry: A Qualitative Study On Senior Sales and Marketing Professionals", Journal of Tourism & Gastronomy Studies. 11(2), 1516-1536.
- Doğan, M., ve Özaltın, E. (2022), "Bozanın Türk Gastronomisindeki Yeri ve Önemi: Geleneksel Boza Üreticileri Üzerine Bir Araştırma", Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi. 7(2), 1-13.
- Durukan, L. (2021), "Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Desteklenmesinde KOSGEB'in Rolü", Gazi İktisat ve İşletme Dergisi. 7(1), 17-37.
- Ekiz, D. (2009), Bilimsel Araştırma Yöntemleri (2. Baskı), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Fieldhouse, P. (2013), Food and Nutrition: Customs and Culture. Springer.
- Garg, S., ve Agarwal, P. (2017), "Problems and prospects of woman entrepreneurship—a review of literatüre", IOSR Journal of Business and Management. 19(1), 55-60.
- Ge, T., Abbas, J., Ullah, R., Abbas, A., Sadiq, I., ve Zhang, R. (2022), "Women's Entrepreneurial Contribution to Family Income: Innovative Technologies Promote Females' Entrepreneurship Amid Covid-19 Crisis", Frontiers In Psychology. 13.
- Gustavsson, M. (2021), "The Invisible (Woman) Entrepreneur? Shifting The Discourse From Fisheries Diversification To Entrepreneurship", Sociologia Ruralis. 61(4), 743-758.

- Gündüz, A. Y., ve Karadeniz, B. (2022), "Girişimcilik Olgusunun Tarihsel Gelişimi ve Kadın Girişimciliği: Malatya İlinde Yapılan Çalışmanın İncelenmesi", Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 24, 96-112. <https://doi.org/10.29029/Busbed.1119269>
- Güney, S. (2015), Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hébert, R. F., ve Link, A. N. (2009), A history of entrepreneurship, Routledge.
- Hussin, N. S. N., ve Aziz, Z. A. (2021), Socioeconomic Development on Poverty Alleviation of Women Entrepreneurship. International Journal of, Socioeconomic Development on Poverty Alleviation of Women Entrepreneurship (October 27, 2021). Nik Hussin, NS, ve Aziz, ZA.
- Kairoidanova, A., ve Mukhsiyov, A. (2022), "Woman Entrepreneurship Development Issues: International Aspects", Sciences of Europe. (95), 9-11.
- Kaya, A. (2017), Bilişim ve İletişim Çağında Girişimcilik Ve Kobi Yönetimi, Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kearins, K., ve Schaefer, K. (2017), Women, Entrepreneurship and Sustainability. In The Routledge Companion To Global Female Entrepreneurship (pp. 48-61). Routledge.
- Kement, Ü., Çavuşoğlu, S., Bükey, A., Göral, M., ve Uslu, A. (2021), "Investigation of the Effect of Restaurant Atmosphere on Behavioural Intention", Journal of Tourism and Services. 22 (12), 222-242.
- Keskin, G., ve Rad, S.T. (2011), "Türkiye'de Tarımda Kadının Yeri", Tepge Bakış, 11, 1-4.
- Kuckartz, U., ve Rädiker, S. (2021), Using MAXQDA For Mixed Methods Research, In The Routledge Reviewer's Guide To Mixed Methods Analysis (pp. 305-318). Routledge.
- Kumru, M. (2021), Geleneksel Gıda Üretiminin Kadının Sosyal ve Ekonomik Gelişimindeki Yeri.
- Kusuma, A., Tutiasri, R. P., Romadhona, M. R., ve Khasanah, U. U. (2020), Rural Women Entrepreneur In Digital Era, In 2nd International Media Conference 2019 (IMC 2019) (pp. 1-10). Atlantis Press.
- Kwik, J. C. (2008), Traditional food knowledge: Renewing culture and restoring health (Master's thesis, University of Waterloo).
- Landström, H. (2005), Pioneers In Entrepreneurship and Small Business Research. New York: Springer.
- Mahajan, A., ve Jain, S. (2023), Woman Entrepreneurship Research in India: Classifications and Scope.
- Makandwa, G., de Klerk, S., ve Saayman, A. (2023), "Culturally-based community tourism ventures in Southern Africa and rural women entrepreneurs' skills", Current Issues in Tourism, 26(8), 1268-1281.
- Meitasari, S., ve Furkan, L. M. (2021), The Role of Woman Entrepreneurship in Creative Tourism Development. In 18th International Symposium on Management (INSYMA 2021) (pp. 331-336). Atlantis Press.
- Meydan, M.C. (2013), Girişimciliğin Ölçülmesi: Türkiye İçin Bölgesel Girişimcilik Endeksi Önerisi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mutlu, H., ve Doğan, M. (2021), "A new trend in gastronomy: Culinary Medicine Chef", International Journal of Gastronomy and Food Science. 24, 100328.
- Nair, S. R. (2020), "The Link Between Women Entrepreneurship, Innovation and Stakeholder Engagement: A Review", Journal of Business Research. 119, 283-290.
- Narayana, D. A., ve Johnson, S. T. (2020), Regulations For Manufacturing Traditional Foods — Global and Regional Challenges. In Nutritional and Health Aspects Of Food In South Asian Countries (Pp. 297-307). Academic Press.
- Nziku, D. M., ve Henry, C. (2021), "Policies For Supporting Women Entrepreneurs In Developing Countries: The Case Of Tanzania", Journal of Entrepreneurship and Public Policy. 10(1), 38-58.
- Nziku, D. M., Ramadani, V., Dana, L. P., ve Dabić, M. (2022), Women's Entrepreneurship In The Sub-Saharan Africa: An Overview. Women Entrepreneurs In Sub-Saharan Africa: Historical Framework, Ecosystem, And Future Perspectives For The Region.

- Onurlubaş, E., ve Taşdan, K. (2017), "Geleneksel Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma", Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 17(1), 115-132.
- Petrini, C. (2013), *Slow food nation: Why our food should be good, clean, and fair*. Rizzoli Publications.
- Pfeilstetter, R. (2021), *The anthropology of entrepreneurship: cultural history, global ethnographies, theorizing agency*. Routledge.
- Raman, R., Subramaniam, N., Nair, V. K., Shivdas, A., Achuthan, K., ve Nedungadi, P. (2022), "Women Entrepreneurship and Sustainable Development: Bibliometric Analysis and Emerging Research Trends", *Sustainability*. 14(15), 9160.
- Rocillo-Aquino, Z., Cervantes-Escoto, F., Leos-Rodríguez, J. A., Cruz-Delgado, D., ve Espinoza-Ortega, A. (2021), "What Is A Traditional Food? Conceptual Evolution From Four Dimensions", *Journal of Ethnic Foods*. 8, 1-10.
- Rosário, A. T., Raimundo, R. J., ve Cruz, S. P. (2022), "Sustainable Entrepreneurship: A Literature Review", *Sustainability*. 14(9), 5556.
- Sharif, S. N., ve K. M. (2024), "Empowering Rural Communities through Social Entrepreneurship: A Case Study from An Indigenous Dusun Woman in Ranau, Sabah", *IJUM Journal of Case Studies in Management*. 15(1).
- Sundler, A. J., Lindberg, E., Nilsson, C., ve Palmér, L. (2019), "Qualitative Thematic Analysis Based On Descriptive Phenomenology", *Nursing Open*. 6(3), 733-739.
- Şenel, A. D., ve Sevim, U. (2022), "Kadın Girişimciliği Üzerine Bir Araştırma: Giresun Örneği", *Joeep: Journal Of Emerging Economies and Policy*. 7(2), 171-185.
- Tekin, Z. (2018), "Muş İlinin Kadın Girişimcilik Eğilimini Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Arama", *İşletme ve Yönetim Çalışmaları: Uluslararası Bir Dergi*. 6 (1), 149-165.
- TGK (Türk Gıda Kodeksi) (2011), *Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği*. Resmi Gazete Sayı:28157 (3. Mükerrer). Yayın Tarihi: 29 Aralık 2011.
- Timothy, D. J., ve Ron, A. S. (2013), "Understanding Heritage Cuisines and Tourism: Identity, Image, Authenticity, And Change", *Journal of Heritage Tourism*. 8(2-3), 99-104.
- Topaloğlu, E. Ö., ve Topaloğlu, M. (2017), *Türkiye’de Kadın Girişimci Kooperatifleri: Bacıyan-I Meram Örneği*.
- Untari, S., ve Suharto, Y. (2020), "The Development Of Youth and Woman Entrepreneurship Program In Village Tourism Through Partnership", *Geo Journal of Tourism and Geosites*. 33, 1538-1544.
- Wane, N. (2003), "Embu Women: Food Production and Traditional Knowledge", *Resources for Feminist Research*. 30(1-2), 137-149.
- Zukunelli, A., Padilha, A. C. M., Simionato, T. M., da Silva, J. F., Binotto, E., ve Jorge, J. P. D. C. S. (2023), *Empowering Women in Tourism: A Systematic Review of Absorptive Capacity and Female Entrepreneurship*. Book Of Extended, 126.