

Kadın Girişimcilerin Başarılarına Etki Eden Motivasyon Faktörleri: Gaziantep İlinde Bir Uygulama

Motivational Factors Affecting The Success of Female Entrepreneur: An Application in Gaziantep

Esra ÇIKMAZ  ^a

^aGaziantep Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Gaziantep, Türkiye. esra9824@gmail.com

MAKALE BİLGİSİ

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Motivasyon Faktörleri
Kadın Girişimci
Nitel Araştırma
Girişimcilik

Amaç - Kadınların iş hayatına katılabilmeleri ve başarı sağlayabilmeleri için, iş hayatındaki başarıyı etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Son yıllarda kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik konularda çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Ancak kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörlerinin belirlenmesine ilişkin araştırmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu nedenle çalışmada, Gaziantep'te faaliyet göstermekte olan kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörlerinin belirlenmesi ve bu faktörlerin girişimci kadınları nasıl etkilediğinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Gönderilme Tarihi 14 Aralık
2023

Revizyon Tarihi 15 Mart 2024

Kabul Tarihi 20 Mart 2024

Yöntem - Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada katılımcılar kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Gaziantep Ticaret ve Sanayi Odası üyesi, en az bir yıldır faaliyet gösteren işletme sahibi 30 kadın girişimciyle yarı yapılandırılmış soruların yöneltildiği yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Toplanan verilerin analizinde MAXQDA 2022 nitel veri analizi programı kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda programda içerik ve tematik analizler gerçekleştirilerek başarılarına etki eden motivasyon faktörleri belirlenmiştir.

Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

Bulgular - Gaziantep ilindeki kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörlerinin; dinamik bir işletme olmak, güncel ürünler tasarlamak, müşteri memnuniyeti, rakipleri geçmek, yenilikleri takip etmek, insanlarla iletişim kurmak ve insanların ne istediğini anlamak olduğu belirlenmiştir. Literatür incelemesi yapıldığında bazı çalışmalarda benzer sonuçların, bazılarında ise farklı sonuçların elde edildiği görülmüştür.

Tartışma - Araştırmadan elde edilen sonuçlar ile önceden yapılan araştırma sonuçları karşılaştırılmış, bazı çalışmalarda benzer sonuçlar, bazılarında ise farklı sonuçların elde edildiği görülmüştür. Bu farklılığın farklı destinasyonlardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Eskişehir'de gerçekleştirilen benzer bir çalışmada bu çalışmada olduğu gibi motivasyon faktörlerinin kendi aralarında içsel, dışsal ve çevresel olarak üç ana tema altında kategorize edildiği görülmüştür.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Motivation Factors
Female Entrepreneur
Qualitative Research
Entrepreneurship

Purpose - In order for women to participate in business life and achieve success, it is necessary to reveal the factors that affect success in business life. In recent years, various studies have been conducted on issues related to the development of women entrepreneurship. However, it has been observed that there are limited number of studies on determining the motivation factors that affect the success of women entrepreneurs. For this reason, the study aimed to determine the motivation factors that affect the success perceptions of female entrepreneurs operating in Gaziantep and to reveal to what extent these factors affect entrepreneurial women.

Received 14 December 2023

Revised 15 March 2024

Accepted 20 March 2024

Design/Methodology/Approach - In the research, qualitative research method was used and interview technique was used. In the research, using the snowball sampling method, semi-structured in-depth face-to-face interviews were conducted with a total of 30 female entrepreneurs who are members of the Gaziantep Chamber of Commerce and Industry and whose business life is at least 1 year. The data obtained from the interview was subjected to content analysis. MAXQDA 2022 qualitative data analysis program was used to analyze the collected data. In line with the purpose of the research, content and thematic analyzes were carried out in the program and motivation factors affecting perceptions of success were determined.

Article Classification:

Research Article

Finding - Environmental factors affecting the perception of success of female entrepreneurs in Gaziantep; It has been determined that these are being a dynamic business, designing current products,

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Çıkmaç, E. (2024). Kadın Girişimcilerin Başarılarına Etki Eden Motivasyon Faktörleri: Gaziantep İlinde Bir Uygulama, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 358-367.

customer satisfaction, surpassing competitors, following innovations, communicating with people and understanding what people want. When the literature review was conducted, it was seen that similar results were obtained in some studies and different results were obtained in others.

Discussion - The results of the research support previous literature studies. The results obtained from this research were compared with the results of previous research, and it was seen that similar results were obtained in some studies and different results were obtained in others. It is thought that this difference arises from different destinations. In a similar study conducted in Eskişehir, it was seen that motivation factors were categorized under three main themes: internal, external and environmental, as in this study.

1. GİRİŞ

Ülkeler arasındaki ulaşım hızı ve internet erişiminin ulaştığı son nokta, globalleşme sürecine hız katmıştır. Globalleşmenin kazandığı ivme sayesinde ülkeler ekonomik kalkınmanın ve kendi kendine yetebilmenin önemini kavrayarak, birçok ekonomi politikası üzerine çalışmalar yapmıştır. Girişimcilik olgusu da bu ekonomi politikaları arasında yer almaktadır. 1980 yılından itibaren hızla ilerleme gösteren girişimcilik, ataerkil toplum yapısı nedeniyle başlarda erkek yoğunluklu olarak gelişme göstermiştir. Son dönemlerde ise geliştirilen projeler ve yapılan desteklemeler ile birlikte kadınlar ev yaşamından sonra iş yaşamında da hızla kendilerini göstermeye başlamıştır. Ataerkil bir çalışma yaşamında var olmaya çalışan kadın girişimcilerin, girişimcilik konusunda desteklenmesi ve cesaretlendirilmesi önem arz etmektedir. Kadın girişimcilerin hayatına etki eden içsel ve dışsal faktörlerin çalışma yaşamlarındaki başarılarını ve başarı algılarını da etkilediği yadsınamaz bir gerçektir. Kadın girişimciler için fırsatlar ve destekleme imkânlarının oluşturulması, kadınların girişimcilik adına cesaretlendirilmesi, hükümetlerin kadınlar için pozitif ayrımcılık sağlayacak politikalar geliştirmesi, kurum ve kuruluşların kadınlar için eğitim ve maddi destekler sunmaları gibi dış faktörler kadın girişimciliğini yaygınlaştırmak/geliştirmek açısından oldukça önem arz etmektedir (Çıkmaz, 2017: 473).

Literatür incelemesi yapıldığında, iş yaşamına dâhil olan kadın girişimciler tanımlanırken; tek başına veya istihdam alanı oluşturarak, sadece kendi adına çalışan ya da işveren (Sarri ve Trihopoulou, 2005: 30), kurduğu işletmenin devamlılığı için emek harcayan bireyler (Bowen ve Hisrich, 1986: 106) olarak ifade edilmiştir. Bazı yazarlar ise potansiyel girişimcileri, girişimci olmak üzere fikre sahip olan; ancak bunun için somut bir çabası olmayan bireyler olarak tanımlamışlardır (Krueger ve Brazeal, 1994: 102). Alan yazınında kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörlerinin belirlenmesine yönelik nitel çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmekte ve pekiştirilmesi istenmektedir. Ancak kadın girişimci adaylarına ve tecrübeli kadın girişimcilere ulaşabilmede yaşanan sorunlar, bu konuda yapılan araştırmaların yetersiz ve eksik kalmasına sebep olmaktadır.

Bu çalışma kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörlerinin belirlenmesi amacını taşımaktadır. Bunun yanı sıra çalışmanın, tecrübeli kadın girişimcilerin tecrübelerini girişimci aday kadınlarla bilimsel şekilde aktarılmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla kadın girişimcilere dair yapılan diğer araştırmalar gibi bu araştırma da kadın girişimci oranlarının artırılması ve desteklenmesi yolunda geliştirilecek politikalara ve alan yazınında yapılacak çalışmalara bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda, araştırmada kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörleri belirlenecektir. Literatür taraması neticesinde elde edilen bilgilerin devamında araştırma sonuçları tartışılacaktır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Girişimci, bir ülkenin yalnızca ekonomisine katkıda bulunmaz. Teknolojik, sosyolojik, politik olmak üzere birçok alanda ülke geleceğine katkı sağlar (Top, 2006: 8). Dolayısıyla son dönemlerde ülkelerin istihdam oluşturma çabası, ekonomik büyüme ve kalkınmanın mihenk taşı olan kadınların girişimciliğe yönlendirilmesi ve kadın girişimci oranlarının artırılması tüm ülkeler açısından önemli bir unsur olmuştur (OECD, 2004: 29). Globalleşmenin sağlamış olduğu teknolojik ve ekonomik gelişmeler sayesinde kadınlar çalışma yaşamında hızla var olmaya başlamışlardır (Ayaz, 1993: 183).

Türkiye’de ise 1990 yılından itibaren kamu kurumları ve sivil toplum örgütleri tarafından kadın girişimci adaylarının artırılması ve bu konuda desteklenmeleri için çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmaların destekleyici etkisiyle birlikte Türkiye’de kadınlar ekonomik faaliyetlerde yer almaya başlamışlardır. Devlet

tarafından ekonomik desteklemeler ve eğitimlerin yanı sıra kadınların girişimci olma kararı almasında ve bunu uygulamaya koymasında aile (dış faktör) gibi faktörlerinde etkisi bulunmaktadır (Carter ve Cannon, 1992: 128). Kadınların ev, aile, çocuk gibi sorumluluklarının olmasından kaynaklı olarak, kadın girişimci olma yolunda aileden destek gördüklerinde maddi ve manevi olarak kendilerini daha başarılı ve cesur hissetmektedirler (Palaz ve Turgut, 2009: 106). Kadın ve erkek girişimcilerin farklı açılardan karşılaştırması aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 1: Kadın ve erkek girişimcilerin farklı parametreler açısından karşılaştırılması (Başol, 2001).

Parametreler	Kadın Girişimciler	Erkek Girişimciler
Finansal Kaynaklar	-Bireysel varlık -Çevreye karşı borçlar	-Bireysel varlık -Yatırımcı destekleri -Çevreye karşı borçlar
Bireysel Özellikler	-Hoşgörü -Yaratıcılık -Para kazanmaya karşı istek -Çevreye karşı mücadele	- İstikrar - Amaç Uğrunda Savaşma - İstek ve Aktif Olma - Patron Olma İsteği
Girişimde Bulunma Nedenleri	-Farklı bir patronla çalışmaya karşı isteksizlik -Bireysel koşulların çeşitliliği -İmkân sağlama isteği	- Başka işte çalışmaya karşı memnuniyetsizlik duyulması - İş akdine son verilmesi -Aileden işin devralınması
Destek Grupları	-Yakın arkadaşlar ve eş -Profesyoneller -İş ortakları	- Yakın arkadaşlar ve eş -Profesyoneller -İş ortakları
Geçmiş Yaşantılar	-Girişimcinin yaşı: 35-45 -Babası girişimcidir -Lisans diploması -Sosyal bilimler veya işletme bölümlerinden mezun -Ailenin ilk çocuğu	-Girişimcilik yaşı: 25-35 -Baba serbest meslek sahibi -Lisans mezunu - Mühendislik yahut işletme bölümlerinden mezun -Ailede ilk çocuk
İşletme Türü	-Eğitim ve hizmet -Halkla ilişkiler -Danışmanlık	-İmalat -İnşaat - Teknoloji
Mesleki Altyapı	-Sektörde iş tecrübesi -Hizmet alanında iş tecrübesi -Belirli konularda uzmanlık	-İş deneyimi - Alanında uzman, bazı alanlarda deneyim ve bilgi birikimi

Son dönemlerde kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalar sonucunda, girişimcilikte başarıyı yakalayabilmek için gerekli olan ilk şartın yoğun emek ve çalışma olduğu belirlenmiştir. Bu maddeyi, iş ahlakına sahip olma, üretilen ürünün kaliteli olması, risk alabilme ve özgüven takip etmiştir. Yoğun emek ve çalışma, ilham ve yaratıcılık, motive ve cesur olmak girişimcilik adayı kadınları başarıya ulaştıran en temel özelliklerdir (Bartram ve Goldman, 1996: 25). Dünyada meydana gelen teknolojik değişimler ve küreselleşmenin etkisiyle kadınların sosyal ve kültürel yaşamda giderek daha fazla rol almaya başladığı fark edilmektedir. Kadınların eğitimine verilen önem ve farklı bakış açıları onların birçok alanda başarılı olmalarını sağlamıştır. Disiplinleri, detaylara verdikleri önem ve duyarlılıkları iş dünyasında yeni bir yaklaşımın, kadın girişimciliğinin doğmasına yol açmıştır. Kadınlar küreselleşmeye ve değişen yaşam koşullarına çok çabuk uyum sağlamışlardır (Arslan ve Toksoy, 2017: 127). Toplumsal rollerine yeni bir rol ekleyerek girişimci kadın yaklaşımını geliştirmişlerdir. Bireysel ihtiyaçları veya sorumlulukları nedeniyle iş dünyasına giren kadınlar, ev ve iş gibi iki farklı alanda çalışmak zorunda kaldıkları için ağır bir yük taşımışlardır. Girişimci kavramı sadece ekonomik ve kültürel açıdan gelişmiş ülkelerdeki kadın girişimcileri değil, aynı zamanda dünya çapında kendi küçük veya büyük şirketleri ile iş dünyasına giren ve ülke ekonomisine katkıda bulunan kadın girişimcileri de ifade etmektedir. Birçok yazar kadın girişimci konusunu farklı şekillerde ele almıştır. En basit haliyle kadın girişimci, bir işi başlatan ve işleten kadın olarak tanımlanmaktadır (Aksoy vd., 2019: 115).

Tarih boyunca cinsiyet faktörü, toplumun sosyal düzeyinin oluşumunu etkileyen faktörlerden biri olmuştur. Hukuki, ekonomik, yaşam tarzı gibi unsurlar kadının yaşam beklentisini ve toplumdaki yerini belirlemektedir. Birçok ülkede çalışan sayısı kadın sayısının neredeyse iki katıdır. Bunun temel nedeni topluma yeterli ve kaliteli eğitimin sağlanamamasıdır (Kaygın ve Güven, 2015: 26). Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde dini inançlar, gelenek ve görenekler gibi kültürel ve yazılı olmayan kurallar nedeniyle kadının toplumdaki rolü çoğunlukla annelikle ilgilidir. Dünyadaki iletişim, bilgi ve teknolojik yenilikler, kadınların birçok alanda özgürleşmesini sağlamış, bu da kadının iş hayatındaki konumunu yükseltmiştir (Akyıldız vd., 2021: 528).

Kadın girişimciliğini yönlendiren faktörlerin, kişisel ve dış koşulların etkili olduğu pozitif ve negatif itici ve çekici faktörler olarak ayrılması mümkündür. Olumsuz faktörler kadınları girişimciliğe iterken, olumlu faktörler kadınları girişimciliğe çekmektedir. İtici faktörler arasında; maddi ihtiyaç, aile gelirinin yetersiz olması veya ek gelir ihtiyacı, aile yapısı ve aile üyelerinden birinin ölümü veya boşanma gibi aile olayları, uygun olmayan çalışma koşulları, kadın ve erkek işçiler arasındaki ücret farkı, gelir eşitsizliği, istihdam ayrımcılığı, cam tavan sendromu insanların liderlik pozisyonlarına ulaşmasını engelleyen davranışsal ve organizasyonel önyargılardan kaynaklanan, kadınların önündeki daha yüksek düzeydeki görünmez yapay engeller), terfi engelleri nedeniyle işteki hayal kırıklıkları, vb. sıralanabilmektedir (Sayın, 2011: 29 ; Türkes ve Özgeldi, 2023: 436).

Dünyada kadınları girişimciliğe iten temel faktörlerden biri gelir elde etme ihtiyacıdır. Bütün ülkelerde kadınlar erkeklere göre ekonomik açıdan daha zayıf bir gruptur. İşsizlik ve diğer ekonomik fırsatların olmayışı da kadınları girişimciliğe iten temel faktörlerden biridir (Hasan ve Almubarak, 2016: 84). Kadınları girişimciliğe çeken faktörler; yaşam doyumunu artırma yeteneği, bağımsızlık, başarı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kendi işinin patronu olma ve hayatını kontrol etme arzusu, pazar fırsatı, hırs, deneyim, alana ilgi, sosyal hedefler, esnek çalışma ihtiyacı, esnek çalışma saatleri, kendisi veya ailesi için çalışma arzusudur (Alam vd., 2012: 287). Bu nedenler arasında örneğin, sahip olma arzusunun finansal bağımsızlığı ve geliri artırması, gelişme ve iş tatmini arzusu ve kişinin kendi kaderini kontrol etme arzusu yer almaktadır. Çoğu kadını girişimciliğe yönlendiren faktörler ortak olsa da kültüre ve ulusal koşullara bağlı olarak ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Çünkü toplumun kültürel yapısı girişimcilik ruhunun gelişmesini önemli ölçüde etkilemektedir (Kumalasari vd., 2021: 521). İnsan, kelimenin tam anlamıyla yaşadığı toplumun kültürel değerlerinin taşıyıcısıdır. Toplumun ekonomik gelişmişlik düzeyi aynı zamanda girişimcilik ruhuyla da yakından ilgilidir. Gelişmiş ülkelerde kadınları girişimciliğe çeken etkenler daha fazlayken, gelişmekte olan ülkelerde kadınları girişimciliğe iten etkenlerin daha fazla olduğu görülmektedir. Temel sorulardan biri girişimciliği iten ve çeken faktörlerin girişimciliğin başarısı üzerinde farklı etkilerinin olup olmadığıdır. Araştırmalar, itici faktörlere sahip girişimcilerin, çekici faktörlere sahip girişimcilere göre daha başarılı olduğunu göstermiştir (Özçoban ve Özkul, 2019: 814).

Kadın girişimcilerin, kendilerini başarılı olarak tanımlamasında hedeflerinin oluşu önem arz etmektedir. Örneğin, kadınların girişimcilikteki başarı algıları erkeklerden farklılaşmaktadır. Yani erkeklerin başarı algısı kâr etme ve işletmenin büyümesi iken kadınların başarı algıları, hedeflerine ulaşmak, aile hayatı ile iş yaşamını dengede tutmak ve işletmesini başarılı şekilde yönetebilmek üzerine odaklanmaktadır. Kadınlar, maddi başarı ve kârlılık yerine sosyal olarak kendini kanıtlayarak ve topluma bu başarılarını kabul ettirme düzeylerine göre başarıyı ölçmektedirler (Hisrich ve Peter 2002: 47). Buna istinaden kadın girişimcilerin başarı algılarını sabit kriterlerle ölçmek mümkün değildir. Hatta bu başarı kriterleri, işletme varlığını devam ettirdiği süre boyunca değişkenlik göstermektedir (Cron vd., 2006: 59). Dolayısıyla kadın girişimcilerin başarı algılarını etkileyen faktörler buldukları yaşam şartları ve yaşamlarını etkileyen iç ve dış faktörler olarak değişkenlik göstermektedir. Bu bağlamda kadın girişimcileri; aile desteği, eğitim, kaynaklara erişim gibi dış faktörlerin yanı sıra cesur olma, sabırlı olma, özverili olma, toplumda kabul görme ihtiyacı gibi iç faktörlerde başarı algılarını doğrudan etkilemektedir. Bu araştırmanın amacı; kadın girişimcilerin başarı algılarını etkileyen iç ve dış faktörlerin belirlenerek, bu faktörlerin girişimci kadınları ne düzeyde etkilediğini ortaya koymaktır. Belirlenen faktörler doğrultusunda kadın girişimcilerin, başarılarına etki eden motivasyon faktörleri ortaya konarak, girişimci aday kadınları önerilerin sunulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde; araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin analizine yönelik bilgiler bulunmaktadır.

3.1. Araştırmanın Deseni

Bu araştırma Gaziantep'te faaliyet göstermekte olan kadın girişimcilerin motivasyonlarını etkileyen iç ve dış faktörlerin belirlenerek, bu faktörlerin girişimci kadınları ne düzeyde etkilediğini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan derinlemesine görüşme tekniği ile yürütülmüştür.

3.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmada kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çünkü bu yöntemde araştırmacı, Referans mekanizmaları sayesinde katılımcıların çoğuna kolayca erişebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016:120). Araştırmanın çalışma grubunu, Gaziantep Ticaret ve Sanayi Odası üyesi, en az bir yıldır faaliyet gösteren işletme sahibi 30 kadın girişimci oluşturmaktadır. Her görüşme esnasında katılımcıdan başka bir katılımcı önermesi istenmiş ve bu kişilerle iletişime geçilmiştir. Uygulanan kartopu yöntemi, kadın girişimcilere ulaşılmasını kolaylaştırmıştır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak, kadın girişimciler ile daha önceden hazırlanan yarı yapılandırılmış soruların yöneltildiği görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formundaki sorular; araştırmacı tarafından hazırlanan, araştırılmak istenen konuyu derinlemesine anlamaya yönelik açık uçlu sorulardır.

Kadın girişimcilerin işyerlerinde yapılan görüşmelerde bazı katılımcılarla tesadüfen tanışılmış, randevu alınarak onlarla da görüşmelerin yapılması sağlanmıştır. Araştırmacı ve diğer görüşmeciler ile toplam 4 kişilik bir grup oluşturularak, tüm görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların genel olarak görüşme süresine ilişkin bir sınırlamaları söz konusu olmamış ve yapılan görüşmeler ortalama yarım saat ile bir saat arası sürmüştür.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma verileri, 2023 yılı Kasım ve Aralık aylarında toplanmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin analizinde "içerik analizi" yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, önceden bilinmeyen temaların ve boyutların tespit edilmesi sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 259).

Araştırmanın yapılabilmesi, araştırma verilerinin toplanabilmesi için etik kurul izni alınmıştır (Gaziantep Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu, 09.11. 2023 Tarihli, 408554 sayılı karar). Araştırma verileri, "MAXQDA 2022" nitel veri analizi programı kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırmanın nitel desende tasarlanması ve verilerin yarı yapılandırılmış görüşme soruları aracılığı ile toplanmış olması nedeniyle içerik analizi yapılırken kodlama yöntemine başvurulmuştur. Kodlamalar sonrası tematik analizler gerçekleştirilerek motivasyonlarını etkileyen faktörler belirlenmiştir.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörlerini belirlemek amacıyla araştırmaya gönüllü olarak katılan girişimlerin demografik özelliklerine yönelik bilgiler verilmektedir. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular Tablo 2'de gösterilmiştir.

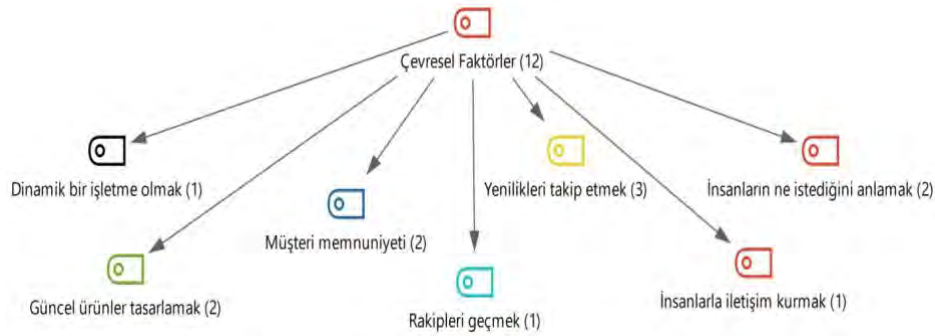
Tablo 2: Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular

Eğitim Durumu			Faaliyet Sektörü		
	n	%		n	%
İlköğretim	7	23,33	Restoran	6	20
Lise	9	30	Gümüş takı satışı	1	3,33
Üniversite	12	40	Eğitim	3	10

Lisansüstü	2	6,67	Gıda üretimi	1	3,33
			Hazır giyim, Butik	4	13,33
			Kafe işletmeciliği	1	3,33
			Kantin işletmeciliği	1	3,33
			Kozmetik	1	3,33
			Kuyumcu	1	3,33
			Kuaför	1	3,33
			Mobilya imalat ve satış	1	3,33
			Gözlükçü	1	3,33
			Spa merkezi	1	3,33
			Sanatsal restorasyon	1	3,33
			Terzi	1	3,33
			Tatlıcı	1	3,33
			Züccaciye ve emlak	1	3,33
			Ticaret	2	6,67
Yaş	n	%	Medeni Durum	n	%
20-30 yaş arası	7	23,33	Evli	23	76,67
31-40 yaş arası	11	36,67	Bekar	7	23,33
41-50 yaş arası	10	33,33			
51 yaş ve üstü	2	6,67			
İşletmenin Faaliyet Süresi	n	%			
Çocuk Sayısı	n	%			
1	2	6,67			
2	9	30			
3	10	33,33			
4	3	10			

Tablo 2 incelendiğinde, görüşmeye katılan kadın katılımcıların %40'ının üniversite, %30'unun lise, %23,3'ünün ilkokul ve %6,67'sinin lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %36,67'si 31-41 yaş arası, %33,33'ü 41-51 yaş arası, %23,33'ü 20-30 yaş arası ve %6,67'si 20-30 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların %76,67'si evli iken %23,33'ü bekârdır. Katılımcıların %33,33'ü 3, %30'unun 2, %10'unun 4 ve %6,67'sinin 1 çocuğunun olduğu görülmüştür. Buna ilaveten katılımcıların kurmuş oldukları işletmelerin %26,67'si 7-9 yıl arası, %20'si 3-4 yıl arası ve 10 yıl ve üzeri, %16,67'si 1-2 yıl arası ve %13,33'ü 5-6 yıl arası faaliyet göstermektedir. Katılımcıların çalıştıkları sektörlere bakıldığı zaman %20'si restoran, %13,3'ü hazır giyim, %10'u eğitim, %6,67'si züccaciye ve emlak işinde faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir.

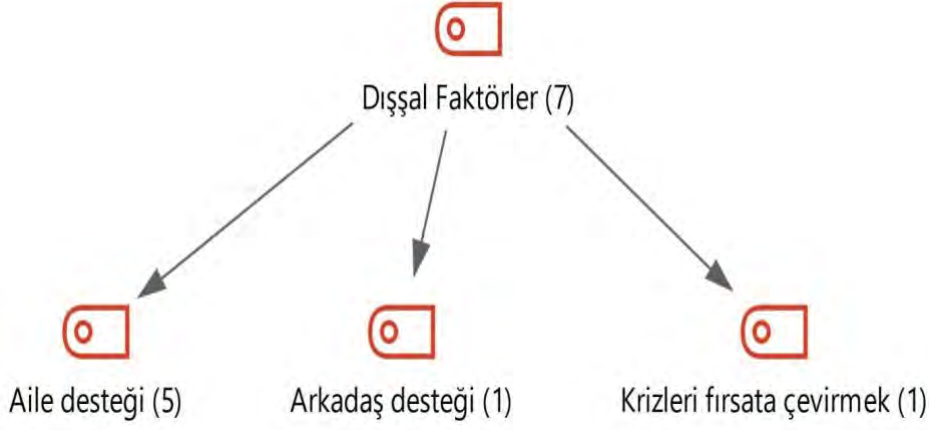
Araştırmada elde edilen veriler neticesinde, girişimci kadınların başarılarına etki eden motivasyon faktörleri üç ana boyut altında toplanmıştır. Bunlar; çevresel faktörler, dışsal faktörler ve içsel faktörler olarak adlandırılmıştır. Kadın girişimcilerin başarılarına etki eden çevresel motivasyon faktörleri Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Kadın girişimcilerin başarılarına etki eden çevresel motivasyon faktörleri

Kadın girişimcilerin başarılarına etki eden çevresel motivasyon faktörleri boyutuna ait kodlamalar incelendiğinde; dinamik bir işletme olmak (f=1), güncel ürünler tasarlamak (f=2), müşteri memnuniyeti (f=2), rakipleri geçmek (f=1), yenilikleri takip etmek, (f=3), insanlarla iletişim kurmak (f=1) ve insanların ne istediğini anlamak (f=2) olduğu görülmüştür.

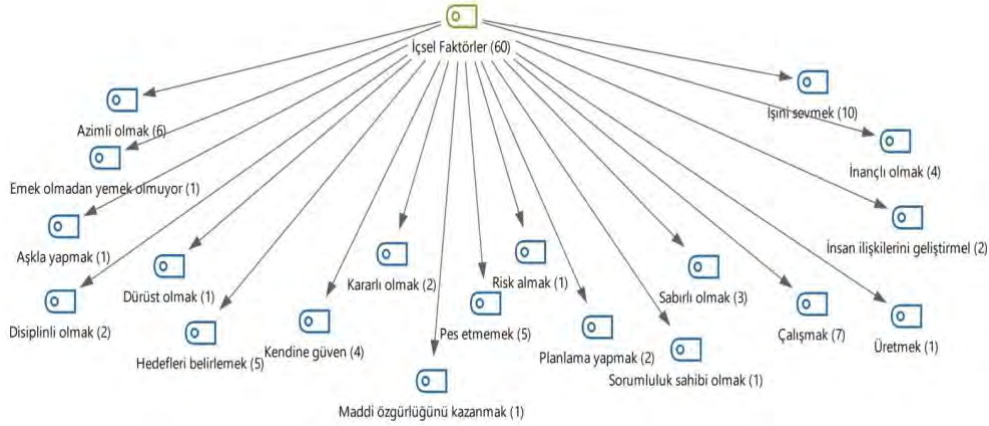
Kadın girişimcilerin başarılarına etki eden dışsal motivasyon faktörleri Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2: Kadın girişimcilerin başarılarına etki eden dışsal motivasyon faktörleri

Kadın girişimcilerin başarılarına etki eden dışsal motivasyon faktörleri boyutuna ait kodlamalar incelendiğinde; aile desteği (f=5), arkadaş desteği (f=1) ve krizleri fırsata çevirmek (f=1) olduğu görülmüştür.

Başarılarına etki eden içsel motivasyon faktörleri Şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil 3: Başarılarına etki eden içsel motivasyon faktörleri

Başarılarına etki eden içsel motivasyon faktörleri boyutuna ait kodlamalar incelendiğinde; azimli olmak (f=6), emek olmadan yemek olmuyor (f=1), aşkla yapmak (f=1), disiplinli olmak (f=2), dürüst olmak (f=1), hedefleri belirlemek (f=5), kendine güven (f=4), kararlı olmak (f=2), maddi özgürlüğünü kazanmak (f=1), pes etmemek (f=5), risk almak (f=1), planlama yapmak (f=2), sorumluluk sahibi olmak (f=1), sabırlı olmak (f=3), çalışmak (f=7), üretmek (f=1), insan ilişkilerini geliştirmek (f=2), inançlı olmak (f=4) ve işini sevmek (f=10) olduğu görülmüştür.

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırma, Gaziantep ilinde faaliyet göstermekte olan kadın girişimcilerin başarılarına etki eden motivasyon faktörlerinin nitel bir yöntemle belirlenmesi amacını taşımaktadır. Literatür incelemesi yapıldığında konuya ilişkin Gaziantep ili özelinde sınırlı sayıda çalışma yapıldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle alan yazındaki boşluğun giderilmesi adına bu araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu; üniversite mezunu, 31-40 yaş aralığında, kurdukları işletme ömrü 7-9 yıl arasında olan, 3 çocuğa sahip, evli ve restoran işletmesi yapan kişilerden oluşmaktadır.

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ile önceden yapılan araştırma sonuçları karşılaştırılmış, bazı çalışmalarda benzer sonuçlar, bazılarında ise farklı sonuçların elde edildiği görülmüştür. Arıkan (2016),

çalışmasında çevresel motivasyon faktörleri arasında girişimcilere sağlanan maddi destek-kredi faktörünün önemli bir rol oynadığını belirtmiştir. Özellikle iş kurulumunda sermaye sıkıntısı yaşayan kadın girişimcilerin devlet desteği ve banka kredisi alma konusunda sorun yaşadıklarını tespit etmiştir. Elde edilen bulgular bu araştırma ile kıyaslandığında Gaziantep ilinde yapılan bu çalışmada verilen desteklerin daha yeterli olduğunu ve kadın girişimcilerin gereksinimlerinin bir ölçüde karşılanabildiğini göstermektedir. Bir başka çalışmada ise Kırgızistan'daki kadın girişimciliği incelenmiştir. Kadın girişimcilerin motivasyonlarında etkili olan parametreler değerlendirildiğinde bu çalışmada olduğu gibi çevresel faktörler arasında yenilikleri takip etmek, rakipleri geçmek gibi faktörlerin olduğu belirlenmiştir (Najimudinova, 2015). Bu anlamda literatürde yer alan çalışmaların sonuçlarının çeşitlilik gösterdiği söylenebilir. Zira bu farklılığın kültür, ülke ya da şehrin ekonomik, sosyolojik, kültürel durumu gibi parametrelerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmada dışsal faktörler bileşenin ait kodlamalar incelendiğinde; aile desteği, arkadaş desteği ve krizleri fırsata çevirmek olduğu görülmüştür. Mersin ilinde gerçekleştirilen bir başka çalışmada kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri incelendiğinde; dışsal faktörler arasında, aile ve arkadaş desteğinin önemine değinildiği görülmektedir (Onan ve Saygın, 2023). Lezki ve Cengiz (2019), çalışmalarında Eskişehir ilinde faaliyet göstermekte olan kadın girişimcilerin motivasyon faktörlerini incelemiştir ve motivasyona etki eden dışsal faktörler arasında aile ve arkadaş desteği haricinde çevrede kendi parasını kazanan kadınların yer almasını da bulgulamışlardır. Görüldüğü üzere literatürdeki çalışma sonuçları kendi arasında çeşitlilik göstermektedir. Eskişehir'de gerçekleştirilen benzer bir çalışmada bu çalışmada olduğu gibi motivasyon faktörlerinin kendi aralarında içsel, dışsal ve çevresel olarak üç ana tema altında kategorize edildiği görülmüştür. Bu açıdan, bu araştırmanın bulguları ile uyumludur.

Araştırmada içsel faktörler bileşenin ait kodlamalar incelendiğinde; azimli olmak, emek olmadan yemek olmuyor, aşkla yapmak, disiplinli olmak, dürüst olmak, hedefleri belirlemek, kendine güven, kararlı olmak, maddi özgürlüğünü kazanmak, pes etmemek, risk almak, planlama yapmak, sorumluluk sahibi olmak, sabırlı olmak, çalışmak, üretmek, insan ilişkilerini geliştirmek, inançlı olmak ve işini sevmek olduğu görülmüştür. Kırçecek ve Aytar (2021) çalışmalarında içsel faktörler arasında dürüst olmak, hedefleri belirlemek, risk almak gibi faktörlerin yer aldığını tespit etmiştir. Keskin (2014), Türkiye'deki kadın girişimcilerin durumlarını incelemiş ve içsel motivasyon kaynakları arasında disiplinli ve dürüst olma, bağımsızlık isteği ve sorumluluk alma duygusu bulunduğunu belirtmiştir.

Elde edilen bulgulardan hareketle, başarılarını etkileyen çevresel faktörlerin; dinamik bir işletme olmak, güncel ürünler tasarlamak, müşteri memnuniyeti, rakipleri geçmek, yenilikleri takip etmek, insanlarla iletişim kurmak ve insanların ne istediğini anlamak olduğu belirlenmiştir.

Söz konusu araştırma sonuçlarına ve elde edilen bulgulara bağlı olarak yapılan literatür incelemeleri sonucunda bu araştırmanın önerileri aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Rekabetin son derece arttığı ve önem kazandığı pazar alanlarında rekabet avantajının elde edilebilmesi için kadın girişimcilerin yeni stratejiler geliştirmesi gerekmektedir.
- Kadın girişimciler için aile, arkadaş ve yakın çevre desteklerinin eksiksiz sağlanması gerekmektedir.
- Kadın girişimcilerin, toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklanan dezavantajlarının önüne geçebilmeleri için kendilerine güvenmeleri, risk almaktan korkmamaları, cam tavan gibi negatif etkilerin önüne geçebilmeleri için mücadele vermeleri gerekmektedir.
- Kadın girişimcilerin farklı özellik ve karakterlerine yönelik başarı olanaklarına sahip olmaları, gerek kârlılık gerekse de sosyal olarak kendilerini kanıtlamaları ve kendi işlerini oluşturabilmeleri için ihtiyaç duydukları beşeri, teknik ve yönetsel becerilerine katkı sağlanarak, özgüven kazanmalarına olanak sağlanması gerekmektedir.

Benzer konuda çalışacak araştırmacılara ise aşağıdaki önerileri sunmak mümkündür:

- Araştırmanın Gaziantep'te gerçekleştirilmiş olması araştırmanın sınırlılıklarındandır. Gelecek araştırmalarda farklı destinasyonlardaki kadın girişimcilerin görüşlerine imkân verilmesi, plan ve politika belirleyicilerine yol gösterici olabilir.
- İleride yapılacak araştırmalar için çalışma grubu daha geniş tutulmuş çalışmalar önerilebilir.
- Her ne kadar kadın girişimcilerin görüşleri farklı değişkenlerden etkilense de, bu tip çalışmaların kadın girişimcilerin desteklenmesi ve geleceği açısından önemli olduğu için tekrarlanması gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, B., Koçancı, M., ve Namal, M. K. (2019). Girişimcilik motivasyonu: Uygulamalı girişimcilik eğitimi katılımcıları örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26(1), 109-129.
- Akyıldız, B., Camgöz, S. M., ve Atıcı, K. B. (2021). Kitlese fonlama projelerinin başarılarını etkileyen faktörler üzerine bir inceleme. *Sosyoekonomi*, 29(50), 521-545.
- Alam, S. S., Senik, Z. C., ve Jani, F. M. (2012). An exploratory study of women entrepreneurs in Malaysia: Motivation and problems. *Journal of Management Research*, 4(4), 282-297.
- Arıkan, C. (2016). Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği. *Journal of Management and Economics Research*, 14(3), 138-156.
- Arslan, İ. K., ve Toksoy, M. D. (2017). Türkiye’de Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 1(1), 123-148.
- Ayaz, N. (1993). “Türkiye’de Çalışan Kadınların Sorunlarına Yönelik Bir İnceleme (Tekstil İşkolundan Örnekler).” *D.E.Ü. İ. İ.B.F. Dergisi*, 8 (1), 175-191.
- Bartram, J., ve Goldman, S. (1996). Entrepreneurial skills for small business exemplar curriculum core monitoring group: report and recommendations. South Australia, State Print.
- Başol, O. (2010). *Girişimci kadın ve erkeklerin başarı algısındaki farklılıklar: küçük ölçekli işletmelerde Bursa ili örneği*. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bowen, D. D., ve Hisrich, R. D. (1986). The female entrepreneur: A career development perspective. *Academy of Management Review*, 11(2), 393-407.
- Carter, S., ve Cannon, T. (1992). *Female Entrepreneurs: A study of female business owners; their motivations, experiences, and strategies for success*. Department of Employment. Londra, 224
- Cron, W. L., Bruton, G. D., ve Slocum Jr, J. W. (2006). Professional service ventures, performance, and the gender effect. *Journal of leadership & Organizational Studies*, 12(3), 53-67.
- Çıkmaz, E. (2017). The Evaluation Of Female Cooperatives In Terms Of The Development Of Female Entrepreneurship. *Economic Issues In Retrospect And Prospect I*, 1(3), 471-477.
- Hasan, F. S., ve Almubarak, M. M. S. (2016). Factors influencing women entrepreneurs’ performance in SMEs. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(2), 82 – 101.
- Hisrich, R., ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, Me Graw-Hill Irwin, USA.
- Kaygın, E., ve Güven, B. (2015). *Güçlü Kadınlar: Türkiye’de kadının girişimciliği*, İstanbul, Veritas.
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 9(1), 71-94.
- Kırççek, Ö. B. ve Aytar, O. (2021). Kadın Girişimciliği: Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (24), 493-515.
- Kırççek, Ö. B. (2021). *Kadın girişimciliğini etkileyen motivasyonel faktörler: Konya ili örneği*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Krueger Jr, N. F., Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(3), 91-104.
- Kumalasari, R. D., Lukiyanto, K., ve Purnomo, A. (2021). External factors motivating successful women entrepreneurs: a study of women entrepreneurs community in A rural area. *PalArch’s Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 518-526.
- Lezki, Ş., ve Cengiz, A. A. (2019). Eskişehir’de Kadın Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(3), 814-833.
- Najimudinova, S. (2015). Kırgızistan’da kadın girişimciliği: durum analizi ve perspektifleri. *Sosyoekonomi*, 23(24), 7-22.
- Neuman, W. 2005. *Social research methods: Qualitative and Quantitative Approaches (6th Edition)*. Allyn and Bacon Publishing.
- OECD, (2004). OECD Principles of Corporate Governance: <https://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf> (Erişim tarihi: 23.10.2023).
- Onan, G., Saygın, M. (2023). Kadın Girişimciliği: Motivasyon Faktörleri ve Engeller. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (12), 106-117.

- Özçoban, E., ve Özkul, A. S. (2019). Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(3), 813-828.
- Özdemir, A. A. (2010). Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir'de Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10(1), 117-139.
- Palaz, S., ve Turgut, B. (2009). Kadın girişimcilerin kişisel ve iş yaşamına ilişkin özellikleri, motivasyonları ve beklentileri üzerine bir araştırma: Bandırma örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 99-115.
- Sarri, K., ve Trihopoulou, A. (2005). Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation. *Women in management review*, 20(1), 24-36.
- Sayın, E. (2011). Kadın girişimcilerin sorunlarının betimleyici analizi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 23-32.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*, İstanbul, Beta.
- Türkeş, N., ve Özgeldi, M. (2023). Sosyal Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri Nelerdir? Farklı Ülkelerde Yapılan Çalışmaların İncelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 24(2), 435-456.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin yayıncılık.