

Bolu İli'nde Faaliyet Gösteren Kadın Girişimcilerin Pazarlama Bilgi Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme¹

(An Investigation on the Marketing Knowledge Levels of Women Entrepreneurs in Bolu)

Oya ERU ^a

^a Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye. oya.eru@gmail.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimci Pazarlama	Amaç – Pazarlama faaliyetleri, girişimcilik faaliyetlerinin sürdürülebilir bir başarı ve rekabet üstünlüğü elde etmesi için son derece önemlidir. Fakat literatürde kadın girişimcilerin pazarlama konusundaki farkındalıkları ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça sınırlı sayıdadır. Buradan yola çıkılarak çalışmanın amacı, kadın girişimcilerin güncel pazarlama yaklaşımlarından haberdar olup olmadıklarını ve bu yaklaşımları kendi işletmelerinde uygulayıp uygulamadıklarını araştırmak olarak belirlenmiştir.
Gönderme Tarihi 1 Mart 2019 Revizyon Tarihi 30 Nisan 2019 Kabul Tarihi 4 Mayıs 2019	Yöntem – Çalışmada Nitel Araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evreni olarak Bolu İl'indeki kadın girişimciler seçilmiştir. Bu kadın girişimcilerden 24 tanesi, kasti örnekleme yöntemi ile seçilip derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmelere dayalı olarak elde edilen kayıtlar, bilgisayar ortamına aktarılarak, araştırmacı notları ile birlikte içerik analizine uygun biçimde analiz edilmiştir. Analizler NVIVO 10 programında yapılmıştır.
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Bulgular – Katılımcı kadın girişimciler, daha çok lise ve ön lisans mezunu, genellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren ve çoğu 40 yaşından sonra girişimcilik faaliyetlerine başlamıştır. Çalışmaya katılan kadın girişimciler, piyasadaki ihtiyaçları fark etmeleri, gelir elde etmek istedikleri ve bir şeyler üretmek istedikleri için girişimcilik faaliyetlerine başladıklarını ifade etmektedir. Girişken olmalarını, vazgeçmemelerini, özgüvenli olmalarını girişimcilik özellikleri olarak ifade etmektedirler. Pazarlama farkındalık düzeyleri incelendiğinde, Bolu İli'nde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin pazarlama konusunda kafa karışıklığı yaşadığı ve yeterli farkındalık düzeyine sahip olmadıkları görülmüştür.
	Tartışma – Kadın girişimcilerin herhangi bir pazarlama planları olmasa da sosyal medya ve interneti bir araç olarak kullandıkları görülmektedir. Kadın girişimcilerin açacağı internet sitelerinin tanıtımı, kadın girişimcilere sosyal medya uzmanlığı desteği verilmesi gibi öneriler verilebilecek desteklere örnek olabilir. Kadın girişimcilere pazarlama planının nasıl yapılması gerektiği, tutundurma kavramı, marka kavramı, müşteri ilişkileri yönetimi kavramı gibi konular hakkında da mutlaka eğitimler verilmelidir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Women Entrepreneur Marketing	Purpose – Marketing activities are extremely important for entrepreneurial activities to achieve a sustainable success and competitive advantage. However, there are a limited number of studies in the literature regarding the awareness of women entrepreneurs about marketing. The aim of this study is to determine whether women entrepreneurs are aware of current marketing approaches and whether they apply these approaches in their own enterprises.
Received 1 March 2019 Revised 30 April 2019 Accepted 4 May 2019	Design/methodology/approach – The qualitative research method was used in the study. As the universe of the study, women entrepreneurs in Bolu Province were selected. 24 of these women entrepreneurs were selected by intentional sampling method and an in-depth interview was conducted. The records obtained from the interviews were transferred to the computer environment and analyzed with the researchers' notes in accordance with the content analysis. Analyzes were made in NVIVO 10 program.
Article Classification: Research Article	Findings – Participating women entrepreneurs, mostly high school and associate degree graduates, are active in the service sector and most of them have started entrepreneurship activities after 40 years of age. Women entrepreneurs who participated in the study stated

¹ Bu çalışma, III. ULUSLARARASI MULTİDİSİPLİNER ÇALIŞMALARI KONGRESİ 5-6 Ekim, Kiev'de sunulan özet bildirinin geliştirilmiş versiyonudur.

Önerilen Atıf/ Suggested Citation:

Eru, O. (2019). Bolu İli'nde Faaliyet Gösteren Kadın Girişimcilerin Pazarlama Bilgi Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (2), 806-825.

that they started entrepreneurship activities because they realize the needs in the market, they want to generate income and they want to produce something. They refer to entrepreneurship characteristics as being confident, not giving up, and being self-confident. When the marketing awareness levels are examined, it is seen that women entrepreneurs operating in Bolu province have confusion about marketing and they do not have sufficient awareness level.

Discussion – Although it is seen that women entrepreneurs do not have any marketing plans, they use social media and the internet as a tool. thus, Recommendations such as the promotion of the websites to be opened by women entrepreneurs and the support of social media expertise to women entrepreneurs can be examples. Training should also be given to women entrepreneurs on issues such as how the marketing plan should be done, the concept of promotion, the concept of the brand, and the concept of customer relationship management.
