

## Kadın İstihdamında Sosyal Sermayenin Etkisi: Tokat İlinde Kadın Girişimciler Üzerine Bir İnceleme

Elif Özlem Aşkın<sup>a</sup>

Serap Barış<sup>b</sup>

**Öz:** Bu çalışmada, kadınların istihdam olanaklarının artırılmasının önemli bir yolu olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisi Tokat ilinde incelenmiştir. Bu çerçevede Tokat ilinde kadınların istihdama girişimci olarak katılımını arttırma, istihdamdaki kadın girişimcilerin durumlarını iyileştirme yönünde sosyal sermayeden etkili bir şekilde yararlanılabilmesi için önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda kadınların girişimci olarak istihdama katılımlarında, iş kurma ve sürdürme aşamalarında aileleri, akrabaları ve arkadaşlarından oluşan güçlü bağlar olarak adlandırılan sosyal sermaye faktörünün etkili olduğu, ancak kadın girişimciler için kaynakların elde edilmesi ve başarılı olmalarında güçlü bağlara nazaran daha büyük, daha fazla fırsatlar sunan ve kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, meslek kuruluşları ve sektördeki diğer firmalarla ile işbirliği anlamındaki, zayıf bağlarının yetersiz olduğuna ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Eğitim düzeylerinin düşüklüğü, toplumsal cinsiyet temelli işbölümünden kaynaklanan sorumlulukları, kadınların sosyal ağlarının daha sınırlı olmasına neden olmaktadır. İşgücü piyasasında kadın girişimciliği yoluyla istihdamın artırılmasında sosyal sermayeden etkili bir şekilde yararlanılabilmesi için, kadın girişimcilerin sosyal sermayelerini geliştirici politikalar yürütülmesi önem taşımaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** Sosyal Sermaye, Kadın İstihdamı, Kadın Girişimciliği, Toplumsal Cinsiyet, Tokat

**JEL Sınıflandırması:** E24, J21

## The Effect of Social Capital on Women Employment: A Study on Women Entrepreneurs in Tokat Province

**Abstract:** In this paper, the effects of social capital on women's entrepreneurs which is an important way of increasing employment opportunities for women were examined in Tokat province. Within this framework, it has been aimed to suggest proposals about increasing women participation to employment as entrepreneurs and providing women entrepreneurs to utilize the social capital effectively in order to enhance their contiditions in employment. As a result of the study, it has been found that the social capital defined as strong ties with families, relatives and friends is effective on women employment as entrepreneurs when starting a business and sustaining it; but, weak ties defined as the cooperation with public institutions and organizations, non-govermental organizations, universities, professional organizations and other firms in the sector which provide greater and more chances have been found to be insufficient for obtaining resource and for their success compared to strong ties. Lower levels of education, responsibilities related to gender based occupational division cause women's social networks to be limited. Pursuing the policies which enhance the social capital of women entrepreneurs in order to provide them to benefit from the social capital effectively is highly significant for increasing employment by the way of women entrepreneurship in the labor market.

**Keywords:** Social Capital, Women Employment, Women Entrepreneurship, Gender, Tokat

**JEL Classification:** E24, J21

<sup>a</sup>Assist. Prof., PhD., Gaziosmanpaşa University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Labour Economics and Industrial Relations, elifozlem.ozcatal@gop.edu.tr

<sup>b</sup>Assist. Prof., PhD., Gaziosmanpaşa University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, serap.baris@gop.edu.tr

## 1. Giriş

Türkiye’de kadınların istihdama katılımları çok düşük oranlarda seyretmektedir. Kadınların, istihdama katılımları genellikle karşılığı/ücreti olmayan (ücretsiz aile işçiliği) ya da düşük ücretli işler aracılığıyla olduğundan; kadınlar belli iş ve meslek alanlarında yoğunlaşmakta, düşük statülü ve sosyal güvencesiz işlerde çalışmaktadırlar. Kadınların istihdama yetersiz ve dengesiz katılımı, ülkenin ekonomik kalkınma sürecini olumsuz etkilemektedir. Ekonomik kalkınmaya etki eden önemli üretim faktörlerinden biri, ülke nüfusunun istihdama katılımının yüksekliğidir. İstihdama katılımın yüksek olduğu ülkelerde üretim ve milli gelir artar, ülkenin refah seviyesi yükselir. Türkiye’de ülke nüfusunun yarısını kadınlar oluşturmaktadır ve potansiyel işgücünü oluşturan kadın nüfusun istihdama yetersiz katılımı, ekonomik kalkınma açısından olumsuz bir durumdur. Türkiye’de bu olumsuzluğun giderilmesi ve düşük olan kadın istihdamının artırılması için, uygulamaya konulan aktif istihdam politikalarından birisi de kadın girişimciliğinin desteklenmesidir. Kadın işgücü için girişimcilik ve kendi hesabına iş kurmanın yaygınlaştırılması ve desteklenmesi, kadınlar için istihdam politikalarının çeşitlendirilmesi, kadın işsizliğinin azaltılması bakımından önemli olduğu kadar ekonomik kalkınma süreci açısından da önemlidir.

Günümüzde işgücü piyasalarının etkinliğinde rol oynayan bir değişken olarak değerlendirilen sosyal sermaye, hem bireylerin iş arama (Lin vd., 1981; Marsden ve Hurlberd vd., 1988; Özgüler, 2007), iş bulmaları (Hillage ve Pollard, 1998; Fugate, 2001) açısından hem de bağımsız çalışma yani girişimcilik şeklindeki istihdam biçimlerini seçmelerinde (Blumberg ve Pfann, 2001; Allen, 2000; Gomez ve Santor, 2001; Schmidt ve Parker, 2003) ve bu istihdam biçiminde başarılı olmalarında olumlu etkileri olan bir faktör olarak kabul edilmektedir. Sosyal sermaye girişimcilerin iş kurma (Birley, 1985; Johnsson ve Lindenberg, 2013), istihdama katkıda bulunma (Glancey, 1998; Hoogstra ve Dijk, 2004; Kangasharju, 2000; Wang ve Altınay, 2012), işletmelerinin varlıklarını sürdürme (Brüderl ve Preisendörfer, 1998), büyüme performansları yani satış gelirlerini (Maurer ve Ebers, 2006; Wang ve Altınay, 2012; Kelley ve Nakosten, 2005) ve karlarını (Becchetti and Trovato, 2002; Pena, 2002) artırma noktasında önemli katkılar sağlamaktadır.

Bu çalışmada, kadınların istihdam olanaklarının artırılmasının önemli bir yolu olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisinin Tokat ilinde incelenmesi ve ortaya konması ve bu çerçevede Tokat ilinde kadınların istihdama girişimci olarak katılımını artırma, istihdamdaki kadın girişimcilerin durumlarını iyileştirme yönünde sosyal sermayeden etkili bir şekilde yararlanılabilmesi için çözüm önerileri sunulması amaçlanmaktadır. Türkiye’de kadın istihdamının önemli bir çeşidi olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisi ile ilgili olarak yapılan tek çalışma Yetim (2002)’in çalışmasıdır. Bu nedenle, çalışma Tokat ilinde kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisini ortaya çıkararak; konusu bakımından Türkçe sosyal bilim literatürü için sayılı araştırmalardan biri olma özelliğini taşımaktadır. Bu açıdan çalışma, yapılacak yeni araştırmalara temel teşkil edebilecektir. Araştırma bulgularının, kadınların istihdam imkânlarının artırılması konusunda kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve yaygınlaştırılmasına yönelik proje ve politikalar üretmeyi planlayan politika yapıcılara önemli bilgiler sağlayabileceği düşünülmektedir. Çalışmada teorik çerçeve sonrasında, alan araştırması kapsamında kadın girişimcilerle yapılan anket çalışması sonucu elde edilen verilerin analiz sonuçları sunulmaktadır.

## 2. Türkiye’de Kadın İstihdamı ve Girişimcilik

Türkiye’de kadınların işgücüne ve istihdama katılım oranları oldukça düşüktür. Kadınların eğitim düzeylerinin düşüklüğü, toplumsal cinsiyet temelli işbölümünden<sup>1</sup> kaynaklanan çocuk, yaşlı, hasta bakımı ve ev işleri sorumlulukları, ataerki<sup>2</sup> toplum yapısının kadın için ev dışında çalışmayı uygun görmeyen bakış açısı, kadınların istihdama katılımlarını, meslek ve kariyer edinmelerini engellemektedir. Türkiye’nin Avrupa Birliği (AB) ile üyelik müzakerelerinin sürdüğü süreçte, kadınların işgücü piyasasına katılımdaki aksaklıklar önemli bir sorun olarak görülmektedir. AB üyesi ülkelerde kadınların işgücüne katılım oranları %62,5 iken Türkiye’de 2014 yılı için bu oran sadece %30,3’tür (EUROSTAT, 2014; TÜİK, 2014). 2014’te 15 ve daha yukarı yaştaki çalışma çağındaki nüfus toplamı 56 milyon 986 bin kişidir. Bunun 28 milyon 145 bini erkek, 28 milyon 841 bini kadındır. Erkeklerde 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusun 20 milyon 057 bini işgücü içerisinde iken, kadınlarda bu sayı sadece 8 milyon 729 bin kişidir. Bu nedenle erkeklerde %71,3 olan işgücüne katılım oranı, kadınlarda %30,3 gibi düşük düzeylerde kalmaktadır. İstihdam edilen kadın nüfus ise 7 milyon 689 bin kişi olup, istihdam

oranı %26,7'dir. İstihdamda olan erkek nüfus 18 milyon 244 bin olup, erkeklerde istihdam oranı %64,8'dir. Erkeklerde işsizlik oranı %9 iken, kadınlarda bu oran %11,9'a çıkmaktadır (TÜİK, 2014). Bu veriler göstermektedir ki işgücü piyasasında kadınlar aleyhine büyük bir fark vardır. Kadınların istihdama yetersiz katılımı, diğer bir deyişle istihdama katılamama durumları ekonomik kalkınma sürecinde insan kaynağının kullanımındaki yanlışlıkları göstermektedir (Ecevit, 1992; Özer ve Biçerli, 2003). Bu durum ülkelerin ekonomik gelişmişliğini olumsuz etkilediği (Klasen, 1999; Klasen ve Lamanna, 2009) gibi kadınların istihdama katılımı yoluyla toplumdaki konumlarını yükseltme ve güçlendirme yolunda elde edeceği olumlu kazanımları da engellemektedir.

Kadınların çalışma yaşamına katılması, dolayısıyla kadın istihdamının artırılması amacıyla uygulamaya konulan aktif istihdam politikalarından birisi de kadın girişimciliğinin desteklenmesidir. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de kendi işini kurmak isteyen kadınları teşvik edici kurum ve mekanizmalar çeşitlenmiş, kadın girişimciliğini destekleme konusunda politika uygulamaları artmıştır (TÜSİAD, 2000: 184; Bircan, 1998: 282). İşsiz kadın nüfusa iş bulunması, kadın işsizliğinin azaltılması ve kadın istihdamının artırılması için yeni iş olanaklarının yaratılarak istihdam biçimlerinin çeşitlendirilmesinin gerekli olduğu; Türkiye işgücü piyasasında bu amacı gerçekleştirmek için kadın istihdamının artırılmasının bir yolu olarak kadın girişimcilere destek verilmesi, 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planı'nda bir devlet politikası olarak yer almıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 93). Bu şekilde girişimcilik ve kendi hesabına iş kurmanın yaygınlaştırılması ve desteklenmesi, kadınlar için istihdam politikalarının çeşitlendirilmesi ve etkinliğinin artırılması bakımından önemli olduğu gibi, kadın işsizliğinin azaltılmasında da önemli olacaktır.

Kadın girişimciliği yeni istihdam alanları yaratırken, diğer yandan ürün çeşitliliği sağlanmasında, ihracatın artırılmasında, yerel kaynakların daha fazla hayata geçirilmesinde ve yerel ekonomiyi kalkındırmada etkin olan bir istihdam türüdür (Bircan, 1998: 280). Ülke ekonomilerini geliştirmede kadınların girişimcilik faaliyetleri önemli bir kaldıraç kuvveti olarak görülmektedir (Minniti ve Arenius, 2003: 108). Girişimcilik kadına çalışma yaşamında diğer çalışma biçimleriyle karşılaştırıldığında daha fazla özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık fırsatı veren bir çalışma şeklidir. Yine girişimcilik kadının işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi alanlarda da önemli beceriler kazanmalarını sağlamaktadır (Ecevit, 1993: 18). İstihdama girişimci olarak katılan kadınlar, bağımsızlık, finansal fırsatlar, toplumsal hizmet ve meydan okuyuculuk gibi özellikleri ile de cinsiyet ayrımcılığına yönelik yargıları kadınlar lehine çevirebilme fırsatı elde etmiş olmaktadır (Soysal, 2010a: 110). Bu olumlu yönleriyle girişimcilik, kadınların istihdama katılımlarını sağlayıcı ve kadınlara kendi kazançlarını elde ederek, ekonomik bağımsızlık getirici önemli bir istihdam biçimidir.

Türkiye'de 1980 sonrası dönemle birlikte hükümetler, sivil toplum örgütleri, gönüllü kadın kuruluşlarının desteği ile kadın girişimcilerin sayısı hızla artmış olmakla birlikte yeterli değildir. 1989'da işveren ve kendi hesabına çalışan kadın oranı %8,1 iken, 2014 yılı için bu oran %10,3 olmuştur. Türkiye genelinde kadınlar toplam girişimcilerin (işveren+kendi hesabına çalışanlar) sadece %14'ünü oluşturmaktadır (TÜİK, 2014). Türkiye'de kadın girişimci sayısının düşük olmasının nedenlerinin başında sermaye temini, iş yeri arama, kiralama, araç-gereç temini, kalifiye eleman bulamama, ataerkil kültürel değerler, toplumsal cinsiyet temelli işbölümünden kaynaklı aile ve toplum baskısı gibi sosyo-kültürel engeller, tecrübesizlik, eğitim seviyesinin düşüklüğü, gerekli iş bağlantılarına sahip olmama, pazar, finans ve teknoloji bilgilerine ulaşmada sıkıntı yaşama gibi sorunlar gelmektedir (Hisrich ve Öztürk, 1999; Bedük, 2005; Sayın, 2011; Yalman ve Gündoğdu, 2014). Günümüzde sosyal sermaye, bu sorunların çözümünde ve kadınların istihdama girişimci olarak katılımlarını ve başarılarını artırmada önemli bir faktör olarak görülmektedir.

### 3. Sosyal Sermaye ve Kadın Girişimciliği

Sosyal sermaye; toplumu oluşturan bireylerin resmi ve sivil kurumlara üyelik, sosyal ilişkiler ve bağlantılar yoluyla gerçekleştirdiği faaliyetler sonucunda sağlanan fayda ve avantajları inceleyen bir kavramdır. Kavramın gelişimi ve yaygınlaşmasında Bourdieu (1986), Coleman (1998), Putnam (1993, 1995) ve Fukuyama (2000)'nin çalışmaları etkili olmuştur (KOSGEB, 2005: 4; Sabatini, 2006: 3). Son dönemlerin en

önemli ekonomik ve sosyal kavramlarından biri olan sosyal sermaye, ülkelerin ekonomik, siyasi ve sosyal alanlardaki gelişmelerinde doğrudan etkisi olan bir faktör olarak görülmektedir. Örneğin, ekonomik büyüme ve kalkınma (Fukuyama 1995), eğitim, hukuk, demokratik yönetim (Putnam 2000) ve işgücü piyasalarının etkinliğinde önemli bir değişken olarak değerlendirilen sosyal sermaye, çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Coleman (1998: 104)'e göre sosyal sermaye, insanlar arasında kurulan sosyal ilişkileri ve ağları belirten; Fukuyama (2000: 3) sosyal sermayeyi, insanlar arasında eşgüdümü ve işbirliğini teşvik eden ve samimiyetin hâkim olduğu normlar birliği şeklinde ifade etmektedir. Putnam (2000: 18-19) da temel unsurları sosyal ağlar, ilişkiler ve güven olan sosyal sermayeyi, bireyler ve sosyal ağlar arasındaki ilişkiler, davranış normları ve güvenilirlik olarak tanımlamaktadır. Sosyal sermayenin temel unsurlarından en önemlisi sosyal ilişkilere dahil olma ya da sosyal ağlara katılımdır. Sosyal ağlara katılım yoluyla karşılıklı ilişkiler artacak ve bireyler arası güven oluşacaktır. Güven hem sivil iş ağlarına katılım hem de sosyal ilişkilerin sürmesi için gereklidir (Putnam, 1993: 171). Sosyal ilişkiler bireylerin sahip olduğu bir sermayedir; yani birikimi olan, ihtiyaç duyulduğunda kullanılabilen ve ulaşılabilen bir kaynaktır. Bu kaynağın bitmemesi için düzenli iletişim şarttır (Coleman, 1990: 321; Boisjoly, Duncan ve Hofferth, 1995: 609). Ekonomik açıdan ise sosyal sermaye, kişi ve güvene dayalı ilişkilerin istihdama, ekonomik etkinliğe ve üretime yansması şeklinde tanımlanmaktadır (Karagül ve Masca, 2005). Sosyal sermaye, yaratıcı sonuçların ortaya çıkmasını kolaylaştıran insanlar arasındaki sosyal ilişkileri ifade etmektedir. Sosyal güven, sosyal normlar ve sosyal ilişki ağlarının oluşturduğu bu sermaye türü ile insanlar ortak problemlerini çözmeye çalışmaktadırlar (Kapu, 2008).

Literatürde güçlü bağlar ve zayıf bağlar olarak iki ayrı sosyal sermaye türü tanımlanmaktadır. Aile ve yakın arkadaşların ağırlıklı olduğu, sık etkileşimde bulunulan ve duygusal ilişkilerin yoğun olduğu sosyal ilişkilerden oluşan sosyal sermaye türü güçlü bağlardır. Zayıf bağlar ise, daha az etkileşimde bulunulan ve duygusal ilişkilerin daha az olduğu ilişkilerden oluşan, buna karşın kişilere kendi çevrelerinin ötesinde bilgi ve kaynaklara ulaşma imkânı sağlayan, hedeflerin gerçekleştirilebileceği kaynaklara ulaşarak en güçlü faydayı sağlayacak sosyal sermayedir (Granovetter, 1973: 1361; Lin, 1999; Cassi, 2003: 5). Aynı sosyal ortamdaki bireylerin bilgileri, kaynakları benzer olduğu için, farklı bilgiye, kaynağa ulaşmak için bireylerin homojen özellik taşıyan kendi sosyal ortamlarından farklı ortamlara ihtiyaç vardır. Bu nedenle, farklı sosyal ve kültürel çevreden gelen insanları bir araya getiren zayıf bağlar önemlidir. Yeni kaynak, bilgi şekillerine ulaşımı sağlar ve bu nedenlerle amacı gerçekleştirmede daha etkindir.

Sosyal sermaye işgücü piyasasında olumlu etkileri olan bir faktör olarak kabul edilmektedir (Lin, 1999; Lorenzini ve Giugni, 2012). İşgücü piyasasında iş arayanlar beşeri sermayeleri ile sosyal sermayelerini yani sosyal bağlantılarını kullanarak iş bulmaya çalışırken, bir işte çalışanlar da sosyal sermayelerini kullanarak işyerindeki iş başarılarını artırarak, statülerini yükseltmeye çalışırlar (Montgomery, 1991: 1408). İşyerinde iş arkadaşları ve üstleriyle olan sağlıklı ilişkiler iş performansını yükseltmekte ve kariyerini olumlu yönde etkilemektedir (Bozionelos, 2003: 41). İş arayanlar aile, arkadaş, akraba ve bağlı oldukları ağ, grup veya dernekler şeklinde sosyal sermayelerini kullanarak istihdam olanaklarını araştırırlar ve yine sahip olunan sosyal sermaye, bireylerin iş bulmalarını da kolaylaştırır (Brook, 2005: 15).

İş arama, iş bulma açısından faydalı olan sosyal sermaye, bireylerin bağımsız çalışma yani girişimcilik şeklindeki istihdam biçimlerini seçmelerinde ve bu istihdam biçiminde başarılı olmalarında önemli etkilere sahip bir değişken olarak görülmektedir. Sosyal ağlar, girişimcilik için gerekli olan kaynakları ve desteği sağlar. Girişimcilerin sahip olduğu sosyal destek ağları müşterilere tavsiye edilmek, piyasa bilgisi sağlanmasında önemlidir. Girişimciler için sosyal ilişkiler, ucuz işgücü ile piyasadaki rakipler, müşteriler hakkında bilgi sağlamaktadır. Sosyal sermaye sayesinde girişimcilerin sermaye bulmaları ve sermaye bulmayla ilgili kritik bilgiye ulaşmaları kolaylaşmaktadır (Sanders ve Nee, 1996: 231; Jonsson ve Lindbergh, 2013: 661). Girişimcilerin sosyal ağ destekleri yeni kurulan işletmelerin varlıklarını sürdürme ve büyüme potansiyellerini artırmaktadır (Chell ve Baines, 2000: 195). Yine bir sosyal topluluğa üye olan girişimcilerin olmayanlara göre daha fazla kazanç elde ettikleri, girişimcilikte daha başarılı oldukları belirtilmektedir (Gomez ve Santor, 2001: 943). Girişimciler iş kurma ve iş genişletme kararlarında sosyal ilişkilerini kullanmakta, aile, arkadaş, akraba gibi sosyal destek mekanizmalarından faydalanmaktadır. Girişimcilerin kişisel ve sosyo-demografik özellikleri, iş kurma nedenleri, örgütlenme eğilimleri ve sosyal ilişki ağları önemli birer sosyal sermaye faktörleri olmaktadır (Yetim, 2002). Sosyal sermaye kaynakları bireylerin, girişimcilik olarak çalışmayı seçmelerini ve

girişimciliğin başarısını olumlu yönde etkilemektedir (Blumberg ve Pfann, 2001; Doh ve Zolnik, 2011). Ancak sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki bu ilişki bazı çalışmalara göre yeteri kadar açık değildir. Audretsch vd. (2006), sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki pozitif katkısının ampirik olarak netlik kazanmadığını ileri sürmektedir. Hatta girişimci sermayesi (fiziksel ve beşeri sermaye) ile sosyal sermayenin sık sık karıştırıldığını ve bir terminolojik sorunun olduğu belirtilmektedir. Gedajlovic vd. (2013) de sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkinin henüz tam olarak açıklanamadığını; yapılan ampirik çalışmaların birçoğunda “kişiler arasındaki ilişkilerin nasıl oluşturulduğu” sorusunun pek dikkate alınmadığını iddia etmektedir. De Carolis ve Saparito (2006) ise sosyal sermayenin girişimciler için bir takım fırsatlar barındırdığını ancak her zaman girişimcilere fayda sağlamadığını belirtmektedir. Sosyal sermayeden girişimcilik eğilimi yüksek olan bireyler faydalanabilecekken, bu eğilimleri düşük olan bireyler yeteri kadar faydalanamayacaklardır.

Kadın girişimciler açısından sosyal sermaye kadınların iş kurma ve işi sürdürmeleri aşamalarında kullandıkları ve sosyo-kültürel ilişkiler yoluyla edinilmiş kaynaklar bütünüdür (Yetim, 2002: 81). Aile, akrabalar, arkadaşlar kadın girişimciler için önemli sosyal destek sağlayıcı kaynaklardır. Girişimciler için işe başlama ve sürdürme aşamasında bu kaynaklar çok faydalıdır (Barbieri, 2003: 684). Sosyal sermaye anlamındaki sosyal ilişkiler ağı, kadın girişimcilerin gereksinim duyduğu sermaye, işgücü, bilgi gibi kaynaklara ulaşmalarına imkân vermektedir. Ayrıca, kadın girişimcilerin sosyal ilişki ağları onlara iş kurma aşamasında yaşadıkları deneyimsizlik ve örgütlenme eksikliğini çözebilme fırsatı sağlamaktadır (Greve ve Salaff, 2003: 6).

Kadın girişimcilerin yaşadığı sermaye temini, kalifiye eleman bulamama, tecrübesizlik, pazar, finans ve teknoloji bilgilerine ulaşmada sıkıntı yaşama, örgütlenme gibi sorunların çözümünde, sosyal sermaye etkin bir rol oynayan, önemli avantajlar sunan bir faktördür. Ancak kadın girişimciler ile erkek girişimcilerin sosyal ağları arasında farklılıklar bulunmaktadır (Loscocco vd., 2009; Robinson ve Stubberud, 2011; Kim ve Sherradon, 2014). Kadınların erkeklere göre sosyal ilişki ağları daha dardır. Kadınlar daha kısıtlı ve aile, akraba, arkadaşlardan oluşan sosyal ağlara sahiptir. Erkeklere göre kendi meslek gruplarından daha az insanı tanımaktadırlar. Toplumsal cinsiyet temelli işbölümünden kaynaklanan eşitsizlikler, kadınların ev işleri sorumlulukları, bakım çağındaki küçük çocuklarının varlığı, çalışma yaşamında erkek yoğun ağlarda kadınların değerli ve önemli olarak görülmedikleri için erkeklerin kadınları ağlarına almak istememeleri, kadınların sosyal ağlarının dar olmasına neden olmaktadır (Moore, 1990; Burt, 1998; Allen, 2000; Molyneux, 2002; Timberlake, 2005). Bu ise kadınların bilgi, destek ve kaynağa ulaşmada sosyal ortamlara giriş veya bir örgütün üyesi olma gibi sosyal ağlarını dolayısıyla sosyal sermayelerini olumsuz etkilemektedir.

#### 4. Literatür Taraması

Kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisi ile ilgili olarak uluslararası literatürde çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların ortak özelliği, sosyal sermayenin kadınların girişimcilik şeklindeki bağımsız çalışma biçimini seçmelerinde ve bu istihdam biçiminde başarılı olmalarında önemli olduğu, ancak kadın girişimciler ile erkek girişimcilerin sosyal sermayeleri arasında kadın girişimciler aleyhine dezavantajlı farklılıkların bulunduğunu belirtmeleridir. Kadın girişimcilerin sosyal sermayeleri daha çok güçlü bağlar olarak adlandırılan aileleri, yakın akrabaları ve arkadaşlarından oluşmakta; zayıf bağlar olarak profesyonel tanıdıklar, danışmanlar ve uzmanlardan oluşan ağları çok yetersiz kalmaktadır. Bunun gibi işleriyle ilgili meslek örgütlerine, derneklere üyelikleri oldukça sınırlıdır. Bu yönüyle kadın girişimciler iş başarılarını artırmada daha yararlı olacak büyük ve zengin ağlardan yararlanamamaktadırlar. Özellikle kadınların çocuk bakımı ve toplumsal cinsiyet rollerinin dayattığı sorumluluklar yüzünden kadın girişimciler daha çok aile, akraba çevresinden oluşan sosyal ağlarla sınırlı kalmaktadır (Munch ve McPherson, 1997; Allen, 2000; Renzulli vd., 2000; Klyver ve Terjesen, 2007; Loscocco vd., 2009; Robinson ve Stubberud, 2011). Örneğin Beggs (1997) ve Davidsson (2003), kadın girişimcilerin sosyal ağlarının boyutu ve etkinliğinin erkek girişimcilerden farklı olduğunu belirtmektedirler. Kadın girişimcilerin işleriyle ilgili mesleki birliklere üyelikleri, ekonomik kurumlarla olan ilişkileri anlamındaki zayıf bağları çok dardır. Bu nedenle kadın girişimciler bu ağların işleriyle ilgili ekonomik getirisinden (yeni ve farklı fikirler, finansal kaynaklar ve müşteriler gibi) yoksun kalmaktadırlar.

Brüderl ve Preisendörfer (1998), kadın girişimcilerin sosyal sermayelerinin güçlü bağlar olarak nitelendirilen aile ve akraba çevresinden oluştuğunu, buna karşın zayıf bağlarının daha dar kaldığını belirtmektedirler. Kadın girişimciler için zayıf bağlar iş kurma aşamasında olumlu etkiler yaratırken, büyüme



ve hayatta kalma konusunda yetersiz kaldığını ortaya koymaktadırlar. Marcucci (2001) iş kurma ve sürdürme aşamalarında sosyal sermayenin önemli yararları olduğunu belirtmektedir. Ancak kadınların sosyal sermayeleri daha çok aile, akrabalar ve tanıdıklardan oluşmaktadır. Aile sorumlulukları, daha geniş sosyal ağlar oluşturmalarını engellemektedir.

Cromie (1992), erkek girişimcilerin mesleki kuruluşlara üyelik ve mesleki toplantılara katılım yoluyla sosyal ağlarını güçlendirdiklerini, bunun da iş başarılarını artırdığını ortaya koymuştur. Kadınların ise mesleki birliklere üyeliklerinin ve işleriyle ilgili toplantılara katılımının az olduğu, bu faaliyetler için daha az zaman harcadıkları görülmüştür. Benzer şekilde Verheul ve Thurik (2001) kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde sosyal ağlar kurmak ve geliştirmek için daha az zaman harcadıklarını belirtmektedir.

Kim ve Sherraden (2014) kadın girişimcilerin iş başarıları üzerinde sosyal ağların etkisini incelemiş, kadın girişimcilerin erkek girişimcilere nazaran sosyal ağlarının küçük olduğu, bunun da kadınların iş başarılarını olumsuz etkilediğini ortaya koymuşlardır. Bunun gibi Tata ve Prasad (2008) kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre, sosyal ağlarının küçük ve daha homojen olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumun kadın girişimcilerin iş başarılarını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal sermayenin kadın girişimcilerin iş başarısını olumlu etkilediğine dair bir çalışma Tundui ve Tundui (2013)'ya aittir. Yazarlar informal ağlardan işle ilgili destek ve tavsiye alan girişimci kadınların kar artışlarının istikrarlı olduğunu tespit etmiştir.

Roomi (2012) İngiltere'nin çeşitli bölgelerindeki kadın girişimciler üzerine yaptığı çalışmada, kadın girişimcilerin sosyal ve beşeri sermayelerinin işletmelerinin büyümesi ve başarıları üzerindeki etkisini incelemiştir. Kadın girişimcilerin sosyal sermayelerinin istihdam artışı yanında satışların artışı için önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu niceliksel bulgular niteliksel bulgularla da desteklenmiştir.

Türkiye'de sosyal sermayenin kadın girişimciliğindeki etkisine yönelik olarak yapılan tek çalışma Yetim (2002)'in "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği" konulu anket çalışmasıdır. Bu çalışmada, kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri, iş kurma aşamasında kullandıkları sosyal ağlar, kendilerini tanımladıkları karakteristikler gibi özellikleri, kadın girişimciliğini biçimlendiren sosyal sermaye faktörleri olarak incelenmiştir. Çalışmada, kadın girişimcilerin kendilerini tanımladıkları problem çözme, iyi iletişim kurma, yenilikçi olma, yaratıcı olma gibi özelliklerinin, kadınların girişimci olmalarını kolaylaştıran önemli sosyal sermaye nitelikleri olduğu tespit edilmiştir.

## **5. Kadın İstihdamında Sosyal Sermayenin Etkisi: Tokat İlinde Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma**

### **5.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi**

Araştırmanın amacı, kadınların istihdam imkânlarının genişletilmesinin önemli bir yolu olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisini incelemek ve ortaya koymak ve bu çerçevede, işgücü piyasasında kadın girişimciliği yoluyla istihdamın artırılmasında sosyal sermayeden etkili bir şekilde yararlanılabilmesi için önerilerde bulunmaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada, kadınların istihdama girişimci olarak katılımlarını ve başarılarını arttırmada sosyal sermayenin etkili olup olmadığı sorgulanmıştır. Araştırmada Tokat ilindeki kadın girişimcilerin sosyo-demografik ve kişisel özellikleri, iş kurma nedenleri, iş kurma aşamasında kullandıkları sosyal destek mekanizmaları, işlerini sürdürme aşamasındaki bilgi ve beceri sağlama kanalları, örgütlenme eğilimleri gibi özellikleri kadın girişimciliğini biçimlendiren sosyal sermaye faktörleri olarak ele alınmıştır.

Araştırmada Tokat Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı Tokat il merkezi ve ilçelerinde toplam 83 kadın üye olduğu tespit edilmiştir. Ancak bu üyelerden, kendi mesleğini icra eden avukat, eczacı, mimar gibi serbest meslek sahibi kadınlar ile işi erkek yaptığı halde resmi kayıtlarda işyeri sahibi gözükken kadınlar girişimci olarak değerlendirilmeyip, kapsam dışı bırakılmıştır. Zira literatürde kadın girişimci, ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, işletmede tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren, işletmeden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, işletmesi adına tüm riski üstlenen kadın olarak tanımlanmaktadır (Ecevit, 1993: 20). Bu nedenle eğitimini

gördükleri alanlarda kendi mesleklerini yapan kadınlar, herhangi bir riske girmeden çalıştıkları için girişimci kadın olarak kabul edilmemektedir. Bunun gibi işi erkek yaptığı halde oda kayıtlarında kadınların sahibi olduğu işyerleri, yüz yüze görüşme yöntemi ile yapılan araştırmada tespit edilmiş ve kapsam dışı bırakılmıştır. Bu şekilde 40 kadın üye yukarıda belirtilen kriterlere uymadığından geriye kalanlar üzerinden tam sayım yapılarak 43 kadın girişimcinin tamamına ulaşılmıştır. Bu kadın girişimciler ile 1 Haziran - 9 Temmuz 2015 tarihleri arasında araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırma verilerinin elde edilmesi amacıyla, yüz yüze görüşme yöntemiyle anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada, Yetim (2002) ve Tundui ve Tundui (2013)'nin çalışmalarında kullandıkları anket temel alınmıştır. Anket sorularının güvenilirliği daha önceki araştırmalarda olumlu olarak değerlendirildiğinden, bu araştırma için bir veri olarak dikkate alınmıştır. Tokat ilinde kadın girişimcilere yönelik daha önce yapılmış herhangi bir araştırmanın ya da verinin bulunmaması, bu konuda önemli miktarda güvenilir bilgi sağlayacak bir teknik olarak, anket uygulamasını gerekli kılmıştır. Alan çalışmalarında, araştırmacının gözlemlerini içeren notlar, diğer tekniklerle oluşturulan verileri zenginleştiren önemli bir veri kaynağıdır. Bu araştırmada da, araştırmanın bizzat araştırmacılar tarafından yapılması ve kadın girişimciler ile birlikte işletme ortamında bulunulması, gözlem tekniğinin kullanılması için oldukça yararlı olmuştur. Gözlem ve yüz yüze görüşme yöntemi ile yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler, anketlerin değerlendirilmesi esnasında araştırmacılara zengin veri kaynakları sağlamıştır. Bu görüşme ve gözlemlerden elde edilen bilgi ve izlenimlerden, bulguların değerlendirilmesi bölümünde nitel veri olarak yararlanılmıştır. Araştırma verileri, sayı ve yüzdelik istatistikleri kullanılarak değerlendirilmiştir.

## 5.2. Araştırma Bulguları ve Tartışma

### 5.2.1. Kadın Girişimcilerin Sosyo-Demografik ve Kişisel Özellikleri

Sosyo-demografik ve kişisel özellikler, girişimciler için iş kurma ve işi sürdürme aşamalarını etkileyen önemli sosyal sermaye faktörleridir. Araştırma kapsamındaki kadınların %18,6'sı 25-34 yaş grubu arasında, %65,1'i 35-44 yaş grubunda, %11,6'sı 45-54 yaş grubunda, %4,7'si 55-64 yaş grubundadır (Tablo 1). Araştırmada, kadın girişimcilerin yarısından fazlasının 35-44 yaş grubunda olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, kadın girişimcilerin orta yaş diliminde yoğunlaştığını bulgulayan, araştırma sonuçlarını desteklemektedir (Yetim, 2002; Soysal, 2010b; Hisrich ve Öztürk, 1999; Yalman ve Gündoğdu, 2014).

**Tablo 1. Demografik Özellikler**

Yaş Aralığı	Yüzde (%)	Eğitim Durumu	Yüzde (%)	Medeni Durum	Yüzde (%)	Çocuk Sayısı	Yüzde (%)
25-34	18,6 (8)	İlkokul	23,2(10)	Bekar	20,9 (9)	Çocuk yok	25,6 (11)
35-44	65,1 (28)	Ortaokul	30,2 (13)	Evlü	67,4 (29)	1 çocuk	9,3 (4)
45-54	11,6 (5)	Lise	23,2 (10)	Dul/Boşanmış	11,6 (5)	2 çocuk	39,5 (17)
55-64	2 (4,7)	Yüksekokul	4,7 (2)			3 çocuk	20,9 (9)
		Fakülte	18,7(8)			4 ve üstü	4,7 (2)
TOPLAM	100	TOPLAM	100	TOPLAM	100	TOPLAM	100

**Not:** Parantez içindeki değerler frekans (sıklık) değerleridir.

Araştırma kapsamındaki kadınların eğitim düzeyi düşüktür (Tablo 1). Kadınların %23,2'si ilköğretim mezunu, %30,2'si ortaokul mezunu, %30,2'si lise mezunudur. Yükseköğretim mezunu kadınların oranı %4,7 ve fakülte mezunu olan kadın oranı %18,7'dir. Eğitim<sup>3</sup>, önemli bir sosyal sermaye niteliğidir. Eğitim, kişilerin grup çalışması, işbirliği, yardımlaşmayı öğrenme gibi özellikleri kazanmalarının önemli bir yoludur. Bireyler eğitimle başkalarına güveni, yardımlaşmayı, sosyal ağlara katılımın faydalar sağlayabileceğini öğrenir. Eğitim sayesinde sosyalleşen birey, ağlara girme fırsatını artırır (Iyer, Kitson ve Toh, 2005). Girişimcilerin eğitim düzeyinin yüksekliği, dâhil olabilecekleri sosyal ağları, organizasyonları, grupları ve tanıdığı bireylerin sayısını ve niteliğini geliştirir (Cansız, 2013).

Eğitim aynı zamanda toplumlarda yerleşmiş, meslek hiyerarşisi konusundaki cinsiyetçi yargıları da yıkararak, kadınların geleneksel kadın işlerinin ötesinde yüksek kazançlı, statülü işlere sahip olmalarını sağlayarak, toplumsal cinsiyet temelli işbölümünün de ortadan kalkmasını hızlandıracaktır (Moser, 1989). Kadınların eğitim eksikliği, iş ortamında bilgi, tecrübe eksikliğine ve sosyal iletişim ağlarına girememelerine neden olmaktadır (Kutunis, 2006). Eğitim düzeyinin düşüklüğü, işgücü piyasasında girişimci olarak istihdamda olan kadınların iş kurma-sürdürme aşamalarında başarılı olmalarında etkili bir rol oynayacak zengin sosyal ağlara dolayısıyla sosyal sermayeye sahip olmalarını kısıtlayıcı bir etki yapmaktadır. İlerde değinileceği gibi gerek anket sonuçları gerekse anketler gerçekleştirilirken yapılan gözlemlerin ortaya çıkardığı durum ise düşük eğitim düzeyi kadınlar için hem düşük kazançlı, geleneksel kadın işleri sayılan girişimcilik faaliyetlerini getirmekte hem de kadın girişimcilerin dâhil olabileceği, ulaşabileceği, kullanabileceği sosyal ağlara (organizasyonlar, sivil toplum kuruluşlarına üyelik gibi) katılımı sınırlamaktadır.

Anket uygulanan kadınların %67,4'ü evlidir, bekâr kadınların oranı ise %20,9 olup, boşanmış ya da eşi ölmüş kadınların oranı %11,6'dır (Tablo 1). Ankete katılan kadınların %25,6'sının çocuğu yoktur. Kadınların %9,3'ünün tek çocuğu, %39,5'inin iki çocuğu, %20,9'unun üç çocuğu ve % 4,7'sinin 4 ve daha fazla sayıda çocuğu bulunmaktadır (Tablo 1). Kadın girişimcilerin sahip olduğu en küçük çocuğun yaşının %25,6'sının (11 kadın) 0-3 yaş, %7'sinin (3 kadın) 4-7 yaş, %4,7'sinin (2 kadın) 8-11 yaş, %14'ünün (6 kadın) 12-15 yaş ve %23,2'sinin (10 kadın) 16 ve üstü yaş grubunda olduğu tespit edilmiştir. Çocukların %27,9'unun yaşlarının yakın ebeveyn kontrolü gerektiren 0-7 yaş grubunda olması dikkat çekicidir. İleride de değinileceği gibi bu yaş grubunda çocuğu olan kadınların tamamı, yapılan yüz yüze görüşmelerde sivil toplum kuruluşlarına, işle ilgili fuar, toplantılara küçük çocuklarının bakım sorumlulukları yüzünden katılmadıklarını ifade etmişlerdir.

Evli kadın girişimcilerin eşlerinin %32,6'sının ilkökul, %11,6'sının ortaokul, %25,6'sının lise, %9,3'ünün yüksekokul ve %20,9'unun fakülte mezunu olduğu belirlenmiştir. Evli kadınların eşlerinin mesleği esnaf-sanatkâr (%30,2), memur (%14), işçi (%11,6), serbest meslek (%2,3) ile işveren (%4,7) kategorisinde yoğunlaşmaktadır. Bu sonuç, kadın girişimcilerin daha çok kendi işini kurmuş ya da profesyonel mesleklerde çalışan erkeklerle evli olduklarını tespit eden, araştırma sonuçlarını desteklemektedir (Hisrich ve Öztürk, 1999; Yetim, 2002; Soysal, 2010b). Yine kadınların eşlerinin %37,2'sinin esnaf-sanatkâr, işveren ve serbest meslek sahibi olması, onların girişimcilik eğilimlerinde, özelliklerinde önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Kadın girişimcilerin babalarının eğitim düzeyine incelendiğinde %44,2'sinin ilkökul, %20,9'unun ortaokul, %20,9'unun lise, %4,7'sinin yüksekokul ve %9,3'ünün fakülte mezunu olduğu belirlenmiştir. Annelerinin ise %14'ünün okur-yazar olmadığı, %9,3'ünün okur-yazar, %53,5'inin ilkökul, %11,6'sının ortaokul, %7'nin lise, %2,3'ünün yüksekokul ve %2,3'ünün fakülte mezunu olduğu tespit edilmiştir. Kadınların baba mesleği esnaf-sanatkâr (%20,9), işveren (%4,7) ile emekli (%48,8) kategorisinde yoğunlaşmaktadır. Emekli olan babaların %46,5'i esnaf-sanatkâr ile işveren olarak bağ-kur emeklisidir. Girişimci kadınların % 97,7'sinin annesi ev hanımıdır. Bu verilere göre kadınların annelerinin eğitim düzeyi oldukça düşüktür ve çoğunluğu ev hanımı statüsündedir. Bu sonuçlar, girişimci kadınlarda, anne aracılığıyla edinilmiş girişimci karakteristiklerinin olmadığı, kadınların girişimci olmalarında, girişimci eğilimlerinde babalarının - çoğunluğunun esnaf-sanatkâr ve işveren olmasından dolayı- rol modeli etkisinin ağır bastığı şeklinde değerlendirilebilir.

Kadın girişimcilerin kendilerini tanımladıkları kişilik özellikleri, kadın girişimciliğini biçimlendiren önemli sosyal sermaye faktörleridir (Yetim, 2002). Bu doğrultuda, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik "kendilerini hangi kişilik özellikleri ile tanımladıkları" sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, kadınların %93'ü iyi iletişim kurma özelliğini kendilerini tanımlayan en önemli girişimcilik özelliği olarak belirtmişlerdir (Tablo 2). Bunu sırası ile problemleri kolaylıkla çözebilme (%86), kendine güvenli olma (%86), çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilme (%83,7), akrabaların ve yakın çevrenin desteğini kazanmış olma (%81,4), işbirliğine yatkın olma (%76,7), sabırlı ve hoşgörülü olma (%69,8), duygusal olma (%67,4), özverili olma (%65,1), hırslı ve kararlı olma (%60,5), yenilikçilik (%58,1), risk alma (%44,2), yaratıcı olma (%44,2), bağımsızlık (%39,5), rekabetçi olma (%32,6) ve akılcılık (%32,6) özelliği izlemektedir.



Literatürde kadın girişimcilerin özellikleri üç kapsamda değerlendirilmektedir. İyi iletişim kurma, problem çözme, özverili olma, duygusal olma, sabır ve hoşgörülü olma gibi özellikler, kadına özgü olarak değerlendirilen cinsiyet rollerinden kaynaklı, girişimcilik için önemli olarak değerlendirilen özelliklerdir. Cinsiyetten bağımsız olarak girişimci kişilik özellikleri ise risk alma, bağımsızlık, akılcılık, rekabetçilik, hırs ve kararlılık, kendine güven, yaratıcılık, yenilikçilik şeklinde belirtilmektedir. Akrabaların ve yakın çevrenin desteğini kazanmış olma, çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirme, işbirliğine yatkın olma gibi özellikler ise sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özellikleri olarak ele alınmaktadır (Hisrich ve Peters, 1998; Ufuk ve Özgen, 2001; Yetim, 2002).

**Tablo 2. Girişimci Kadınların Kişisel Özellikleri**

Girişimci Kadınların Kendilerini Tanımladıkları Kişisel Özellikleri	Frekans	Yüzde (%)
İyi iletişim kurabilen	40	93,0
Problemleri kolaylıkla çözebilen	37	86,0
Kendine güvenli	37	86,0
Çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilen	36	83,7
Akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış	35	81,4
İşbirliğine yatkın	33	76,7
Sabırlı ve hoşgörülü	30	69,8
Duygusal	29	67,4
Özverili	28	65,1
Hırslı ve kararlı	26	60,5
Yenilikçi	25	58,1
Risk alan	19	44,2
Yaratıcı	19	44,2
Bağımsız	17	39,5
Rekabetçi	14	32,6
Akılcı	14	32,6

**Not:** Birden fazla seçenek işaretlendiğinden frekans toplamı 43'ü, oranı da % 100'ü aşmaktadır.

Araştırmada kadın girişimciler cinsiyet rollerinden kaynaklanan iyi iletişim kurma özelliğini, ilk sırada belirtmişlerdir (Tablo 2). Sosyal ilişkiler bireylerin sahip olduğu bir sosyal sermayedir; yani birikimi olan, ihtiyaç duyulduğunda kullanılabilen ve ulaşılabilen bir kaynaktır. Bu kaynağın bitmemesi için düzenli iletişim şarttır (Coleman, 1990: 321; Boisjoly, Duncan ve Hofferth, 1995: 609). Kadınlar sahip oldukları iletişim becerileri sayesinde kurdukları ilişki ağları ile iş kurma ve sürdürme aşamasında yaşadıkları sorunları çözebilmeye potansiyeline sahiptirler. Araştırmada, kadınların iyi iletişim kurma özelliğinin yüksekliği, önemli bir sosyal sermaye niteliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun gibi problemleri kolaylıkla çözebilmeye (%86,0) özelliği de önemli bir diğer sosyal sermaye niteliğidir. Problem çözme, insanlar arası ilişkilerde yaşanan sıkıntıları çözmeye ve bu ilişkilerin sürmesinde kadın girişimciler için faydalar sağlamaktadır.

Sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimcilik özellikleri olan çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilme (%83,7), akrabaların ve yakın çevrenin desteğini kazanmış olma (%81,4) ve işbirliğine yatkın olma (%76,7) gibi özelliklerde kadın girişimcilerin sahip olduğu önemli sosyal sermaye nitelikleridir. Kadınlar, sahip oldukları iletişim becerileri ve bunun getirdiği ilişki ağları ile çevresel imkânları işleri yararına kullanabilmekte, bu özellikleri ile sosyal sermayeyi harekete geçirici yeteneklere sahip olmaktadır (Kök, 2007: 217). Nitekim Barbier'in (2003) de belirttiği gibi işe başlama ve sürdürme aşamasında kadın girişimciler, ihtiyaç duydukları sermaye, bilgi gibi kaynakları aile, akrabalar, arkadaşlardan oluşan önemli sosyal destek sağlayan kaynaklardan edinmektedirler.

Kendine güvenli olma (%86,0), yenilikçilik (%58,1) gibi cinsiyetten bağımsız girişimci kişilik özellikleri, kadınların önem verdikleri; buna karşın risk alma (%44,2), yaratıcı olma (%44,2), bağımsızlık (%39,5), rekabetçilik (%32,6) ve akılcı olma (%32,6) özellikleri ise daha az önem verilen kişisel özellikler olmaktadır. Bu sonuçta, toplumdaki ataerkil kültürel sistem ve onun kurallarını belirleyen toplumsal cinsiyet rollerinin getirdiği<sup>4</sup> ve toplumda yerleşmiş olan, kadına ve erkeğe uygun bulunan kişilik özellikleri ve davranışlarının etkin olduğu söylenebilir. Zira kadınlara, ev içinde bakım verici, ilgi gösterici, ev işlerinde ve el becerisinde yetenekli, yönetme becerisi ve fiziksel gücü eksik, pasif karakterli, bağımlı, emir almaya yatkın, daha az şikâyet eden ve uysal gibi özellikler; erkeklere ise aktif, başarı yönelimli, yarışmacı, güçlü, özerk, baskın, akılcı gibi özellikler yüklenmektedir (Anker, 1998; Dökmen, 2006). Toplumsallaşma sürecinde küçük yaşlardan itibaren öğretilip, benimsenen bu kültürel değerlerin sonucunda, kadınlar istihdama katılsalar bile, kendilerini rekabetçilik, bağımsızlık, akılcılık gibi toplumda daha çok erkeklere atfedilen özellikler ile tanımlama eğiliminde olmamaktadırlar. Kadın ve erkek olmaya yüklenen kültürel ve toplumsal bu anlamlar, istihdama katılım özelliklerini ve konumlarını etkilemektedir. Nitekim araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin %34,9'u (15 kadın) ticaret sektöründe (konfeksiyon, butik, tuhafiyeye işi, çeyizlik eşya ticareti, el sanatları atölyesi gibi işler), % 55,9'u (24 kadın) hizmet sektöründe (güzellik salonu, lokanta, restoran, kafe gibi yiyecek işletmeciliği, yurt-pansiyon işletmeciliği, sigortacılık, danışmanlık, sürücü kursu, eğitim hizmetleri gibi işler), %9,2'si (4 kadın) imalat sektöründe (metal geri dönüşüm, oto-boya işi gibi) faaliyet göstermektedir. Literatürde, kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörler konusunda, kadınların cinsiyet rollerine uygun kadınsı alanlarda iş yaptıkları, daha çok hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet gösterdikleri belirtilmektedir (Hisrich ve Peters, 1998; Kök, 2007; Soysal, 2010b).

### 5.2.2. Kadın Girişimcilerin Girişimciliğe Başlama Nedenleri ve İşlerini Kurma Aşamasında Kullandıkları Sosyal Destek Kanalları

Kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerinde işsizlik, kadına uygun olmayan iş koşulları, bağımsızlık, kendini gerçekleştirme, iş ve özel yaşamı dengeleme, hoşlandığı işi yapma gibi pek çok faktör etkili olmaktadır (Yetim, 2002; Soysal, 2010b). Bu araştırmada kadınların girişimci olma nedenlerinin başında ailenin teşviki (%60,5) gelmektedir. Bunu sırası ile ekonomik özgürlük (%44,2), çalışma hayatını sevmek (%41,9), üretken olma isteği (%37,2), aile gelirine katkı (%25,6), bağımsız çalışma isteği (%25,6), sosyal prestij (%18,6), ekonomik zorunluluk (%16,3), ücretli iş koşullarının kötü olması (%9,3), ücretli işte çalışmaya eşin/ailenin izin vermemesi (%7), eşin/babanın ölümünden sonra işin devralınması yani miras (%7), aile-iş sorumluluğu arasında dengeyi kurma isteği (%7) ve ücretli iş bulamamak (%2,3) izlenmektedir. Görüldüğü gibi kadınların yerel işgücü piyasasında girişimci olarak istihdama katılım nedenlerinin başında, ailenin teşviki gelmektedir. Görüşmeler sırasında kadın girişimciler bu durumu şu ifadelerle dile getirmişlerdir:

*"İşyeri açma babamın fikriydi. Beni o yönlendirdi. Lise mezunuyum. Üniversiteyi kazanamadım. Babam ve ağabeylerim ortak iş yapıyorlar. Beyaz eşya-mobilya mağazaları var. Babam, kızım dünyanın bin bir türlü hali var. Ölümü var, hastalığı var. Ağabeylerin çoluk-çocuğa karıştı. İşleri onlara ancak yetiyor. Sana da bir işyeri açalım. Senin de işin, gelirin olsun dedi. Kısacası babamın etkisiyle bu işe başladım."*

*"Aslında ev hanımıyım. Eşim işi teklif etti. Burası öğrenci şehri oldu, üniversiteye çok gelen öğrenci var, yeme-içme üzerine bir yer açacağım. Çocuklar da büyüdü, bir engelin yok, sen yapabilirsin bu işi dedi, eşim motive etti beni. İşyeri açtı, ben de burayı işletmeye başladım."*

*"Eşim, inşaat sektöründe. Ev yapıp-satıyor. Mütaahit yani. Kız yurdu-pansiyon işi yapalım. Başına da sen geç, sen işlet yurdu dedi. Böylece hiç aklımda yokken, ev hanımlığından iş kadınlığına geçtim."*

Kuramsalda belirtildiği gibi sosyal sermaye, bireylerin bağımsız çalışma yani girişimcilik şeklindeki istihdam biçimlerini seçmelerinde etkili olan bir faktördür. Kadın girişimciler için aile, önemli bir sosyal sermaye olarak istihdama katılımlarında rol oynamaktadır. Kutanis (2006)'inde araştırmasında bulguladığı gibi aile teşviki ile girişimci olan kadın sayısı çok fazladır.

Araştırmada yer alan kadın girişimcilerin %44,2'si iş kurma kararını kendisi almıştır. Evli kadınların % 41,9'u bu kararı eşleriyle birlikte almışken; bekâr kadınların %14'ü babaları ile birlikte almışlardır. Kadınların

iş kurma kararını daha çok aileleriyle birlikte vermeleri, kadın girişimciliğinde sosyal sermaye faktörü olarak ailenin önemini göstermektedir. Kadınların %97,7'si girişimci olmaları için kendilerini destekleyenler olup/olmadığı sorulduğunda "evet" şeklinde yanıt vermiştir. Kadınların %46,5'i eşinden, %41,9'u akraba ve arkadaşlarından, %39,5'i babalarından, %32,6'sı annelerinden, %7'si eş ve çocuklarından ve %7'si çocuklarından destek almışlardır. Görüldüğü gibi iş kurma aşamasında kadın girişimciler için aile, arkadaş ve akrabalar sosyal sermaye olarak önemli sosyal destek mekanizmaları işlevi görmektedir (Greve ve Salaf, 2003).

Kadınların %72,1'inin ailelerinde kendilerinden başka girişimci olarak çalışanlar vardır. Kadınların %25,6'sının eşleri, %27,9'unun babaları, %34,9'unun kadın akrabaları ve %44,2'sinin erkek akrabası girişimci olarak çalışmaktadırlar. Bu veriler, kadınların büyük oranda, aile, eş ve akraba desteğiyle girişimci olma durumunu desteklemektedir. Ailede girişimci olarak çalışan eş, baba ve diğer akrabaların bulunması, kadınların girişimciliği seçmelerinde, girişimcilik eğilimlerinde, etkili bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Araştırmada kadın girişimcilerin iş kurma sermayesi temininde en fazla tercih ettikleri yol eşleridir (%37,2)(Tablo 3). Kadınların banka kredisi almak (%32,6), anne-babadan sermaye temini (%27,9), akraba/arkadaşlardan borç para almak (%25,6) ve kendi tasarruflarını kullanmak (%25,6) yollarını seçtikleri tespit edilmiştir. Diğer sermaye temin yolları ise KOSGEB, miras, babanın/eşin işini devralmak (%11,6) olarak belirtilmiştir. Kadınlar arasında iş kurma aşamasında gerekli sermaye temininde banka kredisi gibi formel kaynaklardan yararlanma sınırlıyken; çoğunlukla aile, akraba gibi informal kaynaklardan yararlanılmaktadır.

**Tablo 3. İş Kurarken Sermaye Temini**

<b>İşinizi kurarken sermayeyi nasıl temin ettiniz?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Kendi tasarruflarımı değerlendirdim	11	25,6
Anne/babamdan borç aldım	12	27,9
Banka kredisi kullandım	14	32,6
Eşimden aldım	16	37,2
Akraba/arkadaşlarımdan borç aldım	11	25,6
Diğer	5	11,6

**Not:** Birden fazla seçenek işaretlendiğinden frekans toplamı 43'ü, oranı da % 100'ü aşmaktadır.

Sermaye temininde olduğu gibi kadınlar iş kurma aşamasında gerekli destek ve bilgi için daha çok eş (%41,9), aile (%30,2), arkadaşlara (%46,5) ve akrabalara (%37,2) başvurmuşlardır (Tablo 4). KOSGEB vb. devlet kuruluşları (%18,6), eğitim kurumları (%7), sivil toplum kuruluşları (%9,3), meslek birlikleri (%2,3) gibi zayıf bağlar olarak nitelendirilen ilişki ağlarından, bilgi ve deneyim edinmede daha az yararlandıkları görülmektedir.

**Tablo 4. İşin Kurulması Aşamasında Destek/Bilgi Alma Durumu**

<b>İşinizi kurma aşamasında kimlerden destek veya bilgi aldınız?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Aile	13	30,2
Arkadaş(lar)	20	46,5
Devlet kuruluşları	8	18,6
Eş	18	41,9
Sivil toplum kuruluşları	4	9,3
Akraba(lar)	16	37,2
Ticaret odası/meslek birlikleri	1	2,3
Eğitim kurumları	3	7,0

**Not:** Birden fazla seçenek işaretlendiğinden frekans toplamı 43'ü, oranı da % 100'ü aşmaktadır.

### 5.2.3. Kadın Girişimcilerin İşlerini Sürdürme Aşamasında Kullandıkları Destek, Bilgi Kaynakları ve Örgütlenme

Araştırma kapsamındaki kadın girişimciler, işlerini sürdürme aşamasında maddi destek buldukları kaynakları ticari bankalar (%48,8), eş (%46,5), akraba/arkadaşlar (%46,5), kendi tasarrufları (%27,9), anne-baba (%23,3) ve KOSGEB (%20,9) olarak belirtmişlerdir (Tablo 5). İş kurma aşamasına göre işlerini sürdürme aşamasında kadınların, banka kredisi, KOSGEB gibi devlet kurumlarından daha fazla yararlandıkları görülmektedir. Bunda kadınların çalışma hayatında zaman içinde deneyim kazanmaları, bilgi sahibi olmalarının etkisi olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte iş kurma aşamasında olduğu gibi işi sürdürme aşamasında da kadınların güçlü bağlar olarak adlandırılan eş, anne-baba, akraba ve yakın arkadaşlarından oluşan sosyal sermayelerinin maddi destek sağlayıcı rolleri önemli olmaktadır. Araştırmalara göre de kadın girişimciler için maddi destek kanalları eş, aile, arkadaşlar olmakta iken, erkek girişimciler için ise finansal kaynakların başında kendi birikimleri, banka kredisi, yatırımcıların destekleri başta gelmektedir (Hisrich ve Peters, 1998).

Kadınların işyerleri için ihtiyaç duydukları eleman temininde de güçlü bağlar etkili olmaktadır. Baba, eş, akrabalar ve yakın arkadaşlar (%93) aracılığıyla eleman bulmaktadırlar. İŞKUR aracılığıyla (%7) eleman sağlama çok azdır. Bunun gerekçesi olarak İŞKUR'un prosedür işlemlerinin çok olması, eşin, babanın eleman temini için İŞKUR'a başvuruya izin vermemesi gibi nedenler kadınlar tarafından ifade edilmiştir.

**Tablo 5. İş Sürdürme Aşamasında Maddi Destek**

<b>İşinizi sürdürme aşamasında maddi destek bulduğunuz yerleri belirtiniz.</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Kendi tasarrufları	12	27,9
Arkadaş(lar)	4	9,3
Eş	20	46,5
Ticari bankalar	21	48,8
Anne-baba	10	23,3
KOSGEB	9	20,9
Akraba(lar)	15	34,9

**Not:** Birden fazla seçenek işaretlendiğinden frekans toplamı 43'ü, oranı da % 100'ü aşmaktadır.

Kadınlar işlerini sürdürme aşamasında gerekli destek ve bilgi için daha çok akrabalara (%53,5), arkadaşlara (%51,2) ve eşlerine (%44,2) başvurmuşlardır (Tablo 6). İşlerini sürdürme aşamasında eğitim kurumları (%23,2) ve meslek birlikleri (%14) gibi sosyal ilişki ağlarından faydalanma biraz daha önem kazanmıştır. Araştırmalar, kadın girişimcilerin destek kanallarında eş, aile, yakın arkadaşların önemli olduğunu, erkek girişimciler için ise profesyonel danışmanlar, iş dernekleri, kuruluşlarının önemli bilgi ve destek faktörleri olduğunu göstermektedir (Hisrich ve Peters, 1998; Kök, 2007; Kim ve Sherradon, 2014). Yine toplumdaki erkeğin çalışmasına öncelik veren kültürel değerler nedeniyle, kendi işini kurma ve sürdürmede, kadın girişimciler için toplumsal kabul ve desteği sağlamada, aile, eş, akraba desteği almak önemli olmaktadır.

Kadınların sadece %37,2'si işleriyle ilgili mesleki eğitim almışlardır. Bunun sonucu olarak da işlerini sürdürme aşamasında bilgi, deneyim edinmede kurumsal kaynak olarak eğitim kurumlarından yararlanma kısıtlıdır. Mesleki eğitime katılım, beşeri sermayeyi artırdığı gibi sosyal sermayeyi de artıran bir işleve sahiptir. Bu faaliyetler sırasında kuracakları yeni bağlantı ve ilişkiler girişimcilerin başarısında önemlidir (Cansız, 2013).

**Tablo 6. İşin Sürdürülmesi Aşamasında Destek/Bilgi Alma Durumu**

<b>İşinizi sürdürme aşamasında kimlerden destek veya bilgi aldınız?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Aile	5	11,6
Arkadaş(lar)	22	51,2
Devlet kuruluşları	8	18,6
Eş	19	44,2
İnternet	13	30,2
Sivil toplum kuruluşları	3	7,0
Akraba(lar)	23	53,5
Ticaret odası/meslek birlikleri	6	14,0
Eğitim kurumları	10	23,2

**Not:** Birden fazla seçenek işaretlendiğinden frekans toplamı 43'ü, oranı da % 100'ü aşmaktadır.

İşlerinizde internetten faydalanıyor musunuz sorusuna kadınların %83,7'si "hayır", %16,3'ü (7 kadın) "evet" yanıtını vermiştir. İnternet gibi iletişim araçlarının etkin kullanımı, girişimcilerin bilgi ve tecrübe düzeylerini artırmakta, nitelikli bilgi ve kişilere ulaşmasını sağlamakta, geniş ağlara sahip olmasını getirmektedir (Cansız, 2013). Bu araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin ise işlerinde internetten faydalanma durumu çok düşük düzeydedir.

Kadın girişimcilerin işleriyle ilgili fuar, toplantı, sempozyum, kongre, çalıştay gibi organizasyonlara katılımı çok azdır. Kadınların sadece %7'si (3 kadın) işleriyle ilgili organizasyonlara katıldıklarını belirtmişlerdir. İşle ilgili organizasyonlara katılımın azlığı, kadınların girişimcilik faaliyetlerinde başarılarında önemli olan - ulaşılması daha zor olan bilgi gibi- sektöre yönelik fırsatların öğrenildiği, paylaşıldığı bağlar anlamına gelen zayıf ağlara sahip kadın sayısının az olduğunu göstermektedir. Fuar, organizasyonlara katılımın azlığı nedeni ile kadınlar iş deneyimi, teknik bilgilerinin artması, müşterilerin tanınması, yeni ilişkiler kurulmasıyla sosyal ağlarının genişlemesi olanaklarından yoksun kalmaktadırlar. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin olmaması, kadınların ev işleri sorumlulukları, bakım çağındaki küçük çocuklarının varlığı, çalışma yaşamında erkek yoğun ağlarda kadınların değerli ve önemli olarak görülmedikleri için erkeklerin kadınları ağlarına almak istememeleri, kadınların sosyal ağlarının dar olmasına neden olmaktadır (Burt, 1998; Timberlake, 2005; Kutanis, 2006; Kim ve Sherradon, 2014). Görüşmeler sırasında kadın girişimciler bu durumu şu ifadelerle dile getirmişlerdir:

*"İş kadını da olsan, çalışan kadın da olsan, erkeklerin gözünde sen kadın olarak ev işi yapan, çocuğa, kocaya bakmakla yükümlü olan bir ev kadınısın. O yüzden erkeklerin çok olduğu, iş toplantılarına, meslek odasının toplantılarına katılmak bir şey getirmiyor. O toplantılarda söz sahibi olamıyorsun, işle ilgili fikirlerine önem verilmiyor, konuşma hakkı verilmiyor bile."*

*"Kocam bırakın işimle ilgili fuar, toplantılara gitmeyi, meslek odasının toplantılarına bile gitmeme izin vermiyor. Ne gerek var, diyor. Bunları gereksiz görüyor. Zaten şehir dışı fuara, toplantıya gitsem, çocuklar ne olacak? Biri 2, diğeri 6 yaşında. Kim bakacak onlara? Bütün bunlar hep sıkıntı."*

Kadınların toplumsal cinsiyetlerinden dolayı erkeklerden daha düşük, ikincil bir statüde görülmesi, ev ve çocuk bakımı işlerinin önceliği bu tür işle ilgili organizasyonlara katılımını sınırladığı gibi örgütlenmelerini de olumsuz etkilemektedir. Kadın girişimcilerin örgütlenme konusunda yetersiz oldukları görülmektedir. Oysa örgütlenme, girişimci kadınların piyasa koşulları, kredi sağlama yolları hakkında bilgilendirici, yasal destek ve rehberlik sağlayıcı, mesleki yeterliliği artırıcı konularda hizmet almalarının tek yolu olarak önemli bir işleve sahiptir (Gürol, 2000). Örgütlenme ile kadın girişimciler arasında birlikte hareket edebilme yeterliliği ve bu çerçevede güven ilişkileri gelişir; iş kurma-sürdürme aşamasında yaşanan sorunların birliktelik ile çözülebilmeye fırsatı sağlanmış olur. Bu işlevleriyle örgütlenme etkin bir sosyal sermaye faktörü olarak kadın girişimciliğinde önemli faydalar getirir.



**Tablo 7. Dernek, Grup, Sivil Toplum Örgütlerine Üyelik Durumu**

Yerel dernek veya guruplardan, sivil toplum örgütlerinden hangisi/hangilerine üyesiniz?	Frekans	Yüzde (%)
Hemşehrilik grupları	1	2,3
Kalkınma, geliştirme ve dayanışma dernekleri	4	9,3
Diğer	1	2,3

**Not:** Birden fazla seçenek işaretlendiğinden frekans toplamı 43'ü, oranı da % 100'ü aşmaktadır.

Araştırma kapsamındaki kadın girişimcilerin kendi aralarında herhangi bir örgütlenmeleri olmadığı gibi yerel dernek veya gruplara, sivil toplum örgütlerine üyelikleri de yok denecek kadar azdır (Tablo 7). Kadınların tamamı meslek örgütü olarak, Tokat Sanayi ve Ticaret Odasına üyedir. Ancak bu üyelik kâğıt üzerinde kalan bir üyeliktir. Nitekim, görüşülen Ticaret ve Sanayi Odası yetkilileri düzenledikleri toplantı ve etkinliklere kadınların katılımının çok yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun dışında hemşehrilik gruplarına 1 kadın, kalkınma, geliştirme ve dayanışma derneklerine 4 kadın, diğer gruplara üyelik durumunda ise engelli derneğine 1 kadın üye bulunmaktadır.

Üyelerine ekonomik ve sosyal alanlarda yararlar sağlayan sivil toplum kuruluşları, kişilerin çevresiyle ilişkilerini geliştirir; farklı tabaka ve kökenden gelen insanların bir araya geldiği bu tür örgütler, dernekler insanları kaynaştırır; hoşgörü ve işbirliği gibi girişimcilik için önemli olan değerlerin yaygınlaşmasına hizmet eder. Sivil toplum kuruluşlarına üyelik sayesinde güven temelli, geniş çevrelerden kişilerle yeni sosyal ağlar kurmak mümkün olmaktadır (Putnam, 2000). Yine, girişimcilerin sorunlarını çözmede, satış-pazar şansını artırmada çevre edinmek için bu tür sosyal ağlara katılım gereklidir. Bu ilişki ağları ile kadın girişimciler iş yapılan sektöre yönelik yeni kaynak, bilgi şekillerine ulaşılmasını, öğrenilmesini ve paylaşılmasını sağlayan bağlar anlamına gelen zayıf bağlara sahip olacaklardır. Görüşülen kadınların çoğu, ailelerinin bu tür örgütlere üyeliklerine sıcak bakmadıklarını, eşlerinin/babalarının izin vermediğini ifade etmişlerdir. Görüldüğü gibi örgütlere üyeliklerde kadınların kendilerine yer edinmede toplumsal cinsiyete dayalı bir eşitsizlik-kadının yerinin ev olduğu, kadının ev dışındaki faaliyetleri için erkekten izin alma zorunluluğu yaşamaktadırlar. Bunun yanı sıra kadınların sadece %27,9'u (12 kadın), sivil toplum örgütlerine üyeliğin ve kendi aralarında örgütlenmenin iş yaşamlarına olumlu katkı yapacağını belirtmişlerdir. Eğitim düzeyi düşük olan kadınlar, örgütlenmenin ve sivil toplum üyelerine katılımın, işleriyle ilgili kendilerine sağlayacağı yararlar hakkında bilgi sahibi değildirler.

## 6. Sonuç

Bu çalışmada, kadın istihdamında sosyal sermaye faktörünün etkisi girişimci kadınlar kapsamında ele alınmıştır. Araştırma bulgularına göre, kadınların girişimci olarak istihdama katılımlarında babaları, eşleri ve akrabaları sosyal sermaye olarak önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle baba ve eşlerinin büyük çoğunluğunun, serbest meslek, esnaf ve işveren gibi mesleklerde yoğunlaşmaları, kadınların istihdama girişimci olarak katılmayı seçmelerinde etkilidir. Kadınların işlerini daha çok eş, baba ve yakın akrabalarından sermaye temin ederek kurdukları ulaşılan bir diğer önemli bulgudur. Bunun gibi kadın girişimcilerin iş kurma kararında ailenin belirleyiciliği vardır. Araştırma kapsamında yer alan evli kadınların yarısından fazlası işe giriş kararını eşleriyle birlikte vermişler, bekâr kadın girişimciler ise bu kararda anne ve babalarının etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Kadın girişimciler işlerini kurma aşamasında olduğu gibi, sürdürme aşamasında da gerekli olan destek ve bilgi kanalları için kurumsal kaynaklardan daha çok aile, akraba ve arkadaş çevresi gibi kaynaklara başvurmaktadır. Kurumsal kaynaklara başvurma, danışmanlık hizmetleri ve mesleğe yönelik kurumsal eğitim hizmetlerinden yararlanma çok düşük düzeydedir.

Kadın girişimcilerin kendi aralarında örgütlenmeleri yoktur. Sivil toplum örgütlerine üyelik yok denecek bir seviyededir. Oysa sivil toplum kuruluşlarına katılım sosyal sermayeyi geliştiren unsurlardandır. Üyelerine ekonomik ve sosyal alanlarda yararlar sağlayan sivil toplum kuruluşları, kişilerin çevresiyle ilişkilerini geliştirir; farklı kökenden gelen insanların bir araya geldiği bu tür örgütler, dernekler insanları

kaynaştırır, hoşgörü, işbirliği, iyi iletişim gibi girişimcilik için önemli olan değerlerin gelişmesine hizmet eder. Yine iş yapılan sektöre yönelik yeni kaynak, bilgi şekillerine ulaşılmasını, öğrenilmesini ve paylaşılmasını sağlayan bağlar anlamına gelen zayıf bağlara sahip kadın girişimci sayısı çok azdır.

Kadınların eğitim düzeyinin düşüklüğü, işgücü piyasasında girişimci olarak istihdamda olan kadınların iş kurma-sürdürme aşamalarında başarılı olmalarında etkili bir rol oynayacak zengin sosyal ağlara dolayısıyla sosyal sermayeye sahip olmalarını kısıtlayıcı bir etki yapmaktadır. Araştırmada kadınların çoğunluğu (%72,1), gerek kendi aralarında örgütlenmenin gerekse sivil toplum kuruluşlarına üyeliğin, iş yaşamlarına olumlu bir etkisi olacağını düşünmemektedir. Bunda eğitim düzeylerinin düşüklüğü etkilidir. Bireyler eğitimle başkalarına güveni, yardımlaşmayı, işbirliğini, sosyal ağlara katılımın faydalar sağlayabileceğini öğrenir. Eğitim düzeyi düşük olan kadınlar, örgütlenmenin ve sivil toplum üyelerine katılımın, işleriyle ilgili kendilerine sağlayacağı yararların farkında değildirler. Düşük eğitim düzeyi kadınlar için hem düşük kazançlı, geleneksel kadın işleri sayılan girişimcilik faaliyetlerini getirmekte hem de kadın girişimcilerin dâhil olabileceği, ulaşabileceği, kullanabileceği sosyal ağlara katılımı sınırlamaktadır.

Araştırmada, kadın girişimcilerin eş ve babalarının mesleki örgütlere, sivil toplum kuruluşlarına, işle ilgili fuar, toplantılara katılmalarına izin vermediği, kadınların toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklı ev işi, çocuk bakımı gibi sorumluluklarının da bu tür sosyal ağlara katılmalarına engel olduğu ortaya çıkmıştır. Görüldüğü gibi toplumsal cinsiyetin kadına yüklediği görevler kadın girişimcilerin sosyal ağlarının kısıtlı olmasına yol açmaktadır.

Kadın girişimcilerin kendilerini tanımladıkları kişilik özellikleri, kadın girişimciliğini biçimlendiren önemli sosyal sermaye faktörleridir. Araştırmada kadın girişimciler için risk alma, yaratıcı olma, bağımsızlık, rekabetçilik ve akılcı olma özellikleri daha az önem verilen kişisel özellikler olmaktadır. Toplumsallaşma sürecinde küçük yaşlardan itibaren öğretilip, benimsenen kültürel değerlerin sonucunda, kadınlar istihdama katılsalar bile, kendilerini rekabetçilik, bağımsızlık, akılcılık gibi toplumda daha çok erkeklere atfedilen özellikler ile tanımlama eğiliminde olmamaktadırlar. Kadın ve erkek olmaya yüklenen kültürel ve toplumsal bu anlamlar, istihdama katılım özelliklerini ve konumlarını etkilemektedir.

Çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde, kadınların girişimcilik sürecinde aile ve yakın arkadaşların yoğunluk kazandığı sosyal ilişkiler olarak güçlü bağlar anlamındaki sosyal sermayeden faydalandıkları ortaya çıkmaktadır. Kadınlar için girişimcilik yoluyla istihdama katılım, sosyal ağlardan faydalanarak başlamaktadır. Sosyal ağlar, kadınların iş kurma ve sürdürme aşamalarında yaşadıkları sermaye temini, eleman bulma gibi sorunlara çözüm üretmelerine olumlu katkılar sunmaktadır. Bu doğrultuda kadın girişimciler aileleri, akrabaları ve arkadaşlarından oluşan güçlü bağlar olarak adlandırılan sosyal sermaye faktöründen fayda sağlamaktadırlar. Ancak sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, kamu kuruluşları gibi daha büyük topluluklar arası bağları zayıftır. Oysa kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, meslek kuruluşları ve sektördeki diğer firmalarla işbirliği, dolayısıyla büyük ağlar, kaynakların elde edilmesi ve kadın girişimcilerin başarılı olmalarında zayıf bağlara nazaran daha fazla fırsatlar sunmaktadır. Araştırma kapsamındaki kadın girişimciler zayıf bağlar yönünden sosyal sermayeden faydalanamamaktadır. Eğitim düzeylerinin düşüklüğü, toplumsal cinsiyet temelli işbölümünden kaynaklanan sorumlulukları, kadınların sosyal ağlarının dar olmasına neden olmaktadır. Kadın girişimciler için sermaye/finansman sıkıntısı, kalifiye eleman sorunu, bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanamama, pazar, finans ve teknoloji bilgilerine ulaşmada sıkıntı yaşama, örgütlenme gibi birçok engel sosyal sermaye anlamındaki sosyal ağların genişliği yolu ile aşılabilmek potansiyeli taşımaktadır. Bu yönüyle geniş, nitelikli ve zengin ağ ilişkilerinin getirisinden kadın girişimciler yoksun kalmaktadır.

İşgücü piyasasında kadın girişimciliği yoluyla istihdamın artırılmasında sosyal sermayeden etkili bir şekilde yararlanılabilmesi için, kadınların, ildeki sosyo-kültürel yapıdan kaynaklanan ataerkil zihniyet ve uygulamalar karşısında toplumsal yaşama katılımı önündeki engellerin kaldırılması, eğitim ve çalışma haklarından yararlanması için çeşitli sosyal destekler ve hizmetler sunulması gereklidir. Ayrıca, kadının dışarıda çalışması önündeki sosyo-kültürel faktörlerden kaynaklanan olumsuz düşüncelerin aşılabilmesi için yerel TV'de kadının çalışmasını doğallaştırıcı, yerleştirici ve özendirici programlar yapılmalıdır. Kadın girişimcilerin sivil toplum kuruluşlarına üyelikleri teşvik edilmeli, internet gibi iletişim araçlarından yararlanma

düzeyinin artırılması için eğitim verilmeli, işleriyle ilgili fuar, toplantı, sempozyum gibi organizasyonlara katılımı sağlanarak, zayıf bağlar anlamındaki sosyal ağlar içinde yer almaları ve sosyal sermayelerini artırmaları sağlanmalıdır. Bunun için KOSGEB, Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı gibi girişimcilere mali destek sağlayan kuruluşlar, kadın girişimcilerin fuar, çalıştay, sempozyum gibi toplantılara katılımını destekleyici özel destek programları yapmalıdır. Kadın girişimcilerin teknik, hukuki, vergi, muhasebe gibi konularda profesyonel destek almalarını sağlayacak üniversite ve araştırma merkezleriyle olan sosyal ağları geliştirilmelidir.

Bu araştırmada ulaşılan sonuçlar, konu ile ilgili literatürde yapılan diğer araştırma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Ancak araştırmamızda elde edilen sonuçlar Tokat ili ile sınırlıdır. Bu konunun daha kapsamlı araştırılması, kadınların istihdama katılımını artırma yönünde geliştirilecek işgücü piyasası politikaları açısından bir zorunluluktur. Kadın istihdamını artırmanın önemli bir yolu olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisini ölçebilmek için Türkiye'deki kadın girişimcileri temsil edebilecek bir örneklem kütlesi üzerinde çalışma yapılabilir.

### Son Notlar

<sup>1</sup> *Toplumsal cinsiyet temelli işbölümü, kadın ve erkek arasındaki işbölümünün, hem cinsel hem de toplumsal ve kültürel yapısını ifade eder (Tabora ve Leach, 2000). Bu işbölümü, kadına ev içi çalışma ya da üremeyle ilişkili, erkeğe de kamusal ya da üretimle ilişkili yükümlülükleri getirir. Cinsiyete dayalı işbölümü, kadına ev içinde gerçekleştirilmesi gereken işleri (ev işi, çocuk bakımı) erkeğe de ev dışındaki işleri vermiştir. Kadın ev ve çocuk bakımı işi ile görevlendirilirken, evin geçimi erkeğin işi olarak görülmektedir. Bu işbölümü ayrıcalık ve ayrımcılık yapılarını yaratan hâkimiyet ve tabiiyet (bağımlılık) ilişkilerini dayatır (Molyneux, 1992: 119). Bu işbölümü erkekleri üst, kadınları bağımlı konuma yerleştirmektedir (Hartmann, 2006).*

<sup>2</sup> *Erkek otoritesine dayanan toplumsal örgütlenme düzenidir. Bu sistemin getirdiği ilişkiler, kadınların evde ve işgücü piyasasında ikincil konumuna sebep olmaktadır. Ataerkil sistem, toplum içinde gelişen sosyal ilişkilerde erkeğe üstünlük tanır ve erkeği daha güçlü kılar (Walby, 1990; Hartman, 2006).*

<sup>3</sup> *Aynı zamanda bir işletmenin hayatta kalmasında girişimcilerin eğitim düzeyi önemlidir ve düşük eğitim düzeyindeki kadın girişimciler bürokratik işlemler, finansal sıkıntıları çözememekte, bu da işlerin devamlılığını olumsuz etkilemektedir (Kök, 2007).*

<sup>4</sup> *Ataerkil sistemin kurallarını toplumsal cinsiyet belirler. Cinsiyete dayalı işbölümü ve biyolojik cinsiyetler arasındaki toplumsal ilişkileri belirten ve toplumda sadece kadının değil, erkeğin de konumunu işaret eden toplumsal cinsiyetin yaşama geçişi, toplumsal roller aracılığıyla olmaktadır (Savcı, 1999: 130). Toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal ve kültürel değerlerce belirlenir ve bu roller ile toplumda kadına ve erkeğe uygun bulunan kişilik özellikleri ve davranışları belirlenir (Anker, 1998). Kültür yoluyla aktarılan ve toplumun üyeleri tarafından da paylaşılan bu değerler, kadınların işgücü piyasasına katılımını sınırlamakta; işgücü piyasasına katılsa bile, meslek seçimini belirli alanlarda yapmasına neden olmaktadır. Kadınlar toplum tarafından toplumsal cinsiyetlerine uygun bulunan bakım, hizmet meslekleri ve ev işlerinin toplumsallaşmış biçimleri olarak tanımlanan ve dış işler olarak görülen işlerde çalışmaktadırlar (Barret, 1995: 151-152). Bunun sonucu olarak ta kadın işgücü, toplumsal cinsiyet rollerine uygun hemşirelik, öğretmenlik, sekreterlik, temizlikçilik, tezgâhtarlık, terzilik, gıda ve tekstil işçiliği gibi ya da girişimci kadınlar da olduğu gibi kadınlık rollerine yakıştırılan hizmet, ticaret sektörlerindeki faaliyetlere ait işlerde yoğunlaşmaktadırlar.*

### Kaynaklar

- Allen, W.D. (2000). Social Networks and Self-Employment. *Journal of Socio-Economics*, 29(5), 487-501.
- Anker, R. (1998). *Gender and Jobs: Sex Segregation of Occupations in the World*. Geneva: International Labour Office.
- Audretsch DB, Keilbach, M.C., & Lehmann, E.E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Oxford, U.K., Oxford University Press.
- Barbieri, P. (2003). Social Capital and Self Employment. *International Sociology*, 18(4), 681-701.
- Barret, M. (1995). *Günümüzde Kadına Uygulanan Baskı* (Çeviren: Şen Süer). İstanbul: Pencere Yayınları.

- Becchetti, L. & Trovato, G. (2002). The Determinants of Growth for Small and Medium Sized Firms: The Role of the Availability of External Finance. *Small Business Economics*, 19 (4), 291-300.
- Bedük, A. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 106-117, [www.e-sosder.com](http://www.e-sosder.com) (Erişim: 5 Temmuz 2015).
- Beggs, J. (1997). The Social Context of Men’s and Women’s Job Search Ties: Membership in Voluntary Organizations, Social Resources, and Job Search Outcomes. *Sociological Perspectives*, 40(4), 601-622.
- Bircan, İ. (1998). *Türkiye’de İşgücü Piyasasında Kadın ve Kadın Girişimciliği*. (Ed. Oya Çiftçi). 20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı, Yayın no: 285, Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- Birley, S. (1985). The Role of Networks in the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 1 (1), 107-117.
- Blumberg, B. F., & Pfann, G. A. (2001). *Social Capital and the Uncertainty Reduction of Self-Employment*. IZA Discussion Paper, No: 303.
- Boisjoly, J., Duncan, G. J., & Hofferth, S. (1995). Access to Social Capital, *Journal of Family Issue*. 16, 609-631.
- Bozionelos, N. (2003). Intra-organizational Network Resources: Relation to Career Success and Personality. *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(1), 41-66.
- Brook, K. (2005). Labour Market Participation: The Influence of Social Capital, <http://www.ons.gov.uk/ons/search/index.html?newquery=Labour+market+participation%3A+the+influence+of+social+capital> (Erişim Tarihi: 21 Mart 2015).
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (1998). Network Support and the Success of Newly Founded Business. *Small Business Economics*, 10, 213-225.
- Burt, R. S. (1998). The Gender of Social Capital, *Rationality and Society*, 10(1), 5-47.
- Cansız, M. (2013). *Türkiye’nin Yenilikçi Girişimcileri: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği*, Yayın No.2850, Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- Cassi, L. (2003). *Information, Knowledge and Social Networks: Is a New Buzzword Coming up?*. Paper to be presented for the Druid phd Conference, Aalborg, Denmark January 16-18, 1-20.
- Chell, E., & Baines, S. (2000). Networking, Entrepreneurship and Microbusiness Behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12 (3), 195-215.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Coleman, J. (1998). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, pp.95-120.
- Cromie, S. (1992). Networking by Female Business Owners in Northern Ireland. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 237-251.
- Davidsson, P. (2003). The role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301- 331.
- De Carolis, D. M. & Saporito, P. (2006). Social Capital, Cognition and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 41-56.
- Doh, S., & Zolnik, E. J. (2011). Social Capital and Entrepreneurship: An Exploratory Analysis. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4961-4975.
- Dökmen, Y. Z. (2006). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar* (2. baskı), İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Ecevit, Y. (1992). Türkiye’de Kadın İşgücünün Marjinalliği, *Bülten Dergisi*, sayı: 11, 15-19.
- Ecevit, Y. (1993). *Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi*, Kadın Girişimciliğine Özendirme ve Destekleme Paneli, KSSGM Eğitim Serisi, Yayın No: 74, ss. 15-34.
- EUROSTAT (2014). AB Kadın İşgücü Verileri, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (Erişim Tarihi: 10.07.2015).
- Fugate, M. (2001) The Role of Employability in How People Cope with Organizational Change. Arizona State University, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. NY: Free Press.
- Fukuyama, F. (2000). *Güven, Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması* (Çev. Ahmet Buğdaycı). No: 370, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Gedajlovic, E., Honig, B., Moore, C. B., Payne, G. T., & Wright, M. (2013). Social Capital and Entrepreneurship: A Schema and Research Agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 455-478.
- Glancey, K. (1998). Determinants of Growth and Profitability in Small Entrepreneurial Firms. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 4 (1), 18-25.

- Gomez, R., & Santor, E. (2001). Membership has its Privileges: The Effect of Social Capital and Neighbourhood Characteristics on the Earnings of Microfinance Borrowers. *The Canadian Journal of Economics*, 34(4), 943-966.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Grave, A., & Salaff, J. W. (2003). Social Network and Entrepreneurship. *Theory and Practice*, 28(1): 1-22.
- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler* ( 1. Basım). Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları,
- Hartmann, H. (2006). *Marksizm’le Feminizm’in Mutsuz Evliliği* (Çeviren: Gülşat Aygen). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Hillage, J., & Pollard, E. (1998). *Employability: Developing a Framework for Policy Analysis*. London: DfEE.
- Hisrich, R., & Peters, M.P. (1998). Entrepreneurship. McGraw-Hill/Irwin, USA.
- Hisrich, R., & Öztürk, S. (1999). Women Entrepreneurs in a Developing Economy. *The Journal of Management Development*, 18(2), 114-124.
- Hoogstra, G. J. & Dijk, J. V. (2004). Explaining Firm Employment Growth: Does Location Matter? *Small Business Economics*, 22 (3), 179-190.
- Iyer, S., Kitson, M., & Toh B. (2005). Social Capital, Economic Growth and Regional Development. *Regional Studies*, 39(8), 1015-1040.
- Jonsson, S., & Lindbergh, J. (2013). The Development of Social Capital and Financing of Entrepreneurial Firms: From Financial Bootstrapping to Bank Fundin. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 661-686.
- Kangasharju, A. (2000). Growth of the Smallest: Determinants of Small Firm Growth During Strong Macroeconomic Fluctuations. *International Small Business Journal*, 19 (1), 28-43.
- Kapu, H. (2008). Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22(1), 259-288.
- Karagül, M., & Masca, M. (2005). Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Bahar 2005, 1, 37-52.
- Kelley, D. J. & Nakosteen, R. (2005). Technology Resources, Alliances, and Sustained Growth in New, Technology-Based Firms. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52 (3), 292-300.
- Kim, S. M., & Sherraden, M. (2014). The Impact of Gender and Social Networks on Microenterprise Business Performance. *Journal of Sociology and Social Welfare*, September, XLI(3), 49-69.
- Klasen, S. (1999). *Does Gender Inequality Reduce Growth and Development: Evidence from Cross-country Regressions*. Policy Research Report on Gender and Development Working Paper Series. No: 7, The World Bank.
- Klasen, S., & Lamanna, F. (2009). The Impact of Gender Inequality in Education and Employment on Economic Growth, *Feminist Economics*, 15(3), 91-132.
- Klyver, K., & S. Terjesen (2007). Entrepreneurial Network Composition: An Analysis Across Venture Development Stage and Gender, *Women in Management Review*, 22(8), 682-688.
- KOSGEB (2005). *Ekonomik Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü*. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Müdürlüğü, Ankara.
- Kök, S. B. (2007). *Küçük ve Orta İşletmeler ve Kadın Girişimciliği*, Denizli Ticaret Odası Ekonomik Araştırmalar Serisi, Yayın No: 1, Ankara.
- Kutanis, R. Ö. (2006). *Girişimci Kadınlar*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Lin, N. , Ensel W. M., & Vaughn J. C. (1981). Social Resources and Strength of Ties: Structural Factors in Occupational Status attainment. *American Sociological Review*, 46(4), 393-405.
- Lin, N. (1999). Social Networks and Status Attainment. *Annual Review of Sociology*, 25, 467-487.
- Lorenzini, J., & Giugni, M. (2012). Employment Status, Social Capital and Political Participation: A Comparison of Unemployed and Employed Youth in Geneva. *Swiss Political Science Review*, 18(3), 332-351.
- Loscocco, K., Monnat, S. M., Moore, G., & Lauber, K. B. (2009). Enterprising Women: A Comparison of Women’s and Men’s Small Business Network. *Gender and Society*, 23(3), 388-411.
- Marcucci, P. N. (2001). Jobs, gender and small enterprises in Africa and Asia: Lessons drawn from Bangladesh, the Philippines, Tunisia and Zimbabwe. *Programme on Boosting Employment through Small Enterprise Development (EMP/SEED)*, Working Paper No. 18 (Geneva, International Labour Office).
- Marsden P. V., & Hurlbert, J. S., (1988). Social Resources and Mobility Outcomes: A Replication and Extension, *Social Forces*, 66(4), 1039-1059.



- Maurer, I. & Ebers, M. (2006). *Dynamics of Social Capital and their Performance Implications: Lessons from Biotechnology Starts-Up*. Cologne: University of Cologne, Germany.
- Minniti, M., & P. Arenius (2003). Women in Entrepreneurship. *The Entrepreneurial Advantage Of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium*, United Nations Headquarters April 29, 2003.
- Molyneux, M. (1992). Ev Emeği Tartışması ve Ötesi. içinde *Kadının Görünmeyen Emeği: Maddeci Bir Feminizm Üzerine*, (Derleme: Gülnur Savran ve Nesrin Tura) İstanbul: Kardelen Yayınları, (92-128).
- Molyneux, M. (2002). Gender and Silences of Social Capital: Lessons from Latin America. *Development and Change*, 33(2), 167-188.
- Montgomery, J. D. (1991). Social Networks and Labor-Market Outcomes: Toward an Economic Analysis, *American Economic Review*, 8, 1408-1418.
- Moore, G. (1990). Structural Determinants of Men's and Women's Personal Networks. *American Sociological Review*, 55(5), 726-735.
- Moser, C. O. N. (1989). Gender Planning in the Third World: Meeting Practical and Strategic Gender Needs. *World Development*, 17(11), 1799-1825.
- Munch, A., & McPherson, J. (1997). Gender, Children, and Social Contact: The Effects of Childrearing for Men and Women. *American Sociological Review*, 62(4), 509-520.
- Özer, M., & Biçerli, K. (2003), Türkiye'de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 55-86.
- Özgüler, V. C. (2007). *İş Arama Teorisi, Sosyal Ağlar ve İnternet*. Yayın no: 1728 Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Pena, I. (2002). Intellectual Capital and Business Start-Up Success. *Journal of Intellectual Capital*, 3 (2), 180-198.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy*, Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Renzulli, L. A., Aldrich, H., & Moody, J. (2000). Family Matters: Gender, Networks, and Entrepreneurial Outcomes. *Social Forces*, 79, 1-29.
- Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2011). Sources of Advice in Entrepreneurship: Gender Differences in Business Owners Social Networks. *International Journal of Entrepreneurship*, 13, 83-101.
- Roomi, M. A. (2012). The Effect of Human Capital on the Relationship of Social Capital and the Growth of Women-owned Enterprises: An Empirical Study of the UK Regions. *International Council for Small Business*, World Conference Proce; 6/1/2012.
- Sabatini, F. (2006). *Social Capital and Labour Productivity in Italy*, NOTA DI LAVORO 30.2006, Knowledge, Technology, Human Capital, February 2006.
- Sanders, J. M., & Nee, V. (1996). Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital, *American Sociological Review*, 61(2), 231-249.
- Savcı, İ. (1999). Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 54(1), 123-142.
- Sayın, E. (2011). Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 23-32.
- Schmidt, R. A. & Parker, C. (2003). Diversity in Independent Retailing: Barriers and Benefits - The Impact of Gender. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31 (8), 428-439.
- Soysal, A. (2010a). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(1), 83-114.
- Soysal, A. (2010b). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.
- Taborga, C. & Leach, B. (2000). *Cins Bakışı Sözlüğü* (Çev. Ertuğrul Kürkçü ve Nadire Mater). Yayın No: 3, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Tata, J., & Prasad, S. (2008). Social Capital, Collaborative Exchange and Microenterprise Performance: The Role of Gender. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 5, 373-388.
- T.C.Kalkınma Bakanlığı (2013). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*, Ankara.
- Timberlake, S. (2005). Social Capital and Gender in Workplace. *The Journal of Management Development*, 24(1), 34-44.
- Tundui, C., & H. Tundui (2013). An Empirical Analysis of Social Capital and Enterprise Performance in Tanzania: The Case of Women Owned Businesses. *International Journal of Developing Societies*, 2(1), 2013, 50-60.

- TÜİK (2014). Hanehalkı İşgücü İstatistikleri Dönemsel Sonuçları, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1007](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007) (Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2015).
- TÜSİAD (2000). *Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş: Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset*, Yayın no: TÜSİAD-T/2000-132/290, İstanbul.
- Ufuk, H., & Özgen, Ö. (2001). The Profile of Women Entrepreneurs: a Sample From Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, 25(4), 299-308.
- Yalman, İ. N., & Gündoğdu, Ö. (2014). Kadın Girişimciliği ve Bölgesel Kalkınma: TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat) Bölgesinde Bir Uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 39-70.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(2), 79-92.
- Verheul, I., & Thurik, R. (2001). Start-up Capital: Does Gender Matter?. *Small Business Economics*, 16(4), 329-346.
- Walby, S. (1990). *Theorizing Patriarchy*, Oxford: Blackwell.
- Wang, C. L. & Altinay, L. (2012). Social Embeddedness, Entrepreneurial Orientation and Firm Growth in Ethnic Minority Small Businesses in the UK, *International Small Business Journal*, 30 (1), 3-23.