



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gözde TOPRAKCI ALP

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE SOSYAL SERMAYE: ANTALYA'DA FAALİYET
GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2018



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gözde TOPRAKCI ALP

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE SOSYAL SERMAYE: ANTALYA'DA FAALİYET
GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Doç. Dr. Beyhan AKSOY

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2018

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Gözde TOPRAKCI ALP'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Beyhan AKSOY (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Mete Kaan NAMAL (İmza)

Tez Başlığı: Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye: Antalya'da Faaliyet Gösteren Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 22/06/2018

Mezuniyet Tarihi : 09/07/2018

(İmza)
Prof. Dr. İhsan BULUT
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “ Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye: Antalya’da Faaliyet Gösteren Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma ” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Gözde TOPRAKCI ALP



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Gözde TOPRAKCI ALP
Öğrenci Numarası	20155258003
Enstitü Ana Bilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Beyhan AKSOY
Tez Başlığı	Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye: Antalya'da Faaliyet Gösteren Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma
Turnitin Ödev Numarası	979979644

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 163 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 02/07/2018 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 6

alıntılar dahil % 14'dür.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

03/07/2018
Doç. Dr. Beyhan AKSOY

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLER LİSTESİ.....	iv
TABLolar LİSTESİ	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
ÖZET	viii
SUMMARY	x
TEŞEKKÜR.....	xii
ÖNSÖZ	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.1. Girişimcilik Tanımı	4
1.2. Kadın Girişimciliği Tanımı	6
1.3. Kadın Girişimciliğinin Önemi	8
1.4. Kadının Toplumsal Cinsiyet Roller ve Çalışma Hayatındaki Yeri	10
1.5. Kadın İstihdamı ve Girişimcilik İlişkisi	12
1.6. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Mevcut Durumu	16
1.7. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Etkenler	27
1.8. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar.....	28
1.8.1. Tecrübe Eksikliği.....	29
1.8.2. Güven Eksikliği	29
1.8.3. Bilgi Eksikliği/Eğitim Düzeyinin Düşük Olması	30
1.8.4. Sosyal Ağa Dâhil Olamama/İletişim Eksikliği.....	31
1.8.5. Rol Çatışması.....	31
1.8.6. Toplum Baskısı ve Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık.....	32
1.8.7. Cam Tavan Sendromu	33
1.8.8. Sermaye Temini.....	34
1.8.9. Bürokratik Engeller	35
1.8.10. Pazar Durumu	35
1.8.11. Örgütlenme Sorunu.....	36

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE SOSYAL SERMAYE İLİŞKİSİ

2.1. Sosyal Sermaye Kavramı.....	37
2.1.1. Sosyal Sermayenin Unsurları.....	39
2.1.1.1. Güven	40
2.1.1.2. Normlar	41
2.1.1.3. Sosyal Ağ	42
2.1.1.4. Katılım.....	44
2.2. Sosyal Sermayenin Önemi.....	45
2.3. Girişimcilik ve Sosyal Sermaye İlişkisi.....	47
2.3.1. Girişimcilik ve Sosyal Sermaye ile İlgili Çalışmalar	52
2.4. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye İlişkisi.....	57
2.4.1. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Sosyal Sermaye ile İlişkisi.....	61
2.4.2. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye ile İlgili Çalışmalar	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA'DA FAALİYET GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Problemi	70
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	70
3.3. Araştırmanın Yöntemi	71
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	74
3.5. Araştırmanın Örneklemi	74
3.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği.....	75
3.7. Araştırma Verilerinin Analizi	76
3.7.1. Verilerin Kodlanması.....	77
3.7.2. Temaların Bulunması.....	77
3.7.3. Verilerin Kodlara ve Temalara Göre Düzenlenmesi ve Tanımlanması.....	77
3.8. Araştırmanın Bulguları	78
3.8.1. Kadın Girişimcilere Dair Genel Bulgular	79
3.8.2. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular	85
3.8.2.1. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Finansal Destekler ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular	86
3.8.2.2. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Sosyal Destekler ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular	89
3.8.2.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular....	92
3.8.2.4. Kadın Girişimcilik Algısı ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular	100

3.8.2.5. Kadın Girişimcilerin Yaşam Memnuniyeti ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular.....	107
3.8.2.6. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Sosyal Ağ Düzeyine İlişkin Bulgular.....	109
3.8.2.7. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Katılım Düzeyine İlişkin Bulgular.....	113
3.8.2.8. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Güven Düzeyine İlişkin Bulgular.....	117
SONUÇ	124
KAYNAKÇA.....	132
EK 1 - Görüşme Notları ve Yorumlar	146
EK 2 - İçerik Analizi Tablosu.....	149
ÖZGEÇMİŞ	150



ŞEKİLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Sosyal Sermayenin Boyutları	40
Şekil 3.1 Sosyal Sermaye ve Girişimsel Başarı Arasındaki İlişki.....	130



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı (2014-2016).....	17
Tablo 1.2 Bazı Ülkelere Ait Kadın Girişimciliği İstatistikleri.....	18
Tablo 1.3 Türkiye’de Yeni Girişimci Desteğine İlişkin Bilgiler.....	20
Tablo 1.4 Türkiye’de Gerçekleştirilen Girişimcilik Eğitim Programı ve Katılımcı Sayıları (2014-2017).....	26
Tablo 1.5 Antalya İli Girişimcilik Eğitim Programı ve Katılımcı Sayıları (2014-2017).....	26
Tablo 3.1 Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	81



KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABİGEM	Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
AGİDER	Akdeniz Girişimci İş Kadınları Derneği
ANGİKAD	Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği
ATSO	Antalya Ticaret ve Sanayi Odası
BAKA	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı
GEM	Küresel Girişimcilik Monitörü
GEP	Girişimcilik Eğitim Programı
GİŞKAD	Girişimci İş Kadınları Derneği
İŞGEM	İş Geliştirme Merkezleri
İŞKAD	İş Kadınları Derneği
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KADAV	Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KAGİDER	Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	Kadın Emekini Değerlendirme Vakfı
KG	Kadın Girişimci
K-Gem	Kadın ve Genç Girişim Merkezi
KOBİ	Küçük ve Orta Boyutlu İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü
MAYA	Mikro Ekonomik Destek İşletmesi
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OVP	Orta Vadeli Program
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOBBAKGK	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Antalya Kadın Girişimciler Kurulu
TR	Türkiye

TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayici ve İşadamları Derneği
UİS	Ulusal İstihdam Stratejisi
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri
WES	Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı



ÖZET

Girişimcilik ekonomik ve toplumsal gelişmeyi etkileyen bir kavram olarak özellikle kadınlara istihdam alanı yaratması bakımından önemlidir. Girişimcilik kadınların istihdama daha fazla katılmalarını sağlayan önemli bir yol olarak ön plana çıkmaktadır. Türkiye’de son yıllarda kadın girişimciliğine yönelik önemin artması ile birlikte kadın girişimcilerin toplum içinde karşılaştıkları zorluklar ve faydalandıkları destekler göz önüne alındığında sosyal sermayenin kadın girişimciler için önemi ortaya çıkmaktadır.

Kadın girişimciler sosyal ağlar, güven, birliktelik, dayanışma, sosyal ve siyasal katılımı da kapsayan sosyal sermaye kaynakları ile iş kurma ve geliştirme süreçlerinde ve her türlü sorunun çözümünde girişimcilik anlamında dezavantajlarını avantaja çevirebilmektedirler. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı kadınların istihdam olanaklarının artırılmasının önemli bir yolu olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisi, Antalya’da faaliyet gösteren kadın girişimciler bağlamında incelenmiştir. Sosyal sermaye unsurlarından biri olan katılım özelliğinden yola çıkılarak Antalya’da faaliyette bulunan ve T.O.B.B. Antalya Kadın Girişimciler Kurulu ya da AGİDER’e mensup olan örneklem dâhilindeki 20 kadın girişimci ile nitel araştırma teknikleri kapsamında görüşme yapılmıştır. Kadın girişimcilerle yapılan görüşme verileri içerik analizi tekniği kapsamında analiz edilmiştir. Kadın girişimcilerin sahip oldukları finansal destekler, sosyal destekler, karşılaştıkları zorluklar ve yaşam memnuniyetleri ile görüşülen kadınların ve toplumun sahip olduğu kadın girişimcilik algısı sosyal sermaye düzeyleri kapsamında değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında sosyal sermayeye ait belirleyiciler üzerinden elde edilen bulgulara göre, kadınların girişimcilikte başarılı olmanın yollarını nasıl tarif ettikleri açıklanmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik ve kadın girişimciliğine dair kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş ve özellikle kadın girişimciliğinin Türkiye’deki mevcut durumu ve potansiyel girişimci sayıları verilerek kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar hem bireysel hem de toplumsal açıdan literatür bağlamında ele alınmıştır. İkinci bölümde sosyal sermaye kavramının ve unsurlarının kavramsal çerçevesi sunulmuş ve girişimcilik ve kadın girişimciliğinin sosyal sermaye ile ilişkisi açıklanmıştır. Ayrıca geçmişten günümüze sosyal sermaye ve girişimcilik ilişkisini ele alan ulusal ve uluslararası çalışmalara da yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmaya dair yöntem ve bulguların detaylı analizi yer almaktadır. Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve girişimcilik faaliyetlerine dair bilgilere ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye ile olan ilişkisine ışık tutmak amacıyla 20 kadın girişimci ile yapılan yüz yüze görüşmelerin bulguları yorumlanmıştır.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre, kadın girişimcilerin finansal sermaye temininde genellikle eş, aile veya arkadaş gibi yakın çevre bağlantıları etkili olmaktadır. Kadın girişimcilerin finansal destekleri gibi sosyal destek kaynakları arasında da eş ve aile üyeleri belirgindir. Diğer taraftan kadın girişimcilerin karşılaştıkları her türlü zorluğa rağmen sahip oldukları sosyal sermaye kapsamındaki destek mekanizmalarının gücü ve etkisi zorluklarla baş etmede önemli bir yol olmaktadır. Sosyal ağlar açısından kadın girişimciler özellikle girişimcilik faaliyetlerini kurma ve sürdürme aşamasında gerekli olan destek ve bilgi kaynaklarına ulaşmak için resmi kaynaklardan ziyade daha çok eş, aile üyeleri, akrabalar ve arkadaş çevresi gibi resmi olmayan kaynaklara başvurmayı tercih etmektedirler. Katılım düzeyi açısından kadın girişimcilerin sivil toplum örgütlerine üyelikleri ve faaliyetlerine aktif katılımlarının sahip oldukları sosyal sermaye düzeyini güçlendirdiği görülmektedir. Benzer şekilde güven ve güvenlik düzeyine ilişkin bulgulara göre, çoğu katılımcının topluma güvenme, çevreye güvenme ve güvenilir bir insan olma boyutları dâhilinde verdikleri olumlu cevaplar, sahip oldukları sosyal sermaye düzeyini güçlendirdiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Sosyal Sermaye, Sosyal Ağ, Katılım.

SUMMARY

WOMEN ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL CAPITAL: A RESEARCH ON FEMALE ENTREPRENEURS OPERATING IN ANTALYA

Entrepreneurship is a concept that affects economic and social development and is particularly important for women in creating employment. Entrepreneurship is at the forefront as an important way for women to participate more in employment. In Turkey in recent years, with the increasing importance of female entrepreneurship for women entrepreneurs is emerging importance of social capital for women entrepreneurs the supports they see and challenges they face in the community. Women entrepreneurs can turn into an advantage of disadvantages meaning entrepreneurship with social capitals resources including social networks, trust, cooperation, solidarity, social and political participation in the process of establishing and developing business and solving all kinds of problems. The aim of this study is to examine the effect of social capital on women's entrepreneurship, an important way of increasing the employment opportunities of women, in the context of women entrepreneurs operating in Antalya. As a result of the participation feature which is one of the elements of social capital, women were operating in Antalya and interviewed with 20 women entrepreneurs who were members of the T.O.B.B - Antalya Women Entrepreneurs Board or Mediterranean Entrepreneurial Business Women's Association - AGİDER (NGO) under qualitative research techniques. Interviews conducted by female entrepreneurs were analyzed within the content analysis method. Women entrepreneurs' financial support, social support, difficulties they face, satisfaction with life and women's and society's perceptions of female entrepreneurship are assessed within social capital levels of women entrepreneurship. According to the findings obtained from determinants of social capital within the study, it is explained how women describe ways of being successful in entrepreneurship.

In the first part of the study it has created a conceptual framework on entrepreneurship and female entrepreneurship, and in particular women's entrepreneurship given the current situation and potential entrepreneurs number in Turkey and difficulties faced by women entrepreneurs are discussed in the literature context in terms of both individual and social. In the second part, the conceptual framework of the concept and elements of social capital is presented and the relation of entrepreneurship and women entrepreneurship to social capital is explained. In addition, national and international studies dealing with the relationship between daily social capital and entrepreneurship were included in the past. In the third part, there is a detailed analysis of the methods and findings of the research. Demographic characteristics of

women entrepreneurs and information on entrepreneurial activities are included and the findings of face-to-face interviews with 20 women entrepreneurs were interpreted to shed light on the relationship between women entrepreneurs and social capital.

According to the findings of the study, close environment links such as spouse, family or friend are effective in providing financial capital for women entrepreneurs. Spouses and family members are also among the social support resources such as the financial support of women entrepreneurs. On the other hand, the power and influence of support mechanisms within the social capital they have in spite of all the challenges that women entrepreneurs face is an important way to cope with difficulties. In terms of social networks, women entrepreneurs prefer to resort to informal sources such as spouses, family members, relatives and friend circles, rather than formal sources, in order to reach the necessary support and information resources, especially during the establishment and maintenance of entrepreneurial activities. In terms of level of participation, women entrepreneurs' membership in non-governmental organizations and their active involvement in activities have strengthened their level of social capital. In the same way, according to the findings of trust and safety level that women entrepreneurs have positive responses by most participants within the dimensions of collective trust, trusting in the environment and being a trustworthy person have also pointed out that they strengthen their level of social capital.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Social Capital, Social Network, Participation.

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamı tamamlama sürecinde öncelikle bana her türlü desteği olan değerli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Beyhan AKSOY'a, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü öğretim üyeleri değerli hocalarıma ve AKGİM Merkez Müdürü Prof. Dr. Gürhan Yalçın'a, AKGİM koordinatörü Nevin KOROLA'ya, başta Duygu GÖLGESİZ ve Zeynep ACAR olmak üzere AKGİM'de görev alan tüm değerli personel ve öğretim üyelerine tez tamamlama sürecimde bana destek oldukları için teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca tüm eğitim hayatım boyunca beni maddi ve manevi destekleyen, fikirlerimi önemseyen, beni yönlendiren ve akademik anlamda beni destekleyen başta annem Fatma TOPRAKCI ve babam Hüseyin TOPRAKCI'ya ve uzakta da olsa her zaman beni destekleyen abim Gökay TOPRAKCI'ya ne kadar teşekkür etsem azdır.

Ve akademik eğitim hayatım boyunca aldığım kararlarda beni sonuna kadar destekleyen, yönlendiren ve yaşadığım zorluklarla baş etmemi sağlayan eşim Ömür Can ALP'a sabrı ve özverisi için ayrıca tüm kalbimle teşekkür ederim.

Son olarak tez çalışmama verdiği destek ve sağladığı işbirliğinden ötürü T.O.B.B. Antalya Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Sayın Serap KOCAOĞLU'na ve AGİDER Başkanı Sayın Figen SAYIN'a teşekkür ederim.

Gözde TOPRAKCI ALP

Antalya, 2018

ÖNSÖZ

Kadın istihdamının artırılmasında önemli bir araç olan kadın girişimciliğinin sosyal sermaye ile ilişkisi Antalya’da faaliyet gösteren kadın girişimciler bağlamında incelenmektedir. Çalışma doğrultusunda Antalya’da faaliyette bulunan kadın girişimcilere yönelik önemli Sivil Toplum Kuruluşlarına üye olan 20 kadın girişimci ile nitel araştırma teknikleri kapsamında görüşme gerçekleştirilmiştir. Söz konusu kadın girişimcilerin sahip olduğu sosyal sermaye düzeyleri araştırma kapsamında elde edilen başlıklar doğrultusunda değerlendirilmiş olup, ortaya çıkan bulgular neticesinde analiz edilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik ve kadın girişimciliğine dair kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş ve özellikle kadın girişimciliğinin Türkiye’deki mevcut durumu ve potansiyel girişimci sayıları verilerek kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar hem bireysel hem de toplumsal açıdan literatür bağlamında ele alınmıştır. İkinci bölümde sosyal sermaye kavramının ve unsurlarının kavramsal çerçevesi sunulmuş ve girişimcilik ve kadın girişimciliğinin sosyal sermaye ile ilişkisi açıklanmıştır. Ayrıca geçmişten günümüze sosyal sermaye ve girişimcilik ilişkisini ele alan ulusal ve uluslararası çalışmalara da yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmaya dair yöntem ve bulguların detaylı analizi yer almaktadır. Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve girişimcilik faaliyetlerine dair bilgilere ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye ile olan ilişkisine ışık tutmak amacıyla 20 kadın girişimci ile yapılan yüz yüze görüşmelerin bulguları yorumlanmıştır.

Gözde TOPRAKCI ALP

Antalya, 2018

GİRİŞ

Hem geleneksel hem de modern toplumlarda, kadınlar dezavantajlı gruplara dâhil edilmektedir. Özellikle ataerkil toplumun geleneksel değerleri modern toplumsal yapıda da önemli ölçüde varlığını devam ettirdiğinden, kadınlardan iyi bir anne, iyi bir eş ve iyi bir ev hanımının geleneksel rollerini yerine getirmeleri beklenmektedir. Dolayısıyla kadın üzerinde baba ve koca iktidarının yanı sıra, ataerkil toplum değerleri de egemenlik ve baskı aracı olabilmektedir.

Dünya nüfusunun yarısını temsil eden kadınların işgücüne daha fazla katılmaları, kadınların sosyal statüsünü artırmaya yardımcı olmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkeler ve az gelişmiş ülkelerdeki haklar ve fırsatlar açısından kadınlar ve erkekler arasında geniş bir boşluk söz konusudur. Oysaki kadınlar ve erkekler arasındaki eşitlik, bir insan hakkı ve demokratik toplumların temelini oluşturan ana ilkedir.

Çalışma yaşamında yer alan kadınlar, erkeklerden farklı olarak, ev işleri, çocuk bakımı gibi karşılıksız çalışma biçimleriyle ilgili işleri üstlendiğinden, daha az çalışma yaşamına katılmakta, belli mesleklerde yoğunlaşmakta, eğitim ve ilerleme imkânı kısıtlı olmakta ve düşük statülü ya da düşük ücretli işlerde çalışmaktadırlar. Bu durumda kadınlar hem işgücü nitelikleri hem de karşılıksız çalışma biçimleriyle ilgili işleri nedeniyle çalışma yaşamında geri plana itilen ikinci sınıf bir işgücü olarak görülmektedir.

Türkiye’de kadınların işgücüne katılma oranı, gelişmiş ülkeler ve hatta gelişmekte olan ülkeler arasında dâhi belirgin şekilde düşüktür. 2017 yılı hane halkı işgücü anketi sonuçlarına göre, Türkiye geneli için % 53,7 olan işgücüne katılma oranı erkeklerde % 73,5, kadınlarda ise % 34,3 olarak gerçekleşmiştir. Yaş guruplarına göre iş gücüne katılma oranlarının ise erkeklerde 15-64 yaş grubunda % 79,4, kadınlarda ise % 38,3 olduğu görülmektedir (TÜİK, 2017). TÜİK işgücü istatistikleri 2016 verilerine göre, 15-64 yaş arası kadınların işgücüne katılım oranı % 38,6 iken aynı şekilde kadınların istihdam oranı da %32,1’dir (TÜİK, 2016). İstatistiklerden de anlaşıldığı üzere, Türkiye’de kadınlar çalışma yaşamına yeterince katılamamaktadır. Bundan dolayı kadınların çalışma yaşamına katılımını desteklemek üzere devlet tarafından birtakım çalışmalar yapılmaktadır. Bu noktada girişimcilik, kadınların kendi hesabına çalışmasını teşvik etme yoluyla istihdamı artırmak için başvurulan bir politika olarak devreye girmekte ve devlet çeşitli programlar aracılığıyla istihdama dâhil olmayan kadınların bu şekilde gelir elde etmelerini amaçlamaktadır.

Türkiye’de de son yıllarda girişimcilik kültürünün ve kadın girişimciliğinin, sosyoekonomik yapılanmadaki eksiklikler, toplumdaki cinsiyete dayalı rol ayrımı ve aile içi

ataerkil üretim ilişkilerine rağmen geliştiğini söylemek mümkündür (Çakıcı, 2003: 72). Kadınların girişimci olmalarının genel olarak hem kadın işsizlik oranlarını düşüreceği hem de kadın istihdamını artıracakı öngörülmektedir. Bu nedenle yaygın olarak girişimcilik kursları düzenlenmekte, çeşitli hibe ve kredilerle kadın girişimciliği desteklenmektedir. 2017 yılı içerisinde gerçekleştirilen girişimcilik eğitim programları kapsamında toplam 94.016 katılımcıdan 46.301'i kadındır (İŞKUR Faaliyet Raporu, 2017). Ayrıca 2017 yılı içerisinde Antalya ilinde açılan Girişimcilik Eğitim Programları (GEP) kapsamında toplam 3.796 katılımcıdan 2.029'u kadındır (İŞKUR İstatistik Yıllığı, 2017). Kadınların girişimcilik eğitimlerine olan bu yüksek ilgilerine rağmen; hem kendileri hem de toplumdaki diğer kesimler için istihdam olanağı sunmasından ötürü kadın girişimciliği olması gereken düzeyde değildir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar ve toplum içindeki mevcut konumları göz önüne alındığında, girişimsel süreçlerde sosyal sermayenin kadın girişimciler için birer fırsat kaynağı olduğu görülmektedir.

Buradan hareketle, sosyal sermaye kavramı bireyin ya da grupların sahip olduğu sosyal ilişkilerden doğan mevcut veya potansiyel kaynakların bütünüdür ve aynı zamanda diğer sermaye türlerinin harekete geçmesini de sağlayan itici bir kuvvettir. Özellikle kadın girişimciler; sosyal ağlar, güven, dayanışma, sosyal ve siyasal katılımı da kapsayan sosyal sermaye ile ekonomik faaliyetlerindeki dezavantajları avantaja çevirebilmektedirler. Çünkü sosyal sermaye, iş kurma ve geliştirme süreçlerinde gerekli kaynakların temini ve harekete geçirilmesinde devreye girerek girişimsel sorunların çözümünde rol oynamaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin kadınların girişimcilik şeklindeki bağımsız çalışma biçimini seçmelerinde ve bu istihdam biçiminde başarılı olmalarında önemli olduğu bir gerçektir. Kadınların içinde bulundukları sosyal ağlar önemli ölçüde sosyal destek sağlayarak girişimciler için işe başlama ve sürdürme aşamasında fayda yaratma potansiyeli taşımaktadır. 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 sermayeleri arasında kadın girişimciler aleyhine farklılıklar bulunmaktadır. 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 ise çok yetersiz kalmaktadır. Bundan dolayı kadınların, çocuk bakımı ve toplumsal cinsiyet rollerinin dayattığı sorumluluklar yüzünden kadın girişimciler daha çok aile ve akraba çevresinden oluşan sosyal ağlarla sınırlı kalmaktadır (Aşkın ve Barış, 2016: 67).

Tüm bunlardan hareketle bu çalışmanın amacı, kadınların istihdam olanaklarının artırılmasının önemli bir yolu olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisi, Antalya’da faaliyet gösteren mevcut kadın girişimciler bağlamında incelenmesidir. Bu kapsamda, Antalya’da faaliyet gösteren girişimci kadınların, kariyerlerini seçerken ve girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken sahip oldukları sermayelerini nasıl değerlendirdikleri ve sosyal sermayelerinden nasıl yararlandıkları sorusuna odaklanılmaktadır. Kadınların girişimci olarak istihdama katılımlarında ve girişimcilik faaliyetlerinde yeterli sosyal sermayeye sahip olup olmadıkları ve sosyal sermayelerini artırmak adına hangi yollara başvurdıkları soruları araştırma kapsamında cevaplandırılmaya çalışılacaktır. Her şeyden önce kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin neden önemli olduğu ortaya çıkarılacaktır. Böylece bu çalışmayla, girişimcilik hayatına adım atmış kadınların sosyal sermayelerinin girişimsel süreçlerde etkili birer kaynak olup olmadığı sorusuna cevap aranmaktadır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik ve kadın girişimciliğine dair kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş ve özellikle kadın girişimciliğinin Türkiye’deki mevcut durumu ve potansiyel girişimci sayıları verilerek kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar, hem bireysel hem de toplumsal açıdan literatür bağlamında ele alınmıştır.

İkinci bölümde sosyal sermaye kavramının ve unsurlarının kavramsal çerçevesi sunulmuş ve girişimcilik ve kadın girişimciliğinin sosyal sermaye ile ilişkisi açıklanmıştır. Ayrıca geçmişten günümüze sosyal sermaye ve girişimcilik ilişkisini ele alan ulusal ve uluslararası çalışmalara da yer verilmiştir.

Üçüncü bölüm bu çalışmanın araştırma bölümü olup bu bölümde araştırmaya dair yöntem ve bulguların detaylı analizi yer almaktadır. Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve girişimcilik faaliyetlerine dair bilgilere ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye ile olan ilişkisine ışık tutmak amacıyla 20 kadın girişimci ile yapılan yüz yüze görüşmelerin bulguları yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.1. Girişimcilik Tanımı

Girişimcinin günümüzde herkes tarafından yaygın olarak kabul gören tanımı ilk olarak 1755 yılında Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon'a göre girişimci “bugün belirli fiyatlarla satın aldığını gelecekte (henüz) belirli olmayan fiyatlarla satan ve belirsizliği üstlenen kişidir” (Cantillon, 1755/1931, akt. Ahmad ve Seymour, 2008: 7). Defoe ise girişimciyi “projeektör yani proje gerçekleştiren kişi” olarak tanımlamıştır (Defoe, 1887/2001, akt. Ahmad ve Seymour, 2008: 7). Schumpeter'e (1934) göre girişimci kavramı “yeni bileşimler yoluyla pazarda değişimi gerçekleştiren yenilikçi kişidir” olarak açıklanmaktadır. Schumpeter'in girişimcilik tanımında yer alan yenilikçilik kavramı var olan kaynakların yeni bir bileşimini ifade etmektedir. Schumpeter yeniliği 5 şekilde tanıtarak girişimcilik davranışına yansıyan yenilik uygulamalarını şu şekilde belirlemiştir:

- Yeni bir malın veya özelliğin pazara sokulması,
- Yeni bir üretim metodunun tanıtılması,
- Yeni bir pazarın açılması,
- Yeni malzemeler veya parçaların temini için yeni bir kaynağın bulunması,
- Herhangi bir sektörde yeni bir organizasyonun gerçekleştirilmesi (Schumpeter, 1934, akt. Ahmad ve Seymour, 2008: 7).

Yukarıdaki tanımlamalardan yola çıkarak girişimcilik, ekonomik, kültürel ya da sosyal değer yaratan fırsatları tanımlamak ve harekete geçirmekle ilgilidir. Fırsatlar her zaman yeni ürünlerin, süreçlerin veya pazarların tanımlanması ile ilgili olurken, girişimcilik faaliyetleri genellikle inovasyon yoluyla kaynakların ve yeteneklerin geliştirilmesini gerektirir. Girişimciler, yeni ürünlerin, süreçlerin veya pazarların tanımlanması ve kullanılmasıyla, ekonomik faaliyetin yaratılması veya genişletilmesi yoluyla değer üretmeye çalışan kişilerdir. Girişimcilik faaliyeti ise, yeni ürünlerin, süreçlerin ya da pazarların tanımlanması ve kullanılmasıyla, ekonomik faaliyetin yaratılması veya genişletilmesi yoluyla değer üretmenin peşinde koşan girişimci insan eylemidir. Dolayısıyla girişimcilik, girişimcilik faaliyeti ile ilgili olguların bütünüdür (Ahmad ve Seymour, 2008).

Girişimcilikle ilgili yapılan tanımlamalarda ortak nokta, girişimciliğin ekonomik fırsatların yeni değerlere dönüştürüldüğü bir süreç olarak ele alınmış olmasıdır. Girişimsel süreç genel olarak, fırsatları değerlendirerek bir iş fikrinin ortaya çıkmasıyla başlayıp, gerekli

kaynakların temin edilmesi ve geliştirilen iş fikrinin uygulanması ve yönetilmesi ile son bulan ve insan yaşamını kolaylaştıran bir süreçtir.

Dollinger (1999) girişimciliğin bir süreç olarak farklı tanımlarını şu şekilde özetlemektedir:

- Girişimcilik; fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türüdür.
- Girişimcilik; bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir.
- Girişimcilik; niyet, kaynak, sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak yeni bileşimler yaratma sürecidir.
- Girişimcilik; daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır.
- Girişimcilik; daha önce rutin, sıradan iş süreçlerinde yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır.

Girişimcilik bir işletmenin kurulması, yönetsel süreçlerin işletilmesi, üretim ve pazarlamaya yönelik tüm risklerin üstlenilmesi gibi, bir işin kurulması ve yönetilmesine ilişkin faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2017: 12). Girişimci üretim faktörlerini başkalarının ihtiyacını karşılayacak mal ve hizmetler üretmek üzere tedarik eden ve uygun şekilde birleştiren kişidir (Mucuk, 2005: 6). Dolayısıyla girişimci, başkalarının göremediği fırsatları görüp bunları iş fikrine dönüştürebilme becerisine sahip olan ve mal ve hizmetleri üretmek veya pazarlamak üzere kâr/zarar riskini göze alan kişidir.

TÜSİAD girişimciyi, “bilinenleri en iyi yapan ve hünerlerine aklını da katan, olağan ve olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi” olarak tanımlamaktadır (Erdoğan ve Kurt, 2006: 101).

Bireylerin girişimci olabilmelerinin temel koşullarından biri: risk alabilmeleri ve bu riski taşıyabilecek donanıma sahip olmalarıdır. Bir girişimcinin aldığı eğitimden başlayarak bu eğitimini kullanabilme yetisine, ailede ve toplumda kendisine tanınan olanaklara ve iş yüküne kadar birçok faktör girişimciliği etkilemektedir. Girişimci olmak, girişimcileri harekete geçiren özelliklerin yanında farklı özellikler taşımayı da gerektirmektedir (Eryılmaz, 2014: 6). Kişilik yapısı, cinsiyet, vizyon sahibi olma, hayal gücü kuvvetli olma, özgüveni yüksek ve sorumluluk sahibi olma, liderlik özelliğine sahip olma, yenilikçilik ve yaratıcılık özelliklerine sahip olma, takım çalışmasına önem verme, risk alabilme, analitik ve sentezci düşünme yeteneğine sahip olma gibi özellikler örnek olarak verilebilir.

Girişimcinin zellikleri içinde, cinsiyet faktörü de önemli bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Kişilik özelliklerini de etkileyen cinsiyet faktörü, cinsiyet rollerinin ortaya çıkması sonucu girişimcilik kavramını da etkilemektedir (Eryılmaz, 2014: 6).

Özetle bir girişimcinin faaliyette bulunduğu alan ne olursa olsun yerine getirmesi gereken bazı fonksiyonlar söz konusudur. Bunlar yeni mal ve hizmet üretmek, yeni üretim yöntemleri geliştirmek ve uygulayabilmek, endüstride yeni organizasyonlar kurmak, yeni pazarlara ulşamak ve hammaddelerin vb. maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmaktır (Küçük, 2017: 36-37).

Girişimcilik günümüzde iktisadi gelişme ve istihdam sorununa çareler üretebilme noktasında değer kazanan bir olgu olarak ön plana çıkmaktadır. Yatırıma yönelen bireysel çabaları ifade eden girişimcilik, geliştirilmesi ve güçlendirilmesi yönünde teşvikleri içeren bir alan olarak görülmektedir. Özellikle kadın girişimciliği, yakın dönemde ulusal ve uluslararası düzlemde ilgi çeken bir alan olmuştur. Dolayısıyla kadınların girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik yeteneklerinin güçlendirilmesi yönündeki çabalar ve yasalar her geçen gün artmakta ve bu noktada çeşitli stratejiler geliştirilmektedir.

1.2. Kadın Girişimciliği Tanımı

1980’li yıllardan itibaren birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede olduğu gibi Türkiye’de de kadın girişimciliği alanında gelişmeler kaydedilmiş yüksek eğitim görmüş ve çalışma yaşamına atılmış kadın girişimci sayısı hızla artmıştır. Özellikle bu dönemden sonra Türkiye’de kadınlar eş ya da anne olan geleneksel kimliklerinden sıyrılarak çalışma ya da ticaret yaşamına daha fazla katılmışlardır. Ancak günümüz kadın girişimcileri çoğunlukla, erkek girişimcilerin erişebileceği fırsatlar ağının dışında kalmakta, rol model olarak görülmemekte ve girişimci için gerekli olan duygusal destekten yoksun bırakılmaktadır.

Toplumda değişen sosyal, ekonomik ve kültürel koşullara karşın değişmeyen “kadın olma gerçeği” kadının tüm toplumsal ilişkilerini belirlemektedir (Cici, 2013: 62). Dolayısıyla kadına ve kadının çalışma yaşamındaki değişen rolüne bağlı olarak araştırma ve yayınlar bağlamında da kadın ve kadın girişimciliğine yönelik çalışmalar hızla artış göstermektedir.

Çelebi’ye göre (1993) kadın girişimci kavramı “piyasa ekonomisi içinde, kendi işinin sahibi olan, tek başına çalışan ya da yanında işçi çalıştıran, mal ve hizmet üretilip satan, kredi kaynaklarını araştıran, işle ilgili acil problemlerin üstesinden gelebilen, yeni koşullara adapte olabilen ve alanında deneyim sahibi olmaya çalışan kadın olarak” tanımlanmaktadır (şekerler, 2006).

Ecevit (1993: 20) “girişimci kadın” tanımını şu maddeler çerçevesinde tarif etmiştir:

- Kadın girişimci, ev dışında bir mekânda, kendi adına kurduğu bir ya da birkaç işyeri olan,
- Bu işyerinde tek başına ya da istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal ya da hizmetin üretilmesi ile ilgili faaliyetleri yürüterek, bu mal ya da hizmetin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan ya da yaptıran,
- İş ile ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin çalıştırılması, kapatılması ya da işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren, işinden elde ettiği kazancın kullanım ve yatırım alanları üzerinde söz sahibi olan kişidir.

Bu ifadeler doğrultusunda kadın girişimci kavramını “evinin dışında kendi adına ya da ortaklık sıfatıyla bir ya da birkaç işyeri olan, herhangi bir mal ya da hizmetin üretilmesi, pazarlanması ve tüm işletme faaliyetleri ile ilgili kararlar alan, yürüten, gerçek ve tüzel kişiler ile kendi adına ilişki kuran ve işinden elde ettiği kazancın kullanımı üzerinde söz sahibi olan kişi” olarak ifade etmek mümkündür (İlter, 2008: 70).

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) kadın girişimciliğini, “fıkri ile sermayesini birleştirerek yeni bir işletme kuran ve kendi dışında da istihdam yaratan kadınlar için kullanılmakta olan bir kavram olmaktan çıkararak, işsiz ve yoksul kadınların ev gelirini artırıcı faaliyetlerini ve mikro kredileri de içeren bir şemsiye” olarak tanımlamıştır (TÜSİAD & KAGİDER, 2008). Bununla birlikte Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı’nda (2015-2018) sermaye sahipliği ile ilişkilendirerek kadın girişimciyi, tek başına veya en az %30 payla bir işletmenin sahibi olan kadın ve potansiyel kadın olarak tanımlanmaktadır.

Kadınların Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri temelde yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik olarak geliştirilen kadınların kendi başlarına küçük işyeri kurma girişimlerine dayanmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe ağırlıklı olarak kendisini hissettiren kadın girişimciler, göreceli olarak küçük, az bir kuruluş sermayesi ile işe başlamaya imkân veren ve düşük gelirli işlerde yoğunlaşmıştır (Demircioğlu, 2010). Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artmış olması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye’de özellikle başvuru işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının son derece zayıf olması, zorunlu olarak kadınları kendi işinde çalışmaya sevk etmiştir (Tamer, 2013: 651).

1.3. Kadın Girişimciliğinin Önemi

Günümüzde sosyal, teknolojik ve endüstriyel değişimler daha fazla kadının çalışma hayatında yer bulmasını sağlamaktadır. Gerek bilgi teknolojilerindeki yenilikler sayesinde bilgi elde etmenin kolaylaşması, gerekse eğitilmiş kadın sayısındaki artış, kadınların çalışma yaşamının birçok alanında kendisine yer bulması sonucunu doğurmuştur (Özyılmaz, 2016: 40). Bu anlamda girişimcilik de kadınlar için cazip bir kariyer alanına dönüşmüştür.

Küresel Girişimcilik Monitörü'nün (GEM) 2014 yılında Türkiye'de yaptığı bir araştırmaya göre, girişimci olmak isteyenlerin bu düşüncesini tetikleyen faktörler öncelikle ihtiyaçlar daha sonra fırsatlar olarak şekillenmektedir. Sonuçlara göre, "Türkiye'de fırsatları değerlendirmek için girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin yüzdesi 2013'te % 60,8 iken 2014'te % 34,7'ye düşmüştür. İşsizlik veya ihtiyaçtan dolayı fırsatları değerlendirmek isteyen girişimcilerin oranı bir önceki yıla göre % 8,1'den 2014'te % 42,5'e yükselmiştir. Bununla birlikte, çalışmayan kişilerin mecburiyetten dolayı iş olanaklarını değerlendirip girişimcilik faaliyetine katılım oranı % 6'dan % 31,6'ya çıkmıştır". Bu söyleminden hareketle girişimciliği fırsat girişimciliği ve ihtiyaç girişimciliği olmak üzere 2'ye ayırmaktadır. Fırsat girişimciliği temelde, pazardaki mevcut fırsatları görerek ya da potansiyel fırsatları sezinleyerek, mevcut olan bir mal veya hizmeti pazara sunmaktır (Küçük, 2017: 53). Diğer taraftan ihtiyaç girişimciliği ise, kişilerin mevcut ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu yönde giderilmesi için teşebbüste bulunmaktır. Diğer bir deyişle kişi mecburiyetten veya ihtiyaçtan ötürü girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadır.

Kadınları girişimci olmaya iten nedenler arasında öncelikle ihtiyaç daha sonra fırsat motivasyonu etkili olmaktadır. Araştırmanın da (GEM - 2014) değindiği üzere, kişilerin girişimci olma niyetleri artarken bu artışın arkasında yatan neden öncelikle ihtiyaçtan doğmaktadır. Dolayısıyla kadın girişimci sayısının bu iki boyut etrafında şekillenerek artması, girişimciliğin istihdam açısından önemine dikkat çekmektedir.

Girişimci kadınların sayıca artmasının, istihdam yaratmak, bireysel ve toplumsal refahı artırmak gibi ekonomiye ve topluma yarar sağlayan etkilerinin olacağı bilinmektedir. Bir ülkede kadın girişimciliğinin eksikliği sadece kadının ekonomik statüsünü değil, ülkenin ekonomik kalkınmasını da olumsuz yönde etkilemektedir (İlter, 2008: 82).

Kadınların sahip oldukları girişimci potansiyellerinin ortaya çıkarılması ve değerlendirilmesinin iki yönden katkısı bulunmaktadır. Bu katkılardan ilki, yeni istihdam olanaklarının yaratılarak ekonominin beslenmesi ve güçlenmesi, ikincisi ise kadının toplum içinde sahip olduğu rol ve statüsünün güçlenmesini sağlamak olmaktadır (İlter, 2008: 84).

Kadınların toplumsal ve ekonomik yaşama girişimcilik aracılığıyla katılımı bu anlamda önem arz etmektedir. Kadınların işletme açması ve geliştirmesi, önündeki engellerin kaldırılması ve kadın işletme sahipleri için eşit ortam oluşturulması, güçlü bir girişimcilik anlayışı açısından önemlidir ve ulusal büyüme stratejilerinde de önemli bir yere sahiptir (Özyılmaz, 2016: 41). Kadın girişimciler, girişimcilik faaliyetleri süresince yeni alanlar yaratmakta ve bilgiye dayalı ekonominin önemli aktörleri olarak toplumda yer almaktadırlar. Kadınların çalışma hayatına katılmaları, toplumda kadının konumunu güçlendirerek, ülkenin gelişmişlik düzeyine olumlu katkı sağlamakta ve adaletsiz gelir dağılımını önlemeye yardımcı olmaktadır.

Kadınların girişimci olması, çalışma biçimine kıyasla bireysel anlamda onlara daha fazla özerklik, özgür hareket etme, kısa ve uzun vadeli planlar yapma, sosyal ağlar yaratma ve sürdürme, iş hayatında edinilen tecrübeleri verimli kanallara aktarma gibi pek çok açıdan fayda sağlamaktadır.

Kadın girişimci, kurumsal olarak ülke ekonomisine katkıda bulunmakta, istihdama katkı sağlamakta, vergi ödemekte, ailenin refah düzeyini artırmakta, çocuklarının eğitim düzeyini yükseltmekte, nüfus planlamasına katkı sağlamakta ve her şeyden önemlisi girişimci olmak isteyen diğer kadınlara rol model olmaktadır (Öztürk, 2016: 38).

Kadın girişimciliği ekonomik ve toplumsal hayata önemli yarar ve fırsatlar sunmakla birlikte, ülke ekonomisini geliştirmede potansiyel girişimcilik faaliyetleri ile kaldıraç kuvveti oluşturmaktadır (Öztürk, 2016: 38). Diğer bir deyişle, kadın girişimciler ekonomik gelişmenin ve büyümenin önemli bir kaynağını oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla kadınlar toplumdaki işyerlerinin, iş ağlarının, finansal kurumların ve bunların dışında sosyal ve kültürel değerlerin yeniden şekillenmesine yol açarak, yoksullukla mücadelede önemli bir etkiye sahiptirler.

Ekonomik ve sosyal gelişmeler kadınların ilerlemesi ile yakından ilişkilidir. Kadınların gelişmiş olduğu ülkelerde ekonomik büyüme genellikle istikrarlı olmuştur. Buna karşılık kadınların kısıtlandığı ülkelerde ekonomiler durgunluk içindedir (Keskin, 2013: 96). Hiçbir dönüşüm ve gelişim kadınların potansiyelinden faydalanılmadığı sürece mümkün değildir. Bu nedenle ülkelerin sosyoekonomik gelişimi açısından kentsel alandaki kadınların yanı sıra kırsal alandaki kadınlar için de fırsatlar yaratmak çok önemlidir. Güçlenmiş kadın girişimcilerin, aile, toplum ve sosyokültürel değerler açısından önemi oldukça fazladır. Dolayısıyla kadının güçlenmesi azalan cinsiyet eşitsizliği, azalan yoksulluk ve artan sürdürülebilir büyümeye katkılar sağlaması bakımından önemlidir. Ayrıca kadın girişimciler ayırt edici özellikleri nedeniyle girişimcilik faaliyetlerinin ve ekonomik performansın çeşitliliğine katkıda bulunmaktadır. Mal ve hizmet üretimi açısından kadın girişimcilerin niş

pazarlarda da faaliyet gösterme eğilimleri söz konusudur (Keskin, 2013: 97). Zamanla değişen ve gelişen tüketici talepleri doğrultusunda niş pazarlar daha fazla dikkat çekmektedir.

Özetle, teknolojik ve endüstriyel gelişmeler sayesinde her geçen gün daha fazla kadın kendi işini kurmak istemektedir. Önceki çalışmalar (Göküş vd., 2013; Demir, 2015; Tamer, 2013; Şekerler, 2006) kadınların yerel, ulusal ve küresel ekonomilerin büyümesine katkıda bulunacak girişimci potansiyeline sahip olduğuna dikkat çekmektedir. Özellikle kadın işgücü potansiyeli göz önüne alındığında, kadın girişimciliği dünya çapında ekonomik büyüme ve gelişme için önemli bir potansiyele sahip olmaktadır.

1.4. Kadının Toplumsal Cinsiyet Roller ve Çalışma Hayatındaki Yeri

Her toplumun kendine has değerler, yargılar, inançlar ve gelenekler bütününe sahip olması nedeniyle toplumsal cinsiyet ve onunla ilişkili sorunlar bağlama özeldir. Toplumsal cinsiyet ilişkileri, “kadın ve erkeğin sadece eril ve dişi olmadığı, aynı zamanda anne ve baba, kız çocuk ve erkek çocuk, karı ve koca olduğu bir sosyal ilişkiler toplamını” ifade etmektedir (Dedeoğlu, 2000: 158).

Sanayi devrimi öncesinde bireylerin emeği cinsiyetten bağımsız olarak piyasa içi ve dışı ayırımına henüz tabii değilken, sanayileşme sonrasında ise emek kavramı tanımlanmış ve “görünmeyen emek” arzı görevi kadına verilmiştir (Öztürk ve Coşar, 2017: 531). Özkaplan’ın da belirttiği gibi (2009), “kadının ev içi iktisadi faaliyetleri, piyasa-dışı faaliyetler olarak önemsiz ve ikincil görülmektedir. Daha net bir ifadeyle, kadın ve erkekleri farklı bir biçimde kavramsallaştıran birtakım örtük varsayımlarla, iktisatta kadın görünmez kılınmaktadır” (Özkaplan, 2009: 16). Dolayısıyla duygusal emek olarak adlandırılan bakım emeği bir kadının sahip olduğu çocuk, hasta ve yaşlı bakımı gibi görevlerinin toplumda diğerkâmlık çerçevesinde değerlendirilmesine olanak sağlamaktadır. Geleneksel toplumların çoğunda geçerli olan bu durum, cinsiyetçi işbölümünün izlerini taşıyan günümüz toplumlarında da etkisini sürdürmektedir. Dolayısıyla aile içi rollerde kadınların daha fazla sorumluluk alması, kadını kamusal ve sosyal alandan soyutlamaktadır. Bu durum kadınları üretimden ve çalışma hayatından uzak tutmakta ve kendi özel alanında yaşamaya zorlamaktadır.

Mackintosh’a (1981) göre, “işbölümünde, kadının ev içi çalışmayla yükümlü tutulması; çalışma yaşamında düşük ücretli işlerde çalışması; kadınların belli sanayi sektörlerinde yoğunlaşması, belli mesleklere yönlendirilmesini, kadınların vasıfsız işlerde ve hiyerarşi ve otorite bakımından düşük konumlarda bulunması sonucunu doğurmaktadır” (Özçatal, 2011: 24). Kadınlar, ücretli işlerde çalışıyor olsalar bile, ev içindeki görev ve sorumlulukları onların sırtına yüklenmekte ve bunun üzerine bir de ücretli işlerin tatmin edici

olmayışı problemi ile karşı karşıya kalan kadınların çalışma yaşamına katılımı önemli bir şekilde engellenmektedir.

Toplumsal hayatta kadın ve erkeğin eşit, adil ve birbirini tamamlayan bir anlayışın hâkim olmadığı ve erkeğin kadından üstün olması gerektiği yönünde belirlenmiş birtakım kalıp yargılar bütünü söz konusudur. Diğer bir deyişle, kadının erkeğin bir adım gerisinde olması gerektiği, erkeğin birçok konuda kadından daha ileride olması gerektiği şeklinde bir bakış açısının yaygınlaştığından bahsedilebilir. Toplumsal cinsiyet rollerinin ve bu rollerin şekillendiği sosyalleşme süreci bu yapının yerleşmesinde önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla ülkemizde hem geleneksel değer ve tutumlar, hem de sosyoekonomik yapıdan kaynaklanan nedenlerden dolayı kadınlar dezavantajlı grup dâhilinde belirli toplumsal rollerde yer almaktadırlar.

Hartmann’a göre (2006) ataerkillik kavramı, “maddi temeli olan ve erkeklerin kadınlar üzerinde tahakküm kurmalarını sağlayan hiyerarşik ilişkiler ve erkek erkeğe dayanışmayı içeren toplumsal ilişkiler dizisi” olarak tanımlanmaktadır. Ataerkil toplumun geleneksel değerleri modern toplumsal yapıda da önemli ölçüde varlığını devam ettirdiğinden, kadın için iyi eş ve iyi anne rolleri önem taşımakta ve kadın için çifte sömürü veya çifte egemenlik koşulları yaratılmaktadır. Erkeklerin egemen olduğu toplumsal yapılar ve uygulamalar sistemi olan ataerkil sistemde, erkekler hem ev içinde hem de ücretli işlerde kadınların üretkenliğini denetim altında tutmakta ve bu bağlamda kadınların ev ve çalışma yaşamında ikincil konuma sürüklenmesine sebebiyet vermektedir.

Günümüzde kadınların ne tür iş yaptıkları toplumda var olan cinsiyet ideolojilerinin bir yansıması haline dönüşmektedir. Kadınlar bir kere çalışmaya başladıklarında yaptıkları işler daha çok kadınlara uygun olarak görülen işlerden oluşmakta ve böylece annelik ve kadınlık ideolojisinin bir uzantısı olarak emek piyasalarındaki işbölümünü de yakından etkilemektedir (Dedeoğlu, 2000: 165). Dolayısıyla işbölümü hem toplumda hem ev içinde hangi işi kimin yaptığına karşılık gelmektedir. Fakat bu işbölümü Agarwal’a göre (1994), “kadınlara ve erkeklere farklı yetenekler, davranışlar ve istekler veren fikirleri, faaliyetleri ve temsil edilmeyi kapsayan geniş bir yelpazeyi içermektedir” (Dedeoğlu, 2000. 151).

Toplumsal yapıdaki hızlı değişimler her alanı olduğu gibi çalışma yaşamını da derinden etkileyerek kadınların, çeşitli çalışma biçimleri ile üretim faaliyetleri içerisinde yer almaya başlamasına neden olmuştur. Kadınların çalışma biçimlerindeki çeşitlilik, çalışma kavramına erkekler ve kadınlar açısından farklı bir anlam ve içerik yüklemektedir. Kadınların çalışmasının sadece ekonomik olarak üretken faaliyetlerden ibaret olmaması, çalışma yaşamına katılımı ve çalışma koşullarını kadın ve erkek için farklı özelliğe büründürmektedir.

Kadınların ev içinde kendilerinin, ailelerinin ve toplumun yeniden üretimi için parasal karşılık beklemeden yaptıkları işler istatistiksel verilerde yer alamamaktadır. Çalışma yaşamına katılan kadın için erkeklerden farklı olarak ev işleri, çocuk bakımı gibi -karşılıksız çalışma biçimleriyle ilgili- işler kadının sorumluluğunda olmaya devam etmekte; kadınlar daha az çalışma yaşamına katılmakta; belli mesleklerde yoğunlaşmakta; çalışma hayatında eğitim ve ilerleme imkânı kısıtlı olmakta; düşük statülü ve düşük ücretli işlerde çalışmakta veya emek piyasasında ikinci sınıf işgücü olarak yer almaktadırlar (Özçatal, 2011: 22).

White'a (1994) göre, "kadınların bir dizi karmaşık sömürü ilişkisinin içinde bulunduğu ve bu ilişkilerin akrabalık ve komşuluk etrafında gelişen karşılıklı güven ve dayanışma ilişkilerini geliştirdiği bir gerçektir ve ilişkilerin çelişkili yapısı, aile içinde olabileceği gibi bazen işyerinde de varlığını sürdürmektedir" (Dedeoğlu, 2000: 158). Kadının işgücüne katılımı, akrabalık-hemşehrilik ilişkilerinin işçi-işveren ilişkilerini düzenlemede kilit olduğu enformel sektörde yoğunlaşmakta ve böyle bir çerçevede iş ilişkileri akrabalık normlarını ve değerlerini taşıyor hale gelmektedir (2000: 159). Kadınların çalışma yaşamlarının bu ilişkiler bütünü içinde gerçekleşmesi, kadının emek gücüne katılımının niteliğini ve bunun aile ile etkileşimini anlamak için önemli ipuçları sunmaktadır.

Kadınların çalışmalarının önündeki engellerden biri, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin kadınlara getirdiği kültürel ve toplumsal sorumluluklar, kısıtlamalar ve kadının hem çalışan hem de işveren olarak iş hayatında yer almasına değer verilmemesidir. Öyle ki, kadın girişimcilerin çalışma hayatlarında erkeklerin yaşadıklarından farklı olarak tanımladıkları zorluklar arasında, kadın olmakla ilişkilendirilebilecek zorluklar, kadının kendini topluma kabul ettirmesi, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine ait kalıp yargılar ve sosyal baskılar ön plana çıkmaktadır.

1.5. Kadın İstihdamı ve Girişimcilik İlişkisi

Kadınların istihdamı ve işgücüne katılmaları hem kendi ekonomik özgürlüklerini kazanmaları hem de ülkede üretime katkıları bağlamında önemli bir konudur. Ancak kadın istihdamının mevcut durumu, emek piyasasına taşınan geleneksel cinsiyet temelli iş bölümlerinin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman içinde sanayi devriminin getirmiş olduğu gelişme ve değişim ile birlikte, geleneksel cinsiyet rolleri yeniden şekillenmiş ve kadınların çalışma hayatına katılımında artış olmuştur. Ancak yeniden şekillenen cinsiyet esaslı işbölümü ile birlikte kadın, hem ev hem de işyeri açısından iki sorumluluğu aynı anda yüklenmektedir.

Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranlarının düşük olması, emek piyasasındaki talep faktörlerinden, sosyal değerlere, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin ideolojiden, aileye kadar çeşitli değişkenlerle açıklanabilir. Kandiyoti (1982: 90) bu olguyu, “mavi yakalı aile reisinin düzenli geliriyle, kadınların erken yaşta evlenmesi, okul-öncesi çocuk sayısının fazlalığı, kreşlerin sınırlı olması ve kadın akrabalarından gelen yetersiz destek gibi faktörlerle açıklamaktadır”. Dolayısıyla kadınların istihdama katılımlarının düşük düzeyde gerçekleşmesi, hem kadınların yapabilirlikleri önünde önemli bir engel teşkil etmekte hem de sosyal kalkınmanın gerçekleşmesini imkânsız kılmaktadır (Dirik, 2016: 11).

Buradan hareketle 2017 yılı hane halkı işgücü anketi sonuçlarına göre; Türkiye geneli için % 53,7 olan işgücüne katılma oranı erkeklerde % 73,5, kadınlarda ise % 34,3 olarak gerçekleşmiştir. Yaş guruplarına göre iş gücüne katılma oranlarına bakıldığında erkeklerde 15-64 yaş grubunda % 79,4, kadınlarda ise % 38,3 olduğu görülmektedir (TÜİK, 2017). TÜİK İşgücü istatistikleri 2016 verilerine göre de, 15-64 yaş arası kadınların işgücüne katılım oranı % 38,6 iken aynı şekilde kadınların istihdam oranı ise % 32,1’dir (TÜİK, 2016). Kadınların kentsel alanlarda işsizlik oranları ise erkeklerden daha yüksektir. TÜİK Temel İşgücü Göstergeleri 2016 ve 2017 verilerine bakıldığında, 2016 yılında erkeklerin işsizlik oranları %9,6, 2017 yılında ise %9,4’tür. 2016 yılında kadınların işsizlik oranları %13,7, 2017 yılında ise %14,1’dir. Dolayısıyla erkeklerin işsizlik oranları yıllar itibariyle azalırken kadınların işsizlik oranları ise artmaktadır.

Kadınların işgücüne düşük katılımı, kültürel ve ekonomik anlamda kadınların çalışmasına verilen düşük değeri yansıttığı için ve ayrıca kadınların elde ettikleri gelir ailenin geçimi için zaruri olsa dâhi yaptıkları çıktı olarak değerlendirilmemektedir. Bütün bu nedenler kadınların katkılarını görünmez hale getirmekte ve resmi verilerde yeterince temsil edilememektedir.

Diğer taraftan günümüz çalışma hayatında ise pek çok engelle karşılaşan kadınlar, ötesine geçemedikleri bir “cam tavan”ın altında çalışmak zorunda kalmaktadır. Türkiye’de çalışma hayatında yer alan kadınların cam tavan sendromuna mâruz kalmaları, onları kendi işlerini kurma fikrine yöneltmekte etkili olmaktadır. Cam tavan; “kadınların çalışma hayatında belirli seviyede birtakım engellere takılması anlamına gelmekte ki, cam tavan kullanımıyla kastedilen karşılaşılan sorunların belirsizliğidir” (Aydın ve Çam, 2016: 239). Literatürde cam tavan kavramının temeli, “cinsiyet temelli engeller” olarak görülmektedir. Bu engeller, toplumsal rollerden kaynaklandığı gibi mesleki cinsiyet ayrımı olarak cinsiyet rollerinin iş yaşamına yansımaları açısından etkisini göstermektedir. Bu anlamda kadınlar, feminize olmuş işlerde yoğunlaşarak yatay bir mesleki ayrım ve erkeklerden daha düşük iş

kollarını tercih ederek de dikey bir mesleki ayrım sergilemektedirler. Fakat dezavantajlı tarafı itibarıyla bu tür iş grupları zamanla ücret ve statü kaybına uğramakta, kadınların ve kadın yöneticilerin çoğunlukta olduğu sektörlerde de erkekler daha üst kademelere yükselmektedir. Dolayısıyla cinsiyet temelli engeller bağlamında, “cinsiyet temelli ücretlendirme, cinsiyet temelli örgüt kültürü, cinsiyet temelli davranış ve iletişim tarzları, mentorluk ve işletme içi informal iletişim ağlarının erkeklerin gelişimi ve terfisi için daha elverişli olması, kadınların bu informal ağların dışında tutulması veya bu informal ağların kadınlar tarafından erkeklere özgü olarak görülmesi gibi pek çok engel gösterilebilir” (2016: 239).

Kadınlara yönelik tüm bu engelleri ortadan kaldırmalarının en iyi yolu, kadınların sosyal statülerini artırmalarını ve ekonomik yaşamda daha çok yer edinmelerini sağlamaktır. Ekonomik ve sosyal hayatta kadın statüsünü yükseltmenin çaresi, tüm insanların kendi kişisel yeteneklerini geliştirmekte özgür olduklarını belirleyen toplumsal cinsiyet eşitliğinin olduğu bir toplum inşa etmektir.

Kadınların iş gücüne katılım oranını artırmak, gelişmiş ülkelerin de öncelikleri arasına girmiştir. Avrupa Birliği’nin (AB) krizden çıkmak ve ekonomiyi önümüzdeki yıllardaki gelişmelere hazırlamak amacıyla hazırladığı strateji raporunda da büyümeyi tetikleyecek faktörler arasında, işgücüne katılım oranını artırmak ve insan kaynağının becerilerini güçlendirmek suretiyle, kadınlar ve gençlere odaklanarak nüfusun daha büyük bir kısmının ekonomiye kazandırılması amaçlanmıştır (Demir, 2015). Türkiye’de de benzer politikalara yönelindiği, 2014-2018 Onuncu Kalkınma Planı’nda görülmektedir. 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planı’nda da kadınların çalışma hayatındaki önemine vurgu yapıldığı ve hedef ve politikaların bu bağlamda oluşturulduğu görülmektedir. Bu planda, İş gücü Piyasasının Etkinleştirilmesi Programı kapsamında, “kadınların işgücüne ve istihdama katılımının artırılması” hedeflenmekte ve bu amaçla;

- Kadınlara yönelik istihdam teşviklerinin etkinleştirilmesi,
- Çocuk, hasta ve yaşlı bakımı hizmetlerinin yaygınlaştırılması,
- Kadın girişimcilere özel bütüncül bir destek programının uygulanması öngörülmektedir (Onuncu Kalkınma Planı, 2014-2018).

Tüm bu öngörüler dâhilinde günümüz Türkiye’sinde girişimcilik kavramı, kamu sektörü ile özel sektörde ücretli istihdam yaratarak eşit sayıda kadın ve erkek çalıştırmak yerine, kadınların kendi hesabına çalışmasını teşvik etme yoluyla istihdamı artırmak için kullanılan politikalar etrafında şekillenip, çok sayıda girişimcilik kursu, hibe ve kredilerle de teşvik edilmekte ve desteklenmektedir. Bu kapsamda kadın, yalnızca belli bir mesleğin

uygulayıcısı veya çeşitli kesimlerde kol gücü ile görev alan bir emekçi olarak değil, aynı zamanda bir girişimci olarak da varlığını ortaya koymaktadır (Demir, 2015).

Kadın girişimciliği son yıllarda daha fazla istihdam fırsatı ve aileler için bir gelir kaynağı olarak görülmeye başlanmıştır. Türkiye’de kadınların girişimcilik yoluyla çalışma hayatına kazandırılması yoluyla, kadın girişimcilerin hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş fırsatı sunmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları; toplumdaki konumlarının güçlenmesine, toplumların gelişmişlik düzeyini etkilemesine ve gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye yönelik çeşitli katkılar sağlamaktadır (Özyılmaz, 2016).

Gelir kazanma ve ekonomik güçlenme açısından alternatif bir yol olan kadın girişimciliği genel olarak istihdam imkânlarının genişletilmesini ve özel sektörün gelişmesini de sağlamaktadır. Buradan hareketle kadınların yönetimindeki işletmeler KOBİ sektöründe önemli bir istihdam kaynağı olduğundan, yaklaşık 48 milyon kadın girişimci ve 64 milyon kadın işveren, işletmelerinde bir ya da daha fazla kişiyi istihdam etmektedir (Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Stratejisi, 2016-2020).

Finansmana erişim ve kaliteli danışmanlık hizmetleri ile kadınların yönetimindeki işletmelere yeterli destek sağlanması, kadın istihdamını düşük vasıflı ve düşük verimliliğe sahip işlerden yüksek katma değerli sektörlere kaydırarak, kadınların verimliliğinin artırılmasına yardımcı olmaktadır. Uygun finansman türlerine erişim, kadınların yönetimindeki işletmelerin büyümesine ve (şuanda çoğunlukta olduğu gibi emek yoğun sektörlere değil) sermaye yoğun sektörlere yatırım yapmasına yardımcı olmakta ve böylelikle kadınların emek yoğun, düşük verimlilik seviyesindeki işlerden sermaye yoğun, daha yüksek katma değerli sektörlere geçiş yapmasını sağlamaktadır (Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Stratejisi, 2016-2020).

Orta Vadeli Program’da yer alan özel politika gerektiren grupların istihdamının artırılması hususunda başta kadınların iş hayatına katılımının artırılması amacıyla bakım hizmetlerinin desteklenmesine yönelik altyapılar güçlendirilmektedir. Bu anlamda özellikle kadınların istihdamını kolaylaştırmak üzere mevzuatta yer alan esnek çalışma biçimlerinin hayata geçirilmesi sağlanmaktadır (OVP, 2018-2020).

Girişimcilik ve KOBİ desteklerinin sağlanmasında yenilik, verimlilik ve istihdam artışı, büyüme, ortak iş yapma gibi ölçütlerin yanı sıra kadın, genç girişimcilik ve sosyal girişimciliğe de öncelik verilmektedir. Bu anlamda tematik ve genel destekler adı altında, “kadın girişimciliği, genç girişimciliği, eko girişimcilik, sosyal girişimcilik, yenilikçi girişimcilik ve küresel girişimcilik gibi öncelikli tematik alanlarda ve genel alanlarda

sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilmesi ve uygulanması” söz konusudur (KOSGEB Faaliyet Raporu, 2017).

Kadın girişimciliğinin desteklenmesi yönünde önemli katkılar sağlayan Ulusal İstihdam Stratejisi kapsamında; KOSGEB, İŞKUR, Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı ve Sivil Toplum Kuruluşları işbirliği ile kadın girişimciliği desteklenen ve özendirilen bir alan olmaktadır. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi amacıyla girişimcilik eğitimleri, kooperatifleşme ve mikro kredi uygulamalarının geliştirilmesi sağlanmaktadır. Diğer taraftan başta tarım sektöründe çalışan kadınlar olmak üzere kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla eğitimler verilerek finansal kaynaklara erişim hakkında bilgilendirme ve yönlendirme hizmetleri sağlanmaktadır (ÜİS, 2014-2023).

Girişimciliğin iktisadi boyutu açısından bakıldığında ise, üretim sürecinin bir sonucu olarak istihdamın artırılmasında girişimcilerin önemli katkısı bulunmaktadır. Buradan hareketle, insanların ihtiyaçlarını gidermek üzere üretim faktörlerini (emek, sermaye ve doğal kaynakları) bir araya getirerek mal ve hizmet üretmeye çabalayan girişimci, emeği de bir faktör olarak değerlendirmekte, emekten yararlanmakta ve buna karşılık emeğe yaratılan değerden bir pay vermektedir.

Türkiye’de yaşanan ekonomik krizler nedeniyle işsizlik oranlarının (TÜİK) artması nedeniyle, son yıllarda girişimcilik faaliyetleri artırılarak, istihdam sağlanmaya çalışılmaktadır. Kadın girişimciliğine maddi ve manevi destekler sağlandığı takdirde, atıl durumda olan işgücü potansiyelinin harekete geçirilmesi söz konusu olabilir. Türkiye gibi ekonomik önceliği yeni istihdam yaratmak olan bir ülkede, kadın girişimciliği dünyada olduğu gibi, alternatif bir istihdam biçimi olarak önem kazanmaktadır (Keskin, 2013: 118). Kadın girişimciliği, kadın istihdamının önemli bir parçası olarak ele alınması gerektiği gibi, kadın istihdamına teşvik etmek adına tek çözüm olarak da sunulmamalıdır. Ancak girişimsel ekonomilerin daha az işsizliğe yol açtığı da unutulmamalı ve kadın girişimciliğinin işsizlikle mücadeleye katkı yaptığı gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır.

1.6. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Mevcut Durumu

Türkiye’de kadınların girişimcilik sayılarına bakıldığında erkeklere göre çok düşük olduğu görülmekle birlikte dünya genelinde de istenilen seviyede olmadığı bilinmektedir. Sözgelimi Hisrich ve Peters (2002), “hem kadın hem de erkek girişimcilerin yeni bir iş kurarken başarı ve bağımsızlık duygusuyla motive olduklarını, erkeklerin bir işverene bağlı çalışmaktan kaynaklı memnuniyetsizlikleri nedeniyle, kadınların ise kadın olmalarından kaynaklanan statü sorunlarından ötürü kendi girişimlerini kurma eğilimi gösterdiklerini

belirtmiştir. İşletmelerinin kurulması için gerekli maddi kaynakların temin edilmesinde erkek girişimcilerin kendi birikimleri haricinde profesyonel ve uzman bir desteğe başvurdıklarını, kadın girişimcilerin ise daha çok kendi birikimlerini kullandıklarını belirtmiştir. Bu anlamda erkek girişimciler de profesyonel destek almayı tercih etmektedirler. Kadın girişimciler daha çok hizmet sektöründe faaliyet gösterirken, erkek girişimciler farklı sektörlerde faaliyet göstermektedirler. Kadın girişimcilerin 35-40 yaşlarında, erkek girişimcilerin ise 25-35 yaşları arasında girişimcilik faaliyetlerine başlamaları söz konusu olmaktadır” (Hisrich ve Peters, 2002).

Türkiye’de kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye’de özellikle başvuru alan işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının son derece zayıf olması, zorunlu olarak kadınları kendi işinde çalışmaya sevk etmiştir. Dolayısıyla kadın girişimcilik faaliyetleri ülkemizde temel olarak kadınların küçük işyeri kurma girişimlerine dayanmaktadır (Tamer, 2013: 651).

Tablo 1.1 Cinsiyete Göre İşveren Olarak Çalışanların Dağılımı (2014-2016)

Yıllar	Kadın (%)	Erkek (%)
2014	8,0	92,0
2015	8,1	91,9
2016	9,0	91,0

Kaynak: TÜİK

Hem işverenlerin hem de kendi hesabına çalışanların girişimci olarak tanımlandığı Hanehalkı İşgücü Anketi istatistikleri Tablo 1.1’de sunulmaktadır. Buna göre Türkiye genelinde işveren olarak çalışanlar içinde 2014 yılında kadınların oranı % 8, 2015 yılında % 8,1 ve 2016 yılında da % 9’dur. Ayrıca kendi hesabına veya işveren olarak çalışanların cinsiyete göre toplam istihdam içindeki payı erkeklerde % 26,3 iken, kadınlarda % 10,7’dir (TÜİK, 2017).

Gün geçtikçe istihdam edilen kadın ve üst düzey pozisyonlardaki kadın sayısının artması ile birlikte (TÜİK) işveren olarak çalışanların istihdam içindeki oranı kapsamında kadın sayısının da arttığı söylenebilir. Cinsiyete dayalı işveren oranları içerisinde kadınların sayısı özellikle son 5 yıldır düzenli olarak artış göstermektedir (TÜİK Hanehalkı İşgücü Araştırması, 2007-2017). Ancak diğer taraftan TÜİK Toplumsal Cinsiyet İstatistiklerine (2017) göre, kadınların çalışma hayatına girmesi ile birlikte en çok ev ile ilgili sorumluluklar sebebiyle eşler arasında sorunlar yaşandığı ortaya çıkarılmıştır. Bu durum toplum tarafından kadına yüklenen geleneksel rollerin kadını hayatta ikinci plana ittiğini ve onlara fırsatları erkeklerle aynı eşitlikte sunmaktan uzaklaştığını göstermektedir (TÜİK, 2017).

Kendi hesabına çalışmaya esas itibariyle, hane içinde veya dışında kadınlar tarafından yürütülen gelir getirici faaliyetler olarak, yıllardan bu yana “girişimciliğin desteklenmesi” politikaları çerçevesinde önem verilmektedir. Ancak her yıl düzenli olarak artış göstermemiş olup zaman zaman düşme eğilimi göstermiştir. Bu durum ise kadın girişimciliğini destekleme politikalarının etkisinin sınırlı kaldığına işaret etmektedir.

Tablo 1.2 Bazı Ülkelere Ait Kadın Girişimciliği İstatistikleri

Ülkeler	Oranlar (%)
Gana	%46
Uganda	%33
Rusya	%34
Avustralya	%32
Vietnam	%31
İspanya	%29
Peru	%28
Kanada	%27
Brezilya	%27
Tayland	%25
Bangladeş	%25
A.B.D	%25
Birleşik Krallık	%25
Fransa	%25
Almanya	%25
İtalya	%25
Şili	%25
Filipinler	%24
Çin	%23
Güney Afrika	%18
Endonezya	%16
Hindistan	%11
Türkiye	%9
Cezayir	%8
Birleşik Arap Emirlikleri	%3

Kaynak: Mastercard Kadın Girişimcilik Endeksi, 2018

Tablo 1.2’de sunulan kadın girişimcilik araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’deki kadın girişimciliği oranı diğer ülkelere göre genel olarak düşük düzeydedir. Kadın girişimciliği oranı Türkiye’de % 9 olup, bu oranın Tablo 1.2 de yer alan ülkeler arasında en alt sıralarda olduğu görülmektedir.

Türkiye’de girişimcilik yoluyla kadınların ekonomiye katılımını artırmak için birçok teşvik politikası geliştirilmektedir. Örneğin; yasal düzenlemeler, destek programları, hibe veya kredi fırsatları, girişimciliği özendirici proje ve etkinlikler, çeşitli faktörler aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Bu yönde başta bakanlıkların ve bakanlıklara bağlı çeşitli kurumların, sivil

toplum kuruluşlarının, uluslararası kuruluşların, bankaların, toplumun ve medyanın büyük rolleri ve çeşitli destekleri bulunmaktadır.

Kadın girişimcilere yönelik bazı desteklerin detayları aşağıda verilmektedir (Ecevit, 2010);

- *Eğitim, yetiştirme, beceri ve meslek kazandırma eğitimi*: Girişimciliğe teşvik için eğitim vermek ve beceri kazanmalarını sağlamak.
 - *Kadının insan hakları ve özgüven eğitimi*
 - *Girişimcilik eğitimi*: İş kurma, finans, pazarlama, iletişim becerileri kazanılmasını sağlamak. (örn. İŞKUR, KEDV, KOSGEB vb.)
- *Finansal destek*: Mikro kredi sağlamak. (örn. İl Özel İdareleri, MAYA, Grameen Bank, bankalar, KEDV vb.)
- *Kurumsal destek ve danışmanlık*: Başvurulabilecek kurumlar oluşturmak dolayısıyla kadınların bilgiye erişimlerini sağlamak ve danışmanlık vermek, mentoring (yönderlik). (örn. KOSGEB, ABİGEM'ler, TESK'in açtığı girişimcilik merkezleri vb.)
- *İşbirliği için ağ kurma, geliştirme (networking)*: Kadın girişimciler arasındaki sosyal ağları geliştirmek (örn. KAGİDER iletişim ağı vb.).

Kadın girişimcilerin büyük bir bölümü, kurumlar arasında en fazla desteği kredi desteği olarak bankalardan almaktadır. Bankalar dışında ise en çok sözü edilen kurum Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı KOSGEB'dir. Özellikle Türkiye'de kadın girişimciliğini artırmak üzere yaygın olarak girişimcilik kursları düzenlenmekte, çeşitli hibe ve kredilerle kadın girişimciliği desteklenmektedir. Ancak, bu noktada, desteklenen kadın girişimciliğine yönelik yaklaşımları ikiye ayırmak önemlidir.

Bunlardan ilki, istihdam oranlarını artırmak üzere kadınların kendi hesabına çalışmasını desteklemek ve süreç içinde işveren konumuna gelmesini hedeflemektedir. Bu kapsamda, daha çok belli bir eğitim ve gelir düzeyinde olan kadınların girişimcilik eğitimi alarak sürdürülebilir ve yüksek kârlı işler kurmaları öngörülmektedir (TR Kadın Emeği ve İstihdamına Yönelik Politikalar, 2013). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) aracılığıyla verilen eğitim, hibe ve krediler ile sağlanan küçük ve orta ölçekli girişim destekleri bu doğrultuda değerlendirilebilir.

Diğer yaklaşım ise, kadınların yoksullukla mücadele etmek ve ev ekonomisine katkıda bulunmak için evde sürdürdükleri küçük ölçekli imalat veya ticari faaliyetleri desteklemeyi öngörmektedir. İl Özel İdareleri ve bazı kurumlar tarafından verilen mikro kredilerle bu

girişimcilik türü desteklenmektedir. Mikro Kredi uygulamaları sonucu zaruri girişimcilik¹ olarak nitelendirdiğimiz güvencesiz çalışma biçimlerinin yaygınlaşması riski fazladır. Girişimcilikle ilgili bu iki yaklaşım çoğunlukla birbirinden farklı sonuçlar doğurmakla birlikte, her iki yaklaşımda da kadınlara yönelik olarak geliştirilmiş fırsatlar dâhilinde kadınların güçlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Bahsedilen ilk yaklaşımda, kadınların girişimciliğe yönlendirilmeleri genel olarak önce “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ile Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) arasındaki Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi İşbirliği Protokolünde” belirlenen esaslar çerçevesinde girişimcilik eğitim programı kapsamında temel seviye girişimcilik eğitimlerinin verilmesi ile mümkündür. Türkiye genelinde açılan girişimcilik kurslarından yararlanan çok sayıda kadın bulunmaktadır. Bu kurslar sonucunda kadınlar KOSGEB’in verdiği hibe ya da kredilere başvurabilmektedir. KOSGEB desteklerinden sadece uygulamalı girişimcilik eğitimine katıldığını belgeleyen ve işletmesini kuran girişimciler ile İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM)’nde yer alan işletmeler yararlanabilmektedir.

Tablo 1.3 Türkiye’de Yeni Girişimci Destegine İlişkin Bilgiler

Yıllar	Katılımcı Sayıları		Eğitim Sayıları		Bütçe Miktarı	
	Planlanan	Gerçekleşen	Planlanan	Gerçekleşen	Planlanan	Gerçekleşen
2014	65	4.632	30	20	27.800.000 TL	48.866.158 TL
2015	70	5.682	35	43	43.000.000 TL	57.894.232 TL
2016	600	9.963	30	97	88.000.000 TL	168.002.909 TL
2017	600	11.121	30	34	51.022.000 TL	222.884.090 TL

Kaynak: KOSGEB

KOSGEB’in her yıl yayınladığı faaliyet raporlarında yer alan açıklayıcı bilgiler kapsamında, Türkiye’de girişimcilik eğitimlerine katılan katılımcı sayıları, eğitim sayıları ve bütçe miktarları dâhilinde planlanan ve gerçekleşen rakamlar Tablo 1.3’de sunulmaktadır. 2014 ve 2015 yıllarına ait planlanan ve gerçekleştirilen katılımcı sayıları, eğitim sayıları ve bütçe miktarları sadece kadın girişimcilere sağlanan desteklere yönelik rakamsal verileri göstermektedir. 2016 yılına ait bilgiler ise özel hedef grupları kapsamında yer alan kadın ve erkek engelli girişimcilere sağlanan desteklere yönelik rakamsal verileri göstermektedir. 2017 yılına ait bilgiler ise özel hedef grupları kapsamında yer alan kadın, genç ve engelli girişimcilere sağlanan desteklere yönelik rakamsal verileri göstermektedir.

¹Zaruri girişimcilik ya da hayatta kalma girişimciliği olarak adlandırılabilen bu girişimcilik modeli, daha çok kadınlar açısından geçerlidir. Çok az destekle kurmaya ve sürdürülmeye çalışılan işler çoğu zaman kayıt dışı olarak yürütülmektedir.

KOSGEB hibe ve kredileri, pozitif ayrımcılık ilkesi gereği kadınlara, erkeklere göre yüzde 20 oranında daha fazla verilmektedir. KOSGEB Girişimcilik Proje Destek Programı kapsamında verilen hibe miktarlarının destek oranı birinci ve ikinci teşvik bölgelerinde² erkekler için yüzde 60, kadınlar, gaziler, şehit yakınları ve engelli girişimciler için yüzde 80'dir. Üçüncü dereceden altıncı dereceye kadarki teşvik bölgelerinde³ ise erkek girişimciler için yüzde 70, kadınlar, gaziler, şehit yakınları ve engelli girişimciler için yüzde 90'dır.

Ancak birçok kadın, girişimcilik eğitimi almış olmasına rağmen, aynı sayıda kadın bu desteğe başvuramamaktadır. Çünkü bu desteklerden yararlanmak için kadınların sermayelerinin olması ve iş kurmak için gerekli süreçleri tamamlamaları şarttır. Hibe, gerekli ödemelerin girişimci tarafından yapılmasından sonra kendisine verilmektedir. Girişimci olmayı isteyen pek çok kadın için bu önemli bir engel ve ilk sermayeye ulaşmak adına önemli bir sorun olmaktadır.

KOSGEB ve İŞKUR'un dışında destek sağlayan başka kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları da bulunmaktadır. "Kamu kurumları bünyesindeki diğer destek sağlayan kuruluş olan Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'nun (TÜBİTAK) Girişimcilik ve Destek Programları kapsamında 1601-Yenilik Girişimcilik Alanlarında Kapasite Artırılmasına Yönelik Destek Programındaki çalışmaları ile projelere geri ödemesiz (hibe) olarak % 100'e kadar destek sağlanmaktadır. Bu destekler ile Ar-Ge, yenilik ve teknolojik girişimcilik alanlarında sağlanan kamu desteklerinin daha etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacak mekanizmaların desteklenmesi ve ulusal yenilik ve girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Diğer taraftan 1512-Teknogirişim Sermaye Desteği Programındaki çalışmalar ile projelere geri ödemesiz (hibe) olarak verilecek teknogirişim sermaye desteği en fazla yüz elli bin (150.000) TL'dir. Bu destekler ile ülkemizde nitelikli girişimciliğin özendirilmesi ve girişimciler tarafından uluslararası piyasalarda rekabet edebilen, yenilikçi, teknoloji düzeyi yüksek ürün ve süreçleri geliştirebilen teknoloji tabanlı başlangıç firmalarının oluşturulması hedeflenmektedir" (Girişimcilik ve Devlet Destekleri, 2016).

²Birinci ve ikinci teşvik bölgeleri, sanayisi görece gelişmiş olan illerden oluşmaktadır. Birinci bölgede; Ankara, Antalya, Bursa, Eskişehir, İstanbul, İzmir, Kocaeli ve Muğla; ikinci bölgede Adana, Aydın, Bolu, Çanakkale (Bozcaada ve Gökçeada ilçeleri hariç), Denizli, Edirne, Isparta, Kayseri, Kırklareli, Konya, Sakarya, Tekirdağ, Yalova bulunmaktadır Kaynak: <http://tesvik.biz/tesvik-2012.html>, (erişim tarihi: 02.02.2018).

³Üçüncü teşvik bölgesinde, Balıkesir, Bilecik, Burdur, Gaziantep, Karabük, Karaman, Manisa, Mersin, Samsun, Trabzon, Uşak, Zonguldak; dördüncü teşvik bölgesinde, Afyonkarahisar, Amasya, Artvin, Bartın, Çorum, Düzce, Elazığ, Erzincan, Erzincan, Hatay, Kastamonu, Kırıkkale, Kırşehir, Kütahya, Malatya, Nevşehir, Rize, Sivas; beşinci teşvik bölgesinde Adıyaman, Aksaray, Bayburt, Çankırı, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, Kahramanmaraş, Kilis, Niğde, Ordu, Osmaniye, Sinop, Tokat, Tunceli, Yozgat ve altıncı teşvik bölgesinde Ağrı, Ardahan, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Hakkâri, Iğdır, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, Van illeri ve Bozcaada ve Gökçeada ilçeleri yer almaktadır Kaynak: <http://tesvik.biz/tesvik-2012.html>, (erişim tarihi: 02.02.2018).

Kalkınma Ajansları, faaliyette bulundukları bölgenin kalkınması için belirlenmiş olan stratejik öncelikler doğrultusunda tanımlanan faaliyetlere destek vermektedir. “Bu faaliyetler içerisinde girişimcilik ve yenilikçilik kapasitesinin artırılmasına yönelik faaliyetlere destek sağlanabilmektedir. Kalkınma Ajansları tarafından sağlanan destekler teknik ve mali destekler olarak ikiye ayrılmaktadır” (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2015-2018).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) “kadına karşı ayrımcılığı önlemek, kadın haklarını korumak ve geliştirmek, kadınların toplumsal yaşamın her alanında hak ve fırsatlara eşit olarak erişimlerini sağlamak üzere 1990 yılında kurulan Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesinde hizmetlerini sürdürmektedir. KSGM; Milli Eğitim, Çalışma ve Sosyal Güvenlik, Kültür, Sağlık, Tarım, Sanayi ve Ticaret Bakanlıkları başta olmak üzere ilgili tüm kurum ve kuruluşları kadın politikaları uygulamaları konusunda, koordinasyonu sağlamakla görevlidir”⁴.

Kadın girişimciliği konusunda çeşitli kurum/kuruluşlardaki duyarlılığın artması, faaliyetlerin çeşitlenmesi ve etkinliklerin yoğunlaştırılması amacıyla gerek kamu kurumları gerekse sivil toplum kurumları arasındaki dayanışmalar gün geçtikçe artmaktadır.

Sivil toplum kuruluşları içerisinde kadınlara yönelik önemli bir rol üstlenen KAGİDER, “kadın girişimcilere finansman, pazarlama ve bürokratik konularda her türlü desteği sağlayarak, danışmanlık hizmeti de vermektedir. Ayrıca, girişimcilik ve liderlik çalışmaları yapmakta, yurt içinde çeşitli toplantı ve seminerler düzenleyerek kadın girişimcilerin sayısını artırmak, var olan kadın girişimcilerin de mevcut sorunlarına çözüm bulmak için varlığını sürdürmektedir”⁵.

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu, “kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamanın yanında, ülkemizdeki kadın girişimci potansiyelinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi ve daha donanımlı hale getirilmesi amacıyla politika belirlemek ve girişimcilik kültürünün kadınlar arasında gelişmesine öncülük ederek, kadınlara kişisel gelişim yollarını öğretmek kariyer geliştirme fırsatları sunmak gibi görevleri ile varlığını sürdürmeye devam etmektedir”⁶. Buradan hareketle T.O.B.B Antalya Kadın Girişimciler Kurulu, “TOBB bünyesinde kadın girişimcilik konusunda genel politikalar geliştiren ve görüş oluşturulmasına katkıda bulunan istişari bir

⁴ Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü Web Sayfası, <https://kadininstatusu.aile.gov.tr/> (erişim tarihi: 02.02.2018)

⁵ KAGİDER Web Sayfası, <http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda> (erişim tarihi: 02.02.2018)

⁶ TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Web Sayfası, <https://www.tobb.org.tr/TOBBKadinGirisimcilerKurulu/Sayfalar/Hakkimizda.php> (erişim tarihi: 02.02.2018)

kuruldur. Kurul aynı zamanda kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamak üzere kurulmuştur”⁷.

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), “dar gelirli kadınların yaşam kalitelerini ve ekonomik durumlarını iyileştirmelerine destek olmak ve yerel kalkınmada liderliklerini güçlendirmek amacıyla kurulmuş, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütüdür”. KEDV, “dar gelirli kadınların yoksullukla mücadeledeki uzmanlıklarına, ailelerini ve toplumu geliştirme güçlerine inancıyla, onlarla ilkeli bir ortaklık anlayışıyla çalışmakta, tüm projelerini onların ve çevrelerinin sinerjisiyle geliştirmekte, yerel yönetimler ve toplumdaki diğer aktörlerle işbirliği yapmaktadır”⁸.

Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV), “kadına yönelik şiddetle ortak mücadeleye katılmakta, şiddetten kurtulmak üzere başvuran kadınlara destek sağlamakta ve kadın emeği ve istihdamı alanında farklı düzlemlerde faaliyetler yürütmektedir. Toplumsal cinsiyet odaklı afet dayanışması pratiğinden doğan KADAV, kadına yönelik şiddet, ev-içi şiddetle mücadele ve danışmanlık desteği, göçmen kadınlara yönelik cinsiyet temelli şiddet ve ayrımcılıkla mücadele, kadın mahkumlarla dayanışma çalışmaları, kadın emeği ve istihdamı gibi konularda faaliyetler gerçekleştirmektedir”⁹.

Akdeniz Girişimci İş Kadınları Derneği (AGİDER), “kadınların iş dünyasındaki statülerini sağlamlaştırmak, kadın girişimci sayısını artırmak, mevcut kadın girişimcileri güçlendirmek, istihdam imkanlarını geliştirmek, kadın girişimcilerin karşılaştıkları güçlüklerin aşılması amacıyla faaliyetler yürütmek ve kadınların ülke ekonomisine katkılarını artırmak gibi çeşitli amaçlar çerçevesinde Antalya’da faaliyetini sürdürmektedir”¹⁰.

Anadolu’nun ilk İş Kadınları Derneği olan İŞKAD, “iş dünyasında kadının etkinliğini artırma, girişimci kadın sayısını çoğaltma ve kadınların karar mekanizmalarında daha çok yer almasını sağlamak, var olan iş yaşamındaki kadınları güçlendirme, bölgenin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlamak, ülke ve kent ekonomisinin gelişimine yönelik proje ve uygulamalar hakkında üyelerinin görüş ve önerilerini çeşitli platformlarla ilgililere ulaştırmak ve Türk iş kadını ile Avrupa ve dünya iş kadınlarının entegrasyon sürecini hızlandırmak” kapsamında Adana’da faaliyetine devam etmektedir¹¹.

Mersin’de faaliyet gösteren ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olan Girişimci İş Kadınları Derneği (GİSKAD), “girişimci ruha sahip kadın sayılarının artırılması,

⁷ TOBB Antalya Kadın Girişimciler Kurulu Web Sayfası, <http://www.antalyakadimgirisimciler.org/index.php/hakkimizda-menu> (erişim tarihi: 05.06.2018)

⁸ KEDV Web Sayfası, <http://www.kedv.org.tr/hakkimizda/> (erişim tarihi: 05.06.2018)

⁹ KADAV Web Sayfası, <http://www.kadav.org.tr/ne-yapiyoruz/> (erişim tarihi: 05.06.2018)

¹⁰ AGİDER Web Sayfası, <https://www.agider.org.tr/hakkimizda> (erişim tarihi: 05.06.2018)

¹¹ İŞKAD Web Sayfası, <http://www.iskad.org/kurumsal.asp> (erişim tarihi: 05.06.2018)

çalışma hayatındaki kadınların karşılaştıkları sorunlarla mücadele ve çözüm yollarının yanı sıra kadın istihdamına yönelik çalışmalar” sergilemektedir¹².

Arya Kadın Yatırım Platformu, girişimci ile yatırımcıyı buluşturan bir platformdur. “Yüksek büyüme potansiyeli olan kadın liderliğindeki KOBİ’leri bulmak, değer katacak yatırımcılar ve risk ortakları ile eşleştirme yapmak amacıyla kadınlara yönelik fırsatlar sunmaktadır. Türkiye’nin ilk ve tek kadın odaklı yatırım platformu olan Arya Kadın Yatırım Platformu, kadın liderliğindeki şirketleri “Akıllı Para” yatırımı yaparak maddi kaynakların ötesinde değer katabilecek kadın ve kadının gücüne inanan erkek melek yatırımcılar ile bir araya getirmektedir”¹³.

Kadın ve Genç Girişim Merkezi Derneği K-Gem, “sivil toplum alanında farklı sosyal, eğitim ve kültürel geçmişe sahip kadın ve gençlere odaklı çalışmalarda bulunan bir sivil toplum kuruluşudur. 2013 yılında Türk Ulusal Ajansı Tarafından Avrupa Gönüllü hizmeti gönderen ve koordine eden kuruluşu olarak akredite edilmiştir. Sivil topluma destek olmak amacıyla kadın, genç ve dezavantajlı gruplara yönelik kişisel gelişimi sağlayıcı proje tabanlı çeşitli eğitimler, seminerler, çalışma ziyaretleri ve kültürel değişim faaliyetlerinde bulunmaktadır”¹⁴.

Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği (ANGİKAD), “kadınlarının çalışma hayatında daha fazla yer almasını sağlamak, onlara iş alanlarında ve girişimcilikle ilgili her konuda rehberlik ve öncülük etmek amacıyla kurulmuş bir sivil toplum örgütüdür. Bu anlamda kadınlara güçlü bir gelişim ortamı ve iş ağı oluşturarak, kadınların ticaret gücünü artırmak, kadınlar arası dayanışma ve işbirliğini güçlendirmek, mesleki ve sosyal gelişimlerini sağlayacak etkinlikler düzenlemek, kadınlar arası bilgi paylaşımını artırmak ve örnek kadın girişimcilik modelleri yaratmak ANGİKAD’ın öncelikli amaçları arasındadır”¹⁵.

Avrupa Komisyonu üye ülkelerle birlikte çeşitli inisiyatifler geliştirerek kadın girişimciliğinin önündeki engelleri ortadan kaldırmaya çalışmaktadır. Bu amaçla başlatılan önemli inisiyatifler aşağıda belirtilmektedir (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2015-2018):

Kadın Girişimciler İçin Mentörler Ağı; Mentör ağı, kadın girişimcilere işletmelerinin kuruluş, gelişme ve büyüme dönemlerinde tavsiye ve destek sağlamaktadır. Bu ağ ile Avrupa’daki kadın girişimciler için ulusal bir mentor ağı oluşturmak hedeflenmiştir. “KAGİDER ile temsil edilen bu ağ kapsamında, yeni kurulmuş işletme sahibi girişimci

¹² GİŞKAD Web Sayfası, <http://www.giskad.org/hakkimizda/> (erişim tarihi: 05.06.2018)

¹³ Arya Kadın Yatırım Platformu Web Sayfası, <http://www.aryawomen.com/tr/anasayfa/> (erişim tarihi: 05.06.2018)

¹⁴ K-Gem Web Sayfası, <http://www.k-gem.org/> (erişim tarihi: 05.06.2018)

¹⁵ ANGİKAD Web Sayfası, <http://www.angikad.org.tr/Content.aspx?p=2412> (erişim tarihi: 05.06.2018)

kadınların zorlu ilk yıllarında sürdürülebilirliklerini sağlayacak devamlı bir mekanizma oluşturmak amaçlanmıştır. Proje kapsamında Türkiye genelinde 20 gönüllü mentor tarafından 26 mentee'ye destek verilmiştir"¹⁶.

Kadın Girişimci Elçiler Ağı; Elçi Ağı'nın amacı, başarılı girişimcilerin her yaştaki kadınları girişimci olmak üzere motive etmesidir. "Elçiler her yaş grubundaki kadınların (çalışma hayatında olduğu gibi öğrencilerin de) girişimci olmaları ve kendi işlerini kurmaları konularında ilham kaynakları olarak görev almaktadır. Elçilerin diğer kadınlara kişisel başarı hikâyelerini anlatarak onlara birer rol model olması amaçlanmaktadır. Elçiler, başarılı işletmeler kurmuş kişiler oldukları için yeni girişimciler için model alınabilir bir kaynak olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda Avrupa çapında 270 elçi bu inisiyatife dâhil olmuştur"¹⁷.

Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı-WES; 31 ülkeyi kapsayan bu ağda Türkiye'yi KOSGEB temsil etmektedir. "Kadın girişimcilerin sayısını, işletme büyüklüklerini ve görünürlüğünü artırmak amacıyla bir tartışma platformu oluşturulmuştur. Ülkelerdeki iyi uygulama örneklerinin paylaşımı ve ortak projeler yürütülmesi hedefler arasındadır" (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2015-2018: 38).

Kadın Girişimciliği Portalı; Türkiye'de kadın girişimciliğini artırmak ve kadınların istihdamına katkı sağlamak amacıyla KAGİDER işbirliği ile "Kadın Girişimci Dernekleri Platformu" yürütülmektedir. "Vodafone Türkiye'nin desteğiyle hayata geçirilen platform, Türkiye'deki kadın girişimcileri ve onların oluşturdukları dernekleri tek bir çatı altında toplamaktadır. Bu portal ile kadın girişimcileri temsil eden kurumlar, kadın girişimci ağları, projeler ve etkinliklere ilişkin bilgilere erişim sağlamaktır"¹⁸.

Küresel Girişimcilik Monitörü Araştırmasına (GEM-2016/17) göre, 2016 yılında Türkiye'de girişimcilik oranındaki azalış erkek girişimcilerden kaynaklanmaktadır. 2016 yılında erkeklerin erken dönem girişimcilik faaliyetine katılımında azalma görülürken, kadın girişimci oranında artış meydana gelmiştir. Türkiye'de kadınların girişimcilik faaliyetlerinde süreklilik göstermeye başladıkları söylenebilir.

¹⁶ Kadın Girişimciler için Mentörler Ağı Web Sayfası, <http://www.kagider.org/kurumsal/projeler-etkinlikler/projeler/lists/projeler/avrupa-kad%C4%B1n-giri%C5%9Fimcileri-mentor-a%C4%9F%C4%B1> (erişim tarihi: 05.06.2018)

¹⁷ Kadın Girişimci Elçiler Ağı Web Sayfası: <http://projeofisi.tso.org.tr/po/index.php?go=haberdetay&id=70> (erişim tarihi: 05.06.2018)

¹⁸ Kadın Girişimciliği Portalı Web Sayfası: <http://www.kagider.org/kurumsal/basin-odasi/haberler/2008/2016/03/31/kad%C4%B1n-giri%C5%9Fimcilere-%C3%B6zel-portal> (erişim tarihi: 05.06.2018)

Tablo 1.4 Türkiye’de Gerçekleştirilen Girişimcilik Eğitim Programı ve Katılımcı Sayıları (2014-2017)

Yıllar	Program Sayısı	GEP		
		Kadın	Erkek	Toplam
2014	1.229	15.192	16.456	31.648
2015	1.625	20.002	21.905	41.907
2016	2.460	27.752	35.509	63.261
2017	3.691	46.301	47.715	94.016

Kaynak: İŞKUR

Tablo 1.4’de ise Türkiye’de girişimcilik eğitim programlarına katılanlarla ilgili veriler sunulmaktadır. Girişimcilik eğitimi programına katılan bireylerin sayısındaki değerlendirmeye göre, Türkiye genelinde 2016 yılı içerisinde İŞKUR bünyesinde gerçekleştirilen girişimcilik eğitim programları kapsamında toplam 63.261 katılımcıdan 27.752’si kadındır. 2017 yılı içerisinde gerçekleştirilen girişimcilik eğitim programları kapsamında da toplam 94.016 katılımcıdan 46.301’i kadındır (İŞKUR Faaliyet Raporu 2016, 2017). 2016 yılından 2017 yılına kadar geçen 1 yıllık sürede girişimcilik eğitimi alan kadınların sayısında % 60 oranında artış gözlenmiştir.

Tablo 1.5 Antalya İli Girişimcilik Eğitim Programı ve Katılımcı Sayıları (2014-2017)

Yıllar	Kurs	GEP		
		Kadın	Erkek	Toplam
2014	29	407	342	749
2015	26	328	345	673
2016	62	713	781	1.494
2017	145	2.029	1.767	3.796

Kaynak: İŞKUR

Tablo 1.5’de ise Antalya ilinde girişimcilik eğitim programlarına katılanlarla ilgili veriler sunulmaktadır. Antalya ilinde 2016 yılı içerisinde açılan 62 tane “Girişimcilik Eğitim Programı” (GEP) kapsamında toplam 1.494 katılımcıdan 713’ü kadın, 781’i erkektir. Ancak 2017 yılı içerisinde geliştirilen girişimcilik politikalarının çeşitliliği nedeniyle açılan kurs sayısında ve kontenjanlarındaki artış katılımcı sayısını ciddi oranda etkileyerek, önceki seneye nazaran 3.796 katılımcıdan 2.029’u kadın, 1.767’si erkektir. Özellikle kadın kursiyerlerdeki artış oranı erkek kursiyerlere oranla 1 yıllık sürede girişimcilik alanına verilen önemi göstermektedir (İŞKUR İstatistik Yıllığı, 2017). Girişimcilik sertifikası alan kadın sayısındaki hızlı artışın nedenleri arasında; kadınlara sağlanan ekstra hibe fırsatlarının etkili olması ve ayrıca mevcut halde bir işyerinde çalışmakta olan aile reisi erkeğin işinden ayrılarak kursa gelme imkânı kısıtlı olduğundan eşini kursa göndermesi ve alınan sertifika ile yeni işyerini eşinin üzerine açma imkânından faydalanması söz konusudur (İslamoğlu vd., 2014: 36).

Girişimcilik Eğitim Programları, istihdamın korunması, artırılması, geliştirilmesi ve işsizliğin azaltılması hedefleri çerçevesinde kadın işsizlere kendi işlerini kurma imkânı sunarak hem işsiz olan kadınları işsizlikten kurtarmayı hem de kadınlara ilave istihdam imkânı oluşturan birçok katkısına rağmen, yıllar itibariyle düzenli artış gösteremeyen kadın girişimciliği hâla olması gereken düzeyde değildir.

1.7. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Etkenler

Toplumumuzdaki kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon faktörleri ve girişimciliğe yönlendirilen etkenlerinin birbiriyle tamamen benzer olduğunu söylemek mümkün olamamaktadır. Kadınların sosyal adaptasyon süreci, toplum dinamikleri ve çalışma hayatında karşılaştıkları zorluklar veya engeller, onların girişimci olma nedenlerini erkeklerinkinden daha farklı bir noktaya taşıyabilmektedir (Özdemir, 2010: 121).

Kadınları girişimci olmaya iten faktörler; düşük gelir, mevcut işin kişiyi memnun etmemesi, iş fırsatlarının yetersiz olması, yoğun çalışma saatleri, cinsiyetin terfi almaya olumsuz etkisi, gelir eşitsizliği, mesleki ayırım, cam tavan sendromu gibi mecburiyetten kaynaklanan sorunlardır (Öztürk, 2016). Ayrıca dünya genelinde meydana gelen olumsuz konjonktürel koşullar, yüksek işsizlik ve yüksek boşanma oranları da kadınları girişimciliğe itmektedir.

Kadınları girişimci olmaya çeken faktörler; özgür olma arzusu, kendi kendine yetebilme, güç sahibi olma, gelir elde etme, bağımsızlık, sosyal statü, girişimci ruhu ve arzusu gibi kendini gerçekleştirme ihtiyacı sonucunda ortaya çıkan faktörlerdir (Öztürk, 2016). Ayrıca devlet teşvikleri, aile ve yakın çevrede yer alan başarılı rol modeller kadınların girişimciliğe yönelmesinde olumlu katkı sağlayarak çeken faktörler arasında yer almaktadır.

Kadın girişimciliğini konu alan çalışmaların pek çoğunun ortak noktası kadınları iş hayatında birer girişimci olmaya iten temel faktörün maddi unsurlar olduğu yönündedir. Ancak tüm bu maddi unsurlar yanında, ekonomik yönden bağımsız olma isteği, kişisel ve ailevi sorumlulukları dengeleyebileceklerini çevrelerine ispat etme güdüsü ve esneklik kadın girişimciliğini tetikleyen faktörler olarak söz konusu olabilmektedir (Eryılmaz, 2014).

Tekin (2005), genel olarak kadınları girişimci olmaya yönlendiren başlıca faktörleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Kadınların kendi kendine yetebilme isteği,
- Bir iş fikrini veya hayallerini gerçekleştirme amacı,
- Kadınların başarıma ihtiyacı ve güdüsü,
- Kadınların bağımsız çalışma arzuları,

- Kadınların aileden miras veya bir başka şekilde intikal eden bir işyeri veya işletmesinin olması,
- Kadınların bir meslek bilgisi veya diplomaya sahip olarak kendilerine ait işyerinde veya işletmede bağımsız çalışmak istemeleri,
- Ailede sadece bir kişinin çalışması sonucu; tek gelirle geçinmenin zorluğu,
- Kadınlar için ücretli istihdam imkânlarının az olması veya çalışma için başka seçenek yokluğu,
- Kişisel önyargı, yanlış tutum ve davranışlar nedeniyle bazı iş kollarında erkeklere istihdam da öncelik verilmesi,
- Geleneksel ev içi sorumluluklarının fazla olması ve çocuk bakım evlerinin yetersizliği gibi nedenlerin kadınları evde yapılan girişimciliğe (tekstil, elsanatları, halı vb.) yönlendirmesi,
- Esnek çalışma saatlerinin olması,
- Aileye ek gelir sağlamak, daha iyi yaşam sürdürme ve yüksek sosyal statü isteği vb.

Kadınların kendi işlerini kurmak istemelerinde ekonomik olmayan boyutlar erkeklere göre daha ön plandadır. Buradan hareketle kadın girişimcilerin kârdan çok sosyal itibar ve toplumsal statüye önem verdiğini ortaya çıkaran çalışmalar (Soysal, 2010; Yetim, 2002) mevcuttur. Dolayısıyla çoğu kadın girişimci için yüksek finansal kazançlar elde etmekten ziyade, kendileri ve aileleri için geçerli düzeyde gelir elde etmek yeterli olmaktadır (Keskin, 2017: 69).

1.8. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Girişimcilerin girişimcilik hayatı süresince birçok sorunla karşı karşıya kaldığı bilinen bir gerçektir. Ancak kadın ve erkek girişimciler arasındaki bazı önemli farklılıklar nedeniyle kadınların belirli zorluklarla karşı karşıya kaldıkları bilinmektedir. Bu farklılıklar, karar verme biçimleri, risk toleransı, iş için hedefler, işletmenin finansmanı, yönetim tarzları, ağ oluşturma yeteneği ve motivasyonlar çerçevesinde şekillenmektedir.

Kadınların işletme kurması ve geliştirmesi, önündeki engellerin kaldırılması ve kadın işletme sahipleri için eşit birer alan yaratılması, güçlü bir girişimcilik sektörü açısından hayati önem taşımaktadır. 1980'li yıllardan itibaren kadın girişimcileri inceleyen araştırmaların sonuçlarına göre, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda kadınlar, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunların yanı sıra, kadın olmaları nedeniyle erkeklerden farklı olarak birtakım problemler yaşamaktadırlar (Onay, 2013: 42). Bu problemler, kadınların kendilerinden veya çevrelerinden kaynaklı bazı eksiklikler ya da toplumsal önyargılardan

doğabildiği gibi devlet, sektör, yasalar veya politikalarla ilişkili sorunlardan da doğabilmektedir. Bu kısımda, bahsettiğimiz bu sorunlar, toplumsal ve kültürel boyuttan başlayarak girişimcilikle ilişkilendirilebilecek boyuta doğru detaylı bir şekilde sunulmaktadır.

1.8.1. Tecrübe Eksikliği

Girişimcilik sürecinde gerekli eğitimlerden yoksun olmak, kadın girişimcilerin en çok karşılaştıkları sorunların başında gelmektedir. Kadın girişimcilerin işletme faaliyetleri sırasında yaşadıkları tecrübe eksikliği, ticari faaliyetlerini sekteye uğratan önemli faktörlerden biri olmaktadır. Kadınların çalışma hayatında “yeterli deneyime sahip olamamaları, çıraklık ve mesleki eğitimlerden yoksun kalmaları kadınların beceri kazanımlarını engellemekte veya geciktirmektedir” (Özyılmaz, 2016: 54). Kadınların eğitim eksiklikleri günümüz şartlarında azalmaya başlasa da, ticari hayattaki tecrübe ve bilgi eksikliği, kadınların sosyal iletişim ağına dâhil olamamalarına neden olmakta ve bu durum kadın girişimcilerin gerek müşterileri ile olan bireysel ilişkilerine gerekse firmalarla olan ticari ilişkilerine yansımaktadır.

Kadınların girişimcilik alanında tecrübe eksikliği yaşaması durumu, toplumun geleneksel rol dağılımı sonucunda kadınların çalışma hayatında yeterince yer alamamalarına bağlanmaktadır. Girişimcinin tecrübeli olması işletmenin başarılı olmasını sağlayan önemli unsurlardan biri olup girişimcinin sahip olduğu ticari ve yönetim tecrübesi girişimcilik faaliyetleri sırasında karşılaşılan sorunların aşılmasında ve işin performansını ve verimini artırmasında önemli bir etken olmaktadır.

Özyılmaz’a göre (2016), “kadın girişimcilerin erkek girişimcilere nazaran daha tecrübesiz oldukları gerçeğinden hareketle, işletme faaliyetleri sırasında kadın girişimcilerin daha fazla sorunla karşı karşıya kalması durumunda bu sorunları aşmaları da daha uzun sürmektedir”. Şekerler’e göre (2006), “kadın girişimciler, işletmenin kuruluş aşamasında tecrübesizliklerinden dolayı resmi kurumlarla olan ilişkilerinde erkek girişimcilere nazaran daha fazla sorun yaşamakta ve bürokratik engelleri daha zor aşmaktadırlar”.

1.8.2. Güven Eksikliği

Kendine güvenme kişinin kendini tanıma ve kendini sevip sevmeme derecesini göstermektedir. Aşırı güven ise, kişiliğin ya da sosyal yapının bir sonucu olarak kazanılmakta ve bireysel veya kurumsal ilişkilerde işletmeyi etkileyebilmektedir. Kendine güven duygusu, kadın girişimcilerin çalışma hayatında başarılı olabilmelerini sağlayan bir unsurdur. Dolayısıyla, kendine güvenen bir kadın girişimci güçlü rakipleri karşısında başarılı olacaktır. Buradan hareketle eğitim imkânları, kamusal destek politikaları, aile ve eş tarafından artan destek kanalları ve kadının toplumsal yapı içerisindeki şekillenen rolü kadın girişimcilerin öz

güvenlerini artırıcı bir etki yaratmaktadır (Cici, 2013). Brindley'in (2005) çalışmasına göre, "kendine güveni yüksek olan girişimciler karşılaştıkları engelleri yenmede daha az sıkıntı yaşamaktadırlar".

Gökakın'ın (2000) yapmış olduğu araştırmada, "kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların başında, otorite sorunu ve güvensizlik geldiği belirlenmiştir". Gerek çalışanlar, gerekse müşteriler toplumdaki kadın girişimcilere güvenmekte zorlanmaktadırlar. Kadınların yaşları ilerledikçe ve ticari hayatta bilgi ve tecrübe elde ettikçe kurumsal kimliğinin güvenilirliği artmaktadır. Güvensizlik yönünden kadınların durumu ile ilgili bir diğer araştırmaya göre, "finansman kuruluşlarının kredi amacı ile başvuran girişimci kadına karşı erkeklerde olduğu kadar sıcak bakmadıkları" belirlenmiştir (Soysal, 2010). Aynı şekilde yapılan araştırmaların bulgularında "kadın girişimciler, iş ilişkisi içinde bulundukları erkeklerin, başlangıç yıllarında kendilerine güvenmediklerini" ifade etmişlerdir. Kadınlara güven çerçevesinde destek olacak kişi sayısının azalması gerçeğinden hareketle, kadınlar bir girişim gerçekleştirmek konusunda çekinmekte ve cesaret edememektedirler. Tüm bu nedenlerden ötürü kadınlar girişimcilik faaliyetleri kapsamında kurumsal kredi imkânlarından faydalanmak yerine küçük bir kaynakla küçük bir başlangıç yapmayı tercih etmektedirler (Onay, 2013). Bu durumda kadınların kendi çevresinde güvendikleri yakın akrabalar, eş ve aile fertleri hem maddi hem de manevi anlamda etkili olmaktadır.

1.8.3. Bilgi Eksikliği/Eğitim Düzeyinin Düşük Olması

Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de kadınlar, ancak eğitim düzeylerini yükseltmeleri, bilgi ve becerilerini artırabilmeleri halinde çoğunlukla erkeklerin egemen olduğu çalışma hayatında kendilerine yer edinebilmektedirler. Buradan hareketle kadınların emek piyasasına eğitim açısından dezavantajlı bir konumda girmeleri halinde, daha az bilgi ve beceri gerektiren işlere yoğunlaşmak zorunda kalmakta ve dolayısıyla girişimcilik deneyimlerini elde etme şansları azalmaktadır. Ancak iyi eğitim fırsatlarının alınması, ekonomik yaşama katılması ve hâkimiyet elde etmesi mümkün olursa kadınların bireyselliğini ifade etme özgürlüğü artacak ve buna bağlı olarak da yaşam beklentisi yükselecektir. Buradan hareketle İlter (2010)'e göre "eğitim, daha önce kullanılmayan ölü bir potansiyelin, üretken güce dönüştürülmesini sağlayan bir araç rolünü oynamaktadır".

2016 yılı örgün veya yaygın eğitim faaliyetlerine katılan kadın sayısı % 18,9 iken erkeklerin sayısı ise %26,6'dır (TÜİK, 2017). Diğer taraftan cinsiyete göre örgün veya yaygın eğitim faaliyetine katılım oranları açısından incelendiğinde, 2016 yılında kadınların oranı %18,9 iken erkeklerin oranı ise %26,6'dır (TÜİK, 2017). Kadınların meslek seçimleri ile ilgili

verilere bakıldığında mühendislik ve teknik gibi alanlarda erkeklerin kadınlara göre çoğunlukta olduğu görülmektedir (Özaydınlık, 2014). Dolayısıyla bu alandaki girişimciliğin kadınlar arasında yaygın olmaması, bilgi ve tecrübe eksikliğini beraberinde getiren bir dezavantaj yaratmaktadır.

Eğitimdeki fırsat eşitsizliklerinden dolayı kız çocuklarının yeterli eğitim alamaması onları gelecekte girişimcilik hayatı için hazırlıksız hale getirmektedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe kadınların girişimcilik şeklindeki üretime ve ekonomiye katılımı da artmaktadır. Bu anlamda temel ve mesleki eğitimlerini tamamlayarak çalışma hayatına atılıp, işletmelerini kuran ve faaliyetlerini sürdüren kadınlar aldıkları eğitimden dolayı engellerle karşılaştıkları zaman zorluk çekmezler.

1.8.4. Sosyal Ağa Dâhil Olamama/İletişim Eksikliği

Kadınlar toplumda genellikle erkeklerden daha düşük bir sosyal pozisyonda yer almaktadırlar. Bu durum onların sosyal ortamlara girişini veya bir örgütün üyesi olma gibi bağlantılarının çeşidini etkilemektedir (Soysal, 2010). Destek grupları olarak erkek girişimciler genellikle profesyonelleri görürken, kadınlar ise öncelikle eşlerini, yakın arkadaşlarını ve iş ilişkilerini görmektedir. Diğer bir deyişle kadın girişimcilerin erkeklere kıyasla daha az güçlü profesyonel ağları vardır (Keskin, 2017). Kadınların erkeklerden daha az sosyal ağlara dâhil olması kadın girişimcilerin destek ve bilgi alacağı kişilerin sınırlı olmasına ve yeni iş bağlantıları kurma fırsatlarından mahrum kalmalarına neden olmaktadır. Kadınların çeşitli sosyal ağlara daha fazla dâhil olmaları daha fazla bilgi edinmelerini, fırsatları görmelerini ve yeni iş bağlantıları oluşturmalarını sağlayarak girişimcilik başarılarını artırmaya olumlu etki yaratabilecektir.

1.8.5. Rol Çatışması

Kadın girişimcilerin, çalışma yaşamları ile özel yaşamları arasındaki rol ikilemine “rol çatışması” denilmektedir. Bu anlamda rol çatışması, “girişimci kadınların yaşam alanlarından birine daha fazla zaman ayırdığında diğer tarafı ihmal etme ile sonuçlanan bir durum olarak açıklanmaktadır” (Soysal, 2010: 102).

İş-aile çatışması kapsamı içerisinde değerlendirilen rol çatışması özellikle; uzun ve düzensiz çalışma saatleri, fazla mesai, kişinin işte bulunma süresinin uzunluğu gibi nedenlerden oluşmaktadır. Özdevecioğlu ve Aktaş’ın (2007) yapmış olduğu bir çalışmada, “işteki çalışma süresi, katı iş programları ve işte stres yaratan durumlar ile iş-aile çatışması arasında pozitif yönlü bir ilişki” tespit edilmiştir (Soysal, 2010: 102). Anafarta’ya (2008) göre ise, “kadınlar ailelerinden, erkeklere göre daha fazla sorumlu olduklarından, rol çatışmasını

çözemeyen kadın, duygusal açıdan acı çekeebilmekte, yaşam tatmini azalabilmekte toplum tarafından eleştirilmekte ve daha fazla yıpranabilmektedir”. Özücü ve diğerlerinin (2007) yaptıkları bir araştırmada da, “kadının hem aile içindeki rollerini yerine getirmesi, hem de iş yaşamında yoğun çalışma temposuna ayak uydurmasının zorluğu, kadınların girişimci olmalarında engel teşkil ettiği” vurgulanmıştır.

Birçok ev içi sorumluluğu yanında özellikle mesai saatleri düzensiz olan kadın girişimciler, iş yaşamındaki uzun çalışma saatlerinin de etkisiyle rol çatışması yaşamaktadırlar. Kadın girişimciler bir taraftan çalışma hayatındaki sorumluluklarını yerine getirmeye çalışırken diğer taraftan aile içindeki sorumluluklarını da yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu durum kadın girişimcileri rol çatışmasına iterek girişimcilik performansını da olumsuz etkileyebilmektedir. Böylelikle kadın girişimcilere kıyasla erkek girişimciler işe daha fazla zaman ayırabilme fırsatına sahip olabilmektedir.

1.8.6. Toplum Baskısı ve Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık

Toplumumuzda evli olmayan kadın girişimcilerin iş yaşamındaki yoğun çalışmalarının ileride aile kurmalarına engel olabileceğine yönelik bir algıdan bahsedilebilir. Diğer taraftan evli kadın girişimcilere yönelik ise eşleri tarafından ev, temizlik ve çocuk düzenini sağlamak şartıyla girişimlerine devam edebilecekleri algısı oluşmuştur. Bazı erkek egemen toplumlarda ise kadının eşinin izni olmadan girişimcilik faaliyetinde bulunması yasaklanmıştır (Özdevecioğlu ve Çelik, 2000). Dolayısıyla toplumun iş kadını veya girişimci kadın ile daha geç tanışmış olması nedeniyle, kadının kendi başına iş kurma ve yürütebilme imkânı erkeklere kıyasla daha düşük görünmektedir.

Ataerkil toplumların kadınların ticaret hayatına girmesine alışkın olmaması nedeniyle, kadın girişimciler hem aileleri hem de çevreleri tarafından tepki görebilmektedirler. Bu tepkilere rağmen işletmesini kurarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadın girişimciler bu faaliyetlerini sürdürürken toplumsal ve çevresel tepkilerle de mücadele etmek zorunda kalmaktadır (Özyılmaz, 2016: 58). Kadının ev dışı bir işletme kurarak, onu faaliyete geçirmesi, bu yolla üretime katkıda bulunması birçok kültürde bugün de pek olağan bir istihdam biçimi olarak nitelendirilmemekte ve toplumun erkek bireyleri tarafından bu tür girişimsel faaliyetler çoğunlukla onay görmemektedir (Soysal, 2010).

Cinsiyete dayalı ayrımcılık, dünyanın her yerinde kadınların temel sorunlarından birisidir. Durgun’a (2002) göre, “cinsiyete dayalı ayrımcılık; bir kadına, cinsiyetine dayalı olarak bir erkeğe davrandığı veya davranacağından daha olumsuz ya da daha az olumlu davranması (dolaysız ayrımcılık) ve/veya biçimsel olarak eşitlikçi gözükken davranış ve

uygulamaların sonradan kadının üzerinde ayrımcı etkiler yaratması (dolaylı ayrımcılık)” olarak tanımlanmaktadır.

Kendisinden ve yakın çevresinden kaynaklanan engelleri çözen kadının karşısına çalışma hayatında kendisi dışındaki kişilerden kaynaklanan bazı “kalıplaşmış” sorunlar çıkabilmektedir. Cinsiyet ayrımı yasalardan ziyade toplumların geleneklerinden, kültürel özelliklerinden ve önyargılarından kaynaklanmaktadır. Bu durum çalışma hayatında kadınları, görevlendirmelerinde ayrımcılık, ücretlerinde eşitsizlik, kariyer ilerlemesi imkânı tanınmamak veya belirli faaliyet alanlarında dışlanmakla karşı karşıya getirmektedir. Erkek egemen toplumlarda kadınlar ekonomi, siyaset, bilim gibi birçok alanda engelleyici tavırlarla karşılaşmaktadırlar (İlter, 2008: 93).

Kadın girişimciler bir iş kurarken erkek meslektaşlarına göre daha fazla zorluk yaşamakta ve cinsiyete dayalı ayrımcılıkla karşılaşmaktadır. Bu nedenle erkekler daha çabuk girişimci olma kararı alırken kadınlar daha fazla zamana ihtiyaç duymaktadır (Keskin, 2017: 67). Kadınlar erkek egemen sektörlere girmek için yeterli niteliklere sahip olsalar bile toplumun yargıları nedeniyle bu alanlarda çok sınırlı faaliyet göstermektedirler. Kadınların bu alanlardaki girişimcilik faaliyetlerinin sınırlı kalması kadınların girişimcilik potansiyelinin kullanılamamasına yol açmakta olup bu da ülke ekonomileri için kayıp anlamına gelmektedir (Özyılmaz, 2016: 59). Dolayısıyla cinsiyet ile ilişkili sorunların giderilmesi için toplumun ve girişimcinin faaliyette bulunduğu sektörün ve özellikle sivil toplum kuruluşlarının ve meslek odalarının bu anlamda kadın girişimcilere destek olması gerekmektedir.

1.8.7. Cam Tavan Sendromu

Cam tavan sendromu, günümüz toplumlarında daha çok kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları bir sorun olup özellikle üst düzeylere yükselirken görünmeyen engellere karşılık gelmektedir. Bu engellerin başlıcaları, basmakalıp yargılar, rol çatışması, şirket uygulamaları (işe alım, terfi ve ücretlendirmede ayrımcılık yapılması), bir yol göstericiye sahip olamama ve iletişim ağı eksikliği olarak sıralanabilir. Kadınlar kariyer basamaklarında yükselseler de yükseldikleri bu pozisyonların genellikle düşük ücretli ve stratejik olarak daha az önemi olan pozisyonlar olduğu görülmektedir (Wirth, 2001).

Örücü ve diğerleri (2007), kadınların işyerinde karşılaştıkları “Cam Tavan” ın üç boyutu üzerinde durmaktadır. Diğer bir deyişle, kadınların çalışma hayatında üst düzey yönetici pozisyonlarına gelememelerinin önünde üç engelin olduğunu belirtmektedirler. Bunlar; “erkek yöneticiler tarafından, kadın yöneticiler tarafından ve kişinin kendi kendine koyduğu engeller olarak sınıflandırılmaktadır. Erkek yöneticiler tarafından konulan engeller,

çoğunlukla kadınlara karşı gelişen negatif önyargılardır. Diğer engeller ise kadınlarla iletişim kurmanın zorluğu ve erkeklerin gücü elde tutma isteğidir. Kadın yöneticiler tarafından konulan engeller adı altında “kendini referans alma yanılgısı” ve “kraliçe arı sendromu” yer almaktadır. Kadın yöneticilerin bilinçaltında oluşan algı ve tek kadın olmanın getirdiği inançtan kaynaklanan engellerdir. Kişinin kendi kendine koyduğu engeller ise, kadının kendi kişilik özellikleri ve toplumun sahip olduğu bakış açısı etrafında şekillenen kendini değersiz hissettiren ve kadının yükselmesine engel olan olumsuz tutum ve inançlardır” (Örücü vd., 2007).

Kadın girişimciler girişimcilik faaliyetine başlama ve sürdürme aşamalarında toplumsal cinsiyetten kaynaklanan dikey bir hareketlilik yaşamaktan ziyade cam tavan sendromuna mâruz kalarak girişimcilik hayatında olumsuz tecrübeler yaşamaktadırlar. Diğer bir deyişle, her bir kadın girişimcinin faaliyette bulunduğu sektörlerde büyümesi ve gelişmesi diğer işletmelerin desteği ve engellemeleriyle mümkün olmaktadır. Bu durum ise, kadın girişimci için bir tür cam tavan etkisine yol açabilmektedir (Öğüt, 2006).

1.8.8. Sermaye Temini

Girişimcilik süreci için finansal sermayenin mevcut olması oldukça önemli bir konudur. Bu anlamda kadın girişimcilerin önündeki en büyük engel maddi güçlerinin olmamasıdır. Kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile banka kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilebilmektedir (Soysal, 2010: 98).

Gökakın'ın (2000) yapmış olduğu araştırmada, “girişimci kadınların işlerini kurarken sermayeyi genellikle kişisel ve ailevi tasarruflardan sağladıkları” belirlenmiştir. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak kadınlar için gerekli ve yeterli sermayenin eksikliği ya da bulunamayışı, onların önünde önemli bir engel olarak görülmektedir.

Kadınların çalışma hayatında yer almaya başlamaları, kredi veren banka ve diğer kamu kuruluşlarının temsilcileri tarafından önyargıyla karşılanmış ve mali kurumların tepkileri, kadın girişimcileri bazı durumlarda, kredi görüşmeleri ve mali garantör olarak hareket etmeleri için, erkek iş ortağı bulmaya zorlamaktadır (Onay, 2013: 50). Ancak bu tür stratejiler kadınlar açısından kredi elde ederken başarı sağlamasına rağmen, onların bireysel mali bağımsızlığının yitirilme riskini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla bu tür durumlar erkek egemen bir ekonomik sistemde kadın girişimcilerin piyasaya girerken karşılaşmakta olduğu ilk savunmasızlık olarak gösterilmektedir.

Kadın girişimciler genellikle az maliyetle veya en ekonomik koşullarla işlerini başlatmanın yanı sıra daha küçük bir sermaye ile çalışmaktadırlar. Erkek girişimciler ve kadın girişimcilerin farklı finansman stratejileri kullandığı bir gerçektir. Kadınların sahip olduğu işletmelerin sürekliliği açısından aile ve arkadaşlarından sermaye temin etme olasılığı daha yüksektir. Dolayısıyla kadın girişimcilerin kaynak temini konusunda aile ve arkadaşlarına olan borcu, erkekler girişimcilere göre daha fazla olacaktır. Ayrıca bu durum diğer taraftan kadınların kendi işletmelerini büyütme yeteneğini sınırlandırabilmektedir.

1.8.9. Bürokratik Engeller

Türkiye’de küçük bir işletme kurma ve tescil ettirme süreci fazla zaman ve çaba gerektirmektedir (Güleç, 2011: 47). Kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran girişimcilik konusunda daha az bilgi ve tecrübeye sahip oldukları gerçeğinden hareketle kadınların girişimcilik hayatına girişleri daha zorlu olabilmekte ve bazı durumlarda daha fazla zaman alıcı veya çaba sarfettirici olabilmektedir. Tan’ın (2006) yapmış olduğu araştırmaya göre, “kadın girişimciler yasal ve bürokratik engellemeler arasında en çok; işlem sayısının fazlalığından, süresinin uzunluğundan, zorunlu bağıştan ve sık sık mevzuat değişikliğinden yakınmaktadırlar”.

Kadın girişimcilerin işletmeyi yürütürken karşılaştığı bir diğer sorun ise devlet tarafından belirlenen vergilerdir. Vergi oranlarının yüksek oluşu kadın girişimcileri maddi anlamda zorlamakta ve bazı durumlarda işyeri açma fikrinden vazgeçiren bir sebep olmaktadır.

Kadın girişimcileri destekleyen kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özel kuruluşların sayısının fazla olması bu kuruluşlar arasında koordinasyon güçlüğü ve ortak bir stratejinin oluşturulamamış olması da kadın girişimciler için sorun oluşturmaktadır (Özyılmaz, 2016: 61). Bu tür kuruluşların vermiş oldukları teşviklerden yararlanma veya çeşitli girişimcilik eğitimlerine dâhil olma bürokratik nedenlerden dolayı zaman alıcı veya caydırıcı bir etken olabilmektedir.

1.8.10. Pazar Durumu

Toplumda var olan değer, inanış, baskı ve ayrımcılık algısı nedeniyle kadınların piyasaya açılması, piyasada var olması ve pazar araştırması yapması zor olabilmektedir. Kadın girişimciler işletmelerini kurarken gerekli her türlü donanım, araç ve gereci kaliteli ve ucuza temin etmede zorluklarla karşılaşmaktadır. Cinsiyetlerinden ötürü rahat pazar araştırması yapamayan kadınlar bazı durumlarda satın aldıkları araç ve gerecin kaliteli olduğunu anlamakta zorluk yaşamaktadırlar. Kadınların erkeklere nazaran rahat pazar

araştırması yapamaması, çeşitli iç ve dış fuarlara katılmada zorluklar yaşaması, cinsiyetlerinden ötürü farklı fiyatlarla karşılaşması kadın girişimcilerin gerekli ekipmanı temin etmede sorunlar yaşamasına yol açmaktadır (Güleç, 2011).

Yeni bir fikir veya inovasyonu geliştirme sürecinde kadın girişimciler erkek girişimcilere göre bir adım daha geridedir. Teknolojik anlamda spesifik teknoloji ve işletme bilgisi, dinamik piyasa ihtiyaçlarına yönelik yüksek kaliteli ürünlerin geliştirilmesi, kaliteli yatırımcılarla para akışı gibi sorunlar kadın girişimcileri zorlamaktadır (Keskin, 2017). Ancak diğer taraftan teknolojik faktörler kadın girişimciler için gerekli olan güven ve iş ağını oluşturmaya yardımcı olmaktadır.

1.8.11. Örgütlenme Sorunu

Girişimcilik sürecinde örgütlenmenin amacı, “aynı iş kolunda veya meslekte çalışan kadınların bir araya gelerek, kendi aralarında işbirliği, dayanışma ve koordinasyon sağlamalarıdır”. Bunların dışında kadın girişimciler arasında gerçekleştirilecek bir örgütlenmenin; yeni iş kurmak isteyen kadınları desteklemek, kuruluş aşamasında yol göstermek, kredi sağlamak için rehberlik yapmak ve iletişim sağlamak, üyeler arası sosyal ilişkileri düzenlemek, diğer kadın örgüt ve gruplarıyla ilişki kurmak, hukuki sorunlar için rehberlik yapmak, kadınları birbirlerinden haberdar etmek, dayanışma sağlamak, mentorluk sağlamak vb. amaç ve hedefleri olabilmektedir.

İş hayatında mesleki örgütlenmeler daha çok erkek girişimciler tarafından oluşturulmakta olup kadın girişimciler mesleki örgütlenme konusunda erkeklere göre geride kalmış durumdadırlar (Özyılmaz, 2016: 62). Kadın girişimcilerin örgütlenmesi, hem kadınları girişimcilik konusunda cesaretlendirecek hem de kadınların kendi aralarında yardımlaşmalarını ve işbirliği yapmalarını sağlayacaktır. Günümüzde pek çok kadın girişimci mesleki örgütlenmenin önemini kavramış olmakla beraber kadın girişimciliğini desteklemek ve örgütlenmelerini sağlamak amacıyla da Türkiye’de çok sayıda dernek kurulmuş ve kurulmaya da devam etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE SOSYAL SERMAYE İLİŞKİSİ

2.1. Sosyal Sermaye Kavramı

Günümüzde bilginin giderek önemli hale gelmesi ile birlikte yaşanan toplumsal dönüşüm, örgütlerde insan unsurunu ön plana çıkararak sosyal sermaye kavramının da gündeme gelmesine sebebiyet vermiştir. Sosyal sermaye, “bireyin ya da grupların sahip olduğu sosyal ilişkilerden doğan mevcut veya potansiyel kaynakların bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998).

Sosyal sermaye tartışmalarına yön veren isimlerin başında J. S. Coleman, R. Putnam, P. Bourdieu ve F. Fukuyama gelmektedir. Coleman’a göre sosyal sermaye kavramı, “içinde karşılıklılık beklentilerinin bulunduğu ve ilişkilerin yüksek dereceli bir güvenle ve ortak değerlerle oluştuğu, böylece bir bireyin iletişim ağlarının ötesine geçtiği bir kaynağı” temsil eder (Field 2008: 28).

Putnam ise Coleman’dan farklı olarak sosyal sermaye kavramını daha çok toplumsal bir düzeyde ele almıştır. Putnam sosyal sermaye kavramında, “iletişim ağlarına aktif katılma ve bu katılımdan hâsıl olan karşılıklılığa ve yine burada ortaya çıkan karşılıklı toplumsal güvenirlilik normlarına” vurgu yapmıştır (Field 2008: 53).

Bourdieu’ya göre sosyal sermaye kavramı, “az ya da çok kurumsallaşmış karşılıklı tanıma ve tanınma ilişkilerinin süre(k)li ağlara sahip olma/tasarruf etme ile bağlantılı, aktüel ve potansiyel kaynakların birlikteliğidir; ya da farklı bir ifade ile bir gruba aidiyete dayanan kaynaklarla alakalı bir şeydir” (Bourdieu 1983: 190-191).

F. Fukuyama ise sosyal sermaye kavramında en çok güven duygusu üzerinde durmakta ve sosyal sermaye ile güven kavramını eş anlamlı kullanmaktadır. Fukuyama’ya göre sosyal sermaye, “bir toplumda veya onun bazı bölümlerinde güven duygusunun hâkim olmasından ileri gelen bir yetidir. Sosyal sermayenin edinilmesi, bir topluluğun ahlâki normlarının alışkanlık haline gelmesini ve sadakat, dürüstlük gibi erdemlerin kazanılmasını ve bireylerin birbirine bağımlılığını gerektirir. Sosyal sermaye, bireylerin sadece kendi başlarına hareket etmeleri ile kazanılmaz. Bireysel değerlerden çok, sosyal değerlerin hâkim olmasına dayanır” (Fukuyama, 1998).

Coleman (1988), sosyal sermayenin sosyal yapılarda gömülü olduğunu iddia ederek sosyal sermayeyi bireyler arasındaki ilişkilerin yapısı ile ilişkilendirmektedir. Coleman, belirli türde sosyal yapıların bireylerin davranış tercihlerini diğerlerinden daha fazla kolaylaştıracağını vurgulamaktadır ve özellikle sosyal sermayenin asıl kaynağı olarak aileyi

görmektedir. Ona göre “toplumdaki bazı kurumların sosyal sermayeye diğerlerinden daha fazla önem verdiğini belirterek, aile kurumunun sosyalleşmenin ilk başladığı yer olması ve sosyal kontrol kurması açısından toplumun temel taşı temsil etmektedir”. Coleman, ailelerde ve topluluklarda var olan sosyal sermayenin beşeri sermayenin oluşmasında da önemli bir rol oynadığını belirtmektedir (Coleman, 1988). Ayrıca Coleman (1988), sosyal sermayenin üretiminde ağların “kapalılık” özelliğine vurgu yapmaktadır. Ona göre, “ağların kapalılığı bir grup içerisindeki üyelerin birbirlerini tanıdıklarında ve etkileşime geçtiklerinde ortaya çıkan bir durumdur. Grubun üyeleri arasında ortak norm ve yaptırımların kabulüne neden olan kapalılık, güvenin hüküm sürdüğü bir ortamın oluşumuna fırsat tanıyıp bilgi paylaşımını da kolaylaştırmaktadır”.

Burt’e (1997) göre, sosyal sermaye ile beşeri sermaye arasında farklılık söz konusudur. Beşeri sermaye bireyin kendine özgü şahsi özelliklerini ifade ederken, sosyal sermaye bireyler arasında var olan etkileşimden doğan kazanımları ifade etmektedir. Diğer bir deyişle beşeri sermaye bireyin kendisiyle ilişkili iken, sosyal sermaye tek bir bireyle değil, birden fazla birey arasındaki sosyal iletişimle ve alışverişle ilgili bir kavramdır. Dolayısıyla Burt’e (1997) göre “beşeri sermaye yine bireyin toplumdaki ya da örgüt içerisindeki sosyal yapısı diğer bir deyişle sosyal sermayesi ile anlam kazanmaktadır”. Buradan hareketle fırsatlardan meydana gelen sosyal sermayenin bu fırsatları yakalama noktasında yapısal boşluklar kuramı devreye girmektedir. Burt’un (1992) “yapısal boşluklar” kuramına göre, bir ağ düzeneğinde bireyler arasında herhangi bir bağlantının söz konusu olmaması yapısal boşluk olarak adlandırılmaktadır. Burt’e göre (1997), aracılık faaliyetleri sayesinde kişi kendi imkânlarıyla erişmesi mümkün olmayan bilgilere erişme fırsatı yakalar, kişinin bilgiyi kullanmada hareket kabiliyeti artar ve elde ettiği bilgiyi, istediği gibi sentezleyerek sosyal ağın bir başka ucuna aktarabilir.

Sosyal sermaye tanımlarındaki temel çıkış noktalarının kaynağı, sosyal sermayenin farklı görünümüne dayanmaktadır. Sosyal sermayenin farklı unsurlarının ayrımını içeren bu görünüm genelde mikro ve makro olmak üzere sınıflandırılmaktadır. Mikro düzeyde, değerler, normlar, güven ve karşılıklılık gibi sosyal sermayenin unsurları yer alırken, makro görünümde daha çok devlet, siyasi rejim, hukuk kuralları, adalet sistemi, sivil ve politik özgürlükler gibi sosyal sermaye oluşumuna etki eden faktörler ele alınmaktadır (Gök, 2014: 33).

Nahapiet ve Ghoshal (1998), sosyal sermayenin üç farklı boyutu olduğunu öne sürmüştür. Bunlar: yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutlardır.

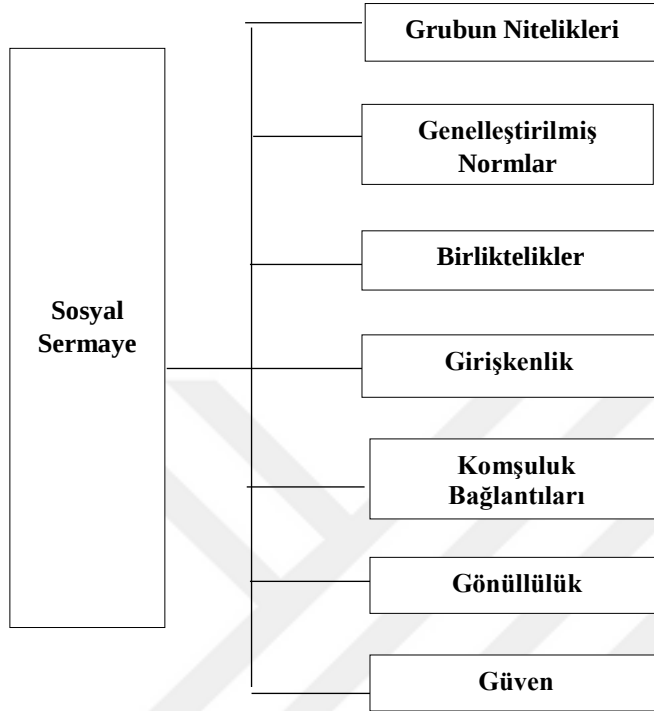
Sosyal sermayenin yapısal boyutu, aktörler arasındaki tüm bağlantı türlerini, diğer bir deyişle kiminle bağlantı kurulduğu ve nasıl bağlantı kurulduğunu ifade etmektedir. İlişkisel boyut ise, insanların birbirleriyle etkileşimleri sonucu geliştirdikleri kişisel ilişkileri ifade etmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 244). Bu kavram, insanların sahip olduğu ve onların davranışlarını etkileyen kişisel ilişkilere odaklanmaktadır. Bireyler arasındaki bu devam eden kişisel ilişkiler sayesinde, bireyler sosyallik, kabul görme ve prestij gibi sosyal güdüleri gerçekleştirebilmektedirler. İlişkisel boyutun önemli unsurları arasında, güven ve güvenilirlik normlar ve yaptırımlar, zorunluluklar ve beklentiler, kimlik ve özdeşleştirme bulunmaktadır. Sosyal sermayenin üçüncü boyutu olan bilişsel boyut ise, taraflar arasındaki ortak semboller, yorumlar ve anlam sistemlerini içermektedir. Bilişsel boyutun unsurları; ortak dil ve kurallar ve ortak anlatılar olarak ifade edilmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 244).

2.1.1. Sosyal Sermayenin Unsurları

Sosyal sermayenin unsurları, sosyal sermayenin meydana getirilmesi ve işlerliğini sağlayan kaynakların birbirlerini etkileyerek sosyal sermayenin artırılmasına yol açan temel olgulardır (Şavkar, 2011:17). Ancak, literatürde sosyal sermayeyi meydana getiren unsurlar konusunda net bir fikir birliği yoktur. Örneğin Tüysüz'e (2011) göre, "sosyal sermayenin unsurlarının ağlar, sosyal normlar ve yaptırımlar tarafından meydana geldiği" öne sürülmektedir. Narayan ve Cassidy'e (2001) göre "sosyal sermayenin; sosyal ilişkiler, grup özellikleri, genel normlar, girişkenlik, gönüllülük, sosyal bağlar ve güven unsurlarından meydana geldiği" belirtilmektedir. Farklı kaynak ve yazarlara göre farklı unsurlar belirtilmiş olmakla beraber, güven, normlar, katılım ve sosyal ağların bütün çalışmalarda ortak unsurlar olduğu ve sosyal sermayenin tanım ve belirlenmesinde de anahtar rol oynadığı görülmektedir (Günkör, 2016: 56).

Sosyal sermayenin bileşenleri konusunda genel olarak farklı görüşler söz konusudur. Örneğin Narayan ve Cassidy'e (2001: 67) göre sosyal sermayenin; grubun nitelikleri, geliştirilmiş normlar, birliktelikler, girişkenlik, komşularla bağlantılar, gönüllülük ve güven olmak üzere yedi farklı boyutu vardır (Eşki, 2009: 35). Sosyal sermayeyi ölçmeye yönelik çalışmalarda en sık kullanılan araçlardan birisi Putnam tarafından geliştirilen "Putnam Enstrümanı" olarak adlandırılan boyutlar dizisidir. Putnam'ın sosyal sermaye ölçümünün iki temel bileşeni vardır ve bu bileşenlerden ilki güven düzeyi, ikinci bileşeni ise sosyal ağların gücüdür. Putnam'ın sosyal sermayeye yönelik oluşturmuş olduğu boyutları ise; toplumsal yaşama katılım, kamusal olaylara katılım, gönüllülük, informel sosyalleşme ve güven olmak üzere 5 farklı boyuttan oluşmaktadır (Eşki, 2009: 95).

Bu çalışmada Narayan ve Cassidy'nin (2001: 67) sınıflandırması daha ayrıntılı olduğundan ötürü araştırmanın sürdürülmesinde daha kullanışlı olacağı düşüncesi ile benimsenmiştir. Dolayısıyla kadın girişimciliği ve sosyal sermayeye yönelik araştırma sorularımız bu sınıflandırmaya dayalı olarak geliştirilmiştir.



Şekil 2.1 Sosyal Sermayenin Boyutları

Kaynak: Narayan ve Cassidy, 2001: 67

Araştırma soruları Şekil 2.1’de adı geçen tüm boyutlar çerçevesinde şekillenmiştir. Bu çalışmada katılım unsurunun öneminden hareketle grubun nitelikleri kapsamında değerlendirilen katılım sıklığı ve karar alma süreçlerine katılım, birliktelikler kapsamında değerlendirilen katılım sonucu ortaya çıkan birliktelik ve dayanışma algısı, girişkenlik kapsamında değerlendirilen STK’lara üyelik ve aktif katılımcı olma durumu ve gönüllülük kapsamında değerlendirilen her türlü gönüllü faaliyete katılım sosyal sermaye oluşumunda aracı bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır.

Bundan sonraki bölümde sosyal sermayenin söz konusu boyutlarından güven, normlar, sosyal ağlar ve katılım hem sosyal sermaye tanımlarında yer alan anahtar kavramlar hem de sosyal sermaye ölçümlerinde sıklıkla kullanılan ölçütler olmalarından dolayı daha detaylı bir biçimde ele alınıp incelenecektir.

2.1.1.1. Güven

Sosyal sermayenin öne çıkan özelliği gereği, bireylerin biraraya geldiklerinde sorun meydana getirecek problemlerini çözmesi ve insanların birlikte çalışmasını sağlaması hiç

şüphesiz güven kavramının hayata geçirilmesiyle oluşmaktadır. Dolayısıyla güven kavramı, bireylerin ilişkilerinden kaynaklanan sosyal sermayenin meydana getirilmesi ve geliştirilmesi sürecine katkıda bulunan önemli bir unsurdur (Şavkar, 2011: 22). Güven ilişkilerinin yerleşmediği toplumlarda insanlarda çıkar ilişkilerine dayanan ikiyüzlü davranışlar ve gereksiz kuşkular yaşanacak bu durum toplumsal yaşamı sıkıntıya sokacaktır. Bu nedenle güven toplumsal yaşama dinamizm kazandırarak sosyal ağlara önemli ölçüde katkıda bulunan unsurlardır.

Coleman, Putnam ve Bourdieu, sosyal sermayenin önemli boyutlarından birisi olarak kabul edilen güven olgusunu “sosyal sermayenin bir ön koşulu, bir göstergesi, bir ürünü, ondan sağlanan yarar olduğu kadar, aynı zamanda diğer yararların elde edilmesini mümkün kılan unsurlardan birisi olarak görmekte ve adeta sosyal sermaye ile güveni eşdeğer hale getirmektedirler” (Eşki, 2009: 39). Örneğin, Fukuyama sosyal sermaye kavramını “*bir toplumda ya da bir toplumun belli bölümlerinde güvenin hüküm sürmesinden doğan kapasite*” olarak tanımlamaktadır (Field, 2006: 88, akt. Eşki, 2009: 39).

2.1.1.2. Normlar

Normlar, bir topluluk ya da grup içinde uygun ya da uygun olmayan değerleri, inançları, tutumları ya da davranış şekillerini belirlemek ya da tanımlamak için kullanılan işaret ya da davranış kalıplarıdır (Günkör, 2016: 57). Örtük ya da açık şekilde olabilen normlar, bireylerin diğerleriyle olan ilişkilerini düzenleyen geleneksel davranış kuralları olarak da tanımlanabilmektedir.

Toplumdaki kişileri ahlaki eylemlere sevk eden etkili yaptırımlar olan normlar, bu etkili yaptırımlar sayesinde, sosyal sermaye literatüründe ayrı bir öneme sahiptirler. Buradan hareketle normların sosyal sermayeyi yaratma kapasitesi toplumun yararı için bireylerin kendi çıkarlarından vazgeçmeyi öngörmesinden kaynaklanmaktadır. Bu noktada sosyal sermaye kapsamında ele alınan sosyal destek kavramı ile desteklenen normlar ön plana çıkmakta ve insanlar arasındaki bağları güçlendirmektedir. Buradan hareketle sosyal destek, bireylerin, güven duydukları kişilerin varlığı ve ulaşılabilirlikleri sayesinde kendilerini sevilen, önemsenen, değer verilen bir birey olarak algılamalarını, bu sayede sosyal ihtiyaçlarını karşılamayıp kendilerini sosyal bir gruba ait hissetmelerini sağlayan davranış, norm ve tutum olarak tanımlanmaktadır (Boz Semerci, 2016: 36). Boz Semerci’ye göre (2016) “sosyal destek kavramı türleri açısından farklılaşabileceği gibi desteği sağlayan sosyal ağ açısından da farklılaşabilmektedir. Aile, eş, arkadaş, komşu, iş çevresi veya akrabalar sosyal destek kaynakları olarak yer alabilmektedir”.

Toplum veya grup tarafından doğru ve yanlış tutum ve davranışlar karşısında gösterilen ödül veya ceza şeklinde karşımıza çıkan normlar, bireyler arası ilişkilerde doğru ve yanlış ifadelerle ilişkin durumları anlamlı kılmaktadır. Putnam (1993), normların “gruplarda ortak kabul görmüş genelde yazısız kurallar bütünü olduğunu belirterek sosyal amaçlarla uzlaşan normların sosyal hayatın etkin ve verimli bir şekilde devamına katkıda bulunacağını” belirtmektedir. Putnam özellikle karşılıklılık esasına dayanan sosyal normların önemli bir sosyal sermaye unsuru olduğunu vurgulamaktadır.

Buradan hareketle normlar, literatürde sosyal sermayeyi önemli ölçüde oluşturan bir unsur olarak ele alınmasının yanısıra, paylaşılan güven ve karşılıklılık duygusunu ifade eden bir unsur olarak da ele alınmaktadır. Karşılıklılık, bireylerin davranışlarının yol açacağı sonuçların farkında olmasına ilişkin bir kavramdır. Norm olarak karşılıklılık, sosyal sermaye düzeyini kolektif eylem ve katılım yoluyla problemlerin daha etkin ve verimli bir şekilde çözülebilmesiyle artmaktadır. Putnam’a (1993) göre karşılıklılık normu, “esasinda bir bireysel eylem olarak kısa dönemde özverinin ve uzun dönemde ise kişisel çıkarın bir kompozisyonudur”.

2.1.1.3. Sosyal Ağ

Sosyal sermayenin önemli bir bileşeni olarak kabul edilen sosyal ağlar, sosyal sermayenin yaratılması ve geliştirilmesi sürecinde önemli bir ön koşuldur. Dolayısıyla ağlara katılım ve yoğun bir sosyal ağ ilişkisinin var olması, sosyal sermayenin oluşması için gerekli bir koşul olmaktadır (Alan ve Sözen, 2017: 340). Sosyal sermaye kavramı ile birlikte sosyal ağ yaklaşımının zamanla önem kazanması ile beraber literatürde sosyal sermaye ve sosyal ağları birbirini tamamlayan unsurlar olarak gören çalışmaların varlığı çoğalmıştır.

En genel anlamıyla sosyal ağlar bireylerin, akrabalık, komşuluk, arkadaşlık, iş gibi çeşitli sosyal ilişkiler nedeniyle karşılıklı bağımlılık, iletişim ve etkileşim içinde olduğu sosyal yapı olarak ifade edilebilir.

Uzzi (1996) “yapısal yerleşiklik” yaklaşımına göre, örgütlere en büyük getiriyi sağlayacak bağların “yerleşik bağlar” olarak ifade ettiği güçlü bağlar olduğunu ileri sürmüştür. Ona göre “güçlü bağların özellikleri itibarıyla bol miktarda bilgi alışverişi, güven ortamı ve problem çözmede işbirliği sağlaması, örgütlerin ağ düzeneği içerisinde var olan fırsatlara daha hızlı erişebilmesine olanak tanımaktadır. Güçlü bağların aksine, zayıf bağlar taraflar arasında uzun süreli sosyal ilişkiler olmaksızın işlevini sürdüren, zayıf ve nadir görülen etkileşimlerdir (Uzzi, 1999: 483). Kol mesafesindeki bağlar (arm’s length ties) olarak adlandırılan bu bağlar, aktörün bir pazardaki heterojen bilgiye ulaşabilme düzeyini

belirlemektedir. Aktörler, fırsatlar ve yatırımlarla ilgili bilgilere sosyal ağları aracılığıyla erişmeye çalışma eğilimi göstermektedirler. Dolayısıyla, aktörlerin sahip oldukları zayıf bağların miktarı ne kadar çok ise, örgütün dış çevresinde gelişen yenilikler, fırsatlar ve yatırım olanaklarıyla ilgili bilgilere o kadar hızlı ulaşabileceklerdir” (Uzzi, 1999). Uzzi’nin yapısal yerleşiklik yaklaşımı, hem bireysel hem de örgütsel anlamda bilgiye erişim ve yönetim açısından mübadeleyi kavramsallaştıran *işlem maliyeti ekonomisi* ile yakından ilgilidir. Özellikle sosyal güveni bünyesinde barındırdığı için düşük sermaye maliyetlerine kolay erişme ve farklı yönetim faydaları sunabilmesi açısından önemlidir.

Sosyal ağlar, girişimcilere ihtiyaç duydukları bilgiye ve kaynaklara erişme olanağı sağlayabilme potansiyelleri ile önemli katkılar sunmaktadır (Uygun ve Özçifçi, 2012: 191). Dolayısıyla sosyal ağlar, resmi ve resmi olmayan ilişkiler yoluyla girişimcilerin girişimcilik anlamında çeşitli stratejiyi uygulamasına destek sağlayabilmektedir.

Granovetter (1973) girişimcilerle ilişkili ağ türlerini, zayıf ve güçlü bağlardan oluşan iki temel kategoride ele almaktadır. Yazara göre “zayıf bağlar”, genellikle iş çevresinde ve resmi örgütlerde söz konusu olan, sık olmayan bağlantılarla ve düşük duygusal yoğunluklarla karakterize edilen kişiler arası ilişkilerdir. “Güçlü bağlar” ise, teorik olarak aile üyeleri ve arkadaşlarla ilişkilerde söz konusu olmakta ve sık bağlantı ve yüksek duygusal yoğunlukla karakterize edilmektedir (Granovetter, 1973: 12-13).

Güçlü bağa sahip ağlar, belli fırsatları yatırıma dönüştürmedeki belirsizlik algısını azaltarak, bir girişimin ve girişimcinin ortaya çıkma şansını artırabilmektedir (Elfring ve Hulsink, 2001: 6). Güçlü bağa sahip ilişkilerin tarafları birbirine güvenirler, birbirlerine kolayca erişebilirler, karşılıklı olarak birbirlerini teşvik ederler ve bilgi paylaşımında bulunurlar. İlişkide olunmayan bireyler ve gruplarla bağlantı kurmaya olanak sağlayan zayıf bağa sahip ilişkiler ise, değerli kaynaklara erişmek gibi daha araçsal amaçları karşılarlar. Zayıf bağlar, diğer temasta olunmayan insanlarla köprü işlevi görerek, dikey bağlantıları genişlettiğinden farklı bilgi ve fırsatlara erişme olanağı sunabilmektedir (Davidson, 2010: 11). Dolayısıyla zayıf bağlar fırsatlar anlamında girişimcilerin yeteneklerini güçlendirebilmektedir (Elfring ve Hulsink, 2001: 5). Bazı araştırmalar (Bruderl ve Preisendorfer, 1998; Davidson, 2010; Davidson ve Honig, 2003; Granovetter, 1973) her iki bağ türünün de girişimciler açısından önemli olduğunu gösteren sonuçlar içermekte, etkili bir sosyal ağ karmasına sahip olmanın bir girişimci için çok önemli olduğuna işaret etmektedir.

Güçlü bağlar, kuralcı ve kimlik/birlik temelli amaçları gerçekleştirmek için benzer kaynaklara sahip insanları ve grupları bir araya getirmektedir. Zayıf bağlar ise, çoğunluk

tarafından paylaşılan değerlere daha az dayanmakta ve böylece yeni kaynaklara erişmeyi kolaylaştırmakta ve amaca daha etkili hizmet etmektedir (Keskin, 2008: 18).

Sosyal ağların yapısına dair biçimsel ve biçimsel olmayan ağlar şeklinde yapılan sınıflama, literatürdeki en yaygın sınıflamadır. Bunlardan biçimsel ağlar, kendisini gönüllü birlikteliklerdeki bağlantılarda ve vatandaşlarla kamu çalışanları arasındaki ilişkilerde gösterirken, biçimsel olmayan ağlarsa arkadaşlar, aile, komşular ve meslektaşlar arasındaki bağlantılara atıfta bulunmaktadır (Eşki, 2009: 45). Putnam, sivil topluma ilişkin çözümlemelerinde katılım yeteneğini artırdığı gerekçesiyle formel ağlara daha fazla odaklanırken, sosyal sermayeye ilişkin çözümlemelerinde informel ağların üzerinde durmaktadır. İformel ağlar her ne kadar sivil toplumu inşa etmese de sosyal ağların sürdürülebilirliği ve duygusal kaynakların sağlanması noktasında önem arz etmektedir (Eşki, 2009: 45).

2.1.1.4. Katılım

Putnam’a göre (1993) “toplumdaki sivil katılım oranı sosyal sermaye düzeyi hakkında en önemli göstergedir”. Toplumsal katılım ne kadar çok olursa o toplumda sosyal sermaye düzeyi de o kadar gelişmiş olacaktır. Dolayısıyla bir toplumda katılım ağları ne kadar yoğunsa bireyler toplumsal ortak fayda için işbirliği ve yardımlaşmayı o kadar benimsemektedirler. Sivil toplum örgütlerine üyelik ve buralarda sürdürülen faaliyetler katılımın önemli bir göstergesidir ve Putnam’ın anlayışında sosyal sermaye, sivil toplum kavramının önemi ile ilişkilendirilmiştir.

Putnam’a göre, gönüllü organizasyonlara ve sivil toplum kuruluşlarına katılım toplumun sosyal sermaye düzeyini artıran en önemli unsurdur (Tüysüz, 2011: 27). Putnam (1993) ayrıca güvenin sosyal sermaye için önemli bir unsur olduğunu da dile getirmiştir. Sosyal ağlara katılımın güveni doğurduğunu savunan Putnam, ancak güven ilişkileri çerçevesinde sivil katılımın meydana gelebileceğini savunmaktadır. Bu anlamda sosyal sermaye, normlar tarafından desteklenen güven ilişkisinin yaygınlaşmasıyla etkin olabilen bir faktördür ve ancak katılım yoluyla yayılma etkisi yaratılmaktadır (Baştürk, 2011: 54).

Diğer taraftan katılım unsuru çok boyutlu bir kavram olarak gerek mikro düzeyde gerekse makro düzeyde her türlü sivil, sosyal ve siyasal hayata katılımı bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca gruplara katılım ve resmi veya gayri resmi sosyal ağlara katılımı da kapsayan sosyal roller bireyin sahip olduğu sosyal sermaye düzeyini etkilemekte ve güven, işbirliği ve dayanışma ilişkilerini güçlendirmektedir.

2.2. Sosyal Sermayenin Önemi

Bourdieu'ya (2002: 286) göre sosyal sermaye, *“karşılıklı tanışıklık ve bilme halinden kaynaklanan az ya da çok kurumsallaşmış ilişkilerden oluşan dayanıklı ağlara sahip olunmasıyla elde edilen fiili ya da potansiyel kaynakların toplamıdır”* (akt. Okan vd., 2016: 179). Genel olarak değerlendirildiğinde sosyal sermaye, fayda sağlama konusunda kullanılan bir metafor olup Coleman'a (1988) göre de fiziki ve beşeri sermayenin tamamlayıcısı olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal sermayenin temel dayanak noktasının kazanç sağlamak amacı ile sosyal ilişkilere yatırım yapılması gerektiğini belirten Lin (1999: 30-31), sosyal ağlara yerleşmiş sosyal sermayenin, girişimlerin daha iyi sonuçlanması için önemli rolü olduğunu dile getirmiştir. Dolayısıyla, ilişki içerisinde bulunan kişiler aracılığıyla elde edilebilecek potansiyel kazanımlar sayesinde geniş bir sosyal ağ düzeneği içerisinde bulunmak aktörler açısından fayda yaratır hale gelecektir. Lin'e göre (1999) “özellikle de eksik rekabet koşullarının hâkim olduğu piyasalarda stratejik veya hiyerarşik olarak önemli pozisyonlarda olan aktörlerle kurulan bağlar, piyasada var olan fırsatlara dair kaynaklara ve bilgiye ulaşmada kişiye fayda yaratmaktadır”. Sosyal sermayenin diğer bir işlevi ise, aktörü ilgilendiren konularda karar verici mekanizmaları sosyal bağların gücü ile etkilemedir. Özellikle bu noktada bazı aktörler stratejik konumlarına ve statülerine bağlı olarak karar verici mekanizmalar üzerinde daha fazla nüfuza sahip olabilmekte ve daha değerli kaynaklara ulaşılmasına yardımcı olabilmektedirler (Okan vd., 2016).

Yönetsel bir bakış açısı ile ele alındığında sosyal ağ teorisi, yöneticilerin sahip oldukları kişilerarası ilişkiler sayesinde daha fazla gelir elde etmek, terfi ve daha iyi bir kariyer fırsatı gibi kazanımlara sahip olabileceklerini öne süren (Peng ve Luo, 2000: 487; Burt, 1997: 339) pek çok çalışmaya konu olmuştur. Konuya yöneticinin sosyal sermayesi açısından yaklaşıldığında ise mikro düzeyde kişisel ilişkilerle makro düzeydeki örgütsel performans arasında bir ilişki kurularak, yöneticinin sahip olacağı sosyal sermayenin, kişisel kazanımlarının ötesinde, örgütsel bir başarıya zemin hazırlayacağı da öne sürülmektedir (Okan vd., 2016: 180).

Sosyal ağların kullanılması ile iş arama ve bulma sürecinin kolaylaştığını gösteren ilk çalışmadan hareketle (Granovetter, 1973), sosyal sermayenin iş arama sürecinin kolaylaştırılmasında, kariyer desteğinin sağlanmasında ve çalışanlar arasında bilginin yayılmasında önemi büyüktür. Özdemir'e göre (2007) “sosyal sermaye örgütler üzerinde, özellikle bilginin yayılması aşamasında pek çok olumlu etkiye sahip olmakla birlikte sosyal sermayenin, her şeyden önce kaliteli iş gücüne ulaşımı kolaylaştırıcı bir etki yarattığı, iş

bulmayı kolaylaştırdığı ve bilginin yayılmasını sağlayarak çalışanların verimliliğini artırdığını” göstermektedir. Firmaların işe alma prosedürleri gereği yaygın olarak kullandıkları adayların referanslarını arama politikası, sahip oldukları sosyal sermayeden faydalandıklarını göstermektedir.

Sosyal sermayenin, iş arama sürecinde iş arayanlara bilgi sağlayan ağlar bakımından olumlu katkıları olduğu gibi işverenler açısından ise sosyal sermaye, mevcut çalışanların önerdiği arkadaşları ve tanıdıkları hakkında güven ilişkilerinin oluşmasına katkı sağlayabilir.

Çetin’e (2006) göre, sosyal sermayenin önemi şu şekilde belirtilmiştir: “Sosyal sermaye ekonomik anlamda önemli çıktılar sağlayabilecek dışsallıkların kaynağı niteliğindedir. İlk olarak, sosyal sermaye, kolektif faaliyetleri güçlendirir, birlikte faaliyet gösterme arzusu ve gönüllülüğü verir. Böylece bireyler çok yönlü olarak birbirlerini destekleyecek şekilde faaliyet gösterebilirler. Sosyal faktörlerin bu bileşik etkileri neticesinde sosyal sermaye birikimi kurumlara farklı amaçları gerçekleştirme yeteneği kazandırır. İkinci olarak, sosyal sermaye, beşeri ve entelektüel sermayenin yayılmasında bir katalizör görevi görür. Beşeri sermayenin birikiminin etkin ve başarılı şekilde uygulanabilmesi için akademik çevreden endüstriyel çevreye ya da politika çevresine transferi gerekir. Genel davranışlar ve işbirliği temeline dayalı farklı sosyal ağların oluşumu ve sürekliliği, bilgi ve yeniliklerin yayılımında bir ön koşul niteliğindedir. Üçüncü olarak: sosyal sermaye, sinerji ve işbirliğinin temelini oluşturur. Bu yaklaşımın temel amacı; bir toplumun sosyal ilişkileri, sosyal kurumları ve bunlar arasındaki karşılıklı etkileşimin yapısı ve boyutunu belirlemek, sosyal ilişkilere dayalı kurumsal stratejiler geliştirmektir. Son olarak; sosyal sermaye sosyal ağların oluşması ve gelişmesini sağlayan önemli bir dinamiktir” (Çetin, 2006: 75).

Sosyal sermaye alanında yapılan pek çok çalışmanın (Coleman, 1988; Burt, 2000) temel sorusu, daha iyiyi elde edebilen aktörlerin bağlantılara nasıl sahip olduklarının açığa çıkartılması ve bu kaygıyı da sosyal ağın gücü ile ilişkilendirerek aktörlerin bağlantılarının, elde edilen kaynaklar ve başarı üzerinde etkili olduğunu vurgulamaktır. O halde sosyal sermayenin kaynağı, aktörün yer aldığı yapının içerisindeki yerinden doğmakta (Adler ve Kwon, 2002: 18), bu da sosyal sermaye düzeyinin veya sosyal sermayenin harekete geçirilmesi ile elde edilebilecek kazanımların belirlenebilmesinde aktörlerin sahip oldukları bağların dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır (Okan vd., 2016: 179).

Bu çalışmanın temel dayanağını oluşturan girişimcilik ve sosyal sermaye ilişkisinden hareketle, girişimciler girişimcilik sürecinde beşeri ve finansal sermaye unsurlarını biraya getirmenin yanında sosyal sermayeye de ihtiyaç duymaktadırlar. Çünkü sosyal sermaye, kişinin kullanımıyla fayda sağlamanın yanında diğer sermaye türlerinin de harekete geçmesini

sağlayan itici bir kuvvettir. Buradan hareketle sosyal sermaye ve onun kullanımına imkân tanıyan sosyal ağların sahip olduğu bilgi, etki, kontrol, güç ve dayanışma bileşenleri girişimciler açısından değer kazanmaktadır. Böylece sosyal sermayenin tüm bileşenleri girişimcilerin işe başlama, geliştirme ve başarı elde etmeleri için gerekli kaynakları temin etmelerine imkân tanıyan birer kanal olmaktadır (Çitçi ve Coşkun, 2012).

2.3. Girişimcilik ve Sosyal Sermaye İlişkisi

Sosyal sermaye, girişimcinin birey olarak sahip olduğu ilişkiler ağı aracılığıyla edindiği gerçek ve potansiyel kaynakların tümünü ifade eder (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 243). Sosyal sermaye, girişimcilik sürecinde girişimcileri yeni ve farklı fikirlerle karşı karşıya getirir; onlara potansiyel fırsatlar hakkında destekleyici ve besleyici geniş bir referans çerçevesi sunar (Aldrich ve Zimmer, 1986).

Başlangıçta tek boyutlu bir kavram olarak ele alınan sosyal sermaye, daha sonra çok boyutlu bir bakış açısıyla incelenmeye başlanmış ve Nahapiet ve Ghoshal tarafından (1998) üç farklı boyutu ortaya çıkarılmıştır. Yazarlar sosyal sermayenin girişimcilikle ilişkisini değerlendirirken, yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutu ele almışlardır.

Yapısal sosyal sermaye, bireyin içerisinde yer aldığı ilişkiler ağının yapısını temel alırken, ilişkisel sosyal sermaye, insanların başkalarıyla etkileşimleri sayesinde geliştirmiş olduğu kişisel ilişki türlerini ifade eder. Yapısal sermaye bilgi ve fikir alışverişine imkân sağlayan ağ bağlarının varlığına odaklanırken, ilişkisel sermaye insanların davranışlarını belirleyen duygusal destek, güvenilirlik, saygı ve güven çerçevesinde belli ilişkilere odaklanır (Karabey, 2009: 62). Bilişsel sosyal sermaye konusunda önemli çalışmaları bulunan Nahapiet ve Ghoshal (1998) bilişsel sosyal sermayeyi “bir ağdaki bireylerin o ağa ait konularda ortak anlayış ve paylaşımlar geliştirmesi” olarak tanımlamışlar ve bu paylaşımların sosyal sermayeyi güçlendirdiğini iddia etmişlerdir.

Hambrick ve Mason’un (1984) çalışmalarında değindiği gibi girişimcilerin mevcut özellikleri ve sosyodemografik özellikleri birer sosyal sermaye kaynağıdır. Yazarlar bu özellikleri şöyle sıralamışlardır: yaş, eğitim, sosyoekonomik kaynaklar ve finansal durum, işletmedeki görev süresi, görev geçmişi. İşletmelerin başarısında ve yenileşmesinde uygun sosyal sermaye kaynaklarına sahip girişimciler oldukça önemlidir. Ayrıca Cooper ve arkadaşlarına göre (1994), sosyal sermaye KOBİ’ler bazında ele alındığında da girişimcinin eğitim düzeyi, cinsiyeti, etnik kökeni, yönetim ve iletişim becerisi ile ilişkili olduğu ortaya çıkarılmıştır. Granovetter’e göre (1985) girişimciler, iş kurma ve iş genişletme kararı almalarında sosyal ilişkilerini kullanmaya özen göstermektedirler. Bu bağlamda girişimciler iş

sürecini planlamada ve işle ilgili kararlarına destek almada, arkadaş, akraba gibi sosyal destek mekanizmalarını harekete geçirerek sosyal sermaye ile amaçlarına erişmesini kolaylaştırmaktadır. Greve ve Salaff'a (2003) göre, özellikle küçük işletmelerin kuruluş aşamasında girişimcilerin sosyal sermaye kaynakları arasında aile ve akrabaların rolü oldukça belirgin bir şekilde kendisini göstermektedir. Dolayısıyla girişimcilerin sosyodemografik özellikleri ve girişimsel amaçlarına katkıda bulunan sosyal bağlantıları sayesinde, girişimciler işbirliği ve dayanışma ilişkilerini geliştirerek örgütlenme zeminlerini güçlendirebilmektedirler.

İnsanlar arasındaki güvene dayalı ilişkinin ekonomik getirilerini analiz eden sosyal sermaye, kişinin sosyal, eğitim, sağlık, aile, çalışma hayatı ve kamu idaresindeki faaliyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Özgüner ve Özgüner, 2014: 369). Bu nedenle sosyal sermaye, beşeri sermaye verimliliğini de etkileyen önemli unsurlardan biridir. Beşeri sermayenin etkin bir biçimde kullanılabilmesi, büyük ölçüde sosyal sermayenin varlığına bağlı olduğu için sosyal sermaye ve beşeri sermayenin birbirini tamamlayan iki ayrı değer olarak kabul görmesi bu açıdan muhtemeldir.

Keskin'e (2011: 128) göre en genel ifadeyle beşeri sermayenin tanımını "toplumdaki bireylerin, üretim süreciyle ilgili olarak, bir taraftan sahip oldukları bilginin, becerilerinin, yeteneklerinin, tecrübelerinin, işine karşı duygusal bağlılığının, davranışlarının ve değerlerinin ulaştığı düzeyi; diğer taraftan bedensel ve zihinsel zindeliği ya da sağlamlığı ifade eden bir kavram" olarak vurgulamaktadır. Buradan hareketle beşeri sermaye, toplumun üretim sürecinde kullanabileceği zamanını, tecrübesini, bilgisini ve becerisini ifade etmektedir (Özgüner ve Özgüner, 2014).

Sosyal sermayenin beşeri sermayenin etkinliğini artıran bir unsur olmasından hareketle beşeri sermayenin girdisini oluşturan toplum, sosyal sermayesi ile hayatına bir çok noktada katkı sağlamaktadır. Buradan hareketle sağlıklı temelde var olan her beşeri sermaye, etkin bir sosyal sermayeyi oluşturmaktadır.

Sosyal sermaye günümüzde sadece girişimcilik sürecinde değil aynı zamanda işgücü piyasasında da olumlu etkileri olan bir faktör olarak kabul edilmektedir. 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 çalışmaktadırlar (Aşkın ve Barış, 2016: 66). Böylelikle gelişen iletişim ağı, kurumlar ve kurallar bütünü, sosyal ilişkilerin niceliğini, niteliğini ve şeklini belirlemekte ve kişinin işyerinde iş arkadaşları ve üstleriyle olan sağlıklı ilişkiler iş performansını yükseltmekte ve kariyerini olumlu yönde etkilemektedir.

İş arama ve var olan işinde fırsatları yakalama açısından faydalı olan sosyal sermaye, bireylerin bağımsız çalışma diğer bir deyişle girişimcilik şeklindeki istihdam biçimlerini seçmelerinde ve bu istihdam biçiminde başarılı olmalarında önemli etkilere sahip bir değişken olarak görülmektedir (Aşkın ve Barış, 2016).

Girişimcilerin sosyal ağ destekleri yeni kurulan işletmelerinin faaliyetlerini sürdürme ve potansiyellerini büyütmeye açısından etkili kaynaklar olmaktadır. Ayrıca bir sosyal topluluğa üye olan girişimcilerin olmayanlara göre daha fazla fırsat elde ettikleri ve sosyal bağlantıları sayesinde girişimcilikte daha başarılı oldukları bilinmektedir. Girişimciler işini kurma ve büyütmeye kararlarında çoğunlukla aile, arkadaş ve akraba gibi sosyal destek mekanizmalarından faydalanmaktadır.

Yetim'e (2002) göre "girişimcilerin kişisel ve sosyodemografik özellikleri, iş kurma nedenleri, örgütlenme eğilimleri ve sosyal ilişki ağları önemli birer sosyal sermaye faktörü olmaktadır". Dolayısıyla her türlü sosyal sermaye kaynağı, kişilerin girişimciliği tercih etmelerini ve bu süreçte elde ettikleri başarılarını olumlu yönde etkilemektedir.

Thornton ve Flynn (2003), sosyal sermayenin girişimciliği üç farklı analiz düzeyinde etkilediğini savunmuştur; Bunlar, firmaları ve endüstrileri birbirine bağlayan; grupları ve ekipleri birbirine bağlayan ve bireyleri birbirine bağlayan ağ bağlarıdır. Yazarlar çalışmalarında, sosyal ağların güveni desteklediği ilişki bağları sayesinde, bilginin kolayca aktarılması ve yenilik, yatırım riskini azaltması gibi girişimciliğe önemli katkı sağlayan birkaç sonuca varmışlardır. Ağlar, bireyleri, grupları veya firmaları birbirine bağlayan, girişimciliği teşvik eden ve sosyal, finansal ve beşeri sermayeyi sağlayan bağlamlardır (Doh ve Zolnik, 2011).

Sosyal sermaye perspektifi, ağ bağlarının bireylere veya kuruluşlara bilgi ve diğer faydalı kaynaklara erişimi sağladığını varsaymaktadır (Doh ve Zolnik, 2011). Böylece sosyal sermaye, bireyler arasındaki veya bireyler ve kuruluşlar arasındaki ağları ve bu ağlardan elde edilebilecek yararlı kaynakları barındırmaktadır. Buna ek olarak, ağlar sadece girişimci süreci etkilemekle kalmaz aynı zamanda diğer aktörlerin becerilerini içselleştirerek yeni fırsatlar yaratırlar. Bu nedenle, girişimcilerin sosyal ağ ilkeleri, yeni işletmeler kurmak veya mevcut işletmeleri genişletmek için pratik ve erişilebilir çözümler sunabileceğini ortaya koymaktadır (Kim ve Aldrich, 2005).

Sosyal ağların önemi itibarıyla, girişimci fırsatlardan yararlanmak isteyen birçok kişi ve kuruluş da, bilgi ekonomisi çerçevesinde diğer aktörlerle sosyal ağlarını geliştirme imkânı elde etmektedir. Sosyal sermayenin girişimciliğe olan katkısı sayesinde aktörler arasındaki işlem maliyetleri, arama ve bilgi maliyetleri, pazarlık maliyetleri ve karar maliyetleri yüksek

sosyal sermaye etkisi ile düşmektedir (Doh ve Zolnik, 2011). Buradan hareketle, girişimcilik sürecinde organizasyonları anlamak ve davranış özelliklerini incelemek amacı ile geliştirilen organizasyon teorilerinden biri de *İşlem Maliyetleri Yaklaşımı*'dır (akt. Özbaltacı, 2008). Yaklaşımın ana fikri şudur; örgütler gerçekleştirdikleri değişim işlemlerini, maliyetleri en ekonomik olacak şekilde organize etmek isterler. İşlem Maliyetleri Yaklaşımı, örgütlerin değişim maliyetlerini analiz edebilecekleri ve en ekonomik şekilde organize edebilecekleri modeli araştırmaktadır. Bu “en ekonomik” olma bir yandan karar vericilerin “sınırlı rasyonelliğe” sahip olmaları, bir yandan da değişime taraf olan kişilerin kendi çıkarları doğrultusunda “fırsatçı” davranmalarından etkilenir. Yaklaşımın temelinde aslında rasyonellik ve etkinlik arayışı vardır. Williamson’a göre (1991) bu yaklaşım, “stratejik yönetim gibi kompleks ve disiplinler arası bir alanda kullanılabilecek bir yaklaşımdır”. Yaklaşımına göre ekonomi stratejiden daha önemlidir ya da diğer bir ifadeyle ekonomi en iyi stratejidir. Bu yüzden işlem maliyetlerini ekonomize etmek en önemli konulardan birisidir (Williamson, 1991).

İşlem maliyeti kuramının temel analiz düzeyi, örgüt yerine örgüt içerisindeki işlemlerin verimliliğine dayanmaktadır. Bu kuramın temel tartışması işlem maliyetlerini asgariye indiren yönetim mekanizmalarına dayanmaktadır. Buna göre “örgütler belirtilen alternatif yönetim mekanizmaları olarak “piyasa” ve “örgüt” arasında seçim yaparken, bu seçimi büyük oranda hangisinin işlem maliyetini asgariye indirdiğine göre yapmaktadır. Diğer taraftan, işlem maliyeti kuramında geçen maliyetler büyük ölçüde insan doğası ile bağdaştırılmış ve insan doğasını anlamamanın ve kontrol etmenin maliyetleri düşürmek açısından çok önemli bir unsur olduğu” vurgulanmıştır. Kalemci’ye göre (2013) işlem maliyeti kuramının insan davranışı kurgusunda temel olarak iki tane varsayımı bulunmaktadır: Bunlar “fırsatçılık” ve “sınırlı akılcılık” tır. Fırsatçılık, bireylerin çıkarlarını kollayacak şekilde her türlü ekonomik işlemde bilginin tam ve doğru olarak aktarılmasını ifade ederken akılcılık ise bireylerin bilişsel kapasite sorunu nedeniyle tam olarak akılcı değil ama niyet olarak akılcı olmaya eğilimli olmalarına dayanmaktadır (Kalemci, 2013: 56).

Sosyal ağlar, aralarında oluşan bağlar dizisi ile birbirine bağlı bireyler arasında bir dizi bağlantı olarak düşünülebilir (Omar, 2015: 107). Buradan hareketle sosyal ağ oluşturma, iş dünyasındaki tüm aktörlerle ilişkiler kurmayı ve sürdürmeyi kapsamaktadır. Dubini ve Aldrich (1991), bir girişimcinin ağının, bir girişimcinin ortakları, tedarikçileri, müşterileri, bankacıları, aile üyeleri ve benzerlerini içeren doğrudan ilişkileri olan tüm insanlardan oluştuğunu savunmaktadır. Girişimciler, her bireyin ağda bir düğüm noktası olarak görüldüğü toplumsal ilişkilere yerleştirilirler. Bu ağ, veri, teknik bilgi ve uzmanlığı içeren bilgi

kaynakları, fon, materyal, yer ve zamanı içeren fiziksel ve sermaye kaynakları ve onay ve meşruiyeti içeren sembolik destek de dâhil olmak üzere geniş bir kaynak yelpazesi sunmaktadır (Larson ve Starr, 1993).

Sosyal ağlar birtakım boyutlara sahip olsa da, ağ bağlantısı sosyal ağların en önemli unsurudur ve girişimcilik çalışmalarında büyük ilgi görmektedir (Elfring ve Hulsink, 2007). Jack (2005)'e göre ağ araştırmalarının çoğunluğu, Granovetter'in (1973, 1982) güçlü ve zayıf ağlar hipotezini kullanmıştır ve aslında hipotezin kendisi, kavramın anlaşılmasına yönelik kayda değer bir katkı yapmıştır. Bu teorik bağlam, bireyin kendisine açık olan geniş fırsat yelpazesiyle ilişkilendirilebilecek çeşitli bağlara sahip olduğu temelindedir (Granovetter, 1973, 1982). Zayıf bağlar çok iyi tanınmayan kişilerken bunlar tedarikçiler, müşteriler, devlet kurumları, ticaret odaları ve diğerleri olabilir, güçlü bağlar ise kişinin aile üyeleri, yakın akrabalar ve iyi arkadaşlarından oluşmaktadır. Güçlü bağlar, ağdaki herkesin güvenilebileceği güçlü ilişkiler üzerine kurulsa da, zayıf bağlar duygusal bağlılığa dayanmaz (Omar, 2015: 107).

Güçlü bağlar girişimcilere yardım sağlaması açısından daha destekleyicidir ve bu bağların daha kolay bulunabilirliği mevcuttur (Granovetter, 1973). Dahası, benzer insanları uzun vadeli ve yoğun ilişkilere bağlamaya meyillidir (Elfring ve Hulsink, 2003). Böylelikle güven gelişiminin girişimcilere aktarılmasını teşvik eder (Rowley vd., 2000; SMIDEC, 2002). Bununla birlikte güçlü bağların, aynı çevredeki yakın tanıdıkların bilgi fazlalığını ifade eden girişimcilerde kilitlenmelerine neden olabilecek, aşırı yerleşim riski taşıyan bir kısıtlaması vardır (Uzzi, 1997). Bununla birlikte Burt (1992), güçlü bağların aynı çevreden fazlasıyla bilgiye sahip olması nedeniyle daha az temastan oluştuğunu savunmaktadır. Zayıf bağlar, diğer yandan, bir girişimcinin nadiren karşılaştığı ilişkilerden daha çok söz etmektedir (Elfring ve Hulsink, 2003; Granovetter, 1973). Bu sınırlı ve duygusal olmayan ilişkiler yeni iş ilişkileri kurma şansını artırma eğilimindedir (Burt, 1995; Granovetter, 1995). Buna ek olarak müşteriler, tedarikçiler veya yeni iş arkadaşlarından oluşan zayıf bağlar sayesinde, yeni ticari yerler, mal ve hizmetler için potansiyel pazarlar, sermaye kaynakları (Aldrich ve Zimmer, 1986) ve tedarikçi ve müşteri tavsiyeleri gibi faydalı bilgiler (Jack vd., 2004) girişimciler için çok çeşitli kaynaklara erişimi artıran kanallar olarak görev yapmaktadır. Dahası Granovetter (1973), zayıf bağların güçlü bağlar tarafından kolaylıkla temin edilemeyen bilgileri sağladığını ve bunu “zayıf bağın gücü” olarak gördüğünü ileri sürmektedir. Bu hipotez, güçlü bağların yoğun bir aktör ağı içerdiğine olan inanç üzerine inşa edilmiş olup, sonucunda da bilgi fazlalığının ortaya çıktığını savunmaktadır (Granovetter, 1973). Zayıf bağlar, aksine, odak aktörün faaliyet gösterdiği alanlardan farklı olarak sosyal çevreler içinde hareket eden

aktörler ağı olarak kabul edilir. Ayrıca, zayıf bağların, fırsatların keşfedilmesine yardımcı olduğunu, çünkü bu zayıf bağların yeni ve farklı bilgilere karşı köprüler oluşturduğu savunulmaktadır (Granovetter, 1983).

Sosyal ağ literatürü (Aldrich ve Zimmer, 1986; Birley vd., 1991; Dubini ve Aldrich, 1991) zayıf bağlara karşı güçlü bağların göreceli değeri üzerinde zayıf bağların önemini vurgulamaktadır (Jack, 2005). Granovetter (1973) ve Burt (1992) mükemmel bir girişim ağının güçlü ve zayıf bağların bir kombinasyonunu içermesi gerektiğini savunmaktadır. Çünkü bu bağların doğası, ağların çalışması ve yapısı üzerinde etkilere sahiptir.

Johannisson (1986), Uzzi (1997), Rowley ve diğerleri gibi birçok girişimci ve ağ araştırmasının bulguları bu tartışmayı desteklemektedir (Chell ve Baines, 2000; Elfring ve Hulsink, 2003). Bu yazarlar, güçlü ve zayıf bağların doğru karışımlarının bir girişimcinin sosyal ağının etkinliğini sağlamak için şart olduğunu keşfetmişlerdir. Chell ve Baines (2000), sadece zayıf bağların değil aynı zamanda güçlü bağların da işin büyümesine katkıda bulunduklarını bulmuşlardır. Bu farklı bağlar farklı nedenler ve işlevler için gereklidir (Lechner ve Dowling, 2003). Örneğin, güçlü bağlar karşılıklı güveni teşvik ederken, işe alım gibi belirli amaçlar için zayıf bağlar kullanılmaktadır (Chell ve Baines, 2000; Rowley vd., 2000). Rowley ve diğerlerinin (2000) çelik ve yarı iletken endüstrisi hakkındaki çalışmaları, güçlü ve zayıf bağların kombinasyonlarının firmaları çevreleyen koşullara bağlı olarak firma performansı ile pozitif yönde ilişkili olduğunu öne sürmektedir. Bunun yanı sıra, Elfring ve Hulsink (2003), fırsatları keşfetmek, kaynakları temin etmek ve meşruiyet kazanmak gibi girişimci süreçlerinin güçlü ve zayıf bağlardan nasıl etkilendiğini incelemiştir. Bu yazarlar, Hollanda'da üç yüksek teknoloji şirketini incelemiş ve güçlü ve zayıf bağların karışımının, özellikle fırsat keşfinde ve meşruiyet kazanmada girişimcilik süreci için önemli unsurlar olduklarını bulmuşlardır.

2.3.1. Girişimcilik ve Sosyal Sermaye ile İlgili Çalışmalar

Önceki kısımlarda da değindiğimiz üzere sosyal sermaye ekonomik aktörlerin faaliyetlerinin başarısında rol oynamaktadır. Bu sebeple konumuz olan girişimciliğin sosyal sermaye ile ilişkisini ele alan yazındaki çalışmalara bakmak faydalı olacaktır.

Birley'in (1985) çalışmasına göre girişimcilerin yeni bir işletme kurma sürecinde sosyal ağlarından ne düzeyde faydalandıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, resmi bağlantılardan (bankalar, muhasebeciler, avukatlar, vs.) ve resmi olmayan bağlantılardan (aile, arkadaşlar, iş arkadaşları) edinilen yardım ve tavsiyelerin işletmeyi etkileyeceği düşüncesinden yola çıkıldığı ifade edilmektedir. Sonuçlara göre, "girişimcilerin

işletme kurma aşamasında faydalandıkları bağlantılarının büyük çoğunluğu aile, arkadaşlar ve iş arkadaşları gibi resmi olmayan bağlantılardır. Yazar, resmi bağlantı olarak ise bankadan faydalanmayı” ifade etmektedir (Birley, 1985: 108).

Chu (1996), bir ağ düzeneğindeki ilişkilerin niteliklerine dair üç temel boyuttan bahsetmektedir. Bunlar; yoğunluk, ulaşılabilirlik ve merkeziliktir. Yüksek yoğunluğa sahip sosyal ağların aktörlere daha fazla bağlantı sağladığı ve bu sayede aktörlerin ihtiyaç duydukları kaynaklara erişimi kolaylaştırdığı iddia edilmektedir. Sonuçlara göre, “girişimciler üyesi oldukları ağ düzeneğindeki diğer üyelerden ihtiyaç duydukları desteği ve kaynakları elde edebildikleri takdirde, başarı ihtimalleri artmaktadır” (Chu, 1996: 359).

Brüderl ve Preisendörfer’e göre (1998), sosyal ağlar ve girişimcilik ilişkisi ile ilgili olarak literatürde iki temel yaklaşım vardır. “Bunlardan ilki sosyal ağlardan edinilen kaynakların, etkinliklerin ve desteğin yeni işletmeler kurmak için kullanıldığını ve dolayısıyla sosyal ağların girişimciliği teşvik ettiğidir. İkincisi, ağ düzeneği ile örgütsel performans arasında bir ilişki olduğu varsayımında bulunduğunu” aktarmaktadır (Brüderl ve Preisendörfer, 1998: 215).

Abell ve Diğerleri (2001), sosyal sermaye, girişimcilik ve serbest girişimciler üzerinde yaptıkları çalışmalarında, kişinin serbest mesleğe ilk adım atmasında, zayıf bağların güçlü bağlardan daha etkili olduğu tespit etmiştir. “İnşaat, sağlık, eğitim, vb. sektörlerde farklı serbest girişimcilerle ilgili yaptıkları çalışmaya göre akrabaların serbest girişimciliğe başlamada hiçbir etkisinin olmadığını, aksine arkadaşların ve tanıdıkların etkili olduğunu ortaya çıkarmışlardır” (Abell vd., 2002: 137).

Brush ve Diğerleri (2002), tedarikçiler ve girişimciler arasındaki bağlantının kurulmasında sosyal sermayenin rolünü incelemişlerdir. Yazarlar, tedarikçilerin arzı, girişimcilerin ise talebi temsil ettiği bir yaklaşımla oluşturdukları modelde önce arz kısmını ele almışlardır. Onlara göre, “risk sermayesi sektörü kapalı, coğrafi anlamda belli bir yerde toplanmış ve birbirine sıkı sıkıya bağlı bir sektördür. Brush ve Diğerleri’ne göre, (2002), risk sermayesi şirketlerinin başarısı, ne bildiklerine ve kimi tanıdıklarına bağlıdır ve sıkı sıkıya birbirine bağlı olma, daha iyi bilgi akışı sağlar ve örgütün meşruiyetini artırmaktadır. Bir risk sermayesi şirketinin merkezinde ticari anlaşmalar akışı bulunmakta ve şirket bu anlaşmaları diğer şirketlerle olan bağlantıları sayesinde gerçekleştirmektedir. Bu ilişkiler sosyal sermaye yaratmakta, risk sermayesi şirketi de yaptığı anlaşmalar yoluyla bu sosyal sermayeyi artırmaktadır” (Brush vd., 2002: 308).

Greeve ve Salaff’a göre (2003), girişimciler girişimcilik süreçlerinin her bir aşamasında farklı boyutlarda sosyal ağlara sahiptirler. Yazarlar, “motivasyon aşamasındaki

girişimcilerin küçük bir sosyal ağa sahipken, planlama aşamasındaki girişimcilerin en büyük sosyal ağa sahip olduklarını, işletme kurma aşamasında ise sosyal ağın boyutunun tekrar küçüldüğü, hatta mevcut bir işletmeyi devralan girişimcilerin nispeten daha da küçük sosyal ağlara sahip oldukları” öne sürmüşlerdir (Greeve ve Salaff, 2003: 13).

Elfring ve Hulsink (2003), güçlü ve zayıf bağların her ikisinin de faydalı olduğunu, ancak girişimcilik sürecinin farklı aşamalarına farklı şekillerde katkı sağladıklarını iddia etmektedirler. Onlara göre, “ideal bir girişimcilik ağı güçlü ve zayıf bağların bir karışımını içermelidir. Buradan hareketle, Elfring ve Hulsink (2003), fırsatları keşfetme noktasında, zayıf bağlardan faydalandıklarını, ancak zayıf bağların yeterli olmadığını ve fırsatları değerlendirme aşamasında güçlü bağların kilit rol oynadığını tespit etmişlerdir. Kaynaklara erişim sürecinde de her üç firmanın da güçlü bağları sayesinde önemli örtük bilgiye ulaştıkları tespit edilmiştir. Meşruiyet kazanma noktasında ise, ilk iki sürecin aksine, girişimcilerin zayıf bağlarının devreye girdiği, yeni ürünlerin kabul görmesi için zayıf bağların etkili olduğu ortaya çıkmıştır” (Elfring ve Hulsink, 2003: 421).

Neergard ve Madsen’in (2004) çalışmasına göre, kişilerin sosyal ağ oluşturma faaliyetlerine olan yaklaşımlarının ve ağ oluşturma ile ilgili algılarının sosyal ağ oluşturma davranışları üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Neergard ve Madsen (2004), güçlü bağların etkili takım çalışmasını teşvik etmesine rağmen, bir işletme kurarken akrabalar veya arkadaşlar gibi yakın çevre ile ortak olunmasının birtakım dezavantajları olabileceğinden bahsetmektedir. Yazarlar, örgütün stratejisiyle ilgili anlaşmazlıkların, ortakların akraba ya da yakın arkadaş olduğu durumlarda çözülmesinin daha zor olacağını iddia etmişlerdir. Daha büyük bir risk ise, daha geniş bir sosyal ağın potansiyelinden faydalanılamamasıdır. Onlara göre, “eğer kurucular arasında akrabalık bağları varsa ya da daha önce aynı şirkette çalışmışlar ise, yüksek ihtimalle örtüşen ya da birbirine çok yakın sosyal ağlara sahip olacaklardır; bunun sonucunda da ağlarının kapsamı sınırlı kalacaktır” (Neergard ve Madsen, 2004: 120).

Cruickshank ve Rolland (2006), çalışmalarının sonucunda örgütün farklı evrimsel aşamaları boyunca farklı ağlardan ve ağ oluşturma faaliyetlerinden faydalandıklarını tespit etmişlerdir. Onlara göre, “yeni başlayan girişimciler, özellikle iş koluyla ilgili uzmanlık ve deneyimden yoksun olanlar, temelde aile ve arkadaşlardan oluşan destekleyici bir sosyal ağdan faydalanmaktadırlar. Bu sosyal ağdan onay, manevi destek, yardım ve tavsiye beklentisi içine girdikleri ifade edilmektedir. Aynı zamanda söz konusu girişimciler, sosyal ağları sayesinde, kurdukları işletmenin kuruluş sermayesini de elde edebilmektedirler. Diğer yandan, sürdürülebilirlik ve büyüme için, daha fazla uzman tavsiyesi gerektiği öne

sürülmektedir. Bu uzman tavsiyelerine çoğunlukla sosyal ağlar sayesinde erişilebilmektedir. İşletme kurulduktan sonra ise, büyümenin ve ihracatın gerçekleştirilebilmesi için farklı sosyal ağların oluşturulması gerektiği” vurgulanmaktadır (Cruickshank ve Rolland, 2006: 76).

De Carolis ve Saporito (2006), sosyal sermayenin bireylerin ilişkilerinde var olan bir unsur olduğunu ve arkadaşlardan, meslektaşlardan ve diğer kişilerden edinilen manevi bir değer olduğunu ifade etmektedir (Akyazı, 2014: 53). Ancak onlara göre, “geçmiş çalışmalarda ifade edildiği şekliyle sosyal sermaye fırsatların bir göstergesi olmakla birlikte doğrudan fırsatları öngörücü özelliği de yoktur. Bu yönüyle Burt’un (1992), bir ağ düzeneğindeki girişimcilik fırsatlarının arttığı takdirde girişimcilik davranışı olasılığının da artacağı iddiasına karşı çıkar”. De Carolis ve Saporito’ya (2006) göre, ağ düzeneğinde girişimcilik davranışına eğilimi olan birileri varsa; ancak o zaman bu olasılıktan söz edilebilecektir.

Çetin (2006), Silikon Vadisi’ndeki sosyal ağlar üzerine yaptığı çalışmasına göre, “Silikon Vadisi’nde sosyal sermaye; yenilikler ve rekabet gücü ile ilişkili ekonomik ve kurumsal aktör ağlarının desteklediği işbirliğine dayalı ilişkiler üzerine dayalıdır. Burada sosyal sermaye yenilik üretme amacıyla olan karşılıklı faaliyet içinde bulunan aktörlerin işbirliği ağlarıyla gelişmekle beraber bu gelişme de vadinin ekonomik anlamda gelişmesine etki etmektedir”. Ona göre Silikon Vadisi’nde güven, aktörlerin güvenilirliği ve itibarına, ağ ilişkilerindeki gösterdikleri performansa bağlı olduğu için bölgedeki sosyal ilişkilerin gelişmesinde büyük rolü vardır (2006: 21).

Mosey ve Wright (2007), “akademik girişimcilerin beşeri sermayelerinin sosyal sermayelerini geliştirmedeki rolünü inceledikleri çalışmalarında, radikal bir inovasyonu pazarlama amacı taşıyan bir akademisyenin sosyal sermaye aracılığıyla meşruiyet alanını genişletmesi gerekebileceğinden bahsetmektedir. Onlara göre, girişimcilerin beşeri sermayeleri, sosyal sermayelerini geliştirmede etkili olabilmektedir” (Mosey ve Wright, 2007: 910).

Linan ve Santos (2007), “sosyal sermayenin girişimcilik niyetini etkileyip etkilemediğini araştırdıkları çalışmalarında, bağlayıcı sosyal sermayenin algılanan çekiciliği etkilediği, algılanan yapılabirliği kısmen etkilediği, aracı sosyal sermayenin ise algılanan yapılabirliği etkilediği ancak algılanan çekiciliği etkilemediği” sonucuna ulaşmışlardır.

Robinson ve Stubberud (2009), girişimcilerin kaynaklara ve bilgiye erişimde sosyal ağlarından faydalanmaları bağlamında erkek ve kadın girişimcileri karşılaştırdığı çalışmasında “erkek girişimcilerin kadın girişimcilere kıyasla daha çok resmi kaynaklardan faydalandığını, kadın girişimcilerin ise aile ve arkadaşlar gibi resmi olmayan kaynaklardan

faydalandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Yazarlara göre, resmi kaynaklar resmi olmayan kaynaklara göre örgüt performansı açısından daha faydalı bilgiler içerdiğinden, erkek girişimciler bu bakımdan daha avantajlı durumdadırlar. Ayrıca, erkek girişimcilerin kurdukları işletmeler ile kadın girişimcilerin kurdukları işletmelerin performans düzeyleri arasındaki farkın sebebinin, girişimcilik sürecinde faydalandıkları ve tavsiye aldıkları bağlantılar olabileceği” öne sürülmektedir (Robinson ve Stubberud, 2009: 98).

Xu (2011), ABD’de 1000 adet yeni işletme üzerinde yaptığı çalışmasında, “girişimcilerin sosyal sermayelerinin onların yeni ürün geliştirme konusundaki bilgi yapıları üzerinde ve bunun sonucu olarak da yeni girişimlerdeki inovasyon üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Xu (2011), girişimcinin sosyal ağının ve bilgi yapısının yeni girişimlerdeki inovasyon için çok önemli olduğunu ifade etmiştir. Ona göre, karmaşık ve belirsizliğin olduğu bir ortamda girişimcinin sosyal ağı ve bilgi yapısı adaptasyon ve öğrenme yoluyla değişmektedir” (Xu, 2011: 11).

Zhang ve diğerlerinin (2012: 196) Çin’deki KOBİ’lerin uluslararası pazarlara açılmalarında sosyal sermayenin rolünü inceledikleri çalışmaya göre, “KOBİ’ler sosyal sermaye eksikliğinden dolayı girişim yönelimlerini performanslarına başarılı biçimde yansıtamamaktadır”. Yazarlar, sosyal sermayenin uluslararasılaşmada önemli rol oynadığını ifade ederek, KOBİ’lerin uluslararası pazarlar geliştirmesinin etkili bir yolunun, içselleşme yoluyla kaynakları güvenlik altına almak değil, örgütsel ağlar aracılığıyla kaynaklara güvenilir erişim sağlamaktır.

Estrin ve Diğerleri (2013), sosyal girişimcilik ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi ele aldıkları çalışmalarında, “sosyal girişimcilerin eylemleri ve onların yarattıkları girişimin bir ulus içerisindeki işbirliğine dayalı normları pekiştirdiği ve toplumsal amaçlara ulaşmak ve grup ihtiyaçlarını karşılamak için birlikte çalışma aracılığıyla başkalarına değer verme ile ilgili olumlu mesajlar verdiğini belirtmektedir. Sosyal girişimcilerin çalışmaları sayesinde, paydaşlarla ortak çalışmaya dayalı ilişkiler inşa edilir, farklı sosyal gruplar arasında köprü kurulur ve sosyal gruplar arasında yeni bağlar oluşturularak sosyal dışlanma ortadan kaldırılmış olur” (Estrin vd., 2013: 480).

Gedajlovic ve diğerleri (2013), sosyal sermaye ile sosyal sermayeyi oluşturan kaynakları içinde barındıran ilişkiler arasında; kavramsal ve görgül anlamda bir ayırım yapılması gerektiği konusuna dikkat çekmişlerdir. Yazarlar bu durumun, “sosyal sermayenin nesnel ve niceliksel bir ölçüme tabi olmamasından kaynaklanabileceğini, bir başka deyişle sosyal sermayenin değerinin ölçülmesinin son derecede zor olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca sosyal sermaye yalnızca belli şartlarda faydalanılabilecek fırsatlar sunmaktadır.

Dahası, kaynakların (örneğin bilginin) tamamen ağ ilişkilerine mal edilip edilemeyeceğini belirlemenin bir yolu yoktur” (Gedajlovic vd., 2013: 459).

Jonsson ve Lindbergh’in (2013) elde ettikleri bulgulara göre, “girişimsel eylemlerin karmaşıklığı nedeniyle finansmana erişmede girişimcilerin sosyal sermayelerinin nasıl gelişme gösterdiğinin anlaşılabilmesi için çok boyutlu bir yaklaşım gereklidir (Jonsson ve Lindbergh, 2013: 680). Buradan hareketle girişimcilerin gelişimindeki ilk aşamalardan itibaren örgütsel ağlarını ve sosyal sermayelerinin gelişimini bilinçli olarak yönetmeleri gerektiği yargısına” ulaşmışlardır.

Light ve Dana (2013), “sosyal sermayenin yalnızca kültürel sermaye ile desteklendiğinde girişimciliği tetiklediği bulgusundan hareketle sosyal sermayenin girişimcilik düzeyini yükselttiği şeklindeki son zamanlarda bilimsel literatürde neredeyse tamamen kabul görmüş olan önermeye karşı çıkmaktadırlar. Onlara göre, sosyal sermayenin girişimciliğe olan etkisini inceleyen çalışmaların tamamı, sosyal bağlamın egemen olduğu ve kültürel sermayenin girişimciliği desteklediği çevreleri ele almışlardır. O nedenle, kültürel sermayenin destekleyici rolünü göz ardı etmişlerdir” (Light ve Dana, 2013: 603).

Kalkan ve diğerlerinin (2015) sosyal sermayenin örgütsel performansa etkisini ölçmek amacıyla Antalya’da faaliyette bulunan 302 adet küçük ve orta ölçekli firmada gerçekleştirdikleri çalışmaya göre, finansal ve beşeri sermaye kadar sosyal sermaye faktörü de örgütsel performans ile yakından ilişkilidir. KOBİ’ler yüksek performans sağlamak için ilişkilerden elde ettikleri bilgileri daha kolay kullanmaktadırlar. Dolayısıyla sosyal sermaye, KOBİ’lerin dış ortamdaki kaynaklar için iletişim kurmalarına ve yeni pazarlara girmelerine yardımcı olmaktadır. Sosyal sermaye, insanlar arasındaki ilişkilerin değişimden kaynaklanmakta ve bu nedenle de beşeri sermaye gibi, yeni kurumsal yaratım ve başarı için gerekli olan kaynak sağlama stratejilerinde hayati önem taşımaktadır.

Girişimcilik ve sosyal sermaye ilişkisi kapsamında günümüze kadar pek çok araştırmacının yapmış olduğu çalışmalar doğrultusunda elde edilen sonuçlara göre girişimcilik ile sosyal sermaye olgusu arasındaki ilişkinin önemli olduğu ve sosyal sermayenin girişimcilik faaliyetleri boyunca hem bireysel hem de kurumsal anlamda bireylere ve örgütlere faydalar yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

2.4. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye İlişkisi

Sosyal sermaye, kadınların toplum içindeki konumunu yorumlamak için oldukça etkili bir araçtır. Kadınları başarıya götüren fırsatları barındıran sosyal sermaye, onların önündeki engelleri anlamaya ve çözmeye yardımcı olmaktadır. Sosyal sermayenin temel

bileşenlerinden biri olan ağılar sosyal ilişkileri yansıtır ve girişimcilik sürecinde zaman, para ve statü gibi kaynaklara ulaşma biçimlerini etkileyen cinsiyete bağlı toplumsal bölünmeler tarafından yönetilir.

Bu çalışmanın temel ön kabullerinden biri kadın ve erkek girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerinde birbirinden farklı gündemleri, sorunları ya da mücadeleleri olduğudur. Sosyal sermaye olgusu da benzer şekilde cinsiyetler arasında farklılıklar gösterebilir. Kadın Küresel Değişim Raporuna göre (2005) kadınların sosyal sermayesinin erkeklerden ayrılan bazı temel özellikleri şu şekildedir:

- Kadınların toplumdaki konumu ev ve bakım hizmetlerine göre şekillenmektedir.
- Çoğunlukla duygusal veya etik konular, belli ölçüde fedakârlık ve sıklıkla annelikle ilgili duyguları harekete geçirmektedir.
- Toplumun bölümleri arasında köprü görevi görmektedir ancak çoğunlukla “köprüleyici” özelliği yerine “bağlayıcılık” ön plandadır (Molyneux, 2005).

Kadınların faaliyetleri, ağıları ve dernekleri, sosyal hayatı sürdürmekte önemli olmakla birlikte, çoğunlukla yetersiz kaynaklara dayanmakta ve daha az desteklenmektedirler. Bu farklılıklar, kadın ağılarının erkeklere göre farklı sosyal alanlarda bulunduğunu göstermektedir (Molyneux, 2005). Erkek ağıları genelde kamu ve iş dünyasıyla ilişkili iken, kadın ağıları genellikle ev hizmetlerine daha yakındır.

Kadınların sahip olduğu sosyal ağılar genellikle, formel ağların geniş yapısıyla (sosyal sermayenin köprülenmesi) temas kurmaktan ziyade informal ağlar adı altında belli bir gruba hizmet etmektedirler (diğer bir deyişle “bağlayıcı” sosyal sermaye yaratırlar). Ancak informal ağlar ortak bir amaç için birlikte çalışmada, liderlik becerilerini geliştirmede ve güç paylaşımını araç haline getirmede etkili olabilen bir yoldur. Bu anlamda işbirliği yoluyla amaçlarına ulaşmada başarılı olan kadın ağıları, kurumsal veya profesyonel ilişkilerde varlığını kanıtlamaktadır (Molyneux, 2005).

Kadınlar eşit olmayan güç ilişkileri içinde bulunmakta ve cinsiyete dayalı sosyal alanları işgal etmektedirler. Özellikle iş dünyasında daha az güç temsiline sahip bir konumda yer almaktadırlar. Son dönemlerdeki çalışmalara göre, aile sorumlulukları iş sorumluluklarına göre daha öncelikli olarak kabul edilmektedir. Gerçekten de, kadınların yaptıkları faaliyetlerin çoğu ailesi ve ev içi sorumluluklarının doğal bir uzantısı olmaktadır. Bu nedenle kadınların yaptıkları faaliyetlerin görünmez olduğu kabul edilmektedir. Buradan hareketle kadının ataerkil ilişkiler içindeki işbölümünde kendisine atfedilen önemli roller, kadın emeğinin ücretsiz faaliyetleri olarak ev içi işler ve karşılıksız bakım emeğidir (Ergüder, 2010). Burada toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak ücretsiz kadın emeği faaliyetlerinin kadınlara

atfedilmesi ve kadınların emek kategorisinden soyutlanması söz konusudur. Kadınlar ücretli olarak çalışıyor olsalar dâhi, gönüllü ya da zorunlu olarak yaptıkları faaliyetler çoğunlukla emeğin toplumsal bölünmesindeki öne çıkan rollerin doğal bir uzantısı olarak inşa edilmektedir.

Kadınların sahip olduğu sosyal sermaye kaynakları, çalışma yaşamında yoksulluğun, eşitsizliğin ve adaletsizliğin azaltılmasında olumlu değişiklikler yaratabilir ve kadınların tâbi oldukları cinsiyet ayrımcılığının üstesinden gelmesine yardımcı olabilir. 2005 Kadın Küresel Değişim Forum Raporu'na göre, sosyal sermayenin politik etkilerine dayanarak şunlar söylenebilir: Öncelikle sosyal sermayeye odaklanarak, güç ve varlık dağılımındaki eşitsizlikleri ve kamu politikalarının toplumsal maliyetlerini nasıl destekleyebileceğine yönelik yaklaşımlara özen gösterilmelidir. Ağlar ve birliktelik faaliyeti biçimindeki sosyal sermaye yaklaşımı, yoksulluk ve toplumsal parçalanma ile mücadelede ve sosyal refahın etkili bir biçimde uygulanmasında önemli bir kaynak olabilir, ancak toplumsal açıdan bütünleşmiş bir topluma ulaşmak için tasarlanan politikaların yerine geçemez. Kadınların politika üzerindeki etkilerini artırmak için kendi sosyal sermayelerini dağıtabilmeleri, yeteneklerinin ekonomik ve politik açıdan gelişip gelişemeyeceğine bağlıdır.

Kadın girişimcilerin iletişim içinde bulunmalarını sağlayan sosyal ağlar, sosyal sermaye kavramının temel dayanaklarından birini oluşturmaktadır. Granovetter'e (1973) göre, "sosyal ağlar girişimci süreç için kritik önem taşımakta ve iş girişiminde başarının merkezinde yer almaktadır". Sosyal ağların olumlu göstergeleri ağ boyutunu, ağ yoğunluğunu, ağ çeşitliliğini, güçlü ve zayıf bağların dengesini ve ağ fazlalığını kapsamaktadır (Licht vd., 2006). Hem ağ bağlarının kalitesi hem de miktarı, girişimci süreç için önemlidir (McQuaid, 1996). Aynı şekilde, bir girişimcinin sosyal ağında varolabilecek boşlukların veya yapısal kusurların araştırılması da söz konusudur. Boşluklar veya yapısal kusurlar arasındaki bağlar, girişimciler arasında kurulan ağ ilişkilerinde ve kurulma aşamasındaki işletmelerde sosyal sermaye açısından önem taşımaktadır (Burt vd., 2013: 527-547). Araştırmacılar ayrıca ağlar ile ilişkili özellikleri incelemiş ve başarılı bir girişim ağının çeşitli yararlı yönlerini ortaya koymuştur. Örneğin, bazıları ağ boyutunun önemli olduğunu savunmaktadır. Özellikle kurulma aşamasındaki girişimciler, yardımcı olmaya niyetli ve iyi konumda olan diğer insanlardan kritik bilgi elde etmek adına bağlantılarını genişletmek ve potansiyeli geliştirmek için mevcut fırsatların farkında olmayı isteyebilirler. Greve ve Salaff'ın (2003) ve Blau'nun (1977) öne sürdüğü gibi, ağ kapsamının erken aşamadaki farkındalığı önemliyken, girişimcinin ağ içinde iyi konumlandırılmış olması ve kaynaklara giden yolların kolayca ulaşılabilir olması daha önemlidir (Greve ve Salaff, 2003). Son olarak,

sosyal ağ bileşenleri üzerine yapılan araştırmalar, sosyal ağın kendisinin ilişkisel yapısını vurgulamaktadır. Bazı ağ bağlarının diğerlerine kıyasla değerini ve bu bağların zaman içerisinde kaybolma potansiyelini bilmek önemlidir.

Sosyal ağların önemi ve girişimcilik sürecine katılımları aşamaya göre farklılık göstermektedir. Butler ve Hansen (1991) ve Greve ve Salaff (2003) sosyal ağların özellikle ön kurulum aşamasında kritik olduğunu tespit etmişlerdir (Butler vd., 1991). Bu amaçla, sosyal ağlar, girişimcilik sürecinin kuruluşunun üç aşamasında farklı rol oynamaktadır. İlk harekete geçme aşamasında girişimciler güvenilir bağlardan oluşan küçük bir ağa dayanarak iş konseptlerini geliştirir ve fikirlerini tartışır. Girişimcilerin işletmelerini kurmak için hazırladıkları planlama aşamasında, girişimciler finansal ve beşeri sermayeye erişmede zayıf bağlara dayanarak en geniş ağa erişirler. Son olarak, kuruluş aşaması sırasında girişimciler, işletmelerini sürdüren günlük faaliyetlere odaklanır ve sosyal ağlarına daha az güvenirler (Greve ve Salaff, 2003). Planlama aşamasında sosyal ağların kritik yapısı, hayatta kalan ve büyüyen firmanın merkezinde konumlanmıştır.

Ağ oluşturma faaliyetlerinin ilk amacı sosyal sermaye edinmektir. Bu anlamda ağ oluşturma, profesyonel örgütlenmeler, daha görünür olmayı sağlayan yüksek düzeyli görevler aramak, sosyal aktivitelere katılmak, profesyonel iletişim kurmayı kapsayan biçimsel ve biçimsel olmayan ilişkilere girmek suretiyle gerçekleşmektedir (Forret ve Dougherty, 2004).

Kadınların biçimsel olmayan ağları ev ve çocuk bakım hizmetleri nedeniyle boş zaman bulamamalarından dolayı erkeklere göre daha azdır. Biçimsel olmayan ağlar genellikle profesyonel klüplere üyelik gibi fazla ve boş zaman gerektirerek kurulan bağlardan oluşur. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla zamanının olması sosyal etkinlikler açısından bu tarz katılımlarının fazla olmasına neden olmaktadır. Kadınların biçimsel olmayan ağ bağlarına sahip olmaları kültüre bağlıdır ve batı kültürlerinde daha fazladır. Bu nedenle batıda yönetim kademelerindeki kadınların sayısı biçimsel olmayan ağlara girme kolaylığından dolayı fazladır (Hansen vd., 2010).

Kadınların katılmış oldukları biçimsel olmayan ağ ilişkilerine dair incelememiz kapsamındaki sadece iki çalışmada cinsiyet farklılıkları olmadığı ortaya çıkartılmış ve bu çalışmalarda kadınların sosyal sermaye ediniminde sosyal ve profesyonel kulüp üyelikleri gibi biçimsel olmayan ağ ilişkilerine ağırlık vermelerinin ve yeni bağlantı ve üyelik oluşturmaya daha fazla zaman ayırmalarının etkili olduğu belirtilmiştir (Loscocco vd., 2009; Cromie, 1992).

Diğer taraftan resmi ve sınırları belirgin olan bağlantıları içeren biçimsel ağlar, kadınların profesyonel ağlara ulaşmasını ve dolayısıyla da üst düzey görevlere gelmelerinin

önünü açacak fırsatlara ulaşmasını sağlamaktadır. Fakat kadınların kariyerlerinde yükselme veya ilerlemeleri erkeklerin hâkimiyetinde olan iş bağlantılarında fayda sağlayan biçimsel ağlar kurmalarına veya bu ağlara girmelerine engel olmaktadır. Kadınların biçimsel ağ ilişkilerine kolaylıkla ulaşamamalarından hareketle kadın ve erkeğin sahip olduğu ağ ilişkileri ve sosyal sermaye düzeyleri farklılık göstermektedir.

2.4.1. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Sosyal Sermaye ile İlişkisi

Sosyal sermaye kadın girişimciler için, kaynakların bir araya getirilmesini ve kullanılmasını kolaylaştıracak güven seviyesine sahip sosyal ve toplumsal ilişkilerin kapsamı ve etkinliği olarak tanımlanabilir. Sosyal sermaye kavramı kadın girişimcilerin karşılaştığı güçlükleri ve fırsatları daha iyi anlamaya katkıda bulunmaktadır. Kadınların sosyal sermayeyi kullanmasına ilişkin literatürde pek çok örnek olmasına rağmen, nicel ampirik çalışmalar ciddi oranda eksik kalmaktadır. Kadınların güçlü ve erkek odaklı ağlardan dışlandığına dair literatürde çeşitli araştırmaların var olması nedeniyle de sosyal sermayede cinsiyet önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Putnam (2000), açıkça cinsiyete dayalı yaklaşımı izlemese de, kadınları sosyal sermayenin inşasında ana aktörler olarak vurgulamıştır.

Girişimciler, bir işletme kurarken veya geliştirirken, sermaye, beceri, emek ve bilgi gibi kaynakları elde etmek zorundadır. Girişimciler genellikle bu kaynakların bir bölümüne sahipken çoğu temaslarda bulunarak, ağlara katılarak ve işlerini büyütmelerine yardımcı olan insanlarla bir araya gelerek tamamlamaktadırlar. Tüm bu kişi veya kişiler bir girişimcinin sosyal sermayesini oluşturmaktadır. Buradan hareketle Brush ve Diğerleri (2002), sosyal sermayeyi değer yaratmanın bir katalizörü olarak ve aynı zamanda, firmaların içinde ve arasında kaynak değiş tokuşunun, özellikle de bilginin kolaylaştırıcısı olarak tanımlamaktadır.

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki kaynakların dağılımını analiz eden yazarlar, kadınlar için öz sermaye yetersizliğinin nedenini hem kurumsal desteklerin azlığına hem de sosyal ağ engelleri ile beşeri sermayenin eksikliğine bağlamışlardır (Brush vd., 2002). Kadın girişimciler iş kurma sürecinde, banka yöneticileri veya işletme danışmanları gibi kaynak sağlayıcılar karşısında ciddi olmayan profil olarak görülme eğilimindedirler ve bu nedenle finansal piyasanın potansiyel kaynak ve kredilerinden yararlanamama gibi olumsuz durumlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu tarz cinsiyet ayrımı yapılan işletmelerin performans farklılıklarının bir açıklaması olarak da erkek ve kadın girişimcilerin sosyal ağ yapılarındaki farklılıklar ön plana çıkmaktadır.

Kadınlara ait işletmelerin erkeklere kıyasla, etkili sosyal çevrelere sınırlı erişimi nedeniyle sınırlı kaynaklara sahip olduğu düşünülmektedir. Kadın girişimciler için, aile üyeleri ve arkadaşları ile güçlü bağ ilişkileri ağı duygusal destek sağlamak için yardımcı olurken; müşterileri, tedarikçileri ve kaynak sağlayıcıları ile zayıf bağ ilişkileri ağı ise finansal, beşeri ve fiziksel kaynaklara erişimde yardımcı olmaktadır.

Welter (2006), “kadın girişimcilerin ağlarının daha az temsilciliğe ve daha fazla homojenliğe sahip olduğunu ve stratejik ağlardan ziyade duygusal desteğe odaklandıklarını” belirtmektedir. Kadınların sahip olduğu zayıf ağ taktikleri, işle ilgili kaynaklara erişim için sınırlı olanaklar sunmakta ve yalnızca bir kadının kendi işini başlatma kararını değil aynı zamanda hayatta kalma ve işin başarısını da olumsuz etkilemektedir.

Stratejik ağlar, rehberlik veya hedeflerini gerçekleştirmek adına mesleki danışmanlara ulaşmak kadınların cam tavanlarını kırmak için kullandıkları stratejiler olarak önemsenmektedir (Roomi, 2013). Artan sayıda iletişim ağı desteği kadının mesleki gelişiminde potansiyel bir faktör olarak görülmektedir.

Sosyal ve kültürel ortam kadınların ağlarının yapısını ve sosyal sermayenin kullanımını belirleyebilir. Kadınlar ve erkekler genellikle benzer boyutlarda ağlara sahiptir; fakat önemli farklılıklar barındırırlar. Kadınlar, akraba çevresi ile daha fazla etkileşimde olma eğilimindedir; erkekler ise ağlarında daha fazla iş arkadaşını ve profesyonel danışmanları barındırmaktadır. Bu durum, kadınların iş bulmalarında ve mesleklerini ilerletmelerinde aracı kaynaklar olarak ağları daha az kullanabildiklerini göstermektedir. Bu farklılıklar iki şekilde açıklanabilir. İlk olarak, erkeklerin ve kadınların kişiler arası ilişkilere yönelik farklı eğilimlerinin ağ erişimini belirlediği, ikinci olarak ise bu farklılıklar, sosyal yapıda kadınların ve erkeklerin farklı konumları bakımından açıklanabilmektedir.

Bazı gruplara veya ağlara erişirken kadınların daha fazla sorun yaşadığı kabul edilmiştir. Gerçekten de, sosyal yapıdaki konumu ve güce erişimi nedeniyle, kadınlar hem sosyal sermayede hem de yatırımlarından beklenen getiriler arasında eşitsizlik yaşayabilmektedirler. Aldrich (1989), “kadınların sosyal bağlamda gömülü oldukları ağ faaliyetlerinin sosyal paylaşım ağlarında kadının konumu nedeniyle kısıtlanabileceğini veya engelleneceğini” belirtmektedir. İş, evlilik ve aile alanlarındaki bölünmeler ve engellerin ve örgütlü sosyal yaşantının kadın ağlarının erişimini ve çeşitliliğini önemli ölçüde sınırladığını belirtmektedir.

Ibarra (1992) “kadınların biçimsel olmayan ağ üyeliklerini sadece arkadaşlık ve sosyal destek olarak gördüklerini ve biçimsel olmayan ağlardan kariyer ilerlemeleri için fayda elde edemediklerini” ortaya çıkarmıştır. Kadınların biçimsel olmayan ağlara erişimlerinin sınırlı

olması onların yönetim kurulu üyeliği gibi üst düzey görevlere gelmelerini engellemektedir. Buradan hareketle çoğu araştırmanın bahsettiği gibi kadınların biçimsel olmayan ağ ilişkilerinin az sayıda olması, güç kazanımı ve kariyer ilerlemesinin geri kalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla kadınlar kendi gruplarının dışındaki diğer bireylerle daha az iletişim kurmaktadır. Kadınların karşılaştıkları zorluklar ve engeller nedeniyle erkeklerin baskınlığında olan biçimsel iş ağlarına girememeleri, biçimsel ağların sağladığı kariyer avantajlarına ulaşamamalarına neden olmaktadır.

Önemli ağlara katılım ve ağlardan fayda sağlamak için arka planda kalan kadınlar bu eksiklerini erkek meslektaşlarıyla bağlar kurarak tamamlamaya çalışmaktadır. Bu amaçla öncelikle biçimsel ağlara girmek için başarılı ve yetenekli erkeklerin biçimsel olmayan ağlarına girerek avantaj kazanabilirler. Bu da kadınların erkeksi davranış kalıplarını benimsemesi ile gerçekleşmektedir. Roomi'ye göre (2013), bir toplumda erkek girişimcilerin çok olması veya karakteristik özelliklerinin erkeksi cinsiyet rolüne sahip kalıp yargılara uyma eğilimi göstermesi bu tür kalıplaşmışlıkların oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Kadınlar piyasada fazlaca erkek egemen bir ortama mâruz kaldıkları için erkeklere özgü karakteristikleri benimsemeye yönelmektedir. Bu anlamda kadın ve erkeğe özgü karakteristikleri girişimcilikle özdeşleştirdiği çalışmada Gupta ve diğerleri (2009), toplumsal cinsiyet ve girişimcilik niyetleri arasında anlamlı ilişkiler kurarak kadın ve erkeklerin girişimcilik faaliyetlerinin cinsiyet kalıp yargılarından nasıl etkilendiğini ortaya çıkarmıştır.

Kadın girişimcilerin karşılaştığı zorlukları aşmada sosyal sermayenin rolü, özellikle eksik rekabet şartlarının hâkim olduğu piyasalarda stratejik veya hiyerarşik pozisyonlarda olan önemli aktörlerle kurulan bağlar ve bu bağların yokluğunda elde edilemeyecek ve piyasada var olan fırsatlara dair bilgilere ulaşmaya yardımcı olmasıdır (Lin, 1999). Sosyal sermayenin diğer bir işlevi ise, aktörü ilgilendiren konularda karar verici mekanizmaları sosyal bağların gücü ile etkilemedir. Özellikle bu noktada bazı aktörler stratejik konumlarına ve statülerine bağlı olarak karar verici mekanizmalar üzerinde daha fazla nüfuza sahip olabilmekte ve daha değerli kaynaklara ulaşılmasına yardımcı olabilmektedirler (Okan vd., 2016).

Pek çok toplumda karşı karşıya kalınan kurumsallaşmış ataerkillik, kadınların kendi işletmelerini büyütmelemlerini engellemektedir. Kadınlar, genellikle geleneksel sosyal paylaşım ağlarını gayri resmi mikro-kredi planları kurmak için ya da finansal güçlere dâhil olmak için kullanılmaktadırlar. Bu bağlamda sosyal sermaye pek çok durumda finansal sermayenin yerine geçebilmektedir. Örneğin, Yeni Zelanda'daki göçmen girişimciler, işletme maliyetlerini

düşük tutmak için sosyal ağlara fazlasıyla güvenmektedirler (Roomi, 2013). Özetle, toplumsal cinsiyet perspektifinden sosyal sermaye kavramının, bazı toplumlarda kadının rolünü tanımlayan yapısal koşullarla ilişkili olduğu gerçeği yaygın olarak kabul edilmelidir.

Roomi'nin (2013) yapmış olduğu araştırmada kadın girişimcilerin başarısı için kadının eşinin işbirliği ve duygusal desteğinin önemi üzerinde durulmuştur. Diğer taraftan kadın girişimcilere arkadaşları ve ailesi tarafından sağlanan destekler duygusal destekle sınırlı kalmamış, sadece işe başlama sürecinde değil, aynı zamanda iş geliştirme sürecinin sonraki aşamasında da sağlanan maddi destekler devam etmiştir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğu, kadınlara yönelik ağ gruplarının benzer deneyimlerini ve mesleki gelişimlerini, özellikle “varoluş” ve “hayatta kalma” safhalarında paylaşmak için onlara bir ortam sağladığını belirtmektedir. Kadınlara yönelik ağlar, özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimciler tarafından yönlendirme ve pazarlama açısından bir kaynak olarak düşünülmüştür. Aile, arkadaşlar, müşteriler, tedarikçiler, pazarlama aracıları ve danışmanlarla ilişkiler kadın girişimcilerinin sorunlarını aşmada sosyal sermayenin önemli bir unsuru olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Özellikle danışmanlar, kadınların kendine güvenlerini artırarak, onlara tavsiye ve duygusal destek sağlayarak etkilemektedir. Çalışmada, danışmanların kadın girişimciler üzerinde güven yarattığı, onları motive ettiği, onlara yeni fırsatlar gösterdiği ve onlara uzman tavsiyesi sağladığı gerçeğinden hareketle, büyüme safhasının başlangıcından itibaren rehberlerin/mentorlerin yaşamsal rolü doğrulanmaktadır (Roomi, 2013).

Kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerin büyümesindeki belirli eksik noktaları gidermesi açısından hem beşeri sermaye hem de sosyal sermayenin kazanımı etkili bir yöntemdir. Buradan hareketle işletmelerin büyüme sürecini kolaylaştıran ve hızlandıran fırsatlar sunması açısından sosyal sermaye kaynakları, kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunların çözümünde aracı görevi görmesi bakımından önemlidir.

2.4.2. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye ile İlgili Çalışmalar

Sosyal sermaye kapasitesinin kadının girişimcilik faaliyetlerinde belirleyici olduğu temel varsayımından yola çıktığımız bu çalışmada yazındaki kadın girişimciliği ve sosyal sermaye ile ilgili çalışmaları ele almak faydalı olacaktır.

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” ortaya

çıkarılmıştır. Benzer şekilde Verheul ve Thurik (2001) “kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde sosyal ağlar kurmak ve geliştirmek için daha az zaman harcadıklarını” belirtmektedir.

Beggs (1997) ve Davidsson (2003) “kadın girişimcilerin sosyal ağlarının boyutu ve etkinliğinin erkek girişimcilerden farklı olduğunu vurgulayarak, 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” belirtmektedir. Kadın girişimciler açısından zayıf bağlar iş kurma sürecini olumlu yönde etkilerken büyüme ve hayatta kalma sürecinde ise yetersiz kaldığını belirtmektedir.

Putnam (2000), diğer teorisyenlerden farklı olarak, “topluluk içinde faaliyetlerini sürdürenlerin erkekler olmasına karşın, kadınların biçimsel olmayan bağlantılarının daha fazla olduğunu” ileri sürmüştür. Putnam, bundan yola çıkarak kadınların erkeklere göre sosyal sermaye üretmede daha istekli olduğunu belirtmektedir (Putnam, 2000, 94-95).

Leonard’a göre (2000) “toplumsal cinsiyet açısından işletme bünyesindeki kadınların erkeklere göre farklı görevler üstlenmeleri onların sosyal sermaye üretimlerini etkileyebilmektedir”. Buradan hareketle kadınların erkeklerle aynı işletmede yer almaları nedeniyle ortaya çıkan iş bölümü, hem sosyal hareketleri hem de geleneksel işletmeleri toplumsal cinsiyet bakış açısı ile ele almanın önemini ortaya koymaktadır (Gök, 2014). İşletme bünyesindeki içe dönük ilişkilerin yürütülmesi kadınlara yüklenirken, karar alma mekanizmalarına dahil olma, yönetim yükümlülükleri ve dışa dönük ilişkilerin kurulmasını ve yürütülmesini sağlayan işler sıklıkla erkeklere yüklenmektedir. Toplumsal cinsiyete dayalı bu iş bölümü kadınların sosyal sermaye üretimlerini değersiz kılmakta ve kadınların gerekli bağlantılara ulaşmalarını zorlaştırmaktadır. Bu durum birçok alanda iletişim ve işbirliği ağları kurmaya çalışan kadınların yaşadığı dezavantajları daha çok artırmaktadır. Bu nedenle sosyal sermaye toplumsal cinsiyet eşitsizliği kavramı içinde ortaya çıkan bir kavram olmaktadır. Sonuç olarak, toplumsal cinsiyet rollerinden ve eşitsizliklerinden dolayı farklı alanlarda fırsat eşitliği elde edemeyen kadınların sosyal sermaye üretimlerinde bazı farklılıkların olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Gök, 2014: 46).

Marcucci (2001) “iş kurma ve sürdürme aşamalarında sosyal sermayenin önemli yararları olduğunu belirterek kadınların sosyal sermayelerinin daha çok aile, akrabalar ve tanıdıklardan oluştuğu sonucuna varmıştır. Yazara göre aile sorumlulukları, kadınların daha geniş sosyal ağlar oluşturmalarını engellemektedir”.

Yetim'in (2002) yapmış olduğu 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. Yazar, “kadın girişimcilerin problem çözme, iyi iletişim kurma, yenilikçi olma, yaratıcı olma gibi özelliklerinin, kadınların girişimci olmalarını kolaylaştıran önemli sosyal sermaye nitelikleri olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca sosyal sermaye, kadın girişimcilerin iş kurma ve işi sürdürme aşamalarında kullandıkları ve sosyokültürel ilişkiler yoluyla edinilmiş kaynaklar bütünüdür (Yetim, 2002: 81). Kadınlar, kurdukları ilişki ağları ve iletişim becerileri ile çevresel olanakları işleri lehine kullanabilmektedir. Bu özellikleri bakımından da kadın girişimciler, sosyal sermayeyi harekete geçirici yetenek ve becerilere sahip görünmektedir”.

Greve ve Salaff'ın (2003) çalışması, sosyal girişim ağlarını ve girişimciliği, kadın girişimciler üzerinde ikinci derece bir odaklanmayla incelemektedir. Yazarlara göre, girişimciler bir işletmeyi yürütmek için gerekli fikir ve bilgiye sahip olabilmelerine karşın, çoğu zaman karşılaştıkları toplumsal cinsiyet ayrımcılığına dayalı sosyal ağlar aracılığıyla tamamlayıcı kaynaklara ihtiyaç duymaktadırlar. Sosyal ağların, girişimci sermayenin ve bilgi birikiminin (know-how) kritik bileşen rolü göz önüne alındığında mantıklı olduğu düşünülmektedir. Kane'in de belirttiği gibi (2010), “kendi içinde bir kültürel form olan ağ bilgisi, diğer kültürel faktörlerin çeşitliliği ile şekillenmekte” ve bu ilişkili faktörler, uygun çıktılara erişme ve elde etme yeteneğini ve ağ geçişini etkileyebilen kültürel temelli toplumsal cinsiyet normlarıdır (Kane, 2010). Başarılı girişimciler genellikle sosyal ağlarını iş girişimlerinin başarısı gibi muhtemel olan deneyim, yetenek, eğitim ve bilgiyi tamamlamak için uyarlarlar (McQuaid, 1996). Sosyal ağlar dinamikler ve hem bireyler veya cinsiyete bağlı değişkenler tarafından etkilenebilir hem de onları etkileyebilirler.

İlk dönem sosyal sermaye çalışmalarında toplumsal cinsiyetin ihmal edildiğini düşünen Lowndes (2005), sosyal sermayenin toplumsal cinsiyet açısından farklılaşmış bir anlayışla incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. Lowndes'e göre, “kadının sosyal sermayeyi nerede ve nasıl ürettiği ile üretim sırasında ortaya çıkan kadına özgü niteliklerin ve farklılıkların bulunması gerekmektedir”. Erkeklerin ve kadınların sosyal sermayeye sahip olma düzeyleri birbirlerinden farklıdır. Çünkü kadınlar, sosyal sermayeyi resmi kanalların ve bağlantıların hâkim olduğu alanlarda kullanamamakta diğer bir deyişle kadınlar, resmi

olmayan faaliyetlerin hüküm sürdüğü topluluklara dâhil olmakta ve kendi ailesine veya toplumdaki diğer ailelere fayda sağlayacak kaynaklara ulaşmaya çalışmaktadırlar. Buradan hareketle Lowndes (2005), kadınların sahip olduğu sosyal sermayelerini onların toplumdaki sosyallik düzeyleri sonucunda ortaya çıkan ağlarına bağlamaktadır. Kadınların hem sahip olduğu ev içi annelik ve bakıcılık rolleri hem de erkeklerin siyasi alanda ön planda olmak için kadınların sosyal sermayelerini kullanma eğilimleri, kadınların resmi kanallar aracılığıyla oluşturulan siyasi faaliyetlere katılımını sınırlandırmaktadır. Kadınların istekleri ve bu doğrultudaki faaliyetleri ekonomik ve sosyal değişim için politik görünse de, kadınların sahip olduğu sosyal sermayelerinin güven ve paylaşıma dayanan ve farklı yerel politikaları ve resmi olmayan toplumluk bağlantılarını destekleyebilen bir yapıya sahiptir (Gök, 2014).

Hanson ve Blake (2009), girişimci kimliğin girişimci ağlara verdiği önem hakkında yaptıkları araştırmada cinsiyetin kimliğin kritik bir bileşeni olduğundan yola çıkarak iki hipotez ortaya atmışlardır: (1) cinsiyet, ağların kurulumunu ve kullanımını etkilemekte ve (2) ağların değerine katkıda bulunan güven ve meşruiyet ağların kurulumunu ve kullanımını etkilemektedir. Cinsiyet etkileri çalışması, literatürü ayrıntılı bir şekilde incelemiş ve “girişimci ağların, girişimcilerin kimliklerini şekillendiren ve kaynaklara erişimi etkileyen sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi yapılara yerleştirildiğini” belirtmişlerdir. Ayrıca bu araştırma, sosyal ağın işletme çıktıları ve başarısındaki önemini vurgulamaktadır.

Kane’e göre (2010) “toplumsal cinsiyet ve kültürel normlar, hâlihazırda mevcut olan ağların avantajlarını kullanabilme ve en üst düzeye çıkarma kabiliyetini kolaylaştırmanın yanı sıra engelleyebilir de”. Girişimci için statik bir analiz aracı veya sosyal yapı olmaktan çok uzak olan sosyal ağlar ve cinsiyete dayalı özellikler, hem kadınlar hem erkekler için uzun vadeli sonuçları tahmin etmede önemli faktörler olabilir (Kane, 2010: 266-289).

Cinsiyet ve sosyal ağ ile ilgili farklılıkları inceleyen Klyver (2011), işin parçası olmayan ve duygusal destek değişiminde bulunan aile üyelerinin katılımının hem girişimci hem de ağ bağlantılarının cinsiyete bağlı olup olmadığına odaklanmıştır. Kadın girişimcilerin, ticari faaliyetlerinde iş ortağı olmayan kadın veya aile üyelerini dâhil etme olasılığının daha fazla olduğunu öne sürmektedir.

Roomi (2012) İngiltere’nin çeşitli bölgelerindeki kadın girişimciler üzerine yaptığı çalışmada, kadın girişimcilerin sosyal ve beşeri sermayelerinin işletmelerinin büyümesinde ve başarılarındaki etkisini incelemiştir. Kadın girişimcilerin sahip oldukları sosyal sermayelerinin istihdam artışını etkilemenin yanında satışların artışı için de önemli olduğu sonucuna varmıştır. Benzer şekilde Tundui ve Tundui’nin (2013) çalışmasında informal

ağlardan işle ilgili destek ve tavsiye alan kadınların işletmelerinin kâr artışlarının istikrarlı olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Oke (2013), girişimciliğe başlayan kadınların erkeklerin tanıdıklarından daha az girişimciyi tanıma eğiliminde olduğunu belirtmişlerdir. Bu da erkeklerin kadınlara göre iş fırsatlarına, bilgilere ve temaslara erişmelerini sağlayan daha fazla sosyal bağlantıya sahip olmaları ile açıklanmaktadır. Bu nedenle, kadınlar uzun vadede kendi işletmelerini olumsuz yönde etkileyebilecek daha az mesleki bağlantı, rol modelleri ve rehberlik fırsatları ile başlangıçtan itibaren dezavantajlı durumdadır.

Nijerya'daki kadın girişimcilerin küçük ölçekli işletmelerine yönelik bir çalışmasına göre Oke (2013), kadın girişimcilerin ev ve çalışma hayatını aynı anda dengeleme gibi birden fazla yönetsel rollerini sık sık kullandığını ve bu anlamda kadın ile erkekler arasında önemli farklılıkların olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ahmad ve Naimat'ın (2011) yanı sıra Aldrich (1989) ve Aldrich ve Zimmer'in (1986) değindiği gibi, kadınların çalışma hayatındaki rolü ve ağ oluşturma becerisi, girişimcilik başarısı ile ilişkilendirilerek bu anlamda cinsiyete bağlı etmenler yazarın çalışma merkezinde yer almaktadır.

Kim ve Sherraden (2014) kadın girişimcilerin iş başarıları üzerinde sosyal ağların etkisini incelemiş, kadın girişimcilerin erkek girişimcilere kıyasla sosyal ağlarının dar olduğunu belirterek bu durumun kadınların iş başarılarını olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde Tata ve Prasad (2008) kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre, sosyal ağlarının küçük ve daha homojen olduğunu belirterek bu durumun kadın girişimcilerin iş başarılarını olumsuz etkilediği sonucuna varmışlardır.

Yang ve Aldrich (2014), girişimcilerin başarılı sonuçlarını etkileyen cinsiyet gibi atfedilen niteliklerine ve mevcut konumlarına nasıl ulaştıklarını incelemişlerdir. Yazarlar, liyakat önemli bir faktör olsa bile, toplumsal cinsiyet kalıplarının kadın girişimcilerin kaynak kullanılabilirliği, sosyal sermaye, güç ve liderlik konumlarına erişimlerini engellemeye devam ettiği sonucuna varmışlardır. Özellikle yeni işletmeler, kadınlar için iş ve aile arasında daha iyi bir denge sağlaması ve bu nedenle kadınlar için daha fazla fırsat sunması açısından önemlidir (Yang ve Aldrich, 2014).

Aşkın ve Barış'ın (2016) yapmış olduğu çalışmada, kadınların girişimcilik sürecinde güçlü bağlar anlamındaki aile ve yakın arkadaşlarından oluşan sosyal ilişkilerinden daha fazla faydalandıklarını ortaya çıkarmışlardır. Onlara göre, “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 kadınların sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, kamu kuruluşları gibi daha büyük ve resmi topluluklara yönelik bağları zayıftır. Bu nedenle araştırma kapsamındaki kadın girişimciler zayıf bağlar yönünden sosyal sermayeden faydalanamamaktadırlar” (Aşkın ve Barış, 2016).

Kadın girişimciliği ve sosyal sermaye ilişkisini ele alan araştırmalara dair literatür incelemesi neticesinde, bu iki olgunun birbirleri üzerindeki etkisine dair yeni sorular temelinde yapılacak olan daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu söyleyebilir. Kadın girişimcilerin beşeri ve finansal sermaye kaynaklarına duyduğu ihtiyacın yanında sosyal sermaye kaynaklarını da benimsemesi, onlara girişimcilik hayatlarında etkili sosyal ağlara erişme ve verimli bilgiye ulaşmak adına işletmelerine her türlü başarıyı kazandırması açısından önemlidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA'DA FAALİYET GÖSTEREN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Problemi

Araştırmanın temel problemi olan kadın girişimciliği ve sosyal sermaye arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacına ulaşmak üzere araştırma kapsamında şu sorulara cevap aranacaktır:

- Kadın girişimciler, sosyal ağlar kurmada ve kaynaklara ulaşmada erkeklerle eşit fırsatlara sahipler midir?
- Kadın girişimciliği için sosyal sermaye neden önemlidir?
- Sosyal sermaye kaynakları kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilemekte midir?
- Kadın girişimciler sosyal sermayelerini artırmak için hangi yollara başvurmaktadırlar?
- Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde dayandıkları sosyal sermaye unsurları nelerdir ve kadınlar bunlardan nasıl fayda sağlamaktadırlar?

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, kadınların istihdam olanaklarının artırılmasının önemli bir yolu olan kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin etkisi, Antalya'da faaliyet gösteren mevcut kadın girişimciler bağlamında incelenmesidir. Bu kapsamda, Antalya'da faaliyet gösteren girişimci kadınların, kariyerlerini seçerken ve girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken sahip oldukları sermayelerini nasıl değerlendirdikleri ve sosyal sermayelerinden nasıl yararlandıkları sorusuna odaklanılmaktadır. Kadınların girişimci olarak istihdama katılımlarında ve girişimcilik faaliyetlerinde yeterli sosyal sermayeye sahip olup olmadıkları ve sosyal sermayelerini artırmak adına hangi yollara başvurdıkları soruları araştırma kapsamında cevaplandırılmaya çalışılacaktır. Her şeyden önce kadın girişimciliğinde sosyal sermayenin neden önemli bir faktör olduğu ortaya çıkarılacaktır. Böylece bu çalışmayla, girişimcilik hayatına adım atmış kadınların sosyal sermayelerinin girişimsel süreçlerde etkili birer kaynak olup olmadığı sorusuna cevap aranmaktadır.

Bu çalışma kadın girişimcilerin sahip olduğu sosyal sermayenin önemini anlamak suretiyle, kadınların girişimcilik hayatında karşılaştıkları zorluklar ve görecekları destekler bağlamında sosyal sermayeleri yardımıyla kendilerini geliştirmelerine yönelik katkıda bulunmak adına önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışma kadın girişimcilerin kendilerini

geliştirmelerine yön vermesi ve çalışma hayatındaki başarılarını etkilemesi açısından önemlidir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacı doğrultusunda kadın girişimciliği ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi anlamak üzere daha detaylı verilere ulaşmak amacıyla nitel araştırma tekniği tercih edilmiştir. Kadın girişimciler ve sosyal sermayeleri arasındaki ilişkinin keşfedilmesi bakımından konuya ayrıntılı bir anlayış getirmek ve katılımcıların yaşam öykülerini anlamak adına nitel araştırma tekniklerinin daha fazla fayda sağlayacağı düşüncesinden harekete geçilmiştir. Ayrıca nicel yöntemler ve istatistiki analizler araştırma kapsamında söz edilen sosyal olguları açıklamada yetersiz kalacağı için bu anlamda kadın girişimciliği ve sosyal sermaye problemi doğrultusunda katılımcılarla yüz yüze görüşülerek derinlemesine bilgi elde etmek uygun görülmüştür.

Nitel araştırmanın temel amaçlarından birisi, bir olayın ya da olgunun neden ve nasıl oluştuğuna ilişkin açıklamalar ortaya koymaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 312). Dolayısıyla nitel araştırma tekniği özelliği gereği, sosyal içeriği olan özellikle insanla ilgili olay ve olguların arasındaki ilişkileri ölçmek yerine anlamaya odaklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Buradan hareketle sosyal sermayenin bağlama bağlılığını anlamada nitel araştırmanın üstünlüğü tercih edilmiştir. Ayrıca nitel araştırma tekniği sosyal sermayeye özgü nitelikleri çözümlemede olaylara çoğulcu ve bütüncül bir bakış açısı geliştirmesi açısından önemli rol oynamaktadır.

Buradan hareketle nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Başka bir deyişle nitel araştırma, kuram oluşturmayı temel alan bir anlayışla sosyal olguları bağlı bulundukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana alan bir yaklaşımdır. Bu tanımda kuram oluşturma, toplanan verilerden yola çıkarak daha önceden bilinmeyen birtakım sonuçları birbirleri ile ilişkisi içinde açıklayan bir modelleme çalışması anlamına gelmektedir. Bu da araştırmacının esnek olmasını, toplanan verilere göre araştırma sürecini yeniden biçimlendirmesini ve gerek araştırma deseninin oluşmasında gerekse toplanan verilerin analizinde tümevarıma dayalı bir yaklaşım izlenmesini gerektirir.

Nitel yöntemlerden en sık kullanılanı görüşmedir. Görüşme insanların bakış açılarını, deneyimlerini, duygularını ve algılarını ortaya koymada kullanılan oldukça güçlü bir

yöntemdir. Buradan hareketle bu araştırma kapsamında kadın girişimcilerle yapılan yüz yüze görüşmelerde, görüşme teknikleri arasından yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Söz konusu örneklem dâhilindeki kadın girişimcilerle gerçekleştirilen toplam görüşme süresi ise 14 saattir (824 dk.).

Araştırma kapsamında tercih edilen yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin avantajları arasında, formda yer alan soruların dışına çıkılarak yeri geldiğinde ek sorular yöneltilebilir ya da soruların sırasına uyulmayabilir. Dolayısıyla görüşmeci görüşme esnasında sorulara müdahale edebilme şansına sahip olmakta ve gerektiğinde istediği gibi esnek davranabilmektedir.

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin sosyal sermaye edinme biçimlerini ve bu süreçte yaşadıkları sorunların üstesinden nasıl geldiklerini anlamak için söz konusu kadınların en az 5 yıllık bir girişimcilik öyküsünün olması ve sektörde faaliyet göstermesi gerektiğinden yola çıkılmıştır. Ayrıca sosyal sermaye unsurlarından biri olan “katılım” özelliğinin (Putnam, 2000) araştırma kapsamındaki öneminden hareketle sivil toplum kuruluşlarına üyelik durumu bu anlamda değerli bir ölçüt olmaktadır. Bu nedenle Antalya ATSO T.O.B.B Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı ve Antalya AGİDER Başkanı aracılığıyla tespit edilen girişimci kadınlar araştırmanın örneklemi oluşturmaktadır. Buradan hareketle söz konusu sivil toplum kuruluşlarına üye olan kadın girişimcilerin tercih edilmesi ile amaçlı örneklem gerçekleştirilmiştir. Araştırmacının amacına uygun olarak hangi birimlerin seçileceğine karar vermesi ve söz konusu birimler veya grupların amaca göre belirlmesine amaçlı örneklem denilmektedir (Koçak ve Arun, 2006).

Araştırmaya konu olan kadın girişimciler ile telefon aracılığıyla iletişime geçilerek randevu talep edilmiştir. Görüşme talebine ilişkin randevular alındıktan sonra, görüşmelere başlanmıştır. Görüşmeler kadın girişimcilerin işletmelerinde gerçekleştirilmiş, böylece araştırmacı için işyeri ortamı yani bağlamın da gözlemlenmesi amaçlanmıştır. Söz konusu araştırmanın verileri, 2018 yılı Şubat, Mart ve Nisan ayları içerisinde Antalya merkezde faaliyet gösteren 20 kadın girişimci ile gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde elde edilmiştir. Görüşmeler kadın girişimcilerin izni ile kayıt altına alınmış ve önemli görülen yerleri vurgulamak amacıyla gerektiğinde de notlar alınmış ve bu şekilde verilen cevaplar desteklenmiştir.

Bu çalışmada Narayan ve Cassidy'nin (2001: 67) sınıflandırması daha ayrıntılı olduğundan ötürü araştırmanın sürdürülmesinde daha kullanışlı olacağı düşüncesi ile benimsenmiştir. Dolayısıyla kadın girişimciliği ve sosyal sermayeye yönelik araştırma

soruları bu sınıflandırmaya dayalı olarak geliştirilmiş ve bu boyutlar etrafında şekillenmiştir (bkz. Şekil 2.1).

Bu çalışmada katılım unsurunun öneminden hareketle grubun nitelikleri kapsamında değerlendirilen katılım sıklığı ve karar alma süreçlerine katılım, birliktelikler kapsamında değerlendirilen katılım sonucu ortaya çıkan birliktelik ve dayanışma algısı, girişkenlik kapsamında değerlendirilen STK'lara üyelik ve aktif katılımcı olma durumu ve gönüllülük kapsamında değerlendirilen her türlü gönüllü faaliyete katılım sosyal sermaye oluşumunda aracı bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu bağlamda söz konusu örneklem dahilindeki kadın girişimcilere yöneltilen mülakat sorularının içeriği; katılımcının girişimcilik hikâyesi, kadın olmakla ilişkilendirilebilecek iktisadi ve sosyal zorluklara dair tecrübeler, aile arkadaşlar ve diğer sosyal çevre ve buralardan sağlanan destekler, güven ilişkileri, toplumsal yaşama sosyal ve siyasal katılım olmak üzere çeşitli sorulardan oluşmakta olup, sosyal sermaye ve kadın girişimciliği arasındaki neden-sonuç ilişkisine cevap aranmaktadır. Buradan hareketle söz konusu mülakat sorularının detaylı hâli aşağıda yer almaktadır:

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız (Kaç yaşındasınız, eğitim durumunuz nedir, medeni haliniz nedir, çocuk sayınız nedir, kaç yıldır işletmenizi sürdürüyorsunuz?)
2. İşletmenizi neden kurdunuz? Girişimcilik geçmişiniz hakkında kısaca bilgi verir misiniz?
3. İşinizi kurarken sermayeyi nasıl temin ettiniz? Kadın girişimci olmanız sermaye bulma konusunda sorun yarattı mı?
4. İşinizi kurma aşamasında kimlerden nasıl/ne tür destek aldınız? Bu destek hâla devam ediyor mu, kişiler değişti mi?
5. İşinizi kurma aşamasında ne gibi zorluklar yaşadınız?
6. İşinizle ilgili kararlar alırken kimlere hangi durumlarda danışırsınız?
7. Bu toplumda kadın girişimci olmak hakkında ne düşünüyorsunuz? Neler tecrübe ettiniz? Erkek olsaydım böyle olmazdı diyebileceğiniz bir tecrübe yaşadınız mı?
8. Üye olduğunuz, faaliyette bulunduğunuz vakıf, dernek oda var mı? Yönetim kademelerinde göreviniz var mı? Bu sivil toplum örgütüne katılmaya nasıl karar verdiniz? Bu üyelik size bir fayda sağlıyor mu, siz burada bir fayda yarattığınızı düşünüyor musunuz? Nasıl?
9. Siyasi katılım açısından aktif misiniz, neler yaparsınız? Yerel ya da genel anlamda politikacılarla temas halinde olmak, oy vermek, bir miting veya eyleme katılmak vs. her türlü siyasi etkinlik açısından kendinizi tarif eder misiniz?

10. Gönüllü organizasyonlarda/projelerde aktif rol alıyor musunuz? Ne yapıyorsunuz?
11. Bu topluma güvenmekten ne anlıyorsunuz? Siz içinde yaşadığınız bu topluma güveniyor musunuz?
12. Kendinizi bu toplum içinde güvende hissediyor musunuz? Neden?
13. Girişimcilik faaliyetlerinizi düşünerek cevap verecek olursanız en çok kime, kimlere güvenirsiniz?
14. Siz çevrenizde güvenilir bir insan olarak tanınır mısınız? Size en çok kimler güvenir? Sizce bu izlenimi oluşturmak için neler yaptınız?
15. İşletmeniz için her türlü destek ve kaynak ihtiyacı ortaya çıktığında bunun çözümü açısından iş arkadaşlarınızla veya işletme çalışanlarınızla ilişkileriniz ne durumda?
16. Bugün bulunduğunuz noktaya gelmeniz kimler nasıl etkili oldu?
17. İşletmenizde çalıştırdığınız kişiler arasında yakın akrabalarınız veya tanıdıklarınız var mı? Neden onları tercih etmek istediniz?
18. Girişimcilik kariyerinizde karşılaştığınız sosyal sorunlarla (Aile, evlilik, çocuk vs.) nasıl baş ediyorsunuz?
19. Hayatınızdan memnun musunuz/değil misiniz? Açıklar mısınız?

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma sahasını, Antalya ilindeki kadın girişimciler oluşturmaktadır. Çalışma Antalya'daki çeşitli sivil toplum örgütlerine kayıtlı olan kadın girişimciler ile sınırlıdır. Bu nedenle araştırma, belirli bir ildeki kadın girişimcilerin görüşlerini yansıtan bulgulara sahiptir.
- Araştırma kapsamındaki varsayımlar ve sonuçlar, kuramsal kısımda açıklanan olgular ve uygulanacak olan mülakat sorularının boyutlarıyla sınırlıdır.
- Araştırma, sonuçları değerlendirmek üzere geliştirilecek mülakat soruları ve toplanan bilgilerle sınırlıdır.

3.5. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin sosyal sermaye edinme biçimlerini ve bu süreçte yaşadıkları sorunların üstesinden nasıl geldiklerini anlamak için söz konusu kadınların en az 5 yıllık bir girişimcilik öyküsünün olması ve sektörde faaliyet göstermesi gerektiğinden yola çıkılmıştır. Ayrıca sosyal sermaye unsurlarından biri olan “katılım” özelliğinin (Putnam, 2000) araştırma kapsamındaki öneminden hareketle sivil toplum kuruluşlarına üyelik durumu bu anlamda değerli bir ölçüt olmaktadır. Bu nedenle Antalya ATSO T.O.B.B Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı ve Antalya AGİDER Başkanı aracılığıyla tespit edilen girişimci

kadınlar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Buradan hareketle söz konusu sivil toplum kuruluşlarına üye olan kadın girişimcilerin tercih edilmesi ile amaçlı örneklem gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında görüşme yapılan kadın girişimciler, amaçlı örneklem yöntemi kapsamında kartopu veya zincir örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir

Araştırmacının amacına uygun olarak hangi birimlerin seçileceğine karar vermesi ve söz konusu birimler veya grupların amaca göre belirlmesine amaçlı örneklem denilmektedir (Koçak ve Arun, 2006). Amaçlı örneklem, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermektedir. Bu anlamda amaçlı örneklem yöntemleri pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olmaktadır.

Amaçlı örneklem yöntemi kapsamında tercih edilen kartopu veya zincir örnekleme, araştırmacının problemine ilişkin olarak zengin bilgi kaynağı olabilecek birey veya durumların saptanmasında özellikle etkilidir. Süreç çok basit bir soruyla başlar: “Bu konuda en çok bilgi sahibi kimler olabilir? Bu konuyla ilgili olarak kim veya kimlerle görüşmemi önerirsiniz?”. Süreç ilerledikçe elde edilen isimler veya durumlar tıpkı bir kartopu gibi büyüyerek devam edecek, belirli bir süre sonra belirli isimler hep öne çıkmaya başlayacak, araştırmacının görüşmesi gereken birey sayısı veya ilgilenmesi gereken durum sayısı azalmaya başlayacaktır.

Buradan hareketle araştırmanın örneklemini Antalya’da faaliyet gösteren “Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Antalya Kadın Girişimciler Kurulu” na veya “Akdeniz Girişimci İş Kadınları Derneği” ne (AGİDER) mensup olan çeşitli sektörlerde belirli süredir faaliyet gösteren 20 kadın girişimci oluşturmaktadır. Ancak araştırmanın başında görüşülmesi düşünülen 10 kadın girişimcinin önerilerinden yola çıkılarak bu listeye daha fazla kadın girişimcinin ismi dâhil edilmiş ve liste kartopu gibi büyümüştür. Son olarak bu araştırma veriler tekrarlanmaya başlayıncaya kadar sürmüş ve 20 örneklem sayısı ile tamamlanmıştır.

3.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Nitel araştırmalarda geçerlilik kavramı, genel anlamda bir araştırmada ölçüm yapan aracın o konuda ölçüm yapmaya uygun olmasıdır. Ölçme aracının yapısından kaynaklanan sistematik hatanın olmaması düşünülür. Ayrıca nitel araştırmada araştırmacının esnek olması ilkesi geçerlilik açısından önemli artılar ortaya koymakta ve araştırmacıya önemli stratejiler belirleme fırsatı sunmaktadır. Araştırmacı araştırma süresince gerekli gördüğü takdirde görüşmeye yeni sorular ekleyebilir, daha önce planlanmayan yeni görüşmeler yapabilir, elde ettiği bilgileri teyit etmek amacıyla farklı veri toplama yöntemleri kullanabilir. Aynı şekilde

yüz yüze görüşmeler yoluyla ayrıntılı ve derinlemesine bilgi toplama, gözlemler yoluyla doğrudan ve olayın gerçekleştiği doğal ortam içinde bilgi toplama ve uzun süreli bilgi toplama nitel araştırmada geçerliliği oluşturmayı sağlayan önemli özelliklerdir (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Nitel araştırmalarda güvenilirlik kavramı ise, veri toplama tekniklerinin aynı konuda bir başka zaman ve mekânda yapılan diğer araştırmada aynı veya benzer sonuçları vermesidir. Güvenirlik bir ölçme aracının farklı ölçümlerde kararlı sonuçlar verme özelliğidir. Ayrıca güvenilirlik, araştırmacının yüksek kalitede ses kayıt cihazı ile mülakatlarını kayıt altına alması ve bunları doğru olarak yazıya aktarmış olması ile de ilişkilidir.

Buradan hareketle bu araştırma kapsamında tüm katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda elde edilen görüş ve yorumlara tarafsız davranılmıştır. Mülakatlarda uzun ve yeterli zaman geçirilerek, ses kaydı ve notlar alınarak bütünlük ve etik ilkelerine uygunluk sağlanmıştır.

Güvenirliği olmayan bir geçerlilikten söz edilemeyeceği için nitel araştırmalarda genellikle güvenilirliğin ispatını oluşturmak yeterli olmaktadır. Dolayısıyla araştırmacının niteliksel araştırmalardaki yeteneğine ve becerisine bağlı olarak, güvenilirliğin geçerliliğin bir sonucu olarak ortaya çıktığı belirtilmiştir (Golafshani, 2003).

3.7. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada, görüşmeler yoluyla elde edilen verilerin değerlendirilmesinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Buradan hareketle içerik analizi “sosyal gerçeğin belirgin içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir ve amacı metinlerdeki içeriğin ne anlama geldiğini, temel vurgusunun ne olduğunu anlamak ve bu bağlamda yorumlamaktır” (Bal, 2016: 258). Dolayısıyla bilginin toplanması ve organize edilmesi sürecinde elde edilen veriler dâhilinde anlamlı yorumlar ve çıkarımlar yapmaya izin veren bir dizi işlemler setidir. Araştırma katılımcılarından birine ait mülakat örneği “Görüşme Notları ve Yorumları” adı altında Ek 1’de yer almaktadır.

Buradan hareketle içerik analizi öncelikle kavramların belirlenmesi ve kodlanması diğer bir deyişle birtakım temalara bölünmesi ve belirli kodlama birimleri arasında var olan ilişkilerin somutlaştırılması süreci ile geliştirilen bütünsel bir tekniktir. Bu bağlamda bu çalışma, nitel araştırma tekniklerine uygun olarak izlenmesi gereken yol dâhilinde öncelikle verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ve son olarak da bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamaları ile tamamlanmıştır.

3.7.1. Verilerin Kodlanması

Bu araştırma kapsamında literatür incelemesinde elde edilen bilgiler ışığında çeşitli kavramlar ve sınıflamalar belirlenmiş ve temel kodlar tanımlanmıştır. Ayrıca daha önceden belirlenmiş kavramlara göre yapılan kodlama tekniğinden faydalanılmış ve araştırmanın kavramsal çerçevesi bu yönde şekillenmiştir. Buradan hareketle içerik analizinin ilk ve en önemli basamağı olan kodlama süreci görüşme yapılan katılımcılardan toplanan veriler doğrultusunda çözümlenmiştir. Verilerin kodlanmasında özellikle katılımcıların mülakat sorularına verdikleri yanıtlarda bahsettikleri kelimeler, cümleler veya paragraflar araştırmanın amacı çerçevesinde kodlanmıştır. Araştırma kapsamında ilk beş katılımcıya ait söz konusu kodlama örneği “İçerik Analizi Tablosu” adı altında Ek 2’de yer almaktadır.

3.7.2. Temaların Bulunması

İçerik analizi tekniği gereğince bir sonraki aşama araştırma kapsamında ortaya çıkan kodların belirli kategoriler altında toplanması ve temaların bulunması sürecidir. Buradaki amaç belirlenen kodlar arasındaki ortak yönlerin bulunması ve daha genel bir olgunun ortaya çıkarılmasıdır. Söz edilen bu sürece tematik kodlama denilmektedir. Tematik kodlama için ilk aşamada ortaya çıkan kodların benzerlik ve farklılıklarının saptanması ve buna göre birbiriyle ilişkili olan kodları bir araya getirebilecek türden temaların belirlenmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 236). Buradan hareketle bu araştırma kapsamında elde edilen temalar şu şekildedir:

- Girişimcilik genel bilgiler
- İnfomel gruplara üyelik ve belirli özelliklere sahip ağlar
- Gündelik sosyallik - girişkenlik
- Topluluk katılımı ve komşuluk bağlantıları
- Aile bağlantıları
- Güven ve adalet normları
- Suç ve güvenlik
- Öznel iyi olma hâli
- Siyasi katılım

3.7.3. Verilerin Kodlara ve Temalara Göre Düzenlenmesi ve Tanımlanması

Bu aşama ilk aşamada yapılan detaylı kodlama ve ikinci aşamada yapılan tematik kodlama sonucunda, görüşme yapılan katılımcılardan toplanan verilerin yeniden şekillenmesi

sürecini ifade etmektedir. Dolayısıyla elde edilen yeni veri setleri ve alt boyutları itibariyle araştırma kapsamında ortaya çıkarılması amaçlanan yeni sınıflandırma aşağıdaki gibidir:

- Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve girişimcilik faaliyetleri
- Karşılaşılan zorluklar
 - Maddi zorluklar
 - Manevi zorluklar
- Yararlanılan destekler
 - Finansal destekler
 - Sosyal destekler
- Sosyal ağ
- Güven
 - Güven ve norm
 - Güvenlik
- Katılım
 - STK'lara katılım
 - Gönüllü faaliyetlere katılım
 - Siyasi faaliyetlere katılım
- Memnuniyet
- Toplumdaki kadın girişimcilik anlayışı

3.8. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulgular bölümü, iki başlıkta ele alınmakta olup bunlardan birincisinde “Kadın Girişimcilere Dair Genel Bulgular” adı altında kadın girişimcilerin demografik özelliklerine ve girişimcilik faaliyetlerine ilişkin bilgilere yer verilmektedir. İkincisinde ise “Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular” adı altında kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri süresince gördükleri destekler ve karşılaştıkları zorlukların sosyal sermaye ile ilişkilendirilebilecek boyutuna dair bilgiler ve kadın girişimcilerin sahip olduğu güven, ağ ve katılım düzeylerine ait bilgilere yer verilmektedir. Ayrıca katılımcıların görüşleri, gizlilik esassından ötürü isimleri verilmeden; kodlanarak aktarılmıştır. Söz konusu kadın girişimciler “Kadın Girişimci”-“KG” olarak kodlanmış ve kodların yanında KG1, KG2, KG3... KG20 şeklinde numaralandırılmıştır.

3.8.1. Kadın Girişimcilere Dair Genel Bulgular

Bireylerin sahip olduğu demografik özellikleri arasında yaş, eğitim durumu, medeni hali ve statüleri sosyal sermayenin önemli belirleyicileri arasındadır. Buradan hareketle girişimcilerin sosyodemografik özellikleri, hem iş kurma hem de işi sürdürme süreçlerinde önemli sosyal sermaye kaynaklarıdır (Yetim, 2002: 83). Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğunluğu 40'lı yaşlardadır. Katılımcıların yaşlarının aritmetik ortalaması ise 43'tür. Dolayısıyla kadınların çoğunun yaşının ileri olması sosyal sermayeyi geç inşa etmenin zaman alıcı bir süreç olduğunu göstermektedir. Kadınlar girişimci olabilme fırsatlarına ancak orta yaş aralığında sahip olabilmektedir. Ayrıca kadınların genellikle ücretli olarak bir işte çalıştıktan sonra kendi işini kurma isteği de, kadın girişimci yaşını orta yaş civarına çekebilmesinde etkili olmaktadır (Yetim, 2002: 84).

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğunluğu üniversite mezunudur. Mesleki bilgilerini çoğunlukla üniversitede okuyarak edinmiş ve girişimcilik deneyimlerine başarıyla aktarmışlardır. Diğer taraftan sosyal yeteneklerin ve bilgilerin gelişmesine katkıda bulunan eğitim unsuru da bir sosyal sermaye belirleyicisidir. Kadınlar hem bireysel anlamda hem de mesleki anlamda eğitimle kazanılan pek çok niteliğe ne derece sahip olurlarsa sosyal sermaye kaynaklarına da o derece yakın olurlar. Diğer bir deyişle, eğitim sayesinde daha fazla sosyalleşen bireyler, ağlara girme fırsatlarını yükseltecekler, bilgi sahibi oldukları gruplara daha kolay girebilecekler ve böylelikle daha çok grup üyeliliğine sahip olacaklardır (Eşki, 2009: 32). Dolayısıyla işletmelerine fayda sağlayacak her türlü faaliyeti etkileyebilme ve yönetebilme kabiliyetine sahip olacaklardır.

Diğer taraftan sosyal sermaye ile ilişkilendirilecek diğer bir olgu ise kişilerin medeni halleridir. Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğunluğu evlidir ve çoğunlukla da bir ya da iki çocuğa sahiptir. Evli ve dul olan bireyler, bekâr veya boşanmış bireylere kıyasla ağlarda daha yakın, daha uzun süreli ilişkiler kurdukları gibi, daha farklı ağlara da dâhil olmaktadır (Eşki, 2009: 34). Özellikle kadınlar yakın ve uzun süreli ilişkileri sayesinde sosyal destek gibi ihtiyaç duydukları maddi veya manevi yardımlardan faydalanma şansına daha fazla sahip olabilmektedirler. Bu anlamda amaçlarına ve hedeflerine ulaşmada evli kadınlar çoğunlukla eşlerinden destek gördükleri için bekâr kadınlara göre daha yüksek sosyal sermaye düzeyine sahip olabilmektedirler. Diğer taraftan araştırma kapsamında görüşülen 20 kadından 4'ü boşanmıştır. Girişimcilik faaliyetlerini eş desteğinden yoksun bir şekilde sürdüren boşanmış kadınlar sahip oldukları bağımsız kişilik özellikleri ile zorlukların üstesinden gelmeyi başarmaktadırlar. Eş desteğinden yoksun olma durumu kadınların tek başlarına kendilerine ait işyerlerini açmalarına ve faaliyetlerini sürdürmelerine engel

olmamaktadır. Bu anlamda onlar için özellikle çalışma hayatında arkadaş ve akraba gibi güçlü bağlantılar, kurumsal ilişkileri sürdürdükleri firmalar ve danışmanlar gibi formel bağlantılar doğrudan etkili olmaktadır.

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin faaliyet gösterdiği sektörler çoğunlukla hizmet sektörüdür. Bu sektörlerde faaliyette bulunma nedenleri çoğunlukla piyasadaki boşluğu fark edip fırsata çevirme ve sürdürme çabasıdır. Bunun dışında hizmet sektöründe insan ilişkilerinin önemi, dinamik ve hızlı değişen doğası ve tüm dünyada ve ülkemizdeki ekonomilerdeki hizmet sektörü ağırlığının artması da bu durum ile ilişkilidir.

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğunun 40 yaş üstü olmasından dolayı, kendi işini yapma isteğinden doğan üretken olmak, rahat olmak ve ekonomik özgürlüklerini sağlamak istemeleri girişimciliğe başlama nedenleri arasında sayılabilir. Bu durum bağımsız çalışma isteği veya kendi mesleğini kendi kuralları çerçevesinde sürdürme isteği ile açıklanabilir. Bu anlamda kadın girişimcilerin çoğu kendi işini kurma kararını kendisi almıştır. Evli kadınların bu kararı almasında kendisinin dışında eşleri etkili olurken bekâr veya boşanmış kadınların ise bu kararı almasında kendileri dışında aile üyelerinin de etkisi olmuştur. Buradan hareketle kadınların kendi işini kurma kararını daha çok aileleri ile birlikte vermeleri veya onlara danışmaları, kadın girişimciliğinde sosyal sermaye faktörü olarak ailenin önemli bir unsur olduğunu göstermektedir (Aşkın ve Barış, 2016: 73).

Diğer taraftan araştırma kapsamında görüşülen 20 kadın girişimciden 10'u KOSGEB ve İŞKUR işbirliği ile gerçekleştirilen girişimcilik eğitim programlarına katılmıştır. Ayrıca 20 kadın girişimciden 8'i KOSGEB'in girişimcilere sağladığı hibe desteğine başvurmuş ve işletmesine KOSGEB'ten destek sağlamıştır.

Katılımcılara ait söz konusu demografik özellikler (yaş, eğitim durumu, medeni hali, çocuk sayısı, işletme faaliyeti ve faaliyette bulunduğu sektör) Tablo 3.1'de özet olarak sunulmuştur.

Tablo 3.1 Katılımcıların Demografik Özellikleri

Kadın Girişimci	Yaş	Eğitim Durumu	Medeni Hali	Çocuk Sayısı	İş/İşletme	Sektör
KG1	50	Üniversite	Evli	1 Çocuk	Sanat Okulu Sahibi	Eğitim
KG2	49	Lise	Evli	1 Çocuk	Yurtdışı Dil Okulu Sahibi	Eğitim
KG3	48	Üniversite	Boşanmış	1 Çocuk	Kurumsal Firma Bölge Ortağı	Hizmet
KG4	40	Üniversite	Evli	2 Çocuk	Bina Tesis Yönetimi/İstihdam Ofisi Sahibi	Hizmet
KG5	46	Ortaokul	Evli	2 Çocuk	Toptan Gıda Hizm. Sahibi	Hizmet
KG6	40	Üniversite	Boşanmış	1 Çocuk	Dershane Sahibi	Eğitim
KG7	44	Üniversite	Evli	2 Çocuk	Otel Sahibi	Turizm
KG8	38	Üniversite	Boşanmış	2 Çocuk	Reklam Ajansı Sahibi	Hizmet
KG9	27	Yl Mezunu	Evli	Yok	Grafik Tasarım Ajansı Sahibi	Hizmet
KG10	37	Üniversite	Evli	2 Çocuk	Müzik Enstrümanları Dükkanı Sahibi	Hizmet
KG11	61	Yl Mezunu	Evli	Yok	Otel Sahibi	Turizm
KG12	35	Yl Mezunu	Evli	Yok	Butik Sahibi	Hizmet
KG13	45	Üniversite	Evli	2 Çocuk	Eczane Sahibi	Sağlık
KG14	37	Lise	Evli	2 Çocuk	Öğrenci Apartı/Butik Sahibi	Hizmet
KG15	37	Ortaokul	Boşanmış	Yok	Güzellik Salonu Sahibi	Hizmet
KG16	47	Lise	Evli	2 Çocuk	Kurumsal Firma Bölge Ortağı	Hizmet
KG17	49	Üniversite	Evli	1 Çocuk	Peyzaj Üretim	Hizmet
KG18	49	Üniversite	Evli	1 Çocuk	Estetisyen Klinik Sahibi	Sağlık
KG19	40	Lise	Evli	1 Çocuk	Cafe Restaurant Sahibi	Hizmet
KG20	39	Yl Mezunu	Evli	2 Çocuk	Fast Food Restaurant Sahibi	Hizmet

Diğer taraftan araştırma kapsamında görüşülen her bir kadın girişimcinin hayatlarına ve girişimcilik geçmişlerine ait detaylara kısaca aşağıda değinilmektedir.

KG1 50 yaşında, evli ve bir çocuk sahibidir. Kızını yurtdışında okutan KG1 siyaset bilgileri fakültesi mezunudur. Mezun olduktan sonra 20 yıldan fazla mesleğini yapmış ve çeşitli sektörlerde çalışmıştır. KG1 eşinin de müzisyen olmasının etkisi ile monoton bulduğu iş hayatından vazgeçip işin içinde insan olan dallara yönelmek istemiş ve eşinin desteği ile müzik okulu açmıştır. 2012 yılında Antalya’da açtıkları müzik okulunun başında bugün hala kendisi durmaktadır.

KG2 49 yaşında, evli ve bir çocuk sahibidir. Üniversite hayatını yarıda bırakıp çalışma hayatına atılan KG2, 24 yıldır kendi işini sürdürmektedir. 14 sene önce yurtdışında bulunduğu

süre boyunca yurtdışı eğitimleri ve dil okullarının yürüttüğü işleri araştırmış ve Türkiye’de böyle bir eğitim ve danışmanlık şirketini açarak piyasadaki boşluğu fırsata dönüştürme kararı almıştır. Sahibi olduğu yurt dışı eğitim danışmanlığı şirketi 14 yıldır Antalya’da faaliyetlerine devam etmektedir.

KG3 48 yaşında, boşanmış ve bir çocuk sahibidir. İngiliz dili ve edebiyatı bölümü mezunu olan KG3 bu zamana kadar çok sayıda özel sektör ve girişimcilik deneyimine sahip olmuştur. İlk iş deneyimi olarak babasının da ortak olduğu yabancı bir firmada çeşitli departmanlarda görev alarak 10 yıl boyunca işleri yürütmüştür. Girişimcilik anlamında bir süre eşi ile birlikte koleksiyon saat ve mücevher imalatı yapıp toptan pazarlama işini yürütmüştür. Eşinden boşandıktan sonra İngilizce eğitimi verilen bir kurum ile franchise sözleşmesi yaparak eğitim sektörüne girmiştir. Daha sonra 2015’ten bu yana da gözetim ve denetim sistemleri ile ilgili kurumsal bir firmanın Antalya Bölge Ortağı olarak iş hayatına devam etmektedir.

KG4 40 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Lisede Türkiye’de üniversitede ise İngiltere’de işletme eğitimi almış ve uzun yıllar orada yaşamıştır. İlk şirketini 2013 yılında açarak bina tesis yönetimi işlerinde girişimcilik faaliyetlerine devam etmektedir. KG4 binaların, sitelerin ve apartmanların yönetim işi ile başlayıp daha sonra bünyesine temizlik, bakım, güvenlik gibi alanları da dâhil ederek şirketini büyütmüştür. İkinci şirketini ise 2017 yılında istihdam ofisi olarak açmıştır. Bu işinde de özellikle yurt dışından yabancı uyruklu bebek ve çocuk bakıcıları konusuna odaklanmıştır.

KG5 46 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Ortaokul mezunu olan KG5 10 yıldır esnafılık yapmaktadır. İlk girişimcilik deneyimi cafe işletmeciliğidir. Daha sonra çeşitli illerde eşi ile ortak olarak pastane işletmeciliği yapmıştır. Fakat işler iyi gitmeyince pastaneyi kapatmak zorunda kalmaları nedeniyle bir süre çalışmamıştır. Çalışmadığı süre boyunca içli köfte veya mantı yapıp satmaya başlayan KG5, bir süre geçimini evden yapıp sattığı bu tür ev yapımı ürünlerle sağlamıştır. Daha sonra bu sektörden ilerleme ve ailece bir işletme kurma kararı alan KG5, 2013 yılında şuanki işletmesini kurarak şoklu gıda ürünleri imalatı ve toptan faaliyetlerini sürdürmektedir.

KG6 40 yaşında, boşanmış ve bir çocuk sahibidir. Eğitime çok önem veren KG6, iki üniversite bitirmiş ve ayrıca çeşitli eğitim programlarına da katılmıştır. İlk girişimcilik deneyimini 1992 yılında, 16 yaşında babasının üzerine bir şirket açarak gerçekleştirmiş ve sonra bir süre eşi ile birlikte bu işi sürdürmüştür. Ancak 2001 krizi nedeniyle şirketini kapatmak zorunda kalmış ve uzun yıllar özel sektörde maaşlı bir işte çalışarak hayatını devam ettirmiştir. 2014 yılında kendi eğitim kurumunu açmaya karar vermiş ve kişisel gelişim,

uzmanlık, hızlı okuma teknikleri, yabancı dil ve buna benzer birçok alandaki eğitimlerle Antalya’da girişimcilik faaliyetine devam etmektedir.

KG7 44 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Daha önce belirli dönemlerde iskele imalat ve kiralama alanlarında faaliyet gösteren aile şirketlerinin başında durmuştur. İnşaat mühendisliği mezunu olan KG7, mezun olduktan sonra bir mimar kadın akrabası ile birlikte proje ofisi açmıştır. 4 yıl süren ilk girişimcilik deneyimlerinden sonra mülkü kendilerine ait olan bir binayı değerlendirerek restaurant açmaya karar veren KG7, iki yılın ardından zarar etmeye başlayınca ve *“bir kadın olarak bu işi yürütmek zor olduğundan”* kapatma kararı almıştır. KG7 daha sonra mülkü 3 yıldızlı bir otele dönüştürerek Antalya şehir merkezinde 2002 yılından bu yana turizm otelcilik faaliyetine devam etmektedir.

KG8 37 yaşında, boşanmış ve iki çocuk sahibidir. Medya ve iletişim mezunu olan KG8, 18 yıldır reklamcılık ve gazetecilik sektöründe kendi işini yapmaktadır. Bu zamana kadar cafe işletmeciliği, internet cafe işletmeciliği ve reklam ajansı işletmeciliği ve yöneticiliği gibi çeşitli girişimcilik deneyimleri olmuştur. 2011 yılından günümüze kadar ise bir kadın ortağı ile beraber kurdukları reklam ajansının Antalya bölgesini yönetmekte ve bu anlamda bir ajansın yapacağı pek çok hizmeti sunmaktadır.

KG9 27 yaşında ve evlidir. Grafik tasarımı lisansı olan KG9, üniversiteden mezun olduktan sonra özel sektörde çeşitli ajanslarda deneyim elde etmiştir. Daha sonra yurtdışında yüksek lisans bursu elde edince 2 yıl Floransa’da yaşamıştır. Döndükten bir süre sonra 2014 yılında Antalya’da kendi işyerini açarak sadece kişiye özel tasarımlar sunan ajansının başında girişimcilik faaliyetlerini sürdürmektedir. Genç yaşta girişimcilik hayatına atılan KG9 en büyük hayalini gerçeğe dönüştürdüğünü, çizmeyi, tasarlamayı ve düşünmeyi çok sevdiğini dile getirmekte ve zaman zaman bu anlamda grafik tasarımı alanında özel dersler vermektedir.

KG10 37 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Konservatuvar okuyan KG10, üniversiteden mezun olduktan sonra bir süre müzik okullarında ve kolejlerde keman öğretmenliği ve müzisyenlik yapmıştır. Eşi de müzisyendir. 2012 yılında özel sektörde çalışmayı bırakarak enstrümanları satışı ve tamiri yapılan, çeşitli müzik ekipmanının da satıldığı bir mağazayı eşi ile birlikte açmıştır. KG10 bugün halen aktif olan mağazada aynı zamanda keman ve piyano özel dersleri de vermektedir.

KG11 61 yaşında ve evlidir. Üniversitede işletme okuyup mezun olduktan sonra master için gittiği Amerika’da 2 yıl kalıp 1982’de Türkiye’ye döndüğünde bankada uzman olarak çalışmaya başlamıştır. 1982 yılından 2013 yılına kadar Türkiye’de çeşitli bankalarda üst düzey görevlerde çalıştıktan sonra 2013 yılında ani bir kararla profesyonel bankacılık kariyerine son verip Antalya’da babasına ait olan bir mülkü otele çevirip butik otel

işletmeciliği yapmaya karar vermiştir. 2013 yılından bu yana da 10 odalı butik otel işletmeciliği faaliyetine devam etmektedir.

KG12 35 yaşında ve evlidir. Türkçe öğretmenliği lisans ve yüksek eğitiminin ardından uzun yıllar öğretmenlik yapmıştır. Daha sonra öğretmenliği bırakıp özel sektörde mümessillik yapmaya başlayan KG12 bu sektörde uzun yıllar çalışmıştır. İş hayatında bazı hedefleri olduğunu söyleyen KG12, tercih ettiği mesleklerde başarı ve verimlilik anlamında doyuma ulaşınca iş hayatı ile ilgili başka yolları tercih ettiğini belirtmiştir. Bu anlamda moda ile iç içe olmayı seven KG12 zevkleri doğrultusunda özel tasarım bir butik açmıştır. Kişiye özel kombinlerle var olmayı hedefleyerek kadınlara moda ve trend ürünleri tercih etmelerinde rehber olmaktadır.

KG13 45 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Eczacılık fakültesinden mezun olduktan sonra bir süre üniversite hastanesinde eczacı olarak çalışmış ve daha sonra kendi eczanesini açma kararı alarak Antalya’da 10 yıldır kendi eczanesini işletmektedir.

KG14 37 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Üniversiteyi turizm okurken yarım bırakmış ve turizm sektöründe satış pazarlama alanlarında bir süre çalışmaya başlamıştır. Eşi inşaat mühendisi olduğu için sahip oldukları birkaç inşaatı kendi işletmelerini kurmak üzere değerlendirmişlerdir. Bu anlamda Antalya’da sahip oldukları bir binayı öğrenci apartı yapmaya karar vererek üniversite öğrencilerine yönelik çeşitli hizmetler sunmaktadırlar. Binanın giriş katında bulunan boş bir mağazayı da kiraya vermek yerine moda ve alışverişi sevdiği için hem tüm gün orada vakit geçirmek hem de günlük nakit akışı sağlamak adına butik açmaya karar vermiştir. Dolayısıyla aynı anda iki işi sürdüren bir kadın girişimcidir.

KG15 37 yaşında, bekâr ve yalnız yaşamaktadır. Ortaokul mezunu olan KG15 kendisini kuaför ve kişisel bakım alanlarında geliştirmiş ve küçük yaştan itibaren sektörde çalışmaya başlamıştır. Çalışırken işverenleri tarafından sigortasız çalıştırılma ve hak ettiği yasal prosedürlerden mahrum bırakılmasından ötürü karşılaştığı zorluklar yüzünden kendi işyerini kurma kararı alıp 2014’de kendi güzellik merkezini açmıştır.

KG16 47 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Babasının işletmesinde küçük yaşlardan itibaren ticaret hayatına atılmış ve yıllarca çeşitli alanlarda tecrübe elde etmiştir. Evlenip çocuk sahibi olunca ticaret hayatına ara vermiş ve yaklaşık 7 sene çalışmamıştır. Yakın bir dostunun kurumsal bir kozmetik markasının Antalya Bölge işletmecisi olarak işini yönetmesi ve kendisine bu işleri yönetme kısmında bir ortak araması sonucu 2011 yılında ortaklığı kabul etmiş ve o zamandan beri kozmetik alanında kurumsal bir markanın Antalya bölge bayi koordinatörü olarak çalışma hayatına devam etmektedir. Antalya’da bazı ilçeler de dâhil

olmak üzere toplam 9 mağazanın bayiliğini üstlenen ve yöneten KG16 daha çok mobil anlamda işini sürdürmektedir.

KG17 49 yaşında, evli ve bir çocuk sahibidir. Üniversite mezunu olan KG17 iş hayatına İstanbul'da başlamış, daha sonra Yalova'da süs bitkileri üretimi alanında faaliyet gösteren Hollanda bağlantılı bir şirketin halkla ilişkiler departmanında kariyerine devam etmiştir. Sonradan firmanın Antalya şubesine geçiş yapmış ve bugün eşi ile birlikte sürdürdüğü süs bitkileri ve peyzaj bitkileri üretimi firmasında 94 yılından bu yana kendi işini devam ettirmektedir.

KG18 49 yaşında, evli ve bir çocuk sahibidir. 1988 yılında tıp fakültesinden mezun olmuş ve ilk olarak hastanelerde çalışmaya başlamıştır. Daha sonra devlet ve özel sektör kuruluşlarında yönetici ve hekim olarak çalışmalarına devam etmiştir. 2001 yılında yabancı uzman doktorlardan eğitim alarak kendini geliştirmiş ve medikal estetik ve dermakozmetoloji alanında uzmanlaşmıştır. Antalya'da kendi kliniğini kurma kararı alan KG18, 2010 yılından bu yana estetik, dermatokozmetoloji, zayıflama ve antiaging alanında hizmet vermektedir.

KG19 40 yaşında, evli ve bir çocuk sahibidir. Lise mezunu olan KG19 daha önce eşi ile birlikte birçok kez restaurant ve cafe işletmeciliği deneyimleri olmuştur. 2010 yılından bu yana Antalya'da iyi bir lokasyonda bulunan, gençlere hitap eden ve konsept hizmetler sunan cafe - restaurantını eşi ile birlikte işletmektedir.

KG20 38 yaşında, evli ve iki çocuk sahibidir. Hemşirelik lisans eğitiminin ardından psikiyatri bölümü yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır. Daha sonra özel sektörde tıbbi mümessil olarak çalışan KG20 yıllarca bu sektörde satış ve yöneticilik anlamında deneyim elde etmiştir. Bir süre sonra kendi işini kurma kararı alan KG20 riski az olan ve içinde insan yönetimi olan bir alan tercih ederek, 2013 yılında gıda sektöründe öncü bir fast food firmasının bayiliğini satın almıştır. 2014 yılında ikinci bayiliği satın alan KG20 bugün Antalya'da faaliyetlerine devam etmektedir.

3.8.2. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin aldığı finansal ve sosyal destekler ile karşılaştıkları zorluklar ve yaşam memnuniyetlerine dair veriler kadın girişimciliğine yönelik toplumsal algı ve sosyal sermaye olguları ile ilişkilendirilerek değerlendirilmiştir. Aynı zamanda sosyal sermayeye ait sosyal ağ, katılım ve güven boyutunun etkisi, kadın girişimcilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda değerlendirilmiş ve yorumlanarak tartışılmıştır.

3.8.2.1. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Finansal Destekler ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğu işlerini kurma sürecinde finansal destek aldıklarını belirtmiştir. Finansal desteklerin çoğu eş, aile, arkadaş veya akraba gibi yakın çevre bağlantılarından kaynaklanmakta ya da KOSGEB, devlet veya banka gibi resmi kurumlar tarafından sağlanmaktadır. Elde edilen sonuçlar neticesinde iş kurma aşamasında kadın girişimciler için finansal destek açısından aile ve akrabalık bağları önemli sosyal sermaye mekanizmalarının başında gelmektedir. Görüşülen kadın girişimcilerin çoğu kurumsal kaynaklı krediler kullanmak yerine, öncelikle kendi öz kaynakları ve aileleri ile eşlerinden aldıkları yardımlar aracılığıyla işlerini kurmuşlardır. Kadın girişimcilerin kuruluş sermayesinin çoğunlukla öz kaynaklar ve akraba, arkadaş yardımı gibi informel kaynaklardan temin edildiği buna karşın banka kredisi gibi formel kaynaklardan yararlanmanın ise sınırlı olduğu bulgusuna rastlanılmıştır (Yetim, 2002: 87). Bu araştırmanın bulguları da bu durumu destekler niteliktedir. Buradan hareketle araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilere yöneltilen finansal sermayeyi temin etme sorusu itibarıyla, bu anlamda her birinin farklı yollara ve kaynaklara başvurdukları ve finansal sermaye ve sosyal sermaye ilişkisini yansıtan deneyimlerini aktardıkları cümlelere aşağıda yer verilmiştir.

KG2, yurtdışı danışmanlığı ve dil okulu şirketini açarken gereken sermayeyi yıllardır kazandığı ve biriktirdiği paralardan elde ettiğini ve aynı zamanda şirketin işleyişi gereği çok fazla finansal sermayeye ihtiyaç duyulmadığını da belirtmiştir. Bunların dışında devlet kurumlarından veya kredi kurumlarından herhangi bir maddi destek almadığını, ailesinden bazı noktalarda finansal destek gördüğünü de ekleyerek şu sözleri dile getirmiştir:

“...Kendi imkânlarımla işte ofis kiralayıp bir iki parça masa, sandalye ve evdeki bilgisayar ve evdeki telefon hattımı ofise çekerek, minimum bir masrafla bu işe başladım. Hizmet sektörü olunca küçük sermayelerle başlayabiliyorsunuz. İşin doğrusunu söylemek gerekirse, ben hiç sermaye aramadım. Çünkü ilk işimde ailemden destek almıştım ve kendi küçük birikimlerim vardı. İkinci işimde de hem ilk işimden kazandığım, kenara koyduğum birikimim vardı hem de zaten bu çok büyük bir sermayeye ihtiyaç yoktu...”

KG4 bina tesis yönetimi şirketini ve istihdam ofisini açarken gereken finansal sermayeyi kendine ait olan birikimleri sayesinde temin ettiğini ve bu anlamda işletmesinin fazlaca maliyet gerektirmediğini şu sözlerle dile getirmiştir:

“...İlk yönetim işine başladığım zaman, zaten yapılması gereken çok bir şey yoktu. Kendime ait olan birikimim vardı. Onunla şirket kurdum ve gerçekleştirdim. Zaten o işte çok fazla

sermayeye ihtiyacım yoktu. Ofis tutmadım. Eşimin işyerinin bir odasını ofis olarak kullandım. Zaten ofis gereksinimim de yoktu sürekli dışarda olmam gerekiyordu, projelerin başında olmam gerekiyordu...”

KG5 toptan gıda hizmetlerini gerçekleştirdiği şirketini açarken kendi birikimlerini değerlendirmiş ve aynı zamanda dostlarından da ufak tefek borçlar alarak sermayeyi temin etmiştir. Ayrıca KOSGEB desteğine başvuran KG5, girişimcilik eğitimlerine katılmış ve danışman tutarak desteklerden faydalanmaya çalışmıştır. Sonucunda KOSGEB’ten 10.000 TL civarında destek gördüğünü belirterek, işletmesi için yeterli miktar olmadığını da vurgulayarak şunları söylemiştir:

“...KOSGEB’ten ben çok destek alamadım. Ben zaten KOSGEB’in eğitimine gittim hatta danışman da tuttum ama istediğim parayı vermedi bana. Yani ben KOSGEB’ten 10.000 TL aldım veya almadım, dosyayı kapattılar. Yani ben dostlarımdan aldığım ufak tefek çok az paralarla ben buralara geldim...”

Otel sahibi olan KG7, aile şirketi bünyesinde ailedeki diğer üyelerle birlikte ortak bir sermaye ile çeşitli girişimcilik faaliyetlerini sürdürmüştür. Dolayısıyla başlangıçta sahip olduğu payla çalışarak ve kazanarak zamanla finansal sermayesini büyüttüğünü dile getirmiş ve eklemiştir:

“...Çalıştıkça kazandığın için tabi babadan gelen bir birikim de var onun da etkisi var, gücü var. Çalıştıkça sermaye ettik öyle diyelim, kazandık. Çalışıp sermaye ettik...”

Butik otel sahibi olan KG11, işyerini açarken gereken sermayeyi yıllarca çalıştığı ve biriktirdiği tasarruflarından temin ettiğini belirtmektedir. Ayrıca 2014 yılında işletme kurulduktan sonra BAKA’dan hibe desteği de aldığını eklemiştir. Ancak bu destek, işletmesinin konumu itibarıyla tarihi bir noktada bulunması ve altyapı, kazı çalışmalarında anıt eser ve müze değerinde eserlerin ortaya çıkması sebebiyle 60.000 TL değerinde olmuştur. Bu konuda şu sözleri dile getirmiştir:

“...Buraları hep onca yıl çalıştığım biriktirdiğim birikimimle yaptım. Burada kredi yok hiç kimseden para almadım, tamamen yılların verdiği birikimle yaptım. Bizim çocuğumuz yok, çocuğumuz olsaydı herhalde yapamazdım. Bu da bizim çocuğumuz oldu...”

“...Hibe aldım BAKA’dan. 2013 yılında başvurdum, 2014 yılında aldım hibeyi. 60.000 tl aldım. O salonun yapımının ancak 4’te 1’ine yetti tabi. Ama prestij tabi güzel bir şey oldu, hibe

almak önemli ama o hibeyi çok zor alıyorsunuz. Avrupa Yatırım Bankası'ndan geldiği için kaynak, prosedürleri çok ağır...”

KG14, öğrenci apartını açarken eşinden sağladığı finansal desteğin dışında KOSGEB’e başvurarak 50.000 TL değerinde de hibe sahibi olmuştur. Bu konuda şu sözleri dile getirmiştir:

“...Eşimden aldığım maddi desteğin dışında KOSGEB’e hibe için başvurdum ben. Hibe zaten 50.000 TL veriyor onun da % 80’ini ödüyor. Benim aldığım tutar ben kira yardımı alamadığım için yerine 5.000 TL civarında sonra da personele ödüyor bir miktar. Yani personel gideri ile beraber hemen hemen hepsini ödeyecek yani 50.000 TL’nin % 80’ini ödeyecek...”

KG15, güzellik merkezini açarken sadece yakın dostlarından temin ettiği nakit borçlar sayesinde işyerini açabilmiştir. İşini kurma aşamasında herhangi bir kurumsal destekten veya banka kredilerinden faydalanmamıştır, tamamen yakın arkadaşları aracılığıyla finansal sermayeyi elde etmiştir. Bu konuda şu sözleri dile getirmiştir:

“...Yakın dostlardan borç alarak temin ettim. Ailem yok ailemi kaybettim ben bu arada. Yani 20.000 TL ile açtım dükkânımı ve öyle devam ettim. Kendi birikimim yoktu ve devlet kurumlarına veya banka kredilerine de başvurmam. Özellikle kredi çekmek istemedim çünkü faizler çok yüksekti cesaret edemedim krediyi ödeyemem diye hani elden alırsam daha iyi olur diye düşündüm...”

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğu başlangıç sermayelerini yıllar boyunca çalıştığı ve biriktirdiği tasarrufları sayesinde temin ettiğini dile getirmiş ancak birkaçı KOSGEB gibi devlet desteğinden faydalandığını da eklemiştir. Finansal sermayeyi temin etmede tercih edilen yollar arasında kadın girişimcilerin kendi birikimleri öncelikli sırada yer almaktadır. Daha sonra finansal sermayeyi devlet kanalı aracılığıyla temin etme tercih edilse de çoğu kadın bu süreçte yapılması gereken hem maddi hem de manevi birçok yüke katlanmak istemeyip genellikle eş, aile veya arkadaş gibi yakın çevre bağlantılarını tercih etmek zorunda kalmıştır. Buradan hareketle finansal sermaye temininde kadın girişimciler için fon kaynakları sınırlı olmaktadır. Kadınlar teminat gösterecek varlıklarının sınırlı olması nedeniyle finans kuruluşlarından kredi almakta güçlük yaşamakta ve bu nedenle de girişimlerini kişisel birikim ya da borçlarla finanse etmektedirler (Özyılmaz, 2016: 35).

3.8.2.2. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Sosyal Destekler ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular

Kadın girişimciler gereksinim duydukları bilgi, nitelik ve işgücü gibi maddi ve beşeri kaynakların bir kısmını kendi çabalarıyla, bir kısmını ise destek sağlayan yakın çevrelerindeki kişiler aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Buradan hareketle girişimsel süreçlerde gerekli bilgi ve deneyimi destek mekanizmalarından temin edebilen kadın girişimciler bu anlamda öncelikle eş, aile ve yakın çevre kanallarını daha sonra kurumsal kanalları tercih etmektedir. Dolayısıyla iş kurma aşamasında kadın girişimciler için aile, arkadaş ve akrabalar sosyal sermaye kapsamında önemli sosyal destek mekanizmaları olarak işlev görmektedir. 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, 2002; Kök, 2007; Kim ve Sherradon, 2014). Ayrıca çalışma hayatında erkek egemen bir kültürel yapının var olması nedeniyle, kendi işini kurma ve sürdürme aşamasında kadın girişimciler için toplumsal kabul ve desteği sağlamada, aile, eş ve akraba desteği bu anlamda önemli olmaktadır.

Katılımcıların çevrelerinden edindikleri sosyal destekler özellikle eş ve aile desteği olarak dikkat çekmektedir. Eşler tarafından sağlanan desteklerin çoğunlukta olması kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları aşmada ve işletme başarılarını genişletmede anahtar rol oynamaktadır. Buradan hareketle eşler tarafından sağlanan sosyal desteklerin iki boyutlu olarak ele alınması halinde bu boyutlar duygusal destek ve araçsal destek olarak karşımıza çıkmaktadır (King vd., 1995). Duygusal destek boyutu kişilerin eşlerini cesaretlendirmek, onları yönlendirmek ve onlara yardımcı olmak gibi davranış ve tutumları kapsayan sosyal desteklerdir. Diğer taraftan araçsal destek ise, ev ve aile ile ilgili işlerin veya görevlerin sürdürülmesi konusunda eşlerin çalışan kadınlara yardımcı olmak amacıyla sergiledikleri davranış ve tutumları kapsayan sosyal desteklerdir (King vd., 1995). Günümüz toplumlarında ev dışındaki çalışma hayatlarına daha fazla vakit ayırmaları gereken kadınların eşlerinden gördükleri sosyal desteklerin niteliği çok önemlidir. Bu anlamda kadınların hem ev hayatında hem de iş hayatında eşleri tarafından desteklenmesi kadınların yaşam memnuniyetinde de artışa neden olmaktadır (Karaca, 2016).

KG1, müzik ve sanat okulunu açma aşamasında eşinden destek aldığını ve bu süreçte birçok şeyi dayanışma dâhilinde sürdürdüklerini belirtmiş ve şunları dile getirmiştir:

“...Yani ikiniz birlikte yürüttük, birlikte sırtlandık birtakım şeyleri, kararlarımızı birlikte verdik. Mesleki açıdan işin yönetim tarafında hep ben vardım, sanat yönetmenliği tarafında da

eşim vardı. Ben onun alanına çok müdahale etmedim. Görüşlerimi sadece ilettim, o da e yılların tecrübesiyle yönetim açısından yapabileceği kadar destek oldu bana öyle yürüttük yani bütün çalışmalarımızı...”

KG2, yurtdışı danışmanlığı ve dil okulu şirketini açarken her türlü desteği eşinden gördüğünü belirterek bugün bulunduğu noktaya gelmesinde etkili ve en büyük destekçisi olarak eşini tanımlamıştır ve bu anlamda şunları dile getirmiştir:

“...Vallahi eşimin desteği dışında bir destek görmedim. Eşimle beraber çalışıyoruz. Birlikte çalışıyoruz ve yani bütün bu süreçlerde bütün sorumluluğun benimle paylaşarak bir iş bölümü yaparak, birimiz daha ziyade pazarlama kısmına bakıyoruz eşim daha ziyade operasyon kısmına bakıyor. İyi bir iş bölümüyle yani eşimin en büyük desteği ofisin içerisinde yaptığımız iş bölümü ve her ikimizin de sorumluluklarımızı eksiksiz yerine getiriyor olmamız...”

KG4, ilk işi olan bina tesis yönetimi şirketini kurarken eşinden ve ikinci işi olan istihdam ofisini kurarken ise babasından destek gördüğünü belirtmiştir. Ayrıca bir dönem sertifika programı kapsamında katıldığı eğitimdeki uzman kişilerden ve hocalardan her türlü sosyal desteği gördüğünü de ekleyerek şu sözleri dile getirmiştir:

“...Eşim destek oldu her zaman çalışma hayatında olmamı istedi zaten arzu etti, ama ikinci istihdam işinde babam çok destek oldu...”

“...O eğitim esnasında çalıştığım gerek hocalarla gerekse o eğitime katılan İstanbul'da yıllardır bu işi yapan, bu camianın içinde olanlarla tanıştım, onların çok büyük desteğini gördüm iş anlamında. Yani iş anlamında derken takıldığım bir yerde geriye dönüp sorabileceğim birileri vardı. Oldu yani...”

KG5, toptan gıda hizmetlerini gerçekleştirdiği şirketini kurma aşamasında en çok eşinden ve oğlundan destek gördüğünü belirterek aynı zamanda bir dönem yaşadıkları iflas ve maddi çöküntü nedeniyle çok fazla dost ve destekçi kaybettiklerini de ekleyerek şu sözlerle ifade etmiştir:

“...Biz kendi kendimize sırt sırta verdik karı koca. Oğlumuz da bizim için okumadı...”

Diğer taraftan KG5, bugünkü bu başarılarının sırrını kendisinin dışında eşine ve oğluna borçlu olduğunu dile getirerek şu sözleri de eklemiştir:

“...Hiç kimseden destek almadık biz kendi başımıza geldik buralara. Eşime de sorsanız o da diyecek ki eşim ve oğlum. Oğluma da sorsanız annem ve babam diyecek. Birbirimizin sayesinde. Birimiz az iş yaptı birimiz çok iş yaptı değil, herkes görevini aldı...”

KG8, iki ortak olarak sürdürdükleri işinde birbirlerinin fikirlerine çok güvendikleri için genellikle birbirlerine danışmayı tercih etmektedirler. Ayrıca bazı durumlarda ortağının eşinin ticari deneyimlerinden ötürü onun görüşlerinden faydalanmakta veya yakın dostlarına danışmayı tercih etmektedirler. Genel anlamda dışarıdan gelen bilgilere ve desteklere kapalı olmayı ve kendi içlerinde analiz etmeye özen gösterdiklerini vurgulayarak şu sözleri dile getirmiştir:

“...Biz kendi aramızda çözeriz genelde. Dışarıdan gelen yanıtlara da açığız ama bazen evet denen bir şeyin hayır olmasının doğru olduğunu çok analiz ettiğimiz için kendi öngörülerimize güveniriz. Yani çok farklı karakterlerde insanlarız, dolayısıyla ikimizin birleşiminden doğru bir karar çıkabilir gibi. Biz zaten birçok şeyin kendimiz müşterek yanıtını verebiliyoruz. Dışarıdan da aslında çok objektif ya da çok doğru bilgi alamayacağımızı düşünüyoruz tecrübelerimiz de sabit...”

Ayrıca KG8, hayatında başarılı olmayı sağlayacak şekilde gördüğü maddi ve manevi her türlü desteği kan bağı olan akrabalarına değil de kan bağı olmayan arkadaşlarına ve dostlarına bağlamaktadır. Bu anlamda aile veya akrabaların dışında dostların ve arkadaşların da önemli sosyal destek kaynakları olduklarını dile getirerek şunları eklemiştir:

“...İnsanların da birbiri ile kan bağıının olmaması gerektiğine inanıyorum. İlla kan bağı var diye insanlardan sürekli pozitif feedback alacaksınız diye bir şey yok, benim nazarımda yok. Ben dostlarımdan ailemden daha fazla aldığımdan destek aldım bugüne kadar ama maddi ama manevi ve kendimde hep bu tarzda davrandım. Benim için herhangi birinin bir şey istemesi ile bir akrabamın istemesi çok eş değerdir. Öyle bir vizyonum maalesef yok belki benim hayatsal yaşadığım eksikliklerden...”

2015 yılında Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı ve AGİDER’in birlikte yürüttükleri Antalya’da Kadın Girişimciliği Durum Analizi ve Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesine Yönelik Eylem Planı dâhilinde, kendi işlerini kurma sürecinde ailede en büyük desteği veren kişilerin başta eş olmak üzere anne, baba ve arkadaş çevresinden olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla bu çalışmanın bulguları gibi, kadın girişimcilerin kendi işlerini kurma sürecinde eşlerinin etkisinin olduğunu düşünenler çoğunlukta olmakla beraber anne ve babalarının da bu

süreçte olumlu etkisi olduğu birçok kadın girişimci tarafından belirtilmiştir (Kadın Girişimciliği Eylem Raporu, 2015).

3.8.2.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar ve Sosyal Sermaye ile İlişisine Dair Bulgular

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimciler, faaliyet gösterdikleri alanlarda farklı sorun ve engellerle karşılaştıklarını ifade etmektedirler. Bu zorluklar arasında; sermaye temin etme güçlüğü, yasal ve kurumsal prosedürlerin fazlalığı, bürokratik engeller, bilgi ve tecrübe eksikliği, rol çatışması, toplumsal cinsiyetle ilişkili zorluklar, toplum baskısı, aile ve personel ilişkileri, piyasa, rekabet ve müşterilerden kaynaklı zorluklar yer almaktadır.

Araştırmada karşılaşılan zorlukları anlamaya yönelik sorulara kadın girişimcilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda çoğu, ekonomik kaynaklara erişme konusunda zorlandıklarını dile getirmişlerdir. Sosyal sermaye edinme süreçlerinde en çok başvurulana ise informal kaynaklar olmaktadır. İnfomel kaynaklar bireylerin daha yakın olduğu ve her anlamda güvendiği örneğin aile fertleri, akrabalar ve arkadaşlar gibi kaynakları temsil ederken formel kaynaklar ise resmi kurumlar, uzmanlar veya danışmanlar ve destek sağlayan kamu kurumları gibi kaynakları temsil etmektedir. Bu anlamda kadın girişimciler, kişisel tasarrufları dışında ekonomik yetersizliklerini tamamlamak adına öncelikle informal kaynaklara, ardından da formel kaynaklara başvurumaktadırlar. Bu süreçte informal kaynaklara ulaşmak daha kolayken formel kaynaklara ulaşmak ve gereken koşulları temin etmek daha zor olabilmektedir.

Bu anlamda özellikle KOSGEB desteğine veya devlet aracılığıyla başvurulana resmi kurum kanallarına ulaşmak birçok kadın girişimci için engel teşkil etmektedir. Buradan hareketle KG12 butiğini açarken KOSGEB tarafından sağlanan hibe desteklerinin çeşitli prosedürleri olduğunu ve ağır şartları itibarıyla KOSGEB’e başvurmadığını belirterek şunları eklemiştir:

“...Geçen sene yıllık iznimde KOSGEB’e başvurduğum, girişimcilik kursuna kayıt oldum, sertifikasını aldım. Ancak hibe için başvurmadım çünkü prosedürleri ve şartları çok ağır. Cebinizde bir para yoksa girişimcilik için bir para talep edemiyorsunuz zaten önce siz ödeyeceksiniz sonra devlet size geri ödeme yapacak vs. şartlar pek bana göre değildi...”

KG14, öğrenci apartını açma süresince KOSGEB’e başvurmak için öncelikle gereken koşulları yerine getirmek adına girişimcilik kursuna gittiğini ve danışman eşliğinde proje dosyası hazırladığını belirterek şunları eklemiştir:

“...Önce girişimcilik kursuna gittim, ondan sonra tabi oradan çok büyük beklentimiz yoktu çünkü kabul edilme süreci sonrasında ödeme prosedürleri çok uzun sürüyor. Sonrasında KOSGEB’e hibe için başvurdum. Hibe zaten 50 bin tl veriyor onun da % 80’ini ödüyor...”

Finansal kaynaklı problemler kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunlar arasında belki de en önemli sorundur. Kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile banka kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilebilir (Soysal, 2010: 98). Girişimcilik desteği sağlayan kurumların talep ettiği iş tecrübesi, pazar şartları bilgisi, üretilecek ürün veya hizmetin yapısı gibi konulara pek çok kadın girişimcinin hâkim olmaması nedeniyle, çoğunlukla kadınlar bu anlamda eşlerinin veya iş ortaklarının desteğini almak ya da tecrübeli uzman kişilere danışmak zorunda kalmaktadırlar (Özyılmaz, 2016: 60).

Kadın girişimcilerin işletmelerini kurma esnasında karşılaştıkları zorluklardan bir diğeri ise bürokratik işlemlerden kaynaklı engellerdir. Bürokratik işlemlerin uzunluğu ve yasal ödemelerin fazlalığı nedeniyle kadın girişimciler bu tarz engelleri aşarken genellikle yakın bağlantıların bilgi ve deneyimlerinden faydalanmaktadırlar.

KG4, işini kurma aşamasında gerekli yasal prosedürleri gerçekleştirirken karşılaştığı zorlukların üstesinden gelebilecek sosyal sermaye kaynaklarından faydalandıklarını belirterek bu anlamda babasının yardımı sayesinde bu tarz işlemlerin üstesinden geldiğini şu sözleri ile ifade etmiştir:

“...Bütün belgelerimizin alınması aşamasında babamın maddi manevi desteği oldu. Maddi destek derken İŞKUR’a işte ödenmesi gereken tutarlar, teminat mektupları verilmesi gerekiyor o aşamada babamın desteğini gördüm...”

KG6, eğitim kurumunu açma aşamasında uygulamak zorunda olduğu yasal prosedürlerden dolayı hem maddi hem de manevi kayıplarla karşılaştığını belirterek yaşadıklarını şu sözlerle ifade etmiştir:

“...MEB’e burada eğitim vermek üzere başvuruda bulundum. MEB işlemleri çok uzun sürdü birazcık orada zarar ettim. Bilginin insan hayatında çok önemli bir kısa yol olduğunu öğrendim. Çünkü bir şey kurmadan önce o işi kurmakla ilgili çok önemli eğitimler almak gerekiyor. Aslında kadın olarak girişimcilik kurslarına da gittim ama kursların çok iyi olduğunu ama çok interaktif olmadığı için yeterli olmadığını düşünüyorum. Çünkü ticarete

başlarken bazı şeyler gösteriliyor ama bazı şeyler gösterilmiyor Türkiye’de. Gösterilmeyen şeyleri yaşayarak öğrenmek durumundaysanız bunun bedellerini ödüyorsunuz. Onun bedelleri de gereğinden fazla maddi kayıplara uğrattırıyor sizi...”

KG11, butik otelinin konumu itibariyle tarihi bir noktada bulunması ve altyapı, kazı çalışmalarında anıt eser ve müze değerinde eserlerin ortaya çıkması sebebiyle Anıtlar Kurulu’nun iznini almak için yasal prosedürlerle 14 yıl uğraştığını dile getirmektedir. Daha sonra koruma ve kollama yasasının çıkmasıyla mülkte işlem yapılmasına izin verildiğini dile getirerek bu süreçte çok fazla bürokratik engelle karşılaştığını da belirtmiştir:

“...Anıtlar kurulu ile bürokrasiyle zorluklar yaşadım ama bir şekilde üstesinden geldik, ama kolay değildi onu da söyleyeyim. İşler hızlıca yürüsün isteyince de olmuyor. Bürokratik engellere takılıyorsunuz ister istemez...”

KG12, butiğini açarken devlet dairesindeki ödemelerden ve yasal gerekliliklerden kaynaklı finansal işlemlerin fazlalığından bahsederek bu anlamda düşüncelerini şu şekilde dile getirmiştir:

“...Devlet size daha dükkânınızı açmadan, cebinize para filan koymadan, sizden bir sürü para istiyor: yazar kasa post, vergi levhası, pul, damga vs vs istiyor. Siz dolayısıyla da tabi ki afâki rakamlar değil ama bir şahıs firması kurmak için minimum 5.000 TL kadar para harcıyorsunuz. Devlet önce bana kazandır sonra sen kazanırsın diyor yani...”

Kadın girişimciliğini engelleyen bir faktör olarak değerlendirilen bürokratik engeller, karar alma mekanizmalarının baskınlığı nedeniyle özellikle girişimcilik başarısını engelleyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Arıkan, 2013: 82). TÜSİAD tarafından yapılan bir araştırmaya göre işletme faaliyetlerine ilişkin zamanın çoğunun bürokratik engeller nedeniyle harcanması bu durumu destekler niteliktedir (Arıkan, 2013).

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları diğer bir zorluk ise rekabetin varlığı ve bu rekabet koşullarında piyasada faaliyetlerini sürdürme çabasıdır. Bu anlamda rekabet koşullarının hüküm sürdüğü piyasa ilişkileri, müşteri ve portföy ilişkileri ve personel ilişkileri yöneticiliğinde sosyal sermaye kaynaklarını ve sosyal ağ bağlantılarını doğru kullanmak kadın girişimcilere doğru hamle yapma fırsatı kazandırmaktadır.

KG1, müzik ve sanat okulunu açarken karşılaştığı en büyük zorluğu rekabet olarak tanımlamaktadır. Haksız rekabet ortamının oluşmasına zemin hazırlayan bazı durumları ve koşulları yaşadığına dikkat çekmiştir. Nitekim piyasada aynı amaç doğrultusunda pek çok

rakip kurum varlığını sürdürürken bu kurumların dayanışma ve birliktelik inancını doğuracak farkındalığı edinmeleri gerektiğini vurgulamıştır:

“...Merdiven altı kurumlar maalesef, ya da Milli Eğitim'e bağlı olup da gereklerini tam olarak yerine getirmeyen kurumlar maalesef çok fazla köstek olmaya çalışıyorlar. Yerli ya da yersiz. Müthiş köstek oluyorlar. Yani buradaki en büyük zorluk, bizim sektörümüzde ki en büyük zorluk bu. Türkiye’de her noktada bu böyle. Sanatçıya bile sanatçı köstek oluyor...”

KG2, işlettiği yurtdışı eğitim ve dil okulu şirketi kapsamında genellikle gençlere ve öğrencilere hitap ettiği için onları ikna etmede zorluk çektiğini belirtmiştir. Özellikle ülkemizde yurtdışına eğitim amacıyla öğrenci gönderme fırsatlarının aileler tarafından bazı önyargılarla karşılandığını belirterek genel anlamda bu tarz engellerden ötürü işini kurma ve yürütme aşamasında zorlandığını, kitlelere ulaşmada problem yaşadığını dile getirmiştir:

“...Bu sektör genç bir sektör ve bilinmeyen bir sektör. Yurtdışı eğitim ülkemizde çok yaygın değil. Dolayısıyla hani bunu insanlara anlatmakta, ikna etmekte zorlandım...”

Diğer taraftan KG2, işi ile alakalı genç profilleri ve kitleleri ilgilendiren kararlar alırken özellikle kendi sosyal ağı aracılığıyla ulaşmaya çalıştığı destek kanallarını ön planda tutmaya çalışmaktadır. Bu anlamda formel bağlantılar dahilinde üye olduğu STK veya kurumsal anlamda ilişkide bulunduğu okulların fikirlerini de önemsemektedir. Bunları şu sözlerle ifade etmiştir:

“...Mesela geniş kitlelere ulaşmak... Diyelim ki sorunum bu, daha geniş kitlelere nasıl ulaşabilirim. Burada hani kendi networkümden destek almaya çalışıyorum. İşte T.O.B.A.K.G.K. üyesiyim, kurulun desteklerinden faydalanmaya çalışıyorum veya okulları ziyaret ederek oradaki kurduğum ilişkilerden, onlardan destek almaya çalışıyorum...”

KG3, işini kurma ve sürdürme aşamalarında en büyük zorluğunun rekabet ortamında portföy yaratmak olduğunu belirtmiştir. Bu anlamda sektörde yeni olan firma ile işlerini yürütmek için bazı noktalarda farkındalıklar yaratmanın zorluğuna dikkat çekmiştir. Bu anlamda sosyal bağlantılarını devreye soktuğunda işi ile ilgili portföy yaratma ve sürdürme konusunda sosyal sermaye kaynakları sayesinde bu tarz problemlere çözüm getirebildiğini de eklemiştir:

“...Mesela benim dirsek temasında çalıştığım bir sigorta brokeri var 38 yıldır sigortacı beyfendi. Benim giremediğim zincirlerle iş yapıyor, ben de onun giremediği zincirlerle iş yapıyorum. Böylece dedik ki senin toplantılarına ben geleyim, benim toplantılarıma sen gel. En azından girebilmek. Er veya geç iş olur...”

KG7’ye göre otel sektörünün daha iyi hizmet verebilmek adına sürekli değişim ve yenilik isteyen bir sektör olduğunu belirterek bu anlamda otel işletmesinin rakip otellere göre cazip olması bazı zorlukları beraberinde getirmektedir. Ona göre:

“...Maddi yatırım yapmalısınız yatırım şart, yatırımdan sonra müşteri. Ben otel için konuşuyorum çoğu zamanım burada geçiyor. Müşteriyi buraya bağlamak, onlara daha iyi hizmet vermek. Hizmet sektörü olduğu için sürekli yenilemek lazım...”

KG9, grafik tasarımı anlamında nitelikli personel temini konusunda sıkıntılar yaşadığını, sürekli personel değiştirmek zorunda kaldığını dile getirmektedir. Bu anlamda kendine güvendiğini ve sahip olduğu kaynakları kullanıp her işi tek başına yapacak kapasite ile çalıştığını belirterek şu sözleri eklemiştir:

“...Bizim piyasa biraz sıkıntılı çok fazla dönüşüm yaşıyoruz. Ben biraz pımpirikliyim, seçiciyim. Gelen çalışma arkadaşların yaşları itibarıyla bir otoriteye girmesi zor oluyor. Buraya gelen insanlara tekrar baştan isteğimi, benim dilimi, benim istediğim tasarımları öğretmekle vakit kaybediyorum. Bu yüzden beni en çok yoran şey eleman gerçekten başka hiçbir şey değil...”

Diğer taraftan KG9, çevre bağlantılarından yoksun olduğunu ve hem üniversiteyi hem de yüksek lisansı Antalya dışında okuduğu için Antalya içindeki sosyal çevresini ve müşteri portföyünü kazanmanın zorluklarından bahsetmiştir. Genç olması sektördekilere göre tecrübesizlik ve bilgisizlik gibi görüldüğü için bu tarz önyargıların varlığından da söz etmektedir. Katılımcı hem bireysel hem de kurumsal anlamda sosyal bağlantılarını artırdığını dile getirerek bu anlamda sosyal bağlantıların kendi işyerini kurup portföyünü geliştirmesine de katkı sağladığını ifade etmiştir:

“... Ben burada sıfır çevreydim, hiç bir tanıdığım yok. Ben bütün çevremi kendim yaptım bu en büyük zorluk aslında. Ben bunu biraz avantaja çevirmeye çalıştım ve çevirdiğime de inanıyorum. Çünkü ben hep yurtdışındaydım, şehir dışındaydım hem sosyal çevrem hem de müşteri portföyü çok zordu benim için...”

KG16, kurumsal anlamda 9 mağaza ve 31 personeli yönettiğini dile getirerek daha çok personel yönetimi ve personel ilişkileri konusunda zorluklar yaşadığını dile getirmiştir. Bu anlamda bir kadın yönetici olarak hiçbir zaman personelle birebir temas ilişkisinden uzak kalmadığını belirterek bu konuda şunları ifade etmiştir:

“...Bir defa her şeyden önce farklı farklı kişilikte insanlarla çalışıyorsunuz dolayısıyla bunlar size zaman zaman problem olarak gelebiliyor. Bir kere personelin biri kendi kendine mağazadaki huzuru bozmak istedi. Biz de personelle bireysel olarak sohbet edip yanlışları dinliyoruz daha sonra günlük yaşantımızdan örneklerle yaşlarının küçük olmasından dolayı yanlış yaptıklarını ifade ediyoruz dediğim gibi güzel söz yılanı dâhi deliğinden çıkartır atasözünden giderseniz çözümleyemediğiniz bir şey olmuyor...”

Günümüzde rekabetin yoğun olarak yaşandığı sektörlerde kadın girişimciler, pazarın yapısı ve piyasanın belirsizliğinden kaynaklı bazı engellerle karşı karşıya kalabildikleri gibi, nitelikli personel bulamama ve müşteri portföyü yaratamama gibi nedenlerden ötürü de sorunlar yaşayabilmektedirler. Dolayısıyla kadın girişimciler sosyal ağ bağlantıları, sosyal destekler, sosyal katılım düzeyleri ve güven düzeyleri gibi sosyal sermaye kaynaklarını doğru kullanarak rekabetin doğurduğu engelleri aşma çabası içerisinde oldukları görülmektedir.

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları diğer bir zorluk ise toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklı ev içi sorumlulukları ile çalışma hayatı sorumluluklarını dengeleme sorunudur. Bu anlamda kadınlar günümüzde ekonomik özgürlüklerini elde etmiş, kendi işyerlerinin sahibi konumuna gelmiş olsalar dâhi ev ve çocuklarla ilgili sorumluluklardan feragat etmiş sayılmazlar (Demircioğlu, 2010: 111). Kadınlar girişimcilik faaliyetleri kapsamında daha ağır sorumluluklara sahip olsalar da ev içi rolleri ile eşit oranda ilgilenmek zorundadırlar. Nayır’a (2008) göre “ev ve iş hayatı birbirinden bağımsız değil bizzat ilişki içerisinde yürüyen alanlardır ve kadınlar için bu iki alanı dengelemeye çalışmak büyük önem arz etmektedir” (2008: 635). Bu nedenle kadın girişimcilerin aile ve çalışma hayatlarını nasıl konumlandıkları, bu anlamda karşılaştıkları sorunlara nasıl çözümler buldukları ve sahip oldukları sosyal sermayelerini ne şekilde kullandıkları önem arz etmektedir.

KG1, çalışan bir anne olarak çalışma hayatını ve aile hayatını dengelemek gerektiğine inanarak bu anlamda işyerinde eşi ile birlikte çalıştığı için plan ve programları eşi ile birlikte yürütmektedir. Dolayısıyla sosyal destek mekanizmasının bir parçası olarak eşi ile birlikte sorunlarla baş ettiğini dile getirmiştir:

“...Çok iyi programlaman gerekiyor kendini diyeyim. Bu ancak o şekilde yürüyeblen bir şey. Dengeyi çok iyi kurmak gerekiyor. Bazen bazı taraf ağır basabiliyor. Okul çok vaktimizi aldı

bizim gerçekten. Zaman zaman birlikte evimizi ihmal etmek durumunda kaldık ama yeri geliyor evde bir program olduğunda onu dengelemek çok önemli...”

KG2, çalışan bir anne olarak karşılaştığı sosyal sorunlarla en yakın destek kanallarından biri olan eşi sayesinde baş ettiğini dile getirmektedir:

“...Eşimle beraber paslaşıyoruz hani. Eşim bir de hani evdeki her sorumluluk kadınıdır gibi bakan bir insan değil sonuçta. Gerekirse yemek de yapar gerekirse evdeki işleri de beraber paylaşarak yaparız dolayısıyla şu anda zorlanmıyorum...”

KG5, yoğun çalışan bir anne olarak karşılaştığı sosyal sorunlarla diğer aile üyelerinin ve kendisinin fedakârlıkları sayesinde baş ettiğini dile getirmektedir. Bu konuda fazlasıyla fedakâr ve anlayışlı bir aileye sahip olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda en yakın sosyal destek kaynaklarının varlığı sayesinde hayattaki tüm önceliğinin iş olmadığını da eklemiştir:

“...Ev için çok takıntılı değilim, ben de, eşim de, çocuklarım da rahat bir aileyiz. Eşim eve erken gitmişse yemek yapıyor. Çünkü genelde buranın tüm yükü bende olduğu için çok üzerime gelmiyorlar zaten...”

KG7, iş hayatında yoğun çalışan bir anne olarak pek çok role sahip olduğunu ve karşılaştığı sosyal sorunlarla zamanını iyi değerlendirerek ya da iyi dengeleyerek aşabildiğini belirtmektedir. Bu anlamda şunları dile getirmektedir:

“...Anneyim, iş kadınıyım, ev hanımıyım ve eşim. 4 ayrı görevim var kafa dörde bölünüyor ister istemez. Bazı şeyler eksik kalabiliyor. Tam yapıyorum diyen de bence doğru söylemiyordur. Bunların hepsi zaman demek. Bazen 9-10'a kadar işyerinde kalmak zorunda oluyorum, yeri geliyor gece 12'de, 1'de geri geliyorum, yani bir şekilde ayarlamaya çalışıyorsun ama eksik kalıyor mutlaka ama ne yapıyorum aktarmaya çalışıyorum, dengelemeye çalışıyorum...”

KG9, çalışma hayatı ile aile hayatına aynı özeni göstermeye gayret ederek şu sözleri ifade etmiştir:

“...Dijital bir işim olduğu için evden de çalışabiliyorum veya tatile gittiğim yerden de çalışabiliyorum. Beni sadece hayatta tatmin eden şey iş değil, işkolik bir kadın değilim, diğer yerlerden de doymam gerekiyor. Ailesine, eşine bağlı olan bir insanım, onlara vakit ayırırım...”

KG10, çalışan bir anne olarak ilk önceliğini ailesine verdiğini, dolayısıyla mağazanın işleyişi adına kendisi dâhil herkesin bir sorumluluğu olduğunu ve herkesin bu sorumluluk alanlarını yerine getirmesi durumunda herhangi bir sorunla karşılaşmadıklarını dile getirmektedir. Bu anlamda bazı konularda sosyal destek mekanizmaları sayesinde “*hayatta her şeyi birden yapmaya çalışmayarak, bazı önemli noktaları yakalamaya çalışarak, sorumluluklarına devam etmektedir*”. Bunu şu sözleri ile dile getirmektedir:

“...Ben kaostan olmaması için ve her şeyin yolunda gitmesi için her zaman sorumluluk devrine inanmışımdır. Mağaza da olsun, evde olsun. Mağazadaki çalışma arkadaşlarım, beraber yaşadığımız ailem ve eve de dışarıdan gerektiğinde destek alarak, evde idare edilmesi gereken işlerde, işyerimizle ilgili yine devlet dairelerinde yapılacak işlerde muhasebecimizden destek alarak, herkesin sorumluluk alanlarının oluşması ve herkesin kendi işini yapması sonucu bir kaos yaşanmıyor...”

KG11, eşi ile beraber çalıştığını ve çocukları olmağı için eşiyle işyerinde yeterince zaman geçirebildiklerini dile getirmekte ve bu konudaki genel düşüncelerini şu sözleri ile belirtmektedir:

“...Şunu söyleyebilirim ki dengeli tutmaya çalışıyorsunuz, kadınların işi o zaten. Kadının erkekten farkı o, dengede tutmaya çalışmak, o yüzden kadınlar yöneticilik hayatında çok başarılıdırlar, erkekler kesebilirler biz kesmeyiz, bakarız. Biz daha çok ameliyat ederiz ama öldürmeyiz ...”

KG16, sahip olduğu çokça görev ve sorumluluklarına rağmen hem ev hayatını hem de iş hayatını önemseydiğini ve bu anlamda ikisine de zamanını ayırmaya çalıştığını dile getirerek şunları eklemiştir:

“...Yani ödünü sadece kendimden veriyorum diyebilirim, gece çalışması yapıyorum herkes yattıktan sonra kendim evde çalışmalarına devam ediyorum işle ilgili. İş eve taşıyorum evet ama onların zamanını alacak şekilde taşımıyorum...”

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğu evli, çocuklu ve hem ev hem de çalışma hayatında aktif rol alan bireylerdir. Bu noktada kadınların karşılaştıkları her türlü sosyal sorunla genellikle eş veya çocuk gibi diğer aile üyelerinin yardımları ve destekleri etkili olmaktadır. Dolayısıyla kadın girişimcilerin aile ve iş dengesini sağlama ve sürdürmesinde eşlerin önemli rol oynaması bu anlamda kadınların sahip olduğu sosyal

sermaye kapsamındaki destek mekanizmalarının gücünü ve etkisini göstermektedir. Özellikle eşlerin ev içi rollerde aktif görevler alması kadının yükünü azaltması açısından önemlidir. Toplum tarafından kadınlara yüklenen en temel görevleri olan annelik ve eşlik görevlerini diğer görevlerinden üstün tutan kadınlar ancak destek mekanizmaları sayesinde çalışma hayatında başarılı olmaya çaba göstermektedirler.

Garanti Bankası ve ODTÜ işbirliği ile gerçekleştirilen Kadın Girişimciler Araştırması raporuna göre, kadınların iş kurma sürecinde en fazla “işin yürütülmesi, sermaye bulunması, bürokratik işlemler, kadın olmak ve aile ve iş yaşamı arasındaki dengeyi sağlamak” sorunları öncelikli sorunlar arasında gösterilmektedir (Kadın Girişimciler Araştırması, 2014). Buradan hareketle evlenmiş kadınların %65’i eşlerinden destek almaktadır. Eşlerden sonra ise baba ve anne gelmektedir. Kadın girişimcilerin büyük bir bölümü, kurumlar arasında en fazla desteği kredi desteği olarak bankalardan almaktadır. Bankalar dışında ise en çok sözü edilen kurum KOSGEB’tir. Gerek destek veren kurumların bilinmemesi gerekse bu konudaki bilgi eksiklikleri başta kadınlar olmak üzere girişimcilerin bu programlardan yeterince faydalanamamalarındaki başlıca sebeptir.

3.8.2.4. Kadın Girişimcilik Algısı ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular

Toplumumuzda kadın girişimciliğin daha zor olması, kadının erkeğe oranla dış ilişkilerinde daha zayıf olması, iş dünyasında erkek egemenliğinin olması, evli ve çocuklu olmanın girişimciliğe engel olması, erkeklerin daha atak oldukları için iş kurma ve geliştirme aşamasında daha başarılı olması gibi nedenlere bağlanmaktadır (Demircioğlu, 2010: 119). Kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden ziyade toplumsal cinsiyet rollerinin gerektirdiği ihtiyaçlar neticesinde kişisel beklentilerinin farklılaşması nedeniyle, bazı durumlarda sosyal desteğe bağlı kalmaktadırlar. Bu anlamda kadınların sosyal hayattaki sorumlulukları gereği erkeklere göre daha dezavantajlı konumda yer alsalar dâhi gerek bireysel anlamda gerekse kurumsal anlamda sahip oldukları sosyal sermaye kaynakları sayesinde başarılı birer kadın girişimci olmaları önem kazanmaktadır.

Buradan hareketle araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilere yöneltilen “Bu toplumda kadın girişimci olmak hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlar doğrultusunda kadınların kendi tecrübelerinden hareketle kadın girişimciliği hakkındaki fikirlerine ve toplumda birer kadın girişimci olmayla ilişkili kendilerine yüklenen anlamlara dair görüşlere yer verilmektedir.

KG1’e göre eğer bir kadın bir işi yapmak isterse ne koşullarda olursa olsun yapabileceği o güce sahip olduğuna inanmaktadır. Fakat toplumda kadını aşağı gören bir

anlayışın var olduğunu ve bu anlayışın ancak kadınların kendilerini doğru ifade etmeleri ve kendilerini doğru noktada tutmaları durumunda yok olacağını düşünmektedir:

“...Sadece işletmem için söylemeyeyim, bir kadın gerçekten bir işi yapmak istiyorsa tabii bunun fiziksel boyutları var, ama yapabileceğimiz bir ölçüde bir işi yapmak istiyorsak kesinlikle erkeklerden bir adım önde yapabileceğimize inanırım ben...”

KG5, kadın girişimcilerin toplumda saygı gördüğünü, takdir edildiğini düşünmekte ve bu anlamda kendisinin toplumda kadın olarak herhangi bir zorluk yaşamadığını da belirtmektedir:

“...Bir kadın olarak bir şeyleri başarmak bir yerlere gelmek çok güzel bir şey. Kadın olarak daha çok saygı duyuldum hatta...”

KG6, bu toplumun kadın girişimciliğine dair algısı hakkında şunları dile getirmiştir:

“...Önce bileceksin çünkü bilmek insana güven getirir. Konuyla ilgili bilgili olduğun zaman, insanlar bilginin önünde eğilirler. Şu hayatta kendimizi geliştirmekle ve yetiştirmekle mesulüz. Kendi heykelimizi yontmakla mesulüz. İşte o zaman girişmek, girişimcilik, kadın olmak her şey kolaylaşıyor, hayat da kolaylaşıyor. Aksi takdirde Türkiye’de kadın olmak, girişimci olmak az kolay, çok kolay değil ...”

Her kadının erkekten daha dikkatli ve daha başarılı olduğunu düşünen KG7 bu nedenle otel bünyesinde kadın personel çalıştırmaya özen gösterdiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

“...Mesela benim çalışanımın çoğu kadındır. Kadın olsun istiyorum. Daha dikkatliler. Övmek için söylemiyorum ama kadınız ama iyiyiz yani her işte daha farklı düşünüp daha farklı yapabiliyoruz. Bu yaşam tarzıyla da alakalı her kadın öyledir demiyorum ama neticede genelde erkeklerden daha başarılı olacağını düşünüyorum, oluyorlar da...”

KG8, toplulumuzda kadınların girişimcilik ruhuna sahip olması, idealist ve çalışkan olması gerektiğini dikkat çekmiştir. Ayrıca kendini ve ne yapmak istediğini çok iyi analiz edebilen bu anlamda kendini o yönde geliştirebilen bir kadın olmasının önemine de değinmiştir:

“...Bu toplumda eğer kadın girişimci olacaksa gerçekten girişimci bir ruhu olması lazım yoksa çok tabulara takılı ya da kendi kabuğunda bir girişimci zaten girişimciliğin ana menşesinde de

olduğu gibi pek mümkün değil. Biraz bu anlamda hırslı denebiliyorsa hırslı, idealist denebiliyorsa idealist ve çok çalışkan olmak lazım. Bence her kadın girişimci olabilir ama kendini bence iyi analiz etmesi gerekir...”

KG9, Türkiye’de girişimciliğin sadece para kazanmakla özdeşleştirildiğini oysa girişimciliğin “başlatılan bir girişim sonucunda kişiye uzun vadede getirisi olan başarı veya başarısızlıkla sonuçlanan bir hareket” olarak görülmesi gereğini ifade etmiştir. Kadın girişimcilerin ise bu noktada güçlü olduklarını ve daha da güçlendirilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir:

“...Kadınlar hem EQ ve IQ olarak bence iki şekilde de daha fazla esnek düşünme kabiliyetine sahipler. Hayatın verdiği bazı görevler annelik vs. gibi bunlar aşağı çekiyor olmasına rağmen bence tamamen daha güçlüler. Ama bunu kabul etmek istemeyen taraf da daha fazla, kabul edilmek istenmiyor bence bu...”

KG12, uzun yıllar özel sektörde çalışma deneyimi elde ettiğini ve bir anda ani bir kararla işini bırakıp kendi işyerini açma kararı aldığını belirtmektedir. Bazı riskleri göze alan bir girişimcinin bu anlamda cesur olması gerektiğini dile getirerek bunu şu kelimelerle ifade etmiştir:

“...Birinin yanında çalışırken güvenli alandassınızdır, sigortanız yatar, maaşınız tıkr tıkr yatar. Yani güvenli bölgedesinizdir. Ticarete atılmaksa yani hayallerinizin arkasından gitmekse sahil şeridinin dışına çıkmak gibi bir şey. Artık Bağkur'unuzu kendiniz yatırmak zorundasınız, kazandığının içinden KDV'yi ayırmak zorundasınız, kiranız, elektriğiniz, suyunuz, personeliniz varsa giderleriniz vs. Diğer taraftan da kendiniz için iyi bir mali denetmen ve muhasebeci olmalısınızdır. Bu zamana kadar profesyonel finansörlerin yaptığı her şeyi kendiniz yapmak zorundasınız...”

“...Ama güvenli alanın dışına çıkmazsanız da, bir öğrenilmiş çaresizliktir güvenli alan, hep o kıyı şeridinde sizi çemberleyen o çizginin öteki tarafında yüzüp yüzemeyeceğinizi bilemezsiniz...”

Diğer taraftan KG12, toplumdaki kadın girişimciliğinin kolay olmadığını ve fazlasıyla fedakârlık ve özveri gerektirdiğini dile getirip bu konuyla ilgili şunları eklemiştir:

“...Ben şuna inanıyorum kolay diye bir şey yok, ama imkânsız da değil. Bir emek istiyor, bir fedakârlık istiyor, bir özveri istiyor, çocuk sahibi olmayı ertelemeyi gerektiriyor. Eşinizle içli mantı, taze sarılmış sarma yememek, eşinize hanım kadınlık yapamamak gibi. Hayatınızda o

hanım edanızdan bir parça sıyrılıp daha maskülen, daha özgür ve daha dışa dönük davranmanız gerekiyor...”

KG13, kadın girişimcileri desteklediğini ve bu anlamda kadınların toplumda güçlü varlıklar olduğunu belirterek ayrıca kadınlara yönelik pozitif ayrımcılığın da gerekliliğini dile getirmiştir. Bu konuda şunları eklemiştir:

“...Kadınların kendine güvenmesi ve iş hayatında erkeğin ne önünde ne arkasında, yanında omuz omuza çalışması gerekiyor sağlığı elverdiği sürece. Bir kere zaten kadın başlı başına güçlü bir varlık, erkekten çok daha güçlü bir varlık bunu herkes biliyor. Bu gücünü de kullanması gerekiyor kadınların ve kadınların da hakikaten insanlığa yakışır çocuklar yetiştirmesi gerekiyor. Bunların hepsi aslında bir zincir. Kadın iyi olursa her şey iyi olur. Toplumlari kadınlar şekillendirir...”

KG15, girişimcilik faaliyetlerine yalnız başlayan bir kadının toplum tarafından destek gördüğünü belirterek bu anlamda şu sözleri dile getirmiştir:

“...Bana şunu diyorlardır genelde duyduklarım; sana helal olsun tek başına ayaklarının üstünde durabiliyorsun. Genelde müşterilerim bana destek verir. Bu nedir toplumda beni güçlü görüyorlardır o yüzden de bu tarz şeyler beni yüceltir, gururlandırır...”

KG16, toplumdaki kadınların erkeklerden daha güçlü ve daha başarılı olduğuna inanmaktadır ve bu anlamda bir kadının istemesinin altında yatan hırs ve azmin o kadını hem ev hayatında hem de iş hayatında başarıya götüreceğine inanmaktadır:

“...Kadınlar bence erkeklerden çok daha güçlü ve başarılı bir kişilikte olan insanlar. Başaramayacakları bir şey olmadığını düşünüyorum yeter ki o kadın istesin. Kadınlar zekâ olarak bence farklı düşünebilen yani bir erkek bir tane işi yanına ikinci bir iş ekleyemezken yanında yapması gereken ama bir kadın düşünün...Hem evde çocuğuna bakabiliyor, temizliğini yapabiliyor, işini düşünebiliyor, işini koordine edebiliyor, ailesini düşünüyor, ailesini koordine edebiliyor, yani çok fazla dala bir anda parçalanabiliyor ve bunu da başarabiliyor...”

KG7, genel anlamda kadın girişimcilerin eğer bir destekçisi yoksa veya yalnız ise bu toplumdaki bakış açıları ve önyargılar nedeniyle pek çok zorlukla tek başına baş etmek zorunda olduğunu belirtmiştir:

“...Çok zor eğer yanında bir destekçisi yoksa. İşte mesela ben şanslıyım eşim var, babam var, kardeşlerim var ama tek başına olduğun zaman adım atmak çok zor. Çok dikkatli adım atmak lazım. Biz bir hata yaptığımız zaman öbürümüz tolere edebiliyor ama yalnız olduğun zaman kadınlar için Türk toplumunda zaten yapamaz zihniyeti olduğu için böyle bir toplumuz yani ben ona da sinir oluyorum. ...”

KG14’e göre toplumdaki kadın girişimcilerin finansal açıdan bir destekçisi yoksa bir girişimci olarak var olmalarının zor olduğunu dile getirmiştir. Ayrıca bu konuda bankaların ve özellikle KOSGEB desteklerinin kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık adı altında kredi hizmetleri prosedürlerinin esnetilmesi gerektiğini de vurgulamaktadır:

“...Şimdi eğer maddi açıdan bir desteğiniz yoksa bu toplumda kadın girişimci olmak çok zor. Hani kendi paran ya da sana destek olacak biri olmadığı zaman hani devlet ya da bankalar vs. para ödemedi kimse sana para ödemiyo ya da paran yoksa kimse sana para vermiyo...”

KG19, yıllardır sektörde eşi ile birlikte işlettiği restorantı kapsamında tecrübelerinden yola çıkarak, kadınların girişimcilik faaliyetleri bağlamında mutlaka bir eş desteği ile yol almaları gerektiğini dile getirerek şu sözleri eklemiştir:

“...Eşimle birlikte çalıştığım için şanslıyım. Eşinizi ön planda istemeseniz de bir erkeğin dengelemesi mutlaka gerekiyor. Bir erkek destek ya da kalkan oluşturamazsa kadınlar barınamazlar. Erkek çalışanlar bile erkek otoritesi istiyor hizmet sektöründe...”

KG11, kadın girişimciliğinin erkek girişimciliğinden bir farkı olmadığını düşünmektedir. Ancak kadın girişimcilere özel kredilerin tahsis edilmesi gerektiğini belirtmekte ve bu anlamda kadınlara pozitif ayrımcılığın gerekliliğini de dile getirmektedir:

“...Erkek girişimci olmaktan farklı olmadığını düşünüyorum yani kadın erkek bir farkı olmadığını düşünüyorum. Kadın olduğunuz için sizi engellediklerini düşünmüyorum ayrıca desteklendiğini de düşünmüyorum. Herkes ne kadar destekleniyorsa, kadın girişimciler de erkek girişimciler de o kadar destekleniyor...”

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimciler, işlerini daha özenli ve titiz yaptıklarından ve çalışanlarla daha iyi iletişim kurabildiklerinden dolayı girişimcilik konusunda daha avantajlı olduklarını düşünmektedirler. Bu anlamda kendilerine ve toplumdaki meslektaşlarına yöneltilen tutum ve algılar kadınları güçlendiren niteliktedir.

Ayrıca tüm katılımcılar bir kadın olarak, kadın girişimcilerin herhangi bir destek olmadan toplumda var olmaları ve faaliyetlerini sürdürmelerinin zor olduğunu da düşünmektedirler. Buradan hareketle toplumda var olan bu algı kadın girişimciler açısından sosyal sermayenin önemine dikkat çekmektedir.

Toplumsal cinsiyet, bireyin belli bir cinsten olduğuna ilişkin bilgiye, bu bilgi dâhilinde olmak üzere toplumsal düzlemde bireyden beklenen rollere ve toplumda bireye biçilen konuma işaret etmektedir (Vatandaş, 2007: 36). Bu anlamda araştırma kapsamında karşılaşılan zorlukları anlamaya yönelik sorulara kadın girişimcilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda çoğu, kadın olmaktan dolayı maruz kaldıkları her türlü söz, davranış, bakış açısı veya önyargı gibi basmakalıplar konusunda zorlandıklarını dile getirmişlerdir. Kültürel değerler ve önyargılar insanların kadın girişimcilere karşı bakış açısını etkileyebilmekte bu anlamda işletmelerini kurma ve faaliyetlerini sürdürme aşamasında sorun olarak karşılaşılmaktadır. Bu araştırma kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda da kadın girişimciler işe başlama aşamasından işi sürdürme aşamasına kadar toplumsal cinsiyetle ilişkili sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar.

KG6, eğitim kurumunu açarken iyi niyetsiz, dolandırıcı ve yalancı insanlarla karşılaşmış işyerine ayırdığı sermayenin birçoğunu kaybetmiştir. Ayrıca kadın olduğundan dolayı tacize maruz kaldığını da belirtmiştir:

“...Ben burayı açarken bir dolandırıcı ile karşılaştım, beni dolandırdı. Ahlâksız teklif eden erkeklerle karşılaştım ve tacize uğradım zaman zaman. Ayrıca bir işi çok iyi biliyorum deyip bilmeyen, üniversite mezunuyum deyip olmayan bir sürü insanla karşılaştım. Onlar beni hep yetiştirdiler ve ben çok iyi bir öğretmen oldum onların sayesinde...”

KG8, reklamcılık ve gazetecilik sektöründe kadın olmaktan kaynaklı zorlukların ve iki ortak kadının başarısını çekemeyenlerin varlığının da engeller yarattığını dile getirmiştir. Ayrıca bu toplumda var olan kadın erkek eşitsizliğinden yakınan KG8, bu tarz cinsiyetçi zorluklar nedeniyle kendilerini korumak adına üsluplarının da ister istemez sertleştiğini belirterek şunları ifade etmiştir:

“...Kadın olmak gerçekten her anlamda çok zor, hem evinizde, işinizde, çocuğunuzda, ailenizde, sokakta bunu yaşamak anlamında. Sonuçta sektördeki erkeklerden ya da sektördeki olumsuz kadın örneklerinden kaynaklı. Biz de gerçekten çok büyük zorluklar yaşadık bu anlamda...”

“...Mesela bazen bir şey ile ilgili sizi kadın olduğunuz için bir erkek kadar ciddiye almayabiliyorlar. Çok basitinden söylüyorum tahsilat yaparken bile. Ama bir, birkaç erkek muhasebeciyi arattırdığınızda ya da başka yöntem denediğinizde işiniz daha kolay çözülüyor...”

KG9, erkek egemen bir sektörün içerisinde bulunmaktan dolayı kadın olmaktan kaynaklı zorluklar yaşadığını dile getirmiştir:

“...Bu sektörde kadın olmak çok zor, gerçekten en zor noktalardan birisi o. Bir yere ulaşmak için bayağı tırmalamak gerekiyor...”

KG10, işinde uzman bir müzisyen olması itibariyle müzik enstrümanları ve aksesuarlarının temin edildiği mağazası bünyesinde kadın olmaktan kaynaklı zorluklar yaşadığını dile getirmektedir. Kadına karşı olumsuz önyargıların varlığına değinerek şu ifadeleri kullanmıştır:

“...Büyük satışlarda müşterinin erkek satıcıya ve kadın satıcıya güven anlamında bakışı farklı bizim sektör için. Teknik serviste de müşteriler karşılarında bir erkek görmek istiyorlar. Biz bir düşünelim diyorlar. Sonra eşim devreye giriyor, ben bu durumda pasörüm. İkna oluyorlar fakat satış tamamlanmıyor çoğunlukla...”

KG11, kadın olmaktan kaynaklı zorluklar yaşadığını dile getirerek özellikle erkeklerin kadınlara karşı önyargı ile yaklaştıklarını ve bazı durumlarda kadınları küçümsediğini de eklemiştir:

“...Özellikle işsiz iş yapan insanlar sizin kadın olduğunuzu görünce sizi kandırabileceğinizi zann ediyorlar, öyle bir önyargı var özellikle Türk erkeklerinde...”

“...İyi niyetimi kullanmak isteyenler oluyor farklı bir sektörden geldiğimiz için kibar konuşmaları anlamıyor o kesim, sert konuşacaksınız, hart hurt konuşmayınca sizi kibarcık sanıp kandırırız diye düşünüyorlar. Ama kadın olduğunuz için teknik bilmediğinizi düşünen ustalar, çalışanlar bile oldu karşılaştığım...”

KG12, bu toplumda kendi işini kurmak isteyen kadınları cesaretlendiren veya teşvik eden kişi ya da kişilerin yokluğundan yakınmaktadır. Bu anlamda toplumda var olan yaygın inanç ve görüşlerden kaynaklı engellerle karşılaşmıştır. Bu konuda fikirlerini şu şekilde dile getirmektedir:

“...Bence cesaretinizi en çok kıran iyi niyetli sosyal baskı ve kötü niyetli sosyal baskı. Biri yapma ihtimalinin seni başarıya götürmesinden endişe eden sosyal çevren. Çünkü neden o onun hayali, onu yapmaya cesareti yok, buna cesaret eden kişinin cesaretini kırma eğilimi. Ben yapamadım o da yapmasın. Yaparsa eğer başarısızlık duygusu hissedecek. Baskının diğer türü de toplumsal ananelerden, örflerden, yaygın inançlardan kaynaklı kadının var olma çabasının gereksiz bir çaba olduğunun düşünülmesi. En büyük zorluk da açılma sürecinde bu. Çünkü tam da ayağa kalkacağınız zamanda birilerinin sizi eteklerinizden aşağı doğru çektiğini görüyorsunuz, hissediyorsunuz...”

KG16, kendisinin çalışma hayatında olmasını ve yoğun olarak çalışmasını istemeyen bir eşe sahip olduğunu ve eşinin bu bakış açısını yıkmakta çok zorlandığını belirtmiştir:

“...Ben senelerce ticaret yaptım fakat tekrar ticarete başladığımda eşimle mesela çok fazla mücadele ettim, benim çalışmamamı istiyordu çünkü. Aşağı yukarı ben 3 yıl hem işim hem eşim arasında birtakım sıkıntılar yaşadım, evde bu konuda hayli engeller ve zorluklar çıktı karşıma...”

Görüşmeler sonucu elde edilen bulgulara göre kadın girişimciler işe başlama aşamasından işi yürütme aşamasına kadar pek çok noktada kadın oldukları için sorunlarla karşı karşıya kaldıklarını dile getirmişlerdir. Kadınlar gerek kadın olmaktan dolayı gerekse iş ve toplumsal yaşamın erkek egemen düzeninde var olmaktan dolayı zor şartlar altında girişimcilik faaliyetini sürdürme çabası içerisindeyler (Soysal, 2010). Bununla birlikte kadınlar piyasada fazlaca erkek egemen bir ortama maruz kaldıkları için erkeklere özgü karakteristik özellikleri benimsemeye yönelmektedirler. Bu anlamda toplumsal cinsiyet ve girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkiden yola çıkarak, kadın ve erkek girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerinin cinsiyet kalıp yargılardan etkilenmesi söz konusudur (Gupta vd., 2009). Diğer taraftan toplumsal yapıdaki yaşanan dönüşümle birlikte kadına yönelik algılar olumlu yönde değişiyor ve şekilleniyor olsa da kadınların çalışma hayatında ve girişimcilik faaliyetlerinde yer almasına yönelik toplumsal önyargılar varlığını hala sürdürmektedir.

3.8.2.5. Kadın Girişimcilerin Yaşam Memnuniyeti ve Sosyal Sermaye ile İlişkisine Dair Bulgular

Yaşam memnuniyeti öznel iyi oluşun bilişsel bileşenidir ve kişinin yaşamıyla ilgili bilişsel yargıları içermektedir (Diener, 1984: 550). Buradan hareketle bilişsel ve duygusal bileşenler açısından kişinin yaşamını değerlendirmesi olarak adlandırılan öznel iyi olma hali,

bireyin fiziksel halinden sosyal haline kadar her türlü iş ve aile gibi yaşam alanlarını değerlendirirken edindikleri yargılardır (Diener, 1984). Buradan hareketle bireylerin yaşam memnuniyeti sahip oldukları finansal durum, sağlık, sosyal ilişkiler, bireysel özgürlükler, adalet vb. belirleyiciler tarafından belirlenmektedir. Sosyal sermaye kaynakları ile ilişkilendirilen faktörleri arasında sosyal yaşam, toplumsal ilişkiler, aile ilişkileri, sosyal destek, güven ve çevre faktörleri yer almaktadır. Dolayısıyla tüm bu belirleyiciler bireylerin belirli bir statüdeki ya da belirli bir sosyal topluluktaki yaşam kalitesini göstermektedir. Yaşam memnuniyetinin yüksek olması ise bireyleri gerek iş gerekse özel hayatlarında olumlu etkileyebilmektedir.

Memnuniyet olgusu kadın girişimcilerin en büyük motivasyon kaynağıdır. Bu nedenle hayatından memnun olan kadınlar tüm kaynakları verimli bir şekilde kullanarak çalışma hayatında başarıya ulaşmaktadırlar. Söz konusu kaynaklar ise kadınların sosyal ve mesleki yaşamında var olan sosyal ilişkiler, güven ilişkileri ve destek kaynakları çerçevesinde şekillenen kaynaklardır.

KG1, öncelikle sevdiği işi yaptığı için hayatından memnun olduğunu belirterek şu sözleri dile getirmiştir:

“...Ben sevdiğim bir şey yapıyorum burada. Dolayısıyla yani memnunum güzel bir iş yapıyorum. Toplumdaki, toplumun geneline bakarsanız pozisyon olarak çok güzel bir sosyal noktadayım...”

KG4, hayatındaki en büyük motivasyon kaynağının bir kadın olarak başarabilme duygusu olduğunu ve bu nedenle de hayatından mutlu olduğunu belirtmektedir:

“...Hayatımdan memnun olmamın en büyük nedeni maddi kazançlardan ziyade başarabiliyor olmak. Başardığım her şey beni motive ediyor, motive olduğum için daha çok mutlu oluyorum, mutlu olduğum zaman çevreme yansıtabiliyorum, işime de yansıtabiliyorum...”

KG12, sevdiği işi yaptığı için hayatından memnun olduğunu dile getirmekte kendisini bu anlamda şanslı ve cesur bir kadın olarak hissetmektedir.

“...Hiç kimse boşanmak için evlenmez, hiç kimse de başarısız olmak için bir işyeri açmaz. Pek çok etken var sizin başarınızı etkileyen. Ben her şeye rağmen iyi ki bu dükkanın önündeyim, ben her şeye rağmen iyi ki hayallerimi somutlaştırabildim. Şanslıyım ki bunu yapabildim herkes benim kadar şanslı ve cesur değil...”

KG16, hayatından genel anlamda memnun olduğunu ifade ederek yoğun çalışma saatleri sebebiyle özellikle ailesine vakit ayırmaya özen gösterdiğini de eklemiştir:

“...Hayatımdan genel anlamda memnunum. Bir defa çalışmayı seviyorum, çalışmayı sevdiğim için de diğer taraftaki sosyal sorumluluk görevlerime de zaman ayırmaya çalışıyorum, ayırıyorum da özellikle aile anlamında o kurum benim için çok önemli çocuklarım ve ailem çok önemli onlara önceliği veriyorum uykusuzluktan fedakârlık ediyorum ama onlara mutlaka zaman ayırıyorum. Çalışmayı seven bir kadının da zaten bunları üstlenmesi lazım diye düşünüyorum...”

Buradan hareketle araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilere yöneltilen “Hayatınızdan memnun musunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlar doğrultusunda çoğu katılımcı, memnun olduklarını dile getirmiştir. Bu anlamda kadın girişimciler söz konusu statüleri ve başarılı olma duyguları gereği girişimcilik faaliyetlerinden ve çalışma hayatlarından memnun olduklarını vurgulamışlardır.

3.8.2.6. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Sosyal Ağ Düzeyine İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilerin girişimsel süreçlerde karşılaştıkları zorluklar veya gördükleri destekler kadar insan ilişkileri ve sosyal ağları gibi başlıca ihtiyaçları da, girişimcilik faaliyetlerinde sosyal sermaye ihtiyacının ve düzeyinin incelenmesi gereğini beraberinde getirmektedir. Buradan hareketle bir sosyal sermaye unsuru olarak sosyal ağlar, sosyal ilişkilerin oluşumuna zemin hazırlayarak birey veya grupların ağlara katılmasının ortak bir neticesi sonucunda oluşmaktadır (Coleman, 1988). Bu nedenle kadın girişimciler sosyal ağlar yoluyla ulaşılması zor veya imkânsız olan amaçlara ulaşma imkânı bulabilirler. Bireysel ve kurumsal ilişkilerde etkili rol oynayan sosyal ağlar, faaliyetlerin işlevinde ve problemlerin çözümünde de kadınlara yol gösterici olmaktadır. Diğer taraftan sosyal ağlar bireylerin katılım düzeylerini de etkileyerek, gönüllülük esasına dayalı etkinlikler ve sosyal hayata katılım veya üyeliklerle değerlendirilen aktif katılım ve etkileşim açısından da önemli yer tutmaktadır.

Sosyal ağlar bilgiye dayalı ağlara ulaşmayı kolaylaştırarak bu anlamda bilgi paylaşımını güçlendirmekte ve işbirliği fırsatlarını artırmaktadır. Buradan hareketle özellikle farklı ağlara ulaşmak veya farklı gruplardan insanlarla iletişime geçmek, kişilere farklı ve esnek düşünme kabiliyeti kazandıracaktır.

Bu araştırma kapsamında kadın girişimcilerin sosyal ağ ilişkilerinin, onların sahip olduğu sosyal sermaye düzeyi açısından nasıl bir önem arz ettiği de sorgulanmıştır. Kadın

girişimcilerin sahip olduğu sosyal ağlara ait bulgular neticesinde, öncelikle kadın girişimcilerin sahip olduğu güçlü veya zayıf bağların niteliği değerlendirilmekte ve bu anlamda resmi ve resmi olmayan ağlara ulaşma konusunda farklılıklar analiz edilmektedir.

KG1, işi ile ilgili kararlar alırken öncelikle eşi ile birlikte karar verdiklerini veya mali konularda kurumun finansal danışmanlarına danışabileceğini dile getirmiştir. Onun dışında üye olduğu STK'nın bünyesinde var olan kanallardan da yardım alabileceğini belirtmiştir:

“...Şimdi her işin gerçekten bir hani uzmanı var. Mesela mali konuda bir zorlukla karşılaşırsam işte mali müşavirimize danışırım ya da işte hani önümüzü açmamız gereken diyelim ki hani biz okulu taşımak büyümek veya birazcık daha bir şeyler eklemek istiyorsak hani bu konuda devletten nasıl yardım alabiliriz, alabilir miyiz diye. Hani ATSO'nun birimleri var. Gidip onlara danışabilirim. Onun dışında kendi özümüzle ilgili konularda şimdi herkesin danıştığı bir insanla birlikte çalışıyor olduğum için -eşim- yine biz kararlarımızı birlikte alıyoruz...”

KG3, işleri ile ilgili kararlar alırken ekibine, çalışma arkadaşlarına ve birlikte çalıştığı mühendislerine danıştığını dile getirmektedir. Bunun dışında ayrıca her zaman danışabileceği bir büyüğünün de varlığından bahsetmiştir:

“...Ekibimle konuşuyorum. Hem mühendislerim hem de çalışma arkadaşlarım. Ayrıca demoralize olduğumda büyüklerime danışıyorum mutlaka...”

KG4, işi ile ilgili kararlar alırken özellikle bu anlamda güvendiği, işin uzmanı olan kişilere danışmayı tercih etmektedir:

“...Yani şöyle söyleyeyim işle ilgili bu işi yapan, daha önce yapmış güvendiğim insanlar var. Mesela bir yere teklif vereceğim zaman, onları arıyorum işte buraya teklif vermem gerekiyor, işin maliyeti bu ne kadar teklif vereyim, neler olsun diye danıştığım birkaç kişi var...”

KG6, işi ile ilgili kararlar alırken özellikle eğitim sektöründe uzman olan kişilerden yardım almayı tercih etmekte ve bu bağlamda profesyonel kanallara ulaşmanın zor olmadığını da belirtmektedir:

“...Bir işle ilgili kararları alırken hemen interneti açıyorum, o işin Türkiye'deki uzmanı kim? Hemen telefon açıyorum kendimi tanıtıyorum: bu konuyla ilgili sizin çok başarılı olduğunuzu gördüm. Bu konuyla ilgili tecrübenizden yararlanabilir miyim dediğim zaman, çok sevgiyle karşılıyorlar. Bu konuyla ilgili bütün bilgilerini birikimlerini sevgiyle bana aktarıyorlar...”

Ayrıca KG6, bilgiye erişme ve kendini geliştirme konusunda bağlantılar kurmaya önem verdiğini vurgulayarak şu sözleri dile getirmiştir:

“...Yüzlerce binlerce kişi ile tanıştım. Hayatta başarılı olmanın birinci kuralı network kurmaktır. Network çok önemlidir ve iletişimdir...”

KG8, katılımcılık yönünün yüksek olması nedeniyle sahip olduğu çevre ve ağının çok geniş olduğunu belirtmiş, bunu hem işine hem de karakterine bağlayarak, ağ kurmaya ve çevre edinmeye önem verdiğini dile getirmiştir:

“...Ciddi network ağımdır benim ve insanların network sağlamasına çok önem veririm yani insanları birbiri ile tanıştırdım ondan sonra bir mevzu ile ilgili biri bir şey sorduğunda hemen diğer kişiyi konferans görüşmeye davet eder ondan bilgi alırım. Çünkü dünyada en önemli olan şeylerden biri kişisel networklerimiz. O yüzden ben birçok derneğe üyeyim hani bir tarihte siz kendinize yaptığınız her faydalı eğitim, her bildiğiniz şey, her insan hayatınızın bir noktasında size temas eden bir insan haline geliyor. Bunun ne zaman olacağı hiç belli değil. İnsanlarla bir diyalog halinde olursanız eğer ve bu diyaloglarınızda pozitif diyaloglar olursa bir şekilde insanlar size bunların pozitif geri dönüşümünü sağlıyor. Bu nedenle STK'lardaki çalışmalarımı tanıdığım milletvekilleri, bakanlar, odanın üst düzey yöneticileri ile ya da belediye başkanları ile birçok şeyi hayata geçirebiliyoruz...”

KG12, işini kurarken yakın çevresindeki dostlarından fikir ve yönlendirme anlamında destekler aldığını belirtmiştir. Diğer taraftan işin mali ve finansal kısımlarında uzman ve alanında tecrübeli arkadaşlarından yardım aldığını belirtmiştir. Yürüttüğü işi gereği modayı takip eden kadınlardan, benzer işi yapan işyeri sahibi kadınlardan ve kadın müşterilerle görüşüp işin işleyişi açısından destekler edinmektedir. Bu anlamda tanıdığı veya tanımadığı profesyonel uzmanlara ulaşma konusunda sıkıntı yaşamadığını ifade eden KG12, işyerini kurarken her türlü fikir ve desteğe erişebildiğini de eklemiştir:

“...Ben bir grafiker değilim, ben bir mimar değilim, ben bir terzi değilim. Ben işin uzmanı olan insanlara hayal ettiğim şeyi anlatmaya çalıştım ve onların dokunmasını istedim. Soyut olan her şeyi somutlaştırırken bir profesyonel el değdi ki ortaya imkânlar dâhilinde. Hayallerinizi somutlaştırırken aldığımız profesyonel yardımların sınırı yok...”

Ayrıca KG12, genel anlamda toplumun eskisi kadar herkese ve her şeye kapalı olmadığını belirterek bu anlamda çeşitli bağlantılara ulaşmanın ve bilgiye erişmenin artık zor olmadığını da şu sözleri ile belirtmiştir:

“...Global etkileşim, sosyal medya, görsel yazılı basın vs. insanları ne kadar kapatırsanız kapatın Elon Musk’ı tanyor insanlar Türkiye’de. Bundan 10 sene önce insanların asla bilmeyeceği şeyleri biliyor insanlar artık. Ne kadar biliyor? Çok az biliyor ama biliyor. Belki birileri daha fazlasını bilmeye ve öğrenmeye yönelik çaba sarfetmeye başladılar...”

KG15, işi ile ilgili kararlar alırken yakın dostlarına, işinde uzman olan kişilere veya müşterilerine danıştığını dile getirerek bu anlamda müşterileri sayesinde önemli bağlantılara ulaşmanın kolaylaştığını dile getirmektedir:

“...Mesela bir işlem müşterim tarafından çok beğenildiği zaman o arkadaşına söylüyor, o onun arkadaşına söylüyor derken bu tarz bağlantıların bir zincir olduğunu düşünüyorum özellikle bizim sektörde. Bu çok önemli bir şey...”

Güçlü ağlar olarak nitelendirilen informal ağlar kadın girişimcilerin yakın aile üyeleri ve arkadaşlarından oluşan bağlantılarıdır. Zayıf ağlar olarak nitelendirilen formal ağlar ise, bankalar, avukatlar, STK’lar, girişimcinin ticari ilişkide bulunduğu birlikler veya kurumlar ve danışmanlardan oluşan bağlantılarıdır. Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğu için, işi ile ilgili kararlarda ve destek ya da danışmanlık ilişkileri bağlamında çoğunlukla güçlü bağları etkili olmaktadır. Kadın girişimciler işini kurma ve sürdürme aşamasında gerekli olan destek ve bilgi kaynakları için, resmi kaynaklardan ziyade daha çok eş, aile üyeleri, akrabalar veya arkadaş çevresi gibi kaynaklara başvurmayı tercih etmektedirler. Dolayısıyla kadın girişimcilerin formal ağ ilişkileri yerine informal ağ ilişkilerini daha çok tercih ettiği tespit edilmiştir. Ancak bazı durumlarda formal ağ ilişkilerine ulaşmanın kadın girişimciler için zor veya neredeyse imkânsız olduğunu savunan görüşlerin aksine bu çalışma ile kadın girişimcilerin formal ağlar adı altında üye oldukları STK’lar, kurumsal ilişkiler veya danışmanlar aracılığıyla birçok fırsata erişme şansına sahip oldukları görülmüştür.

Buradan hareketle kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri kapsamında genellikle güvenin hâkim olduğu ilişkiler önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda daha önce tanıdıklarıyla ya da aile üyeleriyle ortaklık kurmaları ya da işle ilgili özel destek almaları bu durumun önemli bir göstergesidir (Çitçi ve Coşkun, 2012).

Diğer taraftan medeni halleri açısından ise literatürde evlilerin, eş ve çocukları üzerinden dâhil oldukları sosyal ağlar nedeniyle bekâr bireylere göre daha yüksek sosyal sermaye düzeyine sahip olduğunu ortaya koyan (Kaasa ve Parts, 2008) çalışmalardan hareketle bu çalışmada da evli kadın girişimcilerin sahip olduğu sosyal ağ bağlantıları aracılığıyla sosyal sermaye düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

3.8.2.7. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Katılım Düzeyine İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilerin sivil toplum kuruluşlarına katılım, siyasi partilere üyelik, toplumsal faydası olan aktivitelere ve gönüllü projelere katılım gibi sosyal sermaye ile ilişkilendirilebilecek kıstaslar neticesinde katılım düzeylerini anlamak bu araştırmanın amaçlarından biridir. Sivil toplum kuruluşlarına katılım, kişilerin çevresiyle ilişkilerini geliştirmekte; farklı toplumsal tabaka ve etnik kökenden gelen insanların bir araya geldiği bu tür örgütler veya dernekler insanları kaynaştırmakta; hoşgörü ve işbirliği gibi girişimcilik için önemli olan değerlerin yaygınlaşmasına hizmet etmektedir (Aşkın ve Barış, 2016: 76). Bu görüşe göre bir girişimcinin sivil toplum örgütlerine, gönüllü faaliyetlere veya siyasi faaliyetlere katılım düzeyi ne kadar yüksekse sahip olduğu sosyal sermaye düzeyi de o kadar yüksek olacaktır. Ancak işle ilgili sivil toplum örgütlerine katılımın azlığı, kadınların girişimcilik faaliyetlerinde başarılarına yönelik fırsatlara ulaşamamasına sebep olmaktadır. Hem bireysel hem de kurumsal anlamda katılımın azlığı nedeni ile kadınlar sosyal ağlarının genişlemesinden kaynaklanan olanaklardan yoksun kalmaktadırlar. Bu anlamda kadınlar özellikle yeni kişilerle temasa geçme ve çevre edinme, kuruluşların faaliyetleri sayesinde kişisel gelişimini destekleme ve boş zamanlarını değerlendirme gibi haklardan da yoksun kalmaktadırlar.

KG1, Antalya T.O.B.B.A.K.G.K.'ye üye olduğunu ve kuruldaki diğer üyelerle karşılıklı fayda elde etme şansına sahip olduğunu dile getirmektedir. Özellikle sektör anlamında üyeleri bilgilendirme ve yönlendirme konularında kurula fayda sağladığını ve kurulun da kendisine sosyal çevre edinme avantajı sağladığını belirtmiştir:

“...Kadın girişimciler kurulu deyince, biz okulu açtıktan sonra kurulda kurul üyelerinden tanıştığım insanlar orada yer almamın güzel olacağını söyledi. Onun üzerine bu kurula girdim ve nitekim herhangi bir sanat konusunda danışmak istedikleri oradaki kurul üyelerinin herhangi bir şey olduğunda rahatlıkla beni arıyorlar, ben yönlendiriyorum. Dolayısıyla bana da sosyal çevre faydası oluyor...”

KG2, Antalya T.O.B.B.A.K.G.K'ye kendi isteği ile üye olduğunu ve bu üyelik sayesinde işi ile ilgili çeşitli sosyal ağlara kolaylıkla ulaşabildiğini dile getirmektedir. Özellikle eğitim anlamında da kendisini geliştirme imkânı elde ettiğini belirtmiştir:

“...Şöyle ki kurul hem yeni networklere ulaşmamı sağladı hem de bu kurul vasıtasıyla farklı alanlarda kendimi geliştirme imkânı buldum. Eğitim kurulunun yaptığı eğitimler sayesinde kendimi geliştirme imkânı buldum...”

KG3, Antalya T.O.B.B.A.K.G.K bünyesine başkalarına fayda sağlamak amacıyla üye olduğunu ve bu anlamda da çeşitli eğitimler aracılığıyla katılımcıları bilgilendirmeye dayalı komitelerde görev aldığını belirtmiştir. Bu konuda şunları dile getirmiştir:

“...Ben orada aslında birine faydalı olmak için bulunuyorum. Örneğin eğitim komitesinin geçen yıllarda bir projesi vardı. Mentor ve Mentee çalışması. İş hayatına atılmak isteyen kadınların desteklenmesi gerekiyor. Bizde bu yüzden mentorluk eğitimi hazırlamıştık. Kendi içimizde, iç eğitim yapmıştık eğitimcilerden oluşan...”

KG4, Antalya T.O.B.B.A.K.G.K'ye üye olduğunu ve kendisini geliştirme anlamında birçok eğitim ve fırsatı barındırdığını dile getirmiştir. Ayrıca kurula üye olmanın kendisine sosyal çevre yaratması bakımından fayda sağlamaktadır. Aynı şekilde kurulda aktif roller alarak çeşitli eğitimlere katılarak tecrübe paylaşımlarında yer aldığını da eklemiştir:

“...Vizyonumu geliştirme açısından bir faydası oldu. Eğitimlere katıldım, ATSO'daki birçok eğitime katıldım, ATSO akademinin eğitimlerine katılmamda bir faydası oldu yani haberdar olmuş oldum. Kurul içerisindeki sosyal çevrem genişledi, arkadaşlarım, değişik sektörlerden arkadaşlarım olmaya başladı ...”

Ayrıca KG4, hobi olarak başladığı teraryum yapma etkinliğini daha sonra bir markaya dönüştürerek sosyal sorumluluk projesi yaratmayı amaçlamıştır. Bu işi şu anda ve ileride de maddi kaygı gütmeden yapacağını dile getiren KG4, teraryum atölye etkinlikleri bünyesinde çeşitli gönüllü projelere ev sahipliği yaptığını da belirtmiştir:

“...Kanserli çocuklarla ilgileniyorum 5 yıldır. Bireysel olarak onların ihtiyaçlarını maddi, manevi destek olmaya çalışıyorum. Bunu bir kuruma bağlı olarak yapmıyorum, bireysel yapıyorum. Bireysel olmasının daha doğru olduğunu düşünüyorum, yerine daha iyi ulaştığını düşünüyorum. Mümkün olduğu kadar zor durumda olan kadınlara destek olmaya çalışıyorum.

Ailevi şiddet, aile içerisinde şiddet gören, işe ihtiyacı olan, desteğe ihtiyacı olan kadınlara bireysel yardımcı olmaya çalışıyorum...”

KG7, Antalya T.O.B.B.A.K.G.K’nin dışında pek çok STK’ya üye olduğunu belirterek özellikle bu kurulu hem kadınların birbirleri ile bilgi paylaşımı imkânını elde etmesi hem de tek çatı altında birbirlerine fazlasıyla destek olması nedenlerinden dolayı tercih etmiştir:

“...Birlikten kuvvet doğuyor ticari anlamda, iletişim anlamında, eksik bildiğimiz konular olduğunda bize diyorlar hemen bir eğitim verelim şunu düzenleyelim, sosyal projelerde insanlara destek olunuyor. Bu çok güzel bir şey. Bunların hepsi zincirleme giden şeyler...”

“...Shopping Days adı altında esnaf kadınlara yönelik derneğimizle bir proje gerçekleştirdik. Hepsini tek tek dolaştık, hepsiyle iletişim kurduk, bir ağ oluşturduk, şu anda bir grubumuz var. Alışveriş günleri yapıldı o çok güzel bir projeydi...”

Ayrıca KG7, siyaset yapmayı sevdiğini ve bu anlamda yaklaşık 10 yıldır da siyasi olarak aktif olduğunu belirtmektedir. Ona göre siyaset yapmak politik görüşünün arkasına sığınarak belli çerçevede belli faaliyetlere katılmak değil politik görüşü ne olursa olsun insanları bilgilendirmek, aydınlatmak ve onlara yol göstermek adına bir şeyleri değiştirebilecekleri inancını ve güvencini onlara yansıtmaktır. Bunu şu sözleri ile ifade etmiştir:

“...Bizim için uygun olan neyse onun hakkında karar merciinde bulunmak istiyorum. İnsanların bazı şeylerin yanlış gittiğini göz göre göre yani iktidar olarak ya da muhalefet olarak, bir şeyleri anlatmak, onlara doğruyu göstermek bence güzel bir şey ve bilgin varsa da bunu yapmak istiyorum ve onu da görüyorum hem teknik olarak hem sosyal olarak bir şeyler yapabiliyorsak geri çekilmemek lazım. Siyaset demek dedikodu yapmak ya da bir yerlerde bulunmak ya da koltuk sahibi olmak demek değil. Sen ülkede olup biten gündemi takip et senin de bir fikrin olsun, onu izah et, yanlışsa yanlışın yanında durma gibi. Bunları gördükçe ben hevesle yaptım açıkçası...”

KG9, Antalya’daki çeşitli derneklere üye olduğunu belirterek özellikle derneklerin kadınlara değer veren sosyal sorumluluk projelerinin varlığı nedeniyle bu derneklere katılım gösterdiğini dile getirmektedir. Ayrıca çevre bağlantıları açısından kendisine fayda yarattığını düşündüğü için de katılmayı ve dâhil olmayı istemektedir. Bunu şu sözleri ile ifade etmiştir:

“...Taşradaki, Anadolu’daki kadınlarla projeler yapmak bu benim için önemli bir şey, çünkü sınıflandırmadan bir derneğin bir şeyler yapıyor olması, hani kadını sınıflandırmadan bir şey yapıyor olması en büyük etken diyebilirim...”

“...Hiç bir STK yararsız değildir. Tanıdığınız 2-3 insan bile size bir şey getirir...”

KG11, çeşitli STK’lara kadın girişimcilerin girişimlerinden haberdar olmak, tanışmak ve dayanışmak için üye olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda kadın dayanışması ve desteğine vurgu yapan KG11 şunları dile getirmiştir:

“...Duyuyorum güzel güzel şeyler oluyor haberdar olup dayanışma yapmak güzel bir şey. Mesela bu sene RunAnatolia’da birlikte koştuk çok hoş bir dayanışmaydı bence o. Moral olarak fayda sağlıyor...”

KG16, gönüllülük anlamında aktif olduğunu dile getirerek bu aktif katılımını geniş sosyal çevre ve sosyal bağlantılar aracılığıyla katıldığı etkinlikler ve edindiği bilgilere bağlamaktadır. Bunu şu sözleri ile ifade etmiştir:

“...Gönüllülük anlamında hepsine dâhil olmaya çalışıyorum bana ulaştığı kadarıyla. Genişte bir çevrem var bu konuda birbirimize hep desteğiz, bir yere yardım yapılacaksa hepimiz gönüllü olarak birbirimize destek veriyoruz, ben benim destek olmak istediğim bir yer olursa yine aynı o derneklerden arkadaşlarımın hepsi destek oluyorlar. Bu anlamda sosyal çevrenin ve sosyal bağlantıların bana fayda yarattığını düşünüyorum...”

KG19, STK ve gönüllü faaliyetleri açısından aktif olduğunu belirterek bu anlamda kendisine fayda yarattığını ve sosyallik yönünü beslediğini dile getirmiştir:

“...A.G.İ.D.E.R.’e üyeyim ve genel sekreterlik görevim var. Ayrıca TEV projelerinde aktif rol alıyorum. En son TEV kapsamında 50 kız öğrenciye burs imkânı sağlamak adına konser gerçekleştirdik. Sosyal katılım bireysel anlamda sosyal yönümün beslendiği alan benim için. İşyerinde çalışma saatlerim çok yoğun oluyor fakat rutinin dışına çıkmak ve farkındalığının artması açısından faydası oluyor bana. Gönüllü anlamda farklı tecrübeler edinmek adına da fayda sağlıyor diyebilirim...”

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğu sivil toplum örgütlerine katılımları yüksek ve bu bağlamda örgütlerin bünyesinde gerçekleştirilen her türlü etkinlikte aktif rol alan bireylerdir. Bu çalışma ile kadın girişimcilerin sivil toplum örgütlerine ve faaliyetlerine aktif katılımı, onların sahip olduğu sosyal sermaye düzeyini güçlendirdiği

sonucunu ortaya çıkarmıştır. Aktif katılım, birbirini henüz tanımayan insanları bir araya getirebilmekte, toplumsal sorunların görünür kılınmasına ve yeni ağların oluşumuna katkı sağlamaktadır (Gök, 2014). Bu anlamda katılım düzeyi, özellikle kadın girişimcilerin zayıf bağlarını güçlendirmesi açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmadan hareketle kadınların dâhil olduğu STK'lar üzerine yapılan çalışmaların vurgu yaptığı gibi (Gök, 2014: 208), STK üyesi kadınların ortak değerlere ve normlara bağlı kalarak, kendi aralarında ve kuruluş dışındaki diğer birey ve gruplarla ağlar inşa ettikleri ve sosyal sermayeyi güçlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan STK'ların kadınları güçlendiren, geliştiren ve yeni fırsatlar sunan yapısı sayesinde kadınların bireysel, sosyal ve siyasi açıdan gelişimini destekleyerek kendilerini daha değerli hissetmelerine neden olmaktadır.

3.8.2.8. Kadın Girişimcilerin Sahip Olduğu Güven Düzeyine İlişkin Bulgular

Sosyal sermaye ve güven unsuru arasındaki ilişkiyi ele alan Coleman'a (1988: 98) göre, "kapalılık özelliği gösteren ağ bağlardaki yapılar, düzenli temaslar ve davranış normları aracılığıyla güven ve itibarın inşa edilmesini ve böylece sosyal sermayenin ortaya çıkmasını sağlamaktadır". Fukuyama'ya (2005: 25-27) göre ise, "sosyal sermaye toplumda ya da toplumun belli parçalarında yaygınlık kazanan güven aracılığıyla ortaya çıkan bir yeterlilik olup, toplumun temel parçası aile ile ulus arasında yer alan çeşitli büyüklükteki topluluklar tarafından içerilmektedir". Toplum ile güven düzeyi arasındaki ilişkiden hareketle yüksek güven düzeyine sahip toplumlar sosyal sermaye açısından daha zengindir. Buradan hareketle sosyal sermaye sadece kendi başına girişimde bulunan bireyler aracılığıyla oluşturulmaz. Diğer bir deyişle sosyal sermayenin bireysel niteliklerden çok, toplumsal nitelikler üzerine kurulu olduğu bir gerçektir. Sosyal sermaye sadakat, dürüstlük ve güvenirlilik vb. manevi duyguların edinilmesi ve özellikle bunların toplumsal bağlamda benimsenmiş olması ile ilişkilidir.

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimlerin güven düzeylerini anlamak amacıyla yöneltilen sorular doğrultusunda güven düzeyi adı altında topluma güvenme, çevreye güvenme ve güvenilir bir insan olma kriterleri neticesinde alt boyutlar oluşturulmuş ve bu boyutlardan yola çıkılarak bulgular değerlendirilmiştir. Ayrıca güvenlik düzeyi adı altında da toplumda kendini güvende hissetme kriteri neticesinde diğer bir alt boyut elde edilerek katılımcıların görüşleri ele alınmıştır. Güven unsurunun sosyal sermayeye ait önemli bir belirleyici olmasından hareketle güven ilişkisinin var olduğu yerlerde sosyal sermaye üretimi de artmaktadır. Dolayısıyla güven ilişkisine bağlı gelişen ağlar, hem bireysel hem de

toplumsal boyutta kadın girişimcilere işbirliği yapabilecekleri veya destek alabilecekleri kaynaklara erişimi sağlaması açısından sosyal sermaye gelişimini etkilemektedir.

Araştırma kapsamında kadın girişimcilerin sosyal sermaye ile ilişkisini anlamaya yönelik elde edilen güven boyutu altında topluma güvenme düzeyi, girişimcilik faaliyetleri kapsamında çevresine güvenme düzeyi ve çevresinde güvenilir bir insan olarak tanınma kriterlerinden hareketle kadın girişimcilerin toplumsal açıdan sosyal sermaye ile ilişkileri değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilere yöneltilen “İçinde yaşadığınız bu topluma güveniyor musunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlar doğrultusunda birer kadın olarak çoğu, içinde yaşadıkları topluma güvenmediklerini belirterek özellikle bunu toplumdaki eğitim ve kültür seviyesi farklılıklarından ötürü yaşadıkları olumsuz deneyimlere bağlamaktadır. Toplumda birliktelik ve dayanışma inancının olmayışı veya az oluşu itibariyle çoğu kadın girişimci hem bireysel hem de kurumsal anlamda da güvenini yitirmiş durumdadır. Ancak bazı yanıtlar itibariyle topluma güven duyduğunu ve olumlu düşünceler beslediğini dile getiren kadın girişimciler de söz konusudur. Buradan hareketle kadın girişimcilerin topluma olan güven düzeyini anlamaya yönelik soruya ilişkin verilen yanıtlar aşağıda değerlendirilmektedir.

KG11, yaşadığı topluma güven duyduğunu belirterek dünyanın çeşitli ülkelerinde zaman zaman bulunduğunu ve karşısına çeşitli fırsatlar çıkmasına rağmen hiçbir zaman başka ülkenin vatandaşı olmayı düşünmediğini vurgulamıştır. Bu anlamda şunları eklemiştir:

“...Bir kere Türkiyeli olmaktan çok gurur duyuyorum hiç bir zaman başka ülkenin üyesi ya da vatandaşı olmayı düşünmedim. Çünkü ben yaşadım Washington’da 5 yıl yaşadım Amerikalı olmayı düşünmedim. Amerika’da kalabilirdim öyle bir fırsat çıktı karşıma ama düşünmedim. Ben hep Türkiye’ye dönmek istedim. Bugün içinde yaşadığım topluma güveniyorum nereye güveneceğim başka, başka güveneceğim bir toplum düşünmüyorum. Çünkü Türk toplumu çalışkandır...”

KG14, içinde bulunduğu topluma güvenmek zorunda hissettiğini dile getirerek güvenmeden huzurlu yaşanmadığını da belirtmiştir:

“...Son dönemlerde insanın güveni kırılıyor ama yani başka çaremiz yok ki güvenmek zorundayız insan hükümetine, çevresine güvenmedikten sonra ne kadar huzurlu yaşayabilir gibi düşünüyorsun ve güvenmek zorunda hissediyorsun kendini...”

Katılımcılara yöneltilen “Siz en çok kime veya kimlere güvenirsiniz?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda kadınların çoğu, girişimcilik faaliyetleri kapsamında özellikle eş, aile, yakın çevre, birlikte çalıştığı çalışma arkadaşları ve ilişki içinde bulunduğu firmalara güvendiklerini belirtmiştir. Bu bağlamda güven duygusu ve sosyal sermaye ile ilişkisi bağlamında kadın girişimciler özellikle kendilerine en yakın hissettikleri yakın çevreleri ile temas halinde olmakta ve güven ilişkileri kapsamında bir iş ortaklığı gerçekleştirmektedirler. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken özellikle eşi ile birlikte çalışmayı tercih eden kadın sayısı çoğunluktadır. Sosyal sermaye ile ilişkisi kapsamında aile ilişkilerinden oluşan güçlü bağlar neticesinde, kadın girişimciler işini kurma ve sürdürme aşamasında en çok informel bağlantılarına güven duymaktadır. Buradan hareketle kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri kapsamında güven duydukları bağlantıları belirlemeye yönelik soruya ilişkin verilen yanıtlar aşağıda değerlendirilmektedir.

KG2, iş ilişkileri kapsamında kamu kurumlarına olan güveninin sarsıldığını dile getirmiştir. Bu anlamda sadece yakın çevresinden aile, eş ve dostlara güvenilebileceğini eklemiştir.

“...Güvenilebileceğim yakın çevremde birkaç kişi: aile, arkadaş, eş, dost...”

Ayrıca KG2, girişimcilik faaliyeti kapsamında işini eşi ile birlikte sürdürdüğünü belirterek bu isteğini de birbirlerine olan güven düzeyine bağlamaktadır:

“... Birlikte çalıştığım kişi eşim olduğu için bir güven sorunu da yok ortada...”

KG3, girişimcilik faaliyetleri anlamında iş yaptığı firmasına ve çalışma ekibine güven duyduğunu belirtmektedir. Ayrıca çevresinde iş anlamında danışabileceği büyüklerinin de varlığından söz ederek onlara güvenilebileceğini eklemiştir:

“...İşlettiğim firmama güveniyorum. Çünkü gözü kapalı inanarak çalışan bir ekibi var merkezde. Bana rağmen ya da kendilerine rağmen, hataya yer vermemeleri, müşteri kaçırma pahasına bile olsa taviz vermemeleri aslında insanın güvende olmasını sağlıyor...”

“...Çevremdeki büyüklerim var. Hiç bakmadığım açıdan bakmamı sağlayabiliyorlar bazen...”

Ayrıca KG3, işyerinde ast üst ilişkisinden hoşlanmadığını belirterek her türlü durumda çalışma arkadaşlarına güven duyduğunu dile getirmiş ve şu örneği vermiştir:

“...Mesela dün mühendisim bir gün önce çok rahatsızlanmış ve iki tane de muayene işi var bekliyor. Ben de izin dilekçesi, rapor vs. bir şey istemiyorum kendilerinden. Onların bana doğru söylediğine, söyleyeceğine güveniyorum. Yalan sadece bir sefer beni aldatır çünkü. Ve güvenimi kaybettiğimde çalışmam o kişiyle...”

KG5, işletmesinde oğlu ve eşinin dışında birlikte çalıştığı aile üyelerinden veya akrabalarından kimse olmadığını dile getirmiştir:

“...Oğlum ve eşimle birlikte çalışıyoruz. Çünkü bana daha çok güven veriyorlar benim işimi daha iyi yürütüyorlar...”

KG7, girişimcilik faaliyetleri kapsamında en çok ailesine ve eşine güvenmektedir:

“...Aileme ve eşime. Aile deyince baba, kardeş ve eş. En yakın çevreme güvenirim...”

Ayrıca KG7, personeli ile ilişkilerinin güven ilişkisine dayandığını belirterek işletmesi bünyesinde güven sarsacak herhangi bir durum yaşatmamaya özen gösterdiğini belirterek bunları bir örnek vererek belirtmiştir:

“...Mesela bu sabah bir hadise atlattık, tutanak tuttuk, yıkıldı kadın çok üzüldü. Hiç yapmadığım bir şey 5 yıldır yanımda çalışıyor. Muhtemelen kafası dağınmıktı ben de hepsine örnek olsun diye yaptım. Sonra gittim tutanağı yırtıp eline verdim. Çünkü bütün gün kafasında takıntı yapacaktı bunu oysaki telafisi olmayacak bir hata değil. Ama bilsin hani benim onu dikkate aldığımı bir daha yapmaması gerektiğini yırtıp da bana geri verdi iyi niyetli kötü niyetli olmadığımı bilsin diye yaptım...”

KG9, girişimcilik faaliyetleri kapsamında başta kendisine ve müşterilerine güvendiğini belirtmektedir:

“...Bir insan tamamen farklıysa, dinamikse ve aktifse mutlaka ticarete devam eder yoksa sadece kalıplaşmış müşteriler sizi bir yere kadar götürür, bir yerde tükenirler, biterler. Bunun zaten devamlılığını sağlayabilmek önemli olan...”

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilere yöneltilen “Siz çevrenizde güvenilir bir insan olarak tanınır mısınız?” sorusuna çoğu, kendisini çevresinde güvenilir bir insan olarak tanımlamıştır. Bu güvenilir insan imajını da kadın girişimciler gerek bireysel gerekse kurumsal ilişkilerinde güvene dayalı ağlar biriktirmesine bağlamaktadır. Buradan

hareketle kadın girişimcilere girişimcilik faaliyetleri kapsamında en çok aile, eş, yakın çevre, birlikte çalıştığı çalışma arkadaşları, müşteriler ve ilişki içinde bulunduğu firmaları güven duymaktadır. Sosyal sermaye ile ilişkisi kapsamında özellikle yakın çevre bağlantılarından oluşan güçlü bağlar ve birebir temasta bulundukları müşteri kitlelerinden oluşan zayıf bağlar neticesinde, kadın girişimcilere işini kurma ve sürdürme aşamasında gerek informal gerekse formel bağlantıları tarafından güven duyulmaktadır. Buradan hareketle kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri kapsamında kendilerine güven duyulan bağlantıları belirlemeye yönelik soruya ilişkin verilen yanıtlar aşağıda değerlendirilmektedir.

KG1, kendisini yardımsever ve destekleyici özelliklerinden dolayı güvenilir bir insan olarak tanımlamıştır. Ayrıca işletme bünyesindeki çalışanlarının da ona güven duyduğunu ekleyip şunları da dile getirmiştir:

“...Bana en çok benimle çalışanlar güvenir, birlikte yol aldığım arkadaşlarım diyeyim ama onlar için. Biz bir aileyiz yani işte ben aileme güveniyorum ailem de bana güveniyor...”

KG2, kendisini güvenilirliği yüksek bir insan olarak tanımlamakta ve bunu da karakterine bağlamaktadır:

“...Ne yaptım da bana güvendiler? Karakterim bu. Şu ana kadar da bana güvenmiş hiç kimsenin hani güvenini sarsacak deneyim de yaşamadığı için bana güvenen hiç kimse dolayısıyla güvenilirliğim % 100’lerde yüksek bir insanım...”

KG4, özellikle yabancı personeli yurt dışından temin etmek ve istihdam sağlamak adına kurduğu şirketinin işleyişinin genel olarak güven ilişkisine dayandığını belirterek şunları eklemiştir:

“...İşimiz güven ilişkileri üzerine kurulu. Tamamen bana güvendikleri için beni tercih ediyorlar. Genelde bana söyledikleri şey ‘birçok firmayla görüştük ama bizi sizin kadar iyi anlayan olmadı’ diyorlar. Benim için bu çok önemli bir kriter, insanların bana güvenmesi, inanması...”

KG13, eczacılık mesleği gereği gerek hastaların eczacılara güveni gerekse işyeri anlamında kurumsal güveni sağladığını dile getirerek güvenilen biri olduğunu belirtmiş ve bu konuda şu sözleri eklemiştir:

“...Mutlaka güveniyorlar ki çok şükür hala eczanelerin toplumdaki saygınlığı devam ediyor bu bizim için çok güzel bir şey. Mesela geçen bir hastamız burada bir cüzdanını unutmuş sonradan fark etmiş tabi koşarak geldi ve şöyle söyledi: inşallah eczanede unutmuşumdur dedi. Bu bizim için önemli...”

Diğer taraftan güvenlik boyutu altında bu toplumda kendini güvende hissetmeleri kriterinden hareketle kadın girişimcilerin güvenlik açısından sosyal sermaye ile ilişkisi değerlendirilmiştir. Buradan hareketle araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilere yöneltilen “Kendinizi bu toplum içinde güvende hissediyor musunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlar doğrultusunda çoğu kendini güvende hissetmediğini belirtmiştir. Katılımcılar özellikle ekonomik, sosyal ve fiziksel anlamda ülkenin içinde bulunduğu koşullar itibari ile suç ve şiddet gibi olumsuz davranış örneklerinin arttığı ve kadınlara yönelik güvenliğin azaldığına dair kaniya sahiptirler. Sadece kendileri açısından değil aynı zamanda güçlü bağları kapsayan aile üyeleri ve yakın çevreleri için de benzer bir güvensizlik duygusu hissetmektedirler. Ancak bazı yanıtlar itibariyle toplumda kendilerini güvende hissetmeye yönelik olumlu düşünceler beslediğini dile getiren kadın girişimciler de söz konusudur. Buradan hareketle kadın girişimcilerin toplumda kendilerini güvende hissedip hissetmediklerini anlamaya yönelik soruya ilişkin verilen yanıtlar aşağıda değerlendirilmektedir.

KG7, bu toplumda kendisini ve çocuklarını güvende hissetmediğini dile getirmiştir:

“...Eskiden biz bahçede oynardık kimse kimseye karışmazdı herkeste komşuluk ilişkisi vardı, annem saat dokuza kadar bizi bahçede bıraksa bile arkasına dönüp bakmazdı. Ben şimdi site içerisinde oturuyorum kızım eve kaçta gelecek, kaç dakika, işte balkondan sesleniyorum hala orada mısın ne yapıyorsun diye o kadar kötü bir ortamdayız...”

KG11, kendisini bu toplumda güvende hissettiğini düşünerek bunu şu sözleri ile dile getirmiştir:

“...Akşam taksiye biniyorum eve gitmek için ama duraktan binerim ben sokaktan taksiye binmem. Ama ben bunu Amerika’da da böyle yaparım. Eskiden sokaktan binerdim ama şu anda binmiyorum. Ama bu güvensiz hissettiğim anlamında değil daha tedbirliyim demek istiyorum...”

KG15, toplumda kendisini güvende hissettiğini belirterek şu sözleri dile getirmiştir:

“...Güvende hissediyorum. Her kadın eğer kendine güveniyorsa her türlü her yerde güvende hissedebilir. Ben güveniyorum. Mesela benim kapım açıktır akşam saat 12'ye kadar niye, rahatlıktan, güvenden...”



SONUÇ

Son yıllarda, dünyada hızla yaygınlaşan kadın girişimciliği, kadınlar için önemli bir istihdam fırsatı oluşturmaktadır. Türkiye’de kadınların girişimcilik yoluyla çalışma hayatına kazandırılması, kadın girişimcilerin hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş fırsatı sunmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları yönünde fayda sağlamaktadır. Diğer taraftan kadın girişimciliğinin kadınların toplumdaki konumlarını güçlendirmek, toplumun gelişmişlik düzeyini artırmak veya gelir dağılımındaki adaletsizliği önlemek gibi çeşitli katkıları da olmaktadır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, kadının sosyal sermaye kaynaklarına işlerlik kazandırarak girişimci niteliklerini geliştirmesinin önemi giderek artmaktadır (Yetim, 2002: 90). Sosyal sermaye, bireyin ya da grupların sahip olduğu sosyal ilişkilerden doğan mevcut veya potansiyel kaynakların bütünüdür ve aynı zamanda diğer sermaye türlerinin harekete geçmesini de sağlayan itici bir kuvvettir. Özellikle kadın girişimciler; sosyal ağlar, güven, dayanışma, sosyal ve siyasal katılımı da kapsayan sosyal sermaye ile ekonomik faaliyetlerindeki dezavantajları avantaja çevirebilmektedirler. Sosyal sermaye, iş kurma ve geliştirme süreçlerinde gerekli kaynakların temini ve harekete geçirilmesinde devreye girerek girişimsel sorunların çözümünde rol oynamaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin kadınların girişimciliğe atılmalarında ve bu istihdam biçiminde başarılı olmalarında önemli olduğu bir gerçektir.

Bu çalışmada sosyal sermaye ile kadın girişimciliği arasındaki ilişki incelenmiş olup, girişimci kadınların işyerlerini kurarken ve faaliyetlerini sürdürürken sosyal sermayeye ait bileşenlerin onlara nasıl katkılar sağladıklarının anlaşılmasına çalışılmıştır. Sosyal sermayenin kadın girişimcilerin başarılarının önemli bir belirleyicisi olacağı varsayımından hareket eden bu çalışmada, hem bireysel hem de toplumsal boyutta kadın girişimciler açısından sosyal sermayenin neden önemli olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede Antalya’da kadın girişimcilere hitap eden belli başlı STK’lara üye olan ve sektörde faaliyette bulunan 20 kadın girişimcinin sosyal sermaye edinme biçimlerini ve bu süreçte yaşadıkları sorunların üstesinden nasıl geldiklerini anlamak üzere nitel araştırma teknikleri arasından “görüşme” tekniği tercih edilmiştir.

Bu bağlamda söz konusu örneklem dâhilindeki kadın girişimcilere yöneltilen mülakat sorularının içeriği; katılımcının girişimcilik hikâyesi, kadın olmakla ilişkilendirilebilecek iktisadi ve sosyal zorluklara dair tecrübeler, aile arkadaşlar ve diğer sosyal çevre ve buralardan sağlanan destekler, güven ilişkileri, toplumsal yaşama sosyal ve siyasal katılım

olmak üzere belirlenmiş temel boyutlardan yola çıkarak oluşturulmuştur. Bu yolla sosyal sermaye ve kadın girişimciliği arasındaki neden-sonuç ilişkisine cevaplar aranmıştır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik ve kadın girişimciliğine dair kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş ve özellikle kadın girişimciliğinin Türkiye'deki mevcut durumu ve potansiyel girişimci sayıları verilerek kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar, hem bireysel hem de toplumsal açıdan literatür bağlamında ele alınmıştır.

İkinci bölümde sosyal sermaye kavramının ve unsurlarının kavramsal çerçevesi sunulmuş ve girişimcilik ve kadın girişimciliğinin sosyal sermaye ile ilişkisi açıklanmıştır. Ayrıca geçmişten günümüze sosyal sermaye ve girişimcilik ilişkisini ele alan ulusal ve uluslararası çalışmalara da yer verilmiştir.

Üçüncü bölüm bu çalışmanın araştırma bölümü olup bu bölümde araştırmaya dair yöntem ve bulguların detaylı analizi yer almaktadır. Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve girişimcilik faaliyetlerine dair bilgilere ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye ile olan ilişkisine ışık tutmak amacıyla 20 kadın girişimci ile yapılan yüz yüze görüşmelerin bulguları yorumlanmıştır.

Bu çalışma ile kadın girişimciliği ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiden yola çıkılarak belirlenen araştırma sorularına cevap aranmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri kapsamında ihtiyaç duydukları finansal sermaye öncelikle yakın çevreden veya aile üyelerinden temin edilmektedir. Bu durum güçlü bağlara/kanallara ulaşmanın veya erişmenin daha kolay olması ile açıklanabilir. Fakat son yıllarda KOSGEB girişimcilik desteği gibi desteklerin de tercih edilmesi söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla finansal destek anlamında zayıf bağlara/kanallara ulaşmak veya erişmek geçmişe kıyasla günümüzde daha kolaydır.

Geniş sosyal ağa sahip olmak ya da çok fazla insan tanımak, kişinin karakterinde ve yapısında olumlu değişimlere neden olmaktadır. Bu anlamda katılımcıların ifadelerine dayanarak, insanı olgunluğa erdiren bir yapıya ve karaktere sahip olmak, kişiyi girişimcilik hayatında karşılaşılan zorlukları kolayca aşabilen ve çevresi tarafından fikirleri önemsenen bir bireye dönüştürmektedir.

Kadınlar girişimcilik faaliyetleri kapsamında karşılaştıkları sorunlarda özellikle aile ferdi, ortak ve eş gibi yakın çevrelerindeki bağlara danışmayı tercih etmektedirler. Bu durum, kadınların kararlar alırken daha çok kadınlara danışması ile veya kendi içlerinde sonuçlandırması ile açıklanmaktadır. Dolayısıyla bu özelliği ile kadınlar informal bağlantılara fazlasıyla açık fakat formel bağlantılara nispeten kapalıdır. Bulgular neticesinde kadın

girişimcilerin sahip olduğu “aile” ilişkilerinin sosyal sermaye üretimine olumlu etkisinin olduğu görülmüştür.

Diğer taraftan bazı kadınlar girişimcilik faaliyetleri kapsamında başarılarını eşleri, aileleri veya müşterileri gibi formel ya da informel kanallara bağlarken bazı kadınlar da kendilerine bağlamaktadır. Özellikle evli olmayan veya kendini yalnız hisseden kadınların sahip oldukları bağımsızlık hisleri ve mecburiyet duygularından ötürü bireysel başarılarına inanarak yük altına girmeyi kabul etmektedirler.

Kadınlar açısından formel bağlantılara ulaşmanın zor olduğunu ortaya atan çalışmaların aksine (Aşkın ve Barış, 2016; Keskin, 2017) kadınlar özellikle girişimcilik faaliyetleri kapsamında profesyonel kanallara kolaylıkla erişim sağlayabilmektedirler. Bu durum literatürde toplumsal cinsiyet rollerinin dayattığı sorumluluklar yüzünden kadınların daha çok aile ve akraba bağlantılarından oluşan sosyal ağlara sahip olmaları ile açıklanmaktadır. Kadınların daha çok sosyal ağa dâhil olmaya niyetli olması, kadın girişimcilerin yeni bağlantılar kurmaları ve işi ile alakalı destek ve bilgi kaynaklarına ulaşması bakımından girişimcilik başarısını artırmaya yönelik olumlu katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla bilgi çağının da etkisiyle kadınlar iletişim kurma ve bilgiye ulaşma kanallarını kullanmaya daha çok istekli ve hevesli olmaktadır. Günümüzde sosyal medya kanallarının yaygınlaşması ile gerek bireysel gerek kurumsal anlamda kadınlar danışabileceği veya fikir alabileceği güçlü kişilere daha kolay ulaşabilmektedirler.

Kadın girişimcilerin dâhil oldukları STK’lar sayesinde yeni bağlantıların kurulması ve amaca uygun faaliyetlerin gerçekleşmesi sözkonusudur. STK’lar işbirliği çalışmalarında bulunmaları, sosyal sermayenin inşa edilmesinde güveni ve katılımı artırmaları açısından katkı sağlamaktadır (Gök, 2014). Bu çalışma kapsamında kadın girişimcilerin çoğu STK’lara üye olmakta, bu üyeliğin kendilerine çevre bağlantılarını genişletme ve sosyal çevrelerini artırma anlamında fayda sağladığını dile getirmektedir. Bu anlamda kadın girişimcilerin çoğunun katılımcı eğilimler sergilemesi, onların sosyal sermayelerini artırıcı ve besleyici özelliğe sahip olması ile ilişkilendirilebilir.

Kadın girişimcilerin yoğun işletmecilik faaliyetleri ile birlikte toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklı ev işi ve çocuk bakımı gibi sorumluluklarını da üstlenmeleri, sivil toplum kuruluşlarına ve sosyal ağlara katılım düzeyini olumsuz etkilediğine dair görüşler mevcuttur (Aşkın ve Barış, 2016). Bu çalışma ile gerek çalışma hayatında gerekse ev hayatında sorumluluk sahibi olan ve aynı zamanda STK’larda aktif görev alan kadın girişimcilerin bu yolla sosyal sermayelerini güçlendirerek, başarıyı aradıkları söylenebilir. Bu güç ise kadın

girişimcilerin sahip olduğu sosyal destek ve güven ilişkilerinden doğan sosyal sermaye kaynakları ile ilişkilendirilebilir.

Sosyal sermaye kavramı yukarıdaki unsurlar ve bu unsurlar arasındaki ilişkiler çerçevesinde şekillenmekte ve kadın girişimcilerin sahip olduğu kişisel ilişkilerin, güven ve katılım düzeylerinin bir belirleyicisi olarak kabul edilebileceği düşünülmektedir. Sosyal sermaye alanında yapılan pek çok çalışmanın temel sorusu daha iyiye elde edebilen aktörlerin nasıl bağlantılara sahip olduklarının açığa çıkartılmasıdır (Okan vd., 2016: 179). Bunun temel sebebi ise aktörler arası bağlantılardan elde edilen kaynakların ve bunların başarılar üzerinde etkili birer unsur olarak ön plana çıkmasıdır.

Bu  alışma kapsamında kadın girişimcilerin sahip oldukları finansal destekler, sosyal destekler, karşılaştıkları zorluklar ve yaşam memnuniyetleri ile görüşülen kadınların ve toplumun sahip olduğu kadın girişimcilik algısı sosyal sermaye düzeyleri kapsamında değerlendirilmiştir. Bulgulara göre, kadın girişimcilerin sosyal sermayeyi inşa etmek üzere yoğun çaba harcadıkları görülmektedir. Ancak bu çaba mevcut konumlarını daha öteye taşıyabilecek potansiyeli geliştirme ve başarıları sürdürülebilir kılma noktasında, öncelikle sosyal sermaye kaynaklarının farkında olmaları ile ve bu kaynakları verimli kullanmaları ile ilişkilendirilebilir.

Kadınların sahip olduğu sosyal ağ ilişkilerinin erkeklerinkinden farklı olduğu ve kadın ile erkeğin sosyal sermayeye erişimlerinin eşit olmadığını  ne süren pek çok çalışmanın varlığından hareketle, (Barr, 1998; Bartol, 1978; Ibarra, 1992; Burke vd, 1995) bu çalışmaya dâhil olan katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda, kadınların kendilerini kadın oldukları için üstün gördükleri ve herhangi bir desteğe ihtiyaç duymadıklarına dair inançlar söz konusu olmakla birlikte diğer taraftan kadının erkek desteğine muhtaç olabileceğine dair görüşler de söz konusudur. Dolayısıyla katılımcıların algıları ve inançları doğrultusunda sosyal sermaye kaynaklarını edinme biçimleri değişiklik göstermektedir. Davidson ve Burke'ye göre (2000) “kadınların yeterli düzeyde fayda ve kazanç sağlayacakları sosyal ağ ilişkileri ve bağlar kuramamaları veya bundan mahrum kalmaları sosyal sermaye edinimlerinin az olmasına neden olmaktadır”. Buradan hareketle çalışma yaşamında bireylerin sahip olduğu sosyal sermaye düzeyi, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden etkilenmektedir (Alan, 2017: 34). Dolayısıyla toplumsal cinsiyet kapsamında kadınlara atfedilen roller nedeniyle ortaya çıkan işbölümü ve sorumluluklar kadınların sosyal sermaye edinme biçimlerini etkileyebilmektedir. Özellikle toplumda kadın olarak sosyal sermayeyi inşa etmede yaşanılan güçlükler kadınları erkeklere göre daha fazla bir çaba sarf etmeye zorlamaktadır. Bu noktada kadın girişimcilerin sosyal sermaye kaynaklarını etkili kullanımı,

toplumsal cinsiyet bakış açısının etkisi ve fırsat eşitliği koşulları hep birlikte devreye girmektedir. Diğer taraftan kadın girişimcileri başarıya sürükleyen etkili sosyal sermaye kaynaklarına sahip olmak, gerek çalışma hayatında gerekse ev hayatında karşılaştıkları zorlukları aşmada onları bir adım öteye taşıyan güce işaret etmektedir.

Sonuç olarak bulgulara göre, kadın girişimcilerin finansal sermaye temininde genellikle eş, aile veya arkadaş gibi yakın çevre bağlantıları etkili olmaktadır. Diğer taraftan kadınların çok azı KOSGEB gibi kurumsal desteklerden faydalanmayı tercih etmişlerdir. Kadın girişimcilerin finansal destekleri gibi sosyal destek kaynakları arasında da eş ve aile üyeleri öne çıkmaktadır. Özellikle duygusal destek ve araçsal destek bağlamında eşlerin çalışan kadınlara sağladıkları destekler önemli rol oynamaktadır. Diğer taraftan çalışma kapsamında kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar arasında; sermaye temin etme güçlüğü, yasal prosedürlerin fazlalığı, bilgi ve tecrübe eksikliği, toplum baskısı, sosyal sorunlar ve toplumsal cinsiyetle ilişkili zorluklar yer almaktadır. Karşılaştıkları her türlü zorluğa rağmen kadın girişimcilerin sahip oldukları sosyal sermaye kapsamındaki destek mekanizmalarının gücü ve etkisi zorluklarla baş etmede önemli bir rol oynamaktadır.

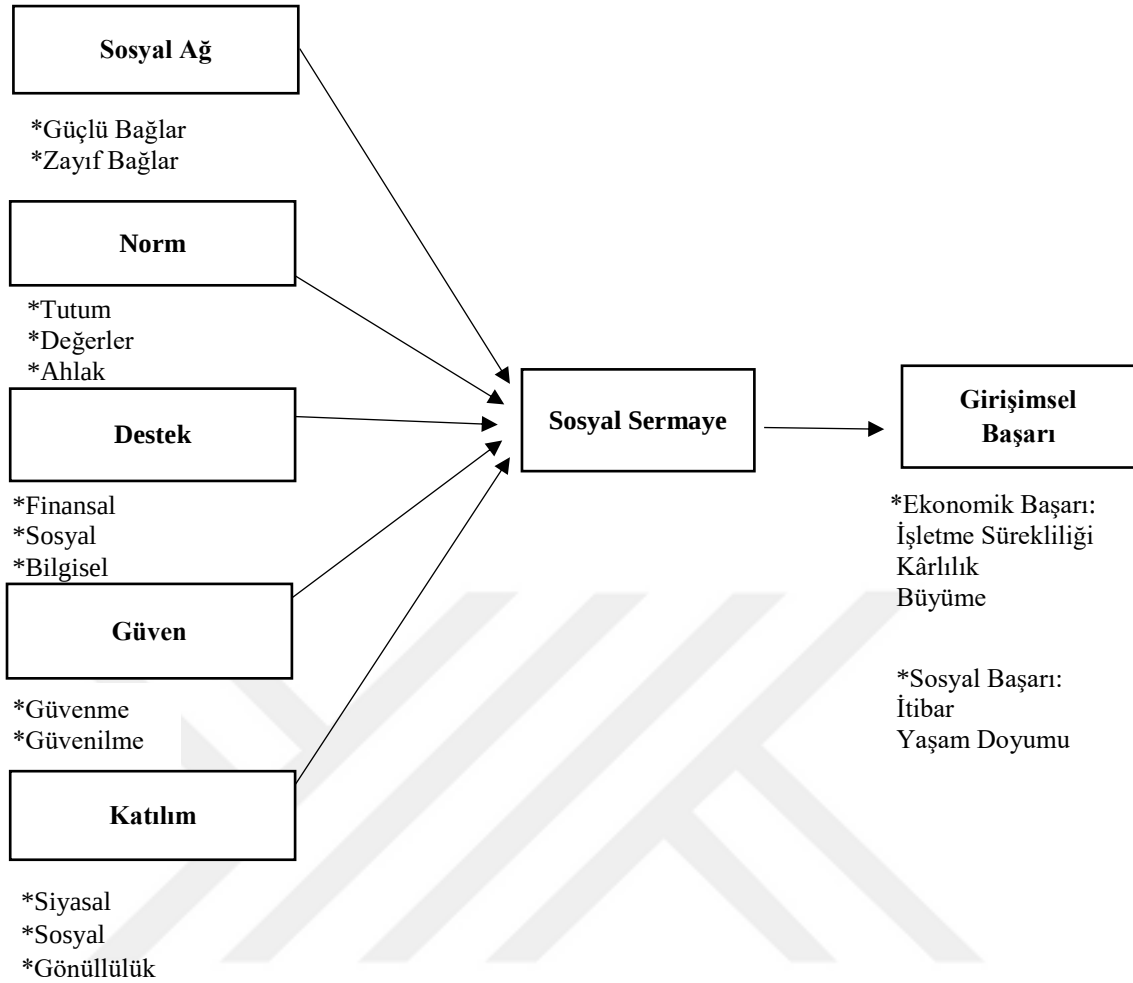
Kadın girişimcilere yönelik algı ve tutumlar çerçevesinde katılımcıların çoğunun görüşü kadınları güçlendiren niteliktedir. Ancak kadın girişimcilerin herhangi bir destek almadan toplumsal statülerini güçlendirmeleri ve faaliyetlerini sürdürmelerinin zorluğu düşünüldüğünde, kadın girişimciler açısından sosyal sermaye daha fazla önem kazanmaktadır. Diğer taraftan araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin yaşam memnuniyetleri oldukça yüksektir. Bu durum özellikle kadınların tercih ettikleri bağımsız çalışma şekli açısından sevdiği işi yapmaktan motive olduklarının göstergesidir.

Sosyal ağlar açısından kadın girişimciler özellikle girişimcilik faaliyetlerini kurma ve sürdürme aşamasında gerekli olan destek ve bilgi kaynaklarına ulaşmak için resmi kaynaklardan ziyade daha çok eş, aile üyeleri, akrabalar ve arkadaş çevresi gibi resmi olmayan kaynaklara başvurmayı tercih etmektedirler. Bu anlamda girişimcilik faaliyetleri kapsamında kadınların daha önce tanıdıkları ya da aile üyelerinin etkili olduğu güven ilişkileri ön plandadır.

Kadın girişimcilerin sivil toplum örgütlerine üyelikleri ve bu örgütlerin faaliyetlerine aktif katılımlarının sahip oldukları sosyal sermaye düzeyini güçlendirdiği görülmektedir. Diğer taraftan kadın girişimcilerin sahip olduğu güven ve güvenlik düzeyine ilişkin bulgulara göre, çoğu katılımcının topluma güvenme, çevreye güvenme ve güvenilir bir insan olma boyutları dâhilinde verdikleri olumlu cevaplar, sahip oldukları sosyal sermayenin düzeyini güçlendirdiğini göstermektedir.

Araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin birçoğu için ihtiyaç faktörleri etkili olmaktadır. Çalıştığı işinden memnun olmama, işsizlik ve ekonomik ve toplumsal koşullar gibi bazı zorunlu nedenlerden dolayı girişimcilik hayatına adım atan kadınlar, söz konusu ihtiyacı fırsata çevirerek başarılı olabilmektedirler. Bazı kadınlar ise sahip oldukları imkânlar çerçevesinde doğabilecek potansiyel fırsatları kollayarak başarılı girişimler sergilemektedirler. Dolayısıyla kadın girişimci sayısının bu iki boyut etrafında şekillenerek artması, girişimciliğin istihdam açısından önemine dikkat çekmektedir. Bu anlamda kadınları girişimci olmaya yönelten bireysel ya da kurumsal statü ve başarı isteği motivasyon sağlayıcı bir güç olmaktadır. Kadınların özgürlük, kendi kararlarını kendi alma ve istediği bir iş sürdürme gibi motivasyon kaynakları ile girişimcilik faaliyetlerine başlamaları etkili olmuştur.

Kadın girişimciliği yoluyla istihdamın artırılmasında kadınların sosyal sermaye kaynaklarından etkili bir şekilde yararlanabilmesi önemlidir. Bunun için toplumun sahip olduğu bakış açısı çerçevesinde kadınlara yönelik engellerin kaldırılması için çeşitli sosyal ve finansal desteklerin sağlanması gereklidir. Diğer taraftan kadın girişimcilerin her türlü sivil, sosyal ve siyasal hayata katılımlarının artırılması teşvik edilmelidir. Kadın girişimcilerin yenilikçi fikirleri çerçevesinde cesaretlendirilmesi, işbirliği ve dayanışma çalışmalarının güçlendirilmesi adına kadınların sahip olduğu veya olmak istediği her türlü bireysel ve kurumsal bağlantıların genişletilmesi gereklidir. Kadın girişimcilere yönelik faaliyette bulunan sivil toplum örgütlerinin sahip olduğu işleyişten hareketle, kadına destek olan ve kadının örgütlenmesini sağlayan her türlü etkinliğin devlet kurumları ile işbirliği içerisinde geliştirilmesi önemlidir. Kadın girişimcilerin toplumsal ve kültürel açıdan desteklenmesi ve kadınlara yönelik farkındalıkların artması noktasında STK'lara önemli görevler düşmektedir. Bu anlamda kadın girişimcilere yönelik sosyal ağ veya dayanışma platformları kurmak, geliştirmek ve söz konusu kadın girişimcileri hem sosyal hayatta hem de ticari hayatta önemli profesyonel kanallarla bir araya getirmek önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda dijital platformlarda ilgili sosyal medya hesabı ya da web siteleri kurarak, başarılı rol modellerin girişimcilik faaliyetlerini paylaşmak veya duyurmak girişimcilerin motivasyonunu artırmak açısından önemlidir. Ayrıca kadın girişimcilere yönelik sosyal ağ kurma eğitimleri (Karabey, 2009) ya da mentorluk programları aracılığıyla sosyal sermayelerini geliştirmelerine yardımcı olmak önemlidir.



Şekil 3.1 Sosyal Sermaye ve Girişimsel Başarı Arasındaki İlişki

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar dâhilinde sosyal sermaye ve girişimcilik başarısı arasındaki ilişkileri Şekil 3.1’de gösterilmiştir. Bu anlamda elde edilen sonuçlar daha sonra yapılacak nicel çalışmalarda araştırma hipotezi olarak kullanılabilir. Şekilde de ifade edildiği üzere, sosyal ağ, norm, destek, güven ve katılım faktörleri sosyal sermayeyi temsil etmekte ve sosyal sermaye olgusu da girişimcilerin sahip olduğu ekonomik ve sosyal başarıya olumlu katkı sağlamaktadır. Sosyal sermayeyi temsil eden ve kişilerin sahip oldukları bu faktörlerin düzeyi ne kadar yüksekse, girişimsel süreçlerde başarıyı tetikleyen unsurlar o kadar etkili olacaktır. Bu noktada ekonomik başarı göstergeleri arasında işletmenin sürekliliği, kârlılık durumu ve büyüme oranları sayılırken, diğer taraftan sosyal başarı göstergeleri arasında ise itibar ve yaşam doyumu sayılabilir. Buradan hareketle işletmenin başarıya ulaşmasında önemli rollere sahip olan girişimciler, sosyal sermaye kaynaklarını dikkate alarak bilgi ve tecrübeleri doğrultusunda kendilerine bir yol haritası çizebilirler.

Bu çalışma ile kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerinde sosyal sermaye düzeylerinin ve sosyal ağ ilişkilerinin önemli olduğunu vurgulamak amaçlanmıştır. Bu amaç

doğrultusunda nitel araştırma tekniği tercih edilmiştir. Sosyal sermayenin girişimcilik ile ilişkisini ölçmek amacıyla nitel araştırma yönteminin yanında nicel araştırmaya da yer vermek yararlı olabilir. Bu çalışma kapsamında örneklem dâhilindeki kadın girişimcilerin çoğu evlidir. Boşanmış ya da bekâr olan kadınların girişimcilik faaliyetlerinde sosyal sermaye düzeylerini ölçmek yararlı olabilir. Diğer taraftan sadece belirli eğitim düzeyine sahip kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerini ölçmek diğer çalışmalara yol göstermek açısından faydalı olabilir. Sosyal sermayenin girişimcilik faaliyetleri ve başarılarındaki önemi sadece kadın girişimciler bağlamında değil erkek girişimciler ile de ilişkilendirilebilir. Cinsiyetler arasındaki farkı değerlendirmek sonraki çalışmalara fayda sağlayacaktır. Bu çalışma sadece Antalya ilindeki kadın girişimcilere dair sosyal sermaye bulgularını kapsamaktadır. Gerek kırsal alanlardaki gerekse diğer bölgelerdeki kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerini kapsayacak bir bölgesel karşılaştırma yapmak, hem kültürel anlamda hem de sosyal anlamda etkili sonuçlar elde edilmesine imkân tanıyabilir. Ayrıca sonraki çalışmalarda sosyal sermayenin finansal sermaye, beşeri sermaye ve kültürel sermaye unsurları ile ilişkisi dikkate alınarak girişimcilik faaliyetleri kapsamında analiz edilip, değerlendirilmesi yararlı olabilir.

KAYNAKÇA

- Abell, P., Crouchley, R. ve Mills, C. (2001). "Social Capital and Entrepreneurship in Great Britain". *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2, 119-144.
- Adler, P. S. ve Kwon, S. (2002). "Social Capital: Prospects For A New Concept". *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1, 17-40.
- Ahmad, N. ve Seymour, R. (2008). "Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection". *OECD Statistics Working Papers*, 2008/01, OECD Publishing, Paris.
- Akyazı T. (2014). *Girişimcilik Sürecinde Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar İle İç Girişimcilik Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma*. Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Alan, H. (2017). "İnsan Sermayesi ve Kariyer Başarısı Arasındaki İlişkide Sosyal Sermayenin Rolü: Kadın Yöneticiler Üzerinde Bir Araştırma". *The Journal of International Scientific Researches Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*. 2017, 2 (8).
- Alan, H. ve Sözen, C. (2017). "Bıçimsel ve Bıçimsel Olmayan Sosyal Ağların Sosyal Sermaye Edinimindeki Rolü: Kadın Yönetim Kurulu Üyeleri Üzerine Bir Araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi* 9/1 339- 361.
- Aldrich, H. (1989). "Networking Among Women Entrepreneurs". In: Hagan, O., Rivchun, C. & Sexton, D. (eds.) *Women-Owned Businesses*. New York: Praeger, 103-132.
- Aldrich, H. E. ve Zimmer, C. (1986). "Entrepreneurship Through Social Networks". *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Ankara K.A., Ankara S.O. ve T.C.K.B. (2016). "Türkiye Girişimcilik ve Devlet Destekleri". Ankara Sanayi Odası Yayınları, Haziran, 2016.
- Arıkan, C. (2013). *Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği*. Uludağ Üniversitesi İşletme Anabilimdalı Yüksek Lisans Tezi.
- Aşkın, E. ve Barış, S. (2016). "Kadın İstihdamında Sosyal Sermayenin Etkisi: Tokat İlinde Kadın Girişimciler Üzerine Bir İnceleme". *Business and Economics Research Journal* Volume 7 Number 2, ss. 63-82.
- Aydın, D. ve Çam, M. (2016). "Bilgi Toplumu Dönüşümünde Türkiye’de Kadın Olmak". *Sosyal Bilimler Dergisi ICEBSS Özel Sayısı*.

- BAKA, AGİDER. (2015). “Antalya’da Kadın Girişimciliği Durum Analizi ve Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesine Yönelik Eylem Planı Çalışması Projesi”. Durum Analizi ve Eylem Planı Raporu. TR61/15/DFD/0003.
- Bal, H. (2016). *Nitel Araştırma Yöntem ve Teknikleri (Uygulamalı - Örnekli)*. Sentez Yayıncılık, Bursa.
- Baştürk, Ş. (2011). *Türk Toplumunda Sosyal Sermaye, Toplumsal Ağlar ve Sosyal Hareketlilik*. Uludağ Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilimdalı Doktora Tezi, Bursa.
- 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.
- Birley, S. (1985). “The Role of Networks in the Entrepreneurial Process”. *Journal of Business Venturing*, 85, 107-117.
- Birley, S., Cromie, S. ve Myers, A. (1991). “Entrepreneurial Networks: Their Emergence In Ireland and Overseas”. *International Small Business Journal*, 9, 56.
- Bourdieu, P., (1983). *Ökonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales Kapital*. Hrsg: Kreckel, Reinhard, *Soziale Ungleichheit, Soziale Welt, Sonderband 2*. Göttingen, s. 183-198 (This article appears were translated by Richard Nice).
- Boz Semerci, A. (2016). *Sosyal Destek ve Cinsiyete Yönelik Kalıp Yargıların Stres ve İş Aile Arasındaki Çatışmalara Etkisi: Kadın ve Erkek Arasındaki Farklılıklar*. Hacettepe Üniversitesi İşletme Anabilimdalı Doktora Tezi, Ankara, 2016.
- Brindley, C. (2005). “Barriersto Women Achieving Their Entrepreneurial Potential: Women and Risk”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, No 2, Vol 11, ss. 144-161, 2005.
- Brüderl, J. ve Preisendörfer, P. (1998). “Network Support And The Success Of Newly Founded Business”. *Small Business Economics*, 10 (3), 213-225.
- Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., Hart, M. M., ve Gatewood, E. (2002). “The Role of Social Capital and Gender in Linking Financial Suppliers and Entrepreneurial Firms: A Framework for Future Research”. *Venture Capital*, 4, 305-323.
- Burt, R. (1992). *The Social Structure of Competition*. Cambridge. MA: Harvard University Press.
- Burt, R. S., Kilduff M. ve Tasselli S. (2013). “Social Network Analysis: Foundations and Frontiers on Advantage”. *Annual Review of Psychology*. Vol. 64: 527-547.

- Burt, R. S. (1995). "Social Capital, Structural Holes and The Entrepreneur". *Revue Francaise De Sociologie*, 36, 599-628.
- Burt, R. S. (1997). "The Contingent Value of Social Capital". *Administrative Science Quarterly*, 42, 339-365.
- Burt, R. S. (1998). "The Gender of Social Capital", *Rationality and Society*". 10 (1), 5-47.
- Burt, R. S. (2000-2000b). "The Network Structure of Social Capital". *Research in Organizational Behavior*. Vol. 22. Ss. 345-423.
- Butler, J. E. ve Hansen, G. S. (1991). "Network Evolution, Entrepreneurial Success and Regional Development". *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. Volume 3, Issue 1.
- Çakıcı, A. (2003). "Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler". 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı.
- Çelebi, N. (1993). "Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar". *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı KSSG Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No:74 ss.35-42.
- Çetin, M., (2006). "Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği". *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 21:1, s. 21.
- Chell, E. ve Baines, S. (2000). *Networking, Entrepreneurship and Microbusiness Behaviour*, *Entrepreneurship and Regional Development*, 12 (3), 195-215.
- Chu, P. (1996). *Social Network Models of Overseas Chinese Entrepreneurship: The Experience of Hong Kong and Canada*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 13, 358-365.C
- Cici, E. N. (2013). *Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi İşletme Anabilimdalı Yüksek Lisans Tezi.
- Çitçi, U. S. ve Coşkun, R. (2012). "Sosyal Ağ Kullanımında Süreç Yaklaşımı: Girişimcilerin Sosyal Ağları Kullanımında Farklılaşmanın Değerlendirilmesi". *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*.
- Coleman, J. S. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital". *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, J. F. ve Woo, C. Y. (1994). "Initial Human And Financial Capital as Predictors of New Venture Performance". *Journal of Business Venturing*, Cilt 9, Sayı 5, ss. 371-396.

- Cromie, S. (1992). "Networking by Female Business Owners in Northern Ireland". *Journal of Business Venturing*, 7(3), 237-251.
- Cruickshank, P. ve Rolland, D. (2006). "Entrepreneurial Success through Networks and Social Capital: Exploratory Considerations from GEM Research in New Zealand". *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19, 63-80.
- Davidson, C. M. (2010). "Who You Know: Small-Town Entrepreneurs". *Perceptions Of Thevalue Of Their Social Networks*, Ames, Iowa: Iowa State University.
- Davidsson, P. ve Honig, B. (2003). "The Role Of Social And Human Capital Among Nascententrepreneurs". *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
- De Carolis, D. M. ve Saporito, P. (2006). "Social Capital, Cognition and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 41-56.
- Dedeoğlu, S. (2000). "Toplumsal Cinsiyet Açısından Türkiye’de Aile Ve Kadın Emeği". *Toplum ve Bilim* 86.
- Demir, N. (2015). "Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın". *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi* Sayı 315.
- Demircioğlu, Z. (2010). *Eskişehir’de Kadın Girişimciliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*. Anadolu Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Diener, E. (1984). "Subjective Well-being". *Psychological Bulletin*, 95: 542-5725.
- Dirik, N. (2016). *Türkiye’de Kadın İstihdamının Önündeki Engellerin Aşılmasında Girişimciliğin Önemi ve Kamu İstihdam Kurumlarının Rolü*. Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi.
- Doh, S. ve Zolnik, E. (2011). "Social Capital And Entrepreneurship: An Exploratory Analysis". *African Journal of Business Management* Vol. 5(12), pp. 4961-4975, 18 June.
- Dollinger, M. J. (1999). *Entrepreneurship*, Second Edition, p.4.
- Dubini, P. ve Aldrich, H. (1991). "Personal And Extended Networks Are Central To The Entrepreneurship Process". *Journal Of Business Venturing*, 6, 5, S. 305-313.
- Durgun, Ş. N. D. (2002). *Çalışma Yaşamında Kadın Yöneticiler ve Muğla Örneği*. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ecevit, Y. (1993). "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi". *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli*, KSSGM 25 Mayıs 1993 S: 20.
- Ecevit, Y. (2010). "Türkiye’de Kadın Girişimciliği: Kadın Bakış Açılı Bir Değerlendirme". *İstanbul Güneydoğu Avrupa Bölgesel Kadın Girişimciliği Konferansı Sunumu*, 2010.

- Ecevit, Y. (2014). “Kadın Girişimciler Araştırması”. Garanti Bankası ve ODTÜ Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı Başkanlığı tarafından ortak yürütülen proje.
- Elfring, T. ve Hulsink, W. (2003). “Networks in Entrepreneurship: The Case of High-Technology Firms”. *Small Business Economics*, 21, 409-422.
- Elfring, T. ve Hulsink, W. (2007). “Networking By Entrepreneurs: Patterns Of Tie-Formation In Emerging Organizations”. *Organization Studies*, 28, 1849-1872.
- Elfring, T. ve W. Hulsink. (2001). “Networks in Entrepreneurship: The Case of High-Technology Firms”. *Small Business Economics*, Rotterdam, February.
- Erdoğan, S. ve Kurt, M. (2002). “Afyon İli Girişimcilik Profilinin Coğrafi Bilgi Sistemleri İle Analizi”. II. Bilgi Teknolojileri Kongresi, Denizli.
- Ergüder, B. (2010). “Sermaye Birikimi Sürecinde Ücretsiz Kadın Emegi” “Küçük Üretim, Birikim ve Kadın Emegi: Mikro Kredi Uygulaması” Çalışmasının Genişletilmiş Hali.
- Eryılmaz, S. N. (2014). *Türkiyede Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatında Karşılaştıkları Sorunlar: Kahramanmaraş Örneği*. Yalova Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilimdalı Yüksek Lisans Tezi.
- Eşki, H. (2009). *Sosyal Sermaye -Önemi, Üretimi ve Ölçümü - Üzerine Bir Alan Araştırması*. Selçuk Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Estrin, S., Mickiewicz, T. ve Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship across Nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37, 479-504.
- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye*, 2. Baskı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul
- Forret, M. L. ve Dougherty, T. W. (2004). “Networking Behaviors And Career Outcomes: Differences For Men And Women?”. *Journal Of Organizational Behavior*, 25, 419-437.
- Fukuyama, F. (1998). *Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*. s. 42
- Fukuyama, F. (2005). *Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması* (çev.) Ahmet Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Gedajlovic, E., Honig, B., Payne, G., ve Wright, M. (2013). “Social Capital and Entrepreneurship: A Schema and Research Agenda”. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2013, 455-478.
- Gök, M. (2014). *Toplumsal Kalkınmanın ve Sosyal Sermayenin Bilinmeyen Aktörleri: Kadın Odaklı Sivil Toplum Kuruluşları*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Gökakın, Z. Ö. (2000). “Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Kadın Girişimci Profili”. 8. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildirileri, s.109-123, Nevşehir.

- Göküş, M. Özdemiray, M. S. ve Göksel, S. Z. (2013). “Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 29/2013.
- Golafshani, N. (2003). “Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research”. The Qualitative Report Volume 8, Number 4, December 2003 597-607.
- Granovetter, M. (1985). “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”. The American Journal of Sociology, Cilt 91, Sayı 3, ss. 481-510.
- Granovetter, M. S. (1973). “The Strength of Weak Ties”. American Journal of Sociology, 78 (6), 1360-1380.
- Granovetter, M. S. (1983). “The Strength of Weak Ties”. A Network Theory Revisited. Sociological Theory, 1, 201-233.
- Granovetter, M. S. (1995). “Getting a Job: A Study of Contact and Careers”. Journal of Contemporary Sociology 25(3).
- Greve, A. ve Salaff, J. W. (2003). “Social Networks and Entrepreneurship”. Entrepreneurship Theory and Practice, Cilt 28, Sayı 1, ss.1-22.
- Güleç, S. (2011). *Kadın Girişimciliği Karaman Örneği*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İşletme Anabilimdalı Yüksek Lisans Tezi.
- Günkör, C. (2016). *Öğretim Elemanlarının Sosyal Sermaye ve Eğitim Ortamına İlişkin Algıları: Gazi Eğitim Fakültesi Örneği*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi.
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A. ve Sikdar, A. (2009). “The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur”. Entrepreneurship Theory and Practice, 33 (2), 397-417.
- Hambrick, D. C. ve Mason, P. A. (1984). “Upper Echelons: The Organisation as a Reflection of its Top Managers”, Academy of Management Review Cilt 9, Sayı 2, ss.193-206.
- Hansen, M., Ibarra, H. ve Peyer, U. (2010). “The Best-performing CEOs in the World”, Harvard Business Review, 88: 104-113.
- Hanson, S. ve Blake, M. (2009). *Gender and Entrepreneurial Networks*. Regional Studies.
- Hartmann, H. (2006). *Marksizm’le Feminizm’in Mutsuz Evliliği*. (Çeviren: Gülşat Aygen), İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Hisrich, D. R. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. Fifth Edition. McGraw Hill Higher Education. USA.
- Ibarra, H. (1992). “Personal Networks of Women and Minorities in Management: A Conceptual Framework”. Academy of Management Review, 18 (1), 56-88.

- İlter, B. (2008). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*. Afyon Kocatepe Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- İlter, B. (2010). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği*, Adalet Yayınevi, Ankara.
- İslamoğlu, E., Namal, M. K. ve Köleoğlu, Y. (2014). “Bir Aktif İstihdam Politikası Aracı Olarak Girişimcilik Programlarının Etkinliği: KOSGEB Yeni Girişimcilik Destek Programı Örneği”. KAU IIBF Dergisi, 5(8), 25-44.
- Jack, S. L. (2005). “The Role, Use and Activation of Strong And Weak Network Ties: A Qualitative Analysis”. Journal of Management Studies, 42 (6), 1233-1259.
- Jonsson, S., Lindbergh, J. (2013). “The Development of Social Capital and Financing of Entrepreneurial Firms: From Financial Bootstrapping to Bank Funding”. Entrepreneurship Theory and Practice, 37, 661-686.
- Kaasa, A. ve Parts, E. (2008). “Individual-Level Determinants of Social Capital In Europe: Differences Between Country Groups”. Acta Sociologica, 51 (2), 145-168.
- Kalemci R. A. (2013). “İşlem Maliyeti Kuramının Davranışsal Varsayımlarında Güvenin Yeri Tartışması”, İş Ahlakı Dergisi Turkish Journal of Business Ethics Kasım November 2013 6 (2) 55-83.
- Kalkan, A., Bozkurt, Ö. Ç. ve Bayraktaroğlu, H. (2015). “The Effects of Human Capital, Social Capital and Financial Capital on the Performance of SMEs”. Gjra - Global Journal For Research Analysis, Volume-4, Issue-10, Issn No 2277 - 8160.
- Kandiyoti, D. (1982). Urban Change And Women’s Roles İn Turkey: An Overview And Evaluation. Ç. Kağıtçıbaşı (der.) Sex Roles, Family and Community in Turkey içinde, Indiana University Turkish Studies, Indiana.
- Kane, D. (2010). “The Gendered Transition to College: The Role of Culture in Ego-Network Evolution”. Poetics. 39: 266-289.
- Karabey, C. (2009). *Girişimcilikte Fırsat Tanımlamayı Etkileyen Bireysel Faktörler: Beşeri ve Sosyal Sermaye Perspektifi*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Karaca, P. (2016). *Sosyal Desteğin İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Araştırması*. Gazi Üniversitesi İşletme Anabilimdalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2016.
- Keskin, A. (2011). “Ekonomik Kalkınmada Beşeri Sermayenin Rolü ve Türkiye” Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 25, Sayı 3-4, ss. 125-153.

- Keskin, M. (2008). *Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma: Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası Üyelerinde Sosyal Sermaye Düzeyi ve Belirleyicilerinin Analizi*. Atatürk Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Keskin, S. (2013). *Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin İstihdam Yaratmadaki Rolü*. İstanbul Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Keskin, S. (2017). “Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar”. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü E-Dergi Cilt 1 - Sayı 1.
- Kim ve Aldrich, (2005). *Social Capital and Entrepreneurship*. Department of Sociology, University of North Carolina at Chapel Hill.
- Kim, S. M. ve 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.
- King, L. A., Mattimore, L. K., King, D. W., ve Adams, G. A. (1995). Family Support Inventory For Workers: A New Measure Of Perceived Social Support From Family Members. *Journal Of Organizational Behavior*, 16(3), 235-258.
- Klyver, Kim. (2011). “Gender Differences in Entrepreneurial Networks: Adding an Alter Perspective”. *Gender in Management: An International Journal*, Volume 26, No. 5.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). “İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu”. Ss. 21-28. KOSGEB Faaliyet Raporu 2014-2015-2016-2017.
- Kök, S. B. (2007). “Küçük ve Orta İşletmeler ve Kadın Girişimciliği, Denizli Ticaret Odası Ekonomik Araştırmalar Serisi”. Yayın No: 1, Ankara.
- Küçük, O. (2017). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Seçkin Yayınları 9. Baskı Eylül 2017.
- Küresel Girişimcilik Monitörü 2014, 2015, 2016, 2017.
- Larson, A. ve Starr, J. (1993). “A Network Model of Organization Formation”. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(2), 5-16.
- Lechner, C. ve Dowling, M. (2003). “Firm Networks: External relationships as Sources for the Growth and Competitiveness of Entrepreneurial Firms”. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1-26.
- Leonard, R. (2000). “Older Women, Community Organisations And Social Capital”. *Third Sector Review*, 6 (1/2): 43-57.
- Licht, A. N. ve Siegel, J. I. (2006). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. Oxford Handbook of Entrepreneurship. Oxford University Press.

- Light, I. ve Dana, L. P. (2013). "Boundaries of Social Capital in Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37, 603-624.
- Lin, N. (1999). "Social Networks and Status Attainment". *Annual Review of Sociology*, 25, 467-487.
- Linan, F. ve Santos, F. J. (2007). "Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions?". *International Atlantic Economic Society*, 13, 443-453.
- Loscocco, K., Monnat, S. M., Moore, G., ve Lauber, K. B. (2009). "Enterprising Women: A Comparision of Women's and Men's Small Business Network". *Gender and Society*, 23(3), 388-411.
- Lowndes, V. (2005). It's Not What You've Got But What You Do With It: Women, Social Capital And Political Participation. In *Gender and Social Capital*. Brenda O'Neill and Elisabeth Gidengil Eds. New York: Routledge.
- 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).
- Mastercard Kadın Girişimcilik Endeksi- 2018.
- McQuaid, R.W. (1996). *Social Networks, Entrepreneurship and Regional Development*. Small Firm Foundation and Regional Economic Development. Routledge, London.
- Molyneux, M. (2005). Understanding Women's Social Capital. 2005 Global Exchange Forum Report.
- Mosey, S.ve Wright, M. (2007). "From Human Capital to Social Capital: A Longitudinal Study of Technology-Based Academic Entrepreneurs". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 909-935.
- Mucuk, İ. (2005). *Modern İşletmecilik*. Türkmen Kitabevi 15. Basım, İstanbul.
- Nahapiet, J. ve Ghoshal, S. (1998). "Social Capital, Intellectual Capital, and The Organizational Advantage". *Academy of Management Review*, 23, 242-266.
- Narayan, D. ve Cassidy, M. F. (2001). "A Dimensional Approach to Measuring Social Capital: Development and Validation of a Social Capital Inventory". *Current Sociology*, 49(2), ss. 59-102.
- Nayır, D. (2008). "İşi ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri". *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 631-650.
- Neergard, H. ve Madsen, H. (2004). "Knowledge Intensive Entrepreneurship in a Social Capital Perspective". *Journal of Enterprising Culture*, 12, 105-125.

- Öğüt, A. (2006). “Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin ve Yöneticiliğinin Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu”. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Sayı 1, Cilt 1.
- Okan, T., Sarı, S. ve Peker, İ. (2016). “Girişimcilik Başarı Faktörü Olarak Sosyal Sermaye Kriterlerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) İle Ağırlıklandırılması ve Bir Ölçek Önerisi”. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 12, Yıl 12, Sayı 1.
- Oke, D. (2013). “The Effect of Social Network on Women Entrepreneurs in Nigeria: A Case Study of Ado-Ekiti Small Scale Enterprise”. International Journal of Education and Research. Vol. 1(11) November. 1-14.
- Omar, S. (2015). “The Entrepreneurial Network of Muslim Women Entrepreneurs: The Study of Multiple-Cases of Small Businesses in the Southern Region of Malaysia”. International Journal of Economics and Financial Issues, 5 (Special Issue) 106-115.
- Onay, Ü. G. (2013). *Kadın Girişimciliğini Etkileyen Sosyo Kültürel Faktörler: Isparta KOSGEB Girişimcilik Destekleri Üzerine Bir Araştırma*. Süleyman Demirel Üniversitesi İşletme Anabilimdalı Yüksek Lisans Tezi.
- Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018.
- Orta Vadeli Program 2018-2020.
- Örücü, E. Kılıç, R. ve Kılıç T. (2007). “Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği”. Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi. Cilt. 14. Sayı. 2.
- Özaydınlık, K. (2014). “Toplumsal Cinsiyet Temelinde Türkiye’de Kadın ve Eğitim”. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi Sayı.13 ss. 93-112.
- Özbaltacı, K. (2008). *İşlem Maliyeti Yaklaşımı Açısından İnsan Kaynaklarında Dış Kaynaklardan Yararlanma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Özçatal, E. (2011). “Ataerkillik, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Çalışma Yaşamına Katılımı”. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, Ss. 21-39.
- Özdemir, A. (2010). “Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir’de Bir Araştırma”. Ege Akademik Bakış,10 (1).
- Özdemir, A. A. (2007). *Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir.

- Özdevecioğlu, M. ve Çelik, C. (2000). “Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma”. 8. Ulusal Yön. Org. Kong. Bildirileri Nevşehir, 487-498.
- Özgüner, M. ve Özgüner, Z. (2014). “Sosyal Sermaye İle Beşeri Sermaye İlişkisi ve Etkileşimi”. Route Educational and Social Science Journal, ss 364-375.
- Özkaplan, N. (2009). “Duygusal Emek ve Kadın İşi/Erkek İşi”. Çalışma ve Toplum, 2009/2.
- Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası Ticaret Anabilimdalı Yüksek Lisans Tezi.
- Öztürk, S. ve Coşar, K. (2017). “İşgücüne Katılmama Kararında Toplumsal Cinsiyetin Rolü”. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 19/2 (2017) 527-543.
- Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma*. Nevşehir Hacıbektaş Veli Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Peng, M. W. ve Luo, Y. (2000). “Managerial Ties and Firm Performance in a Transition Economy: The Nature of a Micro-Macro Link”. Academy of Management Journal Volume 43, Issue 301.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse And Revival Of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Robinson, S. ve Stubberund, H. A. (2009). “Sources of Advice in Entrepreneurship: Gender Differences in Business Owners”. Social Networks. International Journal of Entrepreneurship, Volume 13.
- Roomi, M. A. (2013). *The Role of Social Capital and Human Capital in the Growth of Women-Owned Enterprises in the United Kingdom*. Doctoral Thesis of Royal Holloway University of London.
- Roomi, M. ve Rehman, S. (2012). “Gender and Work-Life Balance: A Phenomenological Study Of Women Entrepreneurs In Pakistan”. Journal of Small Business and Enterprise Development Vol. 19 No. 2, 2012 pp. 209-228.
- Rowley, T., Behrens, D., Krackhardt, D. (2000). “Redundant Governance Structures: An Analysis Of Structural And Relational Embeddedness In The Steel And Semiconductor Industries”. Strategic Management Journal, 21, 369-386.

- Şavkar, E. (2011). *Sosyal Sermayenin Unsurları ve Ekonomik Kalkınmayla İlişkisi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Şekerler, H. (2006). *Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri*. Dumlupınar Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- SMIDEC. (2002). SMI Development Plan (2001-2005). SMIDP. Kuala Lumpur, Malaysia: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Soysal, A., (2010). “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma”. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan.
- Tamer, G. (2013). “Dünya’ya Kıyasla Türkiye’de Kadın Girişimciliği”. International Conference on Eurasian Economies, Session 3C, ss. 649-656.
- Tan, F. Z. S. (2006). “Tarihi Akış İçinde Kastamonu Kadın Girişimciliği”. 14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Erzurum.
- Tata, J. ve Prasad, S. (2008). “Social Capital, Collaborative Exchange and Microenterprise Performance: The Role Of Gender”. International Journal Of Entrepreneurship and Small Business 5 (3).
- Tekin, M. (2005). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik*. 4. Baskı, Günay Ofset.
- Thornton, PH. ve Flynn, KH. (2003). Entrepreneurship, Networks, and Geographies. In Z.J. Acs. and D.B. Audretsch (Eds.), Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction. London, U.K.: Kluwer. ss. 21–34.
- Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Stratejisi, 2016-2020.
- TÜİK İstatistik Yıllığı 2016, 2017.
- TÜİK Kadın İstatistikleri 2015, 2016, 2017.
- TÜİK Toplumsal Cinsiyet Araştırması 2014.
- Tundui, C. ve Tundui, H. (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.
- Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2015-2018.
- Türkiye’de Kadın Emeği Ve İstihdamına Yönelik Politikalar: Kadın Emeği ve İstihdamına Dair Politika ve Faaliyetlerin 12 İlde Değerlendirilmesi, 2013, Kadın Emeği ve İstihdamı Girişimi Araştırma Raporu.
- TÜSİAD ve KAGİDER, Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sorunlar, Öncelikler ve Çözüm Önerileri, TÜSİAD Yayını, İstanbul: Yayın No: TÜSİAD-T/2008-07/468, 182.

- Tüysüz, N. (2011). *Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması*. T.C Kalkınma Bakanlığı Planlama Uzmanlığı Tezi.
- Ulusal İstihdam Stratejisi 2014-2023.
- Upton, L. O., Broming, E. J. ve Upton, R. L. “Research on Women Entrepreneurs” Social Networks”. National Women’s Business Council, Under Contract SBAHQ-14-M-0123.
- Uygun, M. ve Özçifçi, V. (2012). “Girişimcilerin Sosyal Ağlara Yönelik Algılamalarının İncelenmesi”. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 4, Sayı 1.
- Uzzi, B. (1996). “The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect”. American Sociological Review, 61, 674-698.
- Uzzi, B. (1997). “Social Structure and Competition In Interfirm Networks: The Paradox Of Embeddedness”. Administrative Science Quarterly, 42(1), 35-67.
- Uzzi, B. (1999). “Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing”. American Sociological Review, 64, 481-505.
- Vatandaş, C. (2007). “Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı”. Sosyoloji Konferansları Dergisi Sayı 35, sf. 29-56.
- Verheul, I. ve Thurik, R. (2001). “Start-up Capital: Does Gender Matter?”. Small Business Economics, 16(4), 329-346.
- Welter, F. (2006). “Women's Entrepreneurship in Germany: Progress in a Still Traditional Environment”. In: C. Brush, N. Carter, E. Gatewood & M. Hart (eds.) Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective. Boston, MA: Edward Elgar,
- Williamson, O. E. (1991). “Strategizing, Economizing, and Economic Organization”. Strategic Management Journal. Vol.12, Winter 1991, ss.75-94.
- Wirth, L. (2001). “Breaking Through the Glass Ceiling: Women in Management”. Geneva: ILO.
- Xu, Y. (2011). “How Important are Entrepreneurial Social Capital and Knowledge Structure in New Venture Innovation?”. Journal of Management Policy and Practice, 12, 11-24.
- Yang, T. ve Aldrich, H. E. (2014). “Who’s the Boss? Explaining Gender Inequality in Entrepreneurial Teams”. American Sociological Review. Vol. 79 (2): 303-327.
- Yetim, N. (2002). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”. Ege Akademik Bakış Dergisi, 2(2), 79-92.

- Yetim, N. (2008). "Social Capital in Female Entrepreneurship". *International Sociology*, 23 (6), 864-885.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Zhang, X., Ma, X. ve Wang, Y. (2012). "Entrepreneurial Orientation, Social Capital, and the Internationalization of SMEs: Evidence from China". *Thunderbird International Business Review*, 54, 195-210.

İnternet Kaynakları

- <http://projeofisi.ttso.org.tr/po/index.php?go=haberdetay&id=70> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.angikad.org.tr/Content.aspx?p=2412> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.antalyakadingirisimciler.org/index.php/hakkimizda-menu> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.aryawomen.com/tr/anasayfa/> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.giskad.org/hakkimizda/> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.iskad.org/kurumsal.asp> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.iskur.gov.tr> (erişim tarihi: 02.02.2018)
- <http://www.kadav.org.tr/ne-yapiyoruz/> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.kagider.org/kurumsal/basin-odasi/haberler/2008/2016/03/31/kad%C4%B1n-giri%C5%9Fimcilere-%C3%B6zel-portal> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkında> (erişim tarihi: 02.02.2018)
- <http://www.kagider.org/kurumsal/projeler-etkinlikler/projeler/lists/projeler/avrupa-kad%C4%B1n-giri%C5%9Fimcileri-mentor-a%C4%9F%C4%B1> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.kedv.org.tr/hakkimizda/> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.k-gem.org/> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.kosgeb.gov.tr> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <http://www.tuik.gov.tr> (erişim tarihi: 02.02.2018)
- <https://kadininstatusu.aile.gov.tr/> (erişim tarihi: 02.02.2018)
- <https://odemeteknolojileri.com/2015/12/18/turkiye-girisimcilik-firsat-ihtiyac/> (erişim tarihi: 30.05.2018)
- <http://www.agider.org.tr/hakkimizda> (erişim tarihi: 05.06.2018)
- <https://www.tobb.org.tr/TOBBKadinGirisimcilerKurulu/Sayfalar/Hakkimizda.php> (erişim tarihi: 02.02.2018).

EK 1 - GÖRÜŞME NOTLARI VE YORUMLAR

X: Sosyal Ağ

X: Güven

X: Katılım

X: Finansal Destek

X: Sosyal Destek

X: Karşılaşılan Zorluklar

X: Memnuniyet

X: Kadın Girişimcilik Algısı

1062	GÖRÜŞME 5	
1063	Aktör: M.Ö.	
1064	Görevi: Gıda Üretim ve Restaurant Hizmetleri Sahibi	
1065	Görüşme Zamanı: 14 Mart 2018 11:00-11:47 (47 dakika)	
1066	Görüşme Yeri: Yönetim Ofisi	
1132	İşinizi kurarken sermaye nasıl temin ettiniz? Kadın girişimci olmanız	
1133	sermaye bulma konusunda sorun yarattı mı?	
1134	Tatlıcı dükkanını da ben taksitle almıştım zaten dostlarımla.	<i>KG5 işini kurarken kendi birikimlerini değerlendirmiş ve aynı zamanda dostlarından da ufak tefek borçlar alarak sermayeyi temin etmiştir. Ayrıca KOSGEB desteğine başvuran KG5 girişimcilik eğitimlerine katılmış ve danışman tutarak desteklerden faydalanmaya çalışmıştır. Sonucunda KOSGEB'ten 10 bin tl civarında destek gördüğünü belirterek, işletmesi için yeterli miktar olmadığını da vurgulamıştır.</i>
1135	Onun zaten taksitleri bitmeden işleri çok iyi gitmeyince... Burayı da açtım	
1136	ben buraya da yatırım yaptım, bir imalathane kurmak çok zor. İmalathane	
1137	normal ev gibi değil fayanslı, hijyenik ortamı vs... Ben çok para harcadım	
1138	buralara. İki tane imalathane kurdum. Ama önce ben eleman tutmadım	
1139	kendi çabamla, kendi bulaşığımla kendim yıkadım, kendi ürünümü kendim	
1140	çıkardım, ufak ufak.... Daha önce frigolu aracım yoktu benim ufak	
1141	aracımız vardı biz onu aldık. Onun içine soğuk dondurucu aldık onu	
1142	yerleştiriyorduk şoklanmış paketlenmiş ürünleri içine koyup otellere...	
1143	Tabi oteller kabul etmeyince biz onu satıp krediye, borca girip içinde	
1144	dondurucusu olan araba aldık. Bu sene bir tane daha aldık bu araçtan.	
1145	Yavaş yavaş büyüdük kendi kabuğumuzda ama kendi çabamızla kendi	
1146	emeğimizle...Yani ne derler emek olmadan yemek olmuyor. Yazın	
1147	sabahın 4 ünde kalkıyoruz gün ağırmadan burada hazırlık yapıyoruz.	
1148	Bulgur ıslatıyoruz, kıyma kavuruyoruz. Çünkü hava sıcak ekşiyor.	
1149	Personel gelmeden biz ürünleri yapıyoruz, hazırlıyoruz, soğutuyoruz onlar	
1150	geliyor üretime başlıyoruz.	
1151	KOSGEB'ten ben çok destek alamadım. Ben zaten KOSGEB'in eğitimine	
1152	gittim hatta danışman da tuttum ama istediğim parayı vermedi bana. Yani	
1153	ben KOSGEB'ten 10 bin lira aldım veya almadım, dosyayı kapattılar.	
1154	Şimdi de KOSGEB arıyor mesela siz 5 yıldır açıksınız gelip size bakmak	

1155	istiyoruz diyorlar. Tabi ki gelin diyorum ama biz sizden bir şey alamadık.	
1156	Yani ben dostlarımdan aldığım ufak tefek çok az paralarla ben buralara	
1157	geldim.	
1158	İşinizi kurma aşamasında kimlerden nasıl /ne tür destek aldınız?	
1159	Hiç kimseden. düşenin dostu olmaz derler ya... Hiç kimse tekrar iyi	
1160	olmamı istemedi. Çok dost kaybettim zaten ben. Ama iyi ki kaybetmişim.	KG5 işini kurma
1161	Bazen şey diyorum eşime biz iyi ki bu iflası yaşadık ki insanları tanıdık.	aşamasında en çok
1162	Belki farklı insanlar girdi hayatımıza ama çok kişiden ayrıldık, zaten	eşinden ve oğlundan
1163	görüşmek istemediler bizimle para isteriz diye korktular. Bizim hiçbir	destek gördüğünü
1164	dostumuz yok şuanda kimse gelmiyor, kapımızı kimse çalmıyor. Biz kendi	belirterek aynı zamanda
1165	kendimize sırt sırta verdik karı koca. Oğlumuz da bizim için okumadı.	bir dönem yaşadıkları
1166	Oğlum denizcilik lisesinden mezun oldu sonra Kocaeli'nde 2 yıllık	iflas ve maddi çöküntü
1167	üniversite okudu. Sonra okumak istemedi açıkçası ben de istemedim.	nedeniyle çok fazla dost
1168	Çünkü ben bu sıkıntıda 3 personel tutacağıma oğlum 3 personelin işini	ve destekçi kaybettiklerini
1169	yapıyor; servise çıkıyor, üretime giriyor, muhasebemi yapıyor. Yaşı çok	de eklemiştir.
1170	küçük 21 yaşında ama beyni büyük öyle söyleyeyim. Bir de kızım var ama	
1171	kızım okuduğu için yardımcı olamıyor. İşler iyi gidince başka personel	
1172	tutacağımıza, sıkıntıya gireceğimize oğlum böyle bir fedakârlığı yaptı.	
1173	Şuanda her şey benim üzerime ama işler biraz daha ilerlesin her şeyi	
1174	oğluma devretmeyi düşünüyorum. Kadın girişimciye destek biraz daha	
1175	fazla olur diye her şeyi benim üzerime yaptık aslında. Eşim hep der senin	
1176	başarın senin çaban diye. Kadının fendi erkeği yendi derler ya... Eşime	
1177	tatlı sektörünü bıraktırdım içli köfte sektörüne getirttim. Benim de en	KG5'e göre işini kurma
1178	büyük destekçim eşim öyle söyleyeyim. Benim ona desteğim onun da bana	aşamasındaki en büyük
1179	desteği çok oldu. Biz bunu çok güzel bir şekilde atlattık çok şükür, ailemiz	sıkıntı maddi sıkıntılar,
1180	parçalanmadı Allah bize tekrardan iş kurmayı nasip etti.	onun dışında gıda
1181	İşinizi kurma aşamasında ne gibi zorluklar yaşadınız?	sektöründe rekabet
1182	Mesela ben burayı açtığım zaman burada bir tane daha içli köfteci abla	ortamının oluşması da
1183	vardı. Rekabet vardı. Sürekli şikayet, sürekli denetleme. Allaha şükür hiç	yaşadığı zorluklar
1184	böyle bir şeyle karşılaşmadım. Ama çekememezlik oluyor bu sektörde.	arasındadır.
1185	İşinizle ilgili kararlar alırken kimlere hangi durumlarda danışırsınız?	
1186	Vallahi biz kendi içimizde ben, oğlum ve eşim. Çok kimseyi işimize	
1187	kariştirmiyoruz. Biz kendi kararlarımızı kendimiz veriyoruz daha çok.	
1188	Danışacak kimseye ihtiyaç duymuyoruz çünkü. Zaten eşimin geçmişi	
1189	esnaflık, pazarlama, dağıtım. Herhangi bir zorluk yaşamadık yaşasak da	KG5 işi ile ilgili kararlar
1190	kendi içimizde hallediyoruz.	alırken en çok eşine ve
1191	Bu toplumda kadın girişimci olmak hakkında ne düşünüyorsunuz	oğluna danıştığını daha
1192	neler tecrübe ettiniz? Erkek olsaydım böyle olmazdı diyebileceğiniz	çok aile içerisinde
1193	bir tecrübe yaşadınız mı?	kararlar verdiklerini
1194	Çok güzel bir duygu. Ama ben patronluk veya herhangi bir rahatlama	belirtmektedir.
1195	görmedim daha bilmiyorum. Mesela gidiyorum toplantıya hanımlar rahat	

1196	rahat geliyorlar tabi onların eski işi, ben daha yeniyim bu sektörde. Tabi	
1197	onlar daha rahat daha güvenli bir sektör, kafaları rahat. Mesela ben	
1198	toplantıya gittiğim zaman aklım hep burada acaba ne yaptılar diye. Ama	
1199	güzel bir duygu bir kadın olarak bir şeyleri başarmak bir yerlere gelmek	<i>KG5 kadın girişimcilerin</i>
1200	çok güzel bir şey ama henüz rahat değilim. Bu seneyi de atlarsam	<i>toplumda saygı</i>
1201	psikolojim rahatlayacak. Hayır yaşamadım kadın olarak daha çok saygı	<i>gördüğünü, takdir</i>
1202	duyuldum hatta. İnsanlar daha hoşgörülü oluyorlar. Kadın olarak bunları	<i>edildiğini düşünmekte ve</i>
1203	başarmak çok güzel bir şey. Takdir de ediliyoruz gerçekten.	<i>bu anlamda kendisinin</i>
1204	Üye olduğunuz faaliyette bulunduğunuz vakıf dernek oda var mı?	<i>toplumda kadın olarak</i>
1205	Yönetim kademelerinde göreviniz var mı? Bu sivil toplum örgütüne	<i>herhangi bir zorluk</i>
1206	katılmaya nasıl karar verdiniz? Bu üyelik size bir fayda sağlıyor mu,	<i>yaşamadığını da</i>
1207	siz burada bir fayda yarattığınızı düşünüyor musunuz? Nasıl?	<i>belirtmektedir.</i>
1208	Sadece TOBB. Yok sadece üyeyim. Toplantılara, kahvaltılara	
1209	yetişebildiğim kadarıyla. Benden de çok şikayetçiler biliyorum. Çok	
1210	ilgileniyorlar ama sağ olsunlar o konuda çok rahatım. Hani kafam sıkıştığı	<i>KG5 Antalya</i>
1211	zaman onlarla dertleşebilirim, anlatabilirim. Ben bu kurulu duymuştum.	<i>T.O.B.B.A.K.G.K'e</i>
1212	Bana ne faydası olur diye düşündüm işyerimi yeni açtığımda. Açıkçası	<i>kendisine sosyal çevre</i>
1213	kendime çevre edinmek için. Biraz sosyal çevrem olsun diye. Kadınız,	<i>kazandıracağını</i>
1214	kadın olarak işletmeciyiz. Onlardan da biraz faydalanmak için, neler	<i>düşündüğü için üye olma</i>
1215	yapabilirim düşüncesi ile internetten bulmuştum bu kurulu ve komite	<i>kararı almış ve bu sosyal</i>
1216	başkanını. Çok yardımcı oldular. Kayıt oldum, Kayıta da herkesi	<i>çevreler kendi şirketine</i>
1217	almıyorlar. Koşulları var. Bu üyelik bana çok fayda sağlıyor. Diyorum ya	<i>çeşitli müşteriler ve</i>
1218	kendim çok fazla kendi işlerimden dolayı gidemesem de faydasını	<i>firmaların</i>
1219	görüyorum gerçekten. Mesela bir arkadaş arıyor filan otel var demoya git	<i>yönlendirilmesi açısından</i>
1220	veya filan yerde tanıdığım var gibi yönlendirebiliyorlar. Söylersem daha	<i>fayda sağlamaktadır.</i>
1221	çok yardım edecekler biliyorum ama artık şu anda müşterim bana yeterli	
1222	geliyor. Ben hiç bir fayda yaratmıyorum onlardan fayda görüyorum.	
1286	Bugün bulunduğunuz noktaya gelmeniz kimler nasıl etkili oldu?	
1287	Eşim, oğlum ve kendim. Hiç kimseden destek almadık biz kendi başımıza	<i>KG5 bugünkü bu</i>
1288	geldik buralara. Eşime de sorsanız o da diyecek ki eşim ve oğlum. Oğluma	<i>başarılarının sırrını</i>
1289	da sorsanız annem ve babam diyecek. Birbirimizin sayesinde. Birimiz az iş	<i>kendisinin dışında eşine</i>
1290	yaptı birimiz çok iş yaptı değil, herkes görevini aldı. Herkes işini biliyor.	<i>ve oğluna borçlu</i>
1291	Biz kendi içimizde iş dağıtımını yaptık. Ben ve oğlum sabah erkenden	<i>olduğunu dile</i>
1292	geliyoruz eşim sonradan geliyor çünkü dağıtıma çıkıyor. İşler biraz daha	<i>getirmektedir.</i>
1293	yoluna girince eşimi de ben servisten çekmeyi düşünüyorum çünkü artık	
1294	yaşı da küçük değil yaz geliyor hava sıcak hani biraz da gençlerde para	
1295	kazansınlar. En azından gelsin koltuğunda otursun o yönlendirsin.	
1296	Dışarıdan en azından istihdam sağlayalım boş olan personelde çalıştıralım	
1297	insanlar para kazansın. Bazen personel boş kalınca üzülünüz farklı işler	
1298	çıkarttırıyoruz onlara, farklı üretimler. Zaten farklı ürünler biraz da	
1299	boşluktan hani farklı çeşitler, spesiyaller yaptık.	

EK 2 - İÇERİK ANALİZİ TABLOSU

Sosyal Sermaye Boyutları ile İlgili Yapılan Görüşmeler Neticesinde İlk 5 Kadın Girişimciye Ait Söylemlerin Kodlanması*

SOSYAL SERMAYE BOYUTLARI	AKTÖRLER				
	KG1 Müzik ve Sanat Okulu Sahibi	KG2 Yurtdışı Danışmanlık ve Dil Okulu Sahibi	KG3 Kurumsal Firma Bölge Ortağı	KG4 Bina Tesis Yönetimi/İstihdam Ofisi Sahibi	KG5 Gıda Üretim ve Restaurant Hizmetleri Sahibi
Finansal Destek	48-56	305-312	577-581	900- 902, 905-908	1151-1153, 1156-1157
Sosyal Destek	67-74, 239-241	421-427	588-589	910-911, 913, 921-926, 1035-1041, 1048	1164-1165, 1177-1179, 1287-1290
Karşılaşılan Zorluklar	45-48, 85-89, 257-261	318-320, 443-446	593-596, 597-598, 603-607, 743-744	918-919, 931-934, 1051-1053	1182-1183, 1337-1340
Kadın Girişimcilik Algısı	138-141	354-357	627-631	950-957	1199-1200, 1201-1202
Memnuniyet	272-273, 276-278	451-454	757-762, 776-779	1058-1061	1361-1363
Sosyal Ağ	123-130	339-341	609, 619-620	936-940	1186
Katılım	172-175, 178-180, 186-187	370-373	646-651	971-978, 994-1001	1213-1215, 1219-1220
Güven	223-225, 227-228	403-404, 410-413, 454-455	699-702, 707-708, 731-735	1015	1304-1305

*Sayılar görüşme metnindeki satır numaralarını ifade etmektedir.

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI	Gözde TOPRAKCI ALP
Doğum Yeri - Tarihi	Antalya – 10.05.1991
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Antalya Muratpaşa Anadolu Lisesi
Lisans Diploması	İstanbul Üniversitesi / Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Tezsiz Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi / Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Tezsiz YL
Proje Konusu	“Turizmde Tüketici Değerinin Yeşil Satın Alma Davranışına Etkisi: Yeşil Yıldızlı Bir Otel İşletmesinde Uygulama”
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
İŞ DENEYİMİ	
Stajlar	Antalya SGK İl Müdürlüğü - İK / 2013
Projeler	Erasmus + AB Projesi Sağlık Sektöründe Sendikacılık ile İlgili Yetişkin Eğitimi Projesi - 2016
Çalıştığı Kurumlar	AKGİM Akdeniz Üniversitesi Girişimcilik ve İş Geliştirme Uygulama ve Araştırma Merkezi - (Yarı zamanlı statüde çalışma) - 2016-2017-2018.
E-Posta	toprakcigoz@gmail.com