
SOSYAL SERMAYE OLARAK KADIN GİRİŞİMCİLER: MERSİN ÖRNEĞİ

Dr. Nalan YETİM

Mersin Üniversitesi, Fen – Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü
nalanyetim@mersin.edu.tr.

ÖZET

Bu çalışmanın amacı sosyal sermaye olarak kadın girişimcilerin niteliklerini ve yeterliliklerini belirleyebilmektir. Kadınların sosyo-demografik özellikleri, kişisel karakteristikleri, işlerini kurma ve sürdürme aşamalarında bilgi ve beceri sağlama kaynakları olarak ele alınmıştır. Araştırma, Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı 224 kadın girişimci ile gerçekleştirilmiştir. Girişimcilerle yüz yüze görüşmeler yapılmış ve anket formu uygulanmıştır. Araştırmaya katılan kadın girişimciler, farklı sosyal sermaye kaynaklarını hem iş kurma hem de sürdürme aşamalarında harekete geçirebilmekte ve girişimcilik nitelikleri ile bütünleştirebilmektedir. Kadınlar informal ve kurumsal kaynakları girişimcilik faaliyetlerinde kullanmaktadır. Kadınların özellikle kurumsal bilgi kanallarını kullanabilme yeterlilikleri, dayanışmayı arttırarak örgütlenmeyi desteklemektedir.

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine the efficiency and proficiency of the women entrepreneurs as a source of social capital. The sources of social capital considered in this study are women's socio-demographic and personal characteristics and the sources of information and skills employed during the stages of establishing and operating their businesses. This study has been conducted with 224 women entrepreneurs who have been registered by Mersin Union of Chambers of Tradesman and Artisans. The data gathered by asking some key questions to participants and giving them a constructed questionnaire within face

to face interview sessions. It has been found that women entrepreneurs could use variety of social capital resources both setting up and maintaining their business, and integrate these resources with their entrepreneurial characteristics. It should be noted that their abilities to use formal and informal information resources can support and activate solidarity feelings among them, and increase their intentions to be organized within the women associations.

GİRİŞ

Kadın girişimciliği genel olarak istihdam ve kadın istihdamının özel bir alanıdır. Türkiye’de 1980’li yıllardan itibaren kadınların işgücüne katılımı konusunda yapılan çalışmalar yoğunluk kazanmıştır. Kadınların istihdamına yönelik olan bu ilgi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde benimsenen ihracata yönelik kalkınma stratejileri ile yakından ilişkilidir. Gelişmekte olan ülkelerin ithal ikamesi politikasında yaşanan sorunlar, yurt içi kaynak kullanarak küresel pazarla bütünleşme yollarının aranmasına neden olurken, kullanılan girdiler açısından ithalata bağımlı olmayan emek yoğun sektörlerin ve bu sektörlerde istihdam edilen “kadın emeği” nin önemini arttırmıştır.

Kadının işgücüne katılımı ile ilgili çalışmalar, 1980’li yıllara kadar ekonomik büyümeye katkıları açısından olumlu olarak değerlendirilmeyen, küçük işletme girişimciliğinin desteklenmesi ile de bağlantılıdır. Bu yıllardan itibaren küçük işletme girişimciliği, Üçüncü Dünya ülkeleri açısından yoksulluktan ve işsizlik sorunlarından kurtulmanın bir yolu olarak ele alınmıştır. Üçüncü Dünya Ekonomilerinde küçük girişimciliğin tarım ve sanayi kesimlerinin dışına taşan bir öneminin

olduğu, bakım-onarım, ticaret, ulaşım ve diğer hizmet kesimlerinde bu olgunun sanayi kesimine oranla daha önemli bir yer tuttuğu vurgulanmıştır (Ayata, 1987:11). Bu çerçevede siyasal, ekonomik ve toplumsal gerekçelerle küçük girişimciliğin yaygınlaştırılması, geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yeterliliklerin sağlanması yönündeki eğilimler ve bunları destekleyici uygulamalar giderek yoğunluk kazanmıştır. Küçük işletme girişimciliğinin desteklenmesi ile ilgili politikalar, üretimde ortaya çıkan esnek üretim tartışmalarıyla yeni bir içerik kazanmış, istikrarsız pazarlara ve değişen tüketiciler tercihlerine yanıt verebilmede küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin önemi artmıştır. Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler büyük firmalara oranla daha kolay ve çabuk değişime geçebilme ve pazarlama-teknoloji etkileşimiyle değişen ve çeşitlenen tüketici tercihlerine hemen yanıt verebilme özelliklerini taşımaktadır (R.Tatlıdil ve Candemir, 1998:10). Ancak gelişmekte olan ülkelerde esnek üretimin gerçekleştirilmesi ve küresel pazarla bütünleşebilme yeterliliği, genellikle ucuz işgücü ile birlikte değerlendirilmiş, emeğin kayıt dışı istihdam edilmesi üretimin maliyetini azaltan bir unsur olarak ele alınmıştır. Bu durum kadının enformel sektör içinde yerinin sorgulanmasına ve Türkiye’de kadınların güvencesiz, düzensiz ve düşük ücretli işleri kabul etme nedenlerinin belirginleştirilmesine neden olmuştur.

Türkiyede kadın girişimci çalışmalarının yapılmasında, gelişmiş ülkelerden başlayarak artış gösteren kadın girişimci sayısı ve AB, OECD, BM gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini destekleyici ve yaygınlaştırıcı politikalar izlemesi etkili olmuştur. Buna rağmen Türkiye’de girişimci kadınlar üzerine ancak 1990’lı yıllardan itibaren çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Sosyal sermaye kavramı da, özellikle 1990’lı yıllardan itibaren sosyal bilimlerde ilgi alanı haline gelmiştir. Ekonomik gelişmede insan sermayesinin yanı sıra kültüre özgü olan sosyal sermayenin (social capital) niteliği belirleyici olmaktadır. Sosyal sermaye, girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri ve sosyal ilişki ağlarıyla ortaya çıkardığı kaynaklar birikimidir. Bu çerçevede araştırmanın amacı, kadın girişimcilerin sosyal sermaye olarak niteliklerini ve yeterliliklerini tanımlayabilmektir.

GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL SERMAYE

Girişimcilik üzerine yapılan çalışmaların çoğunda farklı tanımlamalar geliştirilmekte ve yapılan bu

tanımlamalar aracılığıyla girişimcilerin ortak kişilik özellikleri belirginleştirilmektedir. Girişimcilik faaliyetini kolaylaştıran ve girişimci olmaya izin veren kişilik özelliklerinin neler olabileceği ve nasıl olması gerektiği yönünde yapılan çalışmalarda genellikle yaratıcılık, rekabetsizlik, başarı yönelimli olma, risk alma gibi atıflarda bulunmaktadır. Bu çerçevede girişimcilik sadece ekonomik faaliyet alanı olarak değil, başarı gereksinimine dayalı bir kişilik yapısı olarak ele alınmaktadır (McClelland, 1961). Girişimciler yenilikçi, yaratıcı, risk alan, ortaya çıkan fırsatları maksimum ölçüde değerlendirebilen özellikleri ile ekonomik gelişmeye dinamizm kazandıran, yeni firmaları kuran ve geliştiren bireysel aktörler olarak öne çıkmaktadır.

Bununla birlikte son dönemlerde girişimciliği kişiye özgü karakteristiklerle açıklamanın dışında, bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri ile birlikte değerlendiren çalışmalar da yoğunluk kazanmıştır. Bölgelerin sosyo-ekonomik özellikleri ile girişimcilik arasında oldukça belirgin ilişkiler bulunmaktadır (Gartner, 1985; Zapalska ve Fogel, 1998). Bu bağlamda girişimcilik bireyin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik ve kültürel yapının bir ürünüdür. Aile, toplumsal davranış örüntüleri, eğitimin kalite ve düzeyi ile genel ekonomik koşullar, bireyin girişimcilik ruhunu geliştirmesini ve sahip olduğu girişimci niteliklerini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir (KSSGM, 2000;10). Herhangi bir bölgenin küresel pazarlara açılmasında politik karar mekanizmaları, ülkede izlenen ekonomik politikalar, finans yapısı, teknolojik donanım gibi faktörlerin yanısıra sosyal ve kültürel süreçlerin de önemli etkisi bulunmakta; sosyal bir sermaye olarak kültürün etkili bir şekilde değerlendirilmesi yerel ve ulusal düzeyde yeni yapılanma eğilimlerinin uygulanmasını kolaylaştırmaktadır.

Fransız Sosyolog Pierre Bourdieu tarafından geliştirilen sosyal sermaye kavramı James Coleman (1990)’ın “Foundations of Social Theory” adlı eserinde genişletilmiş ve ekonomik gelişme sorunu ile ilişkilendirilmiştir. Sosyal sermaye kavramı farklı anlamları içermektedir. Örneğin, sosyal sermaye belli bir bağlamdaki eylemleri kolaylaştıran sosyal etkileşimler, sosyal bağlar, güven ilişkileri, değer sistemleri gibi farklı toplumsal alanları kapsayacak şekilde tanımlanmaktadır (Anderson ve Jack, 2002; 193-194). Yine bir organizasyon açısından sosyal sermaye, sosyal ve kültürel ilişkiler yoluyla elde edilen kaynaklar anlamını taşıyabilmekte, sosyal ve kültürel ilişki örüntülerinin küresel üretim süreçlerine uyum sağlamayı kolaylaştıran ya da engelleyen etkileri bulunabilmektedir (Granovetter, 1985; 481-510, Trigilia, 2001;429).

Sosyal sermaye, değişme ve gelişmede yer alan diğer sermayelerin kalitesini biçimlendiren bir etkiye sahiptir. Girişimcilerin ve işletmelerdeki üst düzey yöneticilerin karakteristikleri, sosyo-demografik nitelikleri bir sosyal sermaye kaynağıdır (Hambrick ve Mason, 1984; 193-206). İşletmelerin başarısında ve yenileşmesinde uygun sosyal sermaye kaynaklarına sahip girişimciler oldukça önemlidir. Özellikle girişimcilerin demografik özellikleri, istikrarsız ekonomik ve çevresel koşullar altında firmaların başarısını etkileyen sosyal sermaye kaynaklarıdır. (Grimm ve Smith, 1991:557). KOBİ'lerde sosyal sermaye girişiminin eğitim düzeyi, cinsiyeti, etnik kökeni, yönetim ve iletişim becerisi ile ilişkilidir (Cooper ve ark.,1994:390). Bununla birlikte girişimciler, iş kurma ve iş genişletme kararlarında sosyal ilişkilerini kullanmaktadır (Granovetter, 1985). Girişimciler iş sürecini planlamada, işle ilgili kararlarına destek almada, arkadaş, akraba gibi sosyal destek mekanizmalarını harekete geçirebilirler. Bu boyutta ele alındığında sosyal sermaye girişimcilerin amaçlarına erişmesini kolaylaştıran ilişki kaynaklarıdır (Lin, 1999, Portes, 1998). Özellikle küçük işletmelerin kuruluş aşamasında girişimcilerin sosyal sermaye kaynakları arasında aile ve akrabalığın rolü oldukça belirgindir (Greve ve Salaff, 2003: 2-4). Bu çerçevede girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri ve girişimsel amaçlarına katkıda bulunan sosyal bağlantıları, sosyal sermaye kaynakları olarak ele alınabilir. Bu sosyal bağlantılar aracılığıyla girişimcilerin işbirliği ilişkileri geliştirmeleri, dayanışma ve örgütlenme zeminlerini hazırlayabilmektedir. Sosyal sermaye kadın girişimcilerin, iş kurma ve işi sürdürme aşamalarında kullandıkları ve sosyo-kültürel ilişkiler yoluyla edinilmiş kaynaklar bütünüdür.

Girişimci Kadınlar

Dünya genelinde 1980 li yıllardan itibaren kadın girişimciliği farklı disiplinlerin ilgi alanı haline gelmiştir. Kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalar, genellikle kadınların sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi, iş kurma nedenleri, işi kurma ve sürdürmede karşılaştıkları sorunlar, örgütlenme eğilimleri üzerine odaklanmaktadır. Aynı zamanda bu çalışmalarda, kadın girişimcileri erkek girişimcilerden ayıran özellikler de ele alınmıştır (Hisrich ve Peters, 1989).

Kadın girişimcileri tanımlayan kişisel karakteristikler, dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve amaç yönelimli olmalarıdır. Ayrıca girişimcilik faaliyetini sürdüren kadınlar hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme gibi özellikler çerçevesinde de betimlenmektedir. Kadın

girişimciler erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında, genelde aralarında benzerlikler bulunmasına rağmen kadın girişimciler farklı güdülere, iş hüneri düzeyine ve mesleki geçmişe sahiptir (Çelebi, 1997:19). Erkek girişimciler, genel olarak 25-35 yaş arasında ilk işlerini kurarken, kadın girişimciler girişimci olabilecek potansiyellere ancak 35-45 yaşlar arasında ulaşabilmektedir. Yine erkek girişimciler ilk işlerini genellikle imalat ve inşaat sektörlerinde kurmalarına karşın, kadın girişimciler, hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler alanlarında ilk işlerini kurmaktadır (Hisrich ve Peters, 1989: 66). Kadınların cinsiyet rolleri esas alınarak, kadına özgü ve erkeğe özgü olarak tanımlanabilecek işler konusunda da ayrımlaşmalar bulunmaktadır. Sektöre giriş kolaylığı, daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle, girişimci kadınlar genellikle hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir. Ayrıca bu sektörlerde yürütülen faaliyetler, kadına iş ve aile yaşamını dengeleme olanağı sunabilmektedir. Bu nedenle imalat sektöründe kadın girişimci oranı oldukça sınırlı kalmakta, bu sektörde faaliyet gösteren kadınlar genellikle erkek ortaklarla birlikte çalışmaktadır (Yetim ve Tatlıdil, 2004).

Kadınların iş kurma nedenleri, "itme ve çekme" faktörleri çerçevesinde ele alınabilir. Kadınları iş kurmaya "iten faktörler" arasında ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanan işsizlik sorunları, kadınlara uygun olmayan iş koşulları ve kadınların özellikle ücretli işlerde cinsiyet ayrımcılığına uğramaları sayılabilmektedir. Farklı ülkelerde yapılan çalışmalarda kendi hesabına çalışan kadınların sayısındaki artış ile ülkelerin yapısal işsizlik sorunlarını ilişkilendiren araştırmalar yapılmıştır. (Aronson, 1991). Granger ve ark. (1995), kadınların ekonomik zorunluluklar nedeniyle girişimci olduklarını; esnek istihdam politikaları ve işçi azaltımının, kadınları küçük işyeri sahibi olmaya ittiğini vurgulamıştır. Bunun aksine, bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme isteği, kendi işinin patronu olma, aile ve iş sorumluluğu arasındaki dengeyi kurma isteği ise kadınları iş yaşamına "çeken" faktörler arasında yer almaktadır (Cohen ve Mallon, 1999). ABD' de yapılan çalışmalarda kendi hesabına çalışan kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri arasında bağımsızlık isteği, kararları kontrol edebilme isteği gibi çekme faktörlerinin geçerli olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede kadınlar , genel olarak girişimsel amaçları yönünde iş kurmakta, yalnızca çok az sayıda kadın ücretli çalışmada yaşanan cinsiyete bağlı ayrımcılık nedeniyle iş kurduğunu belirtmektedir (Hughes, 2003:435-36). Bu bağlamda kadını girişimci olmaya hem iten ve hem de çeken farklı faktörler bulunmakta ve her iki faktör de farklı ülkelerde yapılan çalışmalarda geçerliliğini korumaktadır.

Türkiye’de Kadın Girişimciliği

Gelişmiş ülkelerde kadın girişimcilere yönelik çalışmalar görece daha yoğun olmasına karşın Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır (Allen ve Truman, 1993). Bu durum özellikle geçiş ekonomilerinde kadın girişimcilerin rolünün anlaşılmasında problem oluşturmaktadır (OECD, 1993). Türkiye’de kadın girişimciliği 1970’de yaşanan ekonomik bunalım sonrası yapısal dönüşümlerden ve IMF, Dünya Bankası gibi uluslararası finans kuruluşlarının üçüncü dünya ülkelerine önerdiği yapısal uyum politikalarından etkilenmiştir. Oysa, Türkiye’de 1950’li yıllardan itibaren kadınlar üzerine yapılan çalışmalarda savunulan tez, kadınlar için ev dışında çalışmanın birincil amaç olmadığı, kadınların bu durumu zorunlu ve geçici olarak değerlendikleri, esas bulunmak istedikleri alanın ev, yapmak istedikleri faaliyetlerin ise ev kadınlığı ve annelik olduğu yönündedir. Kadınların kentsel ekonomik faaliyetlere niçin az katıldıkları, genellikle, aile içindeki rol, bu role bağlı tercihler ve aile içindeki ataerkil ilişkilerle açıklanmıştır (Ecevit, 1995:119). Türkiye’de yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen stratejilerden biri de kadınların kendi başlarına küçük iş yeri kurma girişimleridir (Ecevit, 2000:122-23). Türkiye’de kadınların küçük girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi ve kadınlar arasında küçük işyeri kurma eğiliminin artması, farklı nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki, kadınların haneye ek gelir sağlayabilmek amacıyla, kendi niteliklerini kullanarak, küçük işyerleri kurmalarıdır. İkincisi, yine hane gelirlerindeki azalışa paralel olarak kadınların herhangi bir ücretli işte çalışma isteklerinin artışıdır. Ancak, Türkiye’de özellikle başvurulan işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şansları son derece zayıftır. Bu nedenle, kendi hesabına çalışma, ücretli bir işte çalışmak isteyip bu tür bir iş bulamayan kadınların başvurdukları bir seçenek olarak ele alınmaktadır (Ecevit, 1998, 65-67). Türkiye’de kadınların girişimci olma nedenlerini açıklayan bu faktörler, kadınların daha özgürlükçü ve eşitlikçi değerlere sahip olmaya başladıkları, kendilerine güvenli oldukları, çeşitlenen mal ve hizmet piyasasında kendilerine daha uygun işler bulabildikleri yönündeki, girişimciliğe çeken faktörleri değil, aksine ülkenin makro ekonomik koşullarının hane halkı geliri üzerinde yarattığı olumsuz etkileri dikkate almaktadır.

Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren yapılan çalışmalarda iş kadınlarının yarısından fazlasının ticaret sektöründe girişimci olduğu bulgulanmıştır. Girişimci kadınlar genellikle 30-39 yaş diliminde yer almakta ve yarısına yakınının eğitim düzeyi

sadece lise eğitimi düzeyinde kalmaktadır. Yapılan çalışmalar girişimci kadınların genellikle kentli olduklarını belirlemiştir (Çelebi, 1993:37). Türkiye’de girişimci kadını belirleyen temel karakteristikler ise kendine güvenli, cesaretli ve sabırlı olmalıdır (Ufuk ve Özgen, 2001:307). Kadınlar, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kardan çok sosyal itibara önem vermekte, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadır (Ertübey, 1993).

Genel olarak Türkiye’deki kadın girişimci çalışmalarındaki en temel sorunlardan biri, “girişimci kadın” tanımlamasından kaynaklanmaktadır. Girişimci kadın kategorisi içinde kimlerin dahil edilmesi, kimlerin dışında bırakılması gerektiği üzerine henüz bir ortaklık sağlanabilmiş değildir (Ecevit, 1993:17). Bu nedenle Türkiye’de yapılan kadın girişimci çalışmalarında, girişimci kadının kim olduğu ve nasıl tanımlanabileceğinin netleştirilmesi gerekmektedir. DİE ‘nin kadın girişimci sınıflamaları da dikkate alınarak; iş kadınları, işteki durumu işveren veya kendi hesabına çalışan şeklinde belirlenen, işinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş olan, işinin başında fiilen bulunan, sunduğu ürün ve hizmetin fiyatı arz-talep ilişkisi içinde belirlenen kadınlardır (Çelebi, 1993: 36). DİE sınıflamalarında kadın girişimciler “kendi hesabına çalışan” ve “işveren” statüsünde belirlenmiştir. Türkiye’de tarım dışı faaliyetlerde kendi hesabına ve işveren olarak çalışan kadın sayısı 2001 yılında 194 bin iken, 2003 yılında bu oran 205 bine yükselmiştir. Bu veriler çerçevesinde kadınların işveren ve kendi hesabına çalışma statüleri ile eğitim durumları birlikte değerlendirildiğinde, işveren kadınlar arasında okuma yazma bilmeyen ve yalnızca okur-yazar düzeyde kadın bulunmamaktadır. İlkokul mezunu 7 bin, ortaokul mezunu 2 bin, Lise mezunu 7 bin, lise dengi meslek lisesi mezunu 2 bin, yüksekokul veya fakülte mezunu 18 bin kadın bulunmaktadır. Oysa kendi hesabına çalışan kadınlar değerlendirildiğinde, bu kadınların eğitim düzeyi işveren kadınlara oranla oldukça düşüktür. Kendi hesabına çalışan kadınlar arasında 30 bin kişi okur-yazar değildir. İlkokul mezunu kendi hesabına çalışan kadın sayısı 78 bin, ortaokul mezunu 11 bin, lise ve dengi okul mezunu 22 bin, yüksekokul veya fakülte mezunu ise 18 bindir (DİE, 2003). Kadınların eğitim olanaklarından yeterince yararlanamamaları, kadınların girişimcilik konusundaki yeterliliklerini etkileyebilmektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın amacı kadın girişimcilerin sosyal sermaye kaynağı olarak karakteristiklerini belirleyebilmektir. Bu çerçevede araştırmanın evrenini Mersin’de girişimcilik faaliyeti sürdüren kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmada kadın girişimci tanımı aşağıda belirlenen nitelikler dikkate alınarak yapılmıştır.

-Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir veya bir kaç işyeri olan

-Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve-veya işin sahibi olma sıfatıyla ortaklık kuran,

-Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan, yaptıran,

-İş ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,

-İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,

-İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadınlar, girişimci statüsünde değerlendirilmiştir (Ecevit, 1993:20).

Araştırmanın örneklemini Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı kadın girişimciler oluşturmaktadır. Bilindiği gibi Mersin, AB Komisyonu Türkiye Temsilciliği ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu tarafından yürütülen “Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi” projesinde seçilen beş pilot ilden birisidir. Bu proje kapsamında kadınlara girişimci niteliklerinin kazandırılması ve halihazırdaki kadın girişimcilere gerekli olan eğitimlerin verilmesi amaçlanmıştır. Mersin’de bu proje kapsamında Mesleki Eğitim ve Teknoloji Merkezi (METEM) kurulmuştur. Yaklaşık iki yıldır süren proje 2004 Mart ayı itibarıyla sonuçlanmış ve 300’ü aşkın kadın girişimci ve girişimci adayı eğitimden yararlanmıştı.

Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı kadın girişimci sayısı 2004 Ocak ayı itibarıyla 4991’dir. Ancak şunu hemen belirtmek gerekir ki, Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odasından edinilen kadın girişimci listesine göre, ilk bakışta kadına özgü olarak tanımlanamayacak meslek grupları söz konusudur. Örneğin elektrik tesisatçısı, matbaacı, nakliyecisi, mobilya döşemecisi gibi daha çok erkek cinsiyetle birlikte değerlendirilen işlerin sayısı 853’tür. Bu çerçevede kendi hesabına işyeri görünen bir çok kadın, ailenin erkek üyeleri için bir paravan olmaktadır. Ayrıca, listede “iyi tanımlanmamış işler” kategorisinde 84 kadın girişimci belirlenmiş ve 250’den daha fazla sayıda

iş yerinin kapandığı da saptanmıştır. Tüm bu veriler gözönünde bulundurularak listedeki 3804 kadının, kadın girişimci özelliklerini taşıyabileceği varsayılmıştır.

Araştırma, METEM’in sunduğu eğitim olanaklarından yararlanan, halihazırda girişimci olan ve listeye kayıtlı 30 kadın girişimci ve kadınların faaliyette buldukları sektörler dikkate alınarak tesadüfi olarak seçilmiş 194 kadın girişimci olmak üzere toplam 224 kadın girişimci ile gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede listeye kayıtlı 3804 kadından yaklaşık %6’sı örnekleme dahil edilmiştir. Girişimci kadınların %37,5’i hizmet sektöründe, %51,8’i ticaret sektöründe, %10,7’si ise imalat sektöründe faaliyette bulunmaktadır. Genel olarak kadın girişimcilerin ticaret ve hizmet sektöründe ağırlıklı olarak yer alması, Türkiye’de yapılan diğer kadın girişimci çalışmalarıyla paralel nitelik taşımaktadır.

Araştırmanın uygulamaları Ocak-2004 ve Şubat-2004 tarihleri arasında yürütülmüştür. Araştırmanın verileri, 32 sorudan oluşan bir anket formu aracılığıyla ve yüzyüze görüşmeler sonucunda sağlanmıştır. Araştırmanın ilk adımında tesadüfi olarak seçilen 20 kadın girişimci ile pilot bir çalışma gerçekleştirilmiş ve kadınlarla yapılan derinlemesine görüşmeler sonucu gerekli düzenlemeler yapılarak soru kadınının son şekli verilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde, SPSS 10.00 formu kullanılmıştır.

SOSYAL SERMAYE OLARAK KADIN GİRİŞİMCİLER

Mersin’deki kadın girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri, iş kurma nedenleri, iş kurma aşamasında kullandıkları sosyal destek mekanizmaları, kendilerini tanımladıkları karakteristikler ve örgütlenme eğilimleri gibi farklı özellikleri, girişimciliği biçimlendiren ve kadına özgü girişim anlayışını özelleştiren sosyal sermaye faktörleri olarak ele alınmıştır.

Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri

Girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri, hem iş kurma hem de işi sürdürme süreçlerinde önemli sosyal sermaye kaynaklarıdır. Girişimcilerin yaş, cinsiyet, eğitim gibi demografik özellikleri, girişimci kimliğinin ve kültürünün oluşturulmasında belirleyici rol oynamaktadır. Araştırma kapsamında bulunan kadın girişimcilerin çoğunluğu 36-45 (%33,9) ve 26-35 (%28,6) yaş kategorilerinde yer almaktadır. Dolayısıyla kadınlar girişimci olabilmek potansiyellerine ancak orta yaş

aralığında sahip olabilmektedir. Girişimsel eylemin gerçekleşmesi için gerekli olan, sermaye ve deneyim, ancak bu yaş dilimlerinde sağlanabilmektedir. Kadınların genellikle ücretli olarak bir işte çalıştıktan sonra kendi işini kurması da, kadın girişimci yaşını orta yaş civarına çekebilmektedir. Ayrıca özellikle 36 yaş ve sonrasında iş kuran kadınların çocuklarını büyütmiş olmaları ve ücretli bir iş sonrasında emekli olan kadınların emeklilik sonrası yeni bir iş kurmaları, girişimci yaşının orta yaş olarak belirginleşmesinde açıklayıcı nedenler olabilmektedir (Ecevit, 1996:29). Benzer şekilde Türkiye’de kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalar, kadınların orta yaş diliminde yoğunlaştığını vurgulamaktadır (Çelebi, 1997; Ufuk ve Özgen, 2001; Yetim ve Tatlıdil, 2004).

Kadın girişimcilerin yarısından fazlasının (%58,9) kent doğumlu olması, araştırmada elde edilen bir diğer bulgudur. Mersin kenti yoğun göç almasına karşın kadınların kentli olması, dikkat çekici bir olgudur. Hızlı kentleşmenin, endüstrileşmenin bir önkoşulu olarak kabul edilmesine paralel olarak, geleneksel sektör ya da kırsal geçimlik sektör içinde yer alan kadının, kentsel endüstri sektörü içinde bütünleşmesinde sorunlar yaşanmaktadır. Ayrıca, tarım dışı üretim ve hizmet faaliyetlerinin yoğun olarak bulunduğu kentlerde tarımsal üretim faaliyeti dışında kırsal kesimden gelenlerin istihdam edilme problemi yaşanmaktadır (E.Tatlıdil, 1987:52-53). Kentleşme, kadınların girişimci olmasını sağlayan olanakların edinilmesinde önemli bir süreçtir. Kadınların yaklaşık %52’si Mersin doğumlu iken, %48’i farklı kentlerden Mersin’e göç etmişlerdir. Mersin’e göç yoluyla gelen kadın girişimcilerin %92’si, 1980 yılı ve sonrasında Mersin’e göç etmişlerdir. Mersin kentine göç yoluyla gelen girişimci kadınların %67’si, babasının ve eşinin tayini, evlilik gibi ailelerinden kaynaklanan gerekçelerle, %33’ü ise, iş olanağı bulabilmek, terör, güvenlik gibi farklı gerekçeler çerçevesinde göç etmişlerdir.

Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin medeni durumları değerlendirildiğinde, kadınların %83,9’u evlidir ve %33,9’u iki çocuklu, %35,7’si ise üç çocukludur. Kadın girişimcilerin ortalama çocuk sayıları iki ve üç çocuk olarak belirginleşmektedir.

Girişimci kadınların eğitim durumları değerlendirildiğinde, yaklaşık %43’ünün lise ve dengi okul mezunu olduğu dikkat çekmektedir. Üniversite mezunu olan kadın girişimci oranı ise %26,8’dir. İlkokul mezunu kadın girişimciler %19,6, ortaokul mezunu girişimciler ise %10,7 olarak belirginlik kazanmaktadır. Lise mezunu kadın girişimci oranının yüksekliği, lisans eğitimi

aracılığıyla meslek sahibi olamamış kadınların, girişimci olmayı ekonomik ve sosyal yaşamla bütünleşmenin bir yolu olarak değerlendirmesiyle açıklanabilir. Ayrıca Türkiye’de kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalarda, üniversite veya benzeri yükseköğretim mezunu kadın girişimcilerin oranı %15 olarak belirlenmiştir (Ufuk ve Özgen, 2001:302). Mersin’de üniversite mezunu girişimci kadınların fazlalığı, kentteki ücretli işgücü piyasasıyla açıklanabilir. Kadınlar kendi mesleklerine uygun ücretli işgücü katılımını gerçekleştirememekte ve bu nedenle kendi işyerlerini kurmaya yönelmektedir.

Kadın girişimcilerin %50’sinin babası, %57’sinin annesi ilköğretim mezunudur. Kadınların baba mesleği, esnaf ve sanatkar (%21,4), serbest meslek (%19,6) ve çiftçi (%21,7) gibi farklı meslek gruplarını içermektedir. Babanın esnaf, sanatkar ya da serbest meslek sahibi olması, kadınların girişimci eğilimlerini teşvik etmiş olabilir. Girişimci kadınların annelerinin %86’sı ev hanımıdır. Bu nedenle girişimci kadınlarda anne aracılığıyla edinilmiş girişimci karakteristikleri bulunmamaktadır.

Evli kadın girişimcilerin eşlerinin mesleği esnaf – sanatkar (%32,1), serbest meslek (%19,1) ve memur (%17,1) gibi meslek gruplarında yoğunlaşmaktadır. Kadın girişimciler genellikle kendi işinin sahibi olma boyutunda eşleriyle benzer özellikler sergilemektedir. İş sahibi kadınların yarısından fazlasının kendi işini kurmuş veya profesyonel mesleklerde çalışan erkeklerle evli oldukları, yapılan diğer çalışmalarda da elde edilen bir sonuçtur (Hisrich ve Öztürk, 1999).

Kadın Girişimcilerin Kişisel Karakteristikleri

Araştırmada kadın girişimcilerin sahip olabilecekleri özellikler üç boyut altında değerlendirilmiştir. Bunlardan ilki girişimci olmaktan, girişimsel kültürü paylaşmaktan kaynaklanan ve cinsiyetten bağımsız olarak girişimcilikle bağlantılı girişimsel kişilik özellikleridir. Bunlar, yenilikçilik, saldırgan tahakküm ve yaratıcı yıkıcılık kavramları gibi kişisel karakteristiklerle ilişkilidir. Motivasyon alanında öncü çalışmaları ile bilinen McClelland (1986), girişimciliği başarı gereksinmesi ve güç istemi ile açıklamaktadır. Benzer bakış açısıyla Lumpkin ve Dess (1996), girişimcilikte gerekli boyutları rekabetçi saldırganlık, özerklik, yenilikçilik, aktif olma olarak belirlemektedir. İlgili yaklaşımların tamamında girişimcilik, cinsiyetten bağımsız, hem kadın hem de erkekler için geçerli olan ideal kişilik özelliklerini içermektedir. Bu yöndeki kişisel özelliklere ek

Tablo 1 Girişimci Kadınların Kişisel Karakteristikleri

Kadın Girişimcilerin Kişisel Karakteristikleri	Tercih Edenler		Tercih Etmeyenler		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
İyi İletişim Kuran	144	64,3	80	35,7	224	100
Kendine Güvenli	124	55,4	100	44,6	224	100
Problemleri kolaylıkla çözebilen	115	51,3	109	48,7	224	100
Yaratıcı	112	50	112	50	224	100
Yenilikçi	100	44,6	124	55,4	224	100
Hoşgörülü	96	42,9	128	57,1	224	100
Risk Alan	80	35,7	144	64,3	224	100
Çevresinde Saygın Biri	76	33,9	148	66,1	224	100
Çevresindeki Kaynakları ve İlişkileri İyi Değerlendirebilen	60	26,8	164	73,2	224	100
Özverili	56	25	168	75	224	100
Akılcı	56	25	168	75	224	100
Koruyan-Gözetken	52	23,2	172	76,8	224	100
İşbirliğine Yönelik	48	21,4	176	78,6	224	100
Akrabalarının ve Yakın Çevresinin Desteğini Kazanmış	44	19,6	180	80,4	224	100
Duygusal	44	19,6	180	80,4	224	100
Bağımsız	40	17,9	184	82,1	224	100
Rekabetçi	24	10,7	200	89,3	224	100

olarak, risk alma, fırsatları değerlendirme gibi çeşitli eğilimler de girişimcilikte etkili olmaktadır. (Carland, Hoy ve Carland, 1988; Stearns ve Hills, 1996). Bu çerçevede araştırmamızda, “kendine güven”, “yaratıcılık”, “yenilikçilik”, “risk alma”, “akılcılık”, “bağımsızlık” ve “rekabetçilik” gibi özellikler girişimsel kişilik eğilimleri olarak değerlendirilmiştir (Tablo 1).

Girişimciliğin salt bireysel özelliklerle açıklanamayacağı; sosyal yapı, değerler ve kültürel özelliklerin girişimciliğin önemli bir yanını oluşturduğu görüşü, günümüzde geçerlik kazanmıştır. Örneğin Doğu toplumlarında prestij, güçlü olma ve nüfuz etme açısından en uygun mesleğin girişimcilik olduğu ortaya çıkmaktadır (Begley ve Tan, 2001). Tüm bu özellikler, girişimciliği belirleyen karakteristikler olarak, sosyal uyumu koruma, iyi ilişkiler kurma, sosyal prestij, onur, toplumsal onay, yakın çevre desteği gibi sosyo-kültürel değerleri öne çıkarmaktadır. Bu çalışmada sosyo-kültürel değerlerle ilgili girişimci karakteristikleri olarak, “çevresinde saygın biri”, “çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilen”, “koruyan-gözetken”, “işbirliğine yönelik”, “akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış” gibi eğilimler ele alınmıştır.

Araştırmada ele alınan diğer bir boyut ise kadın girişimcilerin cinsiyet rolleri ile ilişkilidir. Kadın girişimcilerle bağlantılı olarak, girişimciliğin bazı

özellikleri ile toplumsal cinsiyet rollerinin çakışması sözkonusudur. Bu açıdan “iyi iletişim kurma”, “problem çözme”, “uzlaşma eğiliminde olma” gibi daha çok kadına özgü olarak değerlendirilen rollerin, girişimcilik için de önem taşıdığı belirtilmektedir (Ufuk ve Özgen, 2001). Girişimcilik bir anlamda organizasyon içinde ve dışında güçlü ilişkiler kurabilme, tarafları ikna edebilme ve yönetebilme davranışlarıyla açıklanabilir. Sözü edilen davranışların tamamı iletişim kurma ve sürdürme becerisine dayalıdır. İletişim kurma ve ikna yeteneği açısından kadınların erkeklere oranla daha yeterli olduklarına ilişkin kanıtlar bulunmaktadır. Girişimcilik ve yöneticiliği belirleyen en temel özelliklerden biri problem çözme, sorunları yeni anlayışlarla en aza indirmedir. Problem çözmeye, özellikle insanlar arası ilişkilerde yaşanan sorunlara çözüm getirme açısından kadınların daha yetenekli oldukları öne sürülmektedir (Eagley ve Johnson, 1990). Böylece kadın girişimcilerin toplumsal cinsiyet rollerinden bazılarının girişimciliği desteklediği belirtilebilir. Bu özellikler araştırmamızda “iyi iletişim kuran”, “problemleri kolaylıkla çözebilen”, “hoşgörülü”, “özverili”, “duygusal” olarak belirlenmiştir (Tablo 1).

Araştırmamızdaki kadın girişimcilerin ilk sırada “iyi iletişim kuran” cinsiyet rolünü kendilerini betimleyen bir özellik olarak belirttikleri dikkat çekmektedir. Gerçekten de kadınlar, iyi ilişki kurma ve iletişim becerileri ile, iş yaşamında önemli

kazanımlar elde etmektedir. 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. Yine “problem çözme”, kadın girişimciler tarafından üçüncü sırada önemli bulunan girişimci karakteristiğidir. Diğer bir ifade ile kadınlar, girişimciliklerini besleyen ve öne çıkaran cinsiyet rollerini vurgulamaktadır. Kadınlar duygusal, özverili, hoşgörülü gibi diğer cinsiyet rollerini girişimcilik ile daha az ilişkili bulmuşlar ve bu karakteristiklere daha az önem atfetmişlerdir.

Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimciler, girişimci kişilik özelliklerini, kendilerini betimleyen karakteristikler olarak seçmişlerdir. Bu özellikler, McClelland ve diğer araştırmacıların vurguladıkları “kendine güvenli”, “yaratıcı”, “yenilikçi”, “risk alan”dır. Kadın girişimciler, iletişim kurma ve problem çözme gibi kendilerine özgü özelliklerin yanında, girişimciliğin genel kişilik özelliklerini taşıdıklarını göstermişlerdir. Girişimci kadınların ikinci sırada (%55.4) kendilerine uygun bulunduğu özellik “kendine güvenli”, dördüncü sırada kendilerini betimleyen özellik “yaratıcılık”tır (%50). Bunları “yenilikçilik” (%44.6) ve “risk alma” (%35.7) izlemiştir. Tercih edilen bu özellikler, girişimci kişiliğini oluşturan yapıtaşlarıdır ve kadınların girişimci formasyonu, bu yapıtaşlarıyla oluşmaktadır. Ancak “bağımsızlık”, “rekabetçilik” gibi girişimci kişilik özelliklerinin son sıralarda tercih edilmesi, genelde toplumun ve bölgenin sosyo-kültürel değerleri ile açıklanabilir. Rekabet, yarışma, bağımsız olma Türk toplumunda çoğu kez olumsuz anlamları çağrıştırmakta ve bencillik, acımasızlık, toplumdan kopukluk, çoğunluk yararını hiçe sayma gibi özelliklerle eş anlamlı sayılmaktadır. Bu çerçevede bölgenin göçle şekillenen geleneksel-toplulukçu değerleri vurgulayan bir yapıda olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmada yer alan kadın girişimciler sosyo-kültürel değerlere orta derecede önem atfetmişlerdir. Bunlar arasında, “çevresinde saygın olma” ve “çevresindeki kaynakları, ilişkileri iyi değerlendirebilme” ön sıralarda yer almaktadır. “İşbirliği”ne yönelik eğilimler %21,4 oranında önemli bulunmaktadır. Sosyo-kültürel yapıdan kaynaklanan değerlerin kadın girişimciler açısından orta önemde algılanması, toplumun değer sisteminde değişiminin -en azından girişimcilik alanında- yaşandığını göstermektedir. Özellikle 1980 sonrası yaşanan liberalleşme ve küresel pazar ile bütünleşme çabalarının, varolan değerleri bireyleşme, girişimci kültürünü benimseme yönünde etkilediği belirtilebilir. Bu bulguya paralel olarak, araştırma kapsamında yer alan girişimcilerin

yarısına yakını, kendilerini anne ve eş gibi geleneksel cinsiyet rolleriyle şekillen bir kimlikle değil, “iş kadını” gibi bir kimlik kategorisinde tanımlamaktadır (%44,6). Kadının geleneksel olarak, cinsiyeti esasında belirlenmiş iki temel rolü vardır. Bunlar anne ve eş rolleridir. Bu roller, kadın emeğinin ev içi işler çerçevesinde düşünülmesi, kadınının çalışmasının çocuklar üzerinde olumsuz etkiler yaratacağı, kadının asıl rollerinin aileyle ilintili olduğundan çalışma hayatında kendisine biçilen düşük statüye razı olması gibi varsayımlara dayanmaktadır (Çelebi, 1990:22). Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin genel olarak kendini iş kadını olarak tanımlaması, geleneksel cinsiyet rollerinden sıyrılmasının ve girişimcilikle geliştirilen kadın-erkek eşitliğine ilişkin tutumların bir ifadesi olabilir.

Kadınları Girişimciliğe Hazırlayan Koşullar

Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimciler işletmelerini belirgin olarak 1991 ve 2004 yılları arasında kurmuşlardır (%85,7). Türkiye’de bu yıllardan itibaren kadınların aktif olarak yer alabileceği hizmet ve ticaret sektörünün gelişmesi ve çeşitlenmesi, işletmelerin kuruluşunu ve kadınların girişimci olmasını etkileyebilir. Kadınlar kendi işlerini kurmanın öncesinde, yaklaşık olarak %59 oranında, kurdukları işle bağlantılı olarak ücretli çalışmışlardır. Girişimci kadınların yaşları ile ücretli çalışmaları arasında da anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle 36 yaş ve üzerindeki kadınlar kendi işlerini kurmadan önce ücretli olarak çalışmışlardır ($x=17,599$ $sd=3$ $p=0,001$). Kadınlar ücretli çalışmayı iş kurmak için basamağa dönüştürebilmekte; ücretli çalışmayla bağlantılı olarak sağlanan maddi ve deneyime dayalı birikimler, girişimci olmayı kolaylaştırabilmektedir. Kadın girişimciler iş kurdukları alanla bağlantılı deneyimlerini yoğun olarak 6-10 yıl arasında tanımlamışlardır (%32,1). Girişimci kadınların yaklaşık %29’u ise, 1-5 yıl arasında ücretli çalışma deneyimine sahip olduklarını belirtmiştir. Türkiye genelinde yapılan çalışmalarda kadınların ortalama deneyim süreleri 8.3 yıldır. Bu oran erkek girişimciler için 15 yıl olarak belirlendiğinden, kadınlar erkeklere göre daha az deneyimle iş kurmaktadır (KSSGM, 2000:34).

Kadınların iş kurma nedenleri üzerine yapılan çalışmalar, kadınları iş kurmaya iten ve kadınları girişimci olmaya çeken faktörleri belirginleştirmiştir (Hughes, 2003). Günümüzde gelişen girişimci kültürü içinde özerklik ve bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme ve kendinin patronu olma güdüsü, kadını girişimci olmaya çeken faktörlerdir. Yine günümüz küreselleşme koşullarında egemen olan esnek

Tablo 2. Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Göre İş Kurma Nedenleri

Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyi	İş kurma nedeni					
	İtme Faktörleri		Çekme Faktörleri		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
İlkokul Mezunu	36	81,8	8	18,2	44	100
Ortaokul Mezunu	16	66,7	8	33,3	24	100
Lise Mezunu	48	50	48	50	96	100
Üniversite Mezunu	20	33,3	40	66,7	60	100
Toplam	120	53,6	104	46,4	224	100

$$\chi^2 = 26,142 \quad sd = 3 \quad p = 0,000$$

istihdam uygulamaları, ekonomide yeniden yapılanmanın kadın emeği üzerindeki olumsuz etkileri, kadını girişimci olmaya itebilmektedir. Ayrıca kentte yaşayan kadınların cinsiyete dayalı olarak bölümlenmiş ve düşük ücretli çalışma koşullarıyla zorlanmaları da kadınların girişimciliği bir alternatif yol olarak benimsemesine neden olabilmektedir.

Çalışmamızda “ekonomik anlamda zor durumdan kurtulma isteği”, “işletmenin girişimci kadının ailesinden ya da eşinin ailesinden devralınması”, “aileye ek gelir sağlayabilmek”, “beklenen standartlarda ücretli çalışma olanağına erişememiş olmak” gibi etmenler, kadınları girişimci olmaya iten faktörler olarak değerlendirilmiştir. “Özgürce çalışma isteği”, “bağımsız olmayı gerçekleştirme isteği”, “üretken olma isteği” gibi faktörler ise kadını girişimciliğe çeken faktörler olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin %45,6’sı itme faktörleri nedeniyle, %46,4’ü ise çekme faktörleri nedeniyle iş kurmaya yönelmişlerdir. Ayrıca kadın girişimcilerin eğitim durumları ile iş kurma nedenleri arasında oldukça anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 2.). Kadını girişimciliğe çeken etmenler, daha belirgin olarak üniversite mezunu kadınlar için geçerli olmaktadır. Buna karşın, itme faktörleri ise özellikle ilkokul ve ortaokul mezunu kadınlar için belirleyici olmaktadır. Diğer bir ifade ile üniversite mezunu kadınların çoğunluğu (%66,7) bağımsız ve özerk olma, kendini gerçekleştirme gibi çekme nedenleri çerçevesinde girişimciliğe yönelmişlerdir. Kadınların eğitim düzeyleri düştükçe, kadını girişimci olmaya iten faktörlerin etkisi artmaktadır. Bilindiği gibi, enformel sektör faaliyetlerinin genellikle kadınlarla karakterize edilmesi, eğitim düzeyi düşük kadınlardan ucuz işgücü olarak yararlanılması, bu kategoride yer alan kadınlar için itme faktörlerinin geçerli olduğunu göstermektedir (Yetim ve Tatlıdil, 2004).

Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin işletme kuruluş sermayesini sağlama kaynakları da, kadın girişimcilerin formel ve informel kaynakları değerlendirme şekillerini göstermektedir. Kadın girişimciler, modernleşmenin bir göstergesi olarak ele alınabilecek kurumsal kaynaklı krediler kullanmak yerine, genellikle kendi öz kaynakları ve eşlerinden aldıkları yardımlar aracılığıyla işlerini kurmuşlardır (%54). Kadınların %27’si ise arkabalarından maddi destek aldığını belirtmiştir. Araştırma kapsamında yer alan kadınlar, %10,7 oranında banka kredisi kullanmışlar; %7,1 oranında ise emeklilik ikramiyelerini değerlendirerek girişimci olmaya yönelmişlerdir. Kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalarda iş kurma sermayesinin genel olarak öz kaynaklar ve akraba, arkadaş yardımı gibi informel kaynaklarla sağlandığı, buna karşın banka kredisi gibi formel kaynaklardan yararlanmanın ise sınırlı olduğu bulunmuştur (KSSGM, 2000; Ufuk ve Özgen, 2001; Yetim ve Tatlıdil, 2004). Kadın girişimciler kendi mallarını ve hizmetlerini üretebilmek için tamamlayıcı kaynaklara gereksinim duymakta ve özellikle iş kurma aşamasında tamamlayıcı kaynak desteği informel kaynaklardan edinilmektedir. Akrabalar kadın girişimciler için önemli sosyal destek sağlayıcı kaynaklardır (Barbieri, 2003:684). Özellikle küçük girişimlerin aile şirketi olma özelliği bilinmesine rağmen, kadınların girişimcisi olduğu aile şirketleri üzerine yapılan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. İtalya’da yapılan çalışmalarda işe başlama aşamasında girişimciler için aile ve akrabalığın önemli yerinin olduğu belirlenmiştir (Greve ve Salaff, 2003:6). Kadınlar için özellikle iş kurma aşamasında aile ve akrabalık bağlantıları, önemli sosyal destek mekanizmaları olmasına karşın, kadın girişimcilerle yapılan görüşmelerde eşin ailesinin işi kurmaya yönelik olarak destekleyici değil, engelleyici müdahalelerinin de olabileceği belirlenmiştir. Kadın girişimciler, eşlerinin ailelerinin, iş kurmayı

erkek egemen bir alanda statü ve prestij kaybı olarak değerlendirdiğini vurgulamışlardır. Bu nedenle kadın girişimciliğine ilişkin olarak aile, hem iş kurmayı kolaylaştıran hem de engel olabilen bir sosyal sermaye kaynağı olabilmektedir.

Kadın girişimcilerin işi kurma kararını bireysel inisiyatif olarak, ya da aileleriyle birlikte vermeleri, kadın girişimciliğinde ailenin rolünü sergilemektedir. Araştırma kapsamında yer alan kadınların yarısından fazlası işe giriş kararını eşleriyle birlikte vermişlerdir (%53,6). Bekar olan kadın girişimciler ise özellikle anne ve babalarının bu kararda etkili olduğunu belirtmişlerdir. Kadınların sadece, %26,8'i işe giriş kararını kendisi vermiştir. Özellikle evli kadınların eşlerinin ve çocuklarının iş kurmayı olumlu olarak değerlendirmesi, kadın girişimciliğini kolaylaştırıcı olabilir. Ayrıca kadınların özkaynaklarının evlilik kurumu içinde sağlanmış olması da girişimcilik kararıyla alınan riskin eşler arasında paylaşılmasını gerektirmektedir.

Girişimci kadınlar özellikle işi kurma aşamasında bazı problemlerle karşı karşıya kalmaktadır. Sermaye temini sorunu kadın girişimcilerin karşılaştığı temel sorundur (%42,9). Bu durum iki nedenden kaynaklanabilir. Birincisi, kadınların özellikle bankalar gibi formel kaynaklar aracılığıyla edinecekleri sermayede sorunlar yaşamalarıdır. Maddi yardım alınacak kuruluşlar, genellikle işletme kayıtlarıyla, işletme tecrübesiyle, pazarla ve üretilen mal veya hizmetin kalitesiyle ilgilenmektedir. Kadınların bu konudaki deneyimsizliği, eşleriyle ya da bir ortakla çalışmalarına ya da yalnızca kendi özkaynaklarıyla işletme kurmaya yönelmelerine neden olmaktadır. İkinci olarak, kadın girişimciler, genellikle finans konusunda planlama, muhasebe ve işletmede gerekli deneyim ve bilgiden yoksundurlar (Ecevit, 1996:22). Yine Türkiye'de birçok banka uygulaması da kadınlara engel oluşturabilmektedir. Çoğu banka, kadınların kocalarından ya da bir erkek garantörden kendi adlarına borç alabilmeleri ya da teminat için gayrimenkullerini ipotek edebilmeleri için izin almalarını istemektedir

(KSSGM, 2000:148). Kadın girişimcilerin %28,6'sı iş kurma aşamasında bir problemle karşılaşmadıklarını belirtmiştir. Ayrıca kadın girişimciler %17,9 oranında iş kurmaya ilişkin prosedürlerden kaynaklanan zorluklar yaşadıklarını belirtmektedir. Kadınların iş kurma aşamasında sermaye ve resmi kurumlarla ilişkili prosedürlerde yaşadıkları sıkıntılar, Türkiye'de yapılmış diğer çalışmalarla paralel nitelik taşımaktadır (Çelebi, 1997:43). Kadınlar %5,4 oranında deneyimsizlik ve acemiliği, %3,6 oranında ise diğer kadın girişimcilerle yaşadıkları dayanışma eksikliğini, iş kurma aşamasında sorun olarak tanımlamaktadır.

Kadın Girişimcilerde Bilgi Kaynakları ve Örgütlenme

Kadın girişimciler hem işlerini kurma hem de sürdürme aşamalarında farklı sosyal ilişkilerine işlerlik kazandırmaktadır. Girişimciler gereksinim duydukları bilgi, nitelik ve işgücü gibi kaynakların bir kısmını kendi nitelikleriyle, bir kısmını ise ilişkide bulunduğu insanlar aracılığıyla gerçekleştirebilmektedir. Girişimcilerin bu ilişki ağları, aynı zamanda onların sosyal sermayeleridir (Greve ve Salaff, 2003). Örneğin araştırma kapsamında yer alan kadın girişimciler, işlerini kurma ve sürdürme aşamalarında gerekli olan destek ve bilgi kanalları için bu alanda deneyim ve bilgi sahibi kişilere ve kurumlara %55,4 oranında başvurmaktadır. Girişimcilerin eğitim düzeyleri ve iş kurma aşamasında deneyim bilgi sahibi kişilerden yararlanma ile meslekle bağlantılı kurumsal bilgi kaynaklarına yönelme arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Girişimci kadınların eğitim düzeyleri yükseldikçe bu gibi kaynakları harekete geçirmeleri artmaktadır (Tablo 3.) Kadınların informal bilgi kaynakları arasında aile belirleyici bir öneme sahiptir (%56,6). Eşler, kadınların girişimciliğe yönelmesinde önemli aktörlerdir. Kadınların bilgi ve deneyim kazandığı kaynaklar arasında arkadaş çevresi de %13,3 oranında bulunmaktadır. Bununla birlikte kadınların kurumsal kaynaklardan %13,3 oranında yararlandığı ve bilgi ve deneyim edinmede bu kaynakları da kullandıkları belirlenmiştir. Bu durum, özellikle araştırma kapsamında yer alan

Tablo 3. Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeylerine Göre Bilgi Kanallarını Kullanmaları

Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyi	İş Kurmada					
	Yardım Alanlar		Yardım Almayanlar		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
İlkokul Mezunu	8	18,2	36	31,8	44	100
Ortaokul Mezunu	12	50	12	50	24	100
Lise Mezunu	60	62,5	36	37,5	96	100
Üniversite Mezunu	44	73,3	16	26,7	60	100
Toplam	124	55,4	100	44,6	224	100

$$\chi^2 = 34,712 \quad sd = 3 \quad p = 0,000$$

Tablo 4. Girişimci Kadınların Mesleki Eğitim Durumlarına Göre Diğer Kadın Girişimcilerle İlişkileri

Mesleki Eğitim	Diğer Girişimci Kadınlarla İlişkiler					
	İlişkide ve Yardımlaşmada Bulunanlar		İlişkide ve Yardımlaşmada Bulunmayanlar		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlananlar	60	71,4	24	28,6	84	100
Mesleki Eğitim Olanaklarından Yararlanmayanlar	72	51,4	68	48,6	140	100
Toplam	132	58,9	92	41,1	224	100

$$\chi^2 = 8,677 \quad sd = 1 \quad p = 0,002$$

METEM eğitimlerinden yararlanmış kadınlar için geçerli olabilmektedir. Mersin’de yürütülen –kadın girişimcilerin desteklenmesi– projesi kapsamında sürdürülen faaliyetler, kadınların kurumsal kanallı bilgi edinme olanaklarını arttırabilmektedir. Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin %62,5’i mesleki eğitim almamıştır. Genel olarak kadınların hem girişimcilikle ilgili hem de meslek alanlarıyla bağlantılı eğitimden yoksun olmaları oldukça düşündürücüdür. Kadınların %37,5 oranında mesleki eğitim almış olmaları, yine METEM’den mesleki eğitim almış kadın girişimcilerle bağlantılıdır. Kadınlar, mesleğe yönelik eğitim kaynaklarını, METEM, farklı partilerin kadın kolları ve kadın dernekleri olarak belirtmişlerdir.

Kadın girişimciler arasındaki iş ilişkileri ve yardımlaşmalar, kadınların hem iş kurma ve sürdürme aşamalarında yeterliliklerini arttıran hem de örgütlenmelerine izin veren ilişki zeminlerini hazırlamaktadır. Aynı işkolunda ve meslekte çalışan kadınların birbirinden haberdar olması ve iş ilişkisi kurabilmeleri, kadın girişimci örgütlenmesinde öncelikli bir boyuttur. Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin yaklaşık %59’u kendi iş kolundan olan kadın girişimcilerle iş ilişkilerinin ve yardımlaşmalarının olduğunu belirtmiştir. Mesleki eğitimden yararlanan kadınların kendi aralarında iş ilişkileri ve yardımlaşmaları artmaktadır. (Tablo 4). Mersin’de özellikle Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odasının ve Mersin Sanayici ve İşadamları Derneği ve kadın dernekleri gibi farklı kuruluşların desteğiyle Girişimci Kadınlar Derneği (GİKAD) kurulma aşamasındadır. Kentte, kadınların işgücüne katılımını artırma ve girişimciliğe özendirme yönünde izlenen politikalar, kadınların örgütlenme eğilimlerinin somutlaşmasına yardımcı olabilmektedir.

Kadın girişimciler arasında birlikte hareket edebilme yeterliliğinin gelişmesi ve dayanışma çerçevesinde gelişen güven ilişkileri, toplumsal

cinsiyet temelli yaşanan zorlukların aşılmasında ve kadınların iş yaşamına katılımında etkili olabilir.

Kadın Girişimciliğinin Avantajları ve Dezavantajları

Kadınlar için girişimcilik faaliyeti birtakım avantajlar sunmaktadır. Ancak girişimci olma kararıyla alınan risk ve üstlenilen sorumluluklar, ücretli çalışma koşullarına oranla oldukça ağırdır. Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimciler, “özgürlük”, “maddi bağımsızlık”, “özgüven artışı”, “sosyal çevrenin genişlemesi” ve “girişimci olmayla sağlanan sosyal prestiji”, girişimci olmanın avantajları olarak değerlendirmektedir. Girişimci kadınlar kendi hesabına çalışmanın önemli bir özgürlük ve maddi bağımsızlık alanı yarattığını vurgulamaktadır. Kadınların belirli bir ücret karşılığı çalışmaması, hammadde temini, ürünlerin pazarlanması gibi farklı konularda bağımsız hareket edebilme yeterliliklerini arttırmakta ve kendileri için en uygun koşulları seçmede önemli bir serbestlik yaratmaktadır (Ayata, 1987:24) Ayrıca yaşanan bu süreç, kadınların kendilerine olan güvenlerinin artmasına da neden olabilmektedir.

Kadınlar, sosyal prestij edinmede girişimciliğinin önemli bir katkı sağladığını düşünmektedir. Kadınlar hem kendi kazançlarını sağlayarak başkalarına olan bağımlılıklarını azaltmada, hem de kendilerine kariyer sağlama aracı olarak girişimciliği avantajlı bulmaktadır. Bununla birlikte, kadınlar için girişimci olmanın en büyük dezavantajı, aile içi sorumluluklar ve cinsiyet rollerine ilişkin algılarla bağlantılıdır. Kadınların önemli bir kısmı, eşine ve çocuklarına zaman ayıramadığından yakınmaktadır. Girişimci kadınlar tarafından en çok belirtilen diğer bir zorluk ise ekonomik belirsizlikler ve girişimcilikle yaşanan risk durumudur. Kadınların ve erkeklerin eşit rekabet koşullarına sahip olmaması, kadınlar

tarafından girişimcilikle birlikte yaşanan bir diğer sorun kaynağıdır. Kadınlarla yapılan görüşmelerde, özellikle erkek girişimcilerin bulunduğu meslek gruplarında, eşit rekabet olanağının bulunmadığı belirlenmiştir.

SONUÇ

Kadın girişimciliği dünya genelinde ve Türkiye’de önemli bir istihdam alanıdır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, kadının sosyal sermaye kaynaklarına işlerlik kazandırarak girişimci niteliklerini geliştirmesinin önemi giderek artmaktadır. Özellikle kadınların ve erkeklerin işgücüne katılımı gözönünde bulundurulduğunda varolan eşitsizlik, kadınların erkeklere oranla daha fazla girişimsel niteliklere sahip olmalarını zorunlu kılmaktadır.

Girişimci kadınlar, orta yaş diliminde girişimci olabilme potansiyeline erişmektedir. Kadın girişimcilerin evli ve çocuklu olması, genel olarak kadınların girişimci niteliklerini olumsuz etkilememektedir. Aile ve özellikle evli girişimciler için eşler, işletmenin kuruluş aşamasında ve kadının girişimcilik kararında, önemli sosyal sermaye kaynaklarıdır. Kadınlar kişisel karakteristiklerini, girişimci nitelikleriyle bütünleştirebilmekte; yenilikçilik, yaratıcılık gibi girişimsel değerler, kadınların iletişim yetenekleri ve problem çözme becerileriyle pekiştirilmektedir.

Kadınları girişimciliğe hem iten hem de çeken faktörler, diğer pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de geçerliliğini korumaktadır. Kadınlar, aileye ek gelir sağlama, kendi niteliklerine uygun ücretli çalışma olanağına erişememe gibi girişimciliğe iten nedenlerle iş kurabildikleri gibi, bağımsız ve özerk olma, daha üretken olabilme gibi faktörler çerçevesinde de girişimciliğe yönelmektedir. Bu çerçevede kadınların sahip oldukları eğitim düzeyi, önemli bir sosyal sermaye kaynağıdır. Eğitim düzeyi yüksek kadın girişimciler iş kurma aşamasında, kendini gerçekleştirme, bağımsız olma , gibi bireysel güdüleyicilere daha fazla önem atfetmektedir.

Kadın girişimciler, girişimcilik faaliyetleriyle ilgili olarak informal kaynaklardan yararlanmasına karşın, kurumsal kaynaklı bilgi kanallarına da yönelmektedir. Bu çerçevede farklı uluslararası kuruluşların desteklediği kadın girişimciliğini özendirme ve geliştirme çalışmaları, kadınların kurumsal kaynaklı bilgi kanallarına ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Böylelikle iş kurma ve devam ettirme konusunda sorunlarla karşılaşan kadın girişimciler, gereksinim duydukları bilgi ve beceriyi informal olarak eşler ve arkadaşlar aracılığıyla edinmenin yanısıra, danışmanlık

hizmetleri ve eğitim olanakları ile yeni bilgi kaynaklarına erişip, bilgi birikimlerini zenginleştirebilmektedir. Ayrıca girişimci kadınların mesleğe yönelik olarak yararlandıkları kurumsal eğitim hizmetleri, kadınlar arasında dayanışmayı ve örgütlenmeyi arttıran bir öneme sahiptir. Mersin’de kurulma aşamasında olan Girişimci Kadınlar Derneği (GIKAD), bunun en açık ifadesidir.

Türkiye’de yapılan kadın girişimciliğine yönelik çalışmaların çeşitlendirilmesi, pek çok yönden olumlu sonuçları doğuracaktır. Çünkü girişimcilik, kadınların toplumsal ve ekonomik yaşamla bütünleşmesinin alternatif bir yolu olarak giderek önem kazanmaktadır. Kadın girişimciliğini özendirilecek ve destekleyecek politikaların, özellikle kadın girişimcilerin örgütlenme yeterliliklerine yönelik olması gerekmektedir. Kadınlar arasında dayanışmayı, birlikte hareket etme yeteneğini geliştirecek uygulamalara gereksinim duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

ALLEN, Shelia ve TRUMAN, Carole (1993): *Women in Business: Perspectives on Women Entrepreneurs*, London, Routledge.

ANDERSON, Alistair ve JACK, Sarah (2002): “The Articulation of Entrepreneurial Social Capital: Content and Process”, *Entrepreneurship and Regional Development*, Cilt 14, Sayı 3, ss.193-210.

ARAI, Bruce A (1997): “The Road Not Taken: The Transition from Unemployment to Self-Employment in Canada, 1961-94”, *Canadian Journal of Sociology*, Cilt 22, Sayı 3, ss.365-382.

ARONSON, Robert L. (1991): *Self Employment: A Labor Market Perspective*. Ithaca, NY, ICR Press.

AYATA, Sencer (1987): *Kapitalizm ve Küçük Üreticilik Türkiye’de Halı Dokumacılığı-*, Yurt Yayınları, Yayın No:15.

BARBIERI, Paolo (2003): “Social Capital and Self Employment”, *International Sociology*, Cilt:18, Sayı:4, ss.681-701.

BEGLEY, Thomas M ve TAN, Wee-ling (2001): “The Socio-cultural Environment for Entrepreneurship: A Comparison Between East Asian and Anglo-Saxon Countries”, *Journal of International Business Studies*, Cilt 32, Sayı 3, ss. 537-555.

CARLAND, James W; HOY, Frank ve CARLAND, Joann A (1988): “Who is an

Entrepreneur? Is a Question Worth Asking”, American Journal of Small Business, Cilt 12, Sayı 4, ss. 33-39.

COLEMAN, James. S. (1990) *Foundations of Social Theory*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

ÇELEBİ, Nilgün (1990): *Kadınlarımızın Cinsiyet Rolü Tutumları*, Sebat Matbaası, Konya.

ÇELEBİ, Nilgün (1993): “Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar”, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No:74 ss.35-42.

ÇELEBİ, Nilgün (1997): *Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler* T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü:Ankara.

COHEN, Laurie ve MALLON, Mary (1999): “The Transition from Organisational Employment to Portfolio Working: Preceptions of “Boundarylessness”, Work, Employment and Society, Cilt 13, Sayı 2, ss.329-352.

COOPER, Arnold C; GIMENO-GASCON, Javier F ve WOO, Carolyn Y, (1994): “Initial Human And Financial Capital as Predictors of Nev Venture Performance”, Journal of Business Venturing, Cilt 9, Sayı 5, ss.371-396.

DİE (2003): *Hane Halkı İşgücü Anketi Sonuçları*, DİE, Ankara.,

EAGLEY, Alice H ve JOHNSON, Blair (1990): “Gender and Leadership Style:A Meta Analysis” Psychological Bulletin, Cilt 108, Sayı 2, ss.233-256.

EARLEY, Christopher P (1997): *Face, Harmony and Social Structure:An Analysis of Organizational Behavior Across Cultures*, New York, Oxford University Press.

ECEVİT, Yıldız (1993): “Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No:74 ss.15-34.

ECEVİT, Yıldız (1995): “Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeğinin Konumu ve Değişen Biçimleri”,

1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, Şirin Tekeli (der.) İletişim Yayınları, 3.Baskı, ss.117-128.

ECEVİT, Yıldız (1996): *Küçük İşletme Sahibi Kadın Girişimciler Araştırması*, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü için hazırlanan rapor.

ECEVİT, Yıldız (2000): “Çalışma Yaşamında Kadın Emeğinin Kullanımı ve Kadın-Erkek Eşitliği”, *Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş Eğitim, çalışma Yaşamı ve Siyaset*, TÜSİAD, ss.119-196.

ERTÜBEY, Neşe Ö (1993): “Türkiye’de Kadın Girişimciliği:Mevcut Durum, Sorunlar ve Öneriler” *Türkiye’de Kadın Girişimcilik*, Necla Arat (der.), ss.244-255.

GARTNER, William B (1985): “A Framework for Describing and Classifying the Phenomenon of New Venture Creation” Academy of Management Review, Cilt 10, Sayı 4, ss. 696-706.

GRANGER, Bill; STANWORTH, John ve STANWORTH, Celia (1995): “Self-Employment Career Dynamics: The Case of Unemployment Push in U.K.Book Publishing”, Work, Employment and Society, Cilt 9, Sayı 3 ss.499-516.

GRANOVETTER, Mark (1985): “Economic Action and Social Structure:The Problem of Embeddedness”, The American Journal of Sociology, Cilt 91, Sayı 3, ss.481-510.

GREVE, Arent ve SALAFF, Janet W. (2003): “Social Networks and Entrepreneurship”, Entrepreneurship Theory and Practice, Cilt 28, Sayı 1, ss.1-22.

GRIMM, Curtis M ve SMİTH, Robert H. (1991). “Management ant Organizational Change: A Note on the Railroad Industry” Strategic Management Journal, Cilt 12, Sayı 7, ss.557-562.

HAMBRICK, Donald C. ve MASON, Phyliss A. (1984): “Upper Echelons: The Organisation as a Reflection of its Top Managers”, Academy of Management Review Cilt 9, Sayı 2, ss.193-206.

HISRICH, Robert D. ve PETERS, Michael P. (1989): *Starting, Developing and Managing a New Enterprise*, Homewood, IL:BPI.

HISRICH, Robert D. ve ÖZTÜRK, Sevgi A (1999): “Women Entrepreneurs in a Developing Economy”, The Journal of Management Development, Cilt18 Sayı 2, ss.114-125.

HUGHES, Karen D (2003): “Pushed or Pulled? Women’s Entry into Self-Employment and Small Business Ownership”, *Gender, Work and Organization*, Cilt:10, Sayı:4, 433-454.

LİN, Nan (1999): “Building a Network Theory of Social Capital”, *Connections*, Cilt 22, Sayı 1, ss.28-51.

LUMPKIN, Tom ve DESS, Gregory G (1996): “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance”, *Academy of Management Review*, Cilt 21, Sayı 1, ss. 135-172.

McCLELLAND, David C (1961): *The Achieving Society*, Princeton, NJ, Van Nostrand.

McCLELLAND, David C (1986): *Human Motivation*, Cambridge, Cambridge University Press.

PORTES, Alejandro (1998): “Social Capital :Its Origins and The Application in Modern Sociology” *Annual Review of Sociology*, Cilt 24, Sayı 1, ss.1-24.

STEARNS, Timothy M ve HILLS, Gerald E (1996): “Entrepreneurship and New Firm Development: A Definitional Introduction”, *Journal of Business Research*, Cilt 36, Sayı 1, ss. 1-4.

T.C.BAŞBAKANLIK KADININ STATÜSÜ VE SORUNLARI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2000): *Türkiye’de Kadınlara ait Girişimlerin Desteklenmesi*, Ankara.

TATLIDİL, Ercan (1987): “Kentle Bütünleşmenin Bir Yolu: Gecekondulaşma”, *Sosyoloji Dergisi*, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını, Sayı:1 ss.45-73.

TATLIDİL, Rezan ve CANDEMİR, Aykan (1998): *İhracata Yönelik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Pazarlama Eğitiminin Firma Gelişimine Katkısı, İzmir Örneği*, İzmir Ticaret Odası Yayını, Yayın No:50.

TRİGİLİA, Carlo (2001): “Social Capital and Local Development”, *European Journal of Social Theory*, Cilt 4, Sayı 4, ss.427-442

UFUK, Hatun ve ÖZGEN, Özlen (2001): “The Profile of Women Entrepreneurs:a Sample From Turkey”, *International Journal of Consumer Studies*, Cilt:25, Sayı:4, ss.299-308

YETİM, Nalan ve TATLIDİL, Ercan (2004): “Social and Cultural Dynamics of Women Entrepreneurs: The Case of Small and Medium-Size Clothing Enterprises in Adana and Mersin, Turkey, EIMENA ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ss.491-507.

OECD (1993): *The Rise of Women Entrepreneurs*, Paris:OECD Newsletter.

ZAPALSKA, Alina ve FOGEL, Georgine K (1998): “Characteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurs”, *Journal of Private Enterprise*, Cilt 19, Sayı 2, ss.132-144.