



**T.C.**

**HİTİT ÜNİVERSİTESİ**

**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ ANABİLİM DALI**

**GİRİŞİMCİLERİN SOSYAL SERMAYE DÜZEYİNİN GİRİŞİMCİLERİN  
KADIN OLMA OLASILIĞINA ETKİSİ: ÇORUM İLİ İÇİN BİR ARAŞTIRMA**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Zübeyde ÖZDİLLİ**

**Çorum - 2024**



**GİRİŞİMCİLERİN SOSYAL SERMAYE DÜZEYİNİN GİRİŞİMCİLERİN KADIN  
OLMA OLASILIĞINA ETKİSİ: ÇORUM İLİ İÇİN BİR ARAŞTIRMA**

**Zübeyde ÖZDİLLİ**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalı**

**Yüksek Lisans Tezi**

**TEZ DANIŞMANI**

**Dr. Öğr. Üyesi Özlem DÜNDAR**

**Çorum 2024**

## KABUL ONAY SAYFASI

Zübeyde ÖZDİLLİ tarafından hazırlanan “Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyinin Girişimcilerin Kadın Olma Olasılığına Etkisi: Çorum İli İçin Bir Araştırma” adlı tez çalışması 22/01/2024 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Çiğdem KURT CİHANGİR

Dr. Öğr. Üyesi Özlem DÜNDAR (Tez Danışmanı)

Doç. Dr. Menekşe ŞAHİN

Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulunun .../.../.....tarih ve ..... sayılı kararı ile Zübeyde ÖZDİLLİ' nin İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans derecesi alması onanmıştır.

(İmza)

Prof.Dr.Muhammed Asıf Yoldaş

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

## TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını beyan ederim.

(İmza)

Zübeyde ÖZDİLLİ

# GİRİŞİMCİLERİN SOSYAL SERMAYE DÜZEYİNİN GİRİŞİMCİLERİN KADIN OLMA OLASILIĞINA ETKİSİ: ÇORUM İLİ İÇİN BİR ARAŞTIRMA

Zübeyde ÖZDİLLİ

ORCID: 0000-0002-3698-780X

HİTİT ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Yüksek Lisans

Ocak 2024

## ÖZET

İnsan kaynağı olarak kadının gerek iş hayatında gerekse girişimsel davranışta bulunması ülke ekonomisi için önem arz etmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) gibi kuruluşların verilerine göre kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre oranının ülke genelinde oldukça az olduğu bilinmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin oranının bölgelere göre farklılık göstermesi, ekonomik gelişme açısından bölgesel farklılık oluşturmaktadır. Çorum Ticaret ve Sanayi Odası'ndan edinilen bilgilere göre 2022 yılı itibarıyla Çorum ilinde 663 kadın ortak girişimci, ve 647 kadın yetkili girişimci iken 4874 erkek ortak girişimci ve 3654 erkek yetkili girişimci bulunmaktadır. Bu durumda kadınların girişimcilik faaliyetine yönelmesi ve kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etmesi, bölgesel ekonomi açısından önem teşkil etmektedir. Çalışmada girişimciler içerisinde kadınların oranının artması hedeflenerek girişimcilerin yüksek sosyal sermaye düzeylerinin girişimcilerin kadın olma olasılığına etkisi lojistik regresyon analiziyle araştırılmıştır. Kadınların yanı sıra erkeklerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının, sayıca yüksek olan erkek girişimcilerin kadın girişimcilerle olan ortaklıklarını artıracakları öngörülmüştür. Ayrıca kadın girişimcilerin yüksek sosyal sermaye düzeyinin kadın girişimcilerin kazançlarının yüksek olma olasılığına etkisinin lojistik regresyon analiziyle araştırılması amaçlanmıştır. Çorum ilinde Ticaret ve Sanayi Odası'na üye olan 411 girişimciye anket uygulanmış, anket verilerine SPSS 27.0 programında bağımsız örneklem T testi, tek yönlü Anova testi ve post-hoc ikişerli karşılaştırma testleri ve lojistik regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz bulgularına göre girişimcilerin sosyal sermaye

düzeyi; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, girişimcilerin annelerinin ve babalarının eğitim düzeyi, doğum yeri, sektör, ailelerinin gelir düzeyi, işletmelerinin kazancı, işletmelerindeki kişi sayısı, işletmelerinin faaliyet süresine göre farklılık göstermektedir. Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ise yaş, sektör, ailelerinin gelir düzeyi, işletmelerinin kazancına göre farklılık göstermektedir. Lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre girişimcilerin kadın olma olasılığına grup ve ağlar kategorisinde girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının pozitif yönde etkisi bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına grup ve ağlar kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının pozitif, güven ve dayanışma kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının negatif yönde etkisi bulunmaktadır. Yazında kadın girişimcilerle sosyal sermaye düzeyi arasındaki ilişkiyi Türkiye için araştıran birkaç çalışma bulunmaktadır. Ancak girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığına etkisini Çorum ili için araştıran çalışmalara rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın özgünlük oluşturacağı ve yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kavramlar:** Sosyal Sermaye, Girişimci, Kadın Girişimci, Bölgesel Ekonomi, Lojistik Regresyon Analizi.

**Bilim Kodu:** 112101

**THE EFFECT OF ENTREPRENEURS' SOCIAL CAPITAL LEVEL ON THE POSSIBILITY OF  
ENTREPRENEURS BEING WOMEN: A RESEARCH FOR ÇORUM PROVINCE**

Zübeyde ÖZDİLLİ

ORCID:0000-0002-3698-780X

HİTİT UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL

Master of Science Thesis

January 2024

**ABSTRACT**

As a human resource, women' s participation in both business life and entrepreneurial behavior is important for the country's economy. According to data from organizations such as the Turkish Statistical Institute (TUIK) and the Small and Medium Enterprises Development and Support Administration (KOSGEB) it is known that the ratio of women entrepreneurs compared to men entrepreneurs is quite low throughout the country. In addition, the fact that the rate of women entrepreneurs varies by region creates regional differences in terms of economic development. According to the information obtained from Çorum Chamber of Commerce and Industry, as of 2022, there are 663 women joint entrepreneurs, 647 women authorized entrepreneurs, 4874 men joint entrepreneurs, 3654 men authorized entrepreneurs in Çorum province. In this case, it is important for the regional economy that women turn to entrepreneurial activity and that women entrepreneurs earn high profits. In the study, aiming to increase the proportion of women among entrepreneurs, the effect of high social capital levels of entrepreneurs on the probability of entrepreneurs being women was investigated by logistic regression analysis. It is predicted that the high level of social capital of men as well as women will increase the partnerships of men entrepreneurs which are high in number with women entrepreneurs. In addition, it was aimed to investigate the effect of high social capital level of women entrepreneurs on the possibility of high earnings of women entrepreneurs by logistic regression analysis. A survey was applied to 411 entrepreneurs who are members of the Chamber of Commerce and Industry in Çorum province and independent sample T test, one-way Anova test, post-hoc

pairwise comparison tests and logistic regression analysis were applied to the survey data in the SPSS 27.0 program. According to the analysis findings, the social capital level of entrepreneurs; It varies according to gender, age, education level, education level of the entrepreneurs' mothers and fathers, place of birth, sector, income level of their families, earnings of their businesses, number of people in their businesses, and duration of operation of their businesses. The social capital level of women entrepreneurs varies according to age, sector, income level of their families and earnings of their businesses. According to the results of logistic regression analysis, a high level of social capital of entrepreneurs in the group and networks category has a positive effect on the probability of entrepreneurs being women. The high level of social capital of women entrepreneurs in the group and networks category has a positive effect on the probability of women entrepreneurs' high earnings and the high level of social capital of women entrepreneurs in the trust and solidarity category has a negative effect. There are several studies in the literature that investigate the relationship between women entrepreneurs and the level of social capital for Turkey. However, there are no studies investigating the effect of a high level of social capital of entrepreneurs on the probability of entrepreneurs being women and the effect of a high level of social capital of women entrepreneurs on the possibility of women entrepreneurs earning high profits for Çorum province. For this reason, it is thought that the study will create originality and contribute to the literature.

**Key Terms:** Social Capital, Entrepreneur, Women Entrepreneur, Regional Economy, Logistic Regression Analysis.

**Science Code:** 112101

## TEŐEKKÖR

Tez alıőması sűrecinde zamanını ve sabrını benden esirgemeyen, tűm bilgi birikimi ve tecrűbesi ile her konuda yol gűsteren deęerli hocam ve tez danıőmanım Sayın Dr. Őęr. Őyesi Őzlem DŪNDAR' a, katkılarından dolayı orum Ticaret ve Sanayi Odası yűnetimi ve űyelerine, her zaman desteklerini yanımda hissettięim sevgili aileme, arkadaőlarıma ve varlıklarıyla bana gű veren kızlarıma teőekkűrű bir borç bilirim.

Zűbeyde ŐZDILLİ



## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	iv
ABSTRACT .....	vi
TEŞEKKÜR .....	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
TABLolar DİZİNİ.....	xiii
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	xvii
GRAFİKLER DİZİNİ.....	xvii
SİMGE VE KISALTMALAR.....	xviii
GİRİŞ.....	1

### 1. BÖLÜM

#### SOSYAL SERMAYE

1.1. Sosyal Sermayenin Kavramsal Çerçevesi .....	3
1.1.1. Pierre Bourdieu ve sosyal sermaye kavramı .....	5
1.1.2. James Coleman ve sosyal sermaye kavramı .....	5
1.1.3. Robert Putnam ve sosyal sermaye kavramı.....	7
1.2. Sosyal Sermayenin Kuramsal Çerçevesi .....	8
1.2.1. Ağ-üyelik kuramı .....	8
1.2.2. Ağ yapısı kuramı .....	9
1.2.2.1. Mark Granovetter .....	9
1.2.2.2. James Coleman: Sosyal Kapalılık Kuramı .....	11
1.2.2.3. Ronald Stuart Burt: Yapısal Boşluklar .....	13
1.2.3. Ağ-kaynak kuramı.....	14
1.3. Sosyal Sermayenin Kaynakları .....	15
1.3.1. Aile.....	16
1.3.2. Eğitim ve okul yaşamı.....	19
1.3.3. Sivil toplum kuruluşları.....	22
1.3.4. Diğer kaynaklar.....	24
1.4. Sosyal Sermayenin Önemi ve Unsurları.....	25
1.4.1. Güven.....	27
1.4.2. Normlar .....	30
1.4.3. Sosyal ağlar .....	32
1.4.4. Katılım.....	34

1.5. Sosyal Sermaye Çeşitleri ve Diğer Sermaye Çeşitleri ile Olan İlişkisi.....	36
1.5.1. Sosyal sermayenin diğer sermaye çeşitleri ile olan ilişkisi.....	38
1.5.1.1. Finansal Sermayenin Sosyal Sermaye ile İlişkisi .....	38
1.5.1.2. İnsan Sermayesinin Sosyal Sermaye ile İlişkisi.....	40
1.5.1.3. Kültürel Sermayenin Sosyal Sermaye ile İlişkisi.....	42
1.6. Sosyal Sermayenin Etkileri .....	44
1.6.1. Olumlu yönde etkileri.....	45
1.6.1.1. Sosyal Sermayenin Bireyler Üzerindeki Olumlu Yönde Etkisi.....	45
1.6.1.2. Sosyal Sermayenin Takımlar Üzerindeki Olumlu Yönde Etkisi.....	47
1.6.1.3. Sosyal Sermayenin Örgütler Üzerindeki Olumlu Yönde Etkisi.....	47
1.6.2. Olumsuz yönde etkileri.....	48
1.6.2.1. Sosyal Sermayenin Bireyler Üzerindeki Olumsuz Yönde Etkisi.....	48
1.6.2.2. Sosyal Sermayenin Takımlar Üzerindeki Olumsuz Yönde Etkisi.....	49
1.6.2.3. Sosyal Sermayenin Örgütler Üzerindeki Olumsuz Yönde Etkisi.....	49

## **2. BÖLÜM**

### **GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLER**

2.1. Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği.....	51
2.2. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	54
2.2.1. Sosyoekonomik faktörler.....	55
2.2.1.1. Gelir Düzeyi.....	55
2.2.1.2. İş Deneyimi.....	56
2.2.1.3. Aile ve Rol Model Alma.....	56
2.2.1.4. Kültür ve İnanç Düzeyi.....	56
2.2.2. Demografik faktörler .....	57
2.2.2.1. Cinsiyet .....	57
2.2.2.2. Yaş.....	59
2.2.2.3. Eğitim Düzeyi .....	59
2.2.3.4. Çevresel Faktörler .....	60
2.3. Kadın Girişimcilerin Özellikleri.....	61
2.4. Kadın Girişimci Türleri .....	63
2.4.1. Geleneksel kadın girişimciler .....	64
2.4.2. Evcimen kadın girişimciler.....	64
2.4.3. Yenilikçi kadın girişimciler.....	64
2.4.4. Radikal kadın girişimciler.....	64

2.5. Kadınların Girişimciliğini Etkileyen Faktörler .....	67
2.5.1. İtici faktörler .....	68
2.5.1.1. İşsizlik.....	68
2.5.1.2. İşinden Memnun Olmama .....	68
2.5.1.3. Görünmeyen Engeller .....	69
2.5.2. Çekici faktörler .....	69
2.5.2.1. Girişimcilik İsteği.....	69
2.5.2.2. Daha Çok Kazanma İsteği .....	69
2.5.2.3. Sosyal Statü ve Güç İsteği .....	70
2.5.2.4. Sosyal Sermaye Düzeyi.....	70
2.6. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar .....	70
2.6.1. Tecrübe ve özgüven eksikliği .....	71
2.6.2. Eğitim düzeyi ve bilgi eksikliği .....	72
2.6.3. İletişim sorunları.....	72
2.6.4. Rol çatışması .....	73
2.6.5. Sermaye temini .....	73
2.6.6. Toplumun bakış açısı ve cinsiyete dayalı ayrımcılık .....	73
2.6.7. Cam tavan sendromu.....	74
2.6.8. Örgütlenme sorunu .....	75
2.6.9. Bürokrasi engelleri.....	75
2.6.10. Pazar durumu.....	76
2.7. Türkiye’ de Kadın Girişimciliğini Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar .....	77
2.7.1. Kadın girişimciliğini destekleyen sivil toplum kuruluşları .....	77
<i>Kadın Emekğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)</i> .....	78
<i>Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)</i> .....	78
<i>Türkiye Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD)</i> .....	78
2.7.2. Kadın girişimciliğini destekleyen kamu kuruluşları.....	78
<i>Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)</i> .....	79
<i>Kredi Garanti Fonu A.Ş. (KGF)</i> .....	79
<i>Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (ASHB)</i> .....	79
<i>Ticaret ve Sanayi Odaları (TSO)</i> .....	79
<i>Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB):</i> ...	79
<i>Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi (ABİGEM)</i> .....	80
2.7.3. Kadın girişimciliğini destekleyen uluslararası kuruluşlar .....	80

<i>Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)</i> .....	81
<i>Avrupa Birliği (AB-EU)</i> .....	81
<i>Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ-ILO)</i> .....	81

### 3. BÖLÜM

#### ÇORUM İLİNDEKİ GİRİŞİMCİLER VE KADIN GİRİŞİMCİLERİN SOSYAL SERMAYE DÜZEYİNE İLİŞKİN UYGULAMA

3.1. Yazın Araştırması.....	82
3.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı.....	89
3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	90
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	91
3.5. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Araçları .....	92
3.6. Araştırmanın Hipotezleri.....	92
3.7. Araştırma Verilerinin Analizi.....	94
3.7.1. Araştırma Verilerinin Girişimciler İçin Analizi .....	95
3.7.2. Araştırma Verilerinin Kadın Girişimciler İçin Analizi .....	98
3.7.3. Girişimcilerin sosyoekonomik ve demografik özellikleri.....	102
3.7.4. Kadın girişimcilerin sosyoekonomik ve demografik özellikleri .....	109
3.7.5. Araştırmanın analiz bulguları (girişimciler).....	120
3.7.6. Araştırmanın analiz bulguları (kadın girişimciler) .....	150
3.7.7. Araştırmada kullanılan lojistik regresyon analizi yöntemi .....	172
3.7.7.1. İkili (Binary) Lojistik Regresyon Analizi.....	172
3.7.7.2. Sıralı (Ordinal) Lojistik Regresyon Analizi .....	172
3.7.7.3. Çoklu (Multinomial) Lojistik Regresyon Analizi.....	173
3.7.8. Lojistik regresyon analizindeki değişkenlerin tanımı.....	173
3.7.9. Lojistik regresyon analizlerinin bulguları.....	177
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	181
<b>KAYNAKLAR</b> .....	189
<b>EK-1. ÇTSO Araştırma İzni</b> .....	207
<b>EK-2. Etik Kurul Onayı</b> .....	208
<b>EK-3. Etik Kurul İsim Değişikliği Onayı</b> .....	209
<b>EK-4. Anket Formu</b> .....	210

## TABLolar DİZİNİ

Tablo	Sayfa
Tablo 1. 1. Beşeri ve sosyal sermayenin ayrışması.....	21
Tablo 1. 2. Mali konular açısından güven düzeyleri .....	25
Tablo 1. 3. Sosyal sermaye endeksi (Putnam) .....	36
Tablo 2. 1. Girişimcilik tanımları.....	52
Tablo 2. 2. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar .....	58
Tablo 2. 3. Kadın ve erkek girişimcilerin demografik özellikleri .....	63
Tablo 2. 4. Cinsiyete göre işveren olarak çalışanların istihdam içindeki oranı (2014-2022). 65	
Tablo 3. 1. Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin güvenilirlik analizi.....	95
Tablo 3. 2. Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin normallik analizi.....	95
Tablo 3. 3. Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin açmılayıcı faktör analizi bulguları .....	96
Tablo 3. 4. Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin güvenilirlik analizi .....	98
Tablo 3. 5. Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin normallik analizi .....	99
Tablo 3. 6. Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin açmılayıcı faktör analizi bulguları .....	100
Tablo 3. 7. Girişimcilerin cinsiyeti .....	102
Tablo 3. 8. Girişimcilerin yaş durumu .....	103
Tablo 3. 9. Girişimcilerin medeni durumu .....	103
Tablo 3. 10. Girişimcilerin eğitim durumu .....	103
Tablo 3. 11. Girişimcilerin babalarının eğitim durumu .....	104
Tablo 3. 12. Girişimcilerin annelerinin eğitim durumu .....	104
Tablo 3. 13. Girişimcilerin doğum yeri.....	104
Tablo 3. 14. Girişimcilerin sektördeki iş alanları.....	105
Tablo 3. 15. Girişimcilerin ailelerinin gelir durumu.....	105
Tablo 3. 16. Girişimcilerin ailelerinin ev sahibi olma durumu .....	106
Tablo 3. 17. Girişimcilerin işletmelerinin kazanç durumu .....	106
Tablo 3. 18. Girişimcilerin işletmesinde çalışan kişi sayıları.....	106
Tablo 3. 19. Girişimcilerin işletmelerinin süreleri .....	107
Tablo 3. 20. Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi .....	107
Tablo 3. 21. Kadın girişimcilerin yaş durumu.....	110
Tablo 3. 22. Kadın girişimcilerin medeni durumu.....	110
Tablo 3. 23. Kadın girişimcilerin eğitim durumu.....	110
Tablo 3. 24. Kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumu .....	111
Tablo 3. 25. Kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumu .....	111
Tablo 3. 26. Kadın girişimcilerin doğum yeri.....	111
Tablo 3. 27. Kadın girişimcilerin sektördeki iş alanları .....	112
Tablo 3. 28. Kadın girişimcilerin ailelerinin gelir durumu .....	112
Tablo 3. 29. Kadın girişimcilerin ailelerinin ev sahibi olma durumu.....	113
Tablo 3. 30. Kadın girişimcilerin işletmelerinin kazanç durumu .....	113
Tablo 3. 31. Kadın girişimcilerin işletmesinde çalışan kişi sayıları .....	113
Tablo 3. 32. Kadın girişimcilerin işletmelerinin süreleri .....	114

<b>Tablo 3. 33.</b> Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi .....	114
<b>Tablo 3. 34.</b> Erkek girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi .....	117
<b>Tablo 3. 35.</b> Girişimcilerin cinsiyete göre bağımsız gruplar T testi .....	120
<b>Tablo 3. 36.</b> Girişimcilerin cinsiyete göre GSSD alt ölçeklere ilişkin grup istatistikleri .....	121
<b>Tablo 3. 37.</b> Girişimcilerin yaşa göre varyansların homojenlik testi .....	121
<b>Tablo 3. 38.</b> Girişimcilerin yaşa göre tek yönlü Anova testi .....	122
<b>Tablo 3. 39.</b> Girişimcilerin yaşa göre LSD testi .....	122
<b>Tablo 3. 40.</b> Girişimcilerin yaşa göre Welch testi .....	122
<b>Tablo 3. 41.</b> Girişimcilerin yaşa göre Games-Howel testi .....	123
<b>Tablo 3. 42.</b> Girişimcilerin medeni duruma göre bağımsız gruplar T testi.....	123
<b>Tablo 3. 43.</b> Girişimcilerin eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi .....	124
<b>Tablo 3. 44.</b> Girişimcilerin eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi .....	125
<b>Tablo 3. 45.</b> Girişimcilerin eğitim durumuna göre LSD testi .....	125
<b>Tablo 3. 46.</b> Girişimcilerin eğitim durumuna göre Welch testi .....	126
<b>Tablo 3. 47.</b> Girişimcilerin eğitim durumuna göre Games-Howel testi .....	126
<b>Tablo 3. 48.</b> Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi	127
<b>Tablo 3. 49.</b> Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi .....	127
<b>Tablo 3. 50.</b> Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre LSD testi.....	128
<b>Tablo 3. 51.</b> Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre Welch testi .....	129
<b>Tablo 3. 52.</b> Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre Games-Howel testi.....	129
<b>Tablo 3. 53.</b> Girişimlerin annelerinin eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi	130
<b>Tablo 3. 54.</b> Girişimlerin annelerinin eğitim durumuna göre Welch testi.....	131
<b>Tablo 3. 55.</b> Girişimlerin annelerinin eğitim durumuna göre Games-Howel testi.....	131
<b>Tablo 3. 56.</b> Girişimcilerin doğum yerine göre varyansların homojenlik testi .....	133
<b>Tablo 3. 57.</b> Girişimcilerin doğum yerine göre tek yönlü Anova testi.....	133
<b>Tablo 3. 58.</b> Girişimcilerin doğum yerine göre LSD testi .....	134
<b>Tablo 3. 59.</b> Girişimcilerin doğum yerine göre Welch testi .....	134
<b>Tablo 3. 60.</b> Girişimcilerin doğum yerine göre Games-Howel testi .....	135
<b>Tablo 3. 61.</b> Girişimcilerin ev sahibi olma durumuna göre bağımsız gruplar T testi analizi	135
<b>Tablo 3. 62.</b> Girişimcilerin sektöre göre varyansların homojenlik testi .....	136
<b>Tablo 3. 63.</b> Girişimcilerin sektöre göre tek yönlü Anova testi .....	137
<b>Tablo 3. 64.</b> Girişimcilerin sektöre göre LSD testi .....	138
<b>Tablo 3. 65.</b> Girişimcilerin sektöre göre Welch testi .....	139
<b>Tablo 3. 66.</b> Girişimcilerin sektöre göre Games-Howel testi .....	140
<b>Tablo 3. 67.</b> Girişimcilerin aile gelir durumuna göre varyansların homojenlik testi .....	141
<b>Tablo 3. 68.</b> Girişimcilerin aile gelir durumuna göre tek yönlü Anova testi.....	141
<b>Tablo 3. 69.</b> Girişimcilerin aile gelir durumuna göre LSD testi .....	142
<b>Tablo 3. 70.</b> Girişimcilerin ailelerinin gelir durumuna göre Welch testi .....	142
<b>Tablo 3. 71.</b> Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre varyansların homojenlik testi ..	143
<b>Tablo 3. 72.</b> Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre tek yönlü Anova testi .....	143
<b>Tablo 3. 73.</b> Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre LSD testi .....	144
<b>Tablo 3. 74.</b> Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre Welch testi .....	144
<b>Tablo 3. 75.</b> Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre varyansların homojenlik testi .....	145

<b>Tablo 3. 76.</b> Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre tek yönlü Anova testi.....	145
<b>Tablo 3. 77.</b> Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre LSD testi.....	146
<b>Tablo 3. 78.</b> Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre Welch testi.....	147
<b>Tablo 3. 79.</b> Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre varyansların homojenlik testi .....	147
<b>Tablo 3. 80.</b> Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre tek yönlü Anova testi .....	148
<b>Tablo 3. 81.</b> Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre LSD testi .....	149
<b>Tablo 3. 82.</b> Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre Welch testi .....	150
<b>Tablo 3. 83.</b> Kadın girişimcilerin yaşa göre varyansların homojenlik testi .....	150
<b>Tablo 3. 84.</b> Kadın girişimcilerin yaşa göre tek yönlü Anova testi .....	151
<b>Tablo 3. 85.</b> Kadın girişimcilerin yaşa göre LSD testi.....	152
<b>Tablo 3. 86.</b> Kadın girişimcilerin medeni durumuna göre bağımsız gruplar T testi.....	152
<b>Tablo 3. 87.</b> Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi .....	153
<b>Tablo 3. 88.</b> Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi .....	154
<b>Tablo 3. 89.</b> Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre Welch testi .....	155
<b>Tablo 3. 90.</b> Kadın girişimcilerin babalarının eğitimine göre varyansların homojenlik testi	155
<b>Tablo 3. 91.</b> Kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi	156
<b>Tablo 3. 92.</b> Kadın girişimcilerin baba eğitim durumuna göre Welch testi.....	156
<b>Tablo 3. 93.</b> Kadın girişimcilerin annelerinin eğitimine göre varyansların homojenlik testi	157
<b>Tablo 3. 94.</b> Kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi	157
<b>Tablo 3. 95.</b> Kadın girişimcilerin annelerinin eğitimine göre Welch testi .....	158
<b>Tablo 3. 96.</b> Kadın girişimcilerin doğum yerine göre varyansların homojenlik testi .....	158
<b>Tablo 3. 97.</b> Kadın girişimcilerin doğum yerine göre tek yönlü Anova testi .....	159
<b>Tablo 3. 98.</b> Kadın girişimcilerin doğum yerine göre Welch testi .....	159
<b>Tablo 3. 99.</b> Kadın girişimcilerin ev sahibi olmalarına göre bağımsız gruplar T testi analizi	160
<b>Tablo 3. 100.</b> Kadın girişimcilerin sektöre göre varyansların homojenlik testi .....	161
<b>Tablo 3. 101.</b> Kadın girişimcilerin sektöre göre tek yönlü Anova testi.....	161
<b>Tablo 3. 102.</b> Kadın girişimcilerin sektöre göre LSD testi .....	162
<b>Tablo 3. 103.</b> Kadın girişimcilerin sektöre göre Welch testi .....	163
<b>Tablo 3. 104.</b> Kadın girişimcilerin sektöre göre Games-Howel testi .....	163
<b>Tablo 3. 105.</b> Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre varyansların homojenlik testi ..	164
<b>Tablo 3. 106.</b> Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre tek yönlü Anova testi .....	164
<b>Tablo 3. 107.</b> Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre LSD testi.....	165
<b>Tablo 3. 108.</b> Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre Welch testi.....	166
<b>Tablo 3. 109.</b> Kadın girişimcilerin işletme kazancına göre varyansların homojenlik testi ...	167
<b>Tablo 3. 110.</b> Kadın girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre tek yönlü Anova testi ...	167
<b>Tablo 3. 111.</b> Kadın girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre LSD testi .....	168
<b>Tablo 3. 112.</b> Kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişiye göre varyansların homojenlik testi .....	169
<b>Tablo 3. 113.</b> Kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişiye göre tek yönlü Anova testi.....	169
<b>Tablo 3. 114.</b> Kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişiye göre Welch testi.....	170
<b>Tablo 3. 115.</b> Kadın girişimcilerin işletme yıl durumuna göre varyansların homojenlik testi .....	170
<b>Tablo 3. 116.</b> Kadın girişimcilerin işletmelerinin yıllara göre tek yönlü Anova testi.....	171

**Tablo****Sayfa**

<b>Tablo 3. 117.</b> Kadın girişimcilerin işletmelerinin yıl durumuna göre Welch testi .....	171
<b>Tablo 3. 118.</b> Tanımlayıcı istatistikler (GK00).....	177
<b>Tablo 3. 119.</b> Girişimcilerin kadın olma olasılığı .....	178
<b>Tablo 3. 120.</b> Tanımlayıcı istatistikler (KGKY00) .....	179
<b>Tablo 3. 121.</b> KGKY00 lojistik regresyon analizi sonuçları.....	180



## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1. 1. East Yorker tipik kişisel ağı .....	17
Şekil 1. 2. Sosyal sermayenin unsurları .....	22



## GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik	Sayfa
Grafik 2. 1. Girişimcilerin yaş aralığı.....	59



## SİMGELER VE KISALTMALAR

### Simgeler

N	Evren birim sayısı
n	Örneklem büyüklüğü
p	Evrendeki X' in gözlenme oranı
q	(1-P): X' in gözlenmeme oranı
t	$\alpha=0,05$ için kritik tablo değeri
d	Örneklem hatası
X	Aritmetik ortalama
C	Cinsiyet
Y	Yaş
MD	Medeni durum
ED	Eğitim durumu
G	Gelir
ESO	Ev Sahibi Olma

### Kısaltmalar

ABD	Amerika Birleşik Devleti
ADNKS	Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
AFA	Açımlayıcı Faktör Analizi
AGİDER	Akdeniz Girişimci İş Kadınları Derneği
ATSO	Antalya Ticaret ve Sanayi Odası
BSTB	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
ÇTSO	Çorum Ticaret ve Sanayi Odası
DB	Dünya Bankası
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
JHEWA	Sabah Kadın İşleri Departmanı
KCCI	Kadazandusun Ticaret ve Sanayi Odası
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin

KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSSGM	Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü
LSD	Least Significant Difference (En Az Anlamlı Fark)
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
SEED	Küçük Girişimciliği Geliştirme Programı
STB	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
SWEPA	Sabah Kadın Girişimciler ve Profesyoneller Derneği (Entrepreneurs and Professionals Association)
TDK	Türk Dil Kurumu
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
T.O.B.B.K.G.K	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kadın Girişimciler Kurulu
TSO	Ticaret ve Sanayi Odası
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
WEDGE	Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesi ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği (Women's Entrepreneurship Development and Gender Equality)

## GİRİŞ

İnsan kaynağının verimliliği noktasında beşeri sermayenin olduğu kadar sosyal sermayenin de önemi büyüktür. İnsan kaynağı olan kadın iş gücü piyasasında etkin olarak yer almamakta, bu nedenle iş gücü piyasasının verimliliği düşük olmaktadır. Kadının istihdama katılması kadar girişimcilik faaliyetine yönelmesi de iş gücü piyasası ve dolayısı ile ülke ekonomisi için önem arz etmektedir. Bu noktada ülke genelinde erkeklere göre düşük olan kadın girişimci sayısının artırılması ve girişimci kadınların yüksek kazanç elde ederek girişimcilik faaliyetine devam etmesini sağlayan araştırmaların yapılması, ekonomik gelişmeye katkı sağlayacaktır. Bölgelerin ekonomik yönden gelişiminde görülen farklılıklarda kadın girişimcilerin oranının bölgesel farklılık göstermesinin etkisi olmaktadır. Bu kapsamda özellikle kadın girişimcilerin girişimciler içerisindeki oranının düşük olduğu bölgeler için araştırma yapılması önem oluşturmaktadır. Çorum Ticaret ve Sanayi Odası (ÇTSO)' ndan edinilen bilgilere göre Çorum ilinde kadın girişimci sayısı erkek girişimci sayısına göre oldukça düşük düzeydedir. Kadınlar girişimsel faaliyetlere yönelme ya da girişimsel faaliyetlerine devam etme noktasında birçok sorunla (sermaye temini, eğitim düzeyi ve bilgi eksikliği, deneyim eksikliği, toplumsal cinsiyet rollerinin etkisi, bürokratik engeller gibi) karşılaşabilmektedir. Kadın girişimciler ya da girişimci adaylarının sosyal sermaye düzeyleri yüksek olduğunda bu gibi sorunların üstesinden daha kolay gelebileceği düşünülmektedir. Yine erkek girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi yüksek olduğunda kadın girişimcilerle ortaklıklarının daha fazla olacağı düşünülmektedir. Bir başka ifadeyle kadınlara göre sayıca fazla olan erkek girişimcilerin kadınlarla olan ortaklıkları artınca kadın girişimci sayısında artış olacağı, söz konusu ortaklıkların kurulmasında erkeklerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının olumlu etkisi olacağı beklenmektedir. Bu nedenle çalışmada girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığı ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığına etkisi lojistik regresyon analiziyle araştırılmıştır. Ayrıca girişimcilerin ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde demografik ve sosyoekonomik faktörlere göre farklılık olup olmadığı, Çorum ilinde Ticaret ve Sanayi Odası' na üye olan 411 girişimciye uygulanan anket verilerine bağımsız örneklem T testi ve tek yönlü Anova testi yapılarak araştırılmıştır. Farklılık olan sosyoekonomik faktörlere post-hoc ikişerli karşılaştırma testleri yapılarak, farklılığın hangi gruptan kaynaklandığı test edilmiştir.

Yazında farklı şekillerde tanımlanan sosyal sermaye kavramı, ekonomik gelişme ile ilişkilendirilmiş, güven, normlar, sosyal ağlar ve katılım gibi unsurlar temelinde ele alınmıştır. Sosyal sermayenin diğer sermaye türleri ile de ilişkisi bulunmaktadır. Bu bakımdan sosyal sermaye hem bireysel hem de ekonomik olarak verimliliğin sağlanmasında etkili bir faktör olarak görülmüştür. Yazında kadın girişimcilerle sosyal sermaye düzeyi arasındaki ilişkiyi Türkiye dışındaki ülkeler temelinde araştıran çalışmalar ağırlıklı olarak bulunmakla birlikte Türkiye için (Alp-Toprakçı ve Aksoy (2019) Antalya, Aşkın ve Barış (2016) Tokat, Yetim

(2008) ve Yetim (2002) Mersin ili için araştırmışlardır) araştıran birkaç çalışma bulunmaktadır. Söz konusu çalışmalara ayrıntılı olarak çalışmanın yazın araştırması başlığı altında yer verilmiştir. Ancak girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığına etkisini orum ili için araştıran çalışmalara rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın özgünlük oluşturacağı ve yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci ve ikinci bölümde sırasıyla sosyal sermaye, girişimcilik ve kadın girişimciler teorik çerçevede ele alınırken, nc bölümde orum ilindeki girişimciler ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerine ilişkin uygulama sonuçlarına yer verilmiştir. Birinci bölümde sosyal sermayenin kavramsal ve kuramsal erevesi, sosyal sermayenin unsurları ve kaynakları, sosyal sermayenin diğer sermaye türleri ile ilişkisi, sosyal sermayenin bireyler, takımlar ve örgütler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerine değinilmektedir. İkinci bölümde girişimciliği etkileyen faktörler, kadın girişimcilerin özellikleri ve türleri ile Türkiye' deki durumu, kadın girişimciliğini etkileyen faktörler, kadın girişimcileri destekleyen kurum ve kuruluşlara değinilmiştir. nc bölümde ise konuyla ilgili yapılmış çalışmalar değerlendirildikten sonra araştırmanın önemi ve amacı, araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları, araştırmanın evreni ve rneklemi, araştırmanın veri toplama araçları ve yöntemi, araştırma verilerinin analizi, lojistik regresyon analiz yöntemi ve lojistik regresyon analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Son olarak uygulama sonuçlarının yorumlandığı ve bu kapsamda politika ve önerilerin değerlendirildiği sonuç bölümüne yer verilmiştir.

## 1. BÖLÜM

### SOSYAL SERMAYE

#### 1.1. Sosyal Sermayenin Kavramsal Çerçevesi

Sosyal sermaye özünde "Ne bildiğin değil, kimi tanıdığın önemli!" olarak genellenebilen, ancak birçok araştırmada farklı tanımları yapılmış olan bir kavramdır (Woolcock, 2001, ss. 2-3). Toplumsal bazı değerlere sahip olmayı ifade eden bir kavram olarak tanımlanabilen sosyal sermaye, insanların yararlanabileceği finansal ya da maddi kaynaklardan farklı bir sermaye türü olarak bilinmektedir (Özdemir, 2007, s. 18). Sosyal sermaye genel olarak sosyal ilişkilerle kurulan sosyal ağların yanı sıra bireylerin içinde yer aldıkları her türlü resmi ve gayri resmi grup üyeliklerini içermektedir. Sosyal sermayenin temelinde güven unsuru yatmaktadır. Güven unsuru ile birlikte bireylerin diğer grup üyeleriyle uyum içinde çalışabilmesi ve karşılıklı dayanışma içinde olması da önemlidir (Allik ve Realo, 2004, s. 34). Sosyal sermaye kavramı, başlangıçta aile içi ilişkileri kapsayacak şekilde incelenmiş olsa da günümüzde daha geniş bir perspektifle aileler arasındaki ilişkilerin haricinde diğer sosyal ilişkilerin oluşturduğu ilişki ağlarını da kapsadığı kabul edilmektedir (Edwards ve ark., 2003, s. 4).

Bu bağlamda toplumsal hayatın faaliyetlerdeki etkilerini ortaya koymayı amaçlayan sosyal içerikli yeni bir iktisat kavramı olan "sosyal sermaye" nin tanımını yapabilmek oldukça zor olmasına rağmen en basit hali ile sosyal sermaye "en az iki kişi arasında güven unsuruna dayalı olarak kurulabilen iletişim türü" olarak tanımlanırken, daha ayrıntılı olarak "toplumdaki kişiler, sivil toplum kuruluşları ve kamu kurumları arasındaki bağlantıyı kolaylaştırarak toplumun üretkenliğini artıran güven, norm ve iletişim ağı özellikleri" şeklinde tanımlanmaktadır (Temple, 2000, s. 23). Putnam sosyal sermayeyi sosyal organizasyon ve sosyal ilişkilerin yer aldığı sosyal ağlar temelinde açıklarken, Grootaert-Van Bastelaer (2002) sosyal sermayeyi sosyal ve ekonomik gelişmeye yaptığı katkılar açısından ele almış, Lin (2001) sosyal sermayenin temelinde "beklenen getiriler nedeniyle sosyal ilişkilere yapılan yatırım" olduğunu ve kişilerin kâr sağlamak için etkileşimlere ve ağlara katılma çabası içine girdiğini ileri sürmüştür (Yaracı, 2011, s. 129).

Sosyal sermaye, bir toplumdaki belirli bir yatırımı temsil eden kaynaklar olarak kabul görürken, Marxizm sermayeyi bir ortamda yaratılan artı değerlerin toplamı olarak tanımlamaktadır. Sosyal sermaye, kişinin sosyal ağlarına gömülü ve ağdaki sosyal bağlarla erişilebilen ve bireyler tarafından yapılan yatırımların kâr getirmesi sonucu oluşan kaynakları ifade etmektedir (Lin, 2001, s. 19). Nan Lin sosyal sermaye kavramını kişisel ve sosyal kaynak olarak iki boyutta incelemiştir. Lin' e göre sosyal sermaye, hem kişiye bireysel olarak getiri sağlaması açısından "kişisel" olarak hem de kişinin elde ettiği getirilerin grup içindeki paylaşımı ile kamusal bir mal olarak "sosyal" boyutta anlam kazanmaktadır. Buna

karşılık Cohen ve Prusak ise sosyal sermayeyi kişiler arasında mevcut olan güven, anlayış ve ortak değerler sonucunda oluşan birbirlerine bağlı davranışlar aracılığı ile grup içerisinde kolektif bir ortamı mümkün kılan biriktirilmiş sosyal bağlar olarak tanımlamışlardır (Yarçı, 2011, ss. 127-128).

Son yıllarda fazlaca gündeme gelen sosyal sermaye olgusu, ülkelerin ekonomik, siyasi ve sosyal alanlardaki başarılarını doğrudan etkileyen bir faktördür (Woodhouse, 2006, s. 84). Özellikle son yıllarda sosyal sermaye üzerinde yapılan çalışmaların artması, toplumların ekonomik ve sosyal problemlerini çözebilmeleri için yeni alternatif fikirlerin üretilmesine imkân tanımaktadır. Çünkü ülkelerin sahip oldukları maddi sermayelerini verimli bir şekilde kullanabilmeleri sosyal sermaye birikimleriyle doğrudan ilişkilidir. Sosyal sermaye kullanımı ile ekonomik ve kültürel sermaye birbirleri ile orantılı bir şekilde toplumsal fayda sağlamaktadır. Alexis de Tocqueville, "Amerika' da Demokrasi" (1830) adlı eserinde Amerikan' ın demokrasi ve ekonomik gücünün, Amerikalılar arasında iletişimi ve yakınlaşmayı sağlayan gönüllü kuruluşlar ve derneklerdeki etkileşimden kaynaklandığını vurgulamaktadır. O günün şartlarında "sosyal sermaye" kavramını kullanmamış olsa da toplumsal ilişki ağları ve birliktelikten bahsetmiş olması, bugün itibari ile sosyal sermayenin toplumların ve devletlerin kalkınmasındaki önemini vurgulaması açısından dikkat çekicidir. (Sağır ve Öztürk, 2010, s. 33)

Sosyal sermaye kavramı, Fransız Sosyolog Piere Bourdieu tarafından literatüre kazandırılmış, James Coleman (1990)' ın "Foundations of Social Theory" adlı eserinde ayrıntılı olarak ele alınmış ve ekonomik gelişme sorunu ile ilişkilendirilmiştir. Sosyal sermaye, insanlara faaliyetleri birlikte yapma imkânı sunan normlar ve sosyal ağlardan oluşmaktadır (Woolcock ve Narayan, 2000, s. 226). Putnam sosyal sermayenin gelişmesini, sosyal normlar ve ağlar ile güven unsuru şeklinde ele alarak güven unsurunun sosyal normlar ve ağların işlerlik kazanması ve devamındaki önemini vurgulamıştır. Putnam' a göre sosyal sermaye ortak hedeflere ulaşmak için bireylerin birlikte hareket etmesini sağlayan güven, normlar ve ağlar gibi sosyal örgütlenme bileşenlerinden oluşmaktadır (Altan, 2007, s. 224). Bu çerçevede sosyal sermayeyi; toplum içerisinde bireylerin birbirlerine karşı olan güven düzeyi, yazılı veya yazılı olmayan farklı tutum ve davranışları sonucu oluşan normlar ve iletişim olanakları oluşturmaktadır (Karagül ve Dünder, 2006, s. 3).

Sosyal sermaye kavramı çerçevesinde tartışılan konular yeni olmamakla birlikte, sosyal sermayenin toplumsal hayata sağladığı katkılar bakımından önemi ve sosyal sermayenin ne kadar kullanışlı olduğunun fark edilmiş olması ve bu çerçevede bir kavramsallaştırmaya gidilmesi oldukça yenidir. Araştırmacılar tarafından farklı unsurlar üzerinden ele alınmış olsa da genel hatlarıyla güven, normlar, sosyal ağlar ve katılım çerçevesinde incelenen sosyal sermaye kavramı, yirminci yüzyılın ortalarına doğru sosyal bilimlerde yazınında yer almış ancak tam olarak gündeme gelmesi 1960' lı yıllardan sonra olmuştur. İlk olarak 1916 yılında Lydia Judson Hanifan' ın Batı Virginia' daki "kırsal okul aile birliği merkezlerini"

değerlendirdiği, lise öğrencilerinin okul başarısı üzerinde aile ve çevrenin önemini ortaya koyduğu çalışmada adı geçen sosyal sermaye kavramı üzerine günümüzde dikkat çekici sayıda çalışma yapılmıştır. 1970' li yıllara kadar devam eden tartışmaların temelinde sosyal sermayenin iktisadi bir kavram olarak ele alındığı görülmektedir. Ancak toplumsal ilişkilerin çok yönlülüğü düşünüldüğünde sosyal sermaye tartışmalarına sadece iktisadi açıdan yaklaşmak yeterli olmayacaktır. “Sosyal sermaye kavramının ana fikri, sosyal iletişim ağlarının toplumun sağlıklı bir şekilde devam etmesinde hayati bir değeri olduğudur” (Yarcı, 2011, s. 126) düşüncesinden hareketle sosyal sermaye iktisadi kavram olmasının dışında sosyolojik bir kavram olarak toplumdaki kişiler arası ilişkiler kapsamında incelenmektedir. Bu bağlamda yazın incelendiğinde sosyal sermaye teorisinin gelişiminde Bourdieu, Coleman ve Putnam’ ın önemli paya sahip isimler arasında ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Sosyal sermayeyi kavramsal olarak anlayabilmek için bu üç ismin sosyal sermayeye bakış açılarını anlamak gerekmektedir.

### **1.1.1. Pierre Bourdieu ve sosyal sermaye kavramı**

Bourdieu’ ya (1983, ss. 190-191) göre sosyal sermaye, sosyal ağlara sahip olma ve güncel kaynakların birlikte kullanılması sonucu ortaya çıkan bir sermaye türüdür. Bir başka ifade ile sosyal sermaye, bir gruba ait olma durumu neticesinde ortaya çıkan aidiyet ile ilişkili olan kaynaklar birlikteliğidir. Kişi ya da grupların süregelen bir ilişkiler ağı, neredeyse kurumsallaşmış ikili tanışma ve tanınmalar, kişilerin karşılıklı ilişkilere sahip olması sonucu elde ettiği olası ya da gerçek kaynakların toplamıdır. İhtiyaç halinde yararlı destekler sağlaması beklenen, saygınlığın simgesi olan ve toplumsal ilişkilerin doğal bir sonucu olarak oluşan bir sermaye türüdür. Bir kolektif mal olmaktan ziyade kişisel bir kaynaktır. Bourdieu en kısa şekilde sosyal sermayeyi, karşılıklı tanışıklıklar sonucu oluşan uzun ömürlü iletişim ağlarında kişilerin veya grupların hissesine düşen kaynakların toplamı olarak tanımlamıştır. Bourdieu sosyolojik olarak bir toplumun, daha geniş manada sosyal dünyanın, nasıl çalıştığını daha ayrıntılı inceleyebilmek ve daha doğru anlayabilmek için o toplumun sosyal sermayesinin iyi bilinmesi gerektiğini savunmaktadır (Yarcı, 2011, s. 130). Pierre Bourdieu’ nun sosyal sermaye hakkında söylemlerinin anlaşılabilmesi için “*sermaye*” kavramına yaklaşımını anlamak da önemlidir. Çünkü Bourdieu açıklamalarının merkezine sermaye kavramını koymaktadır. Bourdieu sermayeyi, “toplumun biriktirilmiş tarihi” olarak nitелеmektedir (Bourdieu, 1983, s. 183; Field, 2008, s. 20).

Pierre Bourdieu sermayeyi üçe ayırmıştır. Bunlar ekonomik, kültürel ve sosyal sermayedir. Bu üç sermaye türü birbiri ile yakından ilişkilidir. Sermaye türleri arasındaki bu yakın ilişki, her sermaye türünün bir diğeri ile arasında işbirliği bulunduğu anlamına gelmektedir. Bu sermaye türlerinden her biri toplum içerisinde farklı bir seviyeyi ifade etmekte olup, birbirinden ayrı düşünülemez. Sermayenin toplumsal yansıması da yine aynı şekilde üç farklı şekilde olmaktadır. Bunlar doğrudan paraya çevrilebilen ve mülkiyet hakları

biçiminde kurumsallaşabilen ekonomik sermaye; belirli şartlarla ekonomik sermayeye dönüştürülebilen ve eğitim vasıfları şeklinde kurumsallaşabilen kültürel sermaye; toplumsal sorumluluklardan doğan, belirli şartlarla ekonomik sermayeye dönüştürülebilen ve soyluluk, asalet unvanı gibi biçimlerde kurumsallaşabilen sosyal sermayedir (Bourdieu 2010, s. 49). Sosyal sermaye kavramı toplumsal ilişkilerin toplumsal gerçekliğinde sadece diğer sermaye çeşitleri ile birlikte kullanıldığında anlam kazanmaktadır.

### **1.1.2. James Coleman ve sosyal sermaye kavramı**

Sosyal sermaye ile ilgili öncü isimlerden olan J. S. Coleman, yukarıda sosyal sermaye kapsamında fikirlerine yer verilen ve sosyal sermayenin ekonomik avantaja dönüşmesi üzerinde çalışan Bourdieu' dan farklı olarak sosyal sermayenin insan sermayesine dönüşmesi ile ilgili çalışmalar yapmıştır. Eğitim alanında sosyal sermaye üzerine çalışmalar yapan Coleman (ABD' de devlet okulundaki öğrenciler ile yaptığı çalışmalarında farklı aile yapılarının çocuklarda farklı miktarda sosyal sermaye oluşturduğunu ifade etmiştir), sosyal sermaye ve insan sermayesi arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak, sosyal sermayenin önemini anlaşılmasında büyük rol oynamıştır (Coleman, 1988, ss. 6-8). Coleman sosyal sermayeyi, sosyal yapının bazı yönlerinden oluşan ve sosyal yapı içindeki kişilerin eylemlerini kolaylaştıran birçok etkenin bütünü olarak tanımlamıştır. Kişiler, çıkarlarını korumak ve bireysel fayda sağlamak için bu sosyal yapıları kullanmakta, sosyal sermaye sosyal ilişkilerde alınan sorumluluklar, beklentiler ve karşılıklı güven aracılığıyla bireylerin yararına olan kaynaklar oluşturmaktadır. Sosyal ilişkilerde yer alan sorumluluk ve beklentiler, bilgi ve normlardan oluşan sosyal sermaye, sosyal yapının bir özelliğidir. Bu özelliği ile içsel olarak sosyal sermayeyi tanımlayan Coleman, sosyal sermayenin bireylere değil, topluluklar veya gruplara ait olduğunu ifade etmiştir. Sosyal sermaye diğer sermaye biçimlerinden farklı olarak, bireyin kendisinde ya da fiziksel üretim araçlarında değil, kişiler arası ve kişilerin içindeki ilişkilerin yapısında yer almaktadır. Coleman' a göre insanlar bireysel düşünme ve bencil olmalarına rağmen, kendi çıkarları söz konusu olduğunda gayri ihtiyari bir şekilde rekabeti bırakarak, iş birliği yapmaya gönüllü olurlar. Anlaşıldığı üzere Coleman' a göre sosyal sermaye, kişisel çıkarlar ile ortak çıkarlar arasına köprü kuran, herkesin yararına olan tehlikesiz, tarafsız ve mükemmel bir "kamusal mal" olarak karşılık bulur (Coleman, 1988, ss. 96-98).

Coleman' a göre aile, sosyal sermayenin merkezinde bulunmaktadır. Sosyal sermaye, merkezinde ailenin olması ve sosyal ilişkilere dayanması açısından etkin olmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye aile içinde ve sosyal kurumlarda gelişmektedir (Coleman, 2000, s. 9). Sosyal sermaye sosyal yapıların içinde yer almakta, (aile, arkadaş grubu, STK, vb.) bireylerin davranış şekillerini diğerlerinden daha fazla kolaylaştırmakta, aile sosyal sermayenin asıl kaynağı olarak görülmektedir. Aile sosyalleşmenin başlangıcı olması ve sosyal kontrol sağlaması nedeniyle toplumun temel taşını oluşturmaktadır. Aile ve

topluluklardaki sosyal sermaye, beşerî sermayenin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Coleman, 1988, s. 98-99). Yine Coleman' a göre sosyal sermaye, "içinde karşılıklı beklentilerin bulunduğu ve ilişkilerin yüksek düzeyde bir güven ve ortak değerlerle oluştuğu, böylece bireyin iletişim ağlarının ötesine geçtiği bir kaynağı" temsil etmektedir (Field 2008, s. 28).

Coleman, sosyal sermaye üretiminde ağların "kapalılık" özelliğine vurgu yaparak ağların kapalılığının bir grup içindeki üyelerin birbirlerini tanıyarak etkileşime geçtiklerinde ortaya çıkan bir durum olduğunu, grubun üyeleri arasında ortak norm ve yaptırımların kabul edilmesine neden olan kapalılığın, güvenin olduğu bir ortamın oluşumuna zemin hazırlayarak bilgi paylaşımını da kolaylaştırdığını belirtmiştir (Coleman,1988, ss. 96-98).

### **1.1.3. Robert Putnam ve sosyal sermaye kavramı**

Sosyal sermaye ile ilgili en önemli isimlerden Robert Putnam, sosyal sermaye kavramını Coleman' dan farklı olarak daha çok toplumsal bir düzeyde ele almıştır. Putnam sosyal sermaye kavramında, "iletişim ağlarına aktif katılma ve bu katılım sonucu oluşan karşılıklı ilişkilere ve yine burada ortaya çıkan karşılıklı toplumsal güven normlarına" değinmiştir (Ogunrinola, 2011, s. 96). Putnam sermayeyi, "koordinasyon eylemlerini kolaylaştırarak toplumun verimliliğinin artmasını sağlayan güven, normlar ve sosyal ağlar gibi organizasyon özellikleri" (Bilgin ve Kaynak, 2008, ss. 30-31), "*sosyal yaşamın taraflarının ortak amaçlar ışığında bir arada hareket edebilmelerine yönelik özellikler*" şeklinde ifade etmiştir. Putnam, sosyal ağların bir değerinin olduğunu belirterek sosyal bağlantıların, bireylerin ve grupların üretkenliğini önemli ölçüde etkilediğini belirtmiştir (Dayanç, 2018, s. 138). Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse bilginin bir değer olarak artması ve gelişebilmesi için yayılması gerekmekte, bunun için de sosyal ağların varlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Girişimcilerin sosyal sermayeleri aracılığıyla ortakları ve müşterileri ve piyasadaki diğer insanlarla resmi ya da gayri resmi bağlar kurarak iş fırsatları elde edebileceği kabul edilmektedir. Girişimciler tedarikçilerden, pazarlamacılarından, müşterilerden ve hatta rakiplerden edindikleri bilgilere dayanarak karar vermektedir (Bosma ve ark., 2004, s. 6).

Sosyal sermaye kavramının son yıllarda gündemdeki yerinin artmasında özellikle Robert Putnam' ın 2000 yılında yayımladığı "Tek Başına Bowling Oynamak: Amerikan Toplumunun Çöküşü ve Uyanışı" adlı eser etkili olmuştur. Bu eser bireysel olan hiçbir başarının sürdürülemeyeceğini, sürekliliğin ancak sosyal ağlarla sağlanabileceğini anlatan önemli bir kaynaktır. Sosyal sermayenin normlar, güven ve sosyal ağlar olmak üzere üç bileşenden oluştuğunu belirten Putnam' a göre bu unsurlarından en önemlisi sosyal ilişkilere katılım ya da sosyal ağlara dahil olmaktır. Çünkü sosyal ağlar yoluyla karşılıklı ilişkiler artacak ve bireyler arasında güven unsuru gelişecektir. Güven, hem gayri resmi iş ağlarına katılım hem de sosyal ilişkilerin devam etmesi için gerekli bir etkidir (Aşkın ve Barış, 2016, s. 66).

Sosyal ilişkiler ise bireylerin sermayesidir yani birikim yapılabilen, ihtiyaç anında ulaşılabilen ve kullanılabilen bir kaynaktır.

Putnam sosyal sermayeyi, aile fertleri ve dostluklar gibi birincil düzeyde ilişki ağına sahip oluşumları ifade eden “Bağlayıcı Sosyal Sermaye” ile arkadaşlıklar, vakıf, dernek vb. üyelikler ile iş arkadaşları gibi nispeten daha zayıf ilişkileri ifade eden “Köprü Kurucu Sosyal Sermaye” şeklinde ikiye ayırmaktadır. Putnam, elit kimlikleri destekleme ve benzer ilişkileri sürdürme eğiliminde olan bağlayıcı sosyal sermayeyi “dışsallaştıran” bir sermaye çeşidi olarak kabul ederken, farklı sınıflardan bireyleri ortak amaçlarda buluşturan köprü kurucu sosyal sermayeyi de “içselleştiren” bir sermaye çeşidi olarak görmektedir. Robert Putnam ayrıca, bağlayıcı sosyal sermayeyi “geçinmek” için, köprü kurucu sosyal sermayeyi ise “amaçlara ulaşabilmek için” önemli bulmaktadır (Şan ve Şimşek, 2011, s. 97).

## **1.2. Sosyal Sermayenin Kuramsal Çerçevesi**

Güven, işbirliği, karşılıklı bağlılık gibi bir takım bilinen değerlerin “sosyal sermaye” adıyla yeniden incelenmesi ile birlikte ekonomik, sosyal ve siyasi alanları birleştiren kavram, sosyologlar (Coleman, 1988, 1990), siyaset bilimciler (Putnam, 2000) ve iktisatçıların (Woolcock ve Narayan, 2000) ilgi alanına girerek farklı boyutları ile ele alınmıştır (Erselcan, 2009, s. 248). Sosyal sermaye ile ilgili kavramsal ve kuramsal çalışmalar devam etmekle birlikte bu başlık altında yazında öne çıkan ve sosyal sermayeyi biçimlendiren kuramlar incelenmiştir. Sosyal ağlar temelinde gelişen bu kuramlar aşağıda açıklanmıştır.

### **1.2.1. Ağ-üyelik kuramı**

Ağ-üyelik kuramının önde gelen ismi, siyaset bilimi alanında tanınan Robert Putnam sosyal sermaye kavramını ilk kez 1993 yılında yazdığı “*Making Democracy Work*” kitabında kullanarak bu alanda büyük değişimlere yol açmış ve bireylerin değil grupların sosyal sermayeye sahip olabileceğini vurgulamıştır. Ayrıca sosyal sermayenin bireylerin özel mülkiyeti olmayıp, tıpkı güvenli sokaklar ve temiz hava gibi tüm insanların sahip olduğu kamu malı olduğunu belirtmiştir (Putnam, 1993, s. 38). Amerika’daki politik yaşamı inceleyerek zenginliğin, güçlü kurumların ve mutlu vatandaşların olduğu toplulukların en büyük kaynağının sivil toplum olduğunu ifade eden Tocqueville’ nin Putnam’ ın çalışmalarına çok büyük etkisi olmuştur. Tocqueville ile aynı görüşte olan Putnam, sivil toplum kuruluşlarına üyelik ile sosyal sermayeyi birleştirmiş, bu durumun gazete okumak, kültürel etkinliklere katılmak, spor kulübüne üye olmak gibi başarılı bir ekonomi ve güçlü bir toplumun göstergesi olduğunu belirtmiştir (Tocqueville, 1945). Putnam güçlü kurumlar için gerekli koşulları bulmak amacıyla yıllarca İtalya’ daki sivil yaşamı incelemiştir. Putnam’ a göre sosyal sermayesi güçlü gruplarda iletişim ve etkileşimin güçlü olması, kişilerin birbirine duyduğu güven ve iyi niyet sayesinde kurum içi ve kurumlar arası işlerin çözülmesi, zaman

olarak daha hızlı, finansal olarak ise daha kolay olabilmektedir. Bu durumdan kurumlar ekonomik olarak olumlu yönde etkilenmektedir (Putnam, 1993, s. 38).

Ortak özelliklere sahip olan insanların oluşturdukları gruplar olarak tanımlanan ağlar sayesinde kişiler kendilerine fayda sağlayacak amaç ve hedeflere ulaşabilmektedir. Bir ağdaki insanların birbirine yardım etme istekleri doğrultusunda davranma dürtüleri sonucu oluşan sosyal sermayenin Nahapiet ve Ghoshal' a göre yapısal, ilişkisel ve bilişsel olmak üzere aşağıda verilen üç boyutu bulunmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, ss. 242-286).

- **Yapısal Boyut:** Kurumlar ve bireyler arasındaki sosyal etkileşimi ele almakta ve bu boyutun temelini ağların kendisi oluşturmaktadır.
- **İlişkisel Boyut:** Karşılıklı güven, güvenilirlik, normlar ve sorumluluklar gibi ilişkilerin kaynaklarını ifade etmektedir.
- **Bilişsel Boyut:** Ortak dil, kodlar, geçmiş yaşantılar gibi ilişkilerin önemli öğelerinden oluşmaktadır.

### **1.2.2. Ağ yapısı kuramı**

Ağ yapısı kuramında "Güçlü ağlar mı yoksa zayıf ağlar mı sosyal sermaye kazanımında daha etkilidir?" sorusuna cevap aranmaktadır. Yazında bireylerin katıldığı sosyal ağların yoğunluk derecesine göre farklı kuramları savunan araştırmalar bulunmaktadır. Yazında özellikle öne çıkan ve sosyal sermayenin şekillenmesinde etkili olduğu görülen Zayıf Bağ Kuramı, Sosyal Kapalılık Kuramı ve Yapısal Boşluklar Kuramı irdelenmiştir.

#### **1.2.2.1. Mark Granovetter: Zayıf Bağ Kuramı**

Ağ yaklaşımının tarihsel gelişiminde adı geçen ve yaklaşımı gündeme taşıyan Granovetter' in çalışmalarının temelinde kişiler arası ilişkiler bulunmaktadır. Sosyal sermaye alanında en çok tartışılan konulardan biri "Sosyal ağlarda güçlü bağlar mı zayıf bağlar mı kaynaklara ulaşmada daha etkilidir?" konusudur. Granovetter, zayıf bağların etkisini teorik olarak ilk inceleyen kişilerdendir. Granovetter "Getting A Job" adlı kitabında yöntem olarak sosyal ağ analizini kullanmış ve ağ yaklaşımının temel kuramı olan "zayıf bağların gücü kuramını" incelemiştir. Kitabın ana konusu yeni edilen bilgilerin tanıdıklar aracılığıyla kazanılan zayıf bağlarla elde edildiğidir. Akraba, yakın arkadaş ve iş arkadaşları ile kurulan güçlü ve yoğun bağların sosyal hayattaki önemi bilinmektedir. Fakat yakın çevrenin oluşturduğu ağlardaki kişilerin aynı bilgilere sahip olması nedeniyle iş konusunda faydası olmadığı görülürken, bireylerin farklı sosyal çevreden gelen zayıf bağlantılar aracılığıyla yeni işler hakkında bilgi edindikleri tespit edilmiştir (Granovetter, 1983, s. 210).

Granovetter' a göre bir kişinin tüm yakın arkadaşlarına bir söylenti anlatması ve onların da aynısını yapmaları durumunda çoğu kişi söylentiye ikinci ve üçüncü kez duyacaktır, çünkü birbirine güçlü bağlarla bağlı olan kişilerin fazlaca ortak arkadaşı bulunmaktadır. Söylentiye yayma motivasyonu, her yeniden anlatma durumunda azalacağından, güçlü bağlar yoluyla yayılan söylentinin, zayıf olan bağlar yoluyla yayılana kıyasla birkaç grupta sınırlı kalması ihtimali daha yüksektir. Granovetter bireyler arası bağların zayıf olmasının, bireyin belli hedeflere yönelik eylemleri için daha etkin bir sosyal sermayeye ulaşmasını sağladığını savunarak bireyler arasındaki bağların gücünü, "Bir bağın gücü, bağı biçimlendiren zamanın miktarının, duygusal yoğunluğunun, içtenliğinin ve karşılıklı yükümlülüklerin bir kombinasyonudur" şeklinde tanımlamaktadır. Herhangi bir sosyal ortamda iletişim halinde olan bireylerin özellikleri zamanla ortamdaki diğer kişilerin özelliklerine benzemektedir. Bilgi de bu etkileşime dahil olduğundan zamanla sosyal ortamdaki bireylerin bilgileri birbirine benzemeye başlamaktadır (Granovetter, 1973, ss. 1361-1366). Granovetter, zayıf bağlar olmazsa kişilerin sadece yakın arkadaşlarından elde edebilecekleri bilgilere mahkûm olacaklarını savunmaktadır. Bireylerin farklı bilgilere ihtiyaç duymaları halinde kendi sosyal ortamlarından farklı alanlarda bu bilgiyi bulma ihtimalleri daha yüksek olacağından farklı bir sosyal ortama erişim sağlamak için iki ortamı birleştiren bağlara ihtiyacı olacaktır. Bu durumda farklı iki sosyal ortamı birleştiren araç, zayıf bağlar olacaktır. Granovetter, köprü oluşturan iki birey arasında zayıf bağ olduğunu, çünkü her bireyin sosyal ortamının farklı olacağını ileri sürmüştür. Sosyal ilişkilerde güçlü bağların yeni bilgi aktarımı sağlamaması nedeniyle köprü olamadığını, buna karşın yeni bilgilere erişimde sağladığı fayda ve ilişkileri dengede tutmaya yönelik bir baskının bulunmaması nedeniyle zayıf bağların sanılanın aksine önemli olduğunu savunmuştur. Bu nedenle, zayıf bağlar esasında bireyler ve örgütler açısından önemli bağlar olarak görülmektedir (Borgatti ve Kidwell-Lopez, 2012, ss. 40- 43; Granovetter, 1985, s. 502, Granovetter, 1983, ss. 202-204).

Granovetter' e göre ekonomik hayatı modern öncesi dönemde güçlü bağların, modern dönemde zayıf bağların etkilediğini ve bireylerin modern topluma uyumu açısından zayıf bağların önemli olduğunu savunmaktadır. Diğer bir deyişle iki dönem arasında güçlü bağlardan zayıf bağlara bir yönelmenin olduğu vurgulanmaktadır. Sosyal hayatta zayıf bağların önemli bir kaynak olmasının nedeni, iş bölümü ve uzmanlaşma ile artan karşılıklı bağımlılıklardan kaynaklanmaktadır. Sosyal ilişkilerin ekonomik yönden önemli olmasının nedenleri ise kabul görme, itibar ve statü sahibi olma gibi maddi olmayan isteklerle açıklanmaktadır. Bireyler açısından ele alındığında zayıf bağlar, ihtimal dahilindeki fırsatları yaratmada önemli bir kaynak olmaktadır. Bireylerin iş bulma aşamasında, güçlü bağlar kurulan kişiler genel olarak bireyin çalıştığı alandan farklı bir alanda çalıştığından, zayıf bağlar daha faydalı olmaktadır. Bu durumda hem bireyin iş konusundaki fırsatlar hakkında bilgi edinmesi hem de daha zengin bir bilgi kaynağına sahip olması bakımından zayıf bağlar daha faydalı olmaktadır (Özdemir, 2007, s. 67). Granovetter, zayıf bağların iş fırsatları yaratma konusundaki önemi ile ilgili olarak Boston' da yakın zamanda işini değiştirmiş

profesyoneller, teknikerler ve yöneticilerden oluşan bir örneklem üzerinde yaptığı araştırmada, işini değiştiren kişiler ile bu kişilere iş bulma konusunda faydalı bilgiler sağlayan kişiler arasındaki bağın gücünü ölçmeye çalışmıştır. Bu kapsamda Granovetter işini değiştiren kişilere kendilerine iş bulmaları için önemli bilgileri veren kişilerle ne sıklıkla görüştiklerini, aralarındaki bağın gücünü ölçmek için sormuştur. Genel olarak kabul gören algı, güçlü bağları olanların yardım etmeye daha meyilli olduğudur ancak Granovetter' a göre bir kişiyle zayıf bağlar kurulan kişiler, kişiden daha farklı ortamlarda bulduklarından kişinin ulaşabileceğinden daha farklı bilgilere ulaşabilir. Araştırma sonuçlarına göre bağlantıları sayesinde iş bulan kişilerin %16,7' si bağlantısı olan kişiyi sık gördüğünü; %55,6' sı ara sıra gördüğünü ve %27,8' i ise nadiren gördüğünü ifade etmiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında bireylerin özellikle iş konusunda fayda gördüğü kişilerin aslında kendilerine çok yakın olmadığı, çok sık görüşmediği, okuldaki ya da daha önceki iş yerindeki kişiler olduğu tespit edilmiştir (Granovetter, 1973, s. 1360). İş konusunda fayda görülen bu kişilerle ortak arkadaşlar aracılığı ile tanışılmış ya da tesadüfen karşılaşılmış da olabilmektedir. Bir kişi yeni bir işe başladığında sadece bir sosyal ağdan başka bir ağa geçiş yapmakla kalmayıp aynı zamanda önceki ve yeni sosyal ağları arasında bir bağlantı gerçekleştirmiş olmaktadır. Bu noktada genel olarak kişinin çok fazla görüşmediği kişilerin farklı bağlantı ve imkânları olması nedeniyle zayıf bağların önemi ortaya çıkmaktadır. Kişinin zayıf bağlarının sayısı ile kendi arkadaş çevresinin dışındaki dünyadan edindiği bilgiler doğru orantılıdır. Şayet kişi sadece yakın çevresi ile sınırlı kalan kapalı bir sistem ile yetiniyorsa bilgi kapsamı sadece o çevre içerisinde aktarılan bilgilerle sınırlı olacaktır (Granovetter, 1973, ss. 1371-1373). Granovetter' ın "Zayıf Bağ Kuramı" yapılan birçok araştırmanın sonucunda kabul görmüştür. Zayıf bağlar; zengin ve farklı fırsatlar, kaynaklar veya bilgi için ihtiyaç duyulan kaynakları sağlaması konusunda oldukça faydalıdır. Ayrıca zayıf bağların yanı sıra güçlü bağların da farklı amaçlar ve farklı konularda birçok faydasının olduğu araştırmalarla tespit edilmiştir. Örgütlerin büyümesi ve bilgi paylaşımı konusunda yapılan araştırmalarda hem zayıf hem de güçlü bağların kritik bir öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda zengin ve farklı bilgilere ulaşmakta zayıf bağlar etkilinken bu bilginin örgüt içinde paylaşımında güçlü bağların etkisi ön plana çıkmaktadır. "Zayıf Bağ Kuramı", sadece köprü görevi gören zayıf bağların güçlü bağlardan daha değerli olduğunu savunmaktadır. Bütün zayıf bağlar köprü işlevi görmemektedir. Bir başka deyişle her köprü zayıf bağ iken her zayıf bağ köprü olmayabilmektedir (Granovetter, 1983, s. 204).

#### 1.2.2.2. James Coleman: Sosyal Kapalılık Kuramı

Coleman, toplumlarda bireyler arasındaki sosyal ilişkileri incelemiştir. Bireyler genel olarak kontrolü başka kişilerde olan kaynaklara ulaşmaya çalışırlar. Böylece bireyler arasındaki kaynakların takas edilmesi ve bu şekilde oluşan kontrolün transferi, sosyal ilişkilerin oluşmasını sağlar. Bireyler arasında oluşan bu ilişkiler gelişerek ve büyüyerek belli bir düzen içerisinde sosyal yapıyı oluşturur. Bu sosyal yapı bazen örgütler, bazen geniş aileler, bazen de

büyük topluluklar olabilir. Bireyler kaynaklarından maksimum verim sağlamak için harekete geçtiklerinde ortaya çıkan sosyal ilişkiler, sosyal yapının bir bileşeni olduğu gibi bireyler için birer kaynak olarak kullanılmaktadır. Sosyal yapı içindeki bu kaynaklar kişinin sosyal sermayesini oluşturmaktadır. Coleman sosyal sermaye kavramını öncelikle sosyal yapının belirli işlevlerine göre tanımlamaktadır. Buna göre sosyal sermaye tek bir varlık değildir, ortak iki özelliği olan farklı varlıkların oluşturduğu bir bütündür. Bu varlıklar sosyal yapının bazı özelliklerini taşımakta ve bu yapı içindeki bireylerin belirli eylemlerini kolaylaştırmaktadır. Örneğin “sandalye” kavramı belirli fiziksel özellikleri işlevlerine göre tanımladığı gibi sosyal sermaye kavramı da sosyal yapının aktörlerine sağladığı faydalar şeklinde tanımlanabilmektedir. Coleman sosyal sermayenin bireylerin diğer eylemlerinin bilinçli kararlarının bir sonucu olmadığını, ancak bir yan ürünü olduğunu ifade etmektedir. Coleman’ a göre sosyal sermayenin varlığı, tıpkı diğer sermayeler gibi kişiye fayda sağlamakta, ulaşılabilmemesi mümkün olmayan veya daha yüksek bir maliyetle ulaşılan sonuçlara sosyal sermaye ile daha düşük bir maliyetle ulaşılmaktadır. Örneğin sosyal sermayenin en temel unsurlarından biri olan güven sayesinde aralarında güven ilişkisi olan bir grup, güven ilişkisi olmayan bir gruba göre amaçlarına daha kolay ulaşmaktadır (Coleman, 1988, s. 101).

Coleman, genel refah düzeyi düşük bir semtte yaptığı çalışmada veli, öğretmen ve öğrenciler arasındaki ilişkilerin güçlü olması durumunda öğrencilerin okulu bırakma oranlarının oldukça düştüğünü tespit etmiş, buna göre bireyler arası dayanışmanın yüksek olduğu ve güçlü bağların kurulduğu ağların kapalılık özelliği gösterdiğini ve kişilere avantaj sağladığını belirtmiştir (Coleman,1988, s. 6). Coleman sosyal sermayeyi diğer sermayelerin yokluğunu telafi edici bir özellik içerisinde değerlendirerek, sosyal sermayenin yokluğunda belirli amaçlara ulaşılmasının mümkün olmayacağını, fiziksel ve beşeri sermaye gibi sosyal sermayenin de değiştirilebilir olduğunu savunmuş, bu doğrultuda sosyal sermayenin diğer sermayelerle ilişkisini açıklamıştır. Buna göre fiziksel sermaye, malzemelerde değişiklik yapılarak oluşturulmakta ve bu şekilde üretimi sağlayacak araçlar meydana getirilmektedir. İnsan (beşeri) sermayesi, bireylere farklı şekilde davranabilecekleri beceri ve yetenekleri sağlamak amacıyla insanları değiştirerek oluşturulmaktadır. Sosyal sermaye ise, faaliyetleri kolaylaştıracak şekilde kurulan bireyler arası ilişkilerden meydana gelmektedir (Ağcasulu, 2017, s. 120). Diğer sermaye biçimlerinden farklı olarak sosyal sermaye kişiler arasındaki ilişkiler sonucu oluşmaktadır (Coleman, 1988, s. 98).

Coleman sosyal ağlardaki kapalılığının bilginin bozulmasını engelleyerek bilgiye erişimi kolaylaştırdığını ve hızlandırdığını belirtmektedir. Kapalılık özelliği bulunan ağlarda, güven düzeyi yüksek olması nedeniyle etkili işleyişin daha kısa sürelerde elde edildiği bilinmektedir. Grup içinde norm ve değerlerin hızlı yayılması, ağ kapalılığı ile sağlanmaktadır. Ayrıca ağ kapalılığı durumunda saygınlık unsuru gelişmekte ve bu da performansı etkilemektedir (Burt, 2008, s. 37-38). Ağ kapalılığı durumunda bireyler bilgiye hızlı erişebildikleri için sosyal ve ekonomik hayatta avantajlı bir konuma sahip olabilmektedir. Bu ağlar aynı zamanda ortak

normların geliştirilmesini kolaylaştırarak normlara bağlılığı pekiştirmektedir (Coleman, 1988, s. 104).

### 1.2.2.3. Ronald Stuart Burt: Yapısal Boşluklar

Burt (1997), "Yapısal Boşluk" kuramıyla sosyal sermayenin ağlardaki aracılık fırsatlarının nasıl bir fonksiyonu olduğunu açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle sosyal bir yapıda birbirini tanımayan bireyler arasında aracılık yapan kişinin elde ettiği bilgi ve kontrol avantajlarının önemine vurgu yapmaktadır. Burt' e göre ağ yapılarının bilgi ve kontrol olmak üzere iki önemli yararı bulunmaktadır. Ağ yapıları sayesinde bireyler tek başlarına ulaşabileceklerinden daha fazla bilgiye ulaşabilmektedir. Bireyler edindikleri bilgileri ağın süzgecinden geçirerek, diğer kişilere gidecek bilgileri de yönlendirerek belli bir düzene koyarlar (Burt, 1997, ss. 340-341).

Coleman' ın ağ kapalılığı kuramında hiyerarşik ağlar, işlemler ve güven ile ilgili riskleri azaltarak performansı artırmasına karşılık, yapısal boşluklar bireylere konum olarak fırsatlar sunarak performansı artırmaktadır. Bu nedenle yapısal boşluklar, kişilere fayda sağlayan kaynaklar olarak kabul edilmektedir (Burt, 2008, s. 52). Bir başka deyişle yapısal boşluklar açısından zengin bir ağda bireylerin yeni bilgilere daha hızlı ulaştıkları, bilgiyi kontrol etme konusunda daha güçlü oldukları bilinmektedir. Burt' a göre kapalılığın yoğun olarak görüldüğü ağlar, kişilere hâlihazırda sahip oldukları bilgileri (redundant information) sunmaktadır. Asıl faydayı sağlayan mekanizma, kişilerin yeni ve farklı bilgiler edinebilecekleri ikinci ve üçüncü şahıslarla kurulan bağlantılardır. Yeni bilgi ve kaynaklara erişim, ancak ağlardaki yapısal boşluklar sayesinde olmaktadır. Yapısal boşluklar bir ağda farklı bileşenler arasındaki bağlantısızlıktan kaynaklanmakta, bu yapısal boşlukları dolduran kişiler köprü görevi görmekte, bu kişiler ilişkileri tesis ederek bilgiye ulaşmakta ve bilginin kontrolünü sağlamaktadır. Ağlarda oluşan yapısal boşluklar, elektrik akımında yalıtım sağlayan bir alete benzetilmekte, birbirleriyle bağı olmayan iki nokta arasında tampon görevi yaparak iki uçta yer alan birbirinden farklı bilgilerin akışını sağlamaktadır (Burt, 1992, ss. 13-16; Burt, 2000, s. 345).

Burt 1990' lı yıllarda yaptığı çalışmalarında yapısal boşluk kuramının ağ kapalılığından daha önemli olduğunu savunmuş, ancak 2000' li yıllarda yaptığı çalışmalarında bir ağdaki sadece yapısal boşlukların değil, ağ kapalılığının da önemli olduğunu ileri sürmüştür. Burt bir ağda yapısal boşluklar ve ağ kapalılığı arasındaki dengeye vurgu yaparak "başarılı ağ" tanımını güncellemiştir. Burt sosyal ağları, rekabet unsurunun önemli olduğu örgütlerde incelemesi bakımından Coleman' dan farklı olarak ele almaktadır. Yaptığı bir çalışmada yapısal boşlukların örgütlere yaratıcılık ve yenilikçilik; kişilere olumlu performans değerlendirmeleri, terfi, maaş artışı gibi kazanımlar sağladığını belirtmiştir (Burt, 2008, s. 45). Bir ağın boyutlarını ağdaki kişi sayısı belirlemekte, ağın boyutları da ağdaki yapısal boşlukların sayısı ile doğru orantılı olmaktadır. Başka bir deyişle kişi şahsi bağlarını

genişletebildiği ölçüde rekabet avantajı sağlamaktadır. Ancak Burt' a göre ağ büyüklüğünün yanı sıra ağ yapısının seyrek olması ve ağ çeşitliliğinin bulunması da yeni bilgiye ulaşma konusunda önemlidir (Burt, 1992, ss. 64-65).

Günlük hayatta ağlarda kapalılık ile boşluklar bir arada bulunmaktadır. Her ikisinin de kişilere farklı faydaları bulunmaktadır. Genel olarak ele alındığında ağlardaki kapalılık ve boşluk arasındaki denge, ağın yapı olarak bağımsızlığına bağlıdır. Başarılı ağlar, yoğunluk bakımından az ve dolayısıyla yapısal boşluklar açısından zengin olan ağlardır. Sosyal yapıdaki boşluklarda yer alan kişiler, sahip oldukları bağlantılar sayesinde rekabet üstünlüğünü elde etmektedirler. Bu kişiler bilgi aktarımına aracılık ederek boşluğun iki tarafında bulunan kişilerin faaliyetlerini kontrol etme fırsatı yakalayabilmektedirler (Burt, 2000, ss. 353-355).

### 1.2.3. Ağ-kaynak kuramı

Sosyal sermayeyi, sosyal yapı içerisinde amaca yönelik eylemler doğrultusunda ulaşılan ve/veya kullanılan kaynaklar olarak tanımlayan Ağ-Kaynak Kuramı' nın savunucusu olan Nan Lin, sosyal sermayeyi sosyal sermayenin kaynakları ve sosyal sermayenin getirilerini belirleme şeklinde ifade edebileceğini belirterek sosyal sermayeyi aşağıda belirtilen 3 temel kaynağı ile ele almıştır (Lin, 2001, s. 4):

- Bir kişinin sosyal yapılaşmanın hiyerarşik yapısındaki konumu veya pozisyonun gücü
- Bir kişinin ağdaki yerin kapalılık, açıklık, köprüleme gibi belirli özellikler taşıyan bağların gücü
- Zenginlik, güç ve saygınlık kazanmak için veya uyum, dayanışma veya refahın muhafazası gibi eylemler

Lin (2001) bir sosyal ağın özellikleri ve yapısı konusunda kişinin ulaşmak istediği amacın belirleyici olduğunu belirterek, ağların yoğunluğu ve kapalı olmasının gerekliliğini savunmanın, köprülerin, yapısal boşlukların ve zayıf bağların önemini yok saymak olduğunu ifade etmektedir. Kaynakları korumak ya da devamını sağlamak için kapalı ve yoğun ağlar kişiye avantaj sağlayabilmektedir. Kapalı ağlarda güven unsuru daha yoğun etki yaratırken, kişinin iş hayatında güvenli alandan çıkarak köprü ağlarına erişmesi ya da ağlarını genişletmesi daha iyi etki oluşturabilmektedir. Dolayısıyla burada belirleyici olan durum, bireyin amacının ne olduğudur. Karşılıklı güven ve işbirliği sağlanmak isteniyorsa yakın, sıkı, kapalı bir ağ daha faydalı olabileceken, önemli ya da farklı bilgilere ulaşmak istendiğinde *yapısal boşluk* veya *zayıf bağlar* daha etkili olabilmektedir. Sosyal sermayenin temel varsayımı, sosyal ilişkilere yatırım yapıldığı sürece istenen amaçlara ulaşılacağı temelinde oluşturulmuştur. Bireyler birtakım getiriler elde etmek için yeni ilişkiler kurmakta, ağlar oluşturmakta ve bağlantılar ile arzu ettiği hedeflere ulaşmak istemektedir. Sosyal ağlarda yer

alan kaynakların bireyleri istenen amaçlara ulaştırması aşağıdaki şekilde sıralanarak açıklanabilir (Lin, 2001, s. 20):

- Sosyal ağlar süreçte bilgi akışını kolaylaştırarak stratejik konumda ve/veya hiyerarşik pozisyonlarda yer alan sosyal kişilerin, pazar ihtiyaçları ve talepleri konusunda daha iyi bilgi sahibi olduklarından, bu bilgilere sahip olmayan bireylere fırsatlar ve tercihler hakkında yararlı bilgiler sunmalarını sağlamaktır. Kişi bir örgüte aradığı özelliklere sahip bir aday önererek işlem maliyetlerini düşürmek suretiyle örgüte fayda sağlayabilir. Aynı şekilde sağladığı bağlar sayesinde aday da kendi özelliklerine uygun, istediği bir örgütte çalışma fırsatı yakalayabilir
- Sosyal bağlar işe alma, terfi gibi kritik kararları veren bireyler için etkilidir. Stratejik konum ve/veya hiyerarşik pozisyona göre bazı sosyal bağlar, daha değerli kaynaklara sahiptir ve karar alma konumundaki bireyler üzerinde etkili olabildiğinden karar alma sürecinde baskı oluşturabilir.
- Bireyin sosyal bağları ile başka kişiler ve örgütlerle olan ilişkileri, bireyin sosyal kimliğini yansıtabilmekte ve yeni kaynaklara ulaşma imkânı sağlayabilmektedir. Bilgi, etki, sosyal ehliyet ve kişiler arası destek oluşturma gibi birtakım faydalar, bireylerin istedikleri amaçlara ulaşmasını sağlayabilmektedir.
- Kişilerin ortak kaynak ve hedeflere sahip sosyal bir grubun üyesi olarak tanınması, duygusal destek yanında bireyin belli kaynaklara ulaşmasına imkân tanıdığından sosyal ilişkilerin tanınma ve kimlik oluşturma gibi faydaları bulunmaktadır.

Bu kurama göre sosyal sermayeye ağda bulunan kaynaklar, bağlantılar yoluyla bu kaynaklara ulaşmak ve bu kaynakları istenen amaçlar doğrultusunda kullanmak şeklinde üç unsur temel oluşturmaktadır. Sosyal sermaye konusunda çok sayıda çalışmaya sahip Nan Lin sosyal sermaye kavramını *“piyasada beklenen kazançlar yüzünden sosyal ilişkilere yatırım yapılması”* şeklinde tanımlamıştır (Lin, 2001, s. 21).

### **1.3. Sosyal Sermayenin Kaynakları**

Sosyal sermaye, birey ve topluluklar için önem teşkil ettiğinden etkin bir şekilde yönetilmeli ve kullanılmalıdır. Bu nedenle sosyal sermayeyi oluşturan kaynakların tam ve doğru bir şekilde bilinmesi gerekmektedir. Bu durum sosyal sermayenin geliştirilmesi ve korunması açısından oldukça önemlidir. Yapılan çalışmalarda sosyal sermayenin kişisel ilişkilerle oluştuğu konusu üzerinde sıklıkla durulsa da sosyal sermayeyi oluşturan ilişkilerin özellikleri konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Sosyal sermaye oluşumunda karşılaşılan bu farklı bakış açıları, sosyal sermayenin kaynakları konusunda fikir birliği sağlanmasını engellemektedir. Sosyal sermaye alanındaki çalışmalar incelendiğinde özellikle iki farklı yaklaşım dikkat çekmektedir. Yaklaşımlardan birincisinde ağın yapısı (network structure) üzerinde durulurken, sosyal ağı tamamlayan bağların formal yapısı içinde sosyal sermaye

kaynaklarının olduğu savunulmaktadır. İkinci yaklaşımda ise; ağ yapısının özelliklerine odaklanmaktansa paylaşılan normlar, inançlar, yetenekler gibi sosyal sermayeyi etkileyen özelliklerin incelenmesi ileri sürülerek bağların sosyal ağı tamamlayan içeriklerine vurgu yapılmaktadır (Baykal ve Gürbüz, 2016, s. 78).

Bireyler arası ilişkilerle şekillenen sosyal sermaye, hem sosyoekonomik koşullarla oluşmakta hem de sosyoekonomik etkiler doğurmaktadır. Sosyoekonomik ilişkilerin oluşmasında bireyin geçmiş yaşantı ve tecrübeleri etkili olmakta, kişisel özellikleri ve davranışları ile birlikte kişinin sahip olduğu ağbağlar, iş yapabilme kapasitesini artırmaktadır. Bu anlamda sosyal sermaye kaynakları oldukça geniş yelpazede ve bireye göre farklı türlerde görülebilmektedir. Portes sosyal sermayeyi “...her nasılsa ekonomik sermaye, bireylerin banka hesaplarında ve insan sermayesi akıllarının içindeyse, sosyal sermaye de bireyin başkalarıyla olan ilişkilerinden var olan bir kaynaktır.” şeklinde tanımlamıştır (Portes, 1998, s. 7).

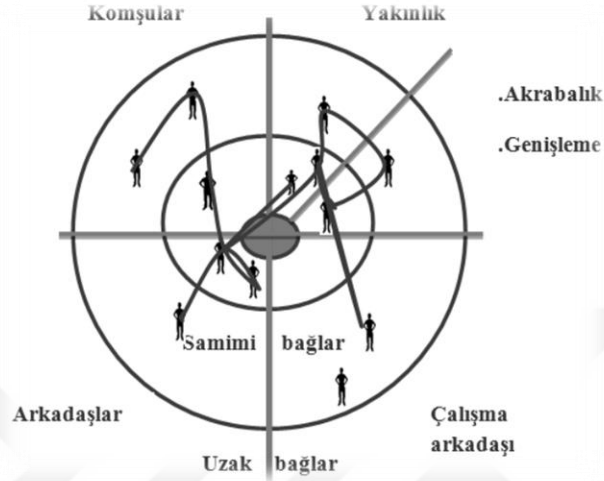
Sosyal sermayenin oluşumunu sağlayan etkenler ile bireyler arası ilişkilerin kaynağı aynıdır. Sosyal sermayenin kaynaklarını aile, okul ve eğitim hayatı, sivil toplum kuruluşları ve diğer sosyal gruplar oluşturmaktadır. Görüldüğü gibi belirtilen gruplar, toplumun en küçük yapı taşı olan *aile*de başlayıp en geniş hali olan millete kadar uzanmaktadır (Stolle, 2003, s. 36).

### **1.3.1. Aile**

Bireyin ilk ilişki kurma biçimlerini öğrendiği aile kurumu, sosyal sermaye çalışmalarında sıklıkla üzerinde durulan bir faktördür. Birey doğumundan itibaren en güçlü bağlarını aile içinde kazanmakta, ilerleyen yaşlarda yeni ağlar ile bu bağlarını genişletmektedir. Aile, norm ve değerlerin taşınması ve devamlılığının sağlanmasında aracı olmaktadır. Bu bağlamda ailenin, toplumsal değerleri devam ettirmesi, bunların gelecek nesillere aktarılması ve toplumsal ilişki biçimlerine yön vermesi açısından önemi tartışılmazdır. Sosyal sermayenin biçimlenmesinde güçlü bir kaynak olan aile faktörü güven, sadakat, siyasi ve dini görüş, eğitim ve sosyalleşme gibi toplumsal davranışların belirlenmesinde etkilidir. Ayrıca ailenin sahip olduğu sosyal sermaye aile üyelerinin eğitim düzeyi, gelir yapısı ve istihdam durumu gibi sosyoekonomik alanlarda da belirleyici olabilmektedir (Coleman, 2000, s. 9).

Ebeveyn-çocuk arasındaki yakınlık, iş arkadaşları (%37) hariç diğer tüm ilişkilerden (%19) daha fazla olsa da bu yakınlığın akrabalığa doğrudan etkisi bulunmamaktadır. Bununla birlikte, ebeveyn-çocuk arasında sahip olunan daha güçlü bağlar olduğu bilinmektedir (Wellman, 1979, s. 1219). Aileler genel olarak çocuklarının büyüme ve gelişme sürecinde onları kontrol etme ve doğru davranış normları kazandırma eğilimindedirler. Ailelerin bu tutumu çocukları sosyalleşmeye başladığı sonraki dönemlerde sosyal sermaye açısından olumlu etkileyerek diğer bireylerle ilişkilerinde de olumlu etkisi olmaktadır. Her ne kadar zaman içinde ailede oluşan bağlar zayıflayacak ve çocuk yeni ilişkiler ya da yeni bağlantılar

yoluyla sosyal sermaye birikimi oluşturacak olsa da, ilk eğitimini aldığı aileden edindiği kazanımlar birey için yaşamın her alanında ve döneminde kazanç oluşturacaktır. Ailede oluşan bağların ilerleyen zamanlarda zayıflayarak farklı ilişkilerde nasıl şekil aldığını Wellman aşağıdaki şekilde göstermiştir (Wellman, 1979, s. 1218):



**Şekil 1. 1.** East Yorker tipik kişisel ağı

Birey tek başına yapmakta zorlandığı şeyleri başkalarıyla bir araya geldiğinde çok daha kolay gerçekleştirebilmektedir. Dolayısıyla başkalarıyla birlikte hareket edebilme, birçok zorluğun üstesinden daha kolay gelmesini sağlamaktadır. Bu nedenle ailenin bireyin birlikte hareket edebileceği, güven düzeyi en yüksek yer olduğu kabul edilebilir. Diğer yandan aile içindeki güven, kültür, etnik farklılık gibi etkenlerin bireyin diğer ilişkilerinde de etkili olması, aile faktörünün sosyal sermaye açısından önemini artırmaktadır. Bu nedenle birçok araştırmacı sosyal sermayeyi açıklarken özellikle aile faktörü üzerinde durmaktadır (Öztopçu, 2016, s.16).

Bourdieu aileyi kişiler için ortak özne olarak ele almaktadır. Bourdieu' ya göre üyelerin tek bir vücut gibi hareket edebilme kapasitesi, ailenin sosyal sermayenin önemli bir kaynağı olduğunu göstermektedir (Bourdieu, 1986, s. 246). Putnam' a göre aile, kardeşlik ve evlilik gibi meşru birliktelikler sağlayan bir kurum olduğundan aile yapısı, yoğun ve güçlü bağlara sahip olmaktadır. Ancak Putnam aile yapısında oluşan bozulmaların güvenin azalmasına yol açacağını, bunun da sosyal sermayenin azalmasına neden olacağını ileri sürmektedir (Putnam, 1995, s. 65). Putnam (2000) "Bowling Alone" isimli çalışmasında Amerika' da çalışan kadın sayısındaki artışın, çocukların ebeveynlerinden uzak kalmaları sonucu aile ortamında yeterince güçlü bağlar oluşmayacağından aile bağlarının zayıflamasına ve çocukların sahip olabileceği değerlerin zamanla azalmasına neden olacağını ileri sürmüştür. Coleman ailenin sosyal sermayenin merkezinde olduğunu savunmaktadır. Sosyal sermaye

kavramı bu bağlamda iki şekilde ele alınmaktadır. Bunlardan ilki aile merkezli olması, ikincisi sosyal ilişkiler merkezli olmasıdır. Buna göre sosyal sermaye, aile içinde ve sosyal kurumlarda oluşmakta ve gelişmektedir (Coleman, 2000, s. 9). Ayrıca aile, norm ve değerlerin taşınmasında ve devamlılığının sağlanmasında aracı rolü üstlenmektedir. Bu bağlamda ailenin toplumsal değerleri koruması, bunların diğer nesillere ve toplumsal ilişki biçimlerine aktarılmasında etkili olduğu görülmektedir.

Woolcock (2001) aile içindeki yakın ilişkileri, bağlayıcı sosyal sermaye kapsamında değerlendirmektedir. Toplumsal yaşamda bireylerin özgüvenli olmaları ve düzenli iletişim kurabilmeleri aile yaşantılarına göre şekillenmektedir. Woolcock aile ve güveni aşağıdaki şekilde ifade etmiştir.

*"...neyi bildiğin değil, kimi bildiğin önemlidir. Sadece bilgelik yeterli değildir. Bilgelik bizim seçkin kulüplere girmemizi sağlar ancak aile ve yakın arkadaşların bize sağladığı "güvenlik ağı" ile biz yeni ilişkiler kazanırız. Okuldaki eğitimde sadece ödev vermek, çocuğun zekâ ve motivasyonu için parlak bir gelecek sağlamaya yeterli değildir."*

Böylece bireyin hayatında ailenin önemini vurgulamıştır. Aile, beşeri sermayeyi ve beşeri sermayenin tamamlayıcısı olan sosyal sermayeyi etkilemektedir. Aile içi ilişkiler, bireyin eğitim yaşamını olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir (Woolcock, 2001, s. 3).

Araştırmacılar kadar bazı kuruluşlar da ailenin sosyal sermayeye etkisi üzerinde sıklıkla durmaktadır. Dünya Bankası' nın "Social Capital and The Family" isimli çalışmasında aile ile sosyal sermaye arasındaki etkileşimi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir (DB, 2015):

*"...ailenin kendisi sosyal sermaye kaynağı olmakla birlikte karşılıklı bağımlı ağların olduğu bir sistemdir. Siyasi, ekonomik, kültürel, dini ve yasal sistemler ile etkileşim sayesinde, aile üyelerinin sosyal sermayesi genişler. Aileler diğer ailelerle olan etkileşimle de toplum için kaynak oluşturmaktadır. Aile içindeki ilişkiler çocuğun dış dünyadaki ilişkilerde kendine güven duymasını teşvik eder. Aile, çocukların fiziksel ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamak için kendi yeteneklerini kullanır ve çocuğun başkalarıyla da güvenli ilişki kurmasını sağlar."*

Bu bağlamda aile faktörünün, sosyal sermayenin biçimlenmesinde güçlü bir kaynak olduğu açıkça görülmektedir. Çünkü aile; güven, bağlılık, sadakat, siyasi görüş, dini görüş, eğitim ve sosyalleşme gibi toplumsal davranış ve görüşlerin edinilmesinde önemli bir belirleyicidir. Dünya Bankası (2015)' na göre aile, sosyal sermayenin oluşum ve aktarılması sürecinde önemli kazanımlar sağlamaktadır. Güven, kişiler arası iletişim, eğitim, iş başarısının belirlenmesi ve işbirliği gibi bireysel gelişim alanlarında önemli rol oynamaktadır.

Loury ailelerin sahip olduğu sosyal sermayenin, ailelerin de içinde bulunduğu toplumsal çevre tarafından belirlendiğini, bu çevrenin çocukların bireysel tercihlerinin belirlenmesinde etkili olduğunu ileri sürmüştür. Örneğin çocukların iş hayatına katılmaları sonucu geçmişte sahip oldukları koşullar çerçevesinde şekillenen sosyal sermayeleri, kazançlarını önemli bir şekilde etkileyebilmektedir. Loury bu durumu aşağıdaki şekilde ifade etmektedir. Loury' e göre "... fırsat eşitliği yasaları, sonuna kadar bireylerin yeteneklerini geliştirmek için çalışmaktadır. Etkili bir şekilde uygulandığında, ırksal gelir farklılıklarındaki ayrımcı tercihlerinin azaltılmasında etkili olacaktır. Örneğin, bir çocuğun ebeveynlerinin sosyal ve ekonomik başarısı çocuğunda becerilerini etkileyecektir." (Loury, 1976, ss. 6-7):

Aile, bireylerin ilerideki yaşantısında ihtiyaç duyduğu yeni ağbağların kurulmasına katkı sağlayan güçlü bağlar, normların ve kuralların içselleştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle bireyin ailede edindiği kazanımlar, eğitim ve sosyal yaşamında etkili olmaktadır (Öztopçu, 2016, s. 17).

### 1.3.2. Eğitim ve okul yaşamı

İnsanlık tarihi kadar eski olan eğitim, toplu halde yaşanan her ortamda insanlar arasında sürekli bir etkileşim ve bilgi akışı var olması nedeniyle her zaman önemli bir kavram olmuştur. Bu bilgi akışı sistemli olarak eğitim kurumları aracılığı ile devam ettirilmektedir. Eğitim kurumlarında planlı olarak yapılan bu bilgi akışı genel anlamda eğitim adı altında ele alınırken, aşağıda verilen eğitimin tüm tanımlarında "eğitimin bir süreç olduğu" görülmektedir (Ersözlü ve ark., 2009, s. 13). Eğitim tanımlarından bazıları aşağıdaki gibidir (Fidan, 2012, s. 2-6):

- Eğitim geniş anlamda bireyin toplum standartlarını, inançlarını ve yaşama yollarını kazanmasında etkili olan sosyal süreçtir.
- Eğitim kişinin yaşadığı toplumda değerli olan, yetenek tutum ve diğer davranış biçimlerini geliştirdiği süreçlerin tamamıdır.
- Eğitim seçilmiş ve kontrollü bir çevrenin (özellikle okulun) etkisi altında sosyal yeterlik ve kişilere en uygun şekilde bireysel gelişmeyi sağlayan sosyal bir süreçtir.
- Eğitim önceden belirlenen esaslara göre kişilerin davranışlarında belirli gelişmeler sağlamaya yarayan planlı etkinlik sürecidir.

Sönmez eğitimi, "çevre ayarlaması yoluyla kişinin davranışlarını istendik yönde değiştirme ve değerlendirme süreci" (Sönmez, 1991, s. 43), Ertürk eğitimi "bireyin davranışında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme sürecidir" şeklinde tanımlamışlardır (Ertürk, 2018, s. 12). Bu tanımlar dikkate alındığında eğitimin temel amacının, bireyin sosyal uyumunu sağlayarak bireyi içinde bulunduğu toplumsal yapıya uyumlu bir birey olarak hayata hazırlamak olduğu söylenebilir. Eğitim, bireyin çocukluktan itibaren kişilik gelişimi ve ruhsal donanımı için gerekli olan alt yapıyı hazırlayan etkenlerden

biridir. Bir ülkede uygulanan eğitim şekli, o ülkenin sosyoekonomik durumuna göre belirlenmektedir (Çalışkan ve Meçik, 2010, s. 44). Netice olarak eğitim kurumları da diğer sosyal kurumlar gibi toplumun ihtiyaçlarına cevap verdikleri sürece devamlılıklarını sağlayabileceklerdir. Aksi takdirde ya değişikliğe gidecekler ya da yerlerini yeni kurumlara bırakacaklardır.

Eğitimin, ekonomik ve sosyal kalkınma için insan sermayesi ve sosyal sermayeyi güçlendirerek geleceğe yönelik bir yatırıma imkan tanınması nedeniyle sosyal sermayenin en önemli kaynağından biri olduğu söylenebilmektedir. Bu noktada eğitim kurumları, insan sermayesinin temel bileşeni olan bilginin yayılmasında ve sosyal sermayenin özü olan sosyal normların gelişmesinde önemli rol oynamakta, okul bireyin yaşamında ahlaki ve bilişsel kazanımların verildiği aile dışındaki ilk kurumdur. Dünya Değerler Araştırması' na dayanan bir araştırma yapan Glaeser, Laibson, Scheinkman ve Scoutter (1999), neredeyse her ülkede okullaşma ile örgütlere üyelik arasında pozitif bir ilişki olduğu ve sosyal sermaye değişkenleri arasındaki en güçlü ilişkinin okullaşma yılı olduğu yönünde sonuca ulaşmışlardır. Denny (2003), 4 yıllık bir üniversite mezunu olan bireylerin gönüllü işlerde bulunma olasılığının üniversite mezunu olmayanlara göre %10 daha yüksek olduğunu ileri sürmüştür. Putnam (1995), Putnam (2000), Uslaner (1997), Uslaner (1998) eğitim seviyesi yüksek bireylerin eğitim seviyesi düşük bireylere göre güven duyma ihtimalinin daha yüksek olduğunu, sosyal organizasyon ve grup faaliyetlerine daha fazla katılım sağladıklarını ileri sürmüşlerdir (Huang ve ark., 2009, s. 455).

Temple (2000) "Growth Effects of Education and Social Capital in the OECD Countries" başlıklı çalışmasında eğitimin bireylerin üretken olma, sağlıklı (mutlu) olma, girişimcilik isteği, sivil katılımçılık gibi birçok alanda etkin olmasında rolü olduğunu belirtmiştir. Eğitim beşeri sermayeyi de artırdığından birey ve firma performansını etkileyerek ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Temple, 2001, ss. 59-61). Eğitimin bireyin gelişimi ile ilgili aşağıda verilen bazı temel fonksiyonları yerine getirmektedir (Türkmen, 2002, ss. 14-16):

- Bireyin toplumsal niteliklerini geliştirmek
- Bireyin kişisel yetenek ve becerilerini yükseltmek
- Bireyi sorumluluk duygusuna sahip, bilinçli sosyal bir varlık olarak topluma kazandırmak
- Bireyi değişikliklere uyum sağlayan ve çok yönlü bir yaşama hazır hale getirmek

Eğitimin bu temel fonksiyonları yerine getirerek, bireyi sosyalleştirmesi beklenir. Bu bağlamda sosyal sermayenin oluşumunda da eğitim önemli görevler üstlenmektedir. Yapılan çalışmalar eğitimin sosyal sermayeyi ve sosyal sermayenin önemli bir unsuru olan güveni de artırmaktadır. Güven düzeyinin artmasında, eğitimin beşeri sermayenin temel belirleyicisi olmasının etkisi bulunmaktadır. Beşeri sermayede meydana gelen bir artış güvenin ve

dolayısıyla sosyal sermayenin artışına neden olacaktır (Dinda, 2014, s. 878). Eğitim düzeyi yüksek ailelerde çocuklara ayrılan zaman ve sağlanan maddi kaynaklar, bir taraftan çocukların eğitim hayatında başarılı olmasını sağlarken, diğer taraftan daha uzun süre eğitim almalarını, dolayısıyla daha yüksek beşerî ve sosyal sermaye ile iş hayatına katılımlarını sağlamaktadır. Böylece eğitim düzeyi yüksek ailelerin çocuklarının sahip oldukları sosyal sermaye, kişisel kazanım olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin topluma, toplumsal değerlere ve hukuk sistemine uyumunun artması, böylece sosyal sermayenin olumlu etkilenmesi beklenmektedir (Imandoust, 2011, s. 52).

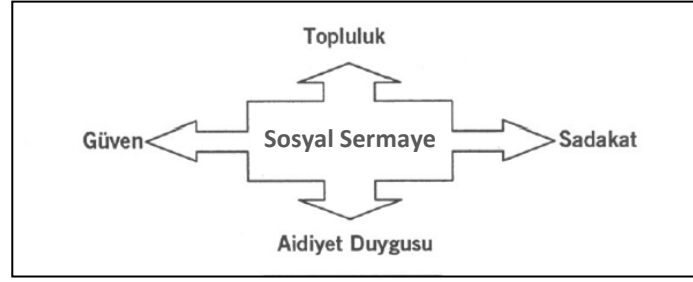
Eğitim, sosyal sermayenin sağladığı bilgi akışında etkili faktörlerden biridir. Ekinci, "İlköğretim Okullarındaki Sosyal Sermaye Düzeyinin Örgüt İçi Bilgi Paylaşımına Etkisi" başlıklı çalışmada sosyal sermayenin okuldaki bilgi paylaşımına etkisini araştırmıştır. Batman ili merkezinde bulunan toplam 42 ilköğretim okulu arasından tesadüfî örnekleme yoluyla seçilen 16 ilköğretim okulu arasından yine tesadüfî örnekleme yoluyla seçilen 267 öğretmen için yapılan araştırma sonucuna göre sosyal sermaye ile örgüt içi bilgi paylaşımı arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür (Ekinci, 2012, s. 2505). Schuller (2001, s. 102), beşeri sermaye ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

**Tablo 1. 1.** Beşeri ve sosyal sermayenin ayrışması

	<b>Beşeri (İnsan) Sermayesi</b>	<b>Sosyal Sermaye</b>
Odak Noktası	Bireysel	İlişkiler
Miktar	Okul süresi ve nitelikler	Tutumlar/Değerler Üyelik/Katılım Güven Seviyeleri
Sonuçlar	Doğrudan: Gelir, üretkenlik Dolaylı: Sağlık, yurttaşlık faaliyetleri	Sosyal dayanışma Ekonomik başarı Daha fazla sosyal sermaye
Model	Doğrusal	Etkileşimli/Döngüsel

**Kaynak:** Schuller (2001, s. 102)

Tablo 1.1' de görüldüğü gibi Schuller' a (2001) göre beşeri sermaye, bireysel eğitim sürecine şekil vermektedir. Aile, okul ve toplum bireylerin beşeri ve sosyal sermayesini şekillendirmesi açısından önemlidir. Töremen, "Okullarda Sosyal Sermaye" isimli çalışmasında beşeri sermayeye yapılan yatırım oranında sosyal sermayenin de arttığını ileri sürmüştür. Töremen' e göre okulların sahip oldukları sosyal sermayenin unsurları, topluluk, güven, sadakat ve aidiyet duygusudur (Cohen ve Prusak, 2001). Bu unsurlar aşağıdaki şekilde gösterilmektedir (Töremen, 2002, s. 565).



**Şekil 1. 2.** Sosyal sermayenin unsurları

Okullarda oluşan gruplar, temelde diğer örgütlenmelerle benzer özellikler göstermektedir. Okullarda insan yetiştirilmesi nedeniyle birçok olayın yaşandığı kurumlardır. Günümüzde her an binlerce dış etkiye maruz kalan kişilerin, var olan değerlerine sahip çıkmak, bozulan ya da değişen kültür özelliklerini yeniden düzenlemek ve devamını sağlamak için bu kişilerin çok yönlü olmaları, sosyal olarak aktif olmaları, insanlarla iletişim halinde olmaları zorunludur (Töremen, 2002, s. 561). Bu zorunluluk nedeniyle okullar, okulda oluşan bu grubun gücünün okul yararına kullanılmasını sağlayarak sosyal sermayenin birikmesini sağlayabilmektedir. Eğitim, bireyin yaşamında etkili olmakla birlikte sosyal sermaye için de kaynak oluşturmaktadır. Bireyin iş ve özel yaşamında geniş ağbağlara sahip olmasının, iş yapabilmeye gücü, girişimcilik eğilimi, yenilikçiliğe daha yatkın olmak gibi olumlu sonuçlara alt yapı oluşturduğu anlaşılmaktadır. (Cohen ve Prusak, 2001, s. 89).

### 1.3.3. Sivil toplum kuruluşları

Sivil Toplum Kuruluşları (STK), "toplum yararına çalışan ve bu yönde kamuoyu oluşturan, kâr amacı gütmeyen, sorunların çözümüne katkı sağlayarak çoğulculuk ve katılımcılık kültürü geliştiren, demokratik işleyişe sahip, bürokratik donanımdan yoksun ve gönüllü bir araya gelen bireylerden oluşan örgütlenmeler" (Kocacık, 2003, s. 189) şeklinde tanımlanmakta, faaliyet gösterdikleri toplumda siyasi, sosyal ve ekonomik değişimlere öncülük eden, temsil ettikleri kesimlerin sorunlarını ve taleplerini dile getirerek yönetim mekanizmalarını etkileme gücüne sahip dinamik yapılar olarak ifade edilmektedir (Engin,2000, s. 29). STK' lar, bir toplumda yaşayan insanların birbirleriyle ilişkisini ve güven düzeyini ifade eden sosyal sermayenin gelişmesinde en önemli etkisi olan sivil toplumun kurumsallaşmış yapılarıdır. Bu yapılar, devlet ve iş dünyasının yanı sıra yeni bir kurumsal yapı oluşturmaktadır. STK' lar, vakıf ve dernek gibi kurumsal yapılarla birlikte aynı zamanda hayır, hayırseverlik, bağış, gönüllülük, sosyal sorumluluk, saygı, toplumsal miras ve çevre gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Tüm bu yapılar, bireylerin gönüllü olarak katıldığı, ortak paylaşımlarda bulunduğu ve ortak bir amaç için işbirliği yaptıkları kurum ve kuruluşlardır. Kişilerin buralarda diğer kişilerle etkileşim içinde bulunmaları sosyal sermaye birikimi

sağlayacağından ve topluma faydalı işler yapılacağından STK' ların sosyal sermaye açısından önemli olduğu söylenebilir. STK ve devlet iş birliği, kamu hizmetlerinin etkililiği, devlet politikalarının kalitesinin artması ve çözüm odaklı olması ve sosyal sermaye üretilmesi gibi önemli faydalar sağlamaktadır. STK ve devlet arasında iş birliği sağlanması yoluyla birbirini tamamlamakta ve zayıflıklarını telafi etmektedir (Akman, 2018, s. 28).

STK' lara üye olan insanların yüz yüze iletişim kurmaları ve iletişim sonucunda oluşan tanışıklık, güven oluşturması açısından sosyal sermaye üretimi için oldukça önemli görülmektedir. Yapılan birçok araştırmada STK' ların sosyal sermaye üretimini etkileyen en büyük özelliğinin sosyalleşmeyi artırıcı özelliği olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kişilerin katıldığı STK' lar aracılığı ile yeni sosyal ağlar edinmeleri, sosyal sermaye kazanımı açısından önemlidir. Kişi buralarda tanıştığı kişiler aracılığı ile daha önce girmediği gruplara girebilir ve sosyal açıdan kendine katkı sağlayabilir. Sivil toplum kavramı, siyasi ve sosyolojik boyutta ele alınarak toplumun gelişmişlik düzeyini belirlerken sıkça kullanılmış, son yıllarda STK' ların sosyal sermaye üretimine olan katkıları ile anılmaya başlamış, böylece STK' lara tekrar dikkatler çekilmiştir. Nitekim sosyal sermaye, toplumların gelişmişliğini artıran, kuruluşları daha güçlü kılan ve sivil toplulukları hareketlendiren bir değer olarak kabul edilmiştir (Bourdieu, 1986; Coleman, 1990; Putnam, 1993). Dolayısıyla sosyal sermayesi yüksek toplumların gelişmişlik düzeyinin yüksek olduğu ve daha fazla kaynağa sahip olduğu bilinmektedir.

STK' ların sosyal sermayenin en önemli aktörü olarak kabul edilmesinin sosyal bilimciler için bir nedeni ise STK' ların toplumsal kalkınmaya olan katkılarıdır. STK' ların özellikle son yıllarda toplumsal kalkınma ve gelişme çabalarını incelemek için kullanılan stratejik bir kavram olduğu görülmektedir. Sağlık, eğitim, beslenme, kadınlara destek sağlanması, siyasi, sosyal ve ekonomik hayata katılımlarının artırılması ve yoksulluğun azaltılması gibi birçok konuda faaliyetler yürüten, STK' lar devletin ve ilgili kurumlarının üstlendikleri toplumsal kalkınma faaliyetlerine katkıları ile önem kazanmaya başlamışlardır. Ulusal Sivil Sağlık Endeksi, Amerika Birleşik Devletleri' nde (ABD) genel olarak yaşanan sivil düşüşle ilgili yaptığı araştırmada beş boyut belirlemiştir. Bunlar siyasi iş bağlantılarında güven, örgütsel üyelik, güvenlik, suç, aile istikrar ve bütünlüğüdür (Narayan ve Cassidy, 2001, s. 2). Putnam (1993) "Making Democracy Work" kitabının giriş cümlesinde "Neden bazı demokratik hükümetler başarılıdır ve diğerleri değildir?" şeklinde bir soruya yer vermiştir. 1976-1977 Yerel Yönetimler Reformu sonrasında İtalya' nın kuzey ve güney bölgelerinde uygulanan farklı kamu politikalarını araştırmıştır. Söz konusu dönemde kuzeydeki bölgelerin güney bölgelerden daha iyi olmasının nedenini, hükümet ve sivil toplum arasındaki olumlu ilişkilere bağlamıştır. Putnam' a göre iyi çalışan bir yerel yönetim ve ekonomik gelişmişlik düzeyinin yüksek olduğu bölgelerde vatandaşların sosyal etkinliklere katılımı, işbirliği, sosyal ağların fazlalığı, eşit siyasi ilişkiler ve siyasi katılımın yoğun olduğu görülmektedir (Putnam, 1993, s. 4).

Sosyolojik yaklaşıma göre sosyal sermaye, sosyal örgütlerde ortaya çıkmakta, sosyal birlikteliklerin devamlılığının sağlanması ve bu birlikteliklerin hedeflerini gerçekleştirmesi, sosyal sermayenin temel unsurları olan güven ve karşılıklılık gibi normların etkililiği ile işbirliği ve iletişim ağlarına dayanmaktadır. Bu da STK' ların sosyal sermaye için önemini ortaya koymaktadır. Sosyolojik yaklaşımda sosyal sermaye; ortak değerler, normlar, resmi olmayan ağbağlar ve bireylerin ortak amaç doğrultusunda işbirliği yapabilmesini sağlayan birliktelikler olarak kabul edildiğinden sivil toplum yapısı gelişmiş olan topluluklarda sosyal sermaye düzeyinin de yüksek olması beklenmektedir. Bu nedenle sivil toplum, sosyal sermaye kaynaklardan birisi olarak önem taşımaktadır (Erselcan, 2009, ss. 254-255). Fukuyama' ya göre sosyal sermaye, bireyleri işbirliğine teşvik eden informal normlardır. Siyasi alanda sınırlı hükümet ve çağdaş demokrasi anlayışında örgütsel yaşamı destekleyen sosyal sermaye, ekonomik alanda işlem maliyetlerini azaltmaktadır. Ayrıca dini, tarihi ve kültürel değerlerin aktarılmasını sağladığından özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından küresel kaynaklar arasında ele alınmalıdır (Fukuyama, 2001, s. 7). Bir toplumda sivil yapıların artmasında ortak kullanım alanlarının önemli olduğu bilinmektedir. Sosyal yapı, ortak kullanım alanlarını (spor alanları, kulüpler, organizasyonlar, vakıf ve dernekler) içermekte, bu alanlar birey ve toplum açısından fiziksel, finansal ve manevi fayda sağlayabilmektedir. Bu nedenle sivil toplum için önem taşıyan ortak alanların artmasının, sosyal sermayenin büyümesi açısından önem teşkil edeceği düşünülmektedir.

#### **1.3.4. Diğer kaynaklar**

Sosyal sermaye kaynakları genel anlamda "aile, eğitim ve okul yaşamı ile STK' lar" olarak ele alınmasının yanı sıra bunların haricinde sosyal sermaye için önemli başka kaynaklar da mevcuttur. Sosyal sermaye ile ilgili yapılan çalışmalarda sıklıkla üzerinde durulan kaynaklardan biri akrabalık ilişkileridir. Bireylerin, akraba veya hemşehriyle daha kolay ve sağlam ilişkiler kurdukları ve kurulan bu tür ilişkilerde güven düzeyinin daha yüksek olduğu bilinmektedir. Aile firmalarının (1.ve 2. derece akrabalar dahil) yapılarına bakıldığında güçlü ağbağ ilişkilerine sahip oldukları iş ahlâkı, heyecan, bağlılık ve çalışma arzusu ile birlikte iş yapmaktan mutlu oldukları ve işletmedeki sorunların üstesinden gelinmesinde birlikte hareket ettikleri görülmektedir (Özcan, 2011, s. 20; Tunç, 2021, s. 437).

Topçuoğlu ve Eroğlu (2015) "Sosyal Sermayenin Akrabalık, Hemşehrilik ve Güven İle İlişkisi" başlıklı çalışmalarında mali konularda güven düzeyini ele almışlar, Tablo 1.2.' de görüldüğü üzere 1. dereceden akrabalara güven düzeyinin aileye duyulan güven düzeyi (4,6) ile aynı olduğu, 2. derece akrabalarda (3,4) ve hemşehrilerdeki (2,6) güven düzeyinin hiçbir bağı olmayan (akraba olmayan) çalışanların güven düzeyine (2,1) göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Topçuoğlu ve Eroğlu, 2015, ss. 136-137).

**Tablo 1. 2.** Mali konular açısından güven düzeyleri

	Ortalama	Standart Sapma
Çocuklara	4.6	0.6
Kardeş ve kardeş çocuklarına	4.6	0.6
2. derece akrabalara	3.4	1.0
Hemşehrilere	2.6	0.8
Akraba olmayan diğer çalışanlara	2.1	0.9

**Kaynak:** Topçuoğlu ve Eroğlu (2015, ss. 136-137)

Sosyal sermaye kavramının ekonomideki bilindik kullanımını kültürel, sembolik ve toplumsal alanlara uyarlayarak kavramın bu şekilde kullanımının öncülüğünü yapan Bourdieu, ekonomik sermaye üzerindeki tartışmanın paralelinde kültürel ve sembolik sermayenin bulunduğunu belirtmiş ve toplumdaki kültürel sermayenin ekonomik sermayeye sahip olan kişiler tarafından kullanıldığını dile getirmiştir. Bourdieu' ya göre "muhtemel ilişkilerin, örneğin komşuluk, çalışma yeri hatta akrabalık ilişkilerinin bile aynı anda hem zorunlu hem de seçmeli olan ilişkilere öznel anlamda hissedilen sağlam yükümlülükler (şükran, saygı, arkadaşlık gibi duygular) içererek dönüştürülmesi" şeklindeki sosyal sermaye tanımında belirtilen anlam kapsamında ilişki ağları güvenilir ve pozitif olmak zorundadır" (Paxton, 1999, s. 92). Bu noktada sosyal sermaye konusunda öncü isimlerden biri olan Bourdieu' nin sosyal sermaye tanımında akrabalık ve komşuluk ilişkilerinin önemli olduğu dikkat çekmektedir. Bu durumda sosyal sermayenin diğer kaynakları arasında akrabalık ve komşuluk ilişkilerinin de yer aldığı söylenebilir.

#### **1.4. Sosyal Sermayenin Önemi ve Unsurları**

Bourdieu' ya (2002) 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" (Okan ve ark., 2016, s. 179). Coleman' a (1988) göre sosyal sermaye ise fiziki ve beşeri sermayenin tamamlayıcısı olarak tanımlanmaktadır. Sosyal sermayeye yönelik tutumlar ve öncü isimlerin sosyal sermayeye bakış açıları sosyal sermaye ile ilgili eğitim, siyaset, sosyoloji ve ekonomi gibi pek çok alanda teorik ve uygulamalı araştırmalar yapılmasını sağlamıştır. Sosyal sermayenin büyümenin "Kayıp Halkası" ve Adam Smith' in "Görünmez Eli" olarak kabul görmesi, sosyal sermayenin ekonomideki önemini ortaya koyarken, "toplumu bir arada tutan yapıştırıcı" olarak görülmesi, sosyal sermayenin sosyolojik açıdan önemini göstermektedir. "İlişkiler önemlidir" söyleminde bulunan ve başarı oranı yüksek okullarda ortak katılımın önemini vurgulayan Hanifan, sosyal sermayenin eğitimdeki önemini vurgulamaktadır, Durkheim' a göre ise sosyal bağlar ve normların güçlü olduğu ortamlarda intihar davranışının azalması, sosyal bağlar ve

normların zayıf olduğu ortamlarda ise intihar davranışının artması, sosyal sermayenin insan hayatı üzerindeki önemini göstermektedir (Durkheim, 2015, s. 17).

Sosyal sermayenin temel dayanak noktasının kazanç sağlamak amacı ile sosyal ilişkilere yatırım yapılması olduğunu ifade eden Lin, sosyal ağlarda oluşan sosyal sermayenin, girişimlerin daha iyi sonuçlanmasında önemli rolü olduğunu belirtmiştir (Lin, 1999, s. 469). Dolayısıyla iletişimde bulunan kişiler aracılığıyla elde edilebilecek olası getiriler sayesinde geniş bir sosyal ağ sistemi içinde bulunmak, bireyler açısından faydalı hale gelecektir. Lin' e göre "özellikle eksik rekabet koşullarının hâkim olduğu piyasalarda stratejik veya hiyerarşik olarak önemli pozisyonlarda bulunan kişilerle kurulan bağlar, piyasada var olan fırsatlara dair kaynaklara ve bilgiye ulaşmada kişiye fayda yaratmaktadır" (Lin, 1999, s. 470).

Sosyal sermayenin kişiyi ilgilendiren konularda karar verici mekanizmaları, sosyal bağları kullanarak etkilemekte önemli rolü bulunmaktadır. Özellikle bu noktada bazı kişiler stratejik konumları ve statülerine bağlı olarak karar verici mekanizmalar üzerinde daha etkili olabilmekte ve daha değerli kaynaklara ulaşılmasına yardımcı olabilmektedir. Sosyal ağ teorisinde yöneticilerin, sahip oldukları ilişkiler aracılığı ile daha fazla gelir elde etmek, terfi etmek ve daha iyi bir kariyer fırsatı sağlamak gibi kazanımlara sahip olabilecekleri ileri sürülmektedir. Yöneticilerin sosyal sermayeleri temelinde kişisel ilişkilerini kullanarak örgütsel performans alanında etki göstermesi, yöneticinin sahip olacağı sosyal sermayenin kişisel kazanımlarının ötesinde örgütsel bir başarıya zemin hazırlayacağını göstergesi olabilmektedir (Okan ve ark., 2016, s. 180).

Sosyal sermaye iş arama süreci, kariyer desteğinin sağlanması ve çalışanlar arasında bilginin yayılmasında da oldukça önemli rol oynamaktadır. Sosyal sermaye, iş arama sürecinde iş arayanlara bilgi sağlayan ağlar bakımından, işverenlere ise mevcut çalışanların önerdiği arkadaşlar ve tanıdıkların güven ilişkisi oluşturması bakımından fayda sağlayabilmektedir. Firmaların işe alımlarda kullandıkları adayların referanslarına ulaşma yöntemi, firmaların sahip oldukları sosyal sermayenin etkisini göstermektedir. Sosyal sermaye alanında yapılan pek çok çalışmada (Burt, 2000; Coleman, 1988) iyi koşullardaki bireylerin sahip oldukları bağlantıları nasıl elde ettikleri belirlenip sosyal ağın gücü ile ilişkilendirilerek kişilerin bağlantılarının elde edilen kaynaklar ve başarıları üzerinde etkili olduğu vurgulanmıştır. Sosyal sermayenin kaynağı, kişinin içinde bulunduğu yapıdan kaynaklanmakta olup (Adler ve Kwon, 2002, s. 18), bu da sosyal sermaye düzeyinin veya sosyal sermayenin harekete geçirilmesi ile elde edilebilecek kazanımların belirlenebilmesinde kişilerin sahip oldukları bağların önemini ortaya koymaktadır (Okan ve ark., 2016, s. 179).

Sosyal sermaye kavramını en basit şekilde "en az iki kişi arasında, güvene dayalı bir şekilde kurulabilen iletişim imkânı, daha kapsamlı olarak ise toplumu oluşturan fertler, sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları arasındaki koordinasyon faaliyetlerini kolaylaştırarak toplumun

üretkenliğini arttıran, güvenilirlik, sosyal normlar sosyal ağlar ve derneklere katılım (Temple, 2000, s. 23) şeklinde tanımlamak mümkündür. Temple' in tanımından yola çıkarak sosyal sermayenin güven, norm, sosyal ağlar ve katılım unsurları üzerinde durulacaktır.

#### 1.4.1. Güven

Kişiler arası ilişkilerde güven, bir kişinin fırsat bulduğunda karşısındaki kişinin zayıf yanını kendi çıkarları doğrultusunda istismar etmeyeceğine olan inanç olarak tanımlanmıştır (Bilgin ve Kaynak, 2008, s. 33). Başka bir tanımda ise güven, bir kişinin diğer kişilerle karşılıklı yardımlaşma davranışı içerisinde olacağı ya da kendisine zarar verici davranışlarda bulunmayacağı beklentisi ile risk almaya karşı istekli olma hali şeklinde ifade edilmektedir (Onyx ve Bullen, 2000, s. 24). Güven ortak normlara dayanan, düzenli, dürüst ve işbirliği hakim davranışların görüldüğü toplumlarda oluşan beklentiyi de ifade etmektedir (Gersil ve Aracı, 2011, s. 44). Bourdieu (2010), güveni ilişkiler açısından incelemiş, Putnam (2000) ve Coleman (1988) güveni sosyal sermaye içerisinde en kritik unsur olarak ele almıştır. Fukuyama ise güvenin toplumsal işlevine değinerek bireylerin toplum içerisinde birbirine olan güveni üzerinde durmaktadır (Field, 2006, ss. 91-92). Toplumda güven unsurunun yüksek olması, kişiler ve gruplar arası ilişkileri güçlendirmekte, işbirliği ve katılım için gönüllülüğü artırmakla birlikte oluşan açık sistemler (dış çevreleriyle sürekli etkileşim halinde) sayesinde öngörülebilirliğin artmasını sağlamaktadır. Fukuyama, özellikle iş sürecinin örgütlenmesi ve denetlenmesi ile iş sürecini bilimsel kurallara bağlamayı hedefleyen Taylorist sistemlerdeki (*İşçi emeğinden mümkün olduğu kadar fazla yararlanmayı amaçlamış bir üretim yöntemi olan Taylorizm, ilk defa Amerikalı bir mühendis olan Frederic Winslow Taylor tarafından sanayi tesislerinde uygulanmıştır. www.ekonomim.com*) yapının güvensiz ortamlar oluşturduğunu, böylece işçiler ve yöneticiler arasında güvensizlik ve fırsatçılığın oluşacağını, bu durumun da iş veriminin düşmesi ve iletişimde sorunlara yol açacağını ifade etmiştir. Örgütler arasında işbirliğinin sağlanması ile artan güvenin sağladığı olanaklar ile işbirliği yöntemlerinin oluşturulması ve geliştirilmesi, grup ilişkilerinde çıkarıcılığın azalması gibi faydalar sağlamaktadır (Sargut, 2006, s. 8). Ayrıca örgüt içinde oluşturulan güven ortamının toplumda ortaklık ya da birlikler kurma yoluyla kolektifleşmeyi sağladığı, oluşan bu kolektif yapının farklı kültürlerden insanları bir araya getirerek kaynaştırdığı; gönüllük, işbirliği, hoşgörü gibi değerler kazandırarak zengin bir toplumsal altyapı oluşturduğu da görülmektedir (Bilgin ve Kaynak, 2008, s. 29). Toplumun kendine yeterli olması ve bireylerin kendine olan güveninin yüksek düzeyde bulunması, girişimcilik ruhunun ve aynı zamanda üretim ve ticarete küresel rekabet gücünün gelişmesini sağlayacağı öngörülmektedir (Karagül ve Dündar, 2006, s. 62). Coleman, Putnam ve Bourdieu 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 görmüşler ve sosyal sermaye ile güveni eşdeğer tutmuşlardır” (Eşki, 2009, s. 39). Fukuyama ise sosyal sermaye kavramını “bir toplumda ya da bir toplumun belli

*bölümlerinde güvenin hüküm sürmesinden doğan kapasite” olarak tanımlamış, güven ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir (Field, 2006, s. 88).*

Yukarıda açıklamalar temelinde güvenin, sosyal sermayenin en önemli unsurlarından biri olduğu kabul edilebilmekte (Cohen ve Prusack, 2001, s. 51; Field, 2008, ss. 91-92), sosyal sermaye ile güvenin birbiriyle tam bağlantılı olduğu söylenebilmektedir (Eşki, 2009, s. 3; Fukuyama, 2005). Güven ilişkilerinin olmadığı toplumlarda kişiler arasında çıkar ilişkilerine dayanan davranışlar ve gereksiz şüpheler oluşacağından toplumsal düzen ve işbirliği olumsuz etkilenecektir. Güven algısı, kurulan ilişkilere göre değişiklik göstermektedir. İki kişi arasındaki güven, akraba, komşu, arkadaş, iş yerine, yaşanan bölge ve devlete karşı güven gibi birbirinin içine geçmiş farklı güven türleri bulunmaktadır. Güven algısı, genellikle bireylerin birbirine bağlanmasını sağlayan ve birlikte hareket edebilmelerine imkân tanıyan bir algıdır. Güvenin karşıtı olan güvensizlik ise kişilerde endişe, korku ve uzak durma oluşturmaya nedeniyle bireylerin birbirinden kopmasına neden olan olumsuzluklardır. Coleman güveni, bir kişinin risk almasının diğer bireylerin davranışları sonucunda ortaya çıkan algı şeklinde tanımlarken (Coleman, 1988, s. 91). Putnam güveni sosyal sermayenin soyut ve ahlaki bir boyutu olarak tanımlamış, demokrasilerin işleminde "sosyal sermaye"nin oynadığı önemli role değinerek güveni, sosyal sermayenin önemli bir ögesi olarak ele almıştır. Putnam' a göre güven, sağlıklı işleyen ve gelişen bir ekonomi için vazgeçilmezdir. Putnam "Kenneth Arrow' ın da gözlediği gibi esas olarak her ticari işlem ve özellikle bir zaman süresi içinde yürütülen bütün ticari işlemler bir güven unsuru içermektedir. Dünyadaki ekonomik geriliğin önemli bir kısmının karşılıklı güven yokluğu ile açıklanabileceğini söylemek makul bir iddia olmaktadır" söyleminde bulunmuştur (Putnam, 1993, s. 9).

Bu anlamda güvenin en büyük özelliği, ilişkilerde pekiştirici olması ve biriktirdikçe (*Sosyal sermayenin daha fazla sosyal sermaye ile sonuçlanması sosyal sermaye üretiminde doğurgan döngü "virtuous circle"olgusu olarak tanımlanmaktadır (Uğuz ve ark., 2011, s. 37))* çoğalmasındır. Yapılan işbirlikleri sonucu elde edilenler, kişilerin beklentileri ile aynı ise güven artmaktadır. Güven düzeyinin yüksek olması sosyal sermayenin artmasını sağlarken, güven düzeyinin düşük olması (politik katılımın ve güvenin azalması, aile yapısının değişmesi, göç gibi) sosyal sermayeyi azaltmaktadır (Uğuz, 2010, s. 37). Güven düzeyinin azalması bireylerde negatif etkilere neden olmaktadır. Fukuyama' ya (2000, s. 12) göre güvenin azaldığı yerde huzursuzluk ve endişe artmakta, bireylerin sosyoekonomik yaşamında bozulmalar ortaya çıkmaktadır. Bu bozulmaların neticesinde toplumdaki sistem çökmekte; çete, etnik gruplar ya da suç gruplarının sayısı artmaktadır. Bu duruma Putnam' ın (2000) "*Bowling Alone*" isimli çalışmasında değinilmiştir. Putnam çalışmada Amerika' nın sosyal sermayesinin azalma ihtimalinin sonraki zamanlarda oluşturabileceği tehlikeleri ele almıştır. Bu kapsamda güven düzeyini temel almış, azalan sosyal sermayenin sosyoekonomik alanlardaki olumsuz etkilerini toplumda birbirine güvenmeyen ve birbirini tanımayan komşular, seçmenler, siyasiler, şirket çalışanları gibi örnekler üzerinden vererek zayıf

ilişkilerin toplumu yıpratması üzerinde durmuştur (Özen ve Aslan, 2006, s. 49). Fukuyama (2005) da Putnam gibi sosyal sermayeyi, “*en az iki birey arasında işbirliğini destekleyen zorunlu ve resmi olmayan normlar*” olarak tanımlayarak, bu durumun güven ile mümkün olacağını vurgulamaktadır. Sosyal sermayeden yararlanabilmenin en önemli unsurunun güven olduğunu belirten Fukuyama, özellikle “*Güven*” isimli çalışmasında sosyal sermayenin güvene dayalı ilişkiler sonucunda birey ve topluma sosyoekonomik yönden yarar sağlayabileceği düşüncesiyle güvenin bireysel ve toplumsal etkilerini açıklamıştır (Fukuyama, 2005, ss. 20-23).

Ülkelerdeki sosyal sermayenin varlığını ve boyutunu belirlemek için belirli periyotlarla yapılan Değerler Anketi (World Values Survey-WVS-) içinde Türkiye’nin de bulunduğu 80’den fazla ülkede çeşitli değerleri ölçmüştür. 1990 ve 1997 yıllarında toplumun birbirine duyduğu güveni ölçebilmek için “Sizce genelde insanların çoğuna güvenilebilir mi? Yoksa başkalarıyla herhangi bir ilişki kurarken veya iş yaparken hiçbir zaman dikkati elden bırakmamak mı gerekir?” sorusu sorulmuştur (Yıldız ve Topuz, 2011, s. 217). Bu soruya “genelde insanların çoğuna güvenilebilir.” şeklinde cevap verenlerin Türkiye’deki oranı sadece %10’ dur ve bu oranla Türkiye, 1990 yılı Dünya Değerler Araştırması’na katılan ülkeler arasında sondan ikinci sırada yer almıştır. 1997 yılı araştırmasında ise, zaten düşük olan %10 oranı biraz daha azalarak %6,5 oranına düşmüştür. Alkan “Türkiye gibi geleneklerine önem veren, aileyi yücelten, dini değerleri ön plana çıkaran bir toplumda insanların birbirine güvenmemesi, birbirinden yabancılaşmış olması çelişki gibi gözüküyor. Belki de hızlı kentleşmenin, kapitalistleşmenin, bireyselleşmenin neden olduğu bir yabancılaşma duygusu ile karşı karşıyayız.” şeklinde ulaşılan sonuçları yorumlamıştır (Esmer, 1999, s. 25).

Knack ve Keefer (1997), Dünya Değerler Araştırması (World Values Survey-WVS-) verilerini kullanarak oluşturdukları güven endeksinde güven düzeyi ile ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişki olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre kişinin güvenilir olması, bireye itibar sağlamakta ve yapılan işbirliklerinde işlem maliyetlerinin azalması gibi kazançlar sağlamaktadır. Güven düzeyi arttıkça yapılan işbirliklerindeki olumlu ekonomik etkiler de orantılı olarak artmaktadır. Noteboom (2007) ise “Social Capital, Institutions and Trust” isimli çalışmasında güvenin, işlerin risk ve işlem maliyetlerini azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Yazara göre riskli sözleşmelerde karşılıklı güven, taraflara fayda sağlamakta, çünkü güven düzeyi arttıkça zorlayıcı ve maliyetli işlerin yerini, daha hızlı ve kolay çözüme ulaşılan yollar almaktadır. Yasal denetim araçlarının riske karşı kayıtsız olması nedeniyle bu aşamada güven düzeyi belirleyici hale gelmektedir. Ayrıca kurumlarla olan ilişkilerde güven ve kontrol birbirini tamamlamakta güven, kontrol sınırının belirleyicisi olmaktadır (Noteboom, 2007, ss. 13-14).

Töremen' e göre güven, kendine değer verme duygusu ile başlayan ve zamanla tıpkı bir dairenin yarıçapı gibi dışarı doğru uzayarak kurum, bölüm ve ekip içinde bulunan herkesle temas edilen duygusal bir güç olmaktadır. Töremen kendine ve başkalarına güvenmenin ve onlar tarafından da güveniliyor olmanın verdiği gücün, hayatta başarıya ulaşmayı sağlayan en önemli etkenlerden biri olduğunu savunmaktadır (Töremen, 2002, s. 565). Birbirine duyulan güvenin grup verimliliğini artırdığı, grup üyelerinin duygularını ve düşüncelerini serbestçe dile getirmelerini sağladığı, savunmaya ya da sabote etmeye yönelik eylemleri ortadan kaldırdığı görülmüştür (Cooper ve Sawaf, 1997, s. 3). Tocqueville "Democracy in America" başlıklı çalışmasında özelde Amerikan demokrasisi, genel anlamda işleyen bir demokrasinin oluşması ve yaşatılabilmesi için kültürün ve kültürün bir parçası olarak da güvenin önemini vurgulamıştır. Tocqueville "Birleşik Amerika' da demokratik cumhuriyetin yaşatılmasına, ülkenin fiziksel koşullarından çok kanunlar ve kanunlardan daha çok da töreler katkıda bulunur" söyleminde bulunmuştur (Tocqueville, 1945, s. 330).

#### **1.4.2. Normlar**

Sosyal sermayenin temel unsurlarından biri olan norm, "yargılama ve değerlendirmenin kendisine göre yapıldığı ölçüt, uyulması gereken kural" olarak tanımlanabilir (TDK, 2020). Günkör normları, "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 kalıpları" şeklinde tanımlamıştır (Günkör, 2016, s. 57). Kapalı ya da açık şekilde görülebilen normlar, bireylerin diğer kişilerle olan ilişkilerini düzenleyen geleneksel davranış kuralları olarak da tanımlanabilir. Toplumdaki kişileri ahlaki eylemlere yönelten yaptırım gücü olan normlar, bu etkili yaptırımlar sayesinde sosyal sermaye alanında ayrı bir öneme sahiptir. Normların sosyal sermaye oluşturma kapasitesi, toplumun yararı için bireylerin kendi çıkarlarından vazgeçebilmesiyle oluşabilmektedir. Toplumda doğru ve yanlış tutum ve davranışlara gösterilen ödül veya ceza şeklinde görülen normlar, kişiler arası ilişkilerde doğru ve yanlış ifadelerle ilişkin durumları anlamlı hale getirmektedir. 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" belirtmiştir (Günkör, 2016, s. 58). Putnam' a göre özellikle karşılıklılık esasına dayanan sosyal normlar, önemli sosyal sermaye unsurlarıdır. Karşılıklılık, bireyin davranışlarının yol açacağı sonuçların farkında olmasına yönelik bir kavramdır. Norm olarak karşılıklılık, sosyal sermaye düzeyinin kolektif eylem ve katılım yoluyla problemlerin daha etkin ve verimli bir şekilde çözülebilmesiyle artması olarak tanımlanmaktadır. Putnam (1993) karşılıklılık normunu, "esasında bir bireysel eylem olarak kısa dönemde özverinin, uzun dönemde ise kişisel çıkarın bir kompozisyonu" olarak görmektedir (Liñánand Santos, 2007, s. 90).

Karşılıklılık normu üzerinde ilk çalışmaları yapan Putnam, özel ve genelleştirilmiş olmak üzere iki tür karşılıklılık normu olduğunu belirtmektedir. Özel normlar, eşit statüde bulunan bireyler arasındaki ilişkilerde anında olan değiş tokuşu ifade etmektedir. Özellikle ilişkileri çok yakın olmayan bireylerin özellikle özel günlerde birbirleri ile hediyeleşmeleri bu duruma örnek gösterilebilir. Genelleştirilmiş normlar ise uzun süreli ilişkilerde yapılan yardımın ileride kişi ya da gruba geri döneceğini ifade etmektedir (Özdemir, 2007, s. 34). Dolayısıyla normlar, yazında sosyal sermayeyi oluşturan önemli bir unsur olmasının yanı sıra paylaşılan güven ve karşılıklılık duygusunu ifade eden bir unsur olarak da ele alınmaktadır. Karşılıklılık, bireyi, kendi çıkarlarını toplumun iyiliği ile dengelemeye yöneltebilmektedir.

Genel olarak normlar, hangi eylemlerin kabul edilebilir ya da kabul edilemez olarak kabul gördüğünü tanımlamakta, kişisel güven oluşturma ve bu güveni sürdürmenin temeli olarak görülebilmektedir (Lyon, 2000, s. 665). Coleman bu durumu, herhangi bir eylem için bireyin olumlu veya olumsuz içsel değerlendirmesi olarak tanımlamıştır (Coleman, 1987, s. 134). Putnam sosyal sermayeyi norm temeli üzerinden açıklayarak başlangıçta sadece değer kaynaklarına erişim sağlayan ağları değil aynı zamanda davranışı kontrol eden ve genel olarak gruba ortak yarar sağlayan davranışları sergilemeye zorlayan normlar olarak belirtmiştir. Bu normlar aynı zamanda bireyin diğer kişilerle ve siyasi kurumlarla arasındaki ilişki durumunu da belirlemektedir. Normlar kişilerin kendi iradesi ile oluşan kalıplar değildir. Normlar genellikle aile, okullar ve dini kurumlar gibi çocukluk dönemindeki sosyalleşme süreçleriyle öğrenilebilmektedir (Lyon, 2000, s. 666). Eğitim kurumlarında eğitsel ve yönetsel açıdan; eşitlik, etik, adalet, farklılıklara tolerans (hoşgörü), katılım ve sosyal sorumluluklar gibi değerler sosyal normlar bağlamında sayılabilmektedir (Günkör ve Özdemir, 2017, s. 71).

Sosyal sermaye açısından önemli olan bireysel normlardan ziyade sosyal normlardır. Sosyal normlar “toplum tarafından tutumların, değerlerin, inançların, davranışların uygun veya uygun olmadığını göstermeye yarayan durumlardır”. Coleman’ a göre bu durum, bireyler arası ilişkilerin düzenlenmesinde de etkili olmaktadır (Coleman, 1990, s. 335). Sosyal normlar, güven unsuru ile birlikte kişilerin daha kolay iletişim kurmalarını, işbirliği yapmalarını ve ortak deneyimler oluşturmalarını sağlamaktadır. Sosyal normlar yapı olarak donuk, durağan kalıplar değildir. Aksine ait oldukları toplumun ihtiyaçlarına göre değişen, gelişen, yeni normların oluşmasını sağlayan, gelenekselleşme sürecine devam eden dinamik bir yapıya sahiptirler.

Sosyal normların özellikleri ve etkileri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Karagül, 2012, ss. 94-95):

- Normlar toplum veya devlet tarafından oluşturulabilmektedir.
- Sosyal değerler genellikle soyut olarak görülmektedir.
- Hem bireysel normlar hem de toplumsal normlar kontrolü sağlamada etkili olmaktadır.
- Normlar kültürden kültüre farklılık gösterebilmektedir.

- Normlar yazılı ve yazısız olduğundan uygulanmadığı zaman hem kamusal cezaya hem de toplumsal dışlanmaya neden olabilmektedir.
- Toplumsal düzenin sağlanmasında ve mevcut düzenin sonraki nesillere aktarılmasında öncü rol oynamaktadır.

Bir norm mevcut ve etkili olduğunda güçlü bir sosyal sermaye biçimi oluşturmaktadır. Bu bağlamda güçlü normların etkileri aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Coleman, 1988, ss. 104-105; Gerni, 2013, s. 18):

- Suçu engelleyen etkili normlar, bir şehirde gece dışarıda özgürce yürümeyi ve yaşlıların korkmadan evlerinden ayrılmalarını sağlamaktadır.
  - Bir toplumda okul başarısı için etkili ödüller sağlayan normlar, okulun görevini büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır.
  - Normlar, sosyal ve ticari "işlem" maliyetlerini azaltmada önemli bir role sahip olmaktadır.
- Farklı inanç ve kültürlerin değerleri de hoşgörü, kabul ve saygı gerektiren ortak normlardan kaynaklanmaktadır.
- Grup üyelerinin hedeflerine ulaşmasında destek olmaktadır.
  - Toplumsal normlar bireysel faydadan ziyade toplumsal faydaya olanak sağlamaktadır.
  - Toplumun ortak değerlerinden oluşan normlar bireyler arası ilişkileri kuvvetlendirerek güven duygusunun artmasını sağlamaktadır.
  - İletişim ve sosyal ağların devamlılığının sağlanmasında etkili olmaktadır.

Normların bu etkileri göz önüne alındığında, etkili normların güçlü bir sosyal sermaye biçimi oluşturması mümkündür.

### 1.4.3. Sosyal ağlar

Kültürel, sosyal ve ekonomik açıdan bireyler arasındaki ilişkileri açıklamak için kullanılan sosyal sermaye göstergelerinden biri olan ağbağ (sosyal ağ), farklı disiplinlerde yapılan sosyal sermaye araştırmalarında sosyoekonomik faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde etkili unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bourdieu ve Wacquant (1992) *"An Invitation To Reflexive Sociology"* isimli çalışmalarında sosyal sermayeyi, bir birey ya da grubun tanışıklığı sayesinde sahip olunan karşılıklı, kalıcı, gerçek ya da sanal kaynakların toplamı olarak açıklamışlardır (Bourdieu ve Wacquant, 1992, s. 119). Bourdieu ise sosyal sermayeyi ağbağlar üzerinden aşağıdaki şekilde ifade etmiştir (Bourdieu, 1986, s. 51):

*"...ağbağlar ilişkilerin bir parçasıdır. Çünkü bu ilişkiler ortak alanlardaki tanışıklık ve arkadaşlık üzerine kurulmaktadır. Sosyal sermaye, bir gruba üye olmakla başlamaktadır. Gruba katılan her bir üye ile sahip olunan sermaye"*

*desteklenmektedir. Bu gruplar, ortak bir isim altında garantilenmektedir (bir sınıfın ya da sınıfa dair bir ırkın, okulun ya da partinin adı gibi). Eş zamanlı ilerleyen grup faaliyetleri, grup üyelerini de bilgilendirmektedir. Sosyal sermaye hiçbir zaman bağımsız oluşmamaktadır. Çünkü önceden kabul edilen homojenlik, sahip olduğu sermaye üzerinde de çarpan etkisi yapmaktadır. Kurulan ağbağın özellikleri, sosyal oluşumun karakteristik özelliklerini taşıyarak gruba katılan yeni bireylere de bunu aktarmaktadır. Grup üyeleri arasındaki ilişkiler aynı zamanda tanınırlığı artırmakta ve grubun genişlemesini sağlamaktadır. Grupta (aile, kurum, sivil toplum kuruluşu vb.) topluluk adına konuşma hakkına sahip tek kişi olarak aile reisi, grup ya da örgüt başkanı gibi kişiler de bulunmaktadır. Grupta bazen ayrılma ya da kovulma da olmakta ve normlara ya da grup kurallarına sahip çıkılmaktadır. Sosyal sermaye, (kültür veya partilerin oluşması, sendikaya üye olmak gibi) grup içinde bireyleri birleştirici güç taşımaktadır. Temelde bu güç semboliktir. Ancak bu güç sayesinde işbirlikleri gerçekleşmektedir.”*

Yukarıdaki açıklamada görüldüğü üzere Bourdieu sosyal sermayeyi, toplumsal ağbağlardan oluşan ve belli koşullarda ekonomik sermayeye çevrilebilecek ve kurumsallaştırılabilecek bir soyluluk unvanı olarak kabul etmektedir (Bourdieu 2010, s. 49). Çünkü sosyal ağlar bir gruba ait olmanın ve grubun kurallarına bağlı kalmanın getirisi olarak bireye itibar kazandırmaktadır.

Sosyal ağlar, bireyin tek başına gerçekleştirmekte zorlanacağı şeyleri başka kişiler ile bir araya gelerek yapabilmesine imkân tanımaktadır. Kurulan ilişkiler neticesinde oluşan sosyal sermaye ise hem bireysel hem de toplumsal fayda sağlamaktadır. Field’ a (2008, s. 3) göre bireyler günlük yaşamlarında bir işi gerçekleştirmek ya da prosedürlerle uğraşmamak için tanıdıklarıyla birlikte iş yapmaya yönelmektedir. Bürokrasiyle uğraşmak yerine daha kısa zamanda daha hızlı sonuç alabilecekleri işbirliklerini tercih etmektedir. Bundan dolayı bazen resmi ağlar yerine resmi olmayan sosyal ağlar tercih edilebilmektedir (Aldrich ve Zimmer, 1986, s. 26), çünkü bu ağlar bireylerin ortak fayda elde edebilmeleri için işbirliği fırsatı sunmaktadır. Bunun yanı sıra iş yerinde sahip olunan güçlü sosyal ağlar ise bilgi akışının hızlı olmasına ve yeni üretim tekniklerinin daha kolay öğrenilmesine imkân sağlaması nedeniyle önemlidir (Knorrina ve Staveren, 2006, s. 12).

Putnam’ a (2000) göre sosyal sermayenin özünde sosyal ağlar bulunmakta ve bu ağlar bireylerin etkinliğini farklılaştırmaktadır. Toplumlarda bireyler formel ve formel olmayan bağlar aracılığı ile etkileşim sağlamaktadır. Granovetter (1973, 1983), “Strength of Weak Ties” ve “The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited” isimli çalışmalarında sosyal ağları, karşılıklı sorumluluk ve samimiyetin göstergesi olarak ifade etmiştir. Granovetter’ e göre zayıf bağlar birleştirici ve genelleştirilmiş güveni ifade ederken, güçlü bağlar bağlayıcı ve yüksek güveni oluşturan ağbağları ifade etmektedir. Granovetter, zayıf ağbağların bireyin amacını gerçekleştirmek için daha etkili olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda farklı bilgilere ihtiyaç duyan bireyler zayıf ağbağları kullanarak istediğine daha kolay ulaşabilmektedir. Abell, Crouchley ve Mills “Social Capital and Entrepreneurship in

Great Britain” isimli çalışmada girişimciliğin ilk adımlarında girişimcilerin güçlü ve zayıf ağbağlardan destek aldıklarını belirtmişlerdir. Britanya’da yapılan bir araştırmada sektöre göre farklılık göstermekle beraber girişimcilerin, akrabalarından daha çok tanıdıklarının ve arkadaşlarının desteğini alma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir (Abell ve ark., 2001, s. 137).

Söz konusu çalışmalarda da görüldüğü üzere sosyal ağlar, sosyal sermayenin bir göstergesi olarak hem sosyal hem de ekonomik fayda sağlamaktadır. Araştırmalar, bireylerin tavsiye alma, problem çözme, iş kurma ve istihdam gibi konularda güçlü ağbağlara sahip oldukları aile, akraba, komşu, arkadaş gibi kaynaklara yönelirken; firma kurma, yenilikçi üretim teknikleri uygulama, firma performansında artış sağlama gibi konularda zayıf ağbağlara (iş tanışıklıkları gibi) yöneldiklerini ortaya çıkarmaktadır. Sosyal ağların gönüllülük esasına dayanan etkinlikler, sosyal hayata katılım veya üyeliklerle değerlendirilen aktif katılım ve etkileşimde belirleyici bir unsur olduğu söylenebilir. Sosyal ağlar bilgiye dayalı ağlara erişimi kolaylaştırarak bilgi paylaşımını güçlendirip işbirliği fırsatlarını artırmaktadır (Lin, 2000, s. 786; White, 2002, s. 260).

Coleman’ a göre yeterince sosyal sermaye oluşturmak ve sürdürmek için gereken iki temel ilke bulunmaktadır. Bu ilkelerden birincisi ağların kapalı olması, diğeri ise toplumsal örgütlenmedir. Sadece kapalı sosyal ağlarda kişiler kaynaklarını toplu yaptırımlarda etkili bir şekilde birleştirebilmektedir. Sosyal ağlardaki kapanış örneklerine klikler, sosyal çevreler ve çoğul ilişkiler verilebilir (Coleman, 1988: 105). Kadınların çeşitli sosyal ağlara daha fazla dâhil olmalarının; daha fazla bilgi edinmeleri, fırsatları görmeleri ve yeni iş bağlantıları oluşturmaları temelinde girişimcilik başarılarını artırmalarına olumlu etkisi olacaktır. Kadınlar toplumda genellikle erkeklerden daha düşük bir sosyal pozisyonda yer almaktadır. Bu durum kadınların sosyal ortamlara girişi veya bir örgütün üyesi olmaları gibi bağlantılarının çeşidini etkilemektedir (Soysal, 2010, s. 100).

#### **1.4.4. Katılım**

Putnam (1993)’ a göre “toplumdaki sivil katılım oranı, sosyal sermaye düzeyi hakkında en önemli göstergedir”. Bir başka deyişle organizasyonlara ve STK’ lara gönüllü katılım, toplumun sosyal sermaye düzeyini artıran en önemli unsurdur. Dolayısıyla bir toplumdaki katılım ağlarının yoğunluğu, o toplumdaki bireylerin toplumsal ortak fayda için işbirliği ve yardımlaşmayı benimsediğini göstermektedir. Buna göre bir toplumda sivil katılım ne kadar çok olursa, o toplumda sosyal sermaye düzeyi o kadar gelişmiş olacaktır (Tüysüz, 2011, s. 27). Putnam (1993) sosyal sermaye için önemli bir unsur olan güveni, sosyal ağlara katılımın doğurduğunu, ancak güven ilişkileri çerçevesinde sivil katılımın meydana gelebileceğini savunmaktadır. Bu anlamda sosyal sermaye, normlar tarafından desteklenen güven ilişkisinin artmasıyla etkin olabilen bir faktördür ve katılım yoluyla yayılma etkisi oluşturmaktadır (Baştürk, 2011, s. 54). Diğer taraftan katılım, çok boyutlu bir kavram olması nedeniyle hem

mikro hem de makro düzeyde sivil, sosyal ve siyasal hayata katılımı içermektedir. Gruplar ile resmi veya gayri resmi sosyal ağlara katılımı kapsayan sosyal roller, bireylerin sahip olduğu sosyal sermaye düzeyini artırmakta, bireylerin güven, işbirliği ve dayanışma ilişkilerini güçlendirmektedir. Dolayısıyla birçok alandaki sorunların (ekonomi (kentsel yoksulluk, işsizlik gibi), sosyal (suç gibi), sağlık (uyuşturucu kullanımı gibi) ve eğitim alanlarındaki sorunlarda) giderilmesinde sivil katılımın olduğu toplumlarda daha başarılı sonuçların olduğu görülmektedir. Sivil katılımın; belirli ekonomik hedeflere ulaşmada bireylerin kişisel faydalarını maksimum düzeye çıkarmak için başkalarıyla etkileşime girilmesi ile sosyal sermaye kaynaklarının kullanılması ve kazanımlarına erişilmesinde araç özelliği göstermesinin yanı sıra bireylerin maddi olmayan hedeflere ulaşmak için ortak hareket etme gayretlerini vurgulayan sosyal niteliği de bulunmaktadır. İş birliği ve güven için gerekçe ne olursa olsun bireysel ve grup anlamında yatırım yapmak, yoğun sosyal ağların oluşmasını sağlamakta, neticesinde daha iyi ekonomik ve sosyal sonuçlar doğurmaktadır. Bunun sonucunda da sivil katılım, dürüstlük ve sosyal güven birbirini güçlendirebilmektedir (OECD, 2001, ss. 40-41).

Sosyal sermaye alanında sivil katılım ağları ve karşılıklılık normları önemli bir yere sahiptir. Bireyler ne kadar çok STK' lara üye olurlarsa, bireyler arasında o oranda güven ilişkilerinin oluşması mümkün olmaktadır. Bir başka ifadeyle ağlar normların gelişmesini, normlar da sosyal güvenin artmasını sağlamaktadır. Bunun sonucunda örgütsel üyeliğin artması ile birlikte sosyal güvenin de arttığı söylenebilmektedir. Putnam' a göre bir toplumda gelişmişlik ve ekonomik refahın sağlanması için o toplumda sivil yaşamın aktif olması beklenmektedir. Sivil yaşamın aktif olması insanlar arası etkileşimi artırmakta, bu insanların ortak bir amaç için beraber çalışma ve işbirliği yapma olasılığı yükselmektedir. Buna göre katılımın (örgüt, organizasyon ve üyeliklere katılım ile sosyal ve siyasal alanlara katılım temelinde) sosyal sermaye için önemini vurgulayabilmek adına Putnam tarafından oluşturulan Sosyal Sermaye Endeksi bileşenleri aşağıda (Tablo 1. 3) verilmiştir (National Statistics, 2001, s. 17):

**Tablo 1. 3. Sosyal sermaye endeksi (Putnam)**

<b>Toplumsal Yaşamın Ölçümü</b> Son bir yılda yerel organizasyonların aktivitelerine katılım Son bir yıl içerisinde örgüt ya da kulüplerin yönetiminde görev alma Her bin kişiye düşen kentsel ve sosyal örgüt sayısı Son yılda kulüp toplantılarına ortalama katılım sayısı Grup üyeliklerinin ortalama sayısı
<b>Kamusal Olaylara Gösterilen İlginin Ölçümü</b> Seçimlere katılım oranı Son yılda kente ya da okula ilişkin kamusal toplantılara katılım oranı
<b>Toplumsal Gönüllülüğün Ölçümü</b> Her bin kişiye düşen sivil toplum örgütü sayısı Son yılda toplumsal projelerde kaç kez yer alındığının ortalama sayısı Son yılda gönüllü işlerde ortalama kaç kez yer alındığı
<b>İnformel Sosyalleşmenin Ölçümü</b> "Arkadaşlarımı ziyaret için çok zaman harcarım" yargısını onaylama Son yılda ev toplantılarına katılımın ortalama sayısı
<b>Güvenin Ölçümü</b> "Çoğu insan güvenilirdir" yargısını onaylama "Çoğu insan dürüştür" yargısını onaylama

**Kaynak:** National Statistics(2001, s. 17)

Fukuyama sivil katılıma eleştirel bir şekilde yaklaşmış, bir kişinin sivil katılımının rant arayışı olabileceği üzerinde durmuştur. Sivil toplumu oluşturan bazı kişileri, kamu kaynaklarını kendi lehlerine yönlendirmeye çalışan çıkar grupları olarak tanımlamıştır. Fukuyama' ya göre çok aktif olan bir STK' nın kamu politikasını çarpıtabilecek veya çıkmaza sokabilecek şekilde kamu yaşamının aşırı derecede siyasallaşmasını sağlaması mümkün olabileceğinden kamu yararına çalışan STK' ların gerçekten kamu çıkarlarını temsil ettiğinin garantisi bulunmamaktadır. Bir toplumun çok fazla sosyal sermayeye sahip olma olasılığına karşın sosyal sermaye düzeyinin çok düşük olması, kötü bir durum olarak görülmektedir. Çünkü sosyal sermaye kendiliğinden örgütlenen grupların kaynağı olmasının yanında kamu kurumlarının düzgün işleyişi için oldukça önemli bir yere sahiptir (Fukuyama, 2000, s. 12).

### **1.5. Sosyal Sermaye Çeşitleri ve Diğer Sermaye Çeşitleri ile Olan İlişkisi**

Sosyal sermaye zaman içinde birçok farklı bakış açısıyla farklı şekillerde ele alınmıştır. Sosyal sermaye ile ilgili yapılmış çalışmalara bakıldığında sosyal sermayenin boyutlarını veya çeşitlerini açıklamaya oldukça fazla yer verildiği görülmektedir. Bilim insanları sosyal sermaye kavramını farklı şekilde tanımladıkları gibi sosyal sermaye çeşitlerini de kendi bakış

açalarına göre değişik şekilde sınıflandırmışlardır. Bu sınıflandırma şekillerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Keskin, 2008, s. 15).

*Sivil ve Kamusal Sosyal Sermaye:* Sosyal sermayenin bu sınıflandırılma şekline göre sivil toplum sosyal sermayesi, kendiliğinden organize olmuş gruplardan meydana gelen örgüt, dernek, topluluk ve STK' lar gibi kurumlarla ilgili sosyal sermayedir. Kamusal sosyal sermaye ise, kaynağını kamu kesiminin siyasal ve sosyal yapısından alan güven ortamının oluşturulması, gelir dağılımı adaletinin sağlanması ve çalışanların emeklerinin karşılığını alması noktasında şüphelerinin bulunmamasının şart olduğu sermayedir (Karagül ve Masca, 2005, ss. 37-52). Örneğin, devlet, vergilendirme ile toplumda kaynakların daha dengeli dağılmasını sağlamakta ve güç kullanarak kurallara uyulmasını kolaylaştırmaktadır (Collier, 2002, s. 16).

*Bağlayıcı, Birleştirici ve Köprü Kuran Sosyal Sermaye:* Sosyal sermayenin bu sınıflandırılma şekline göre Putnam sosyal sermayeyi *bağlayıcı, birleştirici ve köprü kuran* sosyal sermaye olarak üç gruba ayırmıştır (Putnam, 1995, ss. 22-23). Bağlayıcı sosyal sermaye, daha çok aile üyeleri ve yakın arkadaşlıklar gibi homojen gruplar içindeki güçlü ilişkilerden oluşmakta, bu gruplarda kişiler üyeler ile güçlü yakınlık bağları kurmakta ve topluluk bağına güçlü şekilde sahip çıkmaktadır. Birleştirici sosyal sermaye, farklı sosyal sınıf veya güçteki kişiler ve gruplar arasındaki ilişkileri ifade etmekte, dar anlamda yatay işbirliğini sağlarken, geniş anlamda yatay örgütlenme yanında dikey örgütlenmelere de katkı sağlamaktadır. Bu sayede kişiler, kendi sosyal çevreleri haricindeki bağlantılardan fikir ve bilgi edinmektedir. Köprü kuran sosyal sermaye ise mesafeli arkadaşlar, üyeler ve iş arkadaşları gibi nispeten daha uzak ilişkileri ifade etmede kullanılan bir sosyal sermaye türüdür. Bu sermaye türü, kişilerin kendilerinden çok farklı döngüde hareket eden daha uzaktaki kişilerle ilişkisine imkân sağlamaktadır (Field, 2006, s. 92).

*Güçlü Bağlar ve Zayıf Bağlar:* Sosyal sermayenin bu sınıflandırılma şeklinde Nan Lin sosyal sermayeyi, kişiler ve kurumlar arasındaki bağların güçlülüğü derecesine göre sınıflandırmış, sosyal sermaye tanımında, güçlü bağlar ve zayıf bağlar şeklinde bir ayırım yapmıştır. Lin' e göre güçlü bağlar, birbirine benzerlik gösteren kişiler arasında kurulan bağlar ile ilgili iken, zayıf bağlar farklı sosyal ve kültürel geçmişleri olan kişileri bir araya getiren sosyal bağlardır. Benzer özelliklere ve tutumlara sahip kişiler arasında kurulan güçlü bağlar, kuralcı ve kimlik/birlik temelli amaçları gerçekleştirmek için oluşturulmuş bağlardır. Güçlü bağlara kıyasla sosyal kaynaklara ulaşmada daha etkin olan zayıf bağlar ise çoğunluk tarafından paylaşılan değerlere daha az dayanmakta, bu sayede yeni kaynaklara erişmeyi kolaylaştırmakta ve amaca daha etkili hizmet etmektedir. Zayıf bağların gücünü kuramsal olarak ilk inceleyenler arasında yer alan Granovetter' a göre bireyler arası bağların zayıf olması, bireylerin hedeflerine yönelik eylemlere ulaşmasını sağlamaktadır (Granovetter, 1973, s. 1361).

*Yapısal ve Kavramsal Sosyal Sermaye:* Sosyal sermayenin bu sınıflandırılma şeklinde Uphoff sosyal sermayeyi yapısal ve kavramsal sosyal sermaye olarak niteliksel şekilde sınıflandırmıştır (Uphoff, 1999, s. 218). Yapısal sosyal sermaye, özellikle işbirliğine katkı sağlayan ağların çeşitleri kapsamında roller, kurallar, adetler ve prosedürlerle ile ilgilidir. Kavramsal sosyal sermaye ise zihinsel süreç ve fikirlerin sonucundan doğmakta, özellikle ortak davranışlara ve karşılıklı fayda yaratan ortak faaliyetlere katkıda bulunan normlar, değerler, tutumlar ve inançlarla pekişmektedir. Kavramsal sosyal sermaye bireyin içsel özellikleri ile ilgiliyken, yapısal sosyal sermaye somut kurumlarla ilgilidir (Keskin, 2008, s. 17).

### **1.5.1. Sosyal sermayenin diğer sermaye çeşitleri ile olan ilişkisi**

Sermaye türlerinin amaçlarına ulaşmada tek başına yeterli olmayacağı düşünülebilir. Sermaye türleri arasında bağlantı ne kadar çok ve etkin olursa, bir sermaye türünün diğerinin eksik olan noktasını kapatması veya desteklemesi nedeniyle oluşan kazanımın da artması beklenebilir Bu başlık altında genel hatlarıyla sosyal sermayenin en fazla ilişki içinde olduğu düşünülen sermaye türleri ile ilişkisine yer verilecektir.

#### **1.5.1.1. Finansal Sermayenin Sosyal Sermaye ile İlişkisi**

Finansal sermaye, özellikle finansla ilgili yazında sıklıkla üzerinde durulan kavramlardan biridir (Yusuff ve ark., 2018; Kickul ve ark., 2007). Dünya genelinde 18. yy itibariyle borsaların kurumsallaşması ve işletmelerin mevcut somut değerlerinin yanında piyasa değerlerini artırmak için farklı arayışlar içerisine girmeleri nedeniyle sermaye yapılarında çeşitlendirme çabaları ortaya çıkmış ve bu da finansal sermayenin daha fazla önem kazanmasına neden olmuştur (Terim ve Kayalı, 2009, s. 126). 1970' li yıllardan sonra sermaye kavramı ve buna bağlı olarak da finansal sermaye özellikle finansal yönetim alanının en önemli konuları arasında yer almıştır (Ata ve Ağ, 2010, s. 46; Sayılğan ve ark., 2006, s. 125). İşletmeler için mevcut finansal sermaye kaynaklarının fazlalığı, işletmelerin daha fazla başarı elde etmesinde başta gelen faktörlerden biridir. Buna karşın finansal sermaye kaynaklarının az olması ya da bu kaynaklara erişimin sınırlı olması, girişim ve pazar odaklı etkinliklerin uygulanmasını zorlaştırarak, kalite ve devam edilebilirlik anlamında organizasyona zarar vererek düşük başarı ile sonuçlanma ihtimalini artıracak sonuçlar doğurabilecektir (Demirbağ ve ark., 2021, s. 5). Finansal sermaye sosyal sermayeyi etkilediği gibi sosyal sermaye de finansal sermayeyi etkilemektedir. Örneğin, finansal açıdan güçlü bir örgütte sosyal açıdan birçok ağa ulaşma imkânı oluşmakta, bu sayede işbirliği ve sosyal sermayede artış gerçekleşmekte, sosyalleşme kapsamında bağışlar yapılabilmekte, bu bağışlardan finansal sermaye olumlu etkilenmekte, bağışlar yoluyla da yeni sosyal ağlar oluşturulabilmektedir (Turan, 2003, ss. 25-26).

Fukuyama, örgütlere veya kültürlere sosyal sermayenin yokluğunda eklenen maliyetleri, işlem maliyetleri olarak tanımlamış ve yeterli sosyal sermaye miktarı sağlandığında işlem maliyetlerinin azalabileceğini ifade etmiştir (Hazleton ve Kennan, 2000, ss. 81-88). Buna göre örgütlerdeki sosyal sermaye sayesinde taraflar arasında güven oluşmakta, taraflar birbirlerini tanımakta ve ticari ilişkilerinde güvenilir olana ulaşmak için uzun araştırmalar yapmamakta, birbirlerini kurallara uygun hareket edip etmedikleri yönünde denetleme ihtiyacı duymamaktadır. Böylece güven sayesinde işlem maliyetlerinin azaltılması sağlanmaktadır (Dyer, J. ve Chu, W. 2003, s. 60).

Sosyal sermaye aktörler arasında bilgi paylaşımı, güven, iyi niyet ve işbirliği oluşturması yönüyle ekonomik gelişim ve finansal sermayenin etkin kullanılmasını sağlamakta, böylece üretim kolaylaşarak hızlanmaktadır. Sosyal sermayenin üretimde önemli olmasının nedeni, yukarıda da açıklandığı üzere üretim sürecindeki işlem maliyetlerini azaltarak ekonomik faaliyetleri kolaylaştırmasıdır (Torsvik, 2002, s. 452). Sosyal sermaye kişilerin birbirleriyle ve örgütle olan ilişkilerinde ve örgütlerin diğer örgütlerle olan ilişkilerinde bilgi maliyetlerini, pazarlık ve karar alma maliyetlerini, politika oluşturma ve uygulama maliyetlerini azaltarak finansal sermayeyi desteklemektedir (Landry ve ark., 2002, ss. 681-701). Schmid ve Robinson (1995) çalışmalarında sosyal sermayenin fiyatları, risk alma derecesini, banka sadakatini ve kredi alımını etkilediğini öne sürmüşlerdir (Schmid ve Robinson, 1995, s.61). Şengün ve Wasti ise kişilerin birbirine duydukları güvenin ekonomik karlılık sağladığını belirtmişlerdir. Bireyler iş ilişkilerinde güvenilir kişiler aramak ve seçmek için çok uzun araştırmalar yapmayacak; güven sayesinde, sözleşme kurallarına uygun hareket edip etmedikleri konusunda endişe duymayacak ve denetleme ihtiyacı hissetmeyeceklerinden güvenin işlem maliyetlerinin azalmasına, işbirliğini arttırmaya ve bu sayede örgüt performansının yükselmesini sağladığını tespit etmişlerdir (Şengün ve Wasti 1995, s. 228).

Sosyal sermayenin en önemli unsuru olan güven ve karşılıklılık sayesinde aktörlerin ve örgütlerin ticari işlem maliyetleri azalmış olmakta, bu sayede örgütler pazar ağları ile ulaşamadıkları özel kaynaklara ulaşabilmektedirler. Özellikle genç örgütler için bilgi, deneyim ve kişisel ilişkilerin kaynağını oluşturan sosyal sermaye, yeni ağlara ulaşmada etkin rol oynayarak bu örgütlere finansal olarak destek sağlamaktadır (Uzzi, 1999, s. 489). Semerciöz, işletmeler arasındaki ilişkileri araştırdığı çalışmasında İstanbul Merter tekstil bölgesinde örgütler arası ilişkilerde en önemli unsurun güven olduğunu tespit etmiştir. Örgütlerin sahip olduğu güven; yöneticilerin birbirilerini tanımaları, arkadaşlık, akrabalık ve hemşehrilik ilişkileri gibi sosyal ilişkilerin ve sürekli işbirliği gibi unsurların bir araya gelmesi ile oluşmakta, örgütlerin iş ilişkilerinin temelini oluşturarak finansal sermaye kazanımına katkı sağlamaktadır (Semerciöz, 2002, ss. 24-25).

### 1.5.1.2. İnsan Sermayesinin Sosyal Sermaye ile İlişkisi

Sermaye konusunda akla gelen ve araştırılan ilk kavramlar genellikle ekonomiyle ilgili kavramlar olmuştur. Sermayenin üretim sürecinin maddi unsurlarından biri olarak görülmesi nedeniyle sermaye kavramında farklı kullanım ve anlayışın oluşması için uzunca bir zaman geçmesi gerekmiştir. Üretim sürecinde sermaye denildiğinde akla maddi araç ve kaynakların geliyor olması ve seri üretim nedeniyle teknik araç gereçlere ihtiyaç duyulması nedeniyle fabrikalarda yapılan üretimde insan bilgisinden ziyade teknik sistemin girdilerini hedef alan bir anlayışa odaklanılmıştır. Buna göre sermayenin maddi unsurlar tarafından oluşturulduğu bir ekonomik yapı anlayışı hakimken, Adam Smith 1776 yılında yazdığı “*Ulusların Zenginliği*” isimli eserinde ekonomik etkinliklerin verimliliğinde insan sermayesinin (emek) önemine değinmiştir. “...Emek, tüm şeylerin ilk fiyatı; onları satın almak için ödenen gerçek satın alma parasıdır. Dünyanın her yerinde zenginlik, altınla ya da gümüşle değil, aslında emekle satın alınmıştır; onu şu ya da bu yeni ürünle mübadele etmek isteyen zenginler için, bu servetin değeri, bu servetle satın alabilecekleri ya da hükmedebilecekleri emek miktarına eşittir...” Smith’ e (1776) göre insan üretimde verimliliği sağlayan en önemli faktördür, organize olmuş insan gücü üretim sürecine iş gücü, zaman, kaliteli üretim ve işlem maliyetlerinin azalması yönünden fayda sağlamaktadır (Smith, 1997, s. 37).

İnsan sermayesi OECD tarafından (1998, s. 9) “*ekonomik faaliyetlerle ilgili bireylerde somutlaşan, bilgi, beceri, yeterlilikler ve diğer nitelikler*” olarak tanımlanmıştır. 1930' lu yıllarda ilk olarak endüstride kullanılan işletme içerisinde muhtemel çatışmaların engellenerek daha üretken bir ortam hazırlanması düşüncesi ile kullanılan insan sermayesi kavramı, daha sonra emeğin iş performansına olan katkısı çerçevesinde beşeri sermaye kavramına dönüşmüştür (Şan, 2007, s.71).

Amerikalı bir iş insanı “Bana fabrikalarımı verin insanların alın, çok yakında fabrikanın yerinde otlar bitecektir. Bana insanların verin, fabrikalarımı alın; ben kısa zamanda daha iyi fabrikalar kurarım.” (Arslan, 2012, s. 230) söylemiyle insan sermayesinin finansal sermaye karşısında önemini belirtmiştir. Schultz 1961 yılında yayımlanan “Beşeri Sermayeye Yatırım” isimli çalışmada beşeri sermayenin oluşması ve gelişmesi için gerekli etkenleri, aşağıda yer verilen, beş ana kategoride incelemiştir (Schultz, 1961, s. 9):

- Bireyin yaşamı süresince ihtiyaç duyacağı tüm harcamaları kapsayacak şekilde tasarlanan sağlık tesisleri ve hizmetleri
- İşletmeler tarafından düzenlenen hizmetçi eğitimler ve uyum programları
- Kişinin hayatı boyunca aldığı formal eğitim
- Kurumsal firmalar tarafından düzenlenen ve iş yaşamına katkısı olan her türlü program ve etkinlikler

- Değişen şartlara uyum sağlamak için yapılan göçler

İnsan sermayesinin eğitim, sağlık, kültür alanında önemi bilinse de ekonomik açıdan taşıdığı önem 1960' lı yıllarda Theodore Schultz ve Gary Becker' in çalışmaları ile anlaşılmıştır (Schuller ve Field, 1998, s. 227). Beşeri sermaye konusunda düzenli ilk çalışmayı yapan Theodore W. Shultz' a göre insan sermayesi, bireylerin yetenekleri ve bilgi birikiminin toplamıdır. Beşeri sermayenin gelişmesinde önemli payı olan Gary Becker "Beşeri Sermaye: Eğitime Özel Gönderme ile Teorik ve Ampirik Bir Analiz " isimli çalışmasında o zamana kadar farklı bir sermaye türü olarak kabul edilen beşeri sermayeyi aşağıdaki şekilde açıklamıştır (Becker, 1993, s. 15-16):

*"Okul, bilgisayar kursu, sağlık harcamaları, dürüstlük gibi erdemler, sağlığı iyileştirmek, kazancını artırmak veya bir kişinin yaşamı boyunca edebiyatını takdir etmesi de sermayedir. Sonuç olarak eğitim, tıbbi bakım vb. harcamalarının sermayeye yapılan yatırımlar olduğunu söylemek, özellikle eklenmiş sermaye kavramı ile tamamen uyumludur. Bununla birlikte, bunlar fiziksel veya finansal olmayan bir sermaye türü olan beşeri sermayeyi üretir. Çünkü bir kişiyi finansal veya fiziksel sermaye gibi yeteneklerinden, bilgisinden, becerisinden ayıramazsın."*

Bir toplumun ekonomik ve diğer alanlardaki başarısının temel kaynağı, öncelikli olarak sosyal sermayeye ve insan sermayesine bağlıdır. Bununla birlikte fiziki sermaye ve finansal sermaye de sosyal sermaye ve insan sermayesinin bir ürünü olarak kabul edilmektedir. Bir toplumdaki sosyal sermaye ve insan sermayesindeki yıpranma sonucunda ekonomik krizler ve çöküşler ortaya çıkmaktadır (Karaçay, 2008, s. 46). Sosyal sermayenin kişinin sosyal hayat, eğitim, sağlık, aile ve iş hayatındaki faaliyetleri büyük oranda etkilediği bilinmektedir. Kaliteli bir sosyal çevreyle paralellik gösteren sosyal sermaye düzeyi, kaliteli bir eğitim alt yapısı oluşturarak toplumdaki insan sermayesi düzeyini yükseltmektedir. Coleman sosyal sermayenin insan sermayesi ürettiğini ileri sürerek, etkileşim halindeki insanların birbirlerinden sürekli olarak bir şeyler öğrendiğine dikkat çekmiştir. Ayrıca bu ilişkinin tersine iyi eğitim almış bireylerin oluşturduğu sosyal ağlar, mevcut insan sermayesi düzeyini bilgi kanalları oluşturarak artırmaktadır (Coleman, 1988, s. 101; Özcan, 2011, ss. 3-13). Sosyal sermayeden daha etkin bir şekilde faydalanabilmek için beşeri sermayenin de güçlü olması gerekmektedir. Bireyin çalışma hayatındaki bilgi ve beceri düzeyini gösteren insan sermayesi, sosyal sermaye ile birbirini tamamlayan iki farklı ekonomik değer olarak kabul edilmiştir. Son yıllarda özellikle gelişmiş ülkelerde sosyal sermayeye verilen önem artmıştır. Çünkü sosyal sermayenin var olmadığı ve sosyal sorumluluğun gelişmediği bir toplumda insan sermayesi, toplumsal çıkarlar lehine değil kişisel menfaat için ya da toplum aleyhine kullanılabilir. Bu nedenle insan sermayesinin oluşum koşulları ile sosyal sermayenin kullanım durumlarının iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Karagül, 2003, s. 84). İnsan sermayesi, 20. yy' in sonlarında gelişmiş ülkelerde ekonomik çalışmalara konu olmuş ve farklı boyutlarıyla insan sermayesinin ekonomik gelişmeyle olan ilişkisi incelenmiştir (Karagül,

2003, s. 80). Schultz ve Becker az gelişmiş ülkelerin ekonomik büyümesine engel olan en önemli nedenin finansal sermayenin azlığı değil, yetişmiş insan gücünün yetersizliğinden kaynaklandığını belirterek beşeri sermayenin önemine vurgu yapmıştır. Schultz' a göre bir ülkede ulusal gelirin artması ve kalkınmanın oluşması için insan sermayesi (beşeri sermaye) birikimi önemli bir rol üstlenmektedir (Schultz, 1961, s.17). Smith' e göre iyi eğitilmiş insan sermayesi zaman, maliyet, kaliteli üretim çıktısı gibi birçok konuda avantaj sağlamaktadır. Bu avantajı değerlendirebilen ülkeler ekonomik büyümeyi daha hızlı gerçekleştirebilmektedir (Aydemir, 2011, s. 12-13).

Genel olarak bakıldığında, insan sermayesi ve sosyal sermaye arasındaki temel fark, insan sermayesi bireyle ilgiliyken; sosyal sermaye bireyler arasındaki ilişkilerle ve onların biçimlendirdiği ağlarla ilgilenmektedir. Ayrıca, insan sermayesi elde edilen niteliklerin düzeyine göre ölçülürken; sosyal sermaye, değerler veya tutumlar ile ağlardaki katılım düzeyine göre ölçülmektedir (Schuller, 2001, ss. 17-24).

#### 1.5.1.3. Kültürel Sermayenin Sosyal Sermaye ile İlişkisi

Kültürel sermaye sosyal sermaye gibi çok yönlü bir çalışma alanı olarak incelenmiştir. Kültürel sermayeyi her araştırmacı kendi alanına göre incelediği için kültürel sermayenin tanımı üzerinde görüş birliği sağlanamamıştır. Öncelikle kültür kavramını tanımlamanın kültürel sermayenin daha iyi anlaşılmasında etkisi olacağı düşünülmektedir. Kültür, Türk Dil Kurumuna göre aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır (TDK, 2022):

*“Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin”.*

Kültürel sermaye ise Bourdieu ile özdeşleşmiş bir kavramdır. Bireyde ve ailelerinde somutlaşan kimlik bilgilerini ve kültürel varlıkları sembolize eden kültürel sermaye tanımını Bourdieu, “nesilden nesile aktarılabilen yetenek, bilgi-beceri, birikim, iş yapma biçimi, kültürel eğilim, tutum, inanç, gelenek, değerlerin toplamıdır” şeklinde ifade etmiştir (Siisiäinen, 2000, s. 193). Anheier' e göre bireyler aynı eğitimi alsalar bile farklı davranışlarının olması, nedeniyle kültürel sermaye her toplumda farklılık gösterebilir (Anheier ve ark., 1995, s. 862). Genel olarak sosyal sermaye düzeyleri yüksek olan elit kesimin kültürel sermaye düzeyleri de yüksek olmaktadır (Uğuz, 2010, s. 164). Çünkü elit kesimin çocukları daha iyi okullarda eğitim alabilmekte, ders dışı etkinliklere ulaşabilmekte ve bu gibi pek çok konuda daha ayrıcalıklı olabilmektedir. Ayrıca yüksek gelir sahibi ailelerin çocuklarının daha ileri yaşlarda eğitim alanında karşılarına çıkan fırsatların maliyetlerini karşılamaları ve eğitime daha fazla zaman ve çaba harcama ihtimalleri yüksektir (Bourdieu, 1983, s. 187). Kültürel sermayeyle diğer sermaye türlerinden daha çok ilgilenen Bourdieu' ya

göre kültürel sermaye; bedenselleşmiş kültürel sermaye, nesneleşmiş kültürel sermaye, kurumsallaşmış kültürel sermaye olmak üzere üç farklı şekilde ortaya çıkmaktadır. Söz konusu kültürel sermaye türleri aşağıda açıklanarak verilmiştir (Bourdieu, 2010, s. 49).

*Bedenselleşmiş kültürel sermaye:* Birikimi; kültür, yetiştirme, “Bildung (oluşum)” şeklinde kişisel olarak yatırımcının kendisinin sarf etmesi gereken belirli bir zamanı gerektiren bir bedenlenme (tecessüm etme) sürecini kapsayan, kişinin beden ve zihin olarak kendini gerçekleştirme durumudur. Bourdieu “Beden toplumsal dünyadır ama toplumsal dünya da (hexis veya eidos [düşünce] biçiminde) bedendedir. Bizzat dünyanın yapıları faillerin onu anlamak için hayata geçirdiği yapılarda (daha doğrusu bilişsel şemalarda) mevcuttur” (Bourdieu, 2016, s. 171). İfadesiyle kişilerin toplumsal yapının etkisi ile çeşitli kültürel sermayelere sahip olduklarını belirtir. Bu kültürel sermayelerle kişiler bedenselleşmiş kültürel sermayelerine uygun olan davranış şekillerini anlamlı bularak sahiplenmektedirler. Bourdieu’ nun ifadesine göre bedenselleşmiş kültürel sermaye kişilerin davranışlarında gözlemlenebilen sermaye olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Ergün, 2017, s. 1379).

*Nesneleşmiş kültürel sermaye:* Bu kültürel sermaye türü ancak beden bulmuş haliyle kültürel sermaye ile ilişkisi kapsamında özelliklere sahiptir. Nesneleşmiş resim, kitap, sözlük, anıt gibi fiziki formda olan ve nesilden nesile aktarılabilen kültürel sermaye aynı zamanda yasal mülkiyettir. Swartz’ a göre nesneleşmiş kültürel sermaye, “...kitaplar, sanat nesnelere, bilimsel araçlar gibi, kullanılmaları için uzmanlaşmış kültürel beceriler gerektiren nesnelere işaret eder.” (Swartz, 2011, s. 112). Bir toplumun kimliğini yansıtan müzik aleti, giyim kuşamda gelenekselleşmiş motifler gibi kültürün nesilden nesile aktarımını sağlayan nesnelere kültürel sermayeye örnek verilebilir.

*Kurumsallaşmış kültürel sermaye:* Akademik yeterlik ile sahibine kültür açısından kabul görmüş, sürekliliği olan, kanunen tescillenmiş bir değer (eğitim sonucunda alınan sertifika ve diploma gibi) sağlayan kültürel yeterlik belgesi ile taşıyıcısına kültürel sermaye karşısında bile görece özerkliğe sahip bir sermaye türü oluşturmaktadır. Kurumsallaşmış kültürel sermaye, kişilerin sahip olduğu kültürel sermayenin akademik kimlik, diploma ya da nitelikler biçimindeki kurumsal tanınırlığı ile ilgilidir (Bourdieu ve Wacquant, 2003, s. 108).

Yaratıcılık, yenilik, sosyal ve ekonomik kapsam gibi kavramları içinde barındıran kültürel sermayenin kapsamı, sosyal sermayeye göre daha geniştir. Gould, karmaşık ilişkiler ağı ve inançlar ile değerler ve motivasyonlardan oluşan kültürün, sosyal bir sistem olarak tutumlarımızı, davranışlarımızı etkilediğini belirtmektedir. Kültür, birey ve topluluk düzeyinde etkili olup, sosyal sermayenin oluşumuna ya olumlu etkisi olmakta ya da engel olmaktadır. Çünkü kültürel norm ve değerler, bireylerin davranışları üzerinde büyük etkiye sahiptir (Lin, 2001). Kültürel faaliyetler için bir araya gelen topluluklarda ilişkiler, ortaklıklar ve ağlar artmaktadır (Gould, 2001, s. 85). Kişilerin bir arada bulunduğu kutlamalar, törenler,

bayramlar insanların bir araya gelmesini sağlayan kültürel faaliyetler olup, insanlar arasındaki sosyal sermayeyi geliştirmede önemli etkileri bulunmaktadır.

Sosyal sermaye ve kültürel sermaye arasında sebep sonuç ilişkisine dayanan bir ilişki bulunmakta, sosyal sermaye elde etmek için kültürel sermaye birikimine ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal sermayenin kültürel sermayeye dönüşme süreci uzun ve zorluysen kültürel sermaye daha kolay ve kısa sürede sosyal sermayeye dönüşebilmektedir. Çünkü kültürel sermayeyi oluşturan unsurların kazanılması, uzun bir süre ve kültürel birikim gerektirirken, kişiler arası ilişkilerin oluşması ve bu ilişkileri sürdürerek birtakım kaynaklara erişmek, daha basit bir süreçtir. Sonuç olarak kültürel sermaye, sosyal sermayenin niteliğini belirleyen önemli unsurlardan birisidir. Bu nedenle sosyal sermaye kazanımı için bireyin ve/veya örgütün kültürel sermayesinin artmasını sağlayacak faaliyetlere ağırlık vermek, olumlu sonuçlar oluşturacaktır (Anheier ve ark., 1995, s. 867).

### **1.6. Sosyal Sermayenin Etkileri**

İlk olarak 1916 yılında Hanifan'ın kolej öğrencilerinin okul başarısı üzerine yaptığı çalışmada adı geçen sosyal sermaye kavramı, 1990'lı yıllarda birçok araştırmacı tarafından incelenmiş ve sosyal bilimler yazınında yer edinmiştir. Robert Putnam'ın 2000 yılında yazdığı "Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community" isimli kitabı sosyal sermaye kavramının önemini artmasında etkili olmuştur. Sosyal sermayenin gerek insan sermayesi gerekse finansal açıdan diğer sermaye türleri üzerinde önemli bir etkisi bulunduğu, bu sermaye türlerini olumlu ya da olumsuz yönden etkilediği bilinmektedir. Sosyal sermaye, bireylerin yakın çevreleri haricindeki kişilerle ilişki kurmalarını, yeni sosyal ağlar oluşturmaları yoluyla eğitim ve istihdam için gerekli fırsatları sağlayabilecek kişi ve kurumlara ulaşmalarını sağlamaktadır. Aynı zamanda bireye sağladığı fayda gibi hem kurum içi ilişkilerin kalitesinin artması hem de kurum dışı ilişkilerde kurum potansiyelini artırması açısından önemlidir. Kurumların sahip olduğu sosyal sermaye, iç ve dış paydaşların bağlılığını, güvenini ve üretkenliğini artıracaktır. Bu yönüyle sosyal sermayenin topluluklar ve kurumların gelişimi için olumlu etkileri olduğu görülmektedir. Bireyler herhangi bir işi olduğunda genellikle resmi formalitelerle uğraşmak yerine tanıdık aracılığı ile işlerini çözüme kavuşturmak istemektedir. Çünkü bireylerin aile üyesi, güvenilir bir arkadaş ya da tanıdığı ulaşmasının hem daha kolay olması hem de onları daha hızlı sonuca ulaştırması nedeniyle bireylerin tercihi bu yönde olmaktadır (Field, 2008, s. 3).

Gerek Türkiye'de gerekse farklı ülkelerde yapılan birçok çalışmada sosyal sermaye kavramı, toplumu etkileyen problemlerin çözümü konusunda oldukça önemli bir yere koyulmaktadır. Bu nedenle gittikçe daha da artan bir etkiye sahip olmaya başlayan sosyal sermaye kavramı nedeniyle bazı toplumların ve bu toplumlar içinde bulunan bazı toplulukların başarılı veya başarısız oluşunun, sosyal sermayenin miktarının azlığı ya da çokluğu ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir (Kapu, 2008, s. 259). Yapılan araştırmalar neticesinde sosyal sermayenin

işletmelere ekonomik yönden olumlu katkılar sağladığı görülmekte, bu durum sosyal sermaye ile işletmelerin ekonomik olarak büyümesi arasındaki olumlu yöndeki ilişkiyi teyit etmektedir. Sosyal sermaye sayesinde işletme ile tüm paydaşları arasında güven unsurunun ön planda olduğu güçlü bir işbirliği ağı gerçekleştirilmekte, bilgi oluşum ve paylaşımında etkinlik sağlanarak kurum içinde bilgi kirliliği önlenmiş olmaktadır. Dolayısıyla işletmenin iç ve dış paydaşları ile yaşayabileceği çatışmalar, sosyal sermaye sayesinde en aza indirgenmiş olacağından işletme performansı en üst düzeye çıkarılabilmektedir (Abdioğlu ve Yavuz 2013, s. 49).

Ayrıca sosyal sermayenin; işletmelerdeki çatışma oranlarının azalması, eğitim ve kültür seviyesinin yükselmesi ve adil gelir dağılımı ile işlem maliyetlerinin azaltılması, üretim miktarının artırılması ve çeşitli kurumsal sorunların çözümünde önemli katkılar sağladığı gözlemlenmiştir. İşletmelerin sosyal sermaye yatırımı, işletmelerin sürdürülebilirliğinde en önemli faktör olarak görülmekte, işletmelere pek çok yönden katkı sağlamaktadır (Kuşat, 2012, s. 237). İşletmelerdeki dengeli bir sosyal sermaye yatırımı neticesinde ekonomik karlılığın yanı sıra refah seviyesi de artmaktadır. Sosyal sermaye neticesinde oluşan güçlü bir kurum kimliği beraberinde kuruma iyi ve sadık çalışanlar, sadık müşteri, iyi tedarikçi ve sadık yatırımcıyı çekerek maliyetlerin düşmesini ve kar oranlarının artmasını sağlayabilecektir (Abdioğlu ve Yavuz 2013, ss. 46-47).

### **1.6.1. Olumlu yönde etkileri**

Son yıllarda sosyal sermayeyi oluşturan unsurlar, sosyal sermayeyi diğer sermaye türlerinden ayıran özellikler ve sosyal sermayenin diğer sermaye türleri ile ilişkisi araştırma konularında sıklıkla yer almaktadır. Sosyal sermaye kendi içinde farklı özellikleri ile değerlendirilerek çeşitli yönlerden olumlu ve olumsuz sonuçları araştırılmaktadır. Yapılan bu çalışmalar sonucunda sosyal sermayenin diğer sermaye türleri gibi bireysel, örgütsel, bölgesel ve toplumsal beklentileri, dayanışmayı, bütünleşmeyi, verimliliği ve kalkınmayı desteklediği görülmüştür (Şan ve Şimşek, 2011, s. 105). Çalışmanın bu başlığı altında sosyal sermayenin bireyler, takımlar ve örgütler açısından olumlu ve olumsuz sonuçları incelenmiştir.

#### **1.6.1.1. Sosyal Sermayenin Bireyler Üzerindeki Olumlu Yönde Etkisi**

Sosyal sermayenin bireylere farklı alanlarda (ekonomi, eğitim, sağlık gibi) katkı sağlayarak bireylerin yaşam standartlarını yükseltmesi beklenmektedir. Sosyal sermayesi yüksek olan bireylerin hedeflerine ulaşma noktasında sosyal sermayesi düşük olan bireylere göre daha başarılı olduğu kabul edilebilir. Aşağıda sosyal sermayenin bireylere sağladığı katkılar açıklanmaktadır.

*İstihdam sağlanması:* İstihdam iş gücü piyasalarına katılım yoluyla sağlanabilmektedir. Ancak kişilerin iş gücü piyasasında tecrübe kazanması, bir başka ifadeyle deneme yanılma yoluyla işi öğrenmesi, kişilere zaman ve maddi açıdan kayıp yaşatacağından kişilerin istihdama katılması, sosyal ağlar aracılığı ile daha hızlı ve daha az maliyetli olabilmektedir. Kişinin iletişimde bulunduğu özellikle akrabalar ve yakın arkadaşları, işe alımlarda kendi ağlarındaki kişileri tercih etmekte, böylece kişiler daha hızlı bir şekilde kendi yetenek ve tercihlerine uygun istihdam olanaklarına ulaşabilmektedir. İş gücü piyasasına yönelik yapılan çalışmalarda iş arayan kişilerin büyük bir çoğunluğunun arkadaşları ve aileleri vasıtasıyla iş buldukları görülmüştür (Montgomery, 1991, s. 1408). Granovetter (1995) "Getting a Job: A Study of Contacts and Careers" isimli çalışmasında istihdam konusunda sosyal ağların etkisini araştırmıştır. Granovetter kişilerin iş bulmada genellikle sosyal bağlantılarına güvendiğini, gayri resmi iş bulma yöntemlerini kullanmanın bireyler açısından daha hızlı ve daha düşük maliyetli olduğunu ve iş arayanların %60'ından fazlasının daha yüksek pozisyonlardaki tanıdıkları aracılığıyla daha iyi işler bulduğunu ortaya koymuştur (Flap ve Boxman, 1999, s. 197-198).

*Yüksek gelir sağlanması:* Sosyal sermayenin kişilerin kazançları üzerinde anlamlı farklılıklara neden olarak olumlu etkiler oluşturması beklenmektedir. Kişilerin sosyal sermaye düzeyi yükseldikçe kişilerin verimliliklerinde dolayısıyla kazançlarında olumlu gelişmelerin ortaya çıkması beklenmektedir. Yüksek sosyal sermayeye sahip kişiler, çalıştıkları işlerinde daha hızlı terfi alarak daha iyi konuma gelebilmekte, bu sayede gelirlerinde artış olabilmektedir (Çalışkan ve Meçik, 2010, s. 49). Sosyal sermaye düzeyi yüksek kişilerin sahip oldukları geniş ağlar sayesinde daha fazla kişiyle iletişim içerisinde olduğu ve böylece yüksek gelir sağlayan işlere ulaşma imkanının da daha yüksek olduğu düşünülebilir.

*Güç sağlanması:* Bir örgütteki en önemli unsurlarından biri olan gücün, bireyler için oldukça önemli olduğu ve gücün sosyal sermaye ile ilişkili olduğu söylenebilir. Ibarra, özellikle örgüt içindeki yönetim süreçlerine ilişkin birtakım yenilikleri yapabilmek için bireylerin güce ihtiyacının olduğunu, bu gücün örgüt içindeki ağlarda merkezi bir konuma sahip olarak elde edilebileceğini ve bireyin bu güce ancak mevcut sosyal sermayesi ile ulaşabileceğini öne sürmüştür. Sosyal sermaye düzeyi yüksek olan kişi ihtiyaç duyduğu bilgiye kimden, nasıl ulaşacağını, hangi güç koalisyonunun nerede bulunduğunu saptayarak örgütteki diğer kişilerden daha ayrıcalıklı bir konuma yerleşebilmektedir (Ibarra, 1994, s. 473). Özdemir (2007) çalışmasında iş hayatında kişilerin sahip olduğu güçlü bağların iş hayatında kişilerin güç kazanmasına olan etkisini bir çalışmaya örnek vererek açıklamıştır. Çalışmada baronun elit kesimiyle kurdukları güçlü bağlar sayesinde avukatların yeni müşterilere daha kolay ulaşabildiği, gerekli kaynaklara daha kolay ulaşabildiklerinden müşterilerinin sorunlarını daha kolay ve daha hızlı çözebildikleri ileri sürülmüştür. Böylece

söz konusu bağların avukatların işinde güç kazanmalarını sağladığı vurgulanmıştır (Özdemir, 2007, s. 141).

#### 1.6.1.2. Sosyal Sermayenin Takımlar Üzerindeki Olumlu Yönde Etkisi

Sosyal sermaye, genel anlamda grup içi ortak normlar, değerler ve anlayışlar ağı olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre sosyal sermayenin grup içi ortak düşünce ve kanaatlere, işbirliğine, eşgüdümlü tutum ve davranışlara yol açarak ortak fayda sağlayacağı kabul edilebilmektedir (Yavuz, 2013, s. 43). Günümüz iş dünyasında iş birliğine verilen önem gün geçtikçe artmakta, işletmeler başarıya ulaşmak için yapılan işlerde bireyler yerine takımları tercih etmektedir. Takımlar aracılığı ile yapılan işler ve projeler daha hızlı ve daha başarılı bir şekilde sonuca ulaşmaktadır (Özdemir, 2007, s. 146). Bu bağlamda sosyal sermayenin takımlar üzerinde ortak düşünce, işbirliği ve uyum yaratması neticesinde daha başarılı işler yapmak mümkündür. Örgütteki takımlar arasında oluşan sosyal ağlar neticesinde kişiler arası ilişkiler daha güçlü olmaktadır (Dayanç, 2018, s. 142). Fukuyama değer ve normları, tek başına sosyal sermaye kaynağı olarak görmezken, paylaşılan değer ve normların kişiler arasındaki işbirliği ve eşgüdümü teşvik ederek içtenliği sağlamasını, sosyal sermaye ile ilişkilendirmektedir (Koç ve Ata, 2012, s. 204). Değer ve normların paylaşılması işbirliği aracılığıyla takım çalışmalarını artırarak, sosyal sermayenin takımlar üzerinde olumlu etki oluşturmasını sağlayabilecektir.

Ekonomik kar sağlamak amacıyla kurulan işletmelerin artan küresel rekabet ortamında her daim varlıklarını sürdürebilmeleri, bu yeni ekonomik düzene hızlı bir şekilde uyum sağlamaları ile mümkün olabilmektedir. Bu durumda işletmelerin sürdürülebilirliğinde paydaşlarla ilişkiler önemli bir rol oynamaktadır (Sarıkaya, 2009, s. 41). Paydaş “işletmenin hedeflerine ulaşmasını etkileyen ve bu hedeflere ulaşmasının sonuçlarından etkilenen bireyler ve/veya gruplar” şeklinde tanımlanabilmektedir (Sarıkaya, 2009, s. 42). Paydaşların yer aldığı takımda paydaşların birleri ile olan bağlantıları neticesinde oluşabilecek sosyal sermaye, takımları olumlu etkileyebilmektedir.

#### 1.6.1.3. Sosyal Sermayenin Örgütler Üzerindeki Olumlu Yönde Etkisi

Sosyolojik olarak sosyal sermaye; grupların, örgütlerin, kurumların sosyal sermayeyi artırmadaki rolünün ve katkısının ne olduğu, bu örgütlerin geleneksel ve modern yapılar, davranışlar, ilişkiler, değerler, normlar bağlamında nasıl görüldüğü hususudur (Şan ve Şimşek, 2011,s.106). Kurumsal iletişim; müşterilerden, çalışanlara, STK' lardan, yasa koyuculara kadar tüm paydaşlara yönelik olarak toplumun kurum hakkında düşüncelerini oluşturmak veya oluşan yargıyı değiştirmek için kurumun amaçları doğrultusunda stratejik olarak planlanmış bir iletişim biçimidir. Diğer bir ifadeyle sosyal sermayenin temel taşı olan

iletişim, aynı zamanda kurum kimliğini yansıtan önemli kriterlerden biridir. Sosyal sermayenin, örgütlerin ekonomik gelişiminde olumlu katkılar sağladığı, yapılan araştırmaların sonuçlarından görülmektedir. Buna göre sosyal sermayenin örgütlerdeki çatışma oranının azalması, kişilerin eğitim ve kültür seviyesinin yükselmesi, adil gelir dağılımı, işlem maliyetlerinin azalması, üretim miktarının artması ile kurum içi ve kurum dışı sorunların çözülmesinde önemli katkılar sağladığı tespit edilmiştir (Kapu, 2008, s. 259; Kuşat, 2012, s. 237). Bu noktada sosyal sermayenin örgütün kalkınması yönünde ekonomik büyümeye olumlu etkisinin olduğu, örgüt yöneticileri tarafından dikkate alınması gerekmektedir (Dayanç, 2018, s. 145).

### **1.6.2. Olumsuz yönde etkileri**

Sosyal sermaye ile ilgili çalışmalar incelendiğinde genel olarak sosyal sermayenin bireyler, takımlar ve örgütlere faydalarının ele alındığı görülmüştür. Buna karşın yazında sosyal sermayenin olumsuz etkilerinin de bulunduğu söylenebilir. Girişimler açısından ekonomik yatırımlarda risk olabileceği gibi sosyal sermaye yatırımlarında da risk oluşabilmektedir. Sosyal sermaye temelinde uzun süreli ilişkiler, kişilerin davranışlarını ve bağımsızlıklarını kısıtlayarak hedefe ulaşmasını önleyebilmektedir. Diğer yandan sosyal yapı içinde kurulan her ilişki, olumlu sonuçlar doğurmayabilmekte olumsuz sonuçlar da oluşturabilmektedir.

#### **1.6.2.1. Sosyal Sermayenin Bireyler Üzerindeki Olumsuz Yönde Etkisi**

Kişiler çalışma hayatında çeşitli sosyal ağlar edinebilmekte ancak bu ağların hepsinden olumlu yönde etkilenemeyebilmektedir. Bu nedenle sosyal sermaye kapsamında olumlu ilişkiler yanında olumsuz ilişkiler yaşanması riski de bulunmaktadır. Bu ağlar yukarıda açıklandığı gibi kişiye pek çok açıdan fayda sağlamakla birlikte kişinin zararına da olabilmektedir. Örneğin bireyle aynı işyerinde olup bireyin sosyal ağında olan ve bireyin başarısını istemeyen kişiler bireyin terfi etmesine engel olabilmekte, hatta daha düşük konumda olması için uğraşıyor olabilmektedir. Bu durumun farkında olmayan birey bu durumdan olumsuz etkilenebilmektedir. Güçlü bağların olduğu ağlarda her birey birbirini tanıdığı ve her birey birbiriyle etkileşim içinde olduğundan olumsuz ilişkilerin yaşanma riski, zayıf bağların olduğu ağlara göre daha az olmaktadır. Çünkü güçlü ilişkilerde güven ve normlar daha kolay oluşmakta ve daha olumlu ilişkiler kurulmaktadır (Özdemir, 2007, s. 156).

Bir başka açıdan bakıldığında sosyal sermayesi yüksek olması nedeniyle belirli bir makama gelerek bu makam nedeniyle güç elde eden bazı bireyler, görev süreleri dolduğunda sosyal sermayesi yüksek olması nedeniyle elde ettiği makamın kendisine sağladığı güçten yoksun

olacak ve bu durumdan olumsuz etkilenebilecektir. Bu bireyler yüksek olan sosyal sermayesini tekrar bu gücü elde etme aracı olarak kullanmak isteyebilecektir.

Sosyal sermayenin bireyleri olumsuz olarak etkilediği bir başka yönü de bireyler arasında eşitsizlik yaratmasıdır (Field, 2003, s. 74). Sosyal sermayenin olumlu yönleri arasında yer alan "iş bulma, gelir sağlama gibi" özellikler bazen bireyler arasında eşitsizlik oluşturabilmektedir. Örneğin güçlü bağlara sahip olan sosyal sermayesi yüksek bireyler, bu durumu kullanarak diğer bireylerin ihtiyaç duyduğu kaynaklara (iş bulma, gelir elde etme gibi) ulaşmasını engelleyebilmektedir (Özdemir, 2007, s. 158). Erkek egemen bir toplum yapısı nedeniyle kadınların sosyal sermayesinin erkeklere oranla daha düşük olduğu düşünülürse, bu durum kadınların erkeklere göre geri planda kalmasına neden olmaktadır.

#### 1.6.2.2. Sosyal Sermayenin Takımlar Üzerindeki Olumsuz Yönde Etkisi

Sosyal sermayenin takımlar üzerinde bir takım olumsuz etkileri mevcut olabilmektedir. Sosyal ağlardaki güçlü bağlar, takım üyeleri arasında yakınlık ve işbirliği sağlayarak takıma fayda sağlamaktadır. Fakat bazı durumlarda takımlar arasındaki bu yakınlık kısıtlı sayıda ağla sınırlı kaldığında, takıma yeni fikirlerin girişi engellenebilmekte ve sorunlara daha dar bir bakış açısı ile yaklaşılabilir. Bu durumda takım üyeleri arasındaki çok sık iletişim, takımda kaliteli ve yaratıcı çözümler geliştirilmesine engel olabilmektedir (Leenders ve ark., 2003, s. 78). Ayrıca takım üyelerinin takım dışındaki kişilerle işbirliği kurma isteğinin azalması, yeni fikirler ve bilgiler almalarını engelleyebilmektedir (Keskin, 2008, s. 15).

Takım üyeleri arasında iletişimin artmasıyla beraber oluşan güçlü bağlar, bireyler arasındaki ilişkilerde güven oluşmasını sağlamaktadır. Ancak takım üyeleri arasında çok yüksek düzeyde güven oluşması, grup yanılıgısı (groupthink) olarak ifade edilen kavrama neden olabilmektedir. Örneğin herhangi bir işin yapılması esnasında takımın bir üyesinin farklı düşünmesi, takımın sosyal baskısı nedeniyle bu üyenin fikrini söylemeye çekinmesine neden olabileceğinden takım performansının düşmesine yol açabilmektedir (Erdem ve Aytumur, 2008, s.56). Sosyal sermayenin başka bir olumsuz yönü ise güçlü bağlantıların, örgütlü suçlar arasında sayılan mafya, çeteleşme, dışlayıcı politik mekanizmalar gibi sosyal sermayenin istenmeyen negatif yönlerinin ortaya çıkmasında etkili olabilmesidir (Field, 2006, ss. 101-129).

#### 1.6.2.3. Sosyal Sermayenin Örgütler Üzerindeki Olumsuz Yönde Etkisi

Örgütlerde sosyal sermaye oluşturmak, oldukça zor bir süreci beraberinde getirmektedir. Sosyal sermayeyi oluşturmak kadar sosyal sermayenin artışını sağlamak da örgütlere maliyet yüklemektedir. Sosyal sermaye büyüdükçe sosyal sermayeyi oluşturan ilişkileri korumak,

örgüt için daha da zorlaşmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, s. 245). Richard Florida, sosyal sermayenin kuvvetli olduğu alanlarda örgütün yeniliğe açık olamayacağını iddia etmektedir. Florida' ya göre esnek olmayan sosyal yapılar, örgütün diğer unsurlarla etkileşimi ile yenilenme sürecinde olumsuz etki yapmaktadır (Çalışkan, 2010, s. 29). Örgütlerde kurulan uzun süreli ve güçlü ilişkiler kişilere yükümlülükler oluşturmakta, bu yükümlülükler yeni ortaklar aramayı, bu ortaklarla yeni ilişkiler geliştirmeyi ve yeni girişimleri sınırlandırarak ekonomik fırsatların kaçmasına neden olabilmektedir (Granovetter, 1985, s. 481-510).

Örgüt içinde çalışanlar arasında çok güçlü bağların olması, bazı durumlarda örgüt üyeleri arasında etik olmayan bazı davranışlar sergilenmesine neden olabilmektedir. Karar verme konumunda bulunan kişilerin yetkilerini kullanırken çalıştıkları örgütün menfaatleri yerine kendi kişisel çıkarlarını ön planda tutmalarının bir takım yolsuzluk ve adaletsizliklere sebep olması da, sosyal sermayenin örgüt üzerindeki olumsuz etkisidir. Bu nedenlerle örgütlerde özellikle yönetici konumundaki kişilerin sermaye kullanımında dikkatli olmaları gerekmektedir (Karagül, 2003, s. 87-88).

## 2. BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLER

#### 2.1. Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği

Türk Dil Kurumu (TDK)' na göre "bir işe girişme, teşebbüs" anlamına gelen girişim kavramı, başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere doğal kaynaklar, sermaye, emek ve diğer faktörleri bir araya getirerek mal ve hizmet üretmek için kurulan ekonomik birimler olarak tanımlanmaktadır. Şimşek ise girişimi (teşebbüs); emek, sermaye ve diğer üretim faktörlerinin (girişimci, doğal kaynaklar gibi) planlı, bilinçli ve teknik açıdan bir araya getirilmesi suretiyle mal veya hizmet üretimi yapılması olarak tanımlamaktadır (Şimşek, 1998, s. 31). Mal ve hizmetlerin elde edilmesinde kullanılan kaynaklar, "üretim faktörleri" olarak tanımlanmaktadır. Girişim, ekonomideki emek, sermaye, toprak gibi üç ana üretim faktörüne dördüncü faktör olarak ilave edilmiştir. Üretim faktörlerinin birbiriyle ilişkileri oldukça önemlidir ve üretimin gerçekleşebilmesi bu faktörlerin varlığıyla yakından ilişkilidir (Müftüoğlu ve ark., 2005, s. 4).

Girişimci kavramı ilk olarak 18. yüzyılın başlarında Fransa' da İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından tanımlanmıştır. Cantillon' a göre girişimci, satış bedeli henüz belirlenmeyen mal ve hizmeti üretebilmek için üretim girdileri ve hizmetlerini satın alan ve üreten bireylerdir. Cantillon' un girişimcilik tanımına göre girişimcinin sabit bir geliri olmaması ve güvencesi olmayan bir ortamda işini idame ettirmesi girişimcinin önemli bir özelliğidir (Öztürk, 2016, s. 3). Girişimciliğin çok boyutlu niteliği, bu olgunun farklı özelliklerinin ön plana alınarak tanımlanmasına neden olmaktadır. Bu özelliklerin başında ise risk alma ve yenilik yapma gelmektedir. Örneğin R. Hisrich (1985) girişimciliği; mali, psikolojik ve sosyal riskleri yüklenmeyi kabul edip, zaman ve çaba harcayarak farklı bir değer yaratma süreci (Çelebi, 1997, s. 16) olarak tanımlamaktadır. Schumpeter ise girişimciliği tanımlarken yenilik yapmayı esas almaktadır. Buna göre girişimcilik; girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen addır (Çetindamar, 2002, s. 34). Ayrıca girişimcilik sürecinde asli bir faktör olarak bilginin öneminin giderek arttığı da belirtilmelidir.

Girişimcileri diğer insanlardan ayıran bazı özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler; kaynaklar hakkında öngörülü olma, işleri planlama, gerekli kaynakları sağlama ve girdileri işleyerek tüketiciye sunma aşamasında kar sağlanmasıdır. Girişimcilik; yaşanan çevrede var olan fırsatları sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürerek yaşama taşıma ve zenginlik üreterek insanların yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır. Girişimcinin üretim aşamasında kendi enerjisi ve gücü, erişebildiği sermayesi ve ilişki içinde olduğu insanlar olmak üzere üç temel kaynağı bulunmaktadır. Girişimciliğin önemi, yazında girişimcilik üzerine yapılan tanımlamalarda da kendini göstermektedir. Bu tanımlarda girişimci kişilerin ortak kişisel özellikleri ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda

girişimci kişilerin en önemli özellikleri; başarıya ihtiyacı, risk alma ve kontrol etme isteği olarak sıralanmıştır. Ayrıca atak ve yaratıcı olabilme, öngörülü olma, analiz yeteneği, hızlı karar alabilme, özgüven sahibi olma, güven duyulma ve akılcılık da girişimci özelliği olan kişilerde ön plana çıkan özellikler olarak sayılabilir (Soysal, 2010, s. 86).

Buna göre girişimci; çevresini gözlemleyerek ihtiyaçları ve olanakları fark edebilen, bu farkındalık ile birlikte iş yapabilmek için gerekli kaynakları bir araya getirebilme becerisine sahip, risk ve sorumluluk alabilen, yenilikçi ve yeniliklere açık olan, iş gücü, sermaye ve diğer girdileri üretim sürecine sokarak, iş fikirlerini gerçekleştirmek amacıyla kendi işini kurarak minimum maliyetle, maksimum karlılık sağlayan ve sonuçta toplum refahına katkı sağlamayı amaçlayan kişidir (Bozkurt, 2000, s. 94). Aşağıda Tablo 2.1.' de girişimcilik hakkında bugüne kadar yapılan bazı tanımlar yer almaktadır (National Statistics, 2001, s. 17; Louw ve ark., 2003, s. 8):

**Tablo 2. 1. Girişimcilik tanımları**

<b>Kaynak</b>	<b>Tanım</b>
Schumpeter (1934)	Değişimi memnuniyetle karşılayan, mevcut düzensizlikten beslenen, bu durumu bir fırsat üretici görerek değer yaratmaktadır.
Knight (1948)	Belirsizlik ve risk sonucu elde edilen kardır.
Cole (1959)	Kâr odaklı bir işletme kurmak ve geliştirmek için gerçekleştirilen amaçlı faaliyetlerin bütünüdür.
McClelland (1967)	Orta derecede risk alma işidir.
Casson (1982)	Kıt kaynakların düzenlenmesi hakkında yargısal kararlardır.
Pottas (1985)	Yenilik, risk ve fırsatların belirlenmesi ve iş kurma durumudur.
Burch (1986)	Girişimci, Fransızca' da "entreprendre" kelimesinden ortaya çıkmakta, "Üstlenmek, imkân sağlamak, yerine getirmek" anlamlarına gelmektedir. Girişimcilik ise yenilik ve bir iş kurma yoluyla ihtiyaç ve isteklerin giderilmesidir.
Timmons (1999)	İnsanların yaratıcı bir eylemidir. Kişisel enerjiyi bulmayı içermektedir. Bir organizasyonu inşa etmek ve başlatmak için gerekli vizyon, tutku, bağlılık ve motivasyona sahip olmaktır.
Dollinger (1995)	Kazanç veya büyüme amacıyla risk ve belirsizlik koşullarında yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasıdır.
O'Neil (1996)	Yenilik ve yaratıcılık yoluyla değişiklik oluşturma yeteneği olmak; yeni kaynak kombinasyonları bulmak; hesaplanmış riskler alarak mevcut olanı yeniden düzenlemek ve iyileştirmek; belirsizlik zamanlarında ekonomik aktiviteye öncülük etmektir.
Hatten (1997)	Fırsatları görme ve riski üstlenme, fırsattan veya fikirden yararlanmak için bir iş kurmaktır.
Marx et al. (1998)	Pazardaki fırsatları fark ederek bu fırsatları yenilikçi bir şekilde birleştirip yöneterek belirli bir işletme içinde refahı artırmaya katkıda bulunmaktır.
Barrow (1998)	Çok çeşitli beceriler kullanarak belirli bir değere değer katmak için harcanan çaba ve bu tür fırsatların uygulanması sonucunda bağımsızlık ve özsaygı kazanmaktır.

**Kaynak:** National Statistics, (2001, s. 17)

Doktor, avukat, mimar gibi meslekleri olanlar bir işletme sahibi olsalar dahi kendi eğitimini aldıkları alanda çalıştıkları ve risk unsuru olmaması nedeniyle girişimci olarak kabul edilmemektedir (Özdevecioğlu ve Çelik, 2000, s. 488).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2013 yılı verilerine göre ise Türkiye’ de kadın girişimci oranı %10,7’ dir. Bu oran erkek girişimcilere göre oldukça düşüktür. Güney (2006, s. 26)’ e göre girişimcilikle ilgili toplumsal cinsiyet rolleri üzerine çalışmalar daha çok erkek girişimciler temelinde yapılmıştır. Yazına katkı sağlaması ve kadınların girişimciler içerisindeki payının az olmasına vurgu yapılması ve nedenlerinin araştırılması amacıyla çalışmada kadın girişimciler temelinde araştırma yapılmıştır. Bu nedenle başlık altında verilen açıklamalara kadın girişimciler doğrultusunda devam edilmiş, kadın girişimcilerle ilgili bilgilere yer vermeden önce çok kısa olarak kadın istihdamına da kısaca değinmekte yarar bulunmuştur.

Sanayi Devrimi’ ne kadar kadının yeri evi olarak görülerek, dışarıda çalışarak evin geçimini sağlamak erkeğin işi olarak algılanmıştır. Sanayi Devrimi ile birlikte iş gücüne duyulan ihtiyacın artmasıyla birlikte kadınlara da iş hayatında yer açılmıştır. İş piyasaları kadınların iş gücüne katılım sağlamaları ile birlikte yeniden yapılanma yoluna gitmiştir. Kadının gelir getiren bir yapıda yer alması ekonomideki dengelerin değişmesine neden olmuş ve ekonomiye yeni bir boyut kazandırmıştır. Kadınlar fabrikalarda çalışmaya başlamış ve kadına yönelik emek grubu ortaya çıkmış, ancak bu grup düşük ücretle uzun saatler çalışan, emir alan, bazen de emeği sömürülen kısım olmuştur (Gül ve Gül, 2018, s. 85).

Özellikle 1970’ li yıllardan beri iş hayatına dahil olan kadınlar, birçok engelle karşılaşmış, sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanarak bağımsız olma ve esnek çalışma saatlerine sahip olma temelinde ücretli çalışmak yerine büyük ölçüde kendi birikimlerini kullanarak kendi işlerini kurmayı tercih etmiştir. 1970-1980 döneminde teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte kadınlar “girişimci” sıfatıyla iş dünyasına katılmışlardır. Bu dönemde sanayi çağından bilgi çağına doğru bir yönelme olması, kadınlara girişimcilik konusunda yeni alanlar oluşturmuştur (Yağcı ve Bener, 2005, s. 86). Bir ülkenin ekonomik anlamda gelişmişlik düzeyinin önemli göstergelerinden biri olan girişimcilik, 1980’li yıllardan itibaren hızlı bir gelişim göstermiş ve erkekler kadar kadınların da dikkatini çekmiştir. Kadın girişimciliği; kadınların ekonomik bağımsızlık elde etmelerini sağlamakta, sosyal statülerini yükseltmekte ve ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Gül ve Gül, 2018, s. 83). Kadınlar girişimci davranışa yönelmeleriyle yenilikçilik, istihdam ve zenginliğin yaratılmasına büyük katkılar sağlamışlardır. Ekonomik anlamda istihdam alanındaki bu katkıları özellikle gelişmekte olan ülkeler için önem oluşturmaktadır (Brush ve ark., 2009, s. 10; Çabuk ve ark., 2015, s. 424).

Genel anlamda kadın girişimci; ekonomi piyasasında kendi işinin sahibi olan, tek başına ya da yanında işçileriyle birlikte çalışan, mal veya hizmet üretip satan, kredi kaynaklarını araştıran, iş ile ilgili problemlerin üstesinden gelebilen, yeni koşullara uyum sağlayabilen, işletmesi adına tüm sorumluluk ve riski üstlenen, alanında deneyim sahibi olmaya çalışan kadındır (Yağcı ve Bener, 2005, s. 86). Ecevit (1993) kadın girişimcilere yönelik yaptığı çalışmasında

Türkiye’ de kadın girişimcilere yönelik yapılan tanımları genel olarak incelemiş ve kadın girişimcilerin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamıştır (Ecevit, 1993, s. 53):

- Evi dışında bir mekânda kendi adına ya da ortak olarak kurduğu bir iş yeri olan,
- Herhangi bir mal veya hizmet üretilmesinde gerekli faaliyetleri yürüten, bu mal veya hizmetin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran,
- İşle ilgili konularda iletişim kurulması gereken, kurum veya kuruluşlarla iletişime geçen,
- İş sürecinin yönetilmesinde söz sahibi olan,
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanımı için karar verebilen kadındır

Günümüzde kadın girişimcilerin sayılarının artması noktasında dünya genelinde çalışan kadınlara yönelik destekleyici yasalar ve uygulamaların yanı sıra zamanla değişen bazı koşulların etkilediği pek çok faktör mevcuttur. Bu faktörlerden en önemli olanları aşağıdaki gibidir (Yirik ve Yıldırım, 2014, s. 363):

- Nüfus, göç ve doğumların etkisi
- Eğitim imkânlarına ulaşımın kolaylaşması
- Esnek çalışma şeklinin oluşumu ve yaygınlaşması
- Çekirdek aile şeklinin yaygınlaşması
- Evlenme oranlarının azalmasına karşın boşanma oranlarındaki artış
- Çalışan kadına yönelik olumlu algı oluşması
- Çocuk bakım hizmetleri ve eğitim kurumlarının yaygınlaşması

Eleştirel düşünme, baskıcı uygulama ve politikalara karşı güçlü duran, özgüvenli ve kendi haklarını savunan bir birey olarak kendi ayakları üzerinde durabilen güçlü bir kişiliğin oluşmasına katkı vermeyi amaçlayan "güçlendirme yaklaşımı" (Erbay, 2019, s. 43) kapsamında kadın girişimciliği ile ekonomik güçlenmenin yanı sıra bilinç yükseltilmesi, siyasi örgütlenme ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesi gibi hedeflere ulaşılabileceği düşüncesi ile kadın girişimciliğine destek verilmektedir (Bölükbaş, 2016, s. viii). Tüm bu gelişmelere rağmen ülkemizde ne yazık ki girişimcilik, özellikle de kadın girişimciliği, istenen düzeyde değildir. Türkiye İstatistik Kurumu istihdam edilenleri işteki durumu ile ilgili veriler incelendiğinde 2022 yılı için Türkiye’ de kendi hesabına çalışan kadın oranı %9,6 olup, kadın girişimci sayısı toplam girişimcilerin sadece % 18,1’ ini oluşturmaktadır (TÜİK, 2022).

## 2.2. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte girişimcilik tüm dünyada daha büyük bir önem kazanmıştır. Günümüz ekonomisinde emeğe dayalı üretimin önemi azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı artmıştır. Bu nedenle girişimcilik; yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak önemli bir boyutta yer almaktadır (Özkul,

2007, s. 344). Kişilerin girişimci olmalarına etki eden pek çok faktör bulunmaktadır. Girişimciliği etkileyen bu faktörler bazen kişisel özelliklerden kaynaklanabilirken, bazen de çevrenin kişi üzerindeki etkilerinden kaynaklanabilmektedir. Bu faktörler sosyoekonomik faktörler ve demografik faktörler olarak bu başlık altında incelenmiştir (Yıldız, 2019, s. 13).

### **2.2.1. Sosyoekonomik faktörler**

Girişimcilerin sosyoekonomik olarak üstlendikleri görevler dikkate alındığında ekonomik kazançtan ziyade kalıcı ekonomik değer üretmelerinin önemi görülmektedir. Nitekim Müftüoğlu da girişimciliği “ne pahasına olursa olsun para kazanmak değil, ekonomik değer yaratmaktır” şeklinde tanımlamıştır (Müftüoğlu, 1995, s. 41). Sosyoekonomik süreçte önem arz eden girişimciliğin oluşması ve gelişmesi hiç kuşkusuz ki çok sayıda faktörün rol oynadığı karmaşık bir süreçte gerçekleşmektedir. Bu başlık altında girişimciliğe etki eden sosyo ekonomik faktörler olarak gelir düzeyi, deneyim, aile etkisi ve rol modeller, kültürel faktörler ve inanç düzeyi ele alınmıştır (İlhan, 2004, s. 72).

#### **2.2.1.1. Gelir Düzeyi**

Günümüz ekonomisinde en önemli üretim faktörlerinden biri olarak kabul edilen girişimciler, üretim unsurlarını bir araya getirerek oluşturdukları örgütler sayesinde ekonomik kazanç elde etmektedir. Girişimcilerin kazançları özelde hanehalkı düzeyinde gelirlerini olumlu yönde etkilerken, daha genel düzeyde ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. İktisatçı Adam Smith, girişimciliğin ekonomik göstergeler üzerinde olumlu etkiler oluşturabilecek potansiyele sahip olduğuna dikkat çeken ilk iktisadi düşünürdür (Altınışık ve Külen, 2020, s. 278). Girişimciler ekonomik kaynakların etkin bir şekilde kullanılması ve dağıtılması yönünde de önemli bir görev üstlenmektedir. Bu bağlamda girişimciler, istihdamda ve hanehalkı gelirinde oluşturdukları artışı yakın çevresinden başlayıp ülke geneline yayarak, kişilerin gelir düzeyinde artış sağlamaktadır. Bu yönüyle girişimcilik, iş piyasaları açısından önemli bir kaynak olmakta ve gelir sağlaması itibarıyla önemli bir misyonu yerine getirmektedir (Özyılmaz, 2016, s. 24).

Ülkelerin ekonomik yönden gelişmesi ve kalkınması, dünyada hızla gelişen ve değişen piyasalara uyum sağlayabilecek, risk alabilen, yeniliklere açık, yeni girişimlerde bulunarak ülke ekonomisine katkı sağlayacak girişimcilere bağlıdır. Buna karşın devletlerin de ekonomi politikaları oluştururken girişimcilere yönelik alacakları tedbirlerle cari açıklar, iç borçlar ve harcamaları, vergi oranları gibi konularda girişimcilere destek olarak girişimciliğin önünü açması beklenmektedir (Erdun, 2011, s. 15). Günümüz ekonomilerine bakıldığında girişimcilik sayısının fazla olduğu ülkelerin ekonomik olarak daha iyi durumda olduğu görülmekteyken, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin genelinde girişimcilerin sayısının çok az olduğu ve girişimcilerin yeterince desteklenmediği görülmektedir.

### 2.2.1.2. İş Deneyimi

Kişiler yaşamlarını idame ettirebilmek için bir işte çalışmak durumundadır. Kişiler çalıştıkça alanında tecrübe kazanmakta, kazanılan bu tecrübe kişilerin girişimciliğe yönelmelerinde etkili olmaktadır. Lee ve arkadaşları çalışmalarında kişilerin girişimcilik kariyerine başlama ve sürdürme düşüncelerinin, çalışma ortamından ve kişisel faktörlerden kaynaklanabildiğini belirtmişlerdir (Lee ve ark., 2011, s. 9). Kişilerin gerek yeni bir girişimcilik deneyiminde, gerekse var olan işletmelerinin büyütülmesinde geçmiş iş deneyimlerinin etkili olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca mevcut iş koşullarından memnun olmayan kişilerin girişimci olma yönünde daha fazla risk aldıkları ve iş koşullarından memnuniyetsizlik duydukları konularda daha titiz oldukları bilinmektedir (Çelik, 2018, s. 33).

### 2.2.1.3. Aile ve Rol Model Alma

Kişilerin ilk eğitimini aldığı, sosyal iletişim içine girdiği ilk kurum olan aile, kişilerin girişimcilik eğilimini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Kişinin çocukluk döneminde ailede aldığı eğitim, görgü ve aile yaşantısı ile ailesinde ve çevresinde yer alan kişiler kişinin girişimciliğini ileride etkilemektedir. Kişinin ailesi içerisinde ya da yakın iletişim içinde bulunduğu kişiler arasında başarılı bir girişimci olması durumunda girişimci kişiye örnek gösterilerek rol model alması için kişi teşvik edilebilmektedir. Tersine bir durumda ise aile kişinin girişimci olmasını desteklemeyerek daha güvenli, sabit gelirli, düzenli bir işi olması gerekçesiyle kişiyi farklı işlere yönlendirebilmektedir. Bu durum kişinin girişimciliğine ailesinin etkisini açıkça göstermektedir. Ailedeki rol model etkisine göre girişimcilerin girişimci olmuş olma olasılığı yüksektir (Tanrıverdi, Bayram ve Alkan, 2016, s.9).

Yapılan araştırmalara göre kişiler doğumundan itibaren en çok babasından ve diğer aile bireylerinden etkilendiğinden ailede girişimci özellikleri olan kişilerin olması ve özellikle babanın girişimci olması, aile içerisindeki diğer kişilerin girişimcilik kararında etkili olmaktadır. Kişilerin girişimci olmasında ülke ve dünya çapında başarılı girişimciler de rol model olabilmektedir. Rol modellerin kişilerin girişimciliğe başlama sürecinde etkisi olduğu gibi kişiler girişimciliğe başladıktan sonra da etkisi devam edebilmektedir (Çelik, 2018, s. 28).

### 2.2.1.4. Kültür ve İnanç Düzeyi

Kültür genel anlamda paylaşılan değerler, inançlar ve beklenen davranışlar bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Taylor kültürü bilgiyi, inancı, sanatı, hukuku, örf ve adetleri ve kişi tarafından kazanılan diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir ürün olarak ifade etmektedir (Güney ve Çetin, 2003, s. 191). Kişi içinde yaşadığı toplumun egemen olan kültür değerlerinin taşıyıcısı konumunda olması nedeniyle girişimci olmasında kültürel yapının önemli bir etkisi görülmektedir (Arıkan, 2004, s. 249). Girişimciler, girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirirken toplumun değer yargılarını temsil eden "kültür" den birincil derecede etkilenmektedir. Toplumların gelişmişlik düzeylerine bakıldığında girişimci sayısının çok

olduğu toplumlarda kültürel değerlerin girişimciliği destekleyen yönde olduğu söylenebilmektedir (Demirel ve Tikici, 2004, s. 49-50). Görüldüğü üzere yaşanan toplum, girişimcilik davranışı üzerinde oldukça etkilidir. Kişilerin içinde bulunduğu çevre ve kişilerin birbiriyle olan ilişkilerini, kişilerin temel inançları ve değer yargıları şekillendirmektedir (Aydın, 2020, s. 40). “Risk alma yenilik oluşturma” gibi girişimciliğin temel unsurları, gelişmiş olan ülkelerin kültürlerinde oldukça doğal karşılanıp desteklenirken, gelişmekte olan ülkelerde yadırganabilmektedir. Oysa ki girişimci en basit anlamda “risk almak” temelinde hareket etmektedir. Kültür olgusu; siyasi ortam, çevre, tarih, sosyal yaşam, aile, eğitim, çevre gibi toplumdaki birçok unsurla etkileşim halindedir. Ayrıca, kişinin inanç düzeyi de kültür olgusu ile etkileşim halindedir (İraz, 2005, s. 176).

Kişilerin kendine ve içinde yaşadığı topluma inancı, kültürden etkilenmektedir. Kişiyi kültürü olumlu yönde etkilerse inanç düzeyi o oranda yüksek olmakta kişi daha fazla risk alarak girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle kişinin kendine ve topluma olan inanç düzeyi, girişim yapma konusunda istek düzeyinin göstergesi olarak kabul edilebilmektedir (Doğan, 2013, ss. 42-43). Bu durumda inanç düzeyi, girişimciliğe etki eden önemli bir faktörlerden biri olarak görülebilmekte, kendine ve topluma inancı yüksek olan kişiler girişimciliğe daha yatkın olmaktadır (Păunescu ve ark., 2018, s. 4).

### **2.2.2. Demografik faktörler**

Girişimcilik üzerine yapılan farklı çalışmalar demografik özelliklerin, girişimciliğe yönelme davranışına etkisi olan bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda cinsiyet, yaş ve alınan eğitim gibi demografik faktörlerin girişimcilik davranabileceğinden etkili olduğu belirlenmiştir (Büyükyılmaz ve ark., 2015, s. 112). Bu nedenle bu başlık altında yazında çoğunlukla ele alınan şekliyle demografik faktörler kişinin yaşı, cinsiyeti ve eğitim düzeyi kapsamında açıklanmıştır.

#### **2.2.2.1. Cinsiyet**

Toplumsal cinsiyet kavramı, kadın ve erkeğin biyolojik farklılıklarının bir sonucu olarak değil, toplum ve kültürden kaynaklanan bir olgu olarak ortaya çıkmıştır. Kadın ve erkek kavramı, toplumun belirlediği roller, beklenti ve sorumluluklara göre oluşmaktadır. Bu bağlamda kadın, toplum tarafından geri plana itilirken, kaynaklara ve fırsatlara erişim konusunda da sıkıntılar yaşamaktadır. Cinsiyetlere biçilen rollerin sonuçlarının en net görüldüğü ülkelerden biri de Türkiye' dir. Ancak 21. yy itibariyle bu durumda değişimler olduğu ve kadın girişimciliği konusunda gelişme kaydedildiği görülmektedir. Bu durum kadınların eğitim durumu ve toplumsal bakış açısının değişmesiyle birlikte daha da artmaktadır (Tahtalı, 2018, s. 50).

Girişimcilik alanında toplumsal cinsiyet rolleri üzerine çalışmalar daha çok erkek girişimcileri araştırmak üzere üzerine yapılmıştır. Günümüzde sosyal, teknolojik ve endüstriyel değişimler, eğitilmiş kadın sayısının artması ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte bilgiye

erişimin kolaylaşması kadınların çalışma yaşamının her alanında daha fazla görülmesi sonucunu doğurmuş ve araştırmalarda kadınlara yer verilmesinin önemi ortaya çıkmıştır (Güney, 2006, s. 26). Yapılan araştırmalar kadın ve erkek girişimciler arasında farklar olduğunu ortaya koymuştur. Bu farklar kadınların iş ve ev ile ilgili sorumlulukları, kültürel nedenler, kaynaklara ulaşım, motivasyon ve kadınların iş konusunda karşılaştıkları engeller şeklinde sıralanabilmektedir. Gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan toplumlarda erkek girişimci sayısı kadın girişimlere kıyasla daha fazladır. Kutaniş (2003), girişimcilikte kadın ve erkeği birbirinden ayıran pek çok fark olduğunu, bu farkların en önemlilerinden birinin işletmenin kuruluş aşamasında sermayeye erişim şekilleri olduğunu belirtmiştir. Erkeklerde geçmiş iş tecrübeleri nedeniyle girişimcilik için gerekli altyapının kadınlara göre daha fazla olduğu öne sürülmüştür (Gül, 2013, s. 60). Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar, Hisrich ve Peters (2002, s. 76)' e göre aşağıda Tablo 2.2.' de belirlenmiştir.

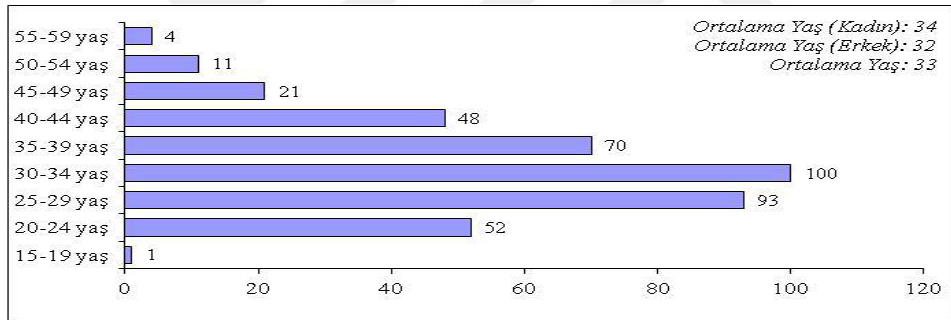
**Tablo 2. 2. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar**

ÖZELLİKLER	ERKEK GİRİŞİMCİLER	KADIN GİRİŞİMCİLER
Motivasyon Kaynağı	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biten işlerden duyulan başarı hissi</li> <li>• Kişisel bağımsızlık isteği</li> <li>• Kontrolcülükten kaynaklanan iş tatmini</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bir amaca ulaşmaktan dolayı elde edilen başarı hissi</li> <li>• Tek başına iş yapmaktan kaynaklanan bağımsızlık arzusu</li> </ul>
Hareket Noktası	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mevcut isten duyulan memnuniyetsizlik</li> <li>• Yeni iş konusunda bilgi sahibi olma</li> <li>• İsten çıkarılma ya da ayrılma</li> <li>• Kazanma isteği</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mevcut işten kaynaklı hayal kırıklığı</li> <li>• Alandaki iş fırsatını görme</li> </ul>
Fon Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bireysel varlık ve birikimleri</li> <li>• Banka kredileri</li> <li>• Farklı yatırımcılar</li> <li>• Yakın çevreden alınan borçlar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bireysel varlık ve birikimleri</li> <li>• Kişisel borçlanma</li> </ul>
Mesleki Geçmişi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ücretli bir işte çalışma</li> <li>• Alanında uzmanlaşma ve başarılı olma</li> <li>• Farklı iş alanlarında uzmanlaşma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İş alanında tecrübeli</li> <li>• Alanında orta düzey yöneticilik yapmak</li> <li>• Hizmet sektöründe iş deneyimi</li> </ul>
Kişisel Özellikleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İkna edici olma</li> <li>• Amaç odaklı olma</li> <li>• Yenilikçi ve idealist olma</li> <li>• Yüksek özgüvene sahip olma</li> <li>• İstekli ve enerjik olma</li> <li>• Kendi işinin patronu olma isteği</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esnek ve toleranslı davranış şekli</li> <li>• Amaca yönelik olma</li> <li>• Yaratıcı ve realist olma</li> <li>• Ortalama özgüven sahibi olma</li> <li>• İstekli ve enerjik olma</li> <li>• Sosyal ve ekonomik çevre ile uğraşma</li> </ul>
Özgeçmişi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25-35 yaşlarında bir işletme kurma</li> <li>• İş sahibi bir babaya sahip olma</li> <li>• Üniversite mezunu olma</li> <li>• Ailede ilk çocuk olma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-45 yaş arasında işletme kurma</li> <li>• İş sahibi bir babaya sahip olma</li> <li>• Üniversite mezunu olma</li> <li>• Ailede ilk çocuk olma</li> </ul>
Destek Grupları	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arkadaş, avukat, muhasebecileri</li> <li>• İş arkadaşları</li> <li>• Eşi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yakın arkadaşları</li> <li>• Eşi ve ailesi</li> <li>• Profesyonel destek veren kadın grupları</li> </ul>
İlk İş Türü	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Üretim ya da inşaat alanı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hizmet sektörü</li> </ul>

**Kaynak:** Hisrich ve Peters, (2002, s. 76)

### 2.2.2.2. Yaş

Yaşın girişimcilik üzerinde etkili olduğu, yapılan birçok araştırmada görülmektedir. Araştırmalar, kişilerin girişimcilik faaliyetlerine genellikle 25-44 yaş aralığında başladıklarını göstermektedir (Reynolds ve ark., 2000, s. 9). Hindistan’ da yapılan “Human Factors in Entrepreneurship Effectiveness” isimli çalışmada gençlerin bakış açılarının daha esnek ve öğrenmeye açık olmaları nedeniyle gençlerin yaşlılardan daha fazla girişimci oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Sinha, 1996, s. 24). Bu durumda gençler ileri yaşta olan kişilere göre hayata atılmak ve tutunmak konusunda daha enerjik, fırsatları işe dönüştürme konusunda daha istekli olmaktadır. Bu nedenle gençlerin girişimciliğe yönelme davranışının ileri yaştakilere göre daha yüksek olacağı düşünülmektedir (Büyükyılmaz ve ark., 2015, s. 109). Ancak araştırmalar girişimcilikte yaşla beraber tecrübenin önemine değinerek, başarılı girişimcilerin orta yaşlarda yığılma gösterdiğini belirtmektedir. Yaşları 20-59 arasında olan katılımcılarla yapılan çalışmada, 30-44 yaş aralığındaki girişimci sayısının toplam girişimci sayısının %25’ini oluşturduğunu, girişimciler arasında yaş ortalamasının kadınlarda 34, erkeklerde ise 32 olduğu belirlenmiştir (Grafik 2.1.) (Sönmez ve Toksoy, 2014, s. 49).



**Grafik 2. 1.** Girişimcilerin yaş aralığı

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) bünyesinde 2 yıllık ciro artışları dikkate alınarak düzenlenen, Türkiye’ de “en hızlı büyüyen ilk 100 şirketi” kuran kişiler açıklamasında 2017-2019 arası en hızlı büyüyen şirketlerin yaş ortalaması 11.2, üst yöneticilerinin yaş ortalamasının ise 42 olduğu görüldü (TOBB, 2022).

### 2.2.2.3. Eğitim Düzeyi

Eğitim öncelikle ailede başlayıp, ardından resmi eğitim öğretim kurumlarında devam eden ve bireylerin yaşantısına olumlu ya da olumsuz etki eden bir süreçtir. Eğitim, kişilerin dış dünyayı anlamasını ve yorumlamasını sağlayarak kişilerin yaşantılarında karşılaşılabilecekleri problemlerle başa çıkabilmelerini sağlamaktadır. Kişinin aldığı eğitim girişimciliğe yönelmesinde etkili olmakta, eğitim girişimciliğin alt yapısını oluşturan unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. Ancak iş gücünün yapısı ve yönetim becerileri, ülkenin sosyal ve

kültürel yapısı gibi faktörler açısından değerlendirildiğinde eğitimin ülke alt yapısı açısından da girişimciliği etkileyen faktörler arasında değerlendirilebileceği açıktır.Yapılan birçok çalışmada eğitim ile girişimcilik arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişkiler olduğu görülmektedir. Buna göre eğitim seviyesi arttıkça girişimciliğin artacağı söylenebilmektedir (Eren, 2019, s. 109). "Eğitim Sisteminin Girişimcilik Davranışı Üzerindeki Etkisi" ni Finlandiya için araştıran Genç (2019) çalışmasında girişimcilik davranışına daha fazla yönelen ülkelerde esnek, öğrenciye yönelik, öğrenci merkezli, yaşamla iç içe olan, adil, eşit ve yaparak-yaşayarak öğrenmeyi temel alan bir eğitim sistemi uygulandığı sonucuna ulaşmıştır (Genç, 2019, s. 259).

İşletmelerin uzun süreli devamlılığının sağlanmasında eğitimin ve nitelikli insan sermayesinin etkisi oldukça büyüktür. Yapılan araştırmalarda eğitim düzeyinin artışıyla kişilerin ve ülkelerin gelirlerinde artış olduğu, dünyada birçok ülkede girişimciliğe yönelik eğitimlerin hız kazandığı görülmüştür. "Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı" (2015-2018) çerçevesinde girişimcilik eğitiminin önemi vurgulanmış, çeşitli alanlarda öğrencilere yönelik Milli Eğitim Bakanlığı Örgün ve Yaygın Girişimcilik Eğitim Programı, öğretmenlere yönelik 25 Ocak 2012 tarihinde Milli Eğitim Bakanlığı (MEB); Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (BSTB) ve TÜBİTAK arasında "Girişimciliğin Geliştirilmesi İşbirliği Protokolü" imzalanmış ve yine öğrencilere yönelik olarak "Lise Düzeyi Müfredat Geliştirme" çalışmaları yürütülerek yükseköğrenim dahil tüm eğitim aşamalarında girişimcilik dersinin müfredatta yer alması gerekliliği belirtilmiştir. (MEB) ile yapılan bu gelişmelerin haricinde "KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri"ve "TÜBİTAK Girişimcilik Programları" düzenlenmektedir (Önel, 2018, ss. 263-264).

#### 2.2.3.4. Çevresel Faktörler

Genel olarak çevre, örgütü fiili ve potansiyel olarak etkileyen unsurların bütününe ifade etmektedir. Örgütler, çevrelerinden girdiler alan ve hedeflerine ulaşmak için bu girdileri işleyerek toplumsal faydalara dönüştüren açık sistemler olarak bilinmektedir. Örgütlerin faaliyet gösterdiği çevre sürekli hareket halinde olan, farklı olayların geliştiği bir ortamdır. Doğal olarak girişimci ve örgüt, yaşanan bu hareketlilikten etkilenmekte ve bu belirsizlik yeni fırsatların yanı sıra tehdit unsuru olmaktadır. Örgütlerin başarısı ve devamlılığı, çevreye sağladığı uyumla doğru orantılı olarak gelişmektedir (Naktiyok ve Kök, 2006, ss. 77-82).

Girişimcilikte siyasi ve ekonomik istikrar, düşük enflasyon, olumlu sosyokültürel faktörler, esnek ülke rejimleri, aile desteği, iyi eğitim gibi çevresel faktörler kişiyi olumlu etkileyecek önemli unsurlardır (Zengin ve Çelik, 2017, s. 3). Bir ülkedeki yasal, siyasal ve idari ortam, girişimciliğin gelişme durumunda önemli rol oynamaktadır. Bir ülkede girişimcilikle ilgili olumsuz bir oluşum veya şüphe varsayabil durum yasalara, devletin aldığı kararlara ve siyasal duruma etki edecek, böylece yeni girişimcilik faaliyetleri azalacaktır. Tam tersi devlet politikalarının uygulanması durumunda girişimcilik teşvik edilerek yeni girişimcilik faaliyetlerinde artış görülecektir.Çevre faktörleri girişimcilik faaliyetlerini etkilediği gibi

mevcut girişim de içinde bulunduğu çevreyi etkileyerek şekillendirmektedir. Zamanla toplum, kültür, ekonomi, siyaset gibi unsurlar girişimin yönünü, hareket alanını ve niteliğini etkilemektedir. Çünkü çevre doğası gereği girişimsel faaliyetlerle sürekli etkileşim içinde olduğundan girişimciliği olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir (Durak, 2011, s. 196).

### **2.3. Kadın Girişimcilerin Özellikleri**

Kadın girişimci kavramını en bilinen anlamıyla “piyasa ekonomisi içinde hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üretilip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı TESK (Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu)’ e, Esnaf ve Sanatkarlar Birlikleri ve Odalarına veya TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği)’ a bağlı odalara TSO (Ticaret Sanayi Odası) ‘ya üye olan ve sosyal güvenlik kurumlarından birinin bünyesinde çalışan ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadındır” (Morçin, 2013, s. 169). Genelde girişimcilik kavramı temelinde akla ilk erkekler geldiğinden yapılan araştırmalar da bu yönde olmuştur. Fakat kadınların iş dünyasına girmesiyle birlikte girişimci kavramı yeni bir anlam kazanmış ve araştırmalar da yeni bir boyuta taşınmıştır (İlter, 2008, s. 67).

Kadın girişimciler; girişimcilik nedenleri, girişimciliğe başlama yaşları, destek aldıkları kişiler, girişimcilik sektörleri, eğitimleri, sermaye teminleri, deneyimli oldukları alanlar gibi konularda erkek girişimcilerden farklı özelliklere sahip olmakta ve erkeklerden farklı bir girişimci kültürü oluşturmaktadır (Morçin, 2013, ss. 169-170). Girişimci potansiyeline sahip olan bireylerin kendi işlerini kurarak ekonomik süreçte yer almaları çok önemlidir. Sosyal, teknolojik ve endüstriyel değişimler giderek daha fazla kadını iş hayatına çekerek birçok kadının kendi işini kurmasına zemin hazırlamaktadır. Nitekim son zamanlarda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kadınları, kendilerine yakıştırılan kimliklerinden sıyrılarak geleneksel rollerinden kaynaklanan pek çok sorunu çözmüş ve girişimcilik hayatında daha farklı roller üstlenmişlerdir (Ufuk ve Özgen, 2001, s. 95).

Kadın girişimcilerle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde girişimci kadınların yaş aralığının genel olarak 25-55 arası olduğu, faaliyet gösterdikleri iş alanlarının genellikle giyim, terzilik, kuaför, güzellik salonu, tuhafiyeye, kozmetik, turizm ve gıda işletmeleri olduğu görülmektedir. Kadınlar genel olarak hizmet sektöründe yer alırken çok azı üretim ve finans alanlarında faaliyet göstermektedir (Çabuk ve ark., 2015, s. 426). Yetim (2008), kadın girişimcilerin özelliklerini araştırdığı çalışmasında “kendine güven, yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik” gibi özellikleri, kadınların girişimsel kişilik eğilimleri olarak tespit etmiştir. Kadınların iletişim kurma ve ikna yeteneği bakımından erkeklere göre daha becerikli oldukları ve kişiler arası ilişkilerde yaşanan problemlere çözüm bulma açısından kadınların daha yetenekli oldukları görülmektedir (Eagly ve Johnson, 1990, s. 233).

Yetim (2008) kadın girişimcileri özelliklerine göre aşağıda görüldüğü üzere üç kategoride incelemiştir (Yetim, 2008, ss. 84-85):

- Kendine güven, risk alma, yaratıcılık, yenilikçilik, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik gibi girişimci olmaktan kaynaklanan özellikler
- Saygınlık, kaynakları görebilme ve ilişkileri iyi değerlendirebilme, korumacılık, işbirliği yapma ve çevresindeki kişilerin desteğini almak gibi sosyokültürel değerlerle ilgili özellikler
- İyi iletişim kurma, problemleri kolayca çözme, hoşgörülü, özverili ve duygusal olma gibi cinsiyet rollerinden kaynaklanan özellikler

İngiltere' de 3500 kadın ve erkek çalışan üzerinde yapılan ve İngiltere' nin en çok okunan gazetelerinden Times' ta yayınlanan bir araştırmada “Çalışanların patronlarını tanımlamaları ve nasıl bir patron istediklerini tarif etmeleri” istenmiş, kadın patronla çalışmayı isteyenlerin oranı daha fazla çıkmıştır (Sabah, 2004). Bu durumda çalışmada kadınların yönetici olarak tercih edildiği sonucuna ulaşılmış, çalışanların kadın patron tercihinin nedenleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Örücü ve ark. 2007, s. 121):

- Kadınların daha dikkatli olmaları ve bir iş için daha çok çaba göstermeleri
- Kadınların öğretim konusunda erkeklere göre daha iyi olmaları, çalışanlarına gerekli eğitimi daha kolay vermeleri
- Kadınların yeni durumlar ve değişimlere daha hızlı uyum sağlamaları
- Kadınların çalışanlarını iş konusunda motive etme yeteneklerinin erkeklere oranla daha gelişmiş olması
- Kadınların yeni fikirlere açık olmalarının yeni başarılar sağlaması
- Kadınların iyi bir gözlemci olmalarının işi olumlu yönde etkilemesi
- Kadınların çalışanlarıyla daha iyi iletişim kurması, kadının sağladığı başarının daha iyi bir yönetici olmasında olumlu bir etki yapması
- Kadınların problem çözmede erkeklerden daha başarılı olması
- Kadınların özel yaşamlarında olduğu gibi iş yaşamında da açık bir stratejiye sahip olması
- Kadınların iş yaşamında erkeklere oranla daha neşeli ve eğlenceli olmaları
- Kadınların düşünülenin aksine iş hayatında daha hızlı karar verebilmeleri ve kararlarında ısrarcı olmaları

Times gazetesinde yayınlanan araştırma sonuçlarından kadınların kendi kişisel özelliklerini iş hayatına aktardıklarında başarılı bir girişimci olabilecekleri görülmektedir. Ancak kadınların girişimcilik alanları erkeklerin girişimcilik alanlarından farklılıklar göstermektedir. Kadınlarda bu alanlar genellikle ev-iş dengesini sağlayabilecekleri hizmet sektörü ile perakende ticaret alanları olacağı düşünülmektedir. Tablo 2.3.' te kadın ve erkek girişimcilerin demografik özellikleri değerlendirilmiştir (Belkin, 2003, ss. 42-47).

**Tablo 2. 3.** Kadın ve erkek girişimcilerin demografik özellikleri

<b>KADIN</b>	<b>ERKEK</b>
Evli/Bekar	Evli
Çocuksuz ya da az çocuklu	(Çok) çocuklu
Mesleki tecrübesi az	Mesleki tecrübesi fazla
Yüksek eğitilmiş	Orta ya da yüksek eğitilmiş
Bağımsız işletme	Aile işletmesi ya da bireysel
Kuruluşunda aile desteği	Aile desteği/Mevcut işten memnuniyetsizlik/ Arkadaş etkisi
Haftada 40 saat ve üzeri çalışma saati	Haftada 50 saat ve üzeri çalışma saati
Orta düzeyde gelir	Orta ve yüksek düzeyde gelir
Orta düzeyde istihdam	Orta ve yüksek düzeyde istihdam
Üst düzey memur, yönetici ve girişimci aile	Girişimci Aile
İşletmenin tek sahibi	İşletmenin ortağı ya da tek sahibi
Öncesinde ev hanımı ya da özel sektörde çalışan	Özel sektörde çalışan
İş tecrübesi 1-9 yıl	İş tecrübesi 10-19 yıl

**Kaynak:** Belkin, (2003, ss. 42-47)

Girişimciliğin kişinin yetenekleri ve eğitim düzeyi ile güçlü bir bağlantısı olmasına rağmen, girişimcilik özellikleri genellikle çevre tarafından belirlenmektedir. Girişimci olmayı düşünen birey, bir anlamda toplumsal normlara karşı gelmektedir (Teal ve Carroll, 1999, s. 229). Bu durum özellikle örf ve adetlerine daha bağlı olan, ataerkil aile yapısının devam ettiği ülkelerde daha önem kazanmaktadır. Toplumda kadın ailenin bir bireyi olarak yer alıyorsa, kadın için en önemli rol, aile üyesi olarak belirlenen görevleri yerine getirmesidir. Fakat toplumda kadının çalışması, para kazanması bekleniyorsa o zaman kadına yüklenen anlam da farklılaşacaktır (Ufuk ve Özgen, 2001, ss. 95-96).

#### **2.4. Kadın Girişimci Türleri**

Kadın girişimciler sahip oldukları özelliklerine göre farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Goffe ve Scance (1985) tarafından 54 kadın girişimciden oluşan örneklem grubuyla İngiltere’ de için yapılan çalışmada iki faktör üzerine dört farklı kadın girişimci tipi geliştiren bir sınıflama yapılmıştır. İlk faktör, kadın girişimcilerin bireysellik ve kendine güven ilkelerini benimseyen “geleneksel girişimci” eğiliminde olmalarını, diğer faktör kadın girişimcilerin erkeklerin astları konumunda olmayı kabul ettikleri “geleneksel cinsiyet” rolünde olmalarını kapsamaktadır. Bu iki faktöre göre kadın girişimci türleri geleneksel, evcimen, yenilikçi ve radikal olarak dört farklı şekilde belirtilmiştir (Ay ve Koca, 2013, s. 69). Buna göre bu başlık altında kadın girişimci türleri söz konusu olan dört şekilde ele alınmıştır.

#### **2.4.1. Geleneksel kadın girişimciler**

Bu kadın girişimciler, yaşları genelde 35-45 arasında olup evli olan, ortalamasının üstünde eğitim alan, ilk işe başlama sermayesi kişisel geliri ve sahip olduğu maddi varlıklar olan, girişimcilik ideallerine sahip olmakla beraber toplumsal cinsiyet rollerine bağlı kadınlardan oluşmaktadır. Motivasyon kaynağı olarak daha yüksek gelir ihtiyacı olabilen, ilk deneyimi olan firmasında muhtemelen birkaç çalışanı bulunan kadınlardır. Ailevi sorumluluklarından dolayı işlerini fazla büyütmekten kaçınan ve kadın için belirlenmiş rollere uygun işler yapmakta olan kadınlardır (Soysal, 2010, s. 92; Top, 2006, s. 23). Geleneksel kadın girişimciler genellikle perakende ticaret veya bir hizmet sektöründe faaliyet gösteren işlere yönelmektedir.

#### **2.4.2. Evcimen kadın girişimciler**

Bu kadın girişimci çeşidi, ideallerine sınırlı olarak bağlılık duyan, geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinden daha önemli bulan ve girişimciliği yan işmiş gibi gören kadınlardan oluşmaktadır. Bu kadın girişimciler işini aile yaşantısına göre düzenlemekte, ailenin uygun gördüğü ve aile yaşamını etkilemeyecek girişimcilik alanlarında faaliyet göstermekte, genellikle sahip olduğu çocuk sayısı arttıkça girişimcilikten uzaklaşmaktadır. Bu girişimci kadınların temel düşüncesi başta çocukları, eşi ve ailesi olması nedeniyle ailesiyle ilgili görev ve sorumluluklarını aksatmadan devam ettirmektedir. Bu tarz kadın girişimcilerin motivasyon kaynağı, maddiyattan çok kişisel becerilerini geliştirmek ve işten zevk almaktır (Top, 2006, s. 23).

#### **2.4.3. Yenilikçi kadın girişimciler**

Bu kadın girişimci çeşidi, evcimen kadın girişimcilerin tersine girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan, işletmesinin büyümesini ve yüksek gelir elde etmeyi öncelikli hedefleri arasına koyan kadınlardan oluşmaktadır (Soysal, 2010, s. 92). Bu kadın girişimciler için işleri kişisel tüm ilişkilerinden önemli olduğundan gerektiğinde kariyerleri için cinsiyete özgü rollerinden vazgeçmektedir. Bu kadın girişimciler genellikle evli olmayan, yüksek düzeyde eğitim almış, ekonomik bağımsızlıklarına düşkün, teknolojiyi iyi bir şekilde kullanabilme yeteneğine sahip, genellikle pazar araştırmaları, reklamcılık, halkla ilişkiler ve basın yayın alanında faaliyet gösteren kadınlardır (Kutaniş ve Hancı, 2004, s. 37).

#### **2.4.4. Radikal kadın girişimciler**

“Köktenci” olarak da adlandırılan bu kadın girişimci çeşidi, hem girişimcilik ideallerine hem de cinsiyet rollerine bağlılıkları oldukça düşük olan, iş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önleyerek her alanda erkeklerle eşit olma arzusunda olan, iş sahibi olmayı bağımsızlıkları için araç olarak gören kadınlardan oluşmaktadır. Bu kadınların deneyimleri ve iş yaşamları, kadının toplumdaki yerini sorgulamalarına yol

açmaktadır. Bu kadın girişimciler işletmelerini ekonomik bir kurum olmanın yanı sıra sosyal bir kurum olarak görmekte, kadınsı kişilik özelliklerini baskın bir şekilde göstermekte, evli olmaları durumunda işleri ve eşleri arasında denge sağlayabilmekte, yayıncılık, perakende satış, eğitim gibi alanlarda faaliyet göstermektedir (Ay ve Koca, 2013, s. 69).

Türkiye Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre; 2022 yılında, kadın nüfusu 42 milyon 575 bin 441 kişi, erkek nüfusu ise 42 milyon 704 bin 112 kişi olarak açıklanmıştır. Bu sayılara oransal olarak bakacak olursak toplam nüfusun %49,9'unu kadınlar, %50,1'ini ise erkekler oluşturmaktadır.

**Tablo 2. 4.** Cinsiyete göre işveren olarak çalışanların istihdam içindeki oranı (2014-2022)

TÜİK 2023(15+)	TÜİK 2023(15+)		
Yıl	Toplam	Erkek	Kadın
2014	4,5	5,9	1,2
2015	4,4	5,8	1,2
2016	4,6	6,0	1,3
2017	4,5	6,0	1,3
2018	4,5	5,9	1,2
2019	4,5	5,9	1,4
2020	4,5	5,7	1,8
2021	4,6	5,8	1,9
2022	4,5	5,8	1,7

**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı İşgücü Araştırması, 2014-2022

Kadın istihdam oranlarındaki düşük oranların nedeni Türkiye’de var olan ataerkil aile yapısı nedeniyle kadının yerinin öncelikle evi olarak kabul edilmesidir. Bu anlayış nedeniyle Türkiye’de kadın girişimciler genellikle geleneksel ve evcimen olarak tanımlanan girişimcilik çeşidi kapsamında yer almaktadır. Kadınlar imalat sanayinden çok, hizmet ve perakende ticaret sektörünü (%50,45) tercih etmişlerdir. Giyim eşyası mağazası (%25,46), terzi dükkanı (%16,82) ve kuaför veya güzellik salonu (%13,64) işletirken, bir kısmı da tuhafiyeci, mefruşatçı, kozmetik veya gıda maddeleri satıcısı olarak çalışmaktadır. Bu durumun temel nedeni olarak kadınlar, imalat sanayine göre hizmet ve perakende ticaret sektörünün çok daha az tecrübe, bilgi birikimi ve sermaye gerektirdiğini ileri sürmüşlerdir (Ufuk ve Özgen, 2001, s. 97). Kadın girişimciliği, Türkiye’de ilk kez 1992 yılında İstanbul’da gerçekleşen sempozyumda kapsamlı olarak ele alınmış, 1993 yılında çıkarılan bir kararname ile kadın girişimciliği resmi olarak devlet tarafından desteklenmiştir. Son yıllarda çalışma hayatında kadınlara yönelik birçok düzenleme yapılmıştır. Kadın istihdamına yönelik bu düzenlemelerin somutlaşması ve etkinliği için bu çalışmaların ilgili kurumlarla birlikte yürütülmesi gerekmektedir. Bu şekilde kadınların toplumsal hayatta ve iş yaşamında eşitlik sağlayarak kadın erkek arasındaki mevcut eşitsizliğin giderilmesi sağlanabilmektedir (Şahin, 2006, s. 51).

Türkiye’ de kadınların bazıları hayallerini gerçekleştirme isteği ile bazıları başarıma arzusu, bazıları ise zorunluluktan girişimci olmakta ve farklı alanlarda girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Kadın girişimciler iyi durumda olabileceklerini, kadınların en az erkekler kadar başarılı olabileceklerini ispatlamışlardır. Kadın girişimcilerin kısıtlı bir sermaye ile küçük ölçekli işletmelerde başladıkları girişimcilik faaliyeti, birçok alanda yüzlerce kişiye iş imkânı sağlayacak boyutlara ulaşmıştır. Fakat, bu durum yine de beklenen ve arzu edilen düzeyde değildir. UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) raporuna göre kadınların ortalama geliri, 2019 yılı verilerine göre erkeklerin ortalama gelirinin %47’ si düzeyindedir. Bu durumun nedeni ise kadınların büyük bir kısmının iş gücüne dahil edilememesidir (<https://www.undp.org/tr/turkiye>). Türkiye’ de 2023 yılı III. çeyreğinde iş gücüne katılma oranı %48,4 olup, bu oran kadınlarda%35,9 erkeklerde ise %71,2’ dir (TÜİK, 2023).

Türkiye’ de girişimci olarak faaliyet gösteren kadınların kültür, geleneksel aile yapısı ve yetişme tarzı gibi bir takım sorunları bulunmaktadır. Bu sorunların başında Türk toplumunun erkek egemen bir yapıya sahip olması nedeniyle kadınlara yönelik beklentinin kalıplaşmış olması; kadınların eğitim düzeyinin yetersiz olması; ailesel tepkiler; evdeki sorumluluk ve iş yükünün fazlalığı; sermaye temininde yaşadığı sıkıntılar gelmektedir (İpçioğlu, 2011, s. 102). Türkiye, OECD ülkeleriyle ilgili resmi istatistik verilerine göre kadın istihdamı açısından en alt sırada yer alırken, Birleşmiş Milletler ülkeleri arasında yapılan bir çalışmaya göre 116 ülke arasında 98’inci ülke olarak yine alt sıralarda yer almaktadır. İşletme sahipliği konusunda ise Avrupa Birliği ülkelerinde %16–40 arasında olan iş sahibi kadınların oranı, Türkiye’ de sadece % 4’tür (Şahin,2006, s. 52). Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ile Türk Tuborg A.Ş. tarafından “Türkiye Kadın Girişimcilik Endeks Çalışması” yapılmış, kadın girişimcilerin profilini, iş kurma sürecindeki deneyimlerini, iş kurmanın zorlukları ve iş kurmanın motivasyonlarını belirlemek için 2018-2019 döneminde 438 kadın girişimciye online anket uygulanmıştır. Anket sonuçları Türkiye’ deki kadın girişimcilerinin demografik özellikleri hakkında bilgi vermektedir. Söz konusu araştırma sonuçları aşağıdaki şekildedir (Kagider, 2019, s. 19):

- Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %67’ si evli, %31’ i bekadır.
- Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %67’ si çocuk sahibiyken, %33’ ünün çocuğu yoktur.
- Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %39’ u 31-40 yaş aralığında, %28’ i 41-50 yaş aralığında, %21’ i 51 yaş ve üzerinde ve %12’ si 21-30 yaş aralığındadır.
- Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %60’ ı ön lisans-lisans, %30’ u yüksek lisans ve % 11’ i lise ve altı eğitim düzeyine sahiptir.
- Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin %32’ si 0-1 yıl, %23’ ü 2-5 yıl, % 26’ sı 6-15 yıldır faaliyetine devam ederken %19’ u ise 16 yıl ve üzerinde faaliyet faaliyetine devam etmektedir.

- Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin şirketlerinin %56' sı 1-5 çalışanlı şirket statüsündedir ve bu şirketlerin %16' sında hiç erkek çalışan bulunmamaktadır.
- Araştırmaya katılan 31-40 yaş grubu kadın girişimcilerin kurduğu şirketlerin Türkiye' de faaliyet gösterme oranı daha ileri yaşlardaki kadın girişimcilerin kurduğu şirketlerin Türkiye' de faaliyet gösterme orandan (%75) daha yüksektir.

## 2.5. Kadınların Girişimciliğini Etkileyen Faktörler

Kadın girişimcilerin önemi Türkiye' de ekonomik büyümeye katkı sağlaması, istihdamı arttırması, kaliteli bir üretim ve pazarlama anlayışı ile dünya çapında faaliyet gösteren işletmelerin kurulmasında yadsınamaz bir gerçektir (Soysal, 2010, s. 85). Nitekim TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu (2008), Türk iş dünyasında ekonomik olarak kazanç sağlamanın, kullanılmayan potansiyeli etkin hale getirmenin ve yeni iş sahaları yaratmanın yolunun kadın girişimciliğini teşvik etmekten geçtiğini ifade etmektedir (Hürriyet, 2008, s. 15). Günümüzde kadınlar çeşitli nedenlerle kendi işini kurarak girişimci olmaya yönelmekte, kadınların girişimci olma nedenleri arasında ekonomik, kişisel ve çevresel kaynaklar sayılabilmektedir. Kadınların girişimci olma kararında etkili olan itici faktörler kadınları istem dışı girişimci olmaya yönlendirirken, çekici faktörler kadınların girişimciliği fırsat olarak değerlendirmelerine zemin hazırlamıştır. Genel olarak kadınları girişimciliğe yönelten nedenler; daha özgür ve eşitlikçi değerlere sahip olmaya başlamaları, kendilerine güvenmeleri, iş piyasasında kendilerine daha uygun işler bulabilmeleri, ekonomik koşulların gelir düzeyinde oluşturduğu olumsuz etkileri azaltmaya çaba göstermeleri şeklinde sıralanabilmektedir (Çabuk ve ark., 2015, ss. 425-426).

Türkiye' de kadın girişimcilerin genel olarak aile ekonomisine katkı sağlamak amacıyla tek başına küçük iş yeri açtıkları görülmektedir. Özellikle hizmet sektöründe yer alan kadın girişimciler, nispeten küçük bir kuruluş sermayesi olan ve az gelir getiren işlerde yoğunlaşmıştır (Fidan ve Yılmaz, 2006, s. 2). Kadınların girişimcilik davranışına yönelmesinin nedeni genel olarak yeterince istihdam edilmemeleri ve düşük ücretle çalıştırılıyor olmalarıdır. Son yıllarda büyük bir artış gösteren kadın girişimciler öncelikle aile ekonomisine, daha ileri aşamada ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır (Güney, 2006, s.41). Kadın girişimci oranının yüksek olması, o ülkedeki gelişmişlik düzeyi ile eşdeğerdir. Kadınların girişimciliğe yönelmelerinde yukarıda değinilen "itme ve çekme" faktörleri önemli rol oynamaktadır. Kadınların girişimciliğe yönelmelerinde etkili olan itici faktörler arasında; işsizlik sorunları, işinden memnun olmama ve somut olarak görülmesi de kadınları olumsuz etkileyen görünmez engeller sayılabilmektedir. Kadınların girişimciliğe yönelmelerinde etkili olan çekici faktörler ise bireylerin girişimcilik isteği, daha çok kazanma isteği, sosyal statü ve güç isteği, kişinin sosyal sermaye düzeyi olarak sıralanmaktadır. Bu durumda kadınları girişimci olmasında hem itici hem de çekici farklı etkenlerin etkisi olduğu söylenebilir. Söz konusu itici ve çekici faktörler dışında araştırmacılar tarafından farklı itici ve çekici faktörler

de ele alınmıştır (Soysal, 2010, ss. 90-91). Burada yazında yaygın olarak yer verilen itici ve çekici faktörlere yer verilecektir.

### **2.5.1. İtici faktörler**

İtici faktörler, kadınları iş hayatında istemedikleri bir durumla karşı karşıya kalmaları durumunda girişimciliğe yönlendiren faktörlerdir (Pirinççi, 2020, s.37).İtici faktörler; işsizlik, işinden memnun olmama, görünmeyen engeller olarak sıralanabilmektedir. Söz konusu faktörler aşağıdaki alt başlıklarda açıklanmaktadır.

#### **2.5.1.1. İşsizlik**

İşsizlik kadınları girişimciliğe iten faktörlerin başında gelmektedir. Kadınlar, ekonomik krizler sonucunda iş yerinde küçülmeye gidilmesi nedeniyle işçi çıkarılması durumunda öncelikle işten çıkarılmaktadır. 2001 yılında Türkiye’ de yaşanan ekonomik krizden bir yıl sonra tarım dışındaki kadın iş gücü oranında %15’ lik bir artış gerçekleşmiştir (Ay, 2012, s.325). Bu durum kadınların işsiz kalmaları durumunda girişimciliğe yönelerek kendi işlerinin patronu olduklarını göstermiştir (Hughes, 2003, ss. 437-438).2023yılı Ağustos ayında açıklanan OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü- Organisation for Economic Cooperation and Development) verilerine göre Türkiye’ de işsizlik oranı %9,2 ‘dir. OECD ülkeleri arasındaki işsizlik oranının ortalamasının%5,9 olduğu sıralamada Türkiye İspanya(11,5), Yunanistan(10,9) ve Kolombiya(9,5)' dan sonra 4. sırada yer almaktadır.

#### **2.5.1.2. İşinden Memnun Olmama**

İş doyumu, kişinin işinden ve işiyle ilgili tüm unsurlardan aldığı haz ve mutluluğun derecesini ifade eden bir kavramdır. İş doyumu, kişinin işine yönelik tutumlarının genel sonucudur ve çalışanın fiziksel ve zihinsel olarak iyi durumda olduğunu göstermektedir. Bireylerin işlerine yönelik tutumları olumlu ya da olumsuz olabileceğinden, iş doyumu bireylerin iş tecrübeleri sonucunda elde ettiği olumlu ruh hali olarak tanımlarken, çalışanın işine göstermiş olduğu olumsuz tutum da iş doyumsuzluğu olarak tanımlanabilmektedir. Kadınların iş yerinde hak ettiği değeri görememesi, kadınlara yönelik cinsiyet ayrımcılığı, kadınların hak ettiği terfiyi alamaması gibi nedenlerle kadınlarda iş tatminsizliği oluşmakta ve kadınlar işlerinden memnuniyetsizlik duymaya başlamaktadır (Erdoğan, 1996, s. 231). Çalışanın iş doyumsuzluğu yaşaması sonucunda işe geç gelme ya da gelmeme, sık iş değiştirme, performans düşüklüğü gibi sorunlar yaşanmaktadır. Bu durumda kişinin işinden memnun olmaması iş yerine yönelik olumsuz etkiler yaratabilirken, kişinin mevcut işinden ayrılarak farklı alanlara yönelmesine neden olmaktadır (Eğinli, 2009, ss. 35-36).

### 2.5.1.3. Görünmeyen Engeller

Kadınlar iş yerinde belirgin pek çok engelle karşılaştıkları gibi aslında görünürde olmayan fakat kadınların iş doyumsuzluğu yaşamalarına neden olarak işteki performansını düşürüp işten ayrılmasına kadar varabilecek görünmez engellere de maruz kalmaktadır. Soysal (2010) en geniş kapsamda bu engelleri aşağıdaki şekilde sıralamıştır.

Kadının yerinin evi olduğu ve erkeğin izni olmaksızın kadının herhangi bir girişimde bulunamayacağı düşüncesinde olan ataerkil toplum yapısı, kadınlara yönelik işler olarak nitelendirilen algı nedeniyle cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı, cinsel ve duygusal taciz (mobing), kadının cinsiyeti nedeniyle kendisiyle aynı statüdeki erkek çalışma arkadaşından daha az olan ücreti, örgütte yükselememe ve hak ettiği yere gelememesini sağlayan cam tavan engeli, kadınlara yönelik güvensizlik, başarısızlık beklentisi ve tecrübesizlik düşüncesi, özel hayatla çalışma hayatı arasında ikilemde kalma, ev işleri ve çocukların yetiştirilmesinden sorumlu olma, örnek olarak alınabilecek kişilerin az olması, gerekli ve yeterli sermayeye sahip olmamaları kadınların çalışma ve girişimcilik faaliyetlerinde mücadele etmek zorunda kaldıkları görünmeyen engellerdir (Soysal, 2010, s. 78).

### 2.5.2. Çekici faktörler

Kadınları girişimci olmaya yönlendiren olumlu etkenler çekici faktörler olarak tanımlanmaktadır. Çekici faktörler; girişimcilik isteği, daha çok kazanma isteği, sosyal statü ve güç isteği, sosyal sermaye düzeyi olarak sıralanabilmektedir (Arat, 1993, s. 27-28). Söz konusu faktörler aşağıdaki alt başlıklarda açıklanmaktadır.

#### 2.5.2.1. Girişimcilik İsteği

Kişiler yapıları gereği yetiştiği sosyal ve kültürel ortam nedeniyle birbirlerinden farklı davranışlar sergilemektedir. Kimi kişiler iş yaşamında güvenlik, düzenli bir gelir ve belirli çalışma saatleri isterken kimi kişiler risk alma ve yenilik istemekte, dolayısı ile girişimciliğe yönelmektedir. Bu durum kadın çalışma hayatında da etkili olarak kadınları emeği, sermayeyi ve diğer üretim faktörlerini bir araya getirerek mal veya hizmet üretimini amaçlayan girişimciler yapmaktadır. Bazı kadınlar için iş sahibi olmayı kişisel doyum için önemli bulurken, bazıları bilgi, beceri ve yeteneklerini kullanmanın en iyi yolunun bir iş kurmak olduğu inancındadırlar (Keskin, 2014, s.76).

#### 2.5.2.2. Daha Çok Kazanma İsteği

Kişiler bir işte ücretli çalışmak yerine, daha çok kazanabilecekleri bir iş kurmayı tercih etmektedirler. Kadınlar için daha çok kazanç elde etme isteği erkekler kadar önemli olmasa da girişimciliğe yönelmelerinde önemli bir unsur olarak görülebilmektedir. Ücretli olarak çalıştığı işte emeğinin karşılığını alamadığını düşünen kadınlar, kendi işini kurarak daha çok kazanmak isterler. Çekici bir faktör olarak daha çok kazanma isteği beraberinde çeşitli

riskleri de getirmesine karşın kadınlar bu riskleri göze alarak kendi işini kurmaktadır. (Özyılmaz, 2016, s. 45).

#### 2.5.2.3. Sosyal Statü ve Güç İsteği

Kadınlar girişimcilik faaliyetlerine sosyal statü edinme isteğiyle yönelebilmektedir. Sosyal statü, kişinin kendisini çevresindeki diğer statü sahibi kişilerle kıyaslayarak kendi yerini, konumunu belirlemesidir. Kadınlar ev veya aile gibi kişisel sorumluluklarının yanı sıra toplumsal olarak da kendini kabul ettirme çabasında bulunmakta ve bunu gerçekleştirmek için girişimci olmayı seçmektedir (Şenöz, 2018, s.23). Güç kavramı, bir kişinin başka bir kişiyi istediği yönde etkileyebilmesi ve o kişi üzerinde kendi istediği değişimleri gerçekleştirebilmesidir. Hoy ve Miskel' e (2010) göre güç, çalışanların iş doyumunu açısından önemli bir belirleyicidir. Kadınların gerek sosyal hayatta gerekse iş hayatındaki güç isteği, kadınları girişimci olmaya yönlendiren diğer bir etkidir (Akyüz ve ark., 2015, s. 72).

#### 2.5.2.4. Sosyal Sermaye Düzeyi

Sosyal sermaye, girişimcinin sahip olduğu ilişkiler ağı aracılığıyla edindiği gerçek ve potansiyel kaynakların tümünü ifade etmekte (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, s.243), ekonomik faaliyetleri başarısında önemli rol oynamaktadır. Birley (1985) çalışmasında girişimcilerin yeni bir işletme kurma sürecinde sosyal ağlarından ne düzeyde faydalandığını tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışmada resmi bağlantılardan (bankalar, muhasebeciler, avukatlar gibi) ve resmi olmayan bağlantılardan (aile, arkadaşlar, iş arkadaşları) edinilen yardım ve tavsiyelerin işletmeyi etkilediği vurgulanmıştır (Birley, 1985, s. 107). Bu bağlamda girişimciler yeni işletme kurma sürecinde arkadaş, akraba gibi sosyal destek mekanizmalarını kullanarak sosyal sermayeleri sayesinde girişimcilik faaliyetine yönelebilmektedir.

### 2.6. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Kadınların gerek çalışma yaşamına başladıklarında gerekse çalıştıkları sürece erkeklere göre dezavantajlı durumda olmaları (Bolcan, 2006, s. 19) nedeniyle hem çalışma hem de özel yaşamlarında çalışmalarından kaynaklı birtakım sorunlarla karşılaşmaktadır (Kocacık ve Ayan, 2011, s. 469). Kadın çalışanlar iş ortamında erkek çalışanların karşılaştığı sorunların yanı sıra kadın olmalarından kaynaklı farklı birçok sorun yaşamaktadır (Yılmaz ve ark., 2008, s. 91). Tüm dünyada ülkelerin temel amaçlarından birisi olan ekonomik büyüme ve kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için önemli bir unsur olan insan kaynaklarına yatırım yapmak ve kadınları iş hayatına teşvik etmek oldukça önemlidir (Tutar ve Yetişen 2009, s. 116). Fakat kadın girişimcilerin iş kurma ve mevcut işlerini yürütme sürecinde çeşitli engellerle karşılaştıkları ve erkek girişimcilere oranla daha zorlu bir süreç yaşadıkları bilinen bir gerçektir. Cinsiyet ve girişimcilik ilişkisini araştıran çalışmalarda kadınların "iş-yaşam" dengesi nedeniyle genellikle girişimciliğe yönelmedikleri görülmektedir (GTF, 2014).

Girişimciliğin kadına yüklediği sorumluluk, yoğun stres ve belirsiz çalışma saatleri nedeniyle kadınların ailesine vakit ayıramayacağını düşünmeleri, onları iş dünyasından uzak tutmaktadır.

Kadın girişimcilerin öncelikli rolleri olarak kabul edilen “annelik”, kadınların girişimciliği geri plana atmasına, önceliği evine ve çocuklarına vermesi nedeniyle erkelerin gerisinde kalmasına neden olmaktadır (Brush ve ark., 2009, s. 9). Kadın girişimciler kişisel, sosyal ve profesyonel anlamda çeşitli zorluklar yaşamaları nedeniyle risk almaktan kaçınmaktadırlar. Kadın girişimcilerin bir iş kurma ve bu işi devam ettirme sürecinde karşılaştıkları sorunlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Welsh ve ark., 2014, ss. 289-290):

- *Sermaye Temini*
- *Eğitim Düzeyi ve Bilgi Eksikliği*
- *Toplumun Bakış Açısı ve Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık*
- *Rol Çatışması*
- *Örgütlenme Sorunu*
- *Bürokrasi Engelleri*
- *İletişim Sorunları*

Bunlara ek olarak “Tecrübe ve Özgüven Eksikliği”, “Pazar Durumu” ve görünmez engeller kapsamında ele alınabilecek “Cam Tavan Sendromu” kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar arasında yer almaktadır. Bu başlık altında yer verilen yazında da yaygın olarak yer verilen sorunlar, aşağıda alt başlıklarda açıklanmaktadır.

### **2.6.1. Tecrübe ve özgüven eksikliği**

Özgüven kadın girişimcileri başarıya götüren unsurların başında gelmekte olup, kadınların kendilerine olan güvenleri ile aldıkları risk oranı eş değerdir (Şenöz, 2018, s. 24). Özgüveni yüksek kişiler, risk faktörünü iyi yöneterek riski başarıya götüren bir unsur olarak değerlendirip daha fazla risk alabildiklerinden kendileri için daha karlı işlere girebilmektedir. Ancak özgüveni düşük kişiler verdiği kararlardan dolayı zorluk yaşamakta ve daha az riskli işlere yönelerek daha küçük yatırımlar yapmaktadır. Kişiler belli bir süre sonunda yaşadıkları olaylar neticesinde öğrendikleri bilgiler ve geliştirdikleri kazanımlarla deneyim sahibi olmaktadır. Özellikle yöneticiliğin deneyimle birleşmesi, girişimci için büyük kolaylık sağlamakta ve yeni durumlara uyum sağlamalarını kolaylaştırmaktadır. Alışlagelmiş yönetim anlayışında bireylerin girişimcilik olgusunu erkeklerle eşdeğer tutmaları, geleneksel anlayış içinde iş tecrübesinin erkeklerde daha fazla olabileceği sonucunu doğurmuştur. Fakat günümüzde girişimsel davranışta bulunan kadınlar, gerekli ticari ve teknik becerileri öğrenerek işletmeleri için gerekli donanımı hazır etmektedir (Erdemir, 2018, s. 36).

### **2.6.2. Eğitim düzeyi ve bilgi eksikliği**

Eğitim, bir ülkede kadının yaşam kalitesini artırıp statüsünü yükselten, bireysel bağımsızlık kazanmasını sağlayarak kadını geri planda kalmaktan kurtaran en önemli unsurdur. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar ancak eğitim seviyelerini yükselterek ve bilgi becerilerini artırarak erkeklerin arasında kendilerine yer bulabileceklerdir. Kadının iyi bir eğitim alması ile birlikte ekonomik güç edinerek bağımsızlığını kazanması, girişimsel faaliyette yönetime ortak olması gibi faktörler nedeniyle daha önce kullanılmayan kadın potansiyeli aktif hale gelerek ülke için de kazanım oluşacaktır (Sipahi, 1997, s. 67). Eğitim sadece kadınlar için değil tüm girişimciler için önemli olmakla beraber Türkiye’de mevcut eğitim-öğretim müfredatı, kadınların girişimcilik yönünü geliştirmeye uygun değildir. Bu nedenle gerek MEB, gerek sanayi ve teknoloji bakanlıkları aracılığı ile girişimci kadınlara yönelik eğitim programları hazırlanmalıdır. Bu eğitim programları, girişimcilik için altyapı oluşturacak şekilde düzenlenmeli, kadınları girişimcilik açısından cesaretlendirebilmeli ve kadınların mesleki açıdan eksikliklerini tamamlamaya yönelik olmalıdır. Böylelikle daha bilgili ve bilinçli bir şekilde girişimcilik faaliyetinde bulunabilmektedir (Torun, 2019, s. 55). Devlet tarafından kadınlara yönelik verilmesi gereken desteklerin yanı sıra özel kurum ve kuruluşlar da kadınlara yönelik girişimcilik eğitimleri, e-ticaret, finans, teknoloji, vb konularda destek olmalıdırlar. Bu anlamda KAGİDER, KOSGEP, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu çeşitli eğitimlerle kadın girişimcilere yardımcı olmaktadır (bizmu.com). Kadınlara verilen bu eğitimler sadece girişimcilikle sınırlı kalmayıp, onların aile yapılarını da etkilemektedir. Çeşitli konularda eğitim alan kadınlar kendini geliştirmekte ve bunu ailesine de yansıtmaktadır. Öyle ki Amerikalı psikolog David Clarence McClelland’ın 1950 yılında farklı ülke çocuklarının okuma kitaplarını incelediği çalışmasında çocukları girişimciliğe teşvik edici hikayeleri olan kitaplarla o ülkenin ekonomik büyüme hızı arasında olumlu bir ilişki olduğu ortaya koyulmuştur (Güney, 2008, s. 222).

### **2.6.3. İletişim sorunları**

Geleneksel ailelerin yaşadığı tutucu toplumlarda kadınların diğer kişilerle özellikle karşı cinsle iletişim kurması uygun görülmemektedir. Bu durum kadınların farklı kurumlarla, tedarikçi ya da müşterilerle iletişimlerini sınırlandırmakta ve işleri zorlaştırmakta, girişimci kadınlar işletmelerinde çalışanlarla ilgili birtakım sorunlarla karşılaşabilmektedir. Başarılı bir ekibi olan kadın girişimci için işler daha kolay ve daha başarılı olabilmektedir. Ancak kadınların genetik yapıları nedeniyle duygusal davranışlarda bulunmasından dolayı çalışanlarına zaman zaman patron-çalışan ilişkisinden uzaklaşarak bir dost, bir arkadaş olarak yaklaşması, hatta daha ileriye götürerek çalışanlarıyla ilişkisini anne-çocuk ilişkisi boyutuna taşıması, çalışanlarla iş kurumunun gerektirdiği sağlıklı iletişimi kurmasını zorlaştırabilmektedir. Bunun sonucunda kadın girişimciler çalışanları ile kurduğu yakın ilişkilerden dolayı bir karar alma durumunda duygusal davranıp profesyonelce davranmamaktadır. Kadın girişimcilerin bu sorunlarla karşılaşmalarını için iş hayatında

profesyonel bir duruş sergilemeleri ve çalışan-patron dengesini kurmaları gerekmektedir. Ayrıca, kadın girişimcilerin iş deneyimlerini ve bilgilerini diğer kadın girişimcilere aktarmaları, girişimcilik konularında yardımlaşmaları, birbirleri için rol model olmaları kadın girişimciler için iyi bir iletişim ağı oluşturmaktadır (KSSGM, 1998).

#### **2.6.4. Rol çatışması**

Kadınlar toplumsal algı nedeniyle aile içinde ev işlerini ve sorumluluklarını üstlenmektedir. Çalışan kadınların hem ailede hem de iş yaşamında belirli rolleri üstlenmesi beklenmektedir ve bu durum iş-aile yaşamı arasında çatışma yaşanmasına neden olmaktadır (Kim ve Ling, 2001, s. 205). Kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmalar, kadınların iş-yaşam dengesini sağlamak amacıyla genellikle girişimcilik faaliyetlerini tercih etmediklerini göstermektedir (GTF, 2014). Ailenin diğer üyeleri kadın girişimciye sağlayacağı destekle, iş-aile yaşamı çatışmasının azalmasında ve kadın girişimcinin başarılı olmasında önemli rol oynamaktadır (Welsh ve ark. 2014, s. 290). Bir başka ifadeyle iş yaşamındaki sorumlulukları üstlenen kadın girişimciler, aile içindeki sorumluluklarını da eksiksiz yerine getirmeye çalışarak rol çatışmasına girmekte, bu durumda aile üyeleri tarafından destek görmesi kadınların girişimcilik faaliyetini sürdürmesine katkı sağlayabilecektir.

#### **2.6.5. Sermaye temini**

Sermaye temini kadın erkek fark etmeden girişimcilerin en önemli sorunlarının başında gelmektedir. Girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların ilk ihtiyaçları sermaye temini olmaktadır. Girişimciliğe adım atan kadın ve erkekler sermaye temini için farklı yöntemlere başvurmaktadır (Erdemir, 2018, s. 35). Kadın girişimcilerin sermaye temini söz konusu olduğunda ilk akla gelen genellikle kişisel birikimleri olmasına karşın, bu birikimlerin yeterli olmadığı durumlarda kadınlar kredi kullanmayı tercih etmektedir. Türkiye’ de kadınların krediye ulaşmaları konusunda ayrımcı ve engelleyici kısıtlamalar olmamasına karşın, girişimci kadınların krediye ulaşmalarını engelleyen durum, teminat gösterecek varlıklarının bulunmamasıdır. Genellikle erkeklerin adına kayıtlı olan gayrimenkuller nedeniyle kadınlar bankaların istediği teminat kaynağını göstermekte zorlanmaktadır (Şekerler, 2006, s. 122).

#### **2.6.6. Toplumun bakış açısı ve cinsiyete dayalı ayrımcılık**

Kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunlardan biri de toplumun kadına bakış açısı ve cinsiyete dayalı ayrımcılıktır. Toplumun kadını iş hayatında, özellikle de kendi işinin başında görmeye alışkın olmaması, kadınların zaten zor olan yaşamlarını daha da zorlaştırmaktadır. Türkiye’ de cumhuriyetin ilanı ile birlikte kadınlar siyasi temsil, eğitim ve istihdam alanlarında çeşitli haklar kazanmışlardır. Kadınlara yasal olarak verilen bu haklara rağmen toplumsal bakış açısı ve kültürel değerlerin etkisiyle halen iş yaşamındaki kadına yönelik toplumsal baskılar devam etmektedir. Toplumsal ve kültürel açıdan toplumda kadına yönelik kalıplaşmış roller bulunmakta, erkekleri girişimcilik için destekleyen sosyal çevre kadınlar için aynı desteği vermek yerine caydırıcı olmaktadır. Dışarıda çalışarak evin geçimini sağlama işi erkeğe özgü

görüldüğünde, kadından evi ve çocukları ile ilgilenerek evinin düzenini sağlaması beklenmektedir. Kadınların çalışma hayatına atılması için öncelikle ev içi sorumluluklarını yerine getirmesi beklenmektedir. Kadın girişimciliği toplumda sadece erkekler tarafından değil kadınlar tarafından da olumlu karşılanmamaktadır (Soysal, 2010, s. 99).

Türkiye' nin coğrafi özelliklerinin kültürel yansıması olarak sayılabilecek bir durum ise Ege ve Akdeniz Bölgesinin kıyı kesimleri ile İstanbul, Ankara gibi büyük şehirlerde kadının iş hayatında olması daha olumlu karşılanıp desteklenirken, doğu ve güneydoğu bölgelerinde bulunan şehirlerde ve kırsal kesimde geleneksel bir yapının etkisiyle kadınların iş hayatında yer almasına olumlu bakılmamaktadır. Ülkenin farklı bölgelerindeki bu durum, bazı kadınlara fırsat olarak yansırken bazı kadınların önüne engel olarak çıkmaktadır. Fakat ülkenin genel yapısı itibarıyla modern eğilimli bölgelerde bile toplumsal yapı, girişimci olarak iş hayatında başarılı olmak arzusunda olan kadına zorluklar yaşatabilmektedir (Başbakanlık, 2000, ss. 83-84).

#### **2.6.7. Cam tavan sendromu**

Çalışma yaşamında her geçen gün kadın çalışan sayısının artması ile birlikte çalışan kadına yönelik yapılan araştırma ve çalışmalar da artmıştır. Yapılan bu çalışmalar kadınların yönetici pozisyonunda ancak orta kademeye kadar yükselebildiğini daha ilerisinin olmadığını göstermiştir. Ayrıca yönetici pozisyonunda bulunan kadınlar tüm dünyada sayı olarak çok azdır. Fortune 1000' deki (*Fortune 1000 listesi, toplam gelirler temel alınarak oluşturulmuş en büyük 1000 Amerikan şirketini kapsamaktadır*) firmalardan sadece ikisinde üst düzey yöneticisinin (CEO) kadın olduğu görülmektedir. Bu durum, iş hayatında kadınların yükselmesini engelleyen bir cam tavan (glass ceiling) olduğunun göstergesidir. (fortuneturkey.com)

Cam tavan kavramı ilk olarak 1970' li yıllarda ABD' de ortaya çıkmıştır. "Örgütsel önyargılar ve kalıplar tarafından oluşturulan, kadınların üst düzey yönetim pozisyonlarına gelmelerini engelleyen görünmez, yapay engeller olarak tanımlanmıştır" (Wirth, 2001, s. 1). Kadınların çalışma yaşamında üst düzey yönetime ulaşmalarındaki fırsatlardan yoksun bırakılmaları, yalnızca örgütsel yaşamda değil kamu sektöründe, politik yaşamda, eğitimde ve akademik alanlarda da görülmektedir. Cam tavan, örgütsel yapının yalnızca zirvesinde değil diğer yönetim düzeylerinde de geçerlidir. Genel olarak bakıldığında cam tavan; kamu kurumlarında, özel şirketlerde, eğitim kurumlarında veya kar amacı gütmeyen çeşitli kuruluşlarda yüksek mevkilere gelmek isteyen ve bunun için çaba gösteren kadınların karşılaştıkları engellerdir. Cam tavan sendromu, kadınların yalnızca örgütlerde yükselmelerinin engellenmesini ifade etmekle kalmamakta, bununla birlikte ücret eşitsizliği, eğitim ve gelişimden yoksun kalma, erkek egemen olan sosyal ağlara katılamama gibi birçok yanlış uygulamayı da içermektedir. Ayrıca toplumsal önyargılar, cinsiyete yönelik meslek ayrımı, kurum kültürü gibi faktörler cam tavanların ortaya çıkmasında etkili faktörlerdir (Utma, 2019, s. 45). Cinsiyeti nedeniyle kadınların işletmede terfi almasına ve yönetici

olmasına engel olunmasını (Anafarta ve ark., 2008, s. 114; Narin ve ark., 2006, ss.71-72) ifade eden “Cam tavan” terimi ile anlatılmak istenen var olan bir sorunun somut olarak ortaya konulamaması yani bu sorunun belirsiz kalmasıdır (Örücü ve ark., 2007, ss. 118-119). Türkiye’de kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerin yanı sıra cam tavan sendromu nedeniyle de kadınlar girişimci olmaya yönelmektedir (Keskin, 2014, s. 87).

#### **2.6.8. Örgütlenme sorunu**

Örgütlenme, kendi adına çalışan ve bu alanda çalışmaya devam etmek isteyen kişiler için vazgeçilmez çalışma hayatının vazgeçilmez unsurlarındandır. Örgütsüz çalışan kişiler, emeklerinin karşılığını alamamak, gelir kaybı ve rekabet gibi konularda çeşitli zorluklarla karşılaşabilmektedirler (Ecevit, 2007, s. 28).

Kadınların girişimcilik konusunda yaşadıkları birçok sorunun temelinde yaşadıkları sorunlara karşı etkin bir şekilde örgütlenememeleri yatmaktadır. Örgütlenmenin amacı, aynı faaliyet alanında bulunan ya da aynı meslekte çalışan kadınların birleşerek bürokratik engellere karşı iş birliği ve uyum içinde olmalarıdır. Örgütlenme yeni bir iş kurma durumunda olan girişimciler için olduğu kadar girişimcilik düşüncesi olan kişiler için de önemlidir. İlk defa aile dışında bir ortamda bulunarak iş tecrübesi yaşayacak kadının bir örgüt tarafından desteklenerek kendini yalnız hissetmemesi, kadın girişimcinin daha güçlü ve özgüvenli olmasını sağlayarak psikososyal açıdan çok faydalı olacağı gibi ekonomik ve politik olarak da önem arz etmektedir (İlter, 2008, s. 97).

Kadın girişimcilerin işleri ile ilgili örgüt ve etkinliklere katılım sağlamaları, bireysel ve iş alanında fayda sağlamaktadır. Böylece, kamu kurum ve kuruluşlarındaki yetkililere işle ilgili taleplerini iletebilirler. Girişimcilik hayatına başlayan kadınlar yeni işlere yönlendirilerek ve destek alarak iş hayatında süreklilik sağlayabilirler (Ecevit, 2007, s. 52).

Mesleki örgütlenmeler daha çok erkek girişimciler tarafından kurulmakta olup, kadın girişimciler pek çok konuda olduğu gibi bu konuda da erkeklere göre geride kalmış olduğundan kadınların girişimcilik konusunda cesareti kırılmaktadır. Ancak son yıllarda kadınlar da mesleki örgütlenmenin önemini kavramış olup, birçok alanda mesleki örgütlenme oluşturmuş, böylece kadınlar girişimcilik konusunda cesaretlenerek girişimci kadınların birbirlerine yardım etmeleri ve işbirliği yapmaları sağlanacaktır (Özyılmaz, 2016, s. 62).

#### **2.6.9. Bürokrasi engelleri**

Türkiye’de kadınların iş hayatına girmesi ve girdikten sonra işlerini devam ettirmeleri noktasında yasalarda herhangi bir cinsiyet ayrımcılığı bulunmamaktadır. 2003 yılında yürürlüğe giren 4857 Sayılı İş Kanunu’nda aynı veya eşit değerde bir iş için cinsiyet nedeniyle daha düşük ücret alınmayacağına hükmedilmektedir. Ancak toplum tarafından belli mesleklerin kadınlara yönelik olarak kabul görmesi, görev dağılımının cinsiyetlere göre

adil yapılmaması, iş yerinde kriz kaynaklı küçülmeye gidildiğinde ilk önce kadınların işten çıkartılması ve kadınların düşük ücretle çalıştırılması gibi örneklerin en çok karşılaşılan bürokrasi engelleri olduğu söylenebilmektedir.

Türk toplumu bireysellikten ziyade bulunduğu guruba sadakati fazla olan bir toplum olarak bilinmektedir. Bu nedenle Türk toplumunda bireysel olarak kararlar alabilme konusunda yeterliliğinin olmadığı düşünülürse kişilerin girişimcilik faaliyetlerinde yeterince etkin olmadıkları düşünülebilir (Arıkan, 2013, s. 82). Yeni kurduğu işletmeyi tescil ettirmek için kişinin bürokratik işlemlerde bilgi sahibi olmaması, fazladan zaman ve çaba harcamasını gerektirmektedir. Bu durum özellikle erkek girişimcilere göre girişimcilik konusunda daha az bilgi ve tecrübeye sahip olan kadın girişimciler için zorluk teşkil etmektedir (Özyılmaz, 2016, s. 61). Ayrıca kadın ya da erkek fark etmeksizin girişimcilikteki bürokrasi engelleri, kurumsallaşmaya karşı girişimcilerin mesafeli olmasına neden olmaktadır. Bazı girişimcilere göre kurumsallaşma süreci, karar alma süresinin uzaması olarak düşünüldüğünden tercih edilmemektedir. Türkiye’ de bürokrasi sisteminin kişileri kurumsallaşmaya teşvik edememesinin nedeni, erkek ve kadın girişimcilerin bürokratik yapının tekrarlarla bu süreci daha da uzatacağına olan inançlarıdır (Baraz, 2006, s. 125).

Kadın girişimcilerin henüz işlerin başında, daha işletmenin kuruluş aşamasında bu tür problemlerle karşılaşmamaları için devlet ve ilgili kuruluşlar tarafından kadınlarda farkındalık yaratılması, kadınların bilgilendirilmesi ve kamuoyu oluşturulması için konu ile ilgili tanıtıcı ve bilinçlendirici etkinlikler yapılmaktadır. Ayrıca piyasa ekonomisi ilkelerine uygun olan bütün girişimlerde kadınların işveren ve patron olarak aktif olmasına destek olunması gerekmektedir (Şekerler, 2006, s. 76).

Son yıllarda yaygınlaşan teknolojinin bir çıktısı olarak aktif olarak kullanılmaya başlanan e-devlet platformu girişimcilere bürokratik engeller için büyük bir kolaylık sağlamıştır. Çeşitli başvurular, ödemeler, randevu sistemi gibi kolaylıklar sayesinde bürokratik süreç kısalmış ve kolaylaşmıştır (Arıkan, 2013, s. 82).

#### **2.6.10. Pazar durumu**

Kadın girişimciler, işletmelerinin kuruluş aşamasından sonra işletmelerini büyütmenin yanı sıra faaliyet gösterdikleri pazarda tanınmak istemekte, ancak ilk aşamada bunu nasıl yapacaklarını tam anlamıyla bilmediklerinden bu konuya yönelik yönlendirme ve eğitim almak istemektedir (Bektaş, 2021, ss. 74-75). Kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlardan birisi, düşük maliyetli ve kaliteli mal temin etmek için pazar araştırması yaparken il dışına çıkma gibi durumlarda erkek girişimcilere göre daha fazla zorlanmalarıdır. Bir başka deyişle kadın girişimcilerin iş kadınlığı dışında eş ve annelik gibi sorumlulukları olduğundan pazar araştırmalarını her zaman düzenli bir biçimde yapamayabilmektedir. Kadın girişimciler yurt içi ve yurt dışındaki fuarları takip etme ve katılma konusunda da sorunlar yaşamaktadır (Hancı, 2004, s. 44).

Palaz ve Turgut (2009)' un "Kadın Girişimcilerin Kişisel ve İş Yaşamına İlişkin Özellikleri" isimli araştırmalarında yer alan kadınlar, iş kurma aşamasında yaşadıkları sorunlar kapsamında en önemli sorun olarak sermaye teminini (%58,8), ikinci olarak, kiralardan yüksek olmasını (%55) belirtirken, üçüncü sırada ise pazarda tanınmamış olmak (%52) belirtilmiştir (Palaz ve Turgut, 2009, s. 109). Kadın girişimcilerin iş yerini kurduktan sonra yaşadıkları sorunlar arasında ise pazarın durgun olması temel sorun olarak görülmüştür (%85). Kadın girişimcilerin işlerini kurduktan sonra ürettikleri hizmet ve malları satmak için pazar ihtiyacı doğduğundan meslek odaları bu konularda girişimci kadınlar için bilgilendirme yapmalı, kadın girişimcilerin işletmelerinde kullanacakları materyallerin tedarik edilmesinde ve piyasada görünürlüklerinin artırılmasında öncülük etmelidir (Güleç, 2011, s. 51).

## **2.7. Türkiye' de Kadın Girişimciliğini Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar**

Kadınların girişimcilik sürecinde iş fikirlerini desteklemek, sermaye bulmak, bu süreçte yeni pazarları ve ürünleri tanımalarına yardımcı olmak, üretim, teknoloji gibi konularda bilgi sahibi olmalarını sağlamak gibi pek çok konuda kadınların yanında olan kurum ve kuruluşlar mevcuttur. Bu kuruluşlar; devlet destekli, STK' lar ve uluslararası kurumlar olarak çeşitlilik göstermekte, genel olarak ücretsiz hizmet vermekte, temel amaçları kadınları girişimcilik konusunda destekleyerek özelde aile ekonomisine, genelde ülke ekonomisine katkıda bulunmaktır. Ayrıca bankalar yeni iş kurmak isteyen girişimcilere ve kadın girişimcilere girişimcilik faaliyetlerine başlarken finansal destek vermektedir. Aşağıda söz konusu destek kredilerine yer verilmiştir.

- QNB Finansbank Kadın İhracat Destek Kredisi
- Türkiye İş Bankası Kadın İhracat Destek Kredisi
- Akbank İşim İçin Kredi
- Garanti Bankası Kadın Girişimci Bankacılığı
- TEB Ev Hanımlarına Destek
- ING Bank Kadın Girişimci Platformu
- Halkbank Kadın Girişimci Kredisi
- Ziraat Bankası Kadın Girişimcilere Özel Destek Paketi
- Vakıflar Bankası EBRD Kadın Girişimciye Destek Paketi

### **2.7.1. Kadın girişimciliğini destekleyen sivil toplum kuruluşları**

Kadın girişimciliğini destekleyen sivil toplum kuruluşlarından en fazla faaliyeti göstererek ön planda olan kuruluşlara bu başlık altında yer verilmiştir.

*Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV):* 1986 yılında kurulan KEDV, yoksulluk ve eşitsizliklerle mücadele ederek daha güçlü bir toplum oluşturmak, kadınların yaşam kalitelerini ve ekonomik durumlarını iyileştirmek ve kadınların çabalarına destek olarak yerel kalkınmadaki yerlerini güçlendirmek için çalışmaktadır. Kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olan KEDV, 29.01.2001 tarihli 2001-2009 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla kamu yararına kuruluş statüsü olan bir vakıftır ve vakfa yapılacak tüm bağışlar vergiden düşürülebilir (KEDV, 2023).

*Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER):* 2002 yılında İstanbul’ da 37 kadın girişimci tarafından ülke genelinde faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak kurulmuştur. 2002 yılı Şubat ayında düzenlenen Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Toplantısı’ na Türkiye’ den katılan kadınların toplantıda kendilerini yalnız hissetmeleri neticesinde ilk temelleri atılmıştır. Derneğin amaçları arasında geleceğin iş dünyasını yapılandırmada kamu, özel sektör ve sivil toplumdaki bileşenlerle işbirliği içinde etkin kadın girişimciler yaratmak, ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını artırmak, mevcut kadın girişimcileri güçlendirmek ve Türk kadın girişimcilerin dünyaya açılmasını sağlayarak Türkiye’ nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkı sağlamaktır (İlter, 2008, s. 128). KAGİDER’ in bugün farklı sektörlerde aktif olarak çalışan ve değer üreten yaklaşık 400’ ün üzerinde kadın girişimci üyesi bulunmaktadır. KAGİDER, diğer desteklerin yanı sıra Güneydoğu Avrupa Ülkelerinde Kadın Girişimciler Projesi (SEECCEL) kapsamında Güneydoğu Avrupa ülkelerinde kadın girişimciler, kadın örgütleri, girişimcilik destek alanında faal olan politika yapıcılar ve hizmet sağlayıcılar arasında şebeke kurulmasını desteklemektedir (KAGİDER, 2023).

*Türkiye Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD):* 1971 yılında Türkiye’ nin önde gelen girişimcilerinin ve iş dünyası yöneticilerinin oluşturduğu gönüllü bir iş dünyası kuruluşu olan TÜSİAD bünyesinde Ömer Sabancı başkanlığında Bilgi Toplumu ve Yeni Teknolojiler Komisyonu bulunmaktadır. Bu komisyonun altında da “Girişimcilik ve Yenilikçilik Çalışma Grubu” kurularak 20 Nisan 2004 tarihinde Boğaziçi Üniversitesi’ nde farklı üniversitelerden katılan öğrencilerin fikirleri ve değerli konuşmacıların katılımları ile Girişimcilik Kongresi gerçekleştirilmiş ve yeni projelerin hayata geçirilmesi yolunda gençler iş adamları ile buluşturulmuştur. TÜSİAD bünyesinde bulunan “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Çalışma Grubu”, Türkiye’de toplumsal yapının gelişimi için kadınların eğitim, çalışma hayatı ve siyasete eşit katılımlarının önündeki engelleri tespit etmek, farkındalığı artırmak ve sorunlara çözüm önerileri getirmek yönünde çalışmalar yaparak kadın girişimciliğine verdiği özel önem doğrultusunda ekonomik, teknik ve proje olarak destekler vermektedirler (TUSİAD, 2023).

### **2.7.2. Kadın girişimciliğini destekleyen kamu kuruluşları**

Artan kadın girişimci sayısına paralel olarak girişimci kadınlara destek olan birçok kamu kurum ve kuruluşu bulunmaktadır. Bu kurum ve kuruluşlar, kadınlara ekonomik olarak ve diğer alanlarda destek sağlamaktadır. Türkiye’ de kadın girişimcilere KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), TOBB (Türkiye Odalar ve

Borsalar Birliği, KGF (Kredi Garanti Fonu), ASHB (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı), çeşitli özel ve kamu bankaları destek sağlayan kurumlardır.

*Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB):* TOBB, Odalar ve borsalar arasındaki birlik ve beraberliği sağlamak, mesleğin genel menfaatlerine uygun olarak gelişmesini sağlamak, oda ve borsa üyelerinin meslekî etkinliklerini kolaylaştırmak, üyelerinin birbiriyle ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlük ve güveni sağlamakla beraber ülkenin kalkınması, ekonominin gelişmesi için gerekli çalışmaları yapan Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Ticaret ve Sanayi Odaları, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları' nın birleşmesiyle 5174 sayılı Kanun kapsamında kurulmuş olup tüzel kişiliğe sahip, kamu kurumu niteliğinde meslek üst kuruluşudur (TOBB, 2023).

*Kredi Garanti Fonu A.Ş. (KGF):* Finansman ihtiyacı olan ve teminat yetersizliği bulunan KOBİ (Küçük Orta Boy İşletme)' lere kefalet desteği sağlayan bir kefalet kuruluşudur. Faaliyetleri arasında kredi sağlamak bulunmamakla beraber işletme sahiplerinin banka kredisi kullanmalarını mümkün hale getiren bir kuruluştur. KGF, ayrıca bankaların kredi riskini paylaşarak daha sağlıklı bir teminat yapısına ulaşılmasını sağlamaktadır (KGF, 2023).

*Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (ASHB):* Bünyesinde “Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü” olarak bir birim bulunmakta olup, bu birim kadına yönelik pek çok alanda hizmet vermektedir. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü koordinatörlüğünde hazırlanan “Kadının Güçlenmesi Strateji Belgesi ve Eylem Planı”, kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, meslek kuruluşları, özel sektör ve ilgili diğer kuruluşlarla birlikte kadınların her açıdan güçlenmesine yönelik yapacakları çalışmaları içeren bir plan hazırlamışlardır. 2018-2023 dönemini kapsayan bu plan, beş temel politika (eğitim, sağlık, ekonomi, karar alma mekanizmalarına katılım, medya) eksenine yönelik mevcut durum, temel amaçlar, stratejiler ve faaliyetler olarak düzenlenmiştir (ASHB, 2023).

*Ticaret ve Sanayi Odaları (TSO):* TSO' nun esnaf ve küçük sanatkârların sicil kaydını tutmak; üyelerinin mesleki, ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak; mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak; problemlerin çözümü için araştırmalar yapmak; düzenlediği eğitim seminerleri ile üyelerini bilgilendirmek gibi faaliyetleri bulunmaktadır. TSO ayrıca üyelerini ilgilendiren hukuki düzenlemelerin yapılması sırasında hükümete görüş bildirerek danışmanlık hizmeti de vermektedir. TSO tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşlarıdır (5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu' nun 4. maddesi). Ticaret ve Sanayi Odaları her il bünyesinde kurulmakta olup il üyelerine yönelik çalışmalar yürütmektedir (CTSO, 2023).

*Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB):* 1990 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından küçük ve orta ölçekli işletmelerin rekabet güçlerini arttırmak ve yeniliklere daha hızlı uyumlarını sağlamak amacıyla kurulmuştur. 2009 yılı sonuna kadar sadece imalat sanayi sektörüne destek sağlarken,

yapılan kanun değişiklikleri ile sanayi sektörünün dışına açılarak, hizmet ve ticaret sektörlerine de birçok konuda destek vermeye başlayan KOSGEB, mevcut kanunlar ile girişimcilere ve KOBİ' lere yönelik olarak ekonominin canlandırılması ve iş fikirlerinin değerlendirilmesi gibi birçok konuda destek vermektedir. KOSGEB, KOBİ' lerin e-ticarete hazırlanmalarını, ihtiyaç duydukları bilgilere daha kolay ve hızlı ulaşabilmeleri, hem ulusal hem de uluslararası işletmeler kurmalarını sağlamak için "Küçük ve Orta Boy İşletmeler Arası Bilgi Ağı "KOBİNET" i kurmuştur. KOBİNET' te finans imkânları, iş dünyasındaki şirketler, Avrupa Birliği konularında bilgiler yer almaktadır. Ayrıca İstanbul Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi ile işbirliği yaparak teknolojik ürün ve üretim sistemi geliştirip yenilik sağlamayı hedefleyen kobilere ve girişimcilere yönelik bu üniversitelerin kampüslerinde Teknoloji Geliştirme Merkezleri (TEKMER) açılmıştır. KOSGEB 1990 yılında 3624 sayılı Kanun ile imalat sanayi işletmelerinin ekonomideki yerlerinin geliştirilmesi amacıyla kurulmuş bir kamu kuruluşudur (KOSGEB, 2023).

*Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi (ABİGEM):* ABİGEM, kadın girişimcilerin iş yaşamında daha çok yer almasını teşvik etmek amacıyla özellikle kadın girişimcileri cesaretlendirici politika ve teşvikler üretmek için Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) öncülüğünde ilgili Ticaret ve/veya Sanayi Odalarının ev sahipliğinde Avrupa Birliği (AB) fonları ile kurulmuştur. ABİGEM, profesyonel eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunarak KOBİ' lerin rekabet seviyelerini ulusal ve uluslararası piyasalarda artırmalarına ve potansiyellerini geliştirilmelerine yardımcı olmakta, KOBİ' lerin iş geliştirme hizmetlerini alabilecekleri ilk temas noktası olmayı amaçlamaktadır. ABİGEM bünyesinde bir günlük "Kendi İşimi Kuruyorum Programı" adındaki girişimcilik eğitimi ile başlamaktadır. Eğitim kapsamında iş fikrinin değerlendirilmesi veya oluşturulmasıyla iş fikri olan fakat kendinden emin olmayan adayların iş fikrini değerlendirmeye yönelik programa, iş fikri olmayan adayların ise iş fikri oluşturmaya yönelik programa katılmaları sağlanmaktadır. İş fikri konusunda karar verildikten sonra programın diğer bölümleri olan pazarlama, iş yönetimi, finans, iş planlanması, verimlilik ve uygulanabilirlik konularını kapsayan eğitimler ile devam edilmektedir. İş fikri uygun görülen girişimci ile yapılabilirlik çalışması ve iş planı hazırlanmaktadır. İşletme kurulduktan sonra ABİGEM' in desteği devam etmekte ve düzenli olarak yapılan görüşmeler ile işin takibi yapılmaktadır (ABİGEM, 2023).

### **2.7.3. Kadın girişimciliğini destekleyen uluslararası kuruluşlar**

Kadın Girişimciliğini Destekleyen uluslararası kuruluşlar, dünya genelinde kadınlara yönelik çalışmalar yaparak özellikle dezavantajlı kadınlara ulaşmayı amaç edinmişlerdir. Bu kuruluşlar, kadınlara sermaye temininden girişimcilik sürecinde eğitime kadar çeşitli alanlarda hizmet vermektedir.

*Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP):* 1966 yılında New York' ta kurulan Birleşmiş Milletler' in sosyoekonomik kalkınmanın çeşitli alanları ile ilgilenen özel kuruluşu olan örgütün amacı, yoksulluğun ortadan kaldırılması ile eşitsizliklerin ve dışlanmanın azaltılmasıdır. 50 yılı aşkın bir süredir bu program, 166 ülkedeki yerel büroları aracılığıyla sürdürülebilir kalkınmayı yaygınlaştırmak üzere yerel yetkililer ve sivil toplum aktörleri ile birlikte çaba göstermektedir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, kadınların güçlenmesi ve kalkınma programlarına dahil edilmesine özel önem vermektedir. “Kalkınmada toplumsal cinsiyet”, programın üzerinde durduğu önemli alanlardan biridir. Kadınlara mikro finans desteği sağlamanın yanı sıra kadınlara yönelik çeşitli programlar geliştirmiş ve uygulamaya koymuştur. Bu amaçlar doğrultusunda 1986 yılından bu yana yüze yakın proje hayata geçirilmiştir. Türkiye' nin uluslararası kalkınma işbirliğinde yükselen profili ve önemli örnek bir ülke konumuna gelmesinin de etkisiyle 2011 yılında Türkiye-UNDP Ortaklık Çerçeve Anlaşması imzalanmış ve ilişkiler stratejik nitelik kazanmıştır (UNDP, 2023).

*Avrupa Birliği (AB-EU):* Toplam yirmi yedi üye ülkeden oluşan siyasi ve ekonomik bir örgütlenme olan Avrupa Birliği, kadın ve erkek eşitliği konusunu “istihdam ve sosyal işler” başlığı altında ele almaktadır. Birlik, toplumsal cinsiyet eşitliği hedefi ile kadın ve erkeğe eşit muamele yapılması, eşit fırsatların sağlanması, cinsiyet temelli her tür ayrımcılığın önlenmesi için çalışmalar yürütmektedir. Kadın girişimciliğinin geliştirilmesi de bu çalışmalar arasında yer almaktadır. AB Antlaşması' nın 2. ve 3. Maddesi olan “Kadın-erkek eşitliğinin birliğin dayandığı temel ilkeler arasında sayılması” ve “Kadın-erkek eşitliğinin hâkim olduğu bir toplum” vurgusu doğrultusunda kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik birçok projeye destek vermektedir (AB-EU, 2023).

*Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ-ILO):* Birincil hedefi, kadınlara ve erkeklere özgürlük, eşitlik, güvenlik ve saygınlık koşullarında insana yakışır ve üretken işler bulma fırsatları sağlamak olan ILO, 1919 yılında Birinci Dünya Savaşı sonrasında Versay Anlaşması kapsamında kurulmuştur ve 1946 yılında BM' nin ilk uzman kuruluşu konumuna gelen örgüte Türkiye 1932 yılında üye olmuştur. ILO kadın girişimciliği konusunda iş gücü piyasası politikalarında kadınlara erkeklerle eşit fırsatlar sağlamak için faaliyetler yürütmektedir. Örgüt, “Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesi ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği” (Women' s Entrepreneurship Development and Gender Equality-WEDGE-) nin bir bileşeni olan “Küçük Girişimciliği Geliştirme Programı” (SEED) kapsamındaki çalışmaları ile girişimcilik yönünde kadınlara destek vermektedir (ILO, 2023).

### 3. BÖLÜM

#### ÇORUM İLİNDEKİ GİRİŞİMCİLER VE KADIN GİRİŞİMCİLERİN SOSYAL SERMAYE DÜZEYİNE İLİŞKİN UYGULAMA

##### 3.1. Yazın Araştırması

Önceki bölümlerde belirtildiği üzere sosyal sermayenin kesin bir tanımı olmadığı ve sosyal sermaye ile ilgili çok çeşitli tanımlar yapıldığı gibi yazında pek çok araştırmacı tarafından sosyal sermaye düzeyinin ölçülmesi temelinde çalışmaların yapıldığı görülmüş, sosyal sermaye düzeyi ve belirleyicileri ile ilgili teorik ve uygulamalı farklı çalışmalara rastlanmıştır. Sosyal sermaye düzeyinin kadın girişimcilerle ilişkisini (kadın girişimcilerin kazancı, kadın girişimcilerin girişimcilik kararı, kadın girişimcilerin işletmelerinin büyümesi, kadın girişimcilerin iş performansı, kadın girişimcilerin finansman kaynakları tercihi, kadın girişimcilerin başarısı gibi) araştıran çalışmaların genellikle Türkiye dışındaki ülkeler (Çin, Pakistan, Gana, Endonezya, Slovenya, Filipinler, Malezya, Tunus, İran, Kore, Hindistan, Tanzanya, Kuzey Vietnam, Nijerya, İspanya, İngiltere, Avustralya, Amerika Birleşik Devletleri, 27 Avrupa ülkesi) için yapıldığı görülmüştür. Konuyla ilgili Türkiye dışında araştırma yapılan ülkelerin çoğunla gelişmekte olan ülkeler olduğu görülse de Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya, İngiltere, İspanya, Slovenya gibi gelişmiş ülkeler de bulunmaktadır. Yazında kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyini kadınların iş kurma ve işlerini büyütme temelinde Türkiye için araştıran birkaç çalışma (Alp-Toprakçı ve Aksoy (2019) Antalya, Aşkın ve Barış (2016) Tokat, Yetim (2008) ve Yetim (2002) Mersin illeri için araştırmışlardır) bulunmakla birlikte girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığına etkisini Çorum ili için araştıran çalışmalara rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın özgünlük oluşturacağı ve yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal sermaye alanında yapılan en önemli çalışma 1970' li yıllardaki Dünya Bankası tarafından yapılan "Dünya Değerler Araştırması (World Values Survey -WVS-)" dir. Bu çalışmada da sosyal sermaye düzeyinin ölçümünü yapabilmek için "Dünya Değerler Araştırması" ndan yararlanılmıştır. Dünya Değerler Araştırması, teorik ve metodolojik olmak üzere iki temel bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler toplumun ekonomi, siyaset gibi alanlarını anlayabilmek açısından kültürel değerlerin aktarılması şeklinde oluşturulmuştur. Dünya Değerler Araştırması sadece "değerler" hakkında veri toplamakla kalmayıp o toplumun davranışları, kanaatleri, tutumları ve inançları hakkında da bilgi vermektedir. Aşağıda Dünya Değerler Araştırması gibi sosyal sermaye ölçeklerinden yararlanılarak kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin ölçümünü ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ile kadın girişimcilerin kazancı, kadın girişimcilerin girişimcilik kararı, kadın

girişimcilerin işletmelerinin büyümesi, kadın girişimcilerin iş performansı, kadın girişimcilerin finansman kaynakları tercihi, kadın girişimcilerin başarısı arasındaki ilişkiyi farklı ülkeler için araştıran çalışmalara günümüzden geçmişe doğru yıl sıralamasıyla yer verilmiştir.Çalışmada girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığına etkisinin araştırılması amaçlandığından kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetine yönelmelerini ve girişimcilik faaliyetini sürdürmelerini sosyal sermaye düzeyleri ile ilişkilendiren çalışmalara bu başlık altında yer verilmiştir.

Wang ve ark. (2022) çalışmalarında kadın girişimcilerin dış finansman seçimlerinde sosyal sermayenin etkisini toplumsal cinsiyet rolleri, toplumsal cinsiyet rolleri, dış finansman ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi Kuzey Çin' de 18' i yüksek lisans öğrencisi (Jilin Üniversitesi işletme yönetimi bölümü) 132' si girişimci olmak üzere toplam 150 kadına anket uygulayarak regresyon analiziyle araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda cinsiyet rollerinin kadın girişimcilerin sosyal sermaye kazanımları ve dış finansmanı seçmelerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin yatırım yapma konusunda güvensiz oldukları ve sosyal ağlarını genişletme konusunda da isteksiz oldukları, aile ve yakın çevre ile yetindikleri tespit edilmiş, bu konularda kadınlara önerilerde bulunmuşlardır.

Khan (2020) çalışmasında kadın girişimciliği ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi Pakistan' ın Hayber-Pahtunhva eyaletinin Makaland bölgesindeki kadınlara yönelik bir vaka çalışması yaparak araştırmıştır. Çalışmada kadınların sosyal sermayelerindeki artışın ticari faaliyetlerini sürdürmeleri ve ticari faaliyetlerinin büyümesinde önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Ayrıca kadınların cinsiyetler arası ekonomik ağların geliştirilmesinde aktif rol oynadığı ve bunu sosyal normlara uygun bir şekilde yaptıkları belirtilmiştir.

Osei ve Zhuang (2020) çalışmalarında sosyal sermayenin,kırsal yerlerdeki yoksulluğun azaltılması kapsamında, kadın girişimciler üzerinde etkisini, Gana için tarım işletmelerindeki 333 kadın girişimciye anket uygulayarak yapısal eşitlik modeliyle araştırmışlardır. Çalışmadan elde edilen bulgular, sosyal sermayenin kırsal kesimdeki kadın girişimciler üzerinde kırsal alandaki yoksulluğun azalması kapsamında olumlu yönde etkisi olduğu şeklindedir. Araştırmacılar politikacı ve ekonomistlere gelişmekte olan ülkelerde kırsal alanlardaki yoksulluğu azaltmak için kırsal alanlardaki tarım sektöründeki girişimcilik faaliyetlerinde kadınları güçlendirmelerini ve teşvik etmelerini önermişlerdir.

Setini ve ark. (2020) çalışmalarında Endonezya' nın Bali adasında kadın girişimcilerin iş performansına sosyal sermayenin etkisini, 200 kadın girişimciye anket uygulayarak yapısal eşitlik modeliyle araştırmışlardır. Araştırma sonucunda sosyal sermayenin Endonezya' nın Bali adasında kadın girişimcilerin iş performansı üzerinde olumlu etkisi olduğu, ancak girişimcilik becerileri, piyasaya erişim, bürokrasi ve yasallaştırma gibi sorunlar nedeniyle kadın girişimciler için sosyal sermaye temelinde fırsatların sınırlı olduğu tespit edilmiştir.

Vadnjal (2020) çalışmasında Slovenya' daki kadın girişimcilerin yeniliklere yönelmesinde sosyal ve beşeri sermayenin rolünü 340 kadın girişimciye anket uygulayarak kümeleme ve ANOVA analiziyle araştırmıştır. Araştırma sonucuna göre yüksek beşeri sermayeye sahip kadın girişimciler daha yenilikçi olma eğilimi göstermektedir. Sosyal sermayenin etkisi ise eğitim düzeyi yüksek ancak iş deneyimi düşük olan kadın girişimcilerin yeniliklere yönelmesinde daha fazladır.

Yukongdi ve Cañete (2020) çalışmalarında Kuzey Amerika' da bulunan Bukidnon Eyaletindeki Filipinler için kadınların girişimcilik kararına sosyal sermayenin etkisini, 27 kadın girişimciyle yüz yüze görüşme yöntemi uygulayarak araştırmışlardır. Filipinler Bukidnon' da aile, insan sermayesi, sosyal sermaye ve devlet destek hizmetlerinin kadın girişimcilerin işe başlama kararları üzerindeki etkisini 27 kadın girişimci ile yüz yüze görüşerek araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda kadınların girişimcilik kararlarında eşlerinin rızası ve desteği, ek gelir elde etme ve çocuk bakımı gibi etkenlerin birinci derecede önemli olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada kadın girişimcilerde kadınların eğitim kazanımlarından çok geçmiş iş deneyimlerine önem verildiği, kadınların kişisel ve iş ağlarından ziyade akraba ve arkadaşlarının girişimcilik faaliyetlerinde daha etkili olduğu görülmüştür.

Alp-Toprakçı ve Aksoy (2019) çalışmalarında kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyal destekleri, yaşadıkları sıkıntılar ve toplumun kadın girişimcilere bakış açısını sosyal sermaye düzeyleri kapsamında Antalya'da 20 kadın girişimciye yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulayarak araştırmışlardır. 20 kadın girişimci, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kadın Girişimciler Kurulu (T.O.B.B.K.G.K) ve Antalya Akdeniz Girişimci İş Kadınları Derneği (AGİDER) başkanları yoluyla belirlenmiştir. Araştırma sonucuna göre kadın girişimciler finansal sermaye temininde tasarruflarını kullandıktan sonra daha kolay ulaşabildikleri eş, dost ve akrabadan destek almakta, izleyen aşamada daha zor ulaşılabilen resmi kurumlar (bankalar, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) gibi), uzmanlar ve danışmanlara yönelmektedir. Araştırmada kadınların sosyal sermaye düzeylerindeki artışta sivil toplum örgütlerine aktif katılımının önemli etkisi olduğu belirlenmiştir.

Lowrince ve ark. (2019) çalışmalarında Malezya' nın Sabah eyaleti için sosyal sermayenin küçük orta boy işletme (KOBİ) sahibi kadınların iş performansına etkisini kadınların girişimcilik yönelimi kapsamında anket uygulayarak yapısal eşitlik modeli yöntemiyle araştırmışlardır. Çalışmada sosyal sermaye yapısal, ilişkisel ve bilişsel yönlerden ölçülmüştür. Çalışmanın evreni Sabah Kinabalu' daki KOBİ sahibi kadın girişimcilerden oluşmaktayken, örnekleme Sabah Kadın Girişimciler ve Profesyoneller Derneği (President of Sabah Women Entrepreneurs and Professionals Association -SWEPA-), Sabah Kadın İşleri Departmanı (JHEWA) ve Kadazandusun Ticaret ve Sanayi Odası (KCCI) gibi kurumlardaki kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Bu girişimci kadınlara e-posta ile gönderilerek ve yüz yüze

anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda sosyal sermayenin Malezya'daki kadınlara ait KOBİ'lerin iş performansına olumlu etkisi olacağı belirlenmiş, bu sonuç kapsamında ülkeyi yönetenlerin sosyal sermayenin kadın girişimciler üzerindeki etkilerine daha fazla önem vermeleri gerektiği öne sürülmüştür. Ayrıca kadın girişimcilerin resmi ve gayri resmi ağlarda aktif olarak bulunmalarının ve ortak tanıdıklarının olmasının iş performansları üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Baranik ve ark. (2018) çalışmalarında Tunus' ta yaşayan müslüman kadın girişimcilerin başarısında sosyal sermayenin etkisini, sürdürülebilirlik için kadın girişimci eğitime katılan 84 katılımcıya anket uygulanarak "Sıradan En Küçük Kareler" yöntemiyle araştırmışlardır. Çalışma sonucunda pek çok farklı açıdan sonuçlara bakılmış olup genel olarak; müslüman kadınlarda evli olanların evli olmayanlara göre daha başarılı olduğu sosyal sermayenin kadın girişimcilerin performanslarıyla ilgili bir faktör olduğu, kadın girişimcilerin başarısının sosyal sermaye düzeylerine etkisinin kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerinin kadın girişimcilerin başarısına etkisinden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca müslüman kadın girişimcilerin başarısı ile dindarlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Yusuff ve ark. (2018) çalışmasında Malezya için kadın girişimcilerin maddi (finansal sermaye) ve maddi olmayan (sosyal sermaye) kaynaklarının işletme performansına etkisini, 184 kadın girişimciye anket uygulayarak faktör analizi ve çoklu regresyon yöntemleriyle araştırmışlardır. Çalışmada finansal sermaye, mikro kredi ve finansal teminatlar olarak ikiye ayrılırken sosyal sermaye; normlar ve gruplar, güven ve ağ, ekonomik eşitlik ve gönüllülük olarak dörde ayrılmıştır. Analiz sonucuna göre sosyal sermaye ve işletme performansı arasında gönüllülüğün aracı olduğu, mikro kredinin (finansal kaynaklar) ise işletme performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Dastourian ve ark. (2017) çalışmalarında İran' ın İlam kenti için sosyal sermaye, inovasyon ve piyasa bilgisinin kadın girişimciler üzerindeki etkisini 130 kadın girişimciye anket uygulayarak yapısal eşitlik modeliyle araştırmışlardır. Araştırma sonucunda sosyal sermaye, inovasyon ve piyasa bilgisinin girişimcilik üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilirken, sosyal sermayenin inovasyon üzerinde etkisi olmadığı görülmüştür.

Nasip ve Halim (2017) çalışmalarında Malezya için 128 kadın girişimcinin iş performansına sosyal sermayenin etkisini yapısal eşitlik modeli ve kısmi en küçük kareler yöntemiyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda risk alma, yapısal sosyal sermaye, ilişkisel ve bilişsel sosyal sermaye ile kadın girişimcilerin iş performansı arasında pozitif ilişkisi olduğunu tespit edilmiştir. Ancak proaktiflik ve yenilikçilik ile kadın girişimcilerin iş performansı arasında ilişki bulunamamıştır.

Aşkın ve Barış (2016) çalışmalarında kadın girişimciliğine sosyal sermayenin etkisini Tokat Sanayi ve Ticaret Odasında kayıtlı 43 kadın girişimciye yüz yüze görüşme yöntemi

uygulayarak Tokat ili için araştırmışlardır. Araştırma sonucunda sosyal sermaye kapsamında kadınların girişimciliğine aile, akraba ve arkadaşlardan oluşan güçlü bağların etkisi olduğu, ancak kadınların girişimcilerin kendilerine gerekli desteği sağlayacak üniversiteler, meslek kuruluşları ve çeşitli STK' lar ile bağlarının zayıf olduğu tespit edilmiştir.

Çetin ve ark. (2016) çalışmalarında 27 Avrupa ülkesinde kadın ve erkek girişimcilere resmi ve gayri resmi olarak ikiye ayrılmış sosyal sermayenin etkisini Avrupa ve Dünya Değerleri Araştırmaları dördüncü dalga (1981-4, 1990-3, 1995-7 ve 1999-2004) anket verilerine lojit model uygulayarak araştırmışlardır. Analiz sonucunda sosyal sermayenin resmi ve gayri resmi bileşenlerine göre farklılaşan önemli bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Erkekler sosyal sermayeyi ücretli istihdama geçiş için değerlendirirken, kadınlar istihdama geçmek için değil girişimci olabilmek için resmi sosyal sermayelerinin avantajını kullanmaya yönelmektedir. Bireylerin arasındaki güçlü ilişkiler sonucu oluşan gayri resmi sosyal sermayenin ise girişimcilik faaliyetlerinde olumlu etkiler oluşturduğu tespit edilmiştir.

Mamun ve ark. (2016) çalışmasında Malezya Yarımadası' ndaki küçük ölçekli işletme sahibi kadın girişimcilerin yetkinliklerine sosyal sermayenin etkisini tabakalı rastgele örneklem yöntemiyle seçilen 417 mikro girişimciyle yapılan yapılandırılmış görüşme yöntemiyle araştırmışlardır. Araştırma sonucunda sosyal sermayenin kadın girişimcilerin yetkinlikleri üzerinde olumlu etkisi olduğu, kadın girişimcilerin sosyal sermaye kapsamında resmi ve gayri resmi ağlara katılarak diğer işletmelerle ağ kurmaya odaklanması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca Malezya'daki kalkınma politikalarının, girişimcilerin kalkınma sürecini teşvik etmek, yoksulluk, işsizlik ve adaletsizliği azaltmak amacıyla mikro girişimciler arasında sosyal sermaye oluşturması gerektiği ileri sürülmüştür.

Yusuff ve ark. (2016) çalışmalarında Malezya için mikro finansın kadın girişimcilerin iş performansı üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracı rolünü çoklu regresyon analiziyle araştırmışlardır. Çalışmada Malezya'nın farklı coğrafi bölgelerinde kadın girişimcilerden tabakalı rastgele örneklem yöntemi kullanılarak 184 kadın girişimci anket katılımcısı olarak belirlenmiştir. Araştırma sonucunda sağlanan mikro finansın ekonomik olarak kadın girişimcilerin iş performansında önemli olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda kadın girişimciler maddi kaynak sağlamada farklı sorunlarla karşılaştıklarından işletmenin kurulması ve büyümesi için sosyal sermaye önemli görülmüştür.

Lee (2015) çalışmasında Kore için sosyal sermaye ile küçük ve orta boy işletme sahibi 257 kadın girişimci arasındaki ilişkiyi bu girişimcilere anket uygulayarak yapısal eşitlik modeliyle araştırmıştır. Araştırma sonucunda kadın girişimcilerin oluşturdukları sosyal bağları kullanarak ve sosyal sermayeyi teşvik ederek iş avantajları oluşturabileceğini tespit etmiştir. Çalışmada kadın girişimcilerin farklılaşma ve maliyet avantajlarına yapısal ve bilişsel sosyal sermayenin olumlu etkisi olduğu, ilişkisel sosyal sermayenin ise önemli bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Prasad ve ark. (2014) çalışmalarında Hindistan için kadın girişimcilerin büyümesine sosyal sermayenin etkisini, 716 kadın girişimciye anket uygulayarak çoklu regresyon analizi ve sıradan en küçük kareler yöntemiyle araştırmışlardır. Çalışmada kadın girişimcilerin başarılı olması için beşeri ve sosyal sermaye kaynaklarının yanı sıra önceki girişimcilik deneyimleri, endüstri deneyimleri, ağ ilişkileri ve aile sosyal desteğinin önemine vurgu yapılmıştır. Ekonomik büyümenin toplumsal düzeyde gerçekleşebilmesi için kadınlara ait girişimcilerin başarılı olması gerektiği tespit edilmiştir.

Vosta ve Jalilvand (2014) çalışmalarında İran'ın kırsal bölgelerinde kadın girişimcilere sosyal sermayenin etkisini, 265 kadın girişimciye anket uygulayarak regresyon analiziyle araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda yapısal, ilişkisel ve bilişsel başarı, yenilikçilik, özkontrol ve özsaygı, bağımsızlık ve risk alma gibi özelliklerinde olumlu farklılıklar oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle kırsal kesimdeki kadınlara yönelik girişimcilik geliştirme programlarının bu durumu dikkate almaları gerektiği belirtilmiştir.

Tundui ve Tundui (2013) çalışmalarında Tanzanya için sosyal sermayenin, mikro kredi desteği kullanan kadın işletme sahiplerinin (kadın girişimcilerin) performansına etkisini sıralı probit analiziyle araştırmışlardır. Tanzanya'nın Morogoro ve İringa belediyelerinde mikro kredi kullanan 429 kadın işletme sahiplerinden rastgele seçilen örneklem belirlenmiştir. Araştırma sonuçları sosyal sermayenin kadınlara ait işletmelerin performansında oldukça önemli bir rol oynadığını, resmi olmayan ağlardan iş desteği ve tavsiye alan işletme sahiplerinin, işletmelerinde kâr artışı yaşama ihtimalinin diğer işletmelere kıyasla daha yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca sonuçlar köprüleyici sosyal sermayenin işletme performansı üzerindeki etkisinin bağlayıcı sosyal sermayeden daha etkili olduğunu, kadın işletme sahiplerinin, işletmelerinin performansını artırmak için finansal sermaye ve insan sermayesinin yanı sıra uygun sosyal sermaye biçimlerini geliştirmeleri, teşvik etmeleri ve kullanmaları gerektiğini göstermektedir.

Poon ve ark. (2012) çalışmalarında Kuzey Vietnam'ın göreceli olarak yoksul olan iki bölgesinde Soc Son (Hanoi eyaleti) ve Vinh Loc (Thanh Hoa eyaleti) sosyal sermayenin kadın girişimciliği üzerindeki etkisini, mikro (aile) ve makro (sosyal ağlar) düzeyde, 160 kadın girişimciye anket uygulayarak lojistik regresyon analiziyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda aile sosyal sermayesinin kadınların girişimci olma olasılığını artırırken, kurumsal sosyal sermayenin tam tersi bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Aile sosyal sermayesinin bir üyesi olan çocuklar ve erkeklerin iş gücü, gelir ve toplumun ağlarına katkı sağladıkları, sermaye teminine mikro finans kredilerin sayısının ve en düşük kredi miktarının olumlu katkısı olduğu belirlenmiştir.

Ogunrinola (2011) çalışmasında kadın girişimcilerin kazançlarının belirlenmesinde sosyal sermayelerinin rolünü Nijerya'nın Ogun eyaletinin kırsal yerlerinden seçilen 275 kadın girişimcinin anket verilerine dönüştürülmüş Mincer' in modelinin en küçük kareler yöntemini uygulayarak araştırmıştır. Analiz sonucunda insan sermayesinin kadın

girişimcilerin kazançlarına etkisi olduğu, sosyal sermaye ve "mahalle etkisi" değişkenlerinin girişimcilerin kazancının insan sermayesinden çok daha önemli belirleyicileri olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada beş sosyal sermaye (kendi kendine yardım gruplarına üyelik, ağ ve güvenin kapsamı, iş üzerindeki etkisi, gelir üzerindeki etkisi, komşuların bilgisi) değişkeni incelenmiş ve bu değişkenlerin üçünün (kendi kendine yardım gruplarına üyelik, ağ ve güvenin kapsamı, iş üzerindeki etkisi) kadın girişimci kazancının üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Rodríguez ve Santos (2009) çalışmalarında İspanya'nın Sevilla ili için 27 kadın 21 erkekten oluşan 48 girişimcinin firma kurma sürecinde sosyal sermayenin etkisini bu girişimcilere anket uygulayarak Kolmogorov-Smirnov ve Mann-Whitney testleriyle araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda bazı cinsiyet farklılıkları bulmuşlardır. Girişimcilik faaliyetine yeni başlayan kadın girişimcilerin yakın çevrelerinden düşük sosyal onay aldıkları ve maddi destek konusunda da yeterince desteklenmedikleri tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin en önemli finansman kaynağı aile ve arkadaşları iken, banka kredilerinin kadınlara kıyasla erkekler tarafından daha fazla kullanıldığı görülmüştür.

Roomi (2009) çalışmasında kadınların sahip olduğu işletmelerin büyüme sürecine sosyal sermayenin etkisini Doğu İngiltere'deki 50 kadın girişimciye anket uygulayıp Churchill ve Lewis' in aşamalı büyüme modelinden faydalanarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanarak araştırmıştır. Analiz sonucunda sosyal sermayenin kadın girişimcilerin bilgi, tavsiye, fikir verme ve fikir almanın yanı sıra maddi ve insan kaynaklarına ulaşmada olumlu etki sağladığı tespit edilmiştir. Bu kaynakların kadın girişimcilerin işlerini kurma ve büyütme sürecinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yetim (2008) çalışmasında Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odası'na kayıtlı 304 kadın girişimciye anket uygulayarak kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerini korelasyon, ANOVA ve lojistik regresyon analizleriyle Mersin ili için araştırmıştır. Çalışmada üç amaç temel alınmaktadır. Birinci amaç kadın girişimciliğini, girişimciliğin kişisel özellikleri, sosyokültürel özellikleri ve cinsiyet rollerine dayanarak açıklamaktır. İkinci amaç, göçmen ve göçmen olmayan kadın girişimciler arasındaki farklılıkları belirlemektir. Üçüncü amaç ise kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerinin yüksek ya da düşük olma durumunu tahmin etmektir. Analizler sonucunda çalışmanın üçüncü amacına göre kadın girişimcilerin yüksek sosyal sermaye düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir.

Farr-Wharton ve Brunetto (2007) sosyal sermayenin unsurlarından güvenin, kadınların ağ oluşturma davranışı üzerindeki rolünü anket ve görüşme yöntemleri kullanarak araştırmıştır. Anket yöntemiyle nicel veriler elde edilirken, anketteki açık uçlu sorular ve yapılan görüşmelerden nitel veriler elde edilmiştir. Avustralya için 10 kadın girişimciye görüşme yöntemi, 119 kadın girişimciye anket uygulayarak elde edilen veriler regresyon analiziyle araştırılmıştır. Araştırmanın sonucunda kadın girişimcilerin yaklaşık %20'sinin sosyal ağlara üye olma nedeninin iş fırsatları aramak olduğu tespit edilmiştir. Güven düzeyleri ve ağ

oluşturma faaliyetlerinin, kadın girişimcilerin mevcut potansiyellerini önemli ölçüde etkilediği görülürken, hükümet görevlilerinin kadın girişimcilerin güvenini olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Kickul ve ark. (2007) çalışmalarında Amerika Birleşik Devletleri' nin New Hampshire eyaletinde 421 kadın girişimcinin büyümesi için gerekli olan finansal kaynakların elde edilmesinde sosyal sermaye ve eğitimin (bilgisayar, finansal yönetim, yönetim, stratejik planlama, organizasyon, üretim gibi konulardaki eğitim) etkisini, 2002 yılının üç aylık dönemleri için diskriminant fonksiyon analiziyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda yüksek büyüme kaynaklarına sahip olan kadın girişimcilerin daha resmi sosyal ağları kullanma eğiliminde oldukları, stratejik planlama, üretim ve operasyon alanlarında eğitime ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir.

Yetim (2002) çalışmasında sosyal sermaye göstergesi olarak kadın girişimcilerin niteliklerini ve yeterliliklerini Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odası' na kayıtlı 224 kadın girişimciyle yapılan görüşme yöntemiyle Mersin ili için araştırmıştır. Araştırma sonucunda kadın girişimcilerin sosyal sermaye kaynaklarını iş kurma ve işi sürdürme aşamalarında kullanarak sosyal sermaye kaynaklarını girişimcilik özellikleriyle birleştirdikleri, resmi olmayan ve kurumsal kaynakları girişimcilik faaliyetlerinde kullandıkları tespit edilmiştir.

### **3.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı**

Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) tarafından 2022 yılında Çorum ilindeki 430 işletmeye yönelik yapılan İş gücü Piyasası Araştırmasına göre 20' nin üzerinde istihdamı olan işletmelerdeki toplam çalışan sayısı 29.022 olarak tespit edilmiştir. Çalışanların 20.664' ü erkek, 8.359' u ise kadındır. Türkiye genelindeki açık iş oranı %1,9 iken Çorum ilinde açık iş oranı %1,6 'dır. Buna göre Çorum ilinin açık iş oranı bakımından Türkiye ortalamasının altında olduğu görülmektedir (Şan, 2022, s. 20). Bu durumda Çorum ilinde açık iş oranının artması, bir başka ifadeyle kurulan işletme sayısının artması ve kurulan işletmelerin devamlılığının sağlanması önem teşkil etmektedir. Bir işletmenin kurulması ve devamlılığı açısından sektörün güncel durumu, ekonomik koşullar ve girişimci davranışının yanı sıra girişimcilerin sosyal sermayesinin de etkisi bulunmaktadır. Girişimcinin sosyal sermayesinin girişim faaliyetinde bulunma kararı almasında ve girişim faaliyetlerini sürdürmesinde önemli etkisi bulunmaktadır. Toplam girişimci sayısı içerisinde kadın girişimci sayısının fazla olmaması, ülke ekonomisini olumsuz etkilemektedir. Ayrıca kadın girişimci sayısının bölgesel farklılık göstermesi, bölge ekonomilerinin gelişiminde farklılık oluşturabilecektir. Özellikle kadın girişimci sayısının düşük olduğu bölgelerde toplam girişimciler içerisinde kadın girişimcilerin oranının artması, bölgesel kalkınma açısından önem arz etmektedir. ÇTSO' dan edinilen bilgilere anketin uygulandığı 2022 yılı itibarıyla Çorum ilinde 663 kadın ortak girişimci, 647 kadın yetkili girişimci, 4874 erkek ortak girişimci, 3654 erkek yetkili girişimci

bulunmaktadır.<sup>1</sup> Bu durum Çorum ilinde kadın girişimci sayısının erkeklere göre belirgin bir farkla az olduğunu göstermektedir. Çorum ilinde insan kaynağı olarak kadınların girişimcilik faaliyetine yönelerek kazanç elde etmelerinin kendilerine ve Çorum ekonomisine sağlayacağı katkılar, bölge ekonomisi ve bölgesel kalkınma açısından önem teşkil etmekte, dolayısıyla ülke ekonomisini de olumlu yönde etkilemektedir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar (sermaye temini, eğitim düzeyi ve bilgi eksikliği, deneyim eksikliği, toplumsal cinsiyet rollerinin etkisi, bürokratik engeller gibi) nedeniyle girişimcilik kararları ve faaliyetleri olumsuz etkilenmektedir. Bu gibi sorunlar girişimciler içerisinde kadın girişimcilerin payının çok fazla olmamasında belirleyici olmaktadır. Ancak, kadınlar karşılaştıkları tüm bu olumsuzluklara rağmen sahip oldukları sosyal sermayelerinin etkisiyle girişimcilik faaliyetinde bulunabilmekte, yine sosyal sermayenin etkisiyle birçok kadın yüksek kazanç sağlayarak girişimcilik faaliyetini başarı ile devam ettirebilmektedir. Sosyal sermayenin düzeyi belirlenirken gruplar ve ağlar; güven ve dayanışma; kolektif eylem ve iş birliği; bilgi ve iletişim; sosyal uyum ve katılım; güçlendirme ve siyasi eylem gibi unsurlar esas alınmaktadır. Bu unsurların kadınların girişimcilik faaliyetine yönelmelerine ve girişimsel faaliyetlerden kazanç elde etmelerine yol açarak bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada Çorum ilinde girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazançlarının yüksek olma olasılığına etkisi araştırılmıştır.

Yazında kadın girişimcilerle sosyal sermaye düzeyi arasındaki ilişkiyi Türkiye için araştıran birkaç çalışma bulunmakla birlikte girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazançlarının yüksek olma olasılığına etkisini Çorum ili için araştıran çalışmalara rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın özgünlük oluşturacağı ve yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları**

Araştırma kapsamında ÇTSO' ya üye girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye

<sup>1</sup>ÇTSO'dan edinilen bilgilere göre 2022 yılı itibariyle ÇTSO' ya üye girişimci sayısı 5323 olarak belirlenmiştir. Kadın ve erkek ortak girişimciler aynı zamanda yetkili girişimci de olabileceği için 5323 olan toplam girişimci sayısı, kadın ve erkek ortak ve yetkili girişimci sayısının toplamından daha azdır.

düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazançlarının yüksek olma olasılığına etkisi araştırıldığından ankete ÇTSO' ya üye tüm girişimcilerden anketi doldurarak araştırmaya katkı sağlamayı kabul edenler dahil edilmiştir.

Araştırmaya ÇTSO dışındaki (Çorum Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği gibi) odalara kayıtlı girişimciler, ÇTSO' ya üye girişimcilerden araştırmaya katkı sağlamayı kabul etmeyen veya kendilerine ulaşılamayan girişimciler, banka şubeleri, bir kişiye ait birden fazla işletmeler (mükerrer kayıt) ve birden fazla şubesi bulunan işletmeler dahil edilmemiştir.

Anket formunda ilk önce araştırmanın gönüllülük esasına dayalı olduğu, kimlik bilgilerinin istenmediği ve anket sorularına verilen cevapların sadece araştırma amacı kapsamında kullanılacağı yönünde bilgilendirme açıklaması yapılmıştır.

### 3.4. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmada ÇTSO' dan edinilen bilgilere göre ÇTSO' ya üye girişimci sayısı 5323 olarak belirlenmiştir. Buna göre araştırmanın evreninin (ana kütle) 5323 olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın örnekleme, ÇTSO' ya üye 5323 girişimciden oluşan ana kütle baz alınarak, 0,05 anlamlılık seviyesinde 359 girişimci olarak hesaplanmıştır.

Anketin uygulanacağı ÇTSO üyesi girişimci sayısının hesaplanan örneklem sayısı olan 359' un altına düşmemesi hedeflenmiştir. Çalışmada belirlenen örneklem sayısı hedefinin üzerinde 411 kişiye anket uygulanmıştır. Aşağıda örneklem hesaplamasında kullanılan formül ve formüle göre yapılan örneklem hesaplaması yer almaktadır.

Araştırma evreni: ÇTSO' ya üye girişimci sayısı

N: Evren birim sayısı = 5323

n: Örneklem büyüklüğü

p: Evrendeki X' in gözlenme oranı = 0.5

q (1-P): X' in gözlenmeme oranı = 0.5

t:  $\alpha=0.05$  için kritik tablo değeri = 1.96

d: Örneklem hatası = 0.05

$$n = \frac{N * (t)^2 * p * q}{d^2(N - 1) + (t)^2 * p * q}$$

$$n = \frac{5323 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(5323 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 359

### 3.5. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Araştırmada ÇTSO üyesi girişimcilere uygulanan anket aracılığı ile toplanan bilgiler, araştırmanın veri kaynağını oluşturmaktadır. Araştırma anketinin uygulanması için ÇTSO' dan gerekli izin (Ek-1) alınmış, araştırmanın yüksek lisans tez çalışması (akademik bir çalışma) olması nedeniyle yüksek lisans eğitiminin gerçekleştiği Hitit Üniversitesi' nin Etik Kurulu' ndan uygunluk yazısı alınmıştır (Ek-2).

ÇTSO' ya üye girişimcilere uygulanacak anketin minimum sayının belirlenmesi amacıyla ÇTSO' ya üye 5323 girişimciden oluşan ana kütle baz alınarak 0,05 anlamlılık seviyesinde 359 girişimci olarak örneklem hesaplanmıştır. Bu doğrultuda anket, %95 güven aralığı ve %5 örneklem hatası temelinde tesadüfi örnekleme metoduyla ÇTSO üyesi 411 girişimciye yüz yüze ve çevrimiçi olarak uygulanmıştır.

Araştırmada yazında yaygın olarak kullanılan ve bu araştırmanın amacına uygun olduğu düşünülen sosyal sermaye düzeyinin ölçüldüğü Grootaert ve ark. (2004) çalışmalarındaki anket ile Dünya Değerler Anketi ölçek olarak kullanılmıştır. Söz konusu anket formunun birinci bölümü, katılımcıların demografik özelliklerine yönelik 13 sorudan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise "gruplar ve ağlar; güven ve dayanışma; kolektif eylem ve iş birliği; bilgi ve iletişim; sosyal uyum ve katılım; güçlendirme ve siyasi eylem" şeklinde 6 kategori (Grootaert ve ark. (2004) tarafından sosyal sermaye düzeyinin belirlenmesine yönelik yapılan gruplandırılma şekli temel alınmıştır) ve toplamda 47 sorudan oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan anket ölçeğinde 5' li likert tipi dereceleme kullanılmıştır. Bu dereceleme "kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (3), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5)" şeklinde yapılmıştır.

### 3.6. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur. "GSSD: Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyi, KGSSD: Kadın Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyi, GKOO: Girişimcilerin Kadın Olma Olasılığı KGYKO= Kadın Girişimcilerin Yüksek Kazanç Elde Etme Olasılığı" ifade etmektedir. Araştırmanın hipotezleri boş hipotezlere (boş hipotezler aşağıda verilen hipotezlerin tam tersi yönünde sonuç bildirmektedir) karşı aşağıdaki her bir alternatif hipotez test edilerek kabul ya da reddedilmiştir. Test sonuçları 0,05 (yazında yaygın olarak kabul gören anlamlılık seviyesi) anlamlılık seviyesinden küçük olması durumunda alternatif hipotezler kabul edilmiştir.

**H<sub>1</sub>:** Girişimcilerin cinsiyeti ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>2</sub>:** Girişimcilerin yaşı ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>3</sub>:** Girişimcilerin medeni durumu ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>4</sub>:** Girişimcilerin eğitim durumu ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.

- H<sub>5</sub>:** Girişimcilerin baba eğitimleri ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>6</sub>:** Girişimcilerin anne eğitimleri ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>7</sub>:** Girişimcilerin doğum yerleri ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>8</sub>:** Girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektör ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>9</sub>:** Girişimcilerin ailelerinin ekonomik durumu ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>10</sub>:** Girişimcilerin ailelerinin oturdukları evin mülkiyeti ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>11</sub>:** Girişimcilerin işletme kazancı ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>12</sub>:** Girişimcilerin işletmelerinde çalışan kişi sayısı ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>13</sub>:** Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet süresi ile GSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>14</sub>:** Kadın girişimcilerin yaşı ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>15</sub>:** Kadın girişimcilerin medeni durumu ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>16</sub>:** Kadın girişimcilerin eğitim durumu ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>17</sub>:** Kadın girişimcilerin babalarının eğitimleri ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>18</sub>:** Kadın girişimcilerin annelerinin eğitimleri ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>19</sub>:** Kadın girişimcilerin doğum yerleri ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>20</sub>:** Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektör ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>21</sub>:** Kadın girişimcilerin ailelerinin ekonomik durumu ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>22</sub>:** Kadın girişimcilerin ailelerinin oturdukları evin mülkiyeti ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>23</sub>:** Kadın girişimcilerin işletme kazancı ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>24</sub>:** Kadın girişimcilerin işletmelerinde çalışan kişi sayısı ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>25</sub>:** Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet süresi ile KGSSD arasında anlamlı farklılık vardır.
- H<sub>26</sub>:** Girişimcilerin grup ve ağlar kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri GKOO'yu artırmaktadır.

- H<sub>27</sub>:** Girişimcilerin güven ve dayanışma kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri GKOO'yu artırmaktadır.
- H<sub>28</sub>:** Girişimcilerin kolektif eylem ve işbirliği kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri GKOO'yu artırmaktadır.
- H<sub>29</sub>:** Girişimcilerin bilgi ve iletişim kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri GKOO'yu artırmaktadır.
- H<sub>30</sub>:** Girişimcilerin sosyal uyum ve katılım kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri GKOO'yu artırmaktadır.
- H<sub>31</sub>:** Girişimcilerin güçlendirme ve siyasi eylem kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri GKOO'yu artırmaktadır.
- H<sub>32</sub>:** Kadın girişimcilerin grup ve ağlar kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri KGYKO'yu artırmaktadır.
- H<sub>33</sub>:** Kadın girişimcilerin güven ve dayanışma kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri KGYKO'yu artırmaktadır.
- H<sub>34</sub>:** Kadın girişimcilerin kolektif eylem ve işbirliği kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri KGYKO'yu artırmaktadır.
- H<sub>35</sub>:** Kadın girişimcilerin bilgi ve iletişim kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri KGYKO'yu artırmaktadır.
- H<sub>36</sub>:** Kadın girişimcilerin sosyal uyum ve katılım kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri KGYKO'yu artırmaktadır.
- H<sub>37</sub>:** Kadın girişimcilerin güçlendirme ve siyasi eylem kategorisine göre yüksek sosyal sermaye düzeyleri KGYKO'yu artırmaktadır.

### **3.7. Araştırma Verilerinin Analizi**

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazancının yüksek olmasına etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan anket sonucunda elde edilen veriler, SPSS 27.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Anket verilerinin analizinde öncelikle Grootaert ve ark. (2004) çalışmalarındaki anket ile Dünya Değerler anketi ölçeklerinden faydalanılarak oluşturulan anket ölçeğinin güvenilirlik analizi, sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin normallik ve açımlayıcı faktör analizleri, girişimciler ve kadın girişimciler için yapılmıştır.

### 3.7.1. Araştırma Verilerinin Girişimciler İçin Analizi

Grootaert ve ark. (2004) çalışmalarındaki anket ile Dünya Değerler anketi ölçeklerinden faydalanılarak oluşturulan anket ölçeğinin güvenirlik analizi girişimciler için yapılmış, Cronbach' s Alpha katsayısı Tablo 3.1' de görüldüğü gibi 0,906 olarak elde edilmiş ve bu sonuca göre testin güvenilirliği belirlenmiştir.

**Tablo 3. 1.** Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin güvenirlik analizi

Güvenirlik İstatistikleri	
Cronbach's Alpha	0,906
Soru Sayısı	47

İzleyen aşamada verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi için Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testleri uygulanmıştır. Araştırmanın örnekleminin 411 kişi ( $n \geq 50$ ) olması nedeniyle Tablo 3.2' deki Kolmogorov-Smirnov test sonuçları dikkate alınmakta,  $p > 0,05$  olduğu için anket verilerinin normal dağılım gösterdiği belirlenmektedir. Yine çarpıklık ve basıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasında olduğundan verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tablo 3.2' de görüldüğü üzere Kolmogorov-Smirnov test sonuçlarının 0.05 anlamlılık düzeyinden büyük olması, çarpıklık değerinin -0,125 ve basıklık değerinin 0,721 olması nedeniyle verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir.

**Tablo 3. 2.** Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin normallik analizi

Normallik Testleri						
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Derecesi	İstatistik	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Derecesi
Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyi	0,041	400	0,114	0,989	400	0,055
	Çarpıklık			Basıklık		
	İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata		
	-0,125	0,122	0,721	0,243		

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin yapı geçerliliğini belirlemek ve faktör yapısını ortaya koymak için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Uygulamada en sık ve kolay kullanılan yöntem olması nedeniyle temel bileşenler (principal components) yöntemi, faktörler arasında doğrudan ilişki olduğu düşünüldüğünde uygulanması nedeniyle doğrudan

eğik döndürme yöntemi (direct oblimin) kullanılmıştır (Büyüköztürk ve ark., 2011, ss.126-128).

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 1' e yakın olması beklenirken 0.90 üzeri mükemmel, 0,80 - 0,90 arası çok iyi, 0,70-0.80 arası iyi, 0,50-0,70 arası ise orta düzey olarak kabul edilmektedir (Field, 2009, s. 647). Kaiser (1974) 0,50 üzerindeki değerlerin uygun olabileceğini belirtmiştir. Ancak sosyal bilimler ve eğitim bilimleri alanında ölçme araçlarının yapı geçerliğini test etme sürecinde en az 0,70 ve üzerinde KMO değerlerine ulaşılması uygun görülmektedir (Field, 2000).

KMO örneklem uygunluk değerinin 0,897 olduğu ve örneklem büyüklüğünün AFA için yeterli olduğu belirlenmiştir. KMO değerleri her bir madde için hesaplanarak en düşük 0,573 olduğu belirlenerek örneklemin yeterliliği onaylanmıştır. Ayrıca Barlett Test sonucu  $\chi^2(1081)=11683,508$ ;  $p<0,001$  olarak hesaplanmış, bu bulgu AFA için maddeler arasındaki korelasyonun yeterli büyüklükte olduğunu göstermiştir.

AFA' ya göre 47 maddeden oluşan GSSD ölçeği 10 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıdan oluşmakta ve söz konusu 10 faktör toplam varyansın %67,35' ini açıklamakta, bu durumda GSSD ölçeği geçerli özellik göstermektedir. Alt boyutlardan ilki varyansın %24,66' sını, sonuncusu ise varyansın %2,3' ünü açıklamaktadır. Maddelerin faktörlere göre dağılımı ve faktör yükleri Tablo 3.3' te verilmiştir.

Stevens (2002) bir maddenin bir faktöre olan faktör yükünün en az 0.30 olmasını, Tabachnick ve Fidell' e (2013) ise bir maddenin bir faktöre olan faktör yükünün en az 0.32 olması gerektiğini ileri sürmektedir. Kline (1994)' a göre bir faktör yükü negatif işaretli de olabilir. Negatif işaretli bir faktör yükü, faktörün söz konusu değişkenle olan ters ilişkisini belirtmektedir.

**Tablo 3. 3.** Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi bulguları

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Faktör 7	Faktör 8	Faktör 9	Faktör 10
Grupağlar1			0,827							
Grupağlar2			0,861							
Grupağlar3			0,631							
Grupağlar4			0,657							
Grupağlar5			0,476							
Grupağlar6			0,474							
Güven 1		0,735								
Güven 2								0,693		

Tablo 3.3.' ün devamı

<b>Güven 3</b>								0,620		
<b>Güven 4</b>		0,609								
<b>Güven 5</b>		0,767								
<b>Güven 6</b>									0,787	
<b>Güven 7</b>									0,819	
<b>Güven 8</b>									0,781	
<b>Güven 9</b>		0,387								
<b>Güven 10</b>									0,525	
<b>Güven 11</b>	0,526									
<b>Güven 12</b>	0,792									
<b>Güven 13</b>	0,874									
<b>Güven 14</b>	0,841									
<b>Güven 15</b>	0,905									
<b>Güven 16</b>	0,868									
<b>Güven 17</b>	0,695									
<b>Güven 18</b>				0,645						
<b>Güven 19</b>		0,474								
<b>Güven 20</b>							0,377			
<b>Güven 21</b>							0,371			
<b>Güven 22</b>		0,375								
<b>İşbirliği 1</b>						0,645				
<b>İşbirliği 2</b>						0,792				
<b>İşbirliği 3</b>							0,672			
<b>İşbirliği 4</b>						0,726				
<b>İşbirliği 5</b>						0,555				
<b>İletişim 1</b>				0,815						
<b>İletişim 2</b>				0,648						
<b>İletişim 3</b>					0,628					
<b>İletişim 4</b>					0,687					
<b>İletişim 5</b>										0,679
<b>İletişim 6</b>										0,685
<b>İletişim 7</b>										0,700
<b>Sosyaluyum 1</b>										0,753

Tablo 3.3.' ün devamı

Sosyaluyum 2										0,707
Sosyaluyum 3										0,833
Siyasieylem 1										0,783
Siyasieylem 2										0,851
Siyasieylem 3										0,779
Siyasieylem 4			0,419							
Özdeğer	11,591	5,119	3,815	2,511	2,088	1,699	1,343	1,269	1,135	1,081
Açıkladığı Varyans	24,663	10,891	8,118	5,342	4,443	3,616	2,857	2,7	2,415	2,3
Toplam Varyans	67,35									

Tablo 3.3' te görüldüğü üzere alt boyutlardan birincisi (Faktör 1) yedi maddeden (Güven 11-12-13-14-15-16-17. maddeler), ikincisi (Faktör 2) altı maddeden (Güven 1-4-5-9-19 ve 22. maddeler), üçüncüsü (Faktör 3) yedi maddeden (Grupağlar 1-2-3-4-5-6., Siyasi eylem 4. maddeler), dördüncüsü (Faktör 4) üç maddeden (Güven 18., İletişim 1-2. maddeler) ve beşincisi (Faktör 5) iki maddeden (İletişim 3., 4. maddeler), altıncısı (Faktör 6) 4 maddeden (İşbirliği 1-2-4-5. maddeler), yedinci (Faktör 7) 3 maddeden (Güven 20-21., İşbirliği 3. maddeler), sekizinci (Faktör 8) 2 maddeden (Güven 2-3. maddeler), dokuzuncusu (Faktör 9) 4 maddeden (güven 6-7-8 ve 10. maddeler) ve onuncusu (Faktör 10) dokuz maddeden (iletişim 5-6-7., sosyal uyum 1-2-3. ve siyasi eylem 1-2-3. maddeler) oluşmaktadır. Maddelerin faktör yükleri incelendiğinde en düşük 0,371 en yüksek 0,905 olduğu ve maddelerin faktörlere önemli katkısı olduğu ortaya koyulmuştur.

### 3.7.2. Araştırma Verilerinin Kadın Girişimciler İçin Analizi

Grootaert ve ark. (2004) çalışmalarındaki anket ile Dünya Değerler anketi ölçeklerinden faydalanılarak oluşturulan anket ölçeğinin güvenilirlik analizi kadın girişimciler için yapılmış, Cronbach's Alpha katsayısı Tablo 3.4' te görüldüğü gibi 0,880 olarak elde edilmiş ve bu sonuca göre testin güvenilirliği belirlenmiştir.

**Tablo 3. 4.** Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin güvenilirlik analizi

Güvenirlik İstatistikleri	
Cronbach's Alpha	0,880
Soru Sayısı	47

İzleyen aşamada kadın girişimcilerin verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi için Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testleri uygulanmıştır. Araştırmanın örnekleminin 133 kişi ( $n \geq 50$ ) olması nedeniyle Tablo 3.5' teki Kolmogorov-Smirnov test sonuçları dikkate alınmakta,  $p > 0,05$  olduğu için anket verilerinin normal dağılım gösterdiği belirlenmektedir. Yine çarpıklık ve basıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasında olduğundan verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tablo 3.5' te görüldüğü üzere Kolmogorov-Smirnov test sonuçlarının 0.05 anlamlılık düzeyinden büyük olması, çarpıklık değerinin -0,006 ve basıklık değerinin 0,751 olması nedeniyle verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir.

**Tablo 3. 5.** Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin normallik analizi

Normallik Testleri						
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Derecesi	İstatistik	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Derecesi
Kadın Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyi	0,052	129	0,200	0,988	129	0,315
	Çarpıklık			Basıklık		
	İstatistik		Standart Hata	İstatistik		Standart Hata
	-0,006		0,213	0,751		0,423

Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin yapı geçerliliğini belirlemek ve faktör yapısını ortaya koymak için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Uygulamada en sık ve kolay kullanılan yöntem olması nedeniyle temel bileşenler (principal components) yöntemi, faktörler arasında doğrudan ilişki olduğu düşünüldüğünde uygulanması nedeniyle doğrudan eğik döndürme yöntemi (direct oblimin) kullanılmıştır (Büyüköztürk ve ark., 2011, ss.126-128).

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 1' e yakın olması beklenirken 0.90 üzeri mükemmel, 0,80 - 0,90 arası çok iyi, 0,70-0.80 arası iyi, 0,50-0,70 arası ise orta düzey olarak kabul edilmektedir (Field, 2009, s. 647). Kaiser (1974) 0,50 üzerindeki değerlerin uygun olabileceğini belirtmiştir. Ancak sosyal bilimler ve eğitim bilimleri alanında ölçme araçlarının yapı geçerliğini test etme sürecinde en az 0,70 ve üzerinde KMO değerlerine ulaşılması uygun görülmektedir (Field, 2000).

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem uygunluk değerinin 0,845 olduğu ve örneklem büyüklüğünün AFA için yeterli olduğu belirlenmiştir. KMO değerleri her bir madde için hesaplanarak en düşük 0,588 olduğu belirlenerek örneklemin yeterliliği onaylanmıştır. Ayrıca Barlett Test sonucu  $\chi^2(1081)=4602,178$ ;  $p < 0,001$  olarak hesaplanmış, bu bulgu AFA için maddeler arasındaki korelasyonun yeterli büyüklükte olduğunu göstermiştir.

AFA' ya göre 47 maddeden oluşan KGSSD ölçeği 8 alt boyutlu (faktörlü) bir yapıdan oluşmakta ve söz konusu 8 faktör toplam varyansın %68,09'unu açıklamakta, bu durumda KGSSD ölçeği geçerli özellik göstermektedir. Alt boyutlardan ilki varyansın %27,36' sını,

sonuncusu ise varyansın %2,67' ini açıklamaktadır. Maddelerin faktörlere göre dağılımı ve faktör yükleri Tablo 3.6' da verilmiştir.

Stevens (2002) bir maddenin bir faktöre olan faktör yükünün en az 0.30 olmasını, Tabachnick ve Fidell' e (2013) ise bir maddenin bir faktöre olan faktör yükünün en az 0.32 olması gerektiğini ileri sürmektedir. Kline (1994)' a göre bir faktör yükü negatif işaretli de olabilir. Negatif işaretli bir faktör yükü, faktörün söz konusu değişkenle olan ters ilişkisini belirtmektedir.

**Tablo 3. 6.** Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi bulguları

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Faktör 7	Faktör 8
Grupağlar1			0,824					
Grupağlar2			0,836					
Grupağlar3					0,758			
Grupağlar4					0,651			
Grupağlar5			0,668					
Grupağlar6			0,762					
Güven 1							-0,848	
Güven 2	0,619							
Güven 3	0,530							
Güven 4	0,605							
Güven 5							-0,565	
Güven 6				0,497			-0,321	
Güven 7				0,428				
Güven 8						0,465		
Güven 9							-0,534	
Güven 10							-0,703	
Güven 11							-0,546	
Güven 12	0,699							
Güven 13	0,836							
Güven 14	0,860							
Güven 15	0,945							
Güven 16	0,843							
Güven 17	0,655							

Tablo 3.6.' nın devamı

<b>Güven 18</b>								
<b>Güven 19</b>							-0,351	
<b>Güven 20</b>	0,426							
<b>Güven 21</b>	0,433							
<b>Güven 22</b>							-0,557	
<b>İşbirliği 1</b>								0,586
<b>İşbirliği 2</b>								0,669
<b>İşbirliği 3</b>					0,763			
<b>İşbirliği 4</b>								0,699
<b>İşbirliği 5</b>					0,569			
<b>İletişim 1</b>				0,754				
<b>İletişim 2</b>				0,626				
<b>İletişim 3</b>		0,691						
<b>İletişim 4</b>		0,418						
<b>İletişim 5</b>		0,692						
<b>İletişim 6</b>		0,633						
<b>İletişim 7</b>		0,702						
<b>Sosyaluyum 1</b>		0,758						
<b>Sosyaluyum 2</b>		0,798						
<b>Sosyaluyum 3</b>		0,920						
<b>Siyasieylem 1</b>		0,897						
<b>Siyasieylem 2</b>		0,844						
<b>Siyasieylem 3</b>		0,846						
<b>Siyasieylem 4</b>							-0,635	
<b>Özdeğer</b>	12,857	6,047	3,506	2,899	2,125	1,842	1,475	1,255
<b>Açıkl. Varyans</b>	27,356	12,865	7,460	6,168	4,521	3,920	3,138	2,670
<b>Tplm Varyans</b>	68,098							

Tablo 3.6' da görüldüğü üzere alt boyutlardan birincisi (Faktör 1) 11 maddeden (Güven 2-3-4-12-13-14-15-16-17-20-21. maddeler), ikincisi (Faktör 2) 11 maddeden (İletişim 3-4.-5-6-7., Sosyal Uyum 1-2-3., Siyasi eylem 2-3-4. maddeler), üçüncüsü (Faktör 3) 4 maddeden (Gruplar 1-2-5-6.maddeler), dördüncüsü (Faktör 4) 4 maddeden (Güven 6-7., İletişim 1-2. maddeler) ve beşincisi (Faktör 5) 4 maddeden (Grup ve ağlar 3-4., İşbirliği 3-5. maddeler), altıncısı (Faktör 6) 2 maddeden (Güven 8. ve Siyasi eylem 4. maddeler),yedinci (Faktör 7) 8

maddeden (Güven 1-5-6-9-10-11-19-22. maddeler), sekizinci (Faktör 8) 3 maddeden (İşbirliği 1-2-4. maddeler) oluşmaktadır. Maddelerin faktör yükleri incelendiğinde en düşük 0,321 en yüksek 0,945 olduğu ve maddelerin faktörlere önemli katkısı olduğu ortaya koyulmuştur.

İzleyen analizlerde sırasıyla ÇTSO' ya üye girişimcilerin ve ÇTSO' ya üye kadın girişimcilerin demografik ve sosyoekonomik faktörler kapsamında tanımlayıcı istatistikleri hesaplanarak kategorik veriler sayı ve yüzde (%) olarak verilmiştir. İkili gruplar için bağımsız örneklem T testi, ikiden fazla gruplar için tek yönlü Anova testi kullanılarak demografik ve sosyoekonomik faktörler temelinde gruplar arasında farklılıkların olup olmadığı belirlenmiştir. Farklılıkların bulunduğu gruplarda hangi gruptan farklılığın kaynaklandığı, homojen dağılan varyans olması nedeniyle LSD testiyle (homojen gruplara uygulanan post-hoc ikişerli karşılaştırma testlerinden istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşılan test) belirlenmiştir. Son olarak girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına etkisi lojistik regresyon analiziyle belirlenmiştir. Uygulanan test sonuçlarında yazında yaygın olarak kabul gören  $p < 0.05$  anlamlılık seviyesi, istatistiksel anlamlılık düzeyi olarak belirlenmiştir.

### 3.7.3. Girişimcilerin sosyoekonomik ve demografik özellikleri

Bu başlık altında ÇTSO üyesi girişimcilere uygulanan ankete göre katılımcıların sosyoekonomik ve demografik özelliklerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, anne ve baba eğitim durumu, doğum yeri, faaliyet gösterdiği sektör, aile aylık geliri, ailesinin ev sahibi olma durumu, işletme kazancı, işletmede çalışan kişi sayısı ve işletmenin faaliyet gösterdiği süre kapsamında değerlendirildiği araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

**Tablo 3. 7. Girişimcilerin cinsiyeti**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	133	32,4%
	Erkek	278	67,6%

Tablo 3.7' te görüldüğü üzere ÇTSO' ya üye girişimcilere uygulanan anket sorularına toplam 411 katılımcı cevap vermiştir. Buna göre katılımcıların %67,6' sı erkek, %32,4' ü kadındır.

**Tablo 3. 8. Girişimcilerin yaş durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Yaş	18-28 arası	36	8,8%
	29-38 arası	98	23,8%
	39-48 arası	169	41,1%
	49-58 arası	94	22,9%
	59-65 arası	14	3,4%

Tablo 3.8' de görüldüğü üzere ankete katılan girişimcilerin yaş grupları incelendiğinde %8,8' inin 18-28 yaş aralığında, %23,8' inin 29-38 yaş aralığında, %41,1' inin 39-48 yaş aralığında,%22,9' unun 49-58 yaş aralığında, %3,4' ünün ise 59-65 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların genel olarak orta yaş grubunda olduğu görülmektedir.

**Tablo 3. 9. Girişimcilerin medeni durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Medeni Durum	Evli	318	77,4%
	Bekar	93	21,9%

Tablo 3.9' da görüldüğü üzere ankete katılan girişimcilerin %77,4' ü evli, %21,9' u bekar. Genel olarak katılımcıların çoğunluğunun evli olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 10. Girişimcilerin eğitim durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Kişi Eğitim Durumu	İlkokul	37	9,0%
	Ortaokul	14	3,4%
	Lise	119	29,0%
	Lisans	198	48,2%
	Yüksek Lisans	42	10,2%
	Doktora	1	0,2%

Tablo 3.10' a göre katılımcıların %9' u ilkokul, %3,4' ü ortaokul, %29' u lise, %48,2' si lisans, %10,2' si yüksek lisans, %0,2' sinin doktora mezunu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumlarına göre lisans mezunu olanların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

**Tablo 3. 11.** Girişimcilerin babalarının eğitim durumu

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
<b>Baba Eğitim Durumu</b>	İlkokul	147	35,8%
	Ortaokul	84	20,4%
	Lise	101	24,6%
	Lisans	61	14,8%
	Yüksek Lisans	17	4,1%
	Doktora	1	0,2%

Tablo 3.11' e göre katılımcıların babalarının %35,8' i ilkokul, %20,4' ü ortaokul, %24,6' sı lise, %14,8' i lisans, %4,1' i yüksek lisans, %0,2' sinin doktora mezunu olduğu görölmektedir. Katılımcıların babalarının eğitim durumlarına bakıldığında genel olarak ilkokul mezunu olanlar çoğunluktur.

**Tablo 3. 12.** Girişimcilerin annelerinin eğitim durumu

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
<b>Anne Eğitim Durumu</b>	İlkokul	195	47,4%
	Ortaokul	101	24,6%
	Lise	77	18,7%
	Lisans	32	7,8%
	Yüksek Lisans	5	1,2%
	Doktora	1	0,2%

Tablo 3.12' ye göre katılımcıların annelerinin %47,4' ünün ilkokul, %24,6' sının ortaokul, %18,7' sinin lise, %7,8' inin lisans, %1,2' sinin yüksek lisans, %0,2' sinin doktora mezunu olduğu görölmektedir. Katılımcıların annelerinin eğitim durumlarına bakıldığında katılımcıların babalarında olduğu gibi çoğunluk ilkokul mezunu olup, doktora mezunu olanların en düşük orana sahip olduğu görölmektedir.

**Tablo 3. 13.** Girişimcilerin doğum yeri

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
<b>Doğum Yeri</b>	Köy	53	12,9%
	İlçe	67	16,3%
	İl	255	62,0%
	Büyükşehir	36	8,8%

Tablo 3.13' e göre katılımcı girişimcilerin doğum yerleri incelendiğinde %12,9' unun köyde, %16,3' ünün ilçede, %62' sinin ilde ve %8,8' inin ise büyükşehirde doğmuş oldukları görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun doğum yerinin il olduğu görülmektedir.

**Tablo 3. 14. Girişimcilerin sektördeki iş alanları**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Sektör	İmalat	92	22,4%
	Madencilik	10	2,4%
	Hizmet	171	41,6%
	Yenilikçi Hizmet	77	18,7%
	Diğer	61	14,8%

Ankete katılanların faaliyet gösterdiği sektörler dört grup şeklinde sınıflandırılmıştır. Birinci grup imalat ve sanayi sektörü; ikinci grup kömür, taş, bakır işlemeciliği dahil olmak üzere madencilik sektörü, üçüncü grup restoran, otel, toptan ve perakende ticaret, kuyumculuk, nakliyat, inşaat gibi geleneksel hizmet sektörü, dördüncü grup iletişim, bilişim, reklam, danışmanlık, sigortacılık gibi yenilikçi hizmet sektörüdür. Katılımcıların faaliyet gösterdiği alanın hangi sektöre dahil olduğuna karar veremediği durumlar için "diğer" adı altında bir gruplamaya yer verilmiştir.

Tablo 3.14' e göre katılımcıların %22,4' ü imalat, %2,4' ü madencilik, %41,6' sı hizmet, %18,7' si yenilikçi hizmet sektöründe yer alırken, %14,8' i bu alanlarda olmayan diğer sektörlerde yer aldığı görülmektedir. Katılımcı girişimcilerin çoğunluğunun hizmet sektöründe olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 15. Girişimcilerin ailelerinin gelir durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Gelir Durumu	4500-5500	4	1,0%
	5501-6500	9	2,2%
	6501-7500	9	2,2%
	7501-8500	7	1,7%
	8501-9500	22	5,4%
	9500 üzeri	360	87,6%

Tablo 3.15' e göre ÇTSO' ya üye katılımcıların ailelerinin gelir durumu incelendiğinde; 4500-5500 TL gelire sahip katılımcıların %1, 5501-6500 TL gelire sahip katılımcıların %2,2, 6501-7500 TL gelire sahip katılımcıların %2,2, 7501-8500 TL gelire sahip katılımcıların %1,7, 8501-9500 TL gelire sahip katılımcıların %5,4 ve 9500 üzeri gelire sahip katılımcıların %87,6

oranında olduğu görülmektedir. Katılımcıların aile gelir düzeyinin çoğunluğunun 9500 TL üzerinde olduğu tespit edilmiştir.<sup>2</sup>

**Tablo 3. 16. Girişimcilerin ailelerinin ev sahibi olma durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Ev Sahibi Olma Durumu	Kendi Evi	366	89,1%
	Kira	45	10,9%

Tablo 3.16' ya göre katılımcıların ailelerinin %89,1' inin kendi evi olduğu, %10,9' unun ise kiracı olduğu görülmüştür. Katılımcıların ailelerinin büyük çoğunluğunun ev sahibi olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 3. 17. Girişimcilerin işletmelerinin kazanç durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Girişimcilerin İşletmelerinin Kazanç Durumu	5000-15000	29	7,1%
	15001-25000	75	18,2%
	25001-50000	98	23,8%
	50001-75000	20	4,9%
	75000 üzeri	189	46,0%

Tablo 3.17' de görüldüğü üzere katılımcı girişimcilerin işletmelerinin %7,1' i 5000-15000 TL, %18,2' si 15001-25000 TL, %23,8' i 25001-50000 TL, %4,9' u 50001-75000 TL ve %46' sını 75000 TL üzeri aylık kazanç elde etmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun işletme kazancının 75000 TL üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 18. Girişimcilerin işletmesinde çalışan kişi sayıları**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
İşletme Kişi	1-5	185	45,0%
	6-10	81	19,7%
	11-15	46	11,2%
	16-20	34	8,3%
	21-25	12	2,9%
	25 üzeri	53	12,9%

<sup>2</sup>Çalışmanın anket soruları 01.07.2022 tarihinden önce hazırlanıp uygulandığından söz konusu dönemde geçerli net asgari ücret (4253 TL) baz alınarak gelir gruplandırılması yapılmış, bu nedenle yeni asgari ücrete göre gelir grupları güncellemesi yapılamamıştır.

Tablo 3.18' e göre katılımcıların işletmelerinde 1-5 kişi çalıştıranların oranının %45, 6-10 kişi çalıştıranların oranının %19,7, 11-15 kişi çalıştıranların oranının %11,2,16-20 kişi çalıştıranların oranının %8,3, 21-25 kişi çalıştıranların oranının %2,9 ve 25 üzeri kişi çalıştıranların oranının %12,9 olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletmelerinde çoğunlukla 1-5 kişi çalıştırdıkları görülmektedir.

**Tablo 3. 19. Girişimcilerin işletmelerinin süreleri**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
İşletme Yılı	0-1	16	3,9%
	2-5	80	19,5%
	6-10	95	23,1%
	11-17	95	23,1%
	18-25	47	11,4%
	25 üzeri	78	19,0%

Tablo 3.19' a göre katılımcı girişimcilerin işletmelerinin faaliyet süreleri incelendiğinde %3,9' u 0-1 yıl, %19,5' i 2-5 yıl, %23,1' i 6-10 yıl, %23,1' i 11-17 yıl, %11,4' ü 18-25 yıl, %19' u 25 yıl üzeri girişimsel faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

**Tablo 3. 20. Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi**

		Ortalama	Std. Sapma
S1	Yasa gereği üye olduğum Ticaret ve Sanayi Odası (TSO) dışında yardımlaşma ve dayanışma amaçlı dernek ve vakıflara üyeyim.	2,49	1,547
S2	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında kültür dernekleri ve fikir kulüplerine üyeyim.	2,32	1,456
S3	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında spor kulüplerine üyeyim.	2,24	1,442
S4	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında inancıma uygun dernek ve vakıflara üyeyim.	2,02	1,324
S5	Son altı ay içerisinde resmi olmayan bir toplumsal etkinliğe (konser, gösteri, vakıf, dernek faaliyetleri vb.) katıldım.	2,85	1,627
S6	Son altı ay içerisinde mesleki bir toplantıya (seminer, workshop, konferans, vb.) katıldım.	3,09	1,626
S7	İnsanların çoğunun güvenilir olduğunu düşünürüm.	2,81	1,269
S8	Aile üyelerime güvenirim.	4,40	0,963
S9	Komşu, arkadaş ve yakınlarıma güvenirim.	3,93	0,939
S10	Farklı din, etnik grup ve farklı milletten kişilere güvenirim.	3,25	1,140
S11	İlk defa tanıştığım kişilere güvenirim.	2,45	1,191
S12	Devletin uyguladığı politika (ekonomik ve sosyal politikalar) ve hizmetlere (sağlık, eğitim, alt yapı hizmeti gibi) güvenirim.	3,41	1,227

Tablo 3.20.' nin devamı

S13	Adalet kurumlarına güvenirim.	3,38	1,237
S14	Silahlı kuvvetler ve polise güvenirim.	3,78	1,100
S15	Basın yayın kurumuna güvenirim.	2,40	1,215
S16	Sivil Toplum Kuruluşlarına güvenirim.	3,22	1,027
S17	Yaşadığım yerde çoğu kişiye güvenirim.	3,20	1,155
S18	Yaşadığım yerde çoğu insan ihtiyacım olduğunda yardım eder.	3,59	1,024
S19	Yaşadığım yerde hastalandığım zaman komşularım yardım eder.	3,85	0,940
S20	Maddi anlamda sıkıntı çeken herhangi bir komşum ya da arkadaşşıma yardım ederim.	3,99	0,933
S21	Maddi anlamda sıkıntı yaşadığımda yaşadığım yerdeki insanlardan yardım alabilirim.	3,70	1,027
S22	Yaşadığım yerde insanlar birbirlerine yardım ederler.	3,68	0,987
S23	Başkalarına yardım etmenin uzun vadede kendime yardım etmek olduğu düşüncesindeyim.	3,84	1,075
S24	Yaşadığım yerde beni kullanacaklarını düşünerek dikkatli davranırım.	3,42	1,133
S25	Çalıştığım işletmelere yasal sözleşme yapmadan ve hukuki prosedürü takip etmeden (Çek, noter onayı vs.) mal ya da hizmet veririm.	2,64	1,313
S26	İşletmemde çalışan kişileri sık kontrol etmediğim zaman görevlerini tam olarak yapacaklarına inanırım.	3,40	1,199
S27	Yeni bir yatırımda bulunacağım zaman, resmi karar mercilerinin ve diğer ilgili kurumların desteğini alabileceğime inanırım.	3,49	1,051
S28	Son beş yılda yaşadığım yere olan güvenim arttı.	3,12	1,137
S29	Son beş yılda yaşadığım yerdeki kişilerle toplum yararına bir işte gönüllü olarak çalıştım.	2,86	1,465
S30	TSO bünyesindeki kişiler toplumsal aktivitelere gönüllü bir biçimde katılır ya da yardımlarını esirgemezler.	3,32	1,256
S31	TSO bünyesindeki kişiler cezalandırılma ya da eleştirilme kaygısı olduğu için toplumsal aktivitelere katılırlar.	2,48	1,167
S32	İşletmemde herhangi bir sorun olduğunda çözüm için birlikte hareket ederiz.	3,71	1,216
S33	İşletme olarak diğer işletmelerle ortaklık kurma fikrine katılıyorum.	2,84	1,276
S34	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken radyoyu tercih ederim.	2,74	1,419
S35	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken televizyonu tercih ederim.	3,51	1,285
S36	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken interneti tercih ederim.	4,03	1,161
S37	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken sosyal medyayı tercih ederim.	3,53	1,349
S38	Son beş yılda yaşadığım yerde bilgiye ulaşım kolaylaşmıştır.	4,19	1,020

Tablo 3.20.' nin devamı

S39	Faaliyet alanımla ilgili herhangi bir fuar, organizasyon bilgisi aldığım da diğer işletmelerle paylaşıyorum.	4,10	0,977
S40	Bulduğum sektörde maliyetleri düşürücü ve verimliliği yükseltici herhangi bir yeniliği diğer işletmelerle paylaşıyorum.	4,09	0,984
S41	Kendimi yaşadığım şehrin sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda bir parçası olarak görürüm.	4,08	1,039
S42	Yaşadığım yerde kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıkları bulunmaktadır.	4,18	1,045
S43	Yaşadığım yerdeki kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıklarına karşı hoşgörülüyümdür.	4,30	0,969
S44	Yaşadığım yeri iyi bir hale getirmekte etkili olduğumu düşünürüm.	4,12	0,956
S45	Hayatımın akışını değiştirecek kadar önemli kararlar alma gücüm olduğuna inanıyorum.	4,21	0,962
S46	Seçimlerde oy kullanmanın gerekliliğine inanırım.	4,37	1,007
S47	Oy kullanma dışında siyasal etkinliklere (sorunları iletişim araçlarını kullanarak ya da bizzat ilgili kurumlara başvurarak dile getirme ve siyasi parti üyeliği gibi) katılırım.	2,66	1,435
Anket Genel Veri		3,3892	0,51641

Tablo 3.20' de aritmetik ortalama ile birlikte standart sapma sonuçlarına da yer verilerek sorulara verilen cevaplarda ortalamadan sapma olma durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Buna göre ortalamadan sapma olmadığı tespit edilmiştir. Ortalama değerlerine göre de girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerine yönelik katılım düzeyleri belirlenmiştir. Soh ve ark. (2010, s. 549) ve Akbolat ve Işık (2012, s. 409), 1,00-2,33 arasındaki değerlerin "düşük katılım", Shukor ve ark. (2010, s. 2) ile Chasanah (2012, s. 535), 2,34-3,66 arasındaki değerlerin "kısmen katılım", McLeod (2010, s. 183) ile Chang ve ark. (2011, s. 61), 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade ettiğini belirtmişlerdir (Çankaya, 2017, s. 277). Girişimcilerin sosyal sermaye ölçeğine ilişkin soruların ortalamaları incelendiğinde güven ve dayanışma, kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem gibi kategorilerde 3,67-5,00 arası ortalamaya sahip olsalar da (19 soruda yüksek katılım) genel olarak 2,34-3,66 arasında (3.39) ortalamayla kısmen katılıma (25 soruda kısmen katılım) sahip oldukları görülmüştür. 3 soru dışında ("Yasa gereği üye olduğum TSO dışında kültür dernekleri ve fikir kulüplerine üyeyim", "Yasa gereği üye olduğum TSO dışında spor kulüplerine üyeyim", "Yasa gereği üye olduğum TSO dışında inancıma uygun dernek ve vakıflara üyeyim") düşük katılım içeren ortalama bulunmamaktadır.

#### 3.7.4. Kadın girişimcilerin sosyoekonomik ve demografik özellikleri

Bu başlık altında Çorum TSO üyesi işletme sahiplerine uygulanan ankete göre kadın girişimcilerin sosyoekonomik ve demografik özelliklerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, anne ve baba eğitim durumu, doğum yeri, faaliyet gösterdiği sektör, aile aylık

geliri, ailesinin ev sahibi olma durumu, işletme kazancı, işletmede çalışan kişi sayısı ve işletmenin faaliyet gösterdiği süre kapsamında değerlendirildiği araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

**Tablo 3. 21. Kadın girişimcilerin yaş durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Yaş	18-28 arası	16	12.0%
	29-38 arası	40	30.1%
	39-48 arası	58	43.6%
	49-58 arası	19	14.3%
	59-65 arası	0	0%

Tablo 3.21' e göre ankete katılan kadın girişimcilerin yaşları incelendiğinde %12' si 18-28 yaş aralığında, %30,1' inin 29-38 yaş aralığında, % 43,6' sının 39-48 yaş aralığında,% 14,3' ünün 49-58 yaş aralığında olduğu görülmekte olup, 59-65 yaş aralığında kadın girişimci olmadığı belirlenmiştir. Sonuçlar incelendiğinde katılımcı kadın girişimcilerin çoğunun 39-48 yaş aralığında olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 22. Kadın girişimcilerin medeni durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Medeni Durum	Evli	86	64.7%
	Bekar	47	35.3%

Tablo 3.22' ye göre ankete katılan kadın girişimcilerin %64,7' si evli ve %35,3' ü ise bekardır. Genel olarak katılımcıların çoğunluğunun evli olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 23. Kadın girişimcilerin eğitim durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Kişi Eğitim Durumu	İlkokul	8	6,0%
	Ortaokul	3	2,3%
	Lise	39	29,3%
	Lisans	63	47,4%
	Yüksek Lisans	20	15,0%

Tablo 3.23' e göre kadın girişimcilerin %6' sının ilkokul, %2,3' ünün ortaokul, %29,3' ünün lise, %47,4' ünün lisans, %15' inin yüksek lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların çoğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir.

**Tablo 3. 24.** Kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumu

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
<b>Baba Eğitim Durumu</b>	İlkokul	41	30.8%
	Ortaokul	23	17.3%
	Lise	37	27.8%
	Lisans	27	20.3%
	Yüksek Lisans	5	3.8%

Tablo 3. 24' e göre katılımcı kadın girişimcilerin babalarının %30,8' inin ilkokul, %17,3' ünün ortaokul, %27,8' inin lise, %20,3' ü lisans, %3,8' inin yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcı kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumları incelendiğinde genel olarak ilkokul mezunu olanların çoğunlukta olup ardından lise mezunu olanların çoğunluk oluşturduğu, doktora mezunu olanın ise bulunmadığı görülmüştür.

**Tablo 3. 25.** Kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumu

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
<b>Anne Eğitim Durumu</b>	İlkokul	52	39,1%
	Ortaokul	32	24,1%
	Lise	30	22,6%
	Lisans	16	12,0%
	Yüksek Lisans	3	2,3%

Tablo 3.25' e göre katılımcı kadın girişimcilerin annelerinin %39,1' inin ilkokul, %24,1' inin ortaokul, %22,6' sının lise, %12' sinin lisans, %2,3' ünün yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcı kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumları incelendiğinde babalarında olduğu gibi çoğunluğu ilkokul mezunu olup, doktora mezunu olan bulunmamaktadır.

**Tablo 3. 26.** Kadın girişimcilerin doğum yeri

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
<b>Doğum Yeri</b>	Köy	6	4.5%
	İlçe	24	18.0%
	İl	78	58.6%
	Büyükşehir	25	18.8%

Tablo 3.26' ya göre katılımcı kadın girişimcilerin doğum yerleri ile ilgili cevaplar incelendiğinde %4,5' inin köyde, %18' inin ilçede, %58,6' sının ilde ve %18,8' inin ise büyükşehirde doğmuş oldukları görülmektedir.

**Tablo 3. 27. Kadın girişimcilerin sektördeki iş alanları**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Sektör	İmalat	26	19.5%
	Madencilik	5	3.8%
	Hizmet	44	33.1%
	Yenilikçi Hizmet	38	28.6%
	Diğer	20	15.0%

Ankete katılanların faaliyet gösterdiği sektörler dört grup şeklinde sınıflandırılmıştır. Birinci grup, imalat ve sanayi sektörü; ikinci grup kömür, taş, bakır işlemciliği dahil olmak üzere madencilik sektörü; üçüncü grup restoran, otel, toptan ve perakende ticaret, kuyumculuk, nakliyat, inşaat gibi geleneksel hizmet sektörü; dördüncü grup iletişim, bilişim, reklam, danışmanlık, sigortacılık gibi yenilikçi hizmet sektörüdür. Katılımcıların faaliyet gösterdiği alanın hangi sektöre dahil olduğuna karar veremediği durumlar için "diğer" adı altında bir gruplamaya yer verilmiştir.

Tablo 3.27' de görüldüğü üzere katılımcı kadın girişimcilerin %19,5' i imalat, %3,8' i madencilik, %33,1' i hizmet, % 28,6' sını yenilikçi hizmet sektöründe yer alırken, %15' i bu alanlarda olmayan diğer sektörlerde faaliyet göstermektedir.

**Tablo 3. 28. Kadın girişimcilerin ailelerinin gelir durumu**

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Gelir Durumu	4500-5500	0	0,0%
	5501-6500	4	3,0%
	6501-7500	2	1,5%
	7501-8500	5	3,8%
	8501-9500	7	5,3%
	9500 üzeri	115	86,5%

Tablo 3.28' e göre katılımcı kadın girişimcilerin ailelerinin gelir düzeyi incelendiğinde 4500-5500 TL gelire sahip katılımcı bulunmadığı, 5501-6500 TL gelire sahip katılımcıların %3,0; 6501-7500 TL gelire sahip katılımcıların %1,5; 7501-8500 TL gelire sahip katılımcıların %3,8; 8501-9500 TL gelire sahip katılımcıların %5,3 ve 9500 TL ve üzeri gelire sahip katılımcıların %86,5 oranında olduğu görülmektedir. Genel duruma bakıldığında

katılımcıların ailelerinin gelir düzeyinin genel olarak 9500 TL üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 29.** Kadın girişimcilerin ailelerinin ev sahibi olma durumu

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Ev Sahibi Olma Durumu	Kendi Evi	115	86.5%
	Kira	18	13.5%

Tablo 3.29' a göre katılımcı kadın girişimcilerin ailelerinin % 86,5' inin kendi evi olduğu, %13,5' inin ise kirada oturdukları görülmektedir. Anket verilerine göre katılımcıların ailelerinin büyük çoğunluğunun kendine ait evlerinin olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 3. 30.** Kadın girişimcilerin işletmelerinin kazanç durumu

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
Girişimcilerin İşletmelerinin Kazanç Durumu	5000-15000	8	6.0%
	15001-25000	31	23.3%
	25001-50000	32	24.1%
	50001-75000	6	4.5%
	75000 üzeri	56	42.1%

Tablo 3.30' da görüldüğü üzere katılımcı kadın girişimcilerin %6,0' sı 5000-15000 TL, %23,3' ü 15001-25000 TL, %24,1' i 25001-50000 TL, % 4,5' i 50001-75000 TL ve % 42.1' i 75000 TL üzeri aylık kazanç elde etmektedir. Sonuçlar incelendiğinde katılımcı kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun işletme kazancının 75000 TL üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 31.** Kadın girişimcilerin işletmesinde çalışan kişi sayıları

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
İşletme Kişi	1-5	73	54,9%
	6-10	27	20,3%
	11-15	11	8,3%
	16-20	7	5,3%
	21-25	6	4,5%
	25 üzeri	9	6,8%

Tablo 3.31' e göre katılımcı kadın girişimci işletmelerin bünyesinde 1-5 kişi çalıştıranların %54,9, 6-10 kişi çalıştıranların %20,3, 11-15 kişi çalıştıranların %8,3, 16-20 kişi çalıştıranların %5,3, 21-25 kişi çalıştıranların %4,5, 25 üzeri kişi çalıştıranların ise %6,8

olduğu görülmektedir. Katılımcı kadın girişimcilerin işletmelerinde çalışanların en fazla 1-5 kişi olduğu, bir başka ifadeyle işletmelerin genellikle küçük işletme olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 32.** Kadın girişimcilerin işletmelerinin süreleri

Değişken	Gruplar	Katılımcı sayısı (n)	Yüzde (%)
İşletme Yılı	0-1	7	5.3%
	2-5	41	30.8%
	6-10	38	28.6%
	11-17	30	22.6%
	18-25	8	6.0%
	25 üzeri	9	6.8%

Tablo 3.32' ye göre katılımcı kadın girişimcilerin işletmelerinin %5,3' ü 0-1 yıldır, %30,8' i 2-5 yıldır, %28,6' sı 6-10 yıldır, %22,6' sı 11-17 yıldır, %6' sı 18-25 yıldır alanında faaliyet gösterirken, %6,8' inin 25 yıl üzerinde sektörde var oldukları belirlenmiştir.

**Tablo 3. 33.** Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi

		Ortalama	Standart Sapma
S1	Yasa gereği üye olduğum Ticaret ve Sanayi Odası (TSO) dışında yardımlaşma ve dayanışma amaçlı dernek ve vakıflara üyeyim.	2,79	1,610
S2	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında kültür dernekleri ve fikir kulüplerine üyeyim.	2,63	1,588
S3	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında spor kulüplerine üyeyim.	2,06	1,324
S4	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında inancıma uygun dernek ve vakıflara üyeyim.	1,98	1,311
S5	Son altı ay içerisinde resmi olmayan bir toplumsal etkinliğe (konser, gösteri, vakıf, dernek faaliyetleri vb.) katıldım.	3,11	1,611
S6	Son altı ay içerisinde mesleki bir toplantıya (seminer, workshop, konferans, vb.) katıldım.	3,26	1,603
S7	İnsanların çoğunun güvenilir olduğunu düşünürüm.	2,82	1,347
S8	Aile üyelerime güvenirim.	4,36	0,956
S9	Komşu, arkadaş ve yakınlarıma güvenirim.	3,90	0,991
S10	Farklı din, etnik grup ve farklı milletten kişilere güvenirim.	3,34	1,121
S11	İlk defa tanıştığım kişilere güvenirim.	2,52	1,228
S12	Devletin uyguladığı politika (ekonomik ve sosyal politikalar) ve hizmetlere (sağlık, eğitim, alt yapı hizmeti gibi) güvenirim.	3,40	1,199
S13	Adalet kurumlarına güvenirim.	3,45	1,177

Tablo 3.33.' ün devamı

S14	Silahlı kuvvetler ve polise güvenirim.	3,85	1,011
S15	Basın yayın kurumuna güvenirim.	2,42	1,244
S16	Sivil Toplum Kuruluşlarına güvenirim.	3,38	1,056
S17	Yaşadığım yerde çoğu kişiye güvenirim.	3,26	1,205
S18	Yaşadığım yerde çoğu insan ihtiyacım olduğunda yardım eder.	3,68	1,025
S19	Yaşadığım yerde hastalandığım zaman komşularım yardım eder.	3,83	0,955
S20	Maddi anlamda sıkıntı çeken herhangi bir komşum ya da arkadaşşıma yardım ederim.	4,02	0,908
S21	Maddi anlamda sıkıntı yaşadığımda yaşadığım yerdeki insanlardan yardım alabilirim.	3,69	1,102
S22	Yaşadığım yerde insanlar birbirlerine yardım ederler.	3,66	1,036
S23	Başkalarına yardım etmenin uzun vadede kendime yardım etmek olduğu düşüncesindeyim.	3,79	1,148
S24	Yaşadığım yerde beni kullanacaklarını düşünerek dikkatli davranırım.	3,54	1,132
S25	Çalıştığım işletmelere yasal sözleşme yapmadan ve hukuki prosedürü takip etmeden (Çek, noter onayı vs.) mal ya da hizmet veririm.	2,59	1,309
S26	İşletmemde çalışan kişileri sık kontrol etmediğim zaman görevlerini tam olarak yapacaklarına inanırım.	3,47	1,203
S27	Yeni bir yatırımda bulunacağım zaman, resmi karar mercilerinin ve diğer ilgili kurumların desteğini alabileceğime inanırım.	3,63	1,069
S28	Son beş yılda yaşadığım yere olan güvenim arttı.	3,27	1,081
S29	Son beş yılda yaşadığım yerdeki kişilerle toplum yararına bir işte gönüllü olarak çalıştım.	3,13	1,510
S30	TSO bünyesindeki kişiler toplumsal aktivitelere gönüllü bir biçimde katılır ya da yardımlarını esirgemezler.	3,43	1,304
S31	TSO bünyesindeki kişiler cezalandırılma ya da eleştirilme kaygısı olduğu için toplumsal aktivitelere katılırlar.	2,40	1,167
S32	İşletmemde herhangi bir sorun olduğunda çözüm için birlikte hareket ederiz.	3,78	1,183
S33	İşletme olarak diğer işletmelerle ortaklık kurma fikrine katılıyorum.	2,81	1,309
S34	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken radyoyu tercih ederim.	2,88	1,441
S35	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken televizyonu tercih ederim.	3,50	1,259
S36	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken interneti tercih ederim.	4,12	1,045
S37	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken sosyal medyayı tercih ederim.	3,62	1,216
S38	Son beş yılda yaşadığım yerde bilgiye ulaşım kolaylaşmıştır.	4,24	0,978

Tablo 3.33.' ün devamı

S39	Faaliyet alanımla ilgili herhangi bir fuar, organizasyon bilgisi aldığımda diğer işletmelerle paylaşıyorum.	4,18	0,999
S40	Bulduğum sektörde maliyetleri düşürücü ve verimliliği yükseltici herhangi bir yeniliği diğer işletmelerle paylaşıyorum.	4,15	0,989
S41	Kendimi yaşadığım şehrin sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda bir parçası olarak görürüm.	4,17	0,994
S42	Yaşadığım yerde kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıkları bulunmaktadır.	4,28	0,940
S43	Yaşadığım yerdeki kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıklarına karşı hoşgörülüyümdür.	4,36	0,820
S44	Yaşadığım yeri iyi bir hale getirmekte etkili olduğumu düşünürüm.	4,29	0,842
S45	Hayatımın akışını değiştirecek kadar önemli kararlar alma gücüm olduğuna inanıyorum.	4,23	0,928
S46	Seçimlerde oy kullanmanın gerekliliğine inanırım.	4,41	0,906
S47	Oy kullanma dışında siyasal etkinliklere (sorunları iletişim araçlarını kullanarak ya da bizzat ilgili kurumlara başvurarak dile getirme, boykot etme, seçim kampanyasına katılma ve siyasi parti üyeliği gibi) katılırım.	2,89	1,509
Anket Genel Veri		3,4593	0,55715

Tablo 3.33' de aritmetik ortalama ile birlikte standart sapma sonuçlarına da yer verilerek sorulara verilen cevaplarda ortalamadan sapma olma durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Buna göre ortalamadan sapma olmadığı tespit edilmiştir. Ortalama değerlerine göre de girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerine yönelik katılım düzeyleri belirlenmiştir. Soh ve ark. (2010, s. 549) ve Akbolat ve Işık (2012, s. 409), 1,00-2,33 arasındaki değerlerin "düşük katılım", Shukor ve ark. (2010, s. 2) ile Chasanah (2012, s. 535), 2,34-3,66 arasındaki değerlerin "kısmen katılım", McLeod (2010, s. 183) ile Chang ve ark. (2011, s. 61), 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade ettiğini belirtmişlerdir (Çankaya, 2017, s. 277). Kadın girişimcilerin sosyal sermaye ölçeğine ilişkin soruların ortalamaları incelendiğinde güven ve dayanışma, kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem gibi kategorilerde 3,67-5,00 arası ortalamaya sahip olsalar da (19 soruda yüksek katılım) genel olarak 2,34-3,66 arasında (3.46) ortalamayla kısmen katılıma (26 soruda kısmen katılım) sahip oldukları görülmüştür. 2 soru dışında ("Yasa gereği üye olduğum TSO dışında spor kulüplerine üyeyim", "Yasa gereği üye olduğum TSO dışında inancıma uygun dernek ve vakıflara üyeyim") düşük katılım içeren ortalama bulunmamaktadır.

**Tablo 3. 34. Erkek girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi**

		Ortalama	Standart Sapma
S1	Yasa gereği üye olduğum Ticaret ve Sanayi Odası (TSO) dışında yardımlaşma ve dayanışma amaçlı dernek ve vakıflara üyeyim.	2,35	1,497
S2	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında kültür dernekleri ve fikir kulüplerine üyeyim.	2,17	1,367
S3	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında spor kulüplerine üyeyim.	2,32	1,49
S4	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında inancıma uygun dernek ve vakıflara üyeyim.	2,04	1,332
S5	Son altı ay içerisinde resmi olmayan bir toplumsal etkinliğe (konser, gösteri, vakıf, dernek faaliyetleri vb.) katıldım.	2,73	1,624
S6	Son altı ay içerisinde mesleki bir toplantıya (seminer, workshop, konferans, vb.) katıldım.	3,01	1,634
S7	İnsanların çoğunun güvenilir olduğunu düşünürüm.	2,8	1,232
S8	Aile üyelerime güvenirim.	4,42	0,968
S9	Komşu, arkadaş ve yakınlarıma güvenirim.	3,95	0,914
S10	Farklı din, etnik grup ve farklı milletten kişilere güvenirim.	3,21	1,149
S11	İlk defa tanıştığım kişilere güvenirim.	2,42	1,174
S12	Devletin uyguladığı politika (ekonomik ve sosyal politikalar) ve hizmetlere (sağlık, eğitim, alt yapı hizmeti gibi) güvenirim.	3,41	1,242
S13	Adalet kurumlarına güvenirim.	3,35	1,265
S14	Silahlı kuvvetler ve polise güvenirim.	3,75	1,14
S15	Basın yayın kurumuna güvenirim.	2,39	1,202
S16	Sivil Toplum Kuruluşlarına güvenirim.	3,15	1,007
S17	Yaşadığım yerde çoğu kişiye güvenirim.	3,18	1,131
S18	Yaşadığım yerde çoğu insan ihtiyacım olduğunda yardım eder.	3,54	1,022
S19	Yaşadığım yerde hastalandığım zaman komşularım yardım eder.	3,86	0,935
S20	Maddi anlamda sıkıntı çeken herhangi bir komşum ya da arkadaşıma yardım ederim.	3,97	0,946
S21	Maddi anlamda sıkıntı yaşadığımda yaşadığım yerdeki insanlardan yardım alabilirim.	3,71	0,991
S22	Yaşadığım yerde insanlar birbirlerine yardım ederler.	3,69	0,965
S23	Başkalarına yardım etmenin uzun vadede kendime yardım etmek olduğu düşüncesindeyim.	3,86	1,039
S24	Yaşadığım yerde beni kullanacaklarını düşünerek dikkatli davranırım.	3,36	1,131
S25	Çalıştığım işletmelere yasal sözleşme yapmadan ve hukuki prosedürü takip etmeden (Çek, noter onayı vs.) mal ya da hizmet veririm.	2,66	1,317
S26	İşletmemde çalışan kişileri sık kontrol etmediğim zaman görevlerini tam olarak yapacaklarına inanırım.	3,37	1,197
S27	Yeni bir yatırımda bulunacağım zaman, resmi karar mercilerinin ve diğer ilgili kurumların desteğini alabileceğime inanırım.	3,43	1,037
S28	Son beş yılda yaşadığım yere olan güvenim arttı.	3,04	1,158
S29	Son beş yılda yaşadığım yerdeki kişilerle toplum yararına bir işte gönüllü olarak çalıştım.	2,73	1,428

Tablo 3.34.' ün devamı

S30	TSO bünyesindeki kişiler toplumsal aktivitelere gönüllü bir biçimde katılır ya da yardımlarını esirgemezler.	3,26	1,231
S31	TSO bünyesindeki kişiler cezalandırılma ya da eleştirilme kaygısı olduğu için toplumsal aktivitelere katılırlar.	2,52	1,167
S32	İşletmemde herhangi bir sorun olduğunda çözüm için birlikte hareket ederiz.	3,68	1,232
S33	İşletme olarak diğer işletmelerle ortaklık kurma fikrine katılıyorum.	2,86	1,263
S34	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken radyoyu tercih ederim.	2,67	1,406
S35	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken televizyonu tercih ederim.	3,52	1,299
S36	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken interneti tercih ederim.	3,99	1,212
S37	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken sosyal medyayı tercih ederim.	3,48	1,408
S38	Son beş yılda yaşadığım yerde bilgiye ulaşım kolaylaşmıştır.	4,17	1,04
S39	Faaliyet alanımla ilgili herhangi bir fuar, organizasyon bilgisi aldığımda diğer işletmelerle paylaşıyorum.	4,06	0,967
S40	Bulduğum sektörde maliyetleri düşürücü ve verimliliği yükseltici herhangi bir yeniliği diğer işletmelerle paylaşıyorum.	4,06	0,982
S41	Kendimi yaşadığım şehrin sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda bir parçası olarak görürüm.	4,03	1,059
S42	Yaşadığım yerde kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıkları bulunmaktadır.	4,13	1,089
S43	Yaşadığım yerdeki kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıklarına karşı hoşgörülüyümdür.	4,27	1,032
S44	Yaşadığım yeri iyi bir hale getirmekte etkili olduğumu düşünürüm.	4,04	0,997
S45	Hayatımın akışımı değiştirecek kadar önemli kararlar alma gücüm olduğuna inanıyorum.	4,19	0,979
S46	Seçimlerde oy kullanmanın gerekliliğine inanırım.	4,35	1,054
S47	Oy kullanma dışında siyasal etkinliklere (sorunları iletişim araçlarını kullanarak ya da bizzat ilgili kurumlara başvurarak dile getirme, boykot etme ve siyasi parti üyeliği gibi) katılıyorum.	2,55	1,387
Anket Genel Veri		3,3557	0,49327

Tablo 3.34' de aritmetik ortalama ile birlikte standart sapma sonuçlarına da yer verilerek sorulara verilen cevaplarda ortalamadan sapma olma durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Buna göre ortalamadan sapma olmadığı tespit edilmiştir. Ortalama değerlerine göre de girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerine yönelik katılım düzeyleri belirlenmiştir. Soh ve ark. (2010, s. 549) ve Akbolat ve Işık (2012, s. 409), 1,00-2,33 arasındaki değerlerin "düşük katılım", Shukor ve ark. (2010, s. 2) ile Chasanah (2012, s. 535), 2,34-3,66 arasındaki değerlerin "kısmen katılım", McLeod (2010, s. 183) ile Chang ve ark. (2011, s. 61), 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade ettiğini belirtmişlerdir (Çankaya, 2017, s. 277). Erkek girişimcilerin sosyal sermaye ölçeğine ilişkin soruların ortalamaları incelendiğinde güven ve dayanışma, kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem gibi kategorilerde 3,67-5,00 arası ortalamaya sahip olsalar da (19 soruda yüksek katılım) genel olarak 2,34-3,66 arasında (3.35) ortalamayla kısmen katılıma (25 soruda kısmen katılım) sahip oldukları görülmüştür.

2 soru dışında (“Yasa gereği üye olduğum TSO dışında kültür dernekleri ve fikir kulüplerine üyeyim”, “Yasa gereği üye olduğum TSO dışında spor kulüplerine üyeyim”, “Yasa gereği üye olduğum TSO dışında inancıma uygun dernek ve vakıflara üyeyim”) düşük katılım içeren ortalama bulunmamaktadır.

Çalışma erkek girişimciler temelinde oluşturulmasa da kadın ve erkek girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerinin karşılaştırılması amacıyla erkek girişimcilerin sosyal sermaye düzeyini gösteren ortalamalara da bu başlık altında yer verilmiştir. Kadın ve erkek girişimciler arasında anket sorularına verilen cevaplara katılım düzeyleri açısından belirgin farklılık görülmemiş, aynı kategorilerde çoğu soruda yüksek katılım düzeyi gösterdikleri belirlenmiştir. Kadın ve erkek girişimcilerin genel olarak altı kategori için kısmen katılım gösterdikleri ve bu nedenle sosyal sermayelerinin orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Kadın girişimcilerle erkek girişimcilerin altı kategoride benzer sonuçlar sergilemeleri, girişimsel faaliyette bulunan kadınların sosyal sermaye düzeyinin erkeklere göre düşük olmadığını göstergesidir. Bu durum kadın girişimci adaylarında sosyal sermaye düzeyinin kadın girişimlere göre düşük seviyede olabileceğini akla getirmektedir. Grup ve ağlar kategorisinde hem kadınlarda hem de erkeklerde sosyal sermaye düzeyinin düşük olması (bu kategoride verilen cevapların düşük katılım yönünde olması) bu kategoride sosyal sermaye düzeyinin artırılmasının önemini ortaya koymaktadır. Kadın ve erkekler için sosyal sermaye düzeyi belirlendikten sonra çalışmanın diğer başlıklarında araştırma hipotezleri kapsamında tüm girişimciler (girişimcilerin kadın olma olasılığına girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının etkisinin araştırılması nedeniyle) ve kadın girişimcilere (kadın girişimcilerin kazançlarının yüksek olma olasılığına kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının etkisinin araştırılması nedeniyle) yönelik analizler gerçekleştirilmiştir.

Girişimciler ve kadın girişimcilerin sosyoekonomik ve demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, anne ve baba eğitim durumu, doğum yeri, faaliyet gösterdiği sektör, aile aylık geliri, ailesinin ev sahibi olma durumu, işletme kazancı, işletmede çalışan kişi sayısı ve işletmenin faaliyet gösterdiği süre kapsamında) değerlendirildiği araştırma sonuçları kısaca özetlenirse anket katılımcılarının %67,6’ sı erkek, %32,4’ ü kadındır. Ankete katılan girişimcilerin %41,1’ inin 39-48 yaş aralığında, %77,4’ ünün evli, %48,2’ sinin lisans mezunu olduğu görülürken, katılımcıların babalarının %53,8’ inin, katılımcıların annelerinin %47,4’ ünün ilkökul mezunu olduğu görülmüştür. Girişimcilerden %62’ si il merkezinde doğmuş, %41,6’ sı hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Girişimcilerin ailelerinin %87,6’ sı 9 500 TL üzeri gelire sahip ve %89,1’ i kendi evinde ikamet etmektedir. Girişimcilerin %46’ sı 75.000 TL üzerinde kazanca sahipken %45’ i işletmesinde 1-5 arası kişi çalıştırmakta, %23,1’ inin işletmeleri 6-10 yıl arası ve 11-17 yıl arası faaliyet göstermektedir. Ankete katılan kadın girişimcilerin %43,6’ sı 39-48 yaş aralığında, %64,7’ si evli, %47,4’ ü lisans mezunu, %30,8’ inin babası, ilkökul mezunu, %39,1’ inin ise annesi ilkökul mezunudur. Kadın girişimcilerin %58,6’ sı il merkezinde doğmuş, %33,1’ i hizmet sektöründe faaliyet

göstermektedir. Kadın girişimcilerin ailelerinin %86,5' i 9.500 TL üzeri gelire sahip ve %86,5' i kendi evinde ikamet etmektedir. Kadın girişimcilerin %42,1' i 75.000 TL üzerinde kazanç sağlarken, %54,9' u işletmesinde 1-5 kişi çalıştırmakta ve %54,9'unun işletmesi 1-5 yıl arası faaliyet göstermektedir.

### 3.7.5. Araştırmanın analiz bulguları (girişimciler)

Araştırmada yer verilen hipotezler bu başlık altında test edilmektedir. İkili değişken grupları için bağımsız örneklem T testi, ikiden fazla gruplar için Tek Yönlü Anova testi kullanılarak hipotezler test edilmiştir. Sosyal sermaye ölçeğinin alt kategorilerini oluşturan gruplar ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem, aşağıdaki analiz tablolarında kullanım kolaylığı açısından sırasıyla grup ağlar ort, güven ort, işbirliği ort, iletişim ort, sosyal uyum ort, siyasi eylem ort olarak kısaltılarak verilmiştir. "Ort" şeklindeki kısaltma, ortalamayı ifade etmektedir.

**Tablo 3. 35.** Girişimcilerin cinsiyete göre bağımsız gruplar T testi

Değişken	Levene Varyans Eşitliği Testi			Ortalamaların Eşitliği İçin T Testi					
		F İstatistik Değeri	Anlamlılık Düzeyi	t İstatistik Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (Çift Uçlu)	Ortalamaların Farkı	Standart Hataların Farkı	
Cinsiyet	Genel Ölç Ort	Eşit Varyans	1,415	0,235	-1,908	409	0,057	-0,10355	0,05427
		Eşit Olmayan Varyans			-1,828	233,889	0,069	-0,10355	0,05665
	Grup Ağlar Ort	Eşit Varyans	1,091	0,297	-1,723	409	0,086	-0,19894	0,11544
		Eşit Olmayan Varyans			-1,709	254,611	0,089	-0,19894	0,11642
	Güven Ort	Eşit Varyans	2,913	0,089	-0,888	409	0,375	-0,06224	0,07005
		Eşit Olmayan Varyans			-0,843	228,829	0,400	-0,06224	0,07379
	İşbirliği Ort	Eşit Varyans	1,906	0,168	-1,087	409	0,278	-0,09898	0,09103
		Eşit Olmayan Varyans			-1,049	238,107	0,295	-0,09898	0,09432
	İletişim Ort	Eşit Varyans	0,014	0,906	-1,333	409	0,183	-0,10550	0,07914
		Eşit Olmayan Varyans			-1,332	259,773	0,184	-0,10550	0,07919
	Sosyal Uyum Ort	Eşit Varyans	0,744	0,389	-1,310	409	0,191	-0,12429	0,09485
		Eşit Olmayan Varyans			-1,367	290,531	0,173	-0,12429	0,09089
	Siyasi Eylem Ort	Eşit Varyans	0,030	0,862	-2,086	409	0,038	-0,17447	0,08363
		Eşit Olmayan Varyans			-2,082	258,641	0,038	-0,17447	0,08382

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin cinsiyete göre farklılığını belirlemek amacıyla Bağımsız Gruplar T-Testi yapılmıştır. Tablo 3.35’ deki Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde 0,05 anlamlılık seviyesinde cinsiyete göre varyanslarının homojen olduğu görülmüştür. Homojen varyanslılık durumunda cinsiyete göre 0,05 anlamlılık seviyesinde ÇTSO üyesi kadın ve erkek işletme sahipleri arasında GSSD ölçeği açısından ( $p_{0,057} > 0,05$ ) anlamlı bir farklılık bulunmazken, GSSD ölçeğinin alt gruplarından güçlendirme ve siyasi eylem kategorisine göre ( $p_{0,038} < 0,05$ ) anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 36.** Girişimcilerin cinsiyete göre GSSD alt ölçeklere ilişkin grup istatistikleri

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata
Cinsiyet	Siyasi Eylem Yönlü	Erkek	278	3,78	0,79
		Kadın	133	3,95	0,79

Tablo 3.36’ da ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre GSSD ölçeğinin alt ölçeği olan güçlendirme ve siyasi eylem kategorisinde daha etkin olduğu (söz konusu alt ölçek kategorideki sorulara verilen cevaplara kadın girişimcilerin katılım düzeyinin daha yüksek olması nedeniyle) tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 37.** Girişimcilerin yaşa göre varyansların homojenlik testi

Değişken		Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Yaş	Genel Ölç Ort	9,250	4	406	0,001
	Grup Ağlar Ort	0,562	4	406	0,691
	Güven Ort	3,222	4	406	0,013
	İşbirliği Ort	4,777	4	406	0,001
	İletişim Ort	5,289	4	406	0,001
	Sosyal Uyum Ort	3,742	4	406	0,005
	Siyasi Eylem Ort	4,771	4	406	0,001

Tablo 3.37' ye göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde, 0,05 anlamlılık seviyesinde ÇTSO üyesi girişimciler için yaşa göre varyansların heterojen olduğu, grup ve ağlarda varyansın homojen olduğu görülmüştür. Grup ve ağlarda varyansın homojen dağılım göstermesi nedeniyle Tek Yönlü Anava testi uygulanmış, diğer ölçekler heterojen dağılım gösterdikleri için Welch testi uygulanmıştır.

**Tablo 3. 38. Girişimcilerin yaşa göre tek yönlü Anova testi**

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi
Yaş	Gruplar Arası	11,700	4	2,925	2,463	0,045
	Grup İçi	482,215	406	1,188		
	Toplam	493,915	410			

Tablo 3.38' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin yaş aralıklarına göre GSSD ölçeğinin alt ölçeklerinden grup ve ağlar ölçeği açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 39. Girişimcilerin yaşa göre LSD testi**

Değişken	GSSDAlt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Yaş	Grup Ağlar Ort	18-28 (1)	36	2,51	1,18	2-4, 2-5; 3-4
		29-38 (2)	98	2,66	1,07	
		39-48 (3)	169	2,57	1,09	
		49-58 (4)	94	2,27	1,07	
		59-65 (5)	14	2,01	0,99	
		Toplam	411	2,50	1,09	

Tablo 3.39' daki girişimcilerin grup ve ağlar kategorisinde yaş gruplarının hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 29-38 yaş aralığında olanlar 49-58 ve 59-65 yaş aralığında olanlara; 39-48 yaş aralığında olanlar 49-58 yaş aralığında olanlara göre grup ve ağlara üyeliklerinin daha fazla olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 40. Girişimcilerin yaşa göre Welch testi**

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Yaş	Genel Ölç Ort	1,530	4	71,764	0,203
	Güven Ort	2,814	4	71,809	0,031
	İşbirliği Ort	1,249	4	70,930	0,298
	İletişim Ort	1,218	4	70,785	0,311
	Sosyal Uyum Ort	1,369	4	70,370	0,254
	Siyasi Eylem Ort	0,562	4	70,489	0,691

Tablo 3.40' da homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde katılımcı girişimcilerin yaş değişkenine göre genel ölçek ve alt ölçeklerden güven ölçeği hariç diğer alt ölçeklerde 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Alt ölçeklerden güven ölçeği açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

**Tablo 3. 41.** Girişimcilerin yaşa göre Games-Howel testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Yaş	Güven Ort	18-28 (1)	36	3,1124	0,92763	1-5
		29-38 (2)	98	3,3525	0,68694	
		39-48 (3)	169	3,4476	0,63518	
		49-58 (4)	94	3,4429	0,53067	
		59-65 (5)	14	3,8247	0,60666	
		Toplam	411	3,4073	0,66425	

Tablo 3.41' deki girişimcilerin güven ölçeği kapsamında yaş kademelerinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre 59-65 yaş aralığında olanlar 18-28 yaş aralığında olanlara göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 42.** Girişimcilerin medeni duruma göre bağımsız gruplar T testi

Değişken	Levene Varyans Eşitliği Testi			Ortalamaların Eşitliği İçin T Testi					
		F İstatistik Değeri	Anlamlılık Düzeyi	t İstatistik Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (Çift Uçlu)	Ortalamaların Farkı	Standart Hataların Farkı	
Medeni Durum	Genel Ölç Ort	Eşit Varyans	12,511	0,001	0,220	406	0,826	0,01338	0,06092
		Eşit Olmayan Varyans			0,177	112,522	0,860	0,01338	0,07566
	Grup Ağlar Ort	Eşit Varyans	0,021	0,885	0,326	406	0,745	0,04277	0,13137
		Eşit Olmayan Varyans			0,328	144,676	0,744	0,04277	0,13049
	Güven Ort	Eşit Varyans	5,072	0,025	-0,334	406	0,739	-0,02630	0,07883
		Eşit Olmayan Varyans			-0,295	123,317	0,768	-0,02630	0,08901

Tablo 3.42.' nin devamı

<b>İşbirliği Ort</b>	Eşit Varyans	5,672	0,018	-0,110	406	0,913	-0,01124	0,10260
	Eşit Olmayan Varyans			-0,097	122,651	0,923	-0,01124	0,11644
<b>İletişim Ort</b>	Eşit Varyans	2,360	0,125	0,824	406	0,410	0,07296	0,08850
	Eşit Olmayan Varyans			0,744	125,963	0,458	0,07296	0,09801
<b>Sosyal Uyum Ort</b>	Eşit Varyans	1,011	0,315	1,359	406	0,175	0,14444	0,10631
	Eşit Olmayan Varyans			1,257	129,521	0,211	0,14444	0,11491
<b>Siyasi Eylem Ort</b>	Eşit Varyans	0,624	0,430	0,166	406	0,868	0,01572	0,09453
	Eşit Olmayan Varyans			0,150	125,702	0,881	0,01572	0,10488

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin medeni durumlarına göre farklılığını belirlemek amacıyla Bağımsız Gruplar T-Testi yapılmıştır. Tablo 3.42' deki Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde 0,05 anlamlılık seviyesinde medeni duruma göre varyansların genel ölçek ile alt ölçeklerden güven ve işbirliği ölçeklerinin heterojen olduğu, diğer alt ölçeklerin ise homojen olduğu görülmüştür. Heterojen ve homojen varyanslılık durumunda medeni duruma göre 0,05 anlamlılık seviyesinde genel ölçek ve alt ölçekler açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 3. 43.** Girişimcilerin eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Genel Ölç Ort</b>	1,768	4	405	0,134
	<b>Grup Ağlar Ort</b>	1,645	4	405	0,162
	<b>Güven Ort</b>	3,425	4	405	0,009
	<b>İşbirliği Ort</b>	5,559	4	405	0,001
	<b>İletişim Ort</b>	1,241	4	405	0,293
	<b>Sosyal Uyum Ort</b>	3,709	4	405	0,006
	<b>Siyasi Eylem Ort</b>	1,988	4	405	0,096

Tablo 3.43' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin eğitim durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde genel ölçek ile grup ve ağlar-bilgi ve iletişim-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinde varyansların homojen dağıldığı; güven ve dayanışma-kolektif eylem ve işbirliği-sosyal uyum ve katılım alt ölçeklerinde ise varyansların heterojen dağıldığı görülmüştür.

**Tablo 3. 44. Girişimcilerin eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi**

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Eğitim	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	0,927	5	0,185	0,692	0,630
		Grup İçi	108,412	405	0,268		
		Toplam	109,339	410			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	30,672	5	6,134	5,363	0,001
		Grup İçi	463,242	405	1,144		
		Toplam	493,915	410			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	4,419	5	0,884	1,577	0,166
		Grup İçi	227,047	405	0,561		
		Toplam	231,466	410			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	5,400	5	1,080	1,718	0,129
		Grup İçi	254,662	405	0,629		
		Toplam	260,061	410			

Tablo 3.44' te homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin eğitim durumlarına göre GSSD ölçeği açısından ve alt ölçeklerden bilgi ve iletişim-güçlendirme ve siyasi eylem açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Grup ve ağlar alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 45. Girişimcilerin eğitim durumuna göre LSD testi**

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Eğitim Durumu	Grup AğlarOrt	İlkokul (1)	37	1,8198	0,91065	1-3,1-4,1-5; 2-4,2-5; 3-4
		Ortaokul (2)	14	1,9048	0,91920	
		Lise (3)	119	2,4454	1,07753	
		Lisans (4)	198	2,6902	1,07686	
		Yüksek Lisans (5)	43	2,5736	1,17306	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	

Tablo 3.45’ teki grup ve ağlar kapsamında eğitim kademelerinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre ilkökul mezunu olanların lise, lisans ve yüksek lisans mezunu olanlara göre grup ve ağlar kapsamında üyelik ve katılımlarının daha az olduğu; ortaokul mezunu olanların lisans ve yüksek lisans mezunu olanlara göre grup ve ağlar kapsamında üyelik ve katılımlarının daha az olduğu; lise mezunu olanların ise lisans mezunu olanlara göre grup ve ağlar kapsamında üyelik ve katılımlarının daha az olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 46.** Girişimcilerin eğitim durumuna göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Eğitim Durumu	Güven Ort	1,554	4	66,665	0,197
	İşbirliği Ort	1,506	4	65,297	0,211
	Sosyal Uyum Ort	2,709	4	67,176	0,037

Tablo 3.46’ da homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde katılımcı girişimcilerin eğitim durumu değişkenine göre alt ölçeklerden sosyal uyum ve katılım ölçeği hariç 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Alt ölçeklerden sadece sosyal uyum ve katılım ölçeği açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

**Tablo 3. 47.** Girişimcilerin eğitim durumuna göre Games-Howel testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Eğitim Durumu	Sosyal Uyum Ort	İlkokul (1)	37	4,4865	0,59106	1-4
		Ortaokul (2)	14	3,7381	1,45695	
		Lise (3)	119	4,2353	0,80646	
		Lisans (4)	198	4,1515	0,93834	
		Yüksek Lisans (5)	43	4,0775	0,91095	
		Toplam	411	4,1841	0,90041	

Tablo 3.47’ deki sosyal uyum ölçeği kapsamında eğitim durumu kademelerinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howeltest sonuçlarına göre ilkökul mezunu olanlar lisans mezunu olanlara göre sosyal uyum ve katılım kapsamında sonuçlarının daha güçlü olduğu, bir başka ifadeyle sosyal uyumlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 3. 48.** Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi

Değişken		Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Baba Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	2,371	4	406	0,052
	Grup Ağlar Ort	1,287	4	406	0,275
	Güven Ort	0,996	4	406	0,409
	İşbirliği Ort	3,404	4	406	0,009
	İletişim Ort	2,854	4	406	0,024
	Sosyal Uyum Ort	3,728	4	406	0,005
	Siyasi Eylem Ort	3,605	4	406	0,007

Tablo 3.48' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi katılımcı girişimcilerin babalarının eğitim durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde GSSD genel ölçeği ile grup ve ağlar-güven ve dayanışma alt ölçeklerinde varyansların homojen dağıldığı, kolektif eylem ve işbirliği- bilgi ve iletişim-sosyal uyum ve katılım – güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinde ise varyansların heterojen dağıldığı görülmüştür.

**Tablo 3. 49.** Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Baba Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	4,340	4	1,085	4,196	0,002
		Grup İçi	104,999	406	0,259		
		Toplam	109,339	410			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	18,451	4	4,613	3,939	0,004
		Grup İçi	475,464	406	1,171		
		Toplam	493,915	410			
	Güven Ort	Gruplar Arası	5,701	4	1,425	3,303	0,011
		Grup İçi	175,202	406	0,432		
		Toplam	180,904	410			

Tablo 3.49' a homojen varyanslılık durumunda ÇTSO üyesi katılımcı girişimcilerin babalarının eğitim durumlarına göre GSSD genel ölçeği ile grup ve ağlar ile güven ve dayanışma alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 50.** Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre LSD testi

gış ke	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Std. Hata	Fark
Baba Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	İlkokul (1)	147	3,3652	0,49217	1-4; 2-3,2-4; 4-5
		Ortaokul (2)	84	3,2419	0,61807	
		Lise (3)	101	3,4862	0,42483	
		Lisans (4)	61	3,5281	0,45774	
		Yüksek Lisans (5)	18	3,2589	0,65551	
		Toplam	411	3,3892	0,51641	
	Grup Ağlar Ort	İlkokul (1)	147	2,2755	1,04223	1-3, 1-4, 1-5
		Ortaokul (2)	84	2,4167	1,10660	
		Lise (3)	101	2,6766	1,03248	
		Lisans (4)	61	2,7432	1,16769	
		Yüksek Lisans(5)	18	2,9537	1,25610	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	
	Güven Ort	İlkokul (1)	147	3,3760	0,62391	1-5; 2-3, 2- 4; 3-5; 4-5
		Ortaokul (2)	84	3,3106	0,73672	
		Lise (3)	101	3,5086	0,58120	
		Lisans (4)	61	3,5559	0,70552	
		YüksekLisans (5)	18	3,0429	0,75442	
		Toplam	411	3,4073	0,66425	

Tablo 3.50' deki GSSD ölçeği açısından girişimcilerin babalarının eğitim kademeleri arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre babası ilkokul mezunu olanların babası lisans mezunu olanlara göre, babası ortaokul mezunu olanların babası lise ve lisans mezunu olanlara göre sosyal sermaye düzeyleri daha düşükken; babası lisans mezunu olanların babası yüksek lisans mezunu olanlara göre sosyal sermaye düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Grup ve ağlar ölçeği kapsamında girişimcilerin babalarının eğitim kademelerinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre babası ilkokul mezunu olanlar babası lise, lisans ve yüksek lisans mezunu olanlara göre grup ve ağlar kapsamında üyelik ve katılımının düşük olduğu görülmüştür.

Güven ve dayanışma ölçeği kapsamında girişimcilerin babalarının eğitim kademelerinin hangileri arasında farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre babası ilkokul mezunu olanların babası yüksek lisans mezunu olanlara göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları; babası ortaokul mezunu olanların babası lise ve lisans mezunu olanlara göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları; babası lise mezunu olanların babası yüksek lisans mezunu olanlara göre daha fazla güven

duygusuna sahip oldukları; babası lisans mezunu olanların babası yüksek lisans mezunu olanlara göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür.

**Tablo 3. 51.** Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Baba Eğitim Durumu	İşbirliği Ort	0,387	4	93,702	0,818
	İletişim Ort	3,763	4	95,360	0,007
	Sosyal Uyum Ort	2,992	4	95,436	0,022
	Siyasi Eylem Ort	3,307	4	99,061	0,014

Tablo 3.51’de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde katılımcı girişimcilerin babalarının eğitim durumu değişkenine göre işbirliği alt ölçeği hariç 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bilgi ve iletişim-sosyal uyum ve katılım-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

**Tablo 3. 52.** Girişimlerin babalarının eğitim durumuna göre Games-Howel testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Baba Eğitim Durumu	İletişim Ort	İlkokul (1)	147	3,8212	0,70816	1-2; 2-3, 2-4;
		Ortaokul (2)	84	3,4745	0,91249	
		Lise (3)	101	3,8218	0,61955	
		Lisans (4)	61	3,8899	0,64702	
		Yüksek Lisans (5)	18	3,3889	0,92297	
		Toplam	411	3,7417	0,75137	
	Sosyal Uyum Ort	İlkokul (1)	147	4,3016	0,77767	1-2; 2-3
		Ortaokul (2)	84	3,8452	1,18383	
		Lise (3)	101	4,2772	0,79312	
		Lisans (4)	61	4,2842	0,74495	
		Yüksek Lisans (5)	18	3,9444	1,01137	
		Toplam	411	4,1841	0,90041	
	Siyasi Eylem Ort	İlkokul (1)	147	3,8793	0,72937	2-5
		Ortaokul (2)	84	3,5714	1,03229	
		Lise (3)	101	3,8812	0,65536	
		Lisans (4)	61	3,9385	0,76329	
		Yüksek Lisans (5)	18	4,2222	0,61170	
		Toplam	411	3,8406	0,79643	

Tablo 3.52' deki bilgi ve iletişim ölçeği açısından girişimcilerin babalarının eğitim kademeleri arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre babası ilkokul mezunu olanlar babası ortaokul mezunu olanlara göre bilgi ve iletişim yönlerinin daha yüksek olduğu, babası ortaokul mezunu olanların babası lise ve lisans mezunu olanlara göre bilgi ve iletişim yönlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal uyum ve katılım ölçeği açısından girişimcilerin babalarının eğitim kademelerinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre babası ilkokul mezunu olanların babası ortaokul mezunu olanlara göre sosyal uyum ve katılım yönünden daha güçlü olduğu, babası ortaokul mezunu olanların babası lise mezunu olanlara göre sosyal uyum ve katılım yönünden daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. Güçlendirme ve siyasi eylem ölçeği açısından girişimcilerin babalarının eğitim kademelerinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre ortaokul mezunu olanların yüksek lisans mezunu olanlara göre güçlendirme ve siyasi eylem yönünün daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 53.** Girişimlerin annelerinin eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
Anne Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	2,852	4	406	0,024
	Grup Ağlar Ort	2,983	4	406	0,019
	Güven Ort	3,255	4	406	0,012
	İşbirliği Ort	10,584	4	406	0,001
	İletişim Ort	3,612	4	406	0,007
	Sosyal Uyum Ort	5,544	4	406	0,001
	Siyasi Eylem Ort	3,197	4	406	0,013

Tablo 3.53' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin annelerinin eğitim durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde genel ölçek ve tüm alt ölçeklerin heterojen dağıldığı görülmüştür.

**Tablo 3. 54.** Girişimlerin annelerinin eğitim durumuna göre Welch testi

Değişken	Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
Anne Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	5,621	4	33,282	0,001
	Grup Ağlar Ort	4,173	4	33,142	0,008
	Güven Ort	2,558	4	33,026	0,057
	İşbirliği Ort	2,251	4	32,813	0,085
	İletişim Ort	3,815	4	33,341	0,012
	Sosyal Uyum Ort	4,772	4	33,915	0,004
	Siyasi Eylem Ort	3,764	4	34,026	0,012

Tablo 3.54’ de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde katılımcı girişimcilerin annelerinin eğitim durumu değişkenine göre GSSD ölçeği ve grup ve ağlar-bilgi ve iletişim-sosyal uyum ve katılım-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinde 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Güven ve dayanışma ile kolektif eylem ve işbirliği alt ölçekleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 3. 55.** Girişimlerin annelerinin eğitim durumuna göre Games-Howel testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Anne Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	İlkokul (1)	195	3,3749	0,49810	1-3; 2-3,2-4
		Ortaokul (2)	101	3,2505	0,57278	
		Lise (3)	77	3,5609	0,39495	
		Lisans (4)	32	3,5559	0,44988	
		Yüksek Lisans (5)	6	3,0993	0,96161	
		Toplam	411	3,3892	0,51641	
	Grup Ağlar Ort	İlkokul (1)	195	2,3427	1,07283	1-3; 2-3
		Ortaokul (2)	101	2,4752	1,07300	
		Lise (3)	77	2,9004	0,97455	
		Lisans (4)	32	2,5104	1,29372	
		Yüksek Lisans (5)	6	2,9722	1,60353	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	

Tablo 3.55.' in devamı

	<b>İletişim Ort</b>	<b>İlkokul (1)</b>	195	3,7700	0,67944	2-3,2-4
		<b>Ortaokul (2)</b>	101	3,4936	0,93580	
		<b>Lise (3)</b>	77	3,9035	0,57910	
		<b>Lisans (4)</b>	32	3,9821	0,64885	
		<b>Yüksek Lisans (5)</b>	6	3,6429	1,04881	
		<b>Toplam</b>	411	3,7417	0,75137	
	<b>Sosyal Uyum Ort</b>	<b>İlkokul (1)</b>	195	4,2513	0,81022	2-3,2-4
		<b>Ortaokul (2)</b>	101	3,8515	1,19951	
		<b>Lise (3)</b>	77	4,4242	0,59637	
		<b>Lisans (4)</b>	32	4,3333	0,61638	
		<b>Yüksek Lisans (5)</b>	6	3,7222	0,87981	
		<b>Toplam</b>	411	4,1841	0,90041	
	<b>Siyasi Eylem Ort</b>	<b>İlkokul (1)</b>	195	3,8295	0,76072	2-3,2-4
		<b>Ortaokul (2)</b>	101	3,6337	0,98270	
		<b>Lise(3)</b>	77	3,9935	0,58063	
		<b>Lisans (4)</b>	32	4,1172	0,66291	
		<b>Yüksek Lisans (5)</b>	6	4,2500	0,68920	
		<b>Toplam</b>	411	3,8406	0,79643	

Tablo 3.55' deki GSSD ölçeği açısından girişimcilerin babalarının eğitim kademeleri arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçları incelendiğinde annesi ilkokul mezunu olanların annesi lise mezunu olanlara göre, annesi ortaokul mezunu olanların annesi lise ve lisans mezunu olanlara göre sosyal sermaye düzeylerinin daha düşük olduğu söylenebilir.

Grup ve ağlar ölçeği açısından girişimcilerin annelerinin eğitim kademelerinin hangileri arasında farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre annesi ilkokul ve ortaokul mezunu olanların annesi lise mezunu olanlara göre grup ve ağlara üyelik ve katılımlarının daha düşük olduğu görülmüştür. İletişim ölçeği açısından girişimcilerin annelerinin eğitim kademeleri arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre annesi ortaokul mezunu olanların annesi lise ve lisans mezunu olanlara göre bilgi ve iletişim yönlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Sosyal uyum ve katılım ölçeği açısından girişimcilerin annelerinin eğitim kademeleri arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre annesi ortaokul mezunu olanların annesi lise ve lisans mezunu olanların anneleri lise ve lisans mezunu olanlara göre sosyal uyum ve katılımının daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. Güçlendirme ve siyasi eylem ölçeği açısından girişimcilerin annelerinin eğitim kademeleri arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre annesi ortaokul mezunu olanların annesi lise ve lisans mezunu olanlara göre güçlendirme ve siyasi eylem yönünün daha zayıf olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 56.** Girişimcilerin doğum yerine göre varyansların homojenlik testi

Değişken		Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Doğum Yeri Durumu	Genel Ölç Ort	2,653	3	407	0,048
	Grup Ağlar Ort	0,220	3	407	0,883
	Güven Ort	4,927	3	407	0,002
	İşbirliği Ort	8,612	3	407	0,001
	İletişim Ort	3,201	3	407	0,023
	Sosyal Uyum Ort	2,394	3	407	0,068
	Siyasi Eylem Ort	1,963	3	407	0,119

Tablo 3.56' ya göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin doğum yeri değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde GSSD ölçeği ve güven ve dayanışma-kolektif eylem ve işbirliği-bilgi ve iletişim alt ölçeklerinin heterojen dağıldığı, grup ve ağlar-sosyal uyum ve katılım-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerin ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 57.** Girişimcilerin doğum yerine göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Doğum Yeri	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	16,707	3	5,569	4,750	0,003
		Grup İçi	477,208	407	1,173		
		Toplam	493,915	410			
	Sosyal Uyum Ort	Gruplar Arası	4,932	3	1,644	2,043	0,107
		Grup İçi	327,471	407	0,805		
		Toplam	332,403	410			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	3,210	3	1,070	1,695	0,167
		Grup İçi	256,852	407	0,631		
		Toplam	260,061	410			

Tablo 3.57’ de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin doğum yeri değişkenine göre grup ve ağlar alt ölçeği açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 58.** Girişimcilerin doğum yerine göre LSD testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Doğum Yeri	Grup Ağlar Ort	Köy (1)	53	2,0566	1,03823	1-2,1-3
		İlçe (2)	67	2,4527	1,10585	
		İl (3)	255	2,6359	1,07130	
		Büyükşehir (4)	36	2,3009	1,18242	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	

Tablo 3.58’ deki grup ve ağlar ölçeği açısından doğum yeri arasındaki farklılığı belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre köyde doğanların ilçe ve ilde doğanlara göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha düşük olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 59.** Girişimcilerin doğum yerine göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Doğum Yeri	Genel Ölç Ort	2,519	3	98,460	0,062
	Güven Ort	0,200	3	99,900	0,896
	İşbirliği Ort	3,954	3	97,730	0,010
	İletişim Ort	1,652	3	96,825	0,183

Tablo 3.59’ da homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılanların doğum yeri değişkenine göre kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. GSSD ölçeği ile güven ve dayanışma-bilgi ve iletişim alt ölçekleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 3. 60.** Girişimcilerin doğum yerine göre Games-Howel testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Doğum Yeri	İşbirliği Ort	Köy (1)	53	2,7245	0,85145	1-2,1-3
		İlçe (2)	67	3,1433	0,70823	
		İlç(3)	255	3,1176	0,81885	
		Büyükşehir(4)	36	2,7944	1,25355	
		Toplam	411	3,0428	0,86364	

Tablo 3.60' daki kolektif eylem ve işbirliği ölçeği kapsamında doğum yerleri arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre köyde doğanların ilçe ve ilde doğanlara göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları görülmüştür.

**Tablo 3. 61.** Girişimcilerin ev sahibi olma durumuna göre bağımsız gruplar T testi analizi

Değişken	Levene Varyans Eşitliği Testi			Ortalamaların Eşitliği İçin T Testi					
		F İstatistik Değeri	Anlamlılık Düzeyi	t İstatistik Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (Çift Uçlu)	Ortalamaların Farkı	Standart Hataların Farkı	
Ev Sahibi Olma Durumu	Genel Ölç Ort	Eşit Varyans	6,916	0,009	0,255	408	0,799	0,02102	0,08257
		Eşit Olmayan Varyans			0,393	80,732	0,695	0,02102	0,05342
	Grup Ağlar Ort	Eşit Varyans	6,901	0,009	1,359	408	0,175	0,23793	0,17504
		Eşit Olmayan Varyans			1,641	61,107	0,106	0,23793	0,14498
	Güven Ort	Eşit Varyans	1,805	0,180	-0,114	408	0,909	-0,01207	0,10609
		Eşit Olmayan Varyans			-0,145	64,059	0,885	-0,01207	0,08328
	İşbirliği Ort	Eşit Varyans	4,202	0,041	0,061	408	0,951	0,00845	0,13809
		Eşit Olmayan Varyans			0,071	59,333	0,944	0,00845	0,11873
	İletişim Ort	Eşit Varyans	2,342	0,127	-0,241	408	0,810	-0,02892	0,12010
		Eşit Olmayan Varyans			-0,296	62,121	0,768	-0,02892	0,09755
	Sosyal Uyum Ort	Eşit Varyans	0,529	0,468	0,139	408	0,889	0,02004	0,14401
		Eşit Olmayan Varyans			0,166	60,489	0,869	0,02004	0,12078
	Siyasi Eylem Ort	Eşit Varyans	2,478	0,116	-0,145	408	0,885	-0,01847	0,12736
		Eşit Olmayan Varyans			-0,176	61,493	0,861	-0,01847	0,10469

Tablo 3.61' deki Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde 0,05 anlamlılık seviyesinde girişimcilerin ailelerinin ev sahibi olma durumuna göre genel ölçek, grup ve ağlar ile kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeklerinde varyansların heterojen dağıldığı; güven ve dayanışma-bilgi ve iletişim-sosyal uyum ve katılım-güçlendirme ve siyasi eylem ölçeklerinin ise homojen dağıldığı görülmüştür. Heterojen ve homojen varyanslılık durumunda girişimcilerin ailelerinin ev sahibi olma durumuna göre 0,05 anlamlılık seviyesinde genel ölçek ve alt ölçekler açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

**Tablo 3. 62.** Girişimcilerin sektöre göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
	Genel Ölç Ort	2,481			
Sektör	Genel Ölç Ort	2,481	4	406	0,043
	Grup Ağlar Ort	1,313	4	406	0,265
	Güven Ort	2,036	4	406	0,089
	İşbirliği Ort	1,215	4	406	0,304
	İletişim Ort	3,599	4	406	0,007
	Sosyal Uyum Ort	4,808	4	406	0,001
	Siyasi Eylem Ort	1,860	4	406	0,117

Tablo 3.62' ye göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin sektör değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde GSSD ölçeği, bilgi ve iletişim-sosyal uyum ve katılım alt ölçeklerinin heterojen dağıldığı, grup ve ağlar-güven ve dayanışma-kolektif eylem ve işbirliği-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinin ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 63.** Girişimcilerin sektöre göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anamlılık Düzeyi	
Sektör	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	12,568	4	3,142	2,650	0,033
		Grup İçi	481,347	406	1,186		
		Toplam	493,915	410			
	Güven Ort	Gruplar Arası	6,714	4	1,678	3,912	0,004
		Grup İçi	174,190	406	0,429		
		Toplam	180,904	410			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	13,700	4	3,425	4,761	0,001
		Grup İçi	292,106	406	0,719		
		Toplam	305,806	410			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	6,275	4	1,569	2,510	0,041
		Grup İçi	253,786	406	0,625		
		Toplam	260,061	410			

Tablo 3.63' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin sektöre göre grup ve ağlar-güven ve dayanışma-kolektif eylem ve işbirliği-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 64.** Girişimcilerin sektöre göre LSD testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Sektör Durumu	Grup Ağlar Ort	İmalat ve Sanayi (1)	92	2,5091	1,14311	1-2; 2-3, 2-4, 2-5
		Madencilik (2)	10	1,4333	0,91692	
		Geleneksel Hizmet (3)	171	2,5234	1,07957	
		Yenilikçi Hizmet (4)	77	2,6147	1,11058	
		Diğer (5)	61	2,4645	1,02475	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	
	Güven Ort	İmalat ve Sanayi (1)	92	3,4694	0,62829	1-5; 2-5; 3-5; 4-5
		Madencilik (2)	10	3,7818	0,90092	
		Geleneksel Hizmet (3)	171	3,3894	0,64422	
		Yenilikçi Hizmet (4)	77	3,5236	0,59181	
		Diğer (5)	61	3,1557	0,75046	
		Toplam	411	3,4073	0,66425	
	İşbirliği Ort	İmalat ve Sanayi (1)	92	3,1565	0,90022	1-2; 2-3, 2-4, 2-5
		Madencilik (2)	10	1,9600	1,03193	
		Geleneksel Hizmet (3)	171	3,0012	0,76250	
		Yenilikçi Hizmet (4)	77	3,0753	0,84233	
		Diğer (5)	61	3,1246	0,96620	
		Toplam	411	3,0428	0,86364	
	Siyasi Eylem Ort	İmalat ve Sanayi (1)	92	3,8043	0,74755	1-4; 3-4; 4-5
		Madencilik (2)	10	4,0500	0,75277	
		Geleneksel Hizmet (3)	171	3,7953	0,79875	
		Yenilikçi Hizmet (4)	77	4,0714	0,58610	
		Diğer	61	3,6967	1,02684	
		Toplam	411	3,8406	0,79643	

Tablo 3.64' deki grup ve ağlar ölçeği açısından sektörlerin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre imalat ve sanayi sektöründe faaliyet gösterenlerin madencilik sektöründe faaliyet gösterenlere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha fazla olduğu; madencilik sektöründe faaliyet gösterenlerin geleneksel-yenilikçi hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösterenlere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha düşük olduğu görülmüştür.

Güven ve dayanışma ölçeği açısından sektörlerin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre diğer sektörde faaliyet gösterenlerin imalat ve sanayi, madencilik, geleneksel-yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösterenlere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür.

Kolektif eylem ve işbirliği ölçeği açısından sektörlerin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre madencilik sektöründe faaliyet gösterenlerin imalat ve sanayi, geleneksel-yenilikçi hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösterenlere göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları görülmüştür.

Güçlendirme ve siyasi eylem ölçeği açısından sektörlerin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösterenlerin imalat ve sanayi, geleneksel hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösterenlere göre güçlendirme ve siyasi eylem yönünden daha etkin olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 65. Girişimcilerin sektöre göre Welch testi**

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Sektör Durumu	Genel Ölç Ort	3,467	4	59,093	0,013
	İletişim Ort	6,642	4	62,398	0,001
	Sosyal Ort	2,732	4	59,210	0,037

Tablo 3.65' de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan girişimcilerin sektör değişkenine GSSD ölçeği, bilgi ve iletişim-sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 66.** Girişimcilerin sektöre göre Games-Howel testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	StandartHata	Fark
Sektör Durumu	Genel Ölç Ort	İmalat ve Sanayi (1)	195	3,3749	0,49810	4-5
		Madencilik (2)	101	3,2505	0,57278	
		Geleneksel Hizmet (3)	77	3,5609	0,39495	
		Yenilikçi Hizmet (4)	32	3,5559	0,44988	
		Diğer (5)	6	3,0993	0,96161	
		Toplam	411	3,3892	0,51641	
	İletişim Ort	İmalat ve Sanayi (1)	195	2,3427	1,07283	1-5; 2-5; 3-5; 4-5
		Madencilik (2)	101	2,4752	1,07300	
		Geleneksel Hizmet (3)	77	2,9004	0,97455	
		Yenilikçi Hizmet (4)	32	2,5104	1,29372	
		Diğer (5)	6	2,9722	1,60353	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	
	Sosyal Uyum Ort	İmalat ve Sanayi (1)	195	3,7700	0,67944	4-5
		Madencilik (2)	101	3,4936	0,93580	
		Geleneksel Hizmet (3)	77	3,9035	0,57910	
		Yenilikçi Hizmet (4)	32	3,9821	0,64885	
		Diğer (5)	6	3,6429	1,04881	
		Toplam	411	3,7417	0,75137	

Tablo 3.66' daki GSSD ölçeği açısından sektörler arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösterenlerin diğer sektörde faaliyet gösterenlere göre sosyal sermaye düzeyinin daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Bilgi ve iletişim ölçeği açısından sektör durumları arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre diğer sektörde faaliyet gösterenlerin imalat ve sanayi-madencilik sektöründe faaliyet gösterenlere göre bilgi ve iletişim yönünden daha güçlü olduğu, geleneksel-yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösterenlere göre ise bilgi ve iletişim yönünden daha zayıf olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal uyum ve katılım ölçeği açısından sektörler arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösterenlerin diğer sektörde faaliyet gösterenlere göre sosyal uyum ve katılım yönünün daha fazla yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 67.** Girişimcilerin aile gelir durumuna göre varyansların homojenlik testi

Değişken		Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Aile Gelir	Genel Ölç Ort	13,615	5	405	0,001
	Grup Ağlar Ort	1,033	5	405	0,397
	Güven Ort	6,743	5	405	0,001
	İşbirliği Ort	1,178	5	405	0,319
	İletişim Ort	7,020	5	405	0,001
	Sosyal Uyum Ort	3,450	5	405	0,005
	Siyasi Eylem Ort	4,744	5	405	0,001

Tablo 3.67' ye göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin aile gelir durumu değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde GSSD ölçeği, güven ve dayanışma, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım ile güçlendirme ve siyasi eylem ölçeklerinin heterojen dağılım gösterdiği; grup ve ağlar ve kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeklerinin ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 68.** Girişimcilerin aile gelir durumuna göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Aile Gelir Durumu	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	9,329	5	1,866	1,559	0,170
		Grup İçi	484,586	405	1,197		
		Toplam	493,915	410			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	8,657	5	1,731	2,360	0,040
		Grup İçi	297,149	405	0,734		
		Toplam	305,806	410			

Tablo 3.68' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin aile gelir durumlarına göre kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 69.** Girişimcilerin aile gelir durumuna göre LSD testi

Değişken	GSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Aile Gelir Durumu	İşbirliği Ort	4500-5500 TL (1)	4	2,4286	1,71429	1-2, 1-4, 1-5, 1-6; 3-5
		5501-6500 TL (2)	9	3,6984	1,05086	
		6501-7500 TL (3)	9	3,0635	1,27797	
		7501-8500 TL (4)	7	3,7755	0,21598	
		8501-9500 TL (5)	22	3,5455	0,90527	
		9501 TL (6)	360	3,7857	0,68946	
		<b>Toplam</b>	411	3,7417	0,75137	

Tablo 3.69' a göre kolektif eylem ve işbirliği ölçeği açısından girişimcilerin ailelerinin gelirlerinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 4500-5500 TL aile gelirine sahip olanlar 5501-6500 TL, 7501-8500 TL, 8501-9500 TL ve 9500 TL üstü gelire sahip olanlara göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları; 6501-7500 TL aile gelirine sahip olanlar 8501-9500 TL aile gelirine sahip olanlara göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları görülmüştür.

**Tablo 3. 70.** Girişimcilerin ailelerinin gelir durumuna göre Welch testi

Değişken	Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
Aile Gelir Durumu	Genel Ölç Ort	1,089	5	15,323	0,405
	Güven Ort	0,544	5	14,993	0,740
	İletişim Ort	1,160	5	15,723	0,371
	Sosyal Uyum Ort	2,304	5	15,045	0,096
	Siyasi Eylem Ort	2,568	5	15,024	0,072

Tablo 3.70' de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan girişimcilerin ailelerinin gelir durumu değişkenine göre GSSD ölçeği ve alt ölçekler açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 71.** Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
İşletme Kazanç Durumu	Genel Ölç Ort	1,410	4	406	0,230
	Grup Ağlar Ort	1,822	4	406	0,124
	Güven Ort	1,435	4	406	0,222
	İşbirliği Ort	3,198	4	406	0,013
	İletişim Ort	1,276	4	406	0,279
	Sosyal Uyum Ort	2,020	4	406	0,091
	Siyasi Eylem Ort	1,855	4	406	0,118

Tablo 3.71' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin işletme kazanç durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeğinin heterojen, GSSD ölçeği ve grup ve ağlar, güven ve dayanışma, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinin homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 72.** Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
İşletme Kazanç Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	2,048	4	0,512	1,938	0,103
		Grup İçi	107,290	406	0,264		
		Toplam	109,339	410			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	11,821	4	2,955	2,489	0,043
		Grup İçi	482,094	406	1,187		
		Toplam	493,915	410			
	Güven Ort	Gruplar Arası	7,262	4	1,816	4,245	0,002
		Grup İçi	173,641	406	0,428		
		Toplam	180,904	410			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	2,906	4	0,727	1,291	0,273
		Grup İçi	228,559	406	0,563		
		Toplam	231,466	410			
	Sosyal Uyum Ort	Gruplar Arası	7,362	4	1,840	2,299	0,058
		Grup İçi	325,041	406	0,801		
		Toplam	332,403	410			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	3,669	4	0,917	1,452	0,216
		Grup İçi	256,392	406	0,632		
		Toplam	260,061	410			

Tablo 3.72' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre grup ve ağlar ile güven ve dayanışma alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 73.** Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre LSD testi

Değişken	GSSDAlt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
İşletme Kazanç Durumu	Grup Ağlar Ort	5000-15000	29	2,0862	1,02704	1-5; 2-5
		15001-25000	75	2,3356	1,04173	
		25001-50000	98	2,4609	1,16305	
		50001-75000	20	2,4667	0,84742	
		75000 üzeri	189	2,6570	1,09980	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	
	Güven Ort	5000-15000	29	3,3339	0,89091	2-5; 3-5
		15001-25000	75	3,5485	0,66361	
		25001-50000	98	3,5705	0,67208	
		50001-75000	20	3,3705	0,57425	
		75000 üzeri	189	3,2819	0,60472	
		Toplam	411	3,4073	0,66425	

Tablo 3.73' deki grup ve ağlar ölçeği açısından işletme kazançlarının hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 75000 TL işletme kazancına sahip olanlar 5000-15000 TL ve 15001-25000 TL işletme kazancına sahip olanlara göre grup ve ağlara üyelik ve katılımın daha fazla olduğu görülmüştür.

Güven ve dayanışma ölçeği açısından işletme kazançlarının hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 75000 TL işletme kazancına sahip olanların 15001- 25000 TL ve 25001-50000 TL işletme kazancına sahip olanlara göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür.

**Tablo 3. 74.** Girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
İşletme Kazanç Durumu	İşbirliği Ort	1,209	4	82,943	0,313

Tablo 3.74' te homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde katılımcı girişimcilerin işletme kazanç durumu değişkenine göre kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 75.** Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
İşletme Kişi Sayısı	Genel Ölç Ort	4,094	5	405	0,001
	Grup Ağlar Ort	1,244	5	405	0,288
	Güven Ort	1,683	5	405	0,137
	İşbirliği Ort	0,688	5	405	0,633
	İletişim Ort	0,658	5	405	0,656
	Sosyal Uyum Ort	2,333	5	405	0,042
	Siyasi Eylem Ort	0,641	5	405	0,669

Tablo 3.75' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısı değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde GSSD ölçeği ve sosyal uyum ve katılım alt ölçeğinin heterojen dağıldığı, grup ve ağlar-güven ve dayanışma-kolektif eylem ve işbirliği-bilgi ve iletişim-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinin ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 76.** Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
İşletme Kişi Durumu	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	17,567	5	3,513	2,987	0,012
		Grup İçi	476,348	405	1,176		
		Toplam	493,915	410			
	Güven Ort	Gruplar Arası	3,161	5	0,632	1,441	0,209
		Grup İçi	177,742	405	0,439		
		Toplam	180,904	410			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	2,703	5	0,541	0,722	0,607
		Grup İçi	303,103	405	0,748		
		Toplam	305,806	410			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	7,563	5	1,513	2,736	0,019
		Grup İçi	223,902	405	0,553		
		Toplam	231,466	410			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	2,166	5	0,433	0,680	0,639
		Grup İçi	257,895	405	0,637		
		Toplam	260,061	410			

Tablo 3.76' da homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre grup ve ağlar ve bilgi ve iletişim yönlü alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir

**Tablo 3. 77. Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre LSD testi**

Değişken	KGSSDKE Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
İşletme Kişi Durumu	Grup Ağlar Ort	1-5 (1)	185	2,3937	1,04537	1-4, 1-6; 2-6; 3-4, 3-6
		6-10 (2)	81	2,5103	1,17063	
		11-15 (3)	46	2,2572	0,99238	
		16-20 (4)	34	2,8137	1,06661	
		21-25 (5)	12	2,3472	1,05279	
		26 üzeri (6)	53	2,9151	1,17334	
		<b>Toplam</b>	411	2,5020	1,09757	
	İletişim Ort	1-5 (1)	185	3,7506	0,73412	1-6; 2-6; 3-6; 4-6
		6-10 (2)	81	3,7848	0,70390	
		11-15 (3)	46	3,8851	0,78108	
		16-20 (4)	34	3,9328	0,67762	
		21-25 (5)	12	3,5476	0,53394	
		26 üzeri (6)	53	3,4420	0,86999	
		<b>Toplam</b>	411	3,7417	0,75137	

Tablo 3.77' deki grup ve ağlar ölçeği açısından girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayılarının hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 1-5 kişiye sahip işletmelerin 21-25 kişi ve 26 üzeri kişiye sahip işletmelere; 6-10 kişiye sahip işletmelerin 26 üzeri kişiye sahip işletmelere göre; 11-15 kişiye sahip işletmeler 16-20 ve 26 üzeri kişiye sahip işletmelere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımın daha az olduğu görülmüştür.

Bilgi ve iletişim ölçeği açısından girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayılarının hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 26 üzeri kişiye sahip işletmelerin 1-5 kişi, 6-10 kişi, 11-15 kişi ve 16-20 kişiye sahip işletmelere göre bilgi ve iletişim yönünden daha zayıf olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 78.** Girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre Welch testi

Değişken	Welch İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
İşletme Kişi Durumu	Genel Ölç Ort	0,938	5	75,636	0,461
	Sosyal Ort	1,376	5	78,611	0,242

Tablo 3.78' de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısı değişkenine göre GSSD ölçeği ve sosyal uyum ve katılım alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 79.** Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
İşletme Yıl Durumu	Genel Ölç Ort	1,950	5	405	0,085
	Grup Ağlar Ort	0,186	5	405	0,968
	Güven Ort	0,955	5	405	0,445
	İşbirliği Ort	1,813	5	405	0,109
	İletişim Ort	1,237	5	405	0,291
	Sosyal Uyum Ort	2,362	5	405	0,039
	Siyasi Eylem Ort	1,543	5	405	0,175

Tablo 3.79' a göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin işletmelerinin faaliyet gösterdiği yıllara göre 0,05 anlamlılık seviyesinde sosyal uyum ve katılım ölçeğinin varyansının heterojen dağıldığı, GSSD ölçeği, grup ve ağlar-güven ve dayanışma-kolektif eylem ve işbirliği-bilgi ve iletişim-güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinin varyansının ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 80.** Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
İşletme Yılı Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	2,263	5	0,453	1,712	0,131
		Grup İçi	107,076	405	0,264		
		Toplam	109,339	410			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	8,763	5	1,753	1,463	0,201
		Grup İçi	485,152	405	1,198		
		Toplam	493,915	410			
	Güven Ort	Gruplar Arası	5,189	5	1,038	2,392	0,037
		Grup İçi	175,715	405	0,434		
		Toplam	180,904	410			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	1,911	5	0,382	0,509	0,769
		Grup İçi	303,895	405	0,750		
		Toplam	305,806	410			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	8,898	5	1,780	3,238	0,007
		Grup İçi	222,568	405	0,550		
		Toplam	231,466	410			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	4,083	5	0,817	1,292	0,266
		Grup İçi	255,978	405	0,632		
		Toplam	260,061	410			

Tablo 3.80' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yıllarına göre güven ve dayanışma ile bilgi ve iletişim alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 81.** Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre LSD testi

Değişken	KGSSDKE Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
İşletme Yıl Durumu	Güven Ort	0-1 (1)	185	2,3937	1,04537	2-5, 2-6
		2-5 (2)	81	2,5103	1,17063	
		6-10 (3)	46	2,2572	0,99238	
		11-17 (4)	34	2,8137	1,06661	
		18-25 (5)	12	2,3472	1,05279	
		25 üzeri (6)	53	2,9151	1,17334	
		Toplam	411	2,5020	1,09757	
	İletişim Ort	0-1 (1)	185	3,7506	0,73412	1-3, 1-4; 3-5, 3-6; 4-5, 4-6
		2-5 (2)	81	3,7848	0,70390	
		6-10 (3)	46	3,8851	0,78108	
		11-17 (4)	34	3,9328	0,67762	
		18-25 (5)	12	3,5476	0,53394	
		25 üzeri (6)	53	3,4420	0,86999	
		Toplam	411	3,7417	0,75137	

Tablo 3.81' e göre güven ve dayanışma ölçeği açısından girişimcilerin işletmelerinin yılları arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 2-5 yıllık işletmeye sahip girişimciler 18-25 yıllık işletmeye sahip girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahipken 25 yıl üzeri işletmeye sahip girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür.

Bilgi ve iletişim ölçeği açısından girişimcilerin işletmelerinin yılları arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 2-5 yıllık işletmeye sahip girişimcilerin 6-10 ve 11-17 yıllık işletmeye sahip girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönünden daha zayıf oldukları; 6-10 yıllık işletmeye sahip girişimcilerin 18-25 ve 25 yıl üzeri işletmeye sahip girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönünden daha güçlü oldukları; 11-17 yıllık işletmeye sahip girişimciler 18-25 ve 26 yıl üzeri işletmeye sahip girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönünden daha güçlü oldukları tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 82.** Girişimcilerin işletmelerinin faaliyet yılına göre Welch testi

Değişken	Welch İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
İşletme Yılı	Sosyal Ort	1,929	5	105,651	0,096

Tablo 3.82’ de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde katılımcı girişimcilerin işletmelerinin yıl değişkenine göre sosyal uyum ve katılım alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

### 3.7.6. Araştırmanın analiz bulguları (kadın girişimciler)

Araştırmada yer verilen hipotezler bu başlık altında kadın girişimcilere göre test edilmektedir. Hipotezlerin test edilmesinde ankette yer alan ikili değişken grupları için bağımsız örneklem T testi kullanılırken, ikiden fazla gruplar için Tek Yönlü Anova testi kullanılmıştır. Sosyal sermaye ölçeğinin alt kategorilerini oluşturan gruplar ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem, aşağıdaki analiz tablolarında kullanım kolaylığı açısından sırasıyla grup ağlar ort, güven ort, işbirliği ort, iletişim ort, sosyal uyum ort, siyasi eylem ort olarak kısaltılarak verilmiştir. “Ort” şeklindeki kısaltma, ortalamayı ifade etmektedir.

**Tablo 3. 83.** Kadın girişimcilerin yaşa göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Yaş	Genel Ölç Ort	1,813	3	129	0,148
	Grup Ağlar Ort	0,808	3	129	0,492
	Güven Ort	1,407	3	129	0,244
	İşbirliği Ort	2,296	3	129	0,081
	İletişim Ort	1,724	3	129	0,165
	Sosyal Uyum Ort	1,350	3	129	0,261
	Siyasi Eylem Ort	0,439	3	129	0,726

Tablo 3.83’ e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde 0,05 anlamlılık seviyesinde kadın girişimcilerin yaşa göre varyanslarının homojen olduğu görülmüştür. Varyansların homojen dağılım göstermesi nedeniyle Tek Yönlü Anavo testi uygulanmıştır.

**Tablo 3. 84.** Kadın girişimcilerin yaşa göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Yaş	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	1,654	3	0,551	1,809	0,149
		Grup İçi	39,321	129	0,305		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	5,974	3	1,991	1,631	0,185
		Grup İçi	157,462	129	1,221		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	3,260	3	1,087	2,084	0,105
		Grup İçi	67,255	129	0,521		
		Toplam	70,515	132			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	0,436	3	0,145	0,168	0,918
		Grup İçi	111,841	129	0,867		
		Toplam	112,277	132			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	4,677	3	1,559	2,879	0,039
		Grup İçi	69,861	129	0,542		
		Toplam	74,538	132			
	Sosyal Uyum Ort	Gruplar Arası	5,961	3	1,987	3,046	0,031
		Grup İçi	84,141	129	0,652		
		Toplam	90,102	132			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	2,996	3	0,999	1,595	0,194
		Grup İçi	80,777	129	0,626		
		Toplam	83,773	132			

Tablo 3.84' te homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin yaş aralıklarına göre bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 85.** Kadın girişimcilerin yaşa göre LSD testi

Değişken	KGSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Yaş	İletişim Ort	18-28 (1)	16	3,4196	0,98626	1-3
		29-38 (2)	40	3,8036	0,66432	
		39-48 (3)	58	3,9828	0,70904	
		49-58 (4)	19	3,6466	0,72276	
		Toplam	133	3,8131	0,75145	
	Sosyal Uyum Ort	18-28 (1)	16	3,8333	1,07497	1-3
		29-38 (2)	40	4,2917	0,82063	
		39-48 (3)	58	4,4483	0,65947	
		49-58 (4)	19	4,0351	0,93554	
		Toplam	133	4,2682	0,82619	

Tablo 3.85' teki bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılım ölçekleri açısından yaş gruplarının hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 18-28 yaş aralığında olan girişimcilerin 39-48 yaş aralığında olan girişimcilere göre bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılımının daha zayıf olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 86.** Kadın girişimcilerin medeni durumuna göre bağımsız gruplar T testi

Değişken	Levene Varyans Eşitliği Testi			Ortalamaların Eşitliği İçin T Testi					
		F İstatistik Değeri	Anlamlılık Düzeyi	t İstatistik Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (Çift Uçlu)	Ortalamaların Farkı	Standart Hataların Farkı	
Medeni Durum	Genel Ölç Ort	Eşit Varyans	4,107	0,045	0,468	130	0,641	0,04561	0,09746
		Eşit Olmayan Varyans			0,423	69,992	0,673	0,04561	0,10774
	Grup Ağlar Ort	Eşit Varyans	0,234	0,629	-0,534	130	0,594	-0,10912	0,20418
		Eşit Olmayan Varyans			-0,522	86,225	0,603	-,10912	0,20896

Tablo 3.86.' nın devamı

<b>Güven Ort</b>	Eşit Varyans	1,200	0,275	-0,084	130	0,933	-0,01098	0,13083
	Eşit Olmayan Varyans			-0,080	81,567	0,936	-0,01098	0,13657
<b>İşbirliği Ort</b>	Eşit Varyans	2,916	0,090	1,251	130	0,213	0,20839	0,16652
	Eşit Olmayan Varyans			1,182	78,469	0,241	0,20839	0,17629
<b>İletişim Ort</b>	Eşit Varyans	0,266	0,607	0,904	130	0,368	0,11910	0,13180
	Eşit Olmayan Varyans			0,890	88,104	0,376	0,11910	0,13386
<b>Sosyal Uyum Ort</b>	Eşit Varyans	1,634	0,203	1,480	130	0,141	0,21217	0,14336
	Eşit Olmayan Varyans			1,396	78,220	0,167	0,21217	0,15195
<b>Siyasi Eylem Ort</b>	Eşit Varyans	0,028	0,867	0,938	130	0,350	0,13195	0,14073
	Eşit Olmayan Varyans			0,914	85,642	0,363	0,13195	0,14437

Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin medeni durumlarına göre farklılığını belirlemek amacıyla Bağımsız Gruplar T-Testi yapılmıştır. Tablo 3.86' daki Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde, 0,05 anlamlılık seviyesinde medeni duruma göre genel ölçeğin varyansının heterojen dağılım gösterdiği; tüm alt ölçeklerin ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Heterojen ve homojen varyanslılık durumunda medeni duruma göre 0,05 anlamlılık seviyesinde genel ölçek ve alt ölçekler açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 3. 87.** Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
<b>Genel Ölç Ort</b>	0,429	4	128	0,787
<b>Grup Ağlar Ort</b>	2,223	4	128	0,070
<b>Güven Ort</b>	1,725	4	128	0,148
<b>İşbirliği Ort</b>	3,532	4	128	0,009
<b>İletişim Ort</b>	0,189	4	128	0,944
<b>Sosyal Uyum Ort</b>	0,913	4	128	0,458
<b>Siyasi Eylem Ort</b>	0,366	4	128	0,833

Tablo 3.87' ye göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi girişimcilerin eğitim durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği, grup ve ağlar, güven ve dayanışma, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinin varyanslarının homojen dağıldığı; kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeğinin ise varyansının heterojen dağıldığı görülmüştür.

**Tablo 3. 88.** Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	0,743	4	0,186	0,591	0,670
		Grup İçi	40,233	128	0,314		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	10,209	4	2,552	2,132	0,081
		Grup İçi	153,227	128	1,197		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	1,554	4	0,388	0,721	0,579
		Grup İçi	68,962	128	0,539		
		Toplam	70,515	132			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	0,695	4	0,174	0,301	0,877
		Grup İçi	73,843	128	0,577		
		Toplam	74,538	132			
	Sosyal Uyum Ort	Gruplar Arası	2,844	4	0,711	1,043	0,388
		Grup İçi	87,257	128	0,682		
		Toplam	90,102	132			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	0,572	4	0,143	0,220	0,927
		Grup İçi	83,201	128	0,650		
		Toplam	83,773	132			

Tablo 3.88' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO' ya üye kadın girişimcilerin eğitim durumlarına göre KGSSD ölçeği, grup ve ağlar, güven ve dayanışma, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

**Tablo 3. 89.** Kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Eğitim Durumu	İşbirliği Ort	0,587	4	13,448	0,678

Tablo 3.89’ da homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eğitim durumu değişkenine göre kolektif eylem ve işbirliği ölçeği açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 3. 90.** Kadın girişimcilerin babalarının eğitimine göre varyansların homojenlik testi

Değişken		Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Baba Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	1,890	4	128	0,116
	Grup Ağlar Ort	1,681	4	128	0,158
	Güven Ort	1,953	4	128	0,106
	İşbirliği Ort	1,846	4	128	0,124
	İletişim Ort	2,557	4	128	0,042
	Sosyal Uyum Ort	0,840	4	128	0,502
	Siyasi Eylem Ort	1,450	4	128	0,221

Tablo 3.90’ a göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği ile bilgi ve iletişim alt ölçeği haricindeki alt ölçeklerin varyanslarının homojen dağıldığı; bilgi ve iletişim alt ölçeğin ise heterojen dağıldığı görülmüştür.

**Tablo 3. 91.** Kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Baba Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	1,791	4	0,448	1,462	0,217
		Grup İçi	39,184	128	0,306		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	6,448	4	1,612	1,314	0,268
		Grup İçi	156,987	128	1,226		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	2,671	4	0,668	1,260	0,289
		Grup İçi	67,844	128	0,530		
		Toplam	70,515	132			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	1,060	4	0,265	0,305	0,874
		Grup İçi	111,217	128	0,869		
		Toplam	112,277	132			
Sosyal Uyum Ort	Gruplar Arası	3,615	4	0,904	1,338	0,260	
	Grup İçi	86,487	128	0,676			
	Toplam	90,102	132				
Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	2,455	4	0,614	0,966	0,429	
	Grup İçi	81,318	128	0,635			
	Toplam	83,773	132				

Tablo 3.91' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSSO' ya üye kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumlarına göre KGSSD ölçeği ve grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 92.** Kadın girişimcilerin baba eğitim durumuna göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Baba Eğitim Durumu	İletişim Ort	2,590	4	23,967	0,062

Tablo 3.92' de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde katılımcı kadın girişimcilerin babalarının eğitim durumu değişkenine göre bilgi ve iletişim ölçeği açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 93.** Kadın girişimcilerin annelerinin eğitimine göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Anne Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	2,516	4	128	0,045
	Grup Ağlar Ort	3,116	4	128	0,017
	Güven Ort	2,988	4	128	0,021
	İşbirliği Ort	4,350	4	128	0,002
	İletişim Ort	3,835	4	128	0,006
	Sosyal Uyum Ort	3,628	4	128	0,008
	Siyasi Eylem Ort	1,976	4	128	0,102

Tablo 3.93' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO' ya üye girişimcilerin eğitim durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği ve güçlendirme ve siyasi eylem ölçeği dışındaki alt ölçeklerin heterojen dağıldığı; güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeğinin homojen dağıldığı görülmüştür.

**Tablo 3. 94.** Kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumuna göre tek yönlü Anova testi

Değişken	Kareler Toplamı		Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi
Anne Eğitim Durumu	Gruplar Arası	3,699	4	0,925	1,478	0,213
	Siyasi Eylem Ort	Grup İçi	80,074	128	0,626	
	Toplam	83,773	132			

Tablo 3.94' te homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumlarına göre güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeği açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 95.** Kadın girişimcilerin annelerinin eğitimine göre Welch testi

Değişken	Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
Anne Eğitim Durumu	Genel Ölç Ort	2,101	4	13,482	0,137
	Grup Ağlar Ort	1,536	4	13,420	0,248
	Güven Ort	0,836	4	13,414	0,525
	İşbirliği Ort	1,680	4	13,350	0,213
	İletişim Ort	2,121	4	13,416	0,134
	Sosyal Uyum Ort	2,551	4	13,489	0,087

Tablo 3.95' te homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin annelerinin eğitim durumu değişkenine göre KGSSD ölçeği ve grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 96.** Kadın girişimcilerin doğum yerine göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
Doğum Yeri Durumu	Genel Ölç Ort	1,613	3	129	0,190
	Grup Ağlar Ort	1,798	3	129	0,151
	Güven Ort	1,919	3	129	0,130
	İşbirliği Ort	4,847	3	129	0,003
	İletişim Ort	0,607	3	129	0,611
	Sosyal Uyum Ort	1,325	3	129	0,269
	Siyasi Eylem Ort	0,836	3	129	0,476

Tablo 3.96' ya göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin doğum yeri değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği ve kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği haricindeki alt ölçeklerin homojen dağıldığı; kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeğinin heterojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 97.** Kadın girişimcilerin doğum yerine göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Doğum Yeri Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	1,124	3	0,375	1,213	0,308
		Grup İçi	39,851	129	0,309		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	3,722	3	1,241	1,002	0,394
		Grup İçi	159,713	129	1,238		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	0,864	3	0,288	0,533	0,660
		Grup İçi	69,651	129	0,540		
		Toplam	70,515	132			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	2,880	3	0,960	1,728	0,164
		Grup İçi	71,658	129	0,555		
		Toplam	74,538	132			
	Sosyal Uyum Ort	Gruplar Arası	1,639	3	0,546	0,797	0,498
		Grup İçi	88,463	129	0,686		
		Toplam	90,102	132			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	1,002	3	0,334	0,521	0,669
		Grup İçi	82,770	129	0,642		
		Toplam	83,773	132			

Tablo 3.97' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin doğum yerine göre KGSSD ölçeği ve grup ve ağlar, güven ve dayanışma, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 98.** Kadın girişimcilerin doğum yerine göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Doğum Yeri Durumu	İşbirliği Ort	0,300	3	24,093	0,825

Tablo 3.98' de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin doğum yeri değişkenine göre kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 99.** Kadın girişimcilerin ev sahibi olmalarına göre bağımsız gruplar T testi analizi

Değişken	LeveneVaryans Eşitliği Testi			Ortalamaların Eşitliği İçin T Testi					
		F İstatistik Değeri	Anlamlılık Düzeyi	t İstatistik Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (Çift Uçlu)	Ortalamaların Farkı	Standart Hataların Farkı	
Ev Sahibi Olma	Genel Ölç Ort	Eşit Varyans	5,324	0,023	0,324	131	0,747	0,04587	0,14171
		Eşit Olmayan Varyans			0,572	54,589	0,570	0,04587	0,08025
	Grup Ağlar Ort	Eşit Varyans	0,337	0,562	1,594	131	0,113	0,44710	0,28042
		Eşit Olmayan Varyans			1,674	23,510	0,107	0,44710	0,26706
	Güven Ort	Eşit Varyans	0,650	0,422	-0,063	131	0,950	-0,01177	0,18597
		Eşit Olmayan Varyans			-0,075	26,418	0,941	-0,01177	0,15627
	İşbirliği Ort	Eşit Varyans	0,295	0,588	1,205	131	0,230	0,28116	0,23338
		Eşit Olmayan Varyans			1,121	21,607	0,274	0,28116	0,25071
	İletişim Ort	Eşit Varyans	1,286	0,259	-0,990	131	0,324	-0,18861	0,19049
		Eşit Olmayan Varyans			-1,308	30,033	0,201	-0,18861	0,14418
	Sosyal Uyum Ort	Eşit Varyans	0,009	0,923	-0,257	131	0,798	-0,05395	0,21017
		Eşit Olmayan Varyans			-0,292	25,221	0,773	-0,05395	0,18481
	Siyasi Eylem Ort	Eşit Varyans	1,955	0,164	-0,236	131	0,814	-0,04783	0,20266
		Eşit Olmayan Varyans			-0,284	26,758	0,778	-0,04783	0,16832

Tablo 3.99' daki Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde, 0,05 anlamlılık seviyesinde kadın girişimcilerin ev sahibi olma durumuna göre KGSSD genel ölçeğinin varyansının heterojen dağılım gösterdiği; tüm alt ölçeklerin varyansının ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Heterojen ve homojen varyanslılık durumunda kadın girişimcilerin ev sahibi olma duruma göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD genel ölçeği ve tüm alt ölçekler açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 3. 100.** Kadın girişimcilerin sektöre göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
	Genel Ölç Ort	Grup Ağlar Ort			
Sektör Durumu	Genel Ölç Ort	2,024	4	128	0,095
	Grup Ağlar Ort	0,362	4	128	0,835
	Güven Ort	1,796	4	128	0,134
	İşbirliği Ort	2,715	4	128	0,033
	İletişim Ort	1,635	4	128	0,169
	Sosyal Uyum Ort	2,673	4	128	0,035
	Siyasi Eylem Ort	2,088	4	128	0,086

Tablo 3.100' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin sektör durumları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği ile grup ve ağlar, güven ve dayanışma, bilgi ve iletişim, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinin varyansının homojen dağılım gösterdiği; kolektif eylem ve işbirliği ile sosyal uyum ve katılım ölçeklerinin heterojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 101.** Kadın girişimcilerin sektöre göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
							Gruplar Arası
Sektör Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	2,428	4	0,607	2,016	0,096
		Grup İçi	38,547	128	0,301		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	13,607	4	3,402	2,906	0,024
		Grup İçi	149,829	128	1,171		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	5,616	4	1,404	2,769	0,030
		Grup İçi	64,899	128	0,507		
		Toplam	70,515	132			
	İletişim Ort	Gruplar Arası	6,622	4	1,656	3,120	0,017
		Grup İçi	67,916	128	0,531		
		Toplam	74,538	132			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	5,720	4	1,430	2,345	0,058
		Grup İçi	78,052	128	0,610		
		Toplam	83,773	132			

Tablo 3.101' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin sektörlere göre KGSSD ölçeği ile güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmezken; grup ve ağlar-güven ve dayanışma-bilgi ve iletişim alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 102.** Kadın girişimcilerin sektöre göre LSD testi

	KGSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Sektör Durumu	Grup Ağlar Ort	İmalat ve Sanayi (1)	26	2,6282	1,15211	1-2; 2-4, 2-5; 3-4
		Madencilik (2)	5	1,4667	1,04350	
		Geleneksel Hizmet (3)	44	2,4735	1,10317	
		Yenilikçi Hizmet (4)	38	3,0175	1,01253	
		Diğer (5)	20	2,5750	1,07670	
		Toplam	133	2,6366	1,11272	
	Güven Ort	İmalat ve Sanayi (1)	26	3,3427	0,51414	1-2; 2-4, 2-5; 3-5
		Madencilik (2)	5	4,1818	0,66494	
		Geleneksel Hizmet (3)	44	3,5403	0,78810	
		Yenilikçi Hizmet (4)	38	3,4952	0,63388	
		Diğer (5)	20	3,1182	0,88698	
		Toplam	133	3,4494	0,73089	
	İletişim Ort	İmalat ve Sanayi (1)	26	3,9396	0,68114	1-5; 2-5; 3-5; 4-5
		Madencilik (2)	5	4,1429	0,52489	
		Geleneksel Hizmet (3)	44	3,7857	0,74359	
		Yenilikçi Hizmet (4)	38	3,9699	0,56771	
		Diğer (5)	20	3,3286	1,01344	
		Toplam	133	3,8131	0,75145	

Tablo 3.102' deki grup ve ağlar ölçeği açısından sektörlerin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre madencilik sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin imalat ve sanayi, geleneksel-yenilikçi hizmet ve diğer

sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımlarının daha az olduğu görülmüştür. Geleneksel hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımlarının daha az olduğu görülmüştür.

Güven ve dayanışma ölçeği açısından sektörlerin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre madencilik sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin imalat ve sanayi, geleneksel-yenilikçi hizmet ile diğer sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. Geleneksel hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin diğer sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür.

Kolektif eylem ve işbirliği ölçeği açısından sektörlerin hangileri arasında farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre diğer sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin imalat ve sanayi, madencilik ile geleneksel-yenilikçi hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları görülmüştür.

**Tablo 3. 103.** Kadın girişimcilerin sektöre göre Welch testi

Değişken	Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
Sektör Durumu	İşbirliği Ort	4,648	4	24,177	0,006
	Sosyal uyum Ort	1,716	4	26,555	0,176

Tablo 3.103' te homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin sektör değişkenine göre sosyal uyum ve katılım alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmezken; kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 104.** Kadın girişimcilerin sektöre göre Games-Howel testi

Değişken	KGSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Sektör Durumu	İşbirliği Ort	İmalat ve Sanayi (1)	26	3,4462	0,65068	1-3
		Madencilik (2)	5	1,6400	1,12606	
		Geleneksel Hizmet (3)	44	2,8545	0,92647	
		Yenilikçi Hizmet (4)	38	3,2842	0,65863	
		Diğer (5)	20	3,2700	1,15581	
		Toplam	133	3,1098	0,92227	

Tablo 3.104' teki kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından sektörler arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılan Games-Howel test sonuçlarına göre imalat ve sanayi sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin geleneksel hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliği yönünün daha güçlü olduğu görülmüştür.

**Tablo 3. 105.** Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
Aile Gelir	Genel Ölç Ort	1,030	4	128	0,394
	Grup Ağlar Ort	2,171	4	128	0,076
	Güven Ort	0,595	4	128	0,667
	İşbirliği Ort	0,839	4	128	0,503
	İletişim Ort	0,849	4	128	0,497
	Sosyal Uyum Ort	0,918	4	128	0,456
	Siyasi Eylem Ort	4,250	4	128	0,003

Tablo 3.105' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin aile gelir durumu değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği, grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım alt ölçeklerinin varyansının homojen dağılım gösterdiği; güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeğinin varyansının heterojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 106.** Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Doğum Yeri Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	6,514	4	1,628	6,048	0,001
		Grup İçi	34,461	128	0,269		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	7,329	4	1,832	1,502	0,205
		Grup İçi	156,107	128	1,220		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	7,689	4	1,922	3,916	0,005
		Grup İçi	62,826	128	0,491		
		Toplam	70,515	132			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	9,248	4	2,312	2,872	0,026
		Grup İçi	103,029	128	0,805		
		Toplam	112,277	132			

Tablo 3.106.' nın devamı

<b>İletişim Ort</b>	Gruplar Arası	8,384	4	2,096	4,055	0,004
	Grup İçi	66,154	128	0,517		
	Toplam	74,538	132			
<b>Sosyal Uyum Ort</b>	Gruplar Arası	9,114	4	2,278	3,601	0,008
	Grup İçi	80,988	128	0,633		
	Toplam	90,102	132			

Tablo 3.106' da homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin aile gelir durumlarına göre grup ve ağlar alt ölçeği açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemişken; 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 107.** Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre LSD testi

Değişken	KGSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
Aile Gelir Durumu	Genel Ölç Ort	5501-6500 TL (1)	4	3,3457	0,35020	1-2; 2-3, 2-4, 2-5
		6501-7500 TL (2)	2	1,6809	0,00000	
		7501-8500 TL (3)	5	3,4681	0,21436	
		8501-9500 TL (4)	7	3,5228	0,52144	
		9501 TL (5)	115	3,4899	0,53211	
		Toplam	133	3,4593	0,55715	
	Güven Ort	5501-6500 TL (1)	4	3,1136	0,48461	1-2; 2-3, 2-4, 2-5
		6501-7500 TL (2)	2	1,5909	0,32141	
		7501-8500 TL (3)	5	3,3636	0,47128	
		8501-9500 TL (4)	7	3,4156	0,60782	
		9500 üzeri TL (5)	115	3,4992	0,71888	
		Toplam	133	3,4494	0,73089	

Tablo 3.107.' nin devamı

İşbirliği Ort	5501-6500 TL (1)	4	2,8500	0,77244	1-2, 2-3, 2-4, 2-5
	6501-7500 TL (2)	2	1,2000	0,28284	
	7501-8500 TL (3)	5	3,6000	0,63246	
	8501-9500 TL (4)	7	3,3714	0,70643	
	9501 TL (5)	115	3,1148	0,92036	
	<b>Toplam</b>	133	3,1098	0,92227	
İletişim Ort	5501-6500 TL <sup>3</sup> (1)	4	3,8214	0,45737	1-2, 2-3, 2-4, 2-5
	6501-7500 TL (2)	2	1,7857	0,30305	
	7501-8500 TL (3)	5	3,7714	0,21665	
	8501-9500 TL (4)	7	3,8163	0,64794	
	9501 TL (5)	115	3,8497	0,74179	
	<b>Toplam</b>	133	3,8131	0,75145	
Sosyal Uyum Ort	5501-6500 TL (1)	4	4,2500	0,41944	1-2, 2-3, 2-4, 2-5
	6501-7500 TL (2)	2	2,1667	0,23570	
	7501-8500 TL (3)	5	4,4000	0,59628	
	8501-9500 TL (4)	7	4,1905	0,50395	
	9501 TL (5)	115	4,3043	0,82430	
	<b>Toplam</b>	133	4,2682	0,82619	

Tablo 3.107' ye göre KGSSD genel ölçeği, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından kadın girişimcilerin ailelerinin gelirinin hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre aileleri 6501-7500 TL gelire sahip olan kadın girişimcilerin 5501-6500 TL, 7501-8500 TL, 8501-9500 TL ve 9501 TL üstü gelire sahip olan kadın girişimcilere göre sosyal sermaye düzeyi, güven ve ağlara üyelik ve katılım, kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım yönünden daha zayıf oldukları görülmüştür.

Tablo 3. 108. Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirine göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Aile Gelir Durumu	Siyasi Eylem Ort	0,188	4	4,984	0,935

<sup>3</sup>Kadın girişimcilerin ailelerinin gelirinin birinci düzey sınıflandırılması, anket soruları 01.07.2022 tarihinden önce uygulandığı için söz konusu dönemdeki net asgari ücrete (4253 TL) göre 4500TL-5500TL olarak belirlenmiştir. Ancak bu gelir grubunda hiçbir katılımcı olmadığından Tablo 3.103' te bu gelir grubuna yer verilmemiş, kadın girişimcilerin ailelerinin gelir düzeyi sınıflandırılması beş gruptan oluşmuştur.

Tablo 3.108’ de homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin ailelerinin gelir durumu değişkenine göre güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 109.** Kadın girişimcilerin işletme kazancına göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
	Genel Ölç Ort	Grup Ağlar Ort			
Sektör	Genel Ölç Ort	0,303	4	128	0,876
	Grup Ağlar Ort	1,994	4	128	0,099
	Güven Ort	1,812	4	128	0,130
	İşbirliği Ort	1,684	4	128	0,158
	İletişim Ort	0,940	4	128	0,443
	Sosyal Uyum Ort	0,776	4	128	0,543
	Siyasi Eylem Ort	1,482	4	128	0,212

Tablo 3.109’ a göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin işletme kazancı değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeği ve güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım ile güçlendirme ve siyasi eylem ölçeklerinin varyansının homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 110.** Kadın girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
							Gruplar Arası
Sektör Durumu	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	1,146	4	0,286	0,921	0,454
		Grup İçi	39,829	128	0,311		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	6,640	4	1,660	1,355	0,253
		Grup İçi	156,795	128	1,225		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	7,197	4	1,799	3,637	0,008
		Grup İçi	63,318	128	0,495		
		Toplam	70,515	132			

Tablo 3.117.' nin devamı						
<b>İşbirliği Ort</b>	Gruplar Arası	4,687	4	1,172	1,394	0,240
	Grup İçi	107,591	128	0,841		
	Toplam	112,277	132			
<b>İletişim Ort</b>	Gruplar Arası	3,057	4	0,764	1,368	0,249
	Grup İçi	71,481	128	0,558		
	Toplam	74,538	132			
<b>Sosyal Uyum Ort</b>	Gruplar Arası	0,851	4	0,213	0,305	0,874
	Grup İçi	89,251	128	0,697		
	Toplam	90,102	132			
<b>Siyasi Eylem Ort</b>	Gruplar Arası	1,130	4	0,283	0,438	0,781
	Grup İçi	82,642	128	0,646		
	Toplam	83,773	132			

Tablo 3.110' da homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin işletme kazanç durumlarına göre KGSSD ölçeği ve grup ve ağlar, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım ile güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmezken; güven ve dayanışma alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 111.** Kadın girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre LSD testi

Değişken	KGSSD Alt Başlık	Gruplar	Katılımcı Sayısı (N)	Ortalama	Standart Hata	Fark
<b>İşletme Kazanç Durumu</b>	<b>Güven Ort</b>	<b>5.000-15.000 (1)</b>	8	3,3466	0,68933	2-5; 3-5
		<b>15.001-25.000 (2)</b>	31	3,6085	0,60946	
		<b>25.001-50.000 (3)</b>	32	3,7599	0,83393	
		<b>50.001-75.000 (4)</b>	6	3,3182	0,46265	
		<b>75.000 üzeri (5)</b>	56	3,2127	0,69045	
		<b>Toplam</b>	133	3,4494	0,73089	

Tablo 3.111’ deki güven ve dayanışma ölçeği açısından işletme kazanç durumunun hangileri arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD test sonuçlarına göre 75000 TL üzeri işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilerin 15001-25000 TL ve 25001-50000 TL işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür.

**Tablo 3. 112.** Kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişiye göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği		Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
İşletme kişi	Genel Ölç Ort	3,744	5	127	0,003
	Grup Ağlar Ort	1,982	5	127	0,086
	Güven Ort	2,066	5	127	0,074
	İşbirliği Ort	1,858	5	127	0,106
	İletişim Ort	0,911	5	127	0,476
	Sosyal Uyum Ort	0,886	5	127	0,492
	Siyasi Eylem Ort	0,546	5	127	0,741

Tablo 3.112’ ye göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişi değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde KGSSD ölçeğinin varyansının heterojen dağıldığı; diğer tüm alt ölçeklerin (grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem) ise homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 113.** Kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişiye göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
Sektör Durumu	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	2,536	5	0,507	0,400	0,848
		Grup İçi	160,899	127	1,267		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	5,317	5	1,063	2,071	0,073
		Grup İçi	65,198	127	0,513		
		Toplam	70,515	132			

Tablo 3.113.' ün devamı

	<b>İşbirliği Ort</b>	Gruplar Arası	4,092	5	0,818	0,961	0,445
		Grup İçi	108,185	127	0,852		
		Toplam	112,277	132			
	<b>İletişim Ort</b>	Gruplar Arası	3,677	5	0,735	1,318	0,261
		Grup İçi	70,861	127	0,558		
		Toplam	74,538	132			
	<b>Sosyal Uyum Ort</b>	Gruplar Arası	0,678	5	0,136	0,193	0,965
		Grup İçi	89,424	127	0,704		
		Toplam	90,102	132			
<b>Siyasi Eylem Ort</b>	Gruplar Arası	2,708	5	0,542	0,848	0,518	
	Grup İçi	81,065	127	0,638			
	Toplam	83,773	132				

Tablo 3.113' de homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre tüm alt ölçekler açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 114.** Kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişiye göre Welch testi

Değişken	Genel Ölç Ort	Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
İşletme kişi Durumu		0,430	5	20,198	0,823

Tablo 3.114' e homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayıları değişkenine göre KGSSD ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 115.** Kadın girişimcilerin işletme yıl durumuna göre varyansların homojenlik testi

Değişken	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi	
İşletme yıl	Genel Ölç Ort	1,508	5	127	0,192
	Grup Ağlar Ort	1,395	5	127	0,230
	Güven Ort	1,282	5	127	0,276
	İşbirliği Ort	1,608	5	127	0,163
	İletişim Ort	2,546	5	127	0,031
	Sosyal Uyum Ort	2,264	5	127	0,052
	Siyasi Eylem Ort	1,126	5	127	0,350

Tablo 3.115' e göre Levene test istatistiği sonuçları değerlendirildiğinde ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin işletmelerinin yılları değişkenine göre 0,05 anlamlılık seviyesinde bilgi ve iletişim yönlü alt ölçeğin varyansının heterojen dağıldığı; KGSSD ölçeği, grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinin varyansının homojen dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 116.** Kadın girişimcilerin işletmelerinin yıllara göre tek yönlü Anova testi

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	
İşletme Yılı	Genel Ölç Ort	Gruplar Arası	2,710	5	0,542	1,799	0,118
		Grup İçi	38,266	127	0,301		
		Toplam	40,975	132			
	Grup Ağlar Ort	Gruplar Arası	5,347	5	1,069	0,859	0,511
		Grup İçi	158,089	127	1,245		
		Toplam	163,435	132			
	Güven Ort	Gruplar Arası	4,532	5	0,906	1,745	0,129
		Grup İçi	65,983	127	0,520		
		Toplam	70,515	132			
	İşbirliği Ort	Gruplar Arası	4,487	5	0,897	1,057	0,387
		Grup İçi	107,790	127	0,849		
		Toplam	112,277	132			
	Sosyal Uyum Ort	Gruplar Arası	4,656	5	0,931	1,384	0,235
		Grup İçi	85,446	127	0,673		
		Toplam	90,102	132			
	Siyasi Eylem Ort	Gruplar Arası	2,830	5	0,566	0,888	0,491
		Grup İçi	80,943	127	0,637		
		Toplam	83,773	132			

Tablo 3.116' da homojen varyanslılık durumunda araştırmaya katılan ÇTSO üyesi kadın girişimcilerin işletmelerinin yıllara göre KGSSD ölçeği ve grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından 0,05 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 3. 117.** Kadın girişimcilerin işletmelerinin yıl durumuna göre Welch testi

Değişken		Welch İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
İşletme Yılı	İletişim Ort	1,528	5	26,755	0,215

Tablo 3.117' ye homojen olmayan varyanslılık durumunda Welch testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin yıl değişkenine göre bilgi ve iletişim alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

### 3.7.7. Araştırmada kullanılan lojistik regresyon analizi yöntemi

Kategorik veri analizlerinde diğer analizlerle kıyaslandığında lojistik regresyon analizi, çoğu alanda kullanıldığından elverişli bir kullanımı olması nedeniyle önem oluşturmaktadır. Neden sonuç ilişkisinin belirlenmesinin hedeflendiği sosyoekonomik araştırmalarda değişkenler “kadın-erkek, geçti-kaldı, sigara içme-sigara içmeme, memnun-memnun değil” gibi iki kategorili veriler içerdiği gibi ikiden daha fazla kategorik veriler de içerebilmektedir. İki veya daha fazla kategorik veriden oluşan değişken bağımlı değişken olduğunda bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisinin belirlenmesinde lojistik regresyon analizi önemli rol oynamaktadır. Lojistik regresyon analizinin amaçları çerçevesinde bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi ve sıralama yer almaktadır. Lojistik regresyon modeli, zayıf bir ölçekle ölçülen değişkenler arasındaki ilişkinin şeklini ortaya koyan bir modeldir. Lojistik modellerde genel olarak neden sonuç ilişkisinin gerçekleşmesinin “1”, gerçekleşmemesinin “0” olarak verildiği ikili yapı kullanılmaktadır. Lojistik modellerde bağımlı değişkenin iki düzey (0 ve 1 gibi) veya daha fazla ayrık değişkenden oluşması, uygunluk, matematiksel esneklik ve yorum kolaylığı sağlamaktadır (Agresti, 1996, s.103; Lemeshow ve Hosmer, 2000, ss.2-3; Akkuş, 2004, s.48).

Lojistik regresyon analizinde üç temel yöntem bağımlı değişkenin kategori sayısı ve ölçeği temelinde kullanılmaktadır. Birinci yöntem bağımlı değişkenin iki kategorili olduğu ikili (binary) lojistik regresyon analizi, ikinci yöntem bağımlı değişkenin ikiden fazla kategorili ve sıralı olduğu sıralı (ordinal) lojistik regresyon analizi ve üçüncü yöntem ise bağımlı değişkenin ikiden fazla kategorili olduğu çoklu (multinomial) lojistik regresyon analizidir.

#### 3.7.7.1. İkili (Binary) Lojistik Regresyon Analizi

Bağımlı değişkenlerin iki kategorili yapıda (evli-bekar, çalışan-işsiz gibi) olduğu analizler, ikili lojistik regresyon analizleri olarak ifade edilmektedir. Bu durumda bağımlı değişken nominal veya ikili, bağımsız değişkenler kesikli, sürekli ya da sıralı olabilmektedir. Bağımlı değişkenin iki sonucu olan bu modellerde olayın gerçekleşmesi “1”, gerçekleşmemesi “0” olarak ifade edilmektedir, Bir başka deyişle risk içeren durumda “1”, risk içermeyen durumda “0” verilerek kodlama yapılmaktadır. Bu durumda “0” ile “1” arasında herhangi bir değer için oluşacak riski tahmin etmek için lojistik model kullanılmaktadır. 1'in üzerinde veya 0'ın altında risk bulunmamaktadır. Bu modellerde bir ve daha fazla kategorik, nominal veya ikili bağımsız değişken olabilmektedir (Alpar, 2013, ss. 74-115; Özdamar, 2013, s. 525).

#### 3.7.7.2. Sıralı (Ordinal) Lojistik Regresyon Analizi

Bağımlı değişkenin üç ya da daha fazla kategorili aynı zamanda da sıralı olma durumu sıralı lojistik regresyon analizinin temel çerçevesini oluşturmaktadır. Kategorik verilerden oluşan bağımlı değişkenin kategorileri sıralanırken azdan çoğa doğru derecelendirme (az

memnunum, memnunum, çok memnunum gibi) yapılabilmekte, buna göre de kodlar küçükten büyüğe doğru rakam verilerek kullanılabilir (az memnunum 1, memnunum 2, çok memnunum 3 gibi). Bu analizde bağımsız değişkenler kategorik veya sürekli değişkenler olabilmektedir. Parametre tahminleri maksimum olabilirlik yöntemiyle yapılabilmektedir. Bağımlı değişkenin kategorilerinin birbirine paralel varsayıldığı modelde bu durum her kategori için parametrelerin değişmediğini göstermektedir (Akın ve Şentürk, 2012, s.185).

Sıralı lojistik regresyon analizi üç temel özellik çerçevesinde şekillenmektedir. Bu özelliklerden birincisi bağımlı değişkenin sürekli gizli bir değişkenden tekrar düzenlenebilir sıralı ve kategorik bir değişken olmasıdır. Sıralı bağımlı değişkenin eşit aralıklı kategorilere ayrılma durumunda kesinlik bulunmamaktadır. İkinci özellik bu analizin açıklayıcı sıralı kategorik değişkene etkisinin bağlantı fonksiyonu kullanarak normallik ve sabit varyans varsayımı gerekli olmadan verilmesidir. Bu analiz açıklayıcı değişkenle sıralı kategorik değişkenin ilişkisinin kategoriden bağımsızlığını öngörmektedir. Bu durum sıralı kategorik değişkenin kategorilerine regresyon katsayısının değerinin bağlı olmamasından kaynaklanmaktadır (Şerbetçi ve Özçomak, 2013, s. 93).

#### 3.7.7.3. Çoklu (Multinomial) Lojistik Regresyon Analizi

Çoklu lojistik model bağımlı değişkenin ikiden fazla kesikli değişken olması durumunu ifade etmektedir (Tatlıdil, 1996). Bu durumda bağımlı değişkenin nominal bir ölçeğe (çalışanlar, öğrenciler, öğretim görevlileri, memurlar, mühendisler, bankalar gibi) ve herhangi bir sıra içermeyen en az üç kategoriye sahip olması gerekmektedir. Bağımsız değişkenler ise sürekli veya kategorik değişkenler olabilmektedir. Kategorik değişkenlerde her kategori için ayrı ayrı tahmin yapılmaktadır (Karagöz, 2016, s. 871).

#### 3.7.8. Lojistik regresyon analizindeki değişkenlerin tanımı

Ankete katılan katılımcıların cevaplarına göre oluşturulan iki lojistik regresyon modeline ve modellerde yer alan değişkenlerin (bağımlı ve bağımsız değişkenler) tanımlamalarına aşağıda yer verilmiştir. Çalışmada iki ayrı lojistik regresyon model oluşturulduğundan aşağıda iki ayrı model için bağımlı değişken (GKOO ve KGKYO) ve bağımsız değişkenlerin tanımına yer verilmiştir. İki modelde bağımlı değişken farklılık gösterirken bağımsız değişkenler ortaktır.

##### **Birinci Modeldeki Değişkenlerin Tanımı**

GKOO (Girişimcilerin Kadın Olma Olasılığı): Kadın girişimcilere "1", erkek girişimcilere "0" verilmiştir.

GA (Grup ve Ağlar): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım"

düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

GD (Güven ve Dayanışma): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

KEİ (Kolektif Eylem ve İş Birliği): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

Bİ (Bilgi ve İletişim): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

SUK (Sosyal Uyum ve Katılım): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

GSE (Güçlendirme ve Siyasi Eylem): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

### **İkinci Modeldeki Değişkenlerin Tanımı**

KGKYO0 (Kadın Girişimcilerin Kazancının Yüksek Olma Olasılığı): 50000 TL üzeri kazanca sahip kadın girişimcilere "1", 50000TL ve altı kazanca sahip kadın girişimcilere "0" verilmiştir. Kazanç sınıflandırılması yapılırken beş grup kazanç sınıflandırılmasının yapıldığı anket sorularında orta düzey kabul edilebilen üçüncü gruptaki kazanç sınıflandırılmasının üzerinde olan dördüncü ve beşinci grup kazanç sınıflandırılma grubu, yüksek kazanç grubu olarak temel alınmıştır.

GA (Grup ve Ağlar): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

GD (Güven ve Dayanışma): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

KEİ (Kolektif Eylem ve İş Birliği): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

Bİ (Bilgi ve İletişim): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

SUK (Sosyal Uyum ve Katılım): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

GSE (Güçlendirme ve Siyasi Eylem): 3,66' nın üzerindeki değerlere "1", 3,66 ve altındaki değerlere "0" verilmiştir (Çankaya (2017)' ya göre 3,67-5,00 arasındaki değerlerin "yüksek katılım" düzeyini ifade etmesi temel alınmıştır). 3. 66' nın üzerindeki değerler yüksek sosyal sermaye düzeyini, 3,66 ve altındaki değerler düşük ve orta seviyede sosyal sermaye düzeyini ifade etmektedir.

İkili lojistik regresyon modeli aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

$$P_i(Y = 1 \mid X_1, X_2, \dots, X_k) = F(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k) \quad (1)$$

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)}}$$

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}}$$

Denklem (1)' deki eşitlik, lojistik dağılım fonksiyonu olarak ifade edilmektedir.  $Z_i$  rankı  $-\infty$ 'dan  $+\infty$ 'a kadar olan aralıkta,  $P_i$  rankı ise 0 ile 1 arasında değerler almaktadır.  $Z_i$  (yani  $X_i$ ) ile ilişkinin doğrusal olmadığı söylenebilir (Gujarati, 2009, s. 554). En çok olabilirlik yöntemi kullanılarak logit modelin katsayıları tahmin edilmektedir. En çok olabilirlik tahmincisi tutarlıdır ve büyük örneklerde normal dağılmaktadır (Stock ve Watson, 2011, s. 398). Katsayıları doğrudan yorumlanmayan logit modellerde bağımsız değişkenlerin işareti çerçevesinde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenin var olma olasılığına etkisi belirlenmektedir. Bu modellerde marjinal etkiler bağımsız değişkenlerin ortalaması alınarak hesaplanmakta, böylece logit modellerde katsayıların anlaşılması mümkün olabilmektedir. Söz konusu hesaplama için aşağıdaki gibi yol izlenebilmektedir:

$$L_i = Z_i = b_0 + b_1 X_i \quad (2)$$

Yukarıda tahmin edilmiş parametreler ve  $X_i$ 'nin ortalama değeri  $\bar{x}$  kullanıldığı Denklem (2) tekrar aşağıdaki gibi yazılarak Denklem 3 elde edilmektedir.

$$Z_i = b_0 + b_1 \bar{x} \quad (3)$$

Denklem 3 değeri,  $e^{-Z}$  değeri hesaplanırken kullanılmaktadır.  $p_i = \frac{1}{1+e^{-Z_i}}$  eşitliğinde,  $P'$  nin  $Z'$  ye göre türevi alınarak aşağıdaki Denklem 4 elde edilmektedir:

$$f(Z) = \frac{dP}{dZ} = \frac{e^{-Z}}{(1+e^{-Z})^2} \quad (4)$$

Elde edilene  $e^{-Z}$  değeri Denklem (4)' de yerine yazıldığında  $f(Z)$  bulunmaktadır. Buradan  $f(Z) * \beta_i$  değeri hesaplandığında elde edilen değer;  $X_i$ 'deki 1 birimlik değişimin, bağımlı değişkenin 1 değerini alma olasılığı üzerindeki yüzde etkisini gösterecektir.

Analizde kullanılan değişkenler temelinde Denklem 1' deki lojistik regresyon modeli, aşağıdaki Denklem 5'deki (Birinci Logit Model) gibi oluşturulmuştur:

$$Y_i = \beta X + u_i \quad (5)$$

$Y_i$  = Girişimcilerin kadın olma olasılığı

$$\beta X = \beta_0 + \beta_1 GA_i + \beta_2 GD_i + \beta_3 KEİ_i + \beta_4 Bİ_i + \beta_5 SUK_i + \beta_6 GSE_i$$

$u_i$  = Hata terimi

$i$  = i.'nci girişimci

Analizde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler temelinde Denklem 1' deki lojistik regresyon modeli, aşağıda Denklem 6' daki (İkinci Logit Model) gibi oluşturulmuştur:

$$Y_i = \beta X + u_i \quad (6)$$

$Y_i$  = Kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığı

$$\beta X = \beta_0 + \beta_1 GA_i + \beta_2 GD_i + \beta_3 KEİ_i + \beta_4 Bİ_i + \beta_5 SUK_i + \beta_6 GSE_i$$

$u_i$  =Hata terimi

$i$  =i.'nci kadın girişimci

### 3.7.9. Lojistik regresyon analizlerinin bulguları

Bu başlık altında girişimcilerin kadın olma olasılığına girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının ve kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının etkisi lojistik regresyon analizleriyle araştırılmıştır. Söz konusu analizlerin sonuçları aşağıda Tablo 3.119 ve Tablo 3.121' de verilmiştir. Denklem (5) ve Denklem (6)' de verilen lojistik regresyon modeli temelinde analizde kullanılan değişkenler ve parametrelere göre sırasıyla Denklem (7)ve Denklem (8) düzenlenmiştir. Lojistik regresyon analiz bulguları Stata 17.0 paket programı kullanılarak elde edilmiştir.

$$GKOO = \beta_0 + \beta_1GA + \beta_2GD + \beta_3KEİ + \beta_4Bİ + \beta_5SUK + \beta_6GSE \quad (7)$$

Denklem (7)' de  $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$  : Lojistik regresyon katsayıları, GKOO: Girişimcilerin Kadın Olma Olasılığı, GA: Grup ve Ağlar, GD: Güven ve Dayanışma, KEİ: Kolektif Eylem ve İş Birliği,, Bİ: Bilgi ve İletişim, SU: Sosyal Uyum ve Katılım GSE: Güçlendirme ve Siyasi Eylem olarak belirlenmiştir.

**Tablo 3. 118.** Tanımlayıcı istatistikler (GKOO)

Değişkenler	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	En Küçük Değer	En Büyük Değer
GKOO	411	0.323601	0.4684199	0	1
GA	411	0.2043796	0.403739	0	1
GD	411	0.350365	0.4776657	0	1
KEİ	411	0.2238443	0.4173269	0	1
Bİ	411	0.6447689	0.4791666	0	1
SUK	411	0.8686131	0.3382347	0	1
GSE	411	0.6812652	0.4665539	0	1

Yukarıda Tablo 3.118’ de analizde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait gözlem sayısı, ortalama ve standart sapmayı içeren tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Değişkenlerin standart sapma değerleri arasında büyük farklılıkların olmadığı tanımlayıcı istatistiklerin incelenmesi sonucu görülmüş, bu çerçevede verilerin ortalamaya yaklaşan dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

**Tablo 3. 119.** Girişimcilerin kadın olma olasılığı

<b>Bağımlı Değişken:</b> Girişimcilerin Kadın Olma Olasılığı (GK00)						
<b>Gözlem sayısı:</b> 411						
<b>Değişkenler</b>	<b>Katsayılar</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Z Tablo Değeri</b>	<b>P Olasılık Değeri</b>	<b>Marjinal Etkiler</b>	<b>Odds Oranı</b>
<b>GA</b>	0.7557445	0.2568395	2.94	0.003	0.1641805	2.129196
<b>GD</b>	0.0142033	0.2384541	0.06	0.953	0.0030856	1.014305
<b>KEİ</b>	0.2052444	0.2662716	0.77	0.441	0.044588	1.227825
<b>Bİ</b>	0.2168777	0.2487941	0.87	0.383	0.0471152	1.242192
<b>SUK</b>	-0.0251879	0.3682698	-0.07	0.945	-0.0054719	0.9751267
<b>GSE</b>	0.1326413	0.2550485	0.52	0.603	0.0288154	1.14184
LR test: 13.10 (0.0415)						

Girişimcilerin kadın olma olasılığına girişimlerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının etkisi sosyal sermaye ölçeğinin altı kategorisi için araştırılmıştır. Tablo 3.119’ un sonuçlarına göre sadece grup ve ağlar kategorisinde girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına pozitif yönde etkisi bulunmaktadır. Güven ve dayanışma, kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem kategorisinde girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının, girişimcilerin kadın olma olasılığına etkisi bulunmamaktadır. Grup ve ağlar kategorisinde girişimcilerin yüksek sosyal sermaye düzeyinde bir birim artışın girişimcilerin kadın olma olasılığını 0.1641805 düzeyinde artırdığı görülmektedir. Odds oranına göre de (2.129196), grup ve ağlar kategorisindeki girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığına önemli etkisi bulunmaktadır. Girişimciler içerisinde kadınların ve erkeklerin grup ve ağlar kategorisinde sosyal sermaye düzeylerinin yüksek olmaması, bir başka deyişle sosyal sermayenin grup ve ağlar kategorisindeki soruların ortalama değerlerinin düşük katılım düzeyini içermesi nedeniyle bu kategorideki sosyal sermaye düzeyindeki artış, girişimcilerin kadın olma olasılığını arttırabilecektir. Kadın ve erkek girişimcilerin grup ve ağ üyeliklerine ve toplantılara (seminer, konferans gibi) katılımı, çevre ve bilgi edinmeleri açısından önem arz etmektedir. Çevre ve bilgi açısından güçlenen kadınlar, işletmelerinin kuruluşu aşamasında finansal destek sağlayabilecekleri kaynaklara

daha kolay ulaşabilmekte ve daha fazla girişimsel faaliyetlere yönelebilmektedir. Kadınlar daha fazla girişimsel faaliyetlere yöneldiğinde girişimcilerin kadın olma olasılığı artabilecektir. Çevre ve bilgi açısından güçlenen erkeklerde daha fazla kadın ortağa ulaşabilecek, sayıca fazla olan erkek girişimcilerin kadın girişimcilerle olan ortaklıklarındaki artış, girişimcilerin kadın olma olasılığını artırabilecektir. Bu durumda girişimcilerin grup ve ağlar kategorisinde sosyal sermaye düzeylerinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma olasılığını artırabileceği beklenmektedir.

Denklem (6)' da verilen lojistik regresyon modeli temelinde analizde kullanılan değişkenler ve parametrelere göre Denklem (8) düzenlenmiştir. Lojistik regresyon analiz bulguları Stata 17.0 paket programı kullanılarak elde edilmiştir.

$$KGKYOO = \beta_0 + \beta_1 GA + \beta_2 GD + \beta_3 KEİ + \beta_4 Bİ + \beta_5 SUK + \beta_6 GSE \quad (8)$$

Denklem (8)' de  $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$  : Lojistik regresyon katsayıları, KGKYOO: Kadın Girişimcilerin Kazancının Yüksek Olma Olasılığı, GA: Grup ve Ağlar, GD: Güven ve Dayanışma, KEİ: Kolektif Eylem ve İş Birliği,, Bİ: Bilgi ve İletişim, SU: Sosyal Uyum ve Katılım GSE: Güçlendirme ve Siyasi Eylem olarak belirlenmiştir.

**Tablo 3. 120.** Tanımlayıcı istatistikler (KGKYOO)

Değişkenler	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	En Küçük Değer	En Büyük Değer
<b>KGKYOO</b>	133	0.4661654	0.5007399	0	1
<b>GA</b>	133	0.3007519	0.4603188	0	1
<b>GD</b>	133	0.3759398	0.4861959	0	1
<b>KEİ</b>	133	0.2706767	0.4459892	0	1
<b>Bİ</b>	133	0.6917293	0.4635249	0	1
<b>SUK</b>	133	0.887218	0.317522	0	1
<b>GSE</b>	133	0.7218045	0.4498044	0	1

Yukarıda Tablo 3.120' de analizde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait gözlem sayısı, ortalama ve standart sapmayı içeren tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Değişkenlerin standart sapma değerleri arasında büyük farklılıkların olmadığı tanımlayıcı istatistiklerin incelenmesi sonucu görülmüş, bu çerçevede verilerin ortalamaya yaklaşan dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

**Tablo 3. 121.** KGKY00 lojistik regresyon analizi sonuçları

<b>Bağımlı Değişken:</b> Kadın Girişimcilerin Kazancının Yüksek Olma Olasılığı (KGKY00)						
<b>Gözlem sayısı:</b> 133						
<b>Değişkenler</b>	<b>Katsayılar</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Z Tablo Değeri</b>	<b>P Olasılık Değeri</b>	<b>Marjinal Etkiler</b>	<b>Odds Oranı</b>
<b>GA</b>	0.8268325	0.436763	1.89	0.050	0.2054942	2.286066
<b>GD</b>	-1.187948	0.4270676	-2.78	0.005	-0.2952428	0.3048463
<b>KEİ</b>	0.2366757	0.4458998	0.53	0.596	0.0588214	1.26703
<b>Bİ</b>	-0.4820506	0.4463212	-1.08	0.280	-0.1198049	0.6175158
<b>SUK</b>	0.0215417	0.6303577	0.03	0.973	0.0053538	1.021775
<b>GSE</b>	0.046609	0.4826059	0.10	0.923	0.0115838	1.047712
LR test: 12.24 (0.050)						

Kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına kadın girişimlerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının etkisi, sosyal sermaye ölçeğinin altı kategorisi için araştırılmıştır. Tablo 3.121' in sonuçlarına göre kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına grup ve ağlar kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının pozitif yönde, güven ve dayanışma kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının negatif yönde etkisi bulunmaktadır. Kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına etkisi bulunmamaktadır. Grup ve ağlar kategorisinde kadın girişimcilerin yüksek olan sosyal sermaye düzeyindeki bir birimlik artışın kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığını 0.2054942 oranında artırdığı belirlenmiştir. Güven ve dayanışma kategorisinde kadın girişimcilerin yüksek olan sosyal sermaye düzeyindeki bir birimlik artışın kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığını 0.2952428 oranında azalttığı görülmüştür. Odds Oranına (2.286066) göre de grup ve ağlar kategorisindeki kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına önemli etkisi bulunmaktadır. Çalışmanın yukarıdaki başlıklarında açıklandığı üzere kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin sosyal sermaye ölçeğinin her bir kategoride aynı olmadığı dikkate alındığında kategorilere göre sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına etkisinin farklı olabilmesi beklenmektedir. Grup ve ağlar kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyini ölçen sorulara verilen cevaplarda düşük katılım olduğu görülmektedir. Bu nedenle söz konusu kategoride kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin düşük olduğu kabul edilebilir. Bu kapsamda grup ve ağlara üyelik ve katılım arttığında kadın girişimcilerin çevre edinmesi daha kolay olabilecek, işletmelerini daha fazla tanıtabilecektir. Böylece kadın girişimcilerin girişimsel faaliyetleri artarak yüksek kazanç elde edebilecektir. Yine analiz

testleri (tek yönlü Anova testi) sonucunda kadın girişimcilerin işletme kazancına göre homojen varyanslılık durumunda güven ve dayanışma alt ölçeği açısından anlamlı farklılık bulunmuştur. LSD testiyle güven ve dayanışma ölçeği açısından 75000 TL üzeri işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilerin 15001-25000 TL ve 25001-50000 TL işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları belirlenmiştir. Buna göre girişimcilerin işletmesinin kazancı yüksek olduğunda güven ve dayanışmalarının az olması, güven ve dayanışma kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin azalmasının (güven ve dayanışma duygusunun azalmasının) kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığını artırdığı yönündeki analiz sonucunu desteklemektedir. Güven ve dayanışma işletmelerin ilk kuruluşunda finansal destek anlamında işletmelere fayda sağlayabilecektir. Ancak işletmelerin büyüme aşamasında girişimcilerin güven ve dayanışmadan uzaklaşarak kar elde etme güdüsü içerisinde olmasının, işletmelerin yüksek kazanç elde etmesinde önemli rol oynayabileceği düşünülmektedir.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Araştırma anketi, %95 güven aralığı ve %5 örneklem hatası esasına göre tesadüfi örnekleme metodu ile Çorum ilindeki Ticaret ve Sanayi Odası' na üye 411 girişimciye uygulanmış, anket verileri SPSS 27.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öncelikle tüm girişimcilerin ve kadın girişimcilerin kategorik verileri ve sosyal sermaye düzeyleri belirlenmiş, ardından tüm girişimcilerin ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin, genel ölçek ve altı alt ölçek kapsamında demografik ve sosyoekonomik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. İzleyen aşamada girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının girişimcilerin kadın olma ve kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının kadın girişimcilerin kazançlarının yüksek olma olasılığına etkisi lojistik regresyon analiziyle araştırılmıştır.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde cinsiyete göre güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinde farklılık olduğu görülmüştür. Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre güçlendirme ve siyasi eylem yönünden daha etkin olduğu belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin siyasi eylemden ziyade güçlendirme kapsamındaki sorularda katılımının daha yüksek olması nedeniyle kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre güçlendirme yönünde daha aktif kararlar alabileceği söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde yaşa göre homojen ve heterojen varyans durumunda sırasıyla grup ve ağlar ve güven ve dayanışma alt ölçeklerinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre 29-38 yaş aralığında olan girişimciler 49-58 ve 59-65 yaş aralığında olan girişimcilere göre; 39-48 yaş aralığında olan girişimciler 49-58 yaş aralığında olan girişimcilere göre grup ve ağlara üyelikleri ve katılımlarının daha fazla olduğu görülmüştür. 59-65 yaş aralığında olan girişimciler ise 18-28 yaş aralığında olan girişimcilere göre daha

fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları belirlenmiştir. Bu durumda ileri yaş gruplarında grup ve ağlara üyelik ve katılımlarda azalma olduğu, güven ve dayanışma duygusunda artış olduğu söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde eğitim durumuna göre homojen ve heterojen varyans durumunda sırasıyla grup ve ağlar ve sosyal uyum ve katılım alt ölçeklerinde anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre ilkokul mezunu olan girişimcilerin lise, lisans ve yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre; ortaokul mezunu olan girişimcilerin lisans ve yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre; lise mezunu olan girişimcilerin ise lisans mezunu olan girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımlarının daha az olduğu görülmüştür. İlkokul mezunu olan girişimcilerin lisans mezunu olan girişimcilere göre sosyal uyum ve katılımının daha güçlü olduğu belirlenmiştir. Bu durumda eğitim seviyesi artıça grup ve ağlara üyelik ve katılımın, düşük eğitim seviyesinde ise sosyal uyum ve katılımın daha fazla olduğu söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde girişimcilerin babalarının eğitim durumlarına göre homojen varyanslılık durumunda GSSD genel ölçeği, grup ve ağlar, güven ve dayanışma alt ölçekleri; homojen olmayan varyanslılık durumunda ise bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri açısından farklılık bulunmaktadır. *GSSD genel ölçeği açısından* babası ilkokul mezunu olan girişimcilerin babası lisans mezunu olan girişimcilere göre, babası ortaokul mezunu olan girişimcilerin babası lise ve lisans mezunu olan girişimcilere göre sosyal sermaye düzeyleri daha düşükken; babası lisans mezunu olan girişimcilerin babası yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre sosyal sermaye düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. *Grup ve ağlar ölçeği açısından* babası ilkokul mezunu olan girişimcilerin babası lise, lisans ve yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının düşük olduğu görülmüştür. *Güven ve dayanışma ölçeği açısından* babası ilkokul mezunu olan girişimcilerin babası yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları; babası ortaokul mezunu olan girişimcilerin babası lise ve lisans mezunu olan girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları; babası lise mezunu olan girişimcilerin babası yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre daha fazla güven duygusuna sahip oldukları; babası lisans mezunu olan girişimcilerin babası yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. *Bilgi ve iletişim ölçeği açısından* babası ilkokul mezunu olan girişimcilerin babası ortaokul mezunu olan girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönlerinin daha yüksek olduğu, babası ortaokul mezunu olan girişimcilerin babası lise ve lisans mezunu olan girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. *Sosyal uyum ve katılım ölçeği açısından* babası ilkokul mezunu olan girişimcilerin babası ortaokul mezunu olan girişimcilere göre sosyal uyum ve katılım yönünden daha güçlü olduğu, babası ortaokul mezunu olan girişimcilerin babası lise mezunu olan girişimcilere göre sosyal uyum ve katılım yönünden daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. *Güçlendirme ve siyasi eylem ölçeği açısından* babası ortaokul mezunu

olan girişimcilerin babası yüksek lisans mezunu olan girişimcilere göre güçlendirme ve siyasi eylem yönünün daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda girişimcilerin babalarının eğitim seviyesi arttıkça girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin; grup ve ağlara üyelik ile güçlendirme ve siyasi eylemler alt ölçeklerinde arttığı, güven ve dayanışma alt ölçeğinde çoğunlukla azaldığı söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde girişimcilerin annelerinin eğitim durumlarına göre homojen olmayan varyanslılık durumunda GSSD ölçeği, grup ve ağlar, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerinde farklılık tespit edilmiştir. *GSSD ölçeği açısından* annesi ilkokul mezunu olan girişimcilerin annesi lise mezunu olan girişimcilere göre, annesi ortaokul mezunu olan girişimcilerin annesi lise ve lisans mezunu olan girişimcilere göre sosyal sermaye düzeylerinin daha düşük olduğu söylenebilir. *Grup ve ağlar ölçeği açısından* annesi ilkokul ve ortaokul mezunu olan girişimcilerin annesi lise mezunu olan girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha düşük olduğu görülmüştür. *İletişim ölçeği açısından* annesi ortaokul mezunu olan girişimcilerin annesi lise ve lisans mezunu olan girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. *Sosyal uyum ve katılım ölçeği açısından* anneleri ortaokul mezunu olan girişimcilerin anneleri lise ve lisans mezunu olan girişimcilere göre sosyal uyum ve katılımının daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. *Güçlendirme ve siyasi eylem ölçeği açısından* annesi ortaokul mezunu olan girişimcilerin annesi lise ve lisans mezunu olan girişimcilere göre güçlendirme ve siyasi eylem yönünün daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda girişimcilerin annelerinin eğitim seviyesi arttıkça girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin; grup ve ağlara üyelik, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçeklerine göre arttığı söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde girişimcilerin doğum yerine göre homojen varyanslılık durumunda grup ve ağlar alt ölçeği, homojen olmayan varyanslılık durumunda kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından farklılık bulunmaktadır. *Grup ve ağlar ölçeği açısından* köyde doğan girişimcilerin ilçe ve ilde doğan girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha düşük olduğu görülmüştür. Köyde doğan girişimcilerin ilçe ve ilde doğan girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları görülmüştür. Bu durumda doğum yeri il merkezinde oldukça grup ve ağlara üyelik ve katılım ile kolektif eylem ve işbirliğinin arttığı söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde sektöre göre homojen varyanslılık durumunda grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, güçlendirme ve siyasi eylem alt ölçekleri; homojen olmayan varyanslılık durumunda GSSD ölçeği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından farklılık bulunmaktadır. *Grup ve ağlar ölçeği açısından* madencilik sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin imalat ve sanayi, geleneksel-yenilikçi hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösteren girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha düşük olduğu görülmüştür. *Güven ve dayanışma ölçeği açısından* diğer

sektörde faaliyet gösteren girişimcilerin imalat ve sanayi, madencilik, geleneksel-yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. *Kolektif eylem ve işbirliği ölçeği açısından* madencilik sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin imalat ve sanayi, geleneksel-yenilikçi hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösteren girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları görülmüştür. *Güçlendirme ve siyasi eylem ölçeği açısından* yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin imalat ve sanayi, geleneksel hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösteren girişimcilere göre güçlendirme ve siyasi eylem yönünden daha etkin olduğu tespit edilmiştir. *GSSD ölçeği açısından* yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin diğer sektörde faaliyet gösteren girişimcilere göre sosyal sermaye düzeyinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. *Bilgi ve iletişim ölçeği açısından* diğer sektörde faaliyet gösteren girişimcilerin imalat ve sanayi ile madencilik sektöründe faaliyet gösteren girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönünden daha güçlü olduğu, geleneksel-yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilere göre ise bilgi ve iletişim yönünden daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. *Sosyal uyum ve katılım ölçeği açısından* yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin diğer sektörde faaliyet gösteren girişimcilere göre sosyal yönünün daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda madencilik sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin grup ve ağlara üyelik ile kolektif eylem ve işbirliğinin diğer tüm sektörlerde faaliyet gösteren girişimcilere göre daha düşük olduğu söylenebilir. Yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin sosyal sermaye düzeyi, sosyal uyum ve katılım ile güçlendirme ve siyasi eylem yönünden daha güçlü olduğu söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde girişimcilerin ailelerinin gelir durumuna göre homojen varyanslılık durumunda kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından anlamlı farklılık bulunmaktayken homojen olmayan varyanslılık durumunda GSSD ölçeği ve alt ölçekler açısından anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Kolektif eylem ve işbirliği ölçeği açısından 4500-5500 TL aile geliri olan girişimcilerin 5501-6500 TL, 7501-8500 TL, 8501-9500 TL ve 9500 TL üstü aile geliri olan girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliğinin daha zayıf olduğu; 6501-7500 TL aile geliri olan girişimciler 8501-9500 TL aile geliri olan girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliğinin daha zayıf olduğu görülmüştür. Bu durumda ailelerinin gelir düzeyi düşük olan girişimcilerin kolektif eylem ve işbirliğinin düşük olduğu söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde girişimcilerin işletme kazanç durumuna göre homojen varyanslılık durumunda grup ve ağlar ile güven ve dayanışma alt ölçekleri açısından anlamlı farklılık bulunmaktayken homojen olmayan varyanslılık durumunda kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. *Grup ve ağlar ölçeği açısından* 75000 TL işletme kazancına sahip olan girişimcilerin 5000-15000 TL ve 15001-25000 TL işletme kazancına sahip olan girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha fazla olduğu görülmüştür. *Güven ve dayanışma ölçeği açısından* 75.000 TL işletme kazancına sahip olan girişimcilerin 15001- 25000 TL ve 25001-50000 TL işletme kazancına

sahip girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. Bu durumda kazanç artıkça girişimcilerde grup ve ağlara üyelik ve katılımın arttığı, güven ve dayanışmanın azaldığı söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde girişimcilerin işletmelerindeki kişi sayısına göre homojen varyanslılık durumunda grup ve ağlar ile bilgi ve iletişim yönlü alt ölçekler açısından farklılık bulunmaktayken homojen olmayan varyanslılık durumunda GSSD ölçeği ile sosyal uyum ve katılım alt ölçeği açısından farklılık bulunmamaktadır. *Grup ve ağlar ölçeği açısından* 1-5 kişilik işletmelerin 21-25 kişi ve 26 üzeri kişilik işletmelere; 6-10 kişilik işletmelerin 26 üzeri kişilik işletmelere; 11-15 kişilik işletmelerin 16-20 ve 26 üzeri kişilik işletmelere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımının daha az olduğu görülmüştür. *Bilgi ve iletişim ölçeği açısından* 26 üzeri kişiye sahip işletmelerin 1-5 kişi, 6-10 kişi, 11-15 kişi ve 16-20 kişiye sahip işletmelere göre bilgi ve iletişim yönünden daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda işletmede çalışan kişi sayısı artıkça grup ve ağlara üyelik ile bilgi ve iletişimin arttığı söylenebilir.

Girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde girişimcilerin işletmelerinin yıl durumuna göre homojen varyanslılık durumunda güven ve dayanışma ile bilgi ve iletişim alt ölçekleri açısından farklılık bulunmaktayken homojen olmayan varyanslılık durumunda sosyal uyum ve katılım alt ölçeği açısından farklılık bulunmamaktadır. *Güven ve dayanışma ölçeği açısından* 2-5 yıllık işletmeye sahip girişimciler 18-25 yıllık işletmeye sahip girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahipken 25 yıl üzeri işletmeye sahip girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. *Bilgi ve iletişim ölçeği açısından* 2-5 yıllık işletmeye sahip girişimcilerin 6-10 ve 11-17 yıllık işletmeye sahip girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönünden daha zayıf oldukları; 6-10 yıllık işletmeye sahip girişimcilerin 18-25 ve 25 yıl üzeri işletmeye sahip girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönünden daha güçlü oldukları; 11-17 yıllık işletmeye sahip girişimcilerin 18-25 ve 26 yıl üzeri işletmeye sahip girişimcilere göre bilgi ve iletişim yönünden daha güçlü oldukları tespit edilmiştir. Bu durumda işletmelerin faaliyet süresi en düşük seviyelerde olduğunda bilgi ve iletişimin azaldığı, işletmelerin faaliyet süresi oldukça fazla olduğunda güven ve dayanışmanın arttığı söylenebilir.

Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde kadın girişimcilerin yaşına göre homojen varyanslılık durumunda bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından anlamlı farklılık bulunmaktadır. Bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılım ölçekleri açısından 18-28 yaş aralığında olan girişimcilerin 39-48 yaş aralığında olan girişimcilere göre bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılımının daha zayıf olduğu görülmüştür. Bu durumda düşük yaş grubunda bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılımın daha zayıf olduğu görülmüştür.

Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde kadın girişimcilerin sektöre göre homojen varyanslılık durumunda grup ve ağlar, güven ve dayanışma, bilgi ve iletişim alt ölçekleri açısından anlamlı farklılık bulunmaktayken homojen olmayan varyanslılık durumunda

kolektif eylem ve işbirliği alt ölçeği açısından anlamlı farklılık bulunmaktadır. *Grup ve ağlar ölçeği açısından* madencilik sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin imalat ve sanayi, geleneksel-yenilikçi hizmet ve diğer sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre grup ve ağlara üyelik ve katılımlarının daha az olduğu görülmüştür. Geleneksel hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin yenilikçi hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre grup ve ağlara üyeliklerinin daha az olduğu görülmüştür. *Güven ve dayanışma ölçeği açısından* madencilik sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin imalat ve sanayi, geleneksel-yenilikçi hizmet ile diğer sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. Geleneksel hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin diğer sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre daha fazla güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. *Kolektif eylem ve işbirliği ölçeği açısından* diğer sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin imalat ve sanayi, madencilik ile geleneksel-yenilikçi hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliği açısından daha zayıf oldukları görülmüştür. İmalat ve sanayi sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin geleneksel hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilere göre kolektif eylem ve işbirliği yönünün daha güçlü olduğu görülmüştür. Bu durumda madencilik sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilerin tüm sektörlerde göre grup ve ağlara üyelik ve katılımlarının az olduğu, güven ve dayanışmalarının fazla olduğu söylenebilir. Diğer sektörde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin tüm sektörlerde göre kolektif eylem ve işbirliği açısından zayıf olduğu söylenebilir.

Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde kadın girişimcilerin ailelerinin gelir durumuna göre homojen varyanslılık durumunda KGSSD ölçeği, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve işbirliği, bilgi ve iletişim ile sosyal uyum ve katılım alt ölçekleri açısından farklılık bulunmaktadır. Ailesi 6501-7500 TL gelire sahip olan kadın girişimcilerin ailesi 5501-6500 TL, 7501-8500 TL, 8501-9500 TL ve 9501 TL üstü gelire sahip olan kadın girişimcilere göre sosyal sermaye düzeyi, güven ve ağlara üyelik ve katılım, kolektif eylem ve iş birliği, bilgi ve iletişim, sosyal uyum ve katılım yönünden daha zayıf oldukları görülmüştür.

Kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinde kadın girişimcilerin işletme kazancına göre homojen varyanslılık durumunda güven ve dayanışma alt ölçeği açısından anlamlı farklılık bulunmaktadır. Güven ve dayanışma ölçeği açısından 75000 TL üzeri işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilerin 15001-25000 TL ve 25001-50000 TL işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları görülmüştür. Bu durumda kazanç arttıkça kadın girişimcilerin güven ve dayanışmasının azaldığı söylenebilir.

Lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre girişimcilerin kadın olma olasılığına grup ve ağlar kategorisinde girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının pozitif yönde etkisi bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin kazancının yüksek olma olasılığına grup ve ağlar

kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının pozitif yönde, güven ve dayanışma kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olmasının negatif yönde etkisi bulunmaktadır. Bu durumda grup ve ağlar kategorisinde girişimcilerin sosyal sermaye düzeyindeki artış girişimcilerin kadın olma olasılığını, kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyindeki artış ise kadın girişimcilerin kazançlarının yüksek olma olasılığını artıracaktır. Grup ve ağlar kategorisinde girişimcilerin, kadın ve erkek girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerini gösteren ortalamaların düşük düzeyde katılımı ifade etmesi, bu yönde ulaşılan sonucu desteklemektedir. Grup ve ağlar kategorisinde ulaşılan analiz sonuçları Burt (1992, s. 13)' un "Yapısal Boşluk" kuramıyla da ilişkilendirilebilir. Söz konusu kurama göre kişilere asıl faydayı sağlayan mekanizma, kişilerin yeni ve farklı bilgiler edinebilecekleri ikinci ve üçüncü şahıslarla kurulan bağlantıdır. Yeni bilgi ve kaynaklara erişim, ancak ağlardaki yapısal boşluklar sayesinde olmaktadır. Buna göre grup ve ağlar kategorisinde girişimcilerin sosyal sermaye düzeyleri artırıldığı takdirde genel olarak girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerinde artış olması beklenmektedir. Bunun için girişimcilerin (kadın ve erkek girişimcilerin) grup ve ağlara üyelik ve toplantılara katılımı artırılmalıdır. Kadın girişimciler işletmelerinin kuruluş aşamasında grup ve ağlara olan üyelik ve katılımları sayesinde aileleri ve yakın çevreleri dışında finansal desteğe daha kolay erişebilecek, işletmelerinin kurulmasını hızlandıracak her türlü bilgi, imkan ve fırsatlardan daha çabuk haberdar olabilecek, ortak ve takım arkadaşlarını daha kolay belirleyebilecek, erkek girişimcilerle olan ortaklıklarını da artıracaktır. Böylece girişimsel faaliyete daha çok yönelebilecek bu durumda girişimcilerin kadın olma olasılığında artış oluşabilecektir. Aynı şekilde erkek girişimciler de grup ve ağlara olan üyelik ve katılımları sayesinde yeni çevreler edinerek kadın girişimcilerle olan ortaklıklarını artıracaktır, sayıca fazla olan erkek girişimcilerin kadın girişimcilerle daha fazla ortaklık kurmaları girişimcilerin kadın olma olasılığını artıracaktır. Kadın girişimcilerin işletmelerinin büyüme aşamasında da grup ve ağlara üyelik ve katılımları arttığında kadın girişimcilerin çevre edinmesi ve tanınması daha kolay olabilecek, kadın girişimciler işletmelerini daha fazla tanıtabilecek, böylece kadın girişimcilerin satışları artarak yüksek kazanç elde edebileceklerdir. Bu noktada girişimcilerin ve özellikle de kadın girişimcilerin grup ve ağlara üyeliklerinin artması ve melek yatırımcılara ulaşılabilmesi noktasında özel sektör ve devlet destekleri artırılabilir.

Güven ve dayanışma kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin yüksek olması, kadın girişimcilere finansal anlamda destek sağlanması açısından önem arz etmektedir. Ailesine, çevresine, kurumlara güvenen, yardımlaşan, dayanışma içerisinden olan kadın girişimciler işletmelerinin kuruluş aşamasında finansal anlamda her türlü desteği alabilecektir. Bu noktada kadın girişimcilere gerekli desteğin sağlanması yönünde kadın girişimcilerin ailesi, çevresi ve devlet kurumlarına önemli görevler düşmektedir. Ancak işletmenin büyüme aşamasında tüm girişimciler gibi kadın girişimciler de kar elde etme güdüsü içerisinde olacağından güven ve dayanışmadan uzaklaşabilecek, böylece güven ve dayanışma kategorisinde sosyal sermaye düzeyleri düşük olabilecektir. Bu durumda kadın

girişimcilerin güven ve dayanışma duygusunun azalması, bir başka ifadeyle güven ve dayanışma kategorisinde sosyal sermaye düzeyinin azalması, kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığını artırabilecektir. LSD testiyle güven ve dayanışma leği açısından 75000 TL zeri işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilerin 15001-25000 TL ve 25001-50000 TL işletme kazancına sahip olan kadın girişimcilere göre daha az güven ve dayanışma duygusuna sahip oldukları belirlenmiştir. Bu yönde ulaşılan LSD testi sonucu, güven ve dayanışma kategorisinde kadın girişimcilerin sosyal sermaye düzeyinin azalmasının (güven ve dayanışma duygusunun azalmasının) kadın girişimcilerin yüksek kazanç elde etme olasılığını artırdığı yönündeki lojistik regresyon analizi sonucunu desteklemektedir.



## KAYNAKLAR

- Abell, P., Crouchley, R. ve Mills, C. (2001). Social capital and entrepreneurship in Great Britain. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2 (2), 119-144.
- Abigem (2023). Erişim Tarihi: 10 Kasım 2023, <http://www.abigem.org/TR>
- Abdioğlu, H. ve Yavuz, S. (2013). İşletmelerde sosyal sermayenin ölçülmesi ve raporlanmasına yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 25-56.
- Adler, P. S. ve Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Agresti, A. (1996). *An introduction to categorical data analysis*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Ağcasulu, H. (2017). Sosyal sermaye kuramı ve temel bakış açılarının karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8 (17), 114-129.
- Akın, H. B. ve Şentürk, E. (2012). Bireylerin mutluluk düzeylerinin ordinal lojistik regresyon analizi ile incelenmesi. *Öneri Dergisi*, 10(37), 183-193.
- Akkuş, Z., ve Çekil, M.Y. (2004). *Lojistik regresyon ve diskriminant analizi yöntemlerinde önemli ölçütler*. VII. Ulusal Bioistatistik Kongresi, Mersin, Türkiye.
- Akman A. Z. (2018). Sosyal sermaye kavramı bağlamında "Sivil toplum kuruluşları". *İdarecinin Sesi*, 28-29.
- Akyüz, B., Kaya, N. ve Aravi, B. (2015). Kamu çalışanlarının iş tatmini üzerinde liderin güç kaynaklarının rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(25), 71-90.
- Aldrich, H. ve Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. *California Management Review*, 33, 3-23.
- Allik, J. ve Realo A. (2004). Individualism-collectivism and social capital. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35(1), 29-49.
- Alpar, R. (2013). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Detay Yayıncılık.
- Altan, R. (2007), Sosyal sermaye ve kalkınma, *Türk İdare Dergisi*, 455, 223-229.
- Altınışik, İ. ve Külen, C. (2020). Girişimcilik kültürü ve ekonomik büyüme ilişkisi: Teorik bir değerlendirme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 277-290.
- Anheier, H., Gerhards, J. ve Roma, F. P. (1995). Forms of capital and social structure in cultural fields. *American Journal of Sociology*, 100 (4), 859-903.
- Arat, N. (1993). Sosyo kültürel, hukuksal bakış ve alternatif öneriler, kadınlar. Liderlik, Yöneticilik Sempozyumu, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı, Türkiye.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik, temel kavramlar ve bazı güncel konular*. Siyasal Kitabevi.
- Arıkan, C. (2013). *Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi.

- Arslan, A. (2012). Beşeri-sosyal sermayenin uygun kullanımının kurumsal verimliliğe ve performansa etkisi, Sakarya PTT başmüdürlüğü çalışanları ile uygulamalı bir çalışma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(1), 227-253.
- Aşkın, E. Ö. ve Barış, S. (2016). Kadın istihdamında sosyal sermayenin etkisi: Tokat ilinde kadın girişimciler üzerine bir inceleme. *İşletme ve Ekonomi Araştırma Dergisi*(7), 63-82.
- Ata, H. A., ve Ağ, A. G. Y. (2010). Firma karakteristiğinin sermaye yapısı üzerindeki etkisinin analizi. *İstanbul Üniversitesi Ekonometri ve İstatistik e-Dergi* (11), 45-60.
- Ay, P. ve Koca, Ö. İ. (2013). Kadın girişimci tipleri ve bunların gösterdiği özellikler. E. Kaygın ve B. Güven (Ed.), *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik* (ss. 65-77) içinde. Veritas Akademi.
- Aydemir, M. (2011). Sosyal ilişkilerin sosyal sermaye değeri, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi.
- Aydın, E. (2020). Girişimcilik eğitimi alan üniversite öğrencilerinin, girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki; Batı Karadeniz bölge üniversite öğrencilerine yönelik bir uygulama. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Karabük Üniversitesi.
- Baranik, L. E., Gorman, B. ve Wales, W. J. (2018). What makes muslim women entrepreneurs successful? A field study examining religiosity and social capital in Tunisia. *Sex Roles*, 78, 208-219.
- Baraz, B. (2006). Aile işletmelerinde kurumsallaşma ölçütleri, 2. Aile İşletmeleri Kongresi, İstanbul, Türkiye.
- Baştürk, Ş. (2011). Türk toplumunda sosyal sermaye, toplumsal ağlar ve sosyal hareketlilik. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Uludağ Üniversitesi.
- Baykal, Ş. ve Gürbüz, S. (2016). Sosyal sermaye ve bireyler arası güven ilişkisinin sosyal ağ analizi ile incelenmesi. *İş ve İnsan Dergisi*, 3(2), 77-91.
- Becker, G. S. (1993) Human capital. A theoretical and empirical analysis with a special reference to education, *Chicago & London: University of Chicago Press*.
- Bektaş, C. (2021). Girişimcilik kariyerinin tercihinde ve sürdürülmesinde kadın girişimcilerin karşılaştığı engellerin ve sorunların araştırılması, Karabük ili örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karabük Üniversitesi.
- Bilgin, N. ve Kaynak, R. (2008). Sosyal sermaye faktörlerinin iş başarısına etkisi: Üniversite çalışanları üzerine ampirik bir çalışma. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(1), 29-38.
- Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 85, 107-117.
- Bolcan, A. E. (2006). Avrupa Birliği' ne uyum sürecinde Türkiye' de çalışma hayatında kadının yeri ve kadın işsizliği, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Bosma, N., Praag, M., Thurik, R. ve Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of start-ups. *Small Business Economics*. 23, 227-236.

- Bourdieu, P. (2010). *Sermaye biçimleri*. (M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Derleme) *Sosyal Sermaye* (ss. 45-75) içinde Değişim Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2002). Conditions sociales de la circulation internationale des idées. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 145 (5), 3-8.
- Bourdieu, Pierre ve Wacquant, Loic (2003), Düşünümsel bir sosyoloji için cevaplar. (N Ökten Çev.), İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. University of Chicago Press.
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. J.G. Richardson (Ed.) *handbook for theory and research for the sociology of education* (ss. 241- 258) içinde Greenwood.
- Bourdieu, P. (1983). Economic capital, cultural capital, social capital. *Soziale-Welt, Supplement*, 2 (13), 183-198.
- Borgatti, S. P. ve Kidwell-Lopez, V. (2012). Network theory. Peter Carrington and John Scott (Eds.) *Handbook of Social Network Analysis* (ss. 40–54) içinde. Sage Publications.
- Bozkurt, V. (2000). Küreselleşme: Kavram-gelişim ve yaklaşımlar. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 2(1).
- Bölükbaş, A.T (2016). Kadınların güçlendirilmesine yönelik girişimcilik eğitim programlarında eğilimler, sorunlar ve olanaklar: Kagider örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi.
- Burt, R. S. (2008). Structural holes versus network closure as social capital. N. Lin, K. Cook and R. S. Burt (Eds.), *Social Capital Theory and Research* (ss. 31–56) içinde Routledge.
- Burt, R. S. (2000). The network structure of social capital. *Research in Organizational Behavior*, (22), 345–423.
- Burt, R. S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42, 339-365.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2011). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Büyükyılmaz, O., Karakaya, A. ve Yıldırım, C. (2015). Girişimcilik eğitimi alan bireylerin demografik özellikleri açısından girişimcilik eğilimleri arasındaki farklar. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(2), 105-125.
- Brush, C. G., De Bruin, A. ve Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 1(1), 8-24.
- Cohen, D. ve Prusack, L. (2001). *Kavrayamadığımız zenginlik: Kuruluşların sosyal sermayesi*. (Ahmet Kardam Çev.). MESS Yayınları.
- Coleman, J. S. (2000). *Foundations of social theory*. The Belknap Press of Harvard University Press.

- Coleman, J.S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, The Belknap Press of Harvard University.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital and schools. *The Education Digest*, 53 (8), 6-9.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Coleman, J. S. (1987). Families and schools. *Educational Researcher*, 16 (6), 32-38.
- Collier, P. (2002). Social capital and poverty. C. Grootaert, T. V. Bastelaer ve R. Puttnam (Ed.) *The Role of Social Capital in Development An Empirical Assessment* içinde Cambridge University Press.
- Cooper, R. K. ve Sawaf, A. (1997). Liderlikte duygusal zeka yönetim ve organizasyonlarda duygusal zeka (Banu Sancar, Zelal B. Ayman Çev.), Sistem Yayıncılık
- Çabuk, S., Südaş, H. D. ve Araç, S. K. (2015). Kadın girişimcilerin iş yaşam süreçlerinin incelenmesi: Adana ilindeki girişimciler üzerinde bir uygulama. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(31), 423-441.
- Çalışkan, K. (2010). *Market threads: How cotton farmers and traders create a global commodity*. Princeton University Press.
- Çalışkan, Ş. ve Meçik, O. (2010). Sosyal sermayenin oluşumunda ve radikalleşmenin önlenmesinde eğitimin rolü. M. Sever, H. Cinoğlu, O. Başbüyük (Ed.) *Terörün Sosyal Psikolojisi* (ss. 41-64) içinde Polis Akademisi Yayınları
- Çankaya, M. (2017). Hastane çalışanlarının performans dayalı ek ödeme sistemine ilişkin görüşleri Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi' nde bir araştırma. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 4(4), 272-282.
- Çelebi, N. ve Sallan, S. (1997). *Turizm sektöründeki küçük işyeri örgütlerinde kadın girişimler*. T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Çelik, G.M. (2018). Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri-TR71 düzey 2 bölgesi üzerine bir uygulama (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Dicle Üniversitesi.
- Çetin, D., Fernandez-Zubieta, A. ve Mulatero, F. (2016). Formal and informal social capital as determinants of male and female entrepreneurship in Europe. *Çankırı Karatekin University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 6(1), 723-748.
- Çetindamar, D. (2002). *Türkiye'de girişimcilik*. TÜSİAD Yayınları.
- Türkiye' de Girişimcilik: Erişim Tarihi: 11 Aralık 2023, <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1880-turkiyede-girisimcilik>.
- Dastourian, B., Kawamorita Kesim, H., Seyyed Amiri, N., ve Moradi, S. (2017). Women entrepreneurship: Effect of social capital, innovation and market knowledge. *AD-minister*, 30, 115-130.
- Dayanç, K. B. (2018). Sosyal sermayenin kurum kimliğindeki önemi üzerine bir inceleme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5 (9), 131-146.

- Brown, D.W. ve Konrad, A.M. (2001). Granovetter was right: The importance of weak ties to a contemporary job search, *Group & Organization Management*, 26(4), 434- 462.
- Demirbağ, O., Mumcu, A. Y. ve Çakarel, T. Y. (2022). Beşeri ve sosyal sermayenin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisinde finansal sermayenin aracılık rolünün incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 49, 1-21.
- Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün girişimciliğe etkileri. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-58.
- Dinda, S. (2014). Inclusive growth through creation of human and social capital. *International Journal Of Social Economics*. 41, 878-895.
- Doğan, N. (2013). Türkiye' de girişimcilik eğilimi: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği etkileyen çevresel faktörlerle ilgili girişimcilerin tutumları: Bir alan araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 191-213.
- Durkheim, E. (2015). İntihar. (Z. İlkelen Çev.), Pozitif Yayınları.
- Dünya Bankası. (2015). Social capital and the family. Erişim Tarihi: 23 Aralık 2022, [https://web.worldbank.org/archive/website01360/WEB/0\\_CO-69.HTM](https://web.worldbank.org/archive/website01360/WEB/0_CO-69.HTM)
- Dyer, J. ve Chu, W. (2003), The role of trustworthiness in reducing transaction costs and improving performance: Empirical evidence from the US, Japan and Korea, *Organization Science*, 14(1), 57-68.
- Eagly, A.H. ve Johnson, B. T. (1990). Gender and leadership style: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 108(2), 233-256.
- Ecevit, Y. (2007). *Türkiye' de kadın girişimciliğine eleştirel bir yaklaşım*. Uluslararası Çalışma Ofisi Yayını.
- Ecevit, Y. (1993). Kadın girişimciliğin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi. *Kadını girişimciliğe özendirme ve destekleme paneli bildiriler ve tartışmalar* (ss.15-34) içinde Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları
- Edwards, R., Franklin, J. ve Holland, J. (2003). *Families and social capital: Exploring the issues*. South Bank University.
- Eğimli, A. T. (2009). Çalışanlarda iş doyumunu: Kamu ve özel sektör çalışanlarının iş doyumuna yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 35-52.
- Ekinci, A. (2012). İlköğretim okullarındaki sosyal sermaye düzeyinin örgüt içi bilgi paylaşımına etkisi. *EDAM. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(4), 2502-2520.
- Engin, Y. (2000). *Sendikacılık, sivil toplum ve yeni duruşlar*. Öziplik İş Sendikası Eğitim Yayınları.
- Erbay, E. (2019). Güç ve güçlendirme kavramları bağlamında sosyal hizmet uygulaması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 19(42), 41-64.

- Erdem, F. Aytemur, J. Ö. (2008). Mentoring-A Relationship based on trust: Qualitative research. *Public Personnel Management*, 37 (1), 55-65.
- Erdemir, T. (2018). Türkiye' de kadın girişimciliği ve kadın girişimciliğini etkileyen engeller ve fırsatlar üzerine bir araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Erdoğan, İ. (1996). *İşletme yönetiminde örgütsel davranış*, Avcıoğlu Basım Yayım.
- Erdun, Ş. (2011). Kadın girişimcilerin risk alma eğilimi ve kendine güven özellikleri üzerine bir çalışma: Zonguldak örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karaelmas Üniversitesi.
- Eren, Z. (2019). Eğitim ve girişimcilik. S. Yener ve A. Arslan (Ed.) *Kuram ve uygulamada girişimcilik* (ss. 107-126) içinde Çizgi Yayınevi.
- Erselcan, F. (2009). Sosyal sermaye ve ekonomik kalkınma: Sivas, Kayseri, Yozgat Bölgesinde bir araştırma.(Yayımlanmamış Doktora Tezi),Cumhuriyet Üniversitesi.
- Ersözlü, Z. N., Aydoğan, İ., İskender, M., Helvacı, M. A. ve Turhan, M. (2009). Eğitim bilimine giriş. M. Arslan (Ed.). *Eğitimle ilgili temel kavramlar* (ss. 12-25) içinde Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Ertürk, S. (2018). *Eğitimde program geliştirme*. Edge Akademi.
- Esmer, Y. (1999). *Devrim, evrim, statüko: Türkiye'de sosyal, siyasal, ekonomik değerler*.Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı Yayını.
- Eşki, H. (2009). Sosyal sermaye önemi, üretimi ve ölçümü üzerine bir alan araştırması. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi.
- Farr-Wharton, R. ve Brunetto, Y. (2007), Kadın girişimciler, fırsat tanıma ve devlet destekli iş ağları: Bir sosyal sermaye perspektifi, *Women in Management Review*,22(3), 187-207.
- Fidan, N. (2012). *Okulda öğrenme ve öğretme*. Pegem Akademi.
- Fidan, F., Yılmaz, T. (2006). Kadın girişimciliğine alternatif bakış serüven mi? Macera mı?. *Doğu Akdeniz Üniversitesi 2. Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı,Kuzey Kıbrıs*.
- Field, A. (2009) *Discovering statistics using SPSS*. Sage Publications Ltd.
- Field, J. (2008). *Sosyal sermaye*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Field, J. (2006). *Sosyal Sermaye*. (Bahar Bilgen ve Bayram Şen Çev.), Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Field, J. (2003). *Social capital*. Routledge.
- Field, A. (2000). *Discovering statistics using SPSS for Windows*. Sage Publications.
- Flap, H. ve Boxman, E. (1999). Getting a job as a manager. R. T. A. J. Leenders ve S. M. Gabbay (Ed.) *Corporate Social Capital and Liability* (ss. 197-198) içinde Springer.
- Fortune Türkiye (2018). Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023, <https://www.fortuneturkey.com/kadinlarin-yuzde-7si-cam-tavani-delebildi-51924>

- Fukuyama, F. (2005). *Güven, sosyal erdemler ve refahın yaratılması*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22 (1), 7-20.
- Fukuyama, F. (2000). *Social capital and civil society. International Monetary Fund Working Paper*, WP/00/74.
- Genç, K. Y. (2019). Eğitim sisteminin girişimcilik davranışı üzerindeki etkisi: Finlandiya örneği. *ISAS Winter-2019*, 4(8), 259-266.
- Gerni, G. M. (2013). *İlişkilerin maddi yönü sosyal sermaye ve örgütsel boyutu*. Beta Basım Yayınları.
- Gerşil, G. S. ve Aracı, M. (2011). Sosyal sermayenin güven unsurunun işgörenlerin performansı üzerine etkileri. *Çalışma ve Toplum*, 1, 39-68.
- Gould, H. (2001). Culture and social capital. F. Matarasso (Ed.) *Recognising culture-a series of briefing papers on culture and development* (ss. 85-92) içinde Comedia Publications.
- Gujarati, D.N. (2009). *Temel ekonometri*. (Ümit Şenesen, Gülay Günlük Şenesen Çev.) Literatür Yayınları.
- GTF. (2014). *South East Europe women entrepreneurship: Best Practices*. Erişim Tarihi: 05 Eylül 2023, [http://www.gtf.hr/media/5447/SEE WE Best Practices 2014 pdf](http://www.gtf.hr/media/5447/SEE_WE_Best_Practices_2014.pdf)
- Gül, M. ve Gül, K. (2018). Balıkesir ilinde kadın girişimci profili ve sorunları: Yiyecek sektöründe bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 56, 82-96.
- Gül, H. (2013). Türkiye' de kadın girişimciliği. E. Kaygın ve B. Güven (Ed.). *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik* (ss. 49-63) içinde Veritas Akademi.
- Güleç, S. (2011). Kadın girişimciliği: Karaman örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). Kültürün girişimcilğe etkisi ve Türkiye' de girişimcilik kültürü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 189-210.
- Güney, S. (2006). Kadın girişimciliğine genel bir bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 25-43.
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular*. Siyasal Kitabevi.
- Günkör, C. (2016). Öğretim elemanlarının sosyal sermaye ve eğitim ortamına ilişkin algıları: Gazi Eğitim Fakültesi Örneği. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi.
- Günkör, C. ve Özdemir, M. Ç. (2017). Sosyal sermaye ve eğitim ilişkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(1), 70-90.
- Granovetter, M. (1973). Strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233.

- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Grootaert, C. ve Van Bastelaer, T. (2002). *Understanding and measuring social capital: A multidisciplinary tool for practitioners*. World Bank Publications.
- Grootaert, C. (Ed.). (2004). *Measuring social capital: An integrated questionnaire*. World Bank Publications.
- Hancı, A. (2004). Girişimcilikte cinsiyet faktörü ve kadın girişimciler üzerine bir araştırma.(Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi.
- Hazleton, V. ve Kennan, W. (2000). Social capital: Reconceptualizing the bottom line. *Corporate Communications*, (5), 2, 81-88.
- Hisarcıklıoğlu, R. (2008 16 Kasım). Zengin olmak için kadınları ön plana çıkaralım.*Hürriyet Gazetesi*. Erişim Tarihi: 10 Ocak 2023, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/zengin-olmak-icin-kadinklari-on-plana-cikaralim-10369931>
- Hisrich R. D. ve Peters M. P. (2002). *Entrepreneurship*. McGraw- Hill Higher Education.
- Huang, J., Brink, H. M. ve Groot, W. (2009). A meta-analysis of the effect of education on social capital. *Economics of Education Review*, 28, 454-464.
- Hughes, K.D. (2003). Pushed or Pulled? Women' s entry into self-employment and small business ownership. *Gender, Work and Organization*, 10(4),433 – 454.
- Ibarra, H. (1994). Network centrality, power and innovation involvement: Determinants of technical and administrative roles. *Academy of Management Journal*, 36(3), 471-501.
- Imandoust, S. B. (2011). Relationship between education and social capital. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(12), 52-57.
- İlhan, S. (2004). Girişimcilik ve sosyo-ekonomik süreçteki rolü. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 70-75.
- İlter, B. (2008). Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: Kagider Örneği. (Yayımlanmamış Doktora Tezi),Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- İpçioğlu, İ. (2011). Kadın girişimcilik. B. Z. Erdoğan (Ed.)*Girişimcilik ve kobiler: Teori ve uygulama* (ss. 97-110) içinde Ekin Yayınları.
- Kadın girişimcilere destek olan 7 platform: Erişim Tarihi: 12 Ekim 2023, <https://bizmu.com/kadin-girisimcilere-destek-olan-7-platform/>
- Kagider (2019). Türkiye kadın girişimcilik endeksi çalışması. Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi Araştırma Raporu.
- Kapı, H. (2008). Sosyal sermaye ve organizasyonların öngörü yeteneğini geliştirme gücü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*,22(1), 258-288.
- Karaçay, H. (2008). Sosyo-ekonomik kalkınmada fiziki, beşeri ve sosyal Sermaye: Vakıflar Genel Müdürlüğü örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi.

- Karagöz, Y. (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 uygulamalı istatistiksel analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karagül, M. (2012). *Sosyal sermaye: Kapitalizmin kör noktası*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karagül, M. ve DüNDAR, S. (2006). Sosyal sermaye ve belirleyicileri üzerine ampirik bir çalışma. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 6 (12), 61-78.
- Karagül, M. ve Masca, M. (2005). Sosyal sermaye üzerine bir inceleme. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 1, 37-52.
- Karagül, M. (2003). Beşeri sermayenin ekonomik büyümeyle ilişkisi ve etkin kullanımı. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (5), 79-90.
- Keskin, M. (2008). Sosyal sermaye ve bölgesel kalkınma: Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinde sosyal sermaye düzeyi ve belirleyicilerinin analizi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi.
- Keskin, S. (2014). Türkiye' de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, (9)1, 71-94.
- Khan, M. S. (2020). Women's entrepreneurship and social capital: Exploring the link between the domestic sphere and the marketplace in Pakistan, *Strategic Change*, 29(3), 375-387.
- Kickul, J. R., Gundry, L. K. ve Sampson, S. D. (2007). Women entrepreneurs preparing for growth: The influence of social capital and training on resource acquisition. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(2), 169-181.
- Kim, J.L.S. ve Ling C.S. (2001). Work-family conflict of women entrepreneurs in Singapore, *Women in Management Review*, 16(5), 204-221.
- Knack, S., Keefer P.(1997) Does social capital have an economic pay-off? A cross-country investigation. *Quarterly Journal of Economics*, 112, 1251-1288.
- Knorringa, P. ve Staveren, I. V. (2006). *Social capital for industrial development: Operationalizing the concept*. Combating Marginalization and Poverty through Industrial Development. Vienna, United Nations Industrial Development Organization Research Programme.
- Kocacık, F. (2003). *Toplum bilim ders notları*. Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları.
- Kocacık, F. ve Ayan, S. (2011). Türkiye' de tekstil alanında çalışan kadınlar ve sorunları (İstanbul-Adana-Denizli-Sivas ve Tekirdağ İli örnekleri). *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 464-483.
- Koç, A. ve Ata Y. A. (2012). Sosyal sermaye ve ekonomik büyüme ilişkisi: AB ülkeleri ve Türkiye üzerine ampirik bir inceleme, *SDÜ İİBF Dergisi*, 17(1), 199-218.
- Kuşat, N. (2012). Sürdürülebilir işletmeler için kurumsal sürdürülebilirlik ve içsel unsurları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(12), 227-242.
- Kutaniş, R. Ö. ve Hancı, A. (2004). Kadın girişimcilerin kişisel özgürlük algılamaları. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*. Eskişehir, Türkiye.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. Routledge.

- KSSGM (1998). Cumhuriyetimizin 75. yılında Türkiye' de kadının durumu. TAKAV Yayıncılık.
- Landry, R., Amara, N. ve Lamari, M. (2002). Does social capital determine innovation? To what extent?. *Technological Forecasting and Social Change*, 69(7), 681-701.
- Lee, L., Wong, P. K., Der Foo, M. ve Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors, *Journal of Business Venturing*, 26(1), 124-136.
- Lee, W. J. (2015). Social capital as a source of business advantages for a woman entrepreneur in the context of small-size business. *Asian Social Science*, 11(12), 155.
- Leenders, R. T. A., Van Engelen, J. M. ve Kratzer, J. (2003). Virtuality, communication and new product team creativity: A social network perspective. *Journal of Engineering and Technology Management*, 20 (1-2), 69-92.
- Lemeshow, S. ve Hosmer, D. (2000). *Applied logistic regression (wiley series in probability and statistics)*. Wiley-Interscience.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge University Press.
- Lin, N. (2000). Inequality in social capital. *Contemporary Sociology*, 29(6), 785-795.
- Lin, N. (1999). Social Networks and Status Attainment. *Annual Review of Sociology*, 25, 467-487.
- Liñán, F. ve Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Atlantic Economic Society*, 13, 443-453.
- Loury, G. C. (1976). *A dynamic theory of racial income differences*. Northwestern University Discussion Paper No 225.
- Louw, L., VanEeden, S.M., Bosch, J.K. ve Venter, D.J.L. (2003). Entrepreneurial traits of undergraduate students at selected South African tertiary institutions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 9, (1), 5-26.
- Lowrince, L., Azwa Ambad, S. N. and Len Stephen, J. K. S. (2019). The influence of social capital on the business performance of women-owned smes: The mediating effect of entrepreneurial orientation. *The Business and Management Review*, 10(3), 20-28.
- Lyon, F. (2000). Trust networks and norms: The creation of social capital in agricultural economies in Ghana. *World Development*, 28(4), 663-681.
- Mamun, A. A., Muniady, R. A. L., Permarupa, P. Y., Zainol, N. R. B., Nawi, N. B. C. and Malarvizhi, C. A. (2016). Social capital and entrepreneurial competencies: A study among women micro-entrepreneurs in Malaysia. *The Journal of Developing Areas*, 50(5), 363-370.
- Montgomery, J.D. (1991). Social networks and labor-market outcomes: Toward an Economic Analysis, *American Economic Review*, 81, 1408-1418.
- Morçin, S. E. (2013). Türk kültüründe kadın girişimciliği: Kavramsal bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 167-190.
- Müftüoğlu, T. (1995). Girişimci ve girokrat. *Girişim Dergisi*. 6.

- Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Başar, Y., ve Tosunoğlu, M. (2005). Girişimcilik. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567 2.baskı.
- Naktiyok, A. ve Kök, S. B. (2006). Çevresel faktörlerin iç girişimcilik üzerine etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 77-96.
- Nahapiet, J. ve Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-286.
- 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), 59-102.
- Nasip, S., Fabeil, N. F., Buncha, M. R., Hui, J. N. L., Sondoh, S. L. ve Abd Halim, D. N. (2017). Influence of entrepreneurial orientation and social capital on business performance among women entrepreneurs along west coast Sabah Malaysia. In *proceedings of International Conference on Economics* (ss. 377-393).
- National Statistics (2001). Social capital: A Review of the Literature.
- OECD (2001). The well-being of nations the role of human and social capital. Erişim Tarihi: 11 Ocak 2023, [https://www.oecd-ilibrary.org/education/human-capital-investment\\_9789264162891-en](https://www.oecd-ilibrary.org/education/human-capital-investment_9789264162891-en)
- Ogunrinola, I. O. (2011). Social capital and earnings distribution among female micro-entrepreneurs in rural Nigeria, *African Journal of Economic and Management Studies*, 2(1), 94-113.
- OECD (1998). Human capital investment, an international comparison. Erişim Tarihi: 10 Mart 2023, <https://www.oecd-ilibrary.org/education/human-capital-investment>
- Okan, T., Sarı, S. ve Peker, İ. (2016). Girişimcilik başarı faktörü olarak sosyal sermaye kriterlerinin analitik hiyerarşi süreci (AHS) ile ağırlıklandırılması ve bir ölçek önerisi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (12), 1.
- Onyx, J. ve Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-42.
- Osei, C. D. ve Zhuang, J. (2020). Rural poverty alleviation strategies and social capital link: The mediation role of women entrepreneurship and social innovation. *Sage Open*, 10(2), 1-11.
- Önel, A. (2018). Girişimci öğrenciler ve öğretmenlerle girişimci Türkiye'ye. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 256-286.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Kılıç, T. (2007). Cam tavan sendromu ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmelerindeki engeller. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 117-135.
- Özcan, B. (2011). Sosyal sermaye ve ekonomik kalkınma, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Özdamar, K. (2013). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Nisan Kitapevi.
- Özdemir, A. A. (2007). Sosyal ağ özellikleri bakış açısıyla sosyal sermaye ve bilgi yaratma ilişkisi: Akademisyenler üzerinde yapılan bir alan Araştırması. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi.

- Özdevecioğlu, M., Çelik, C. (2000). Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin Nevşehir ilinde bir araştırma. 8. Ulusal Yön. Org. Kong. Bildirileri. Nevşehir, Türkiye.
- Özen, Ş. ve Aslan, Z.(2006). İçsel ve dışsal sosyal sermaye yaklaşımları açısından Türk toplumunun sosyal sermaye potansiyeli: Ortadoğu sanayi ve ticaret merkezi (OSTİM) örneği. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12, 130-161.
- Özkul, G. (2007). Kapitalist sistemin sürükleyici aktörleri: Ekonomik teoride girişimciler, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 343-366.
- Öztürk, M. D. (2016). Türkiye'de kadın girişimcilik: Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Öztopçu, A. (2016). *Küçük ölçekli firma kararları üzerinde girişimci sosyal sermayesinin etkisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Maltepe Üniversitesi.
- Özyılmaz, A. M. (2016).Türkiye' de kadın girişimciliği ve kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Palaz, S. ve Turgut, B. (2009). Kadın girişimcilerin kişisel ve iş yaşamına ilişkin özellikleri, motivasyonları ve beklentileri üzerine bir araştırma: Bandırma Örneği. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 4 (1), 99-115.
- Păunescu , C., Popescu, M. C. ve Duennweber, M. (2018). Factors determining desirability of entrepreneurship in Romania. *Journal of Sustainability*,10, 2-22.
- Paxton, P. (1999). Is social capital declining in the United States? A multiple indicator assessment, *American Journal of Sociology*, 105(1), 88-127.
- Pirinççi, A. E. (2020). Bölgesel kalkınmada kadın girişimciliğin etkisi: Elazığ ili örneği (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Batman Üniversitesi.
- Poon, J. P., Thai, D. T. ve Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(1-2), 308-315.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Prasad, N., Jagadeesh, K. ve Revankar, S. (2014). Study of ratioanality of prescriptions & analysis of drugs prescribed among in patients of mcgann teaching hospital, S.I.M.S, Shimoga, Karnataka, India. *IOSR Journal of Dental and Medical Sciences*, 13(7), 30-35.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of Amerikan community*. The Brookings Institution Press.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Putnam, R. D. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The American Prospect*, 4, 35-42.

- Reynolds, P.D., Hay, M., Bygrave, W.D., Camp, S. M. ve Autio, E. (2000). *Global entrepreneurship monitor 2000 executive report*. Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and London Business School.
- Rodriguez, M. J. ve Santos, F. J. (2009). Women nascent entrepreneurs and social capital in the process of firm creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 45-64.
- Roomi, M.A. (2009). Growth process of women-owned enterprises: Impact of building and using their social capital. *Entrepreneurial Culture Magazine*, 17(4), 473-495.
- Sağır, A. ve Öztürk, H. (2010). Sosyal sermaye bağlamında tarihsel bir perspektif kurgusu: Tocqueville ve Amerika'da demokrasi üzerine. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi* 1, 13-35.
- Sarıkaya, M. (2009). Kurumsal sürdürülebilirlikte paydaş yaklaşımı. S. Besler (Ed.) *Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik* içinde Beta Yayınları.
- Sargut, A. S. (2006). Sosyal sermaye: Yapının sunduğu bir olanak mı, yoksa bireyin amaçlı eylemi mi? *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12, 1-13.
- Sayılgan, G., Karabacak H. ve Küçükkocaoğlu G. (2006). The firm-specific determinants of corporate capital structure: Evidence from Turkish panel data. *Investment Management and Financial Innovations*, 3, 125-137.
- Schuller, T. (2001). The complementary roles of human and social capital. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 89-106.
- Schuller, T. ve Field, J. (1998). Social capital, human capital and the learning society. *International Journal of Lifelong Education*, 17(4), 226-235.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *American Economic Review*. 51(1), 1-17.
- Semerciöz, F. (2002). Endüstriyel bölgeler ve bu bölgelerdeki işletmeler arası ilişkiler: Merter tekstil bölgesi örneği. 9. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi, İstanbul, Türkiye.
- Setini, M., Yasa, N. N. K., Supartha, I. W. G., Giantari, I. G. A. K. ve Rajiani, I. (2020). The passway of women entrepreneurship: Starting from social capital with open innovation, through to knowledge sharing and innovative performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 6(2), 25.
- Schmid, A.A. ve Robinson, L.J. (1995). Applications of social capital theory. *Journal of Agriculture and Applied Economics*, 27(1), 59-66.
- Siiisäinen, M. (2000). Two concepts of social capital: Bourdieu vs. Putnam. *International Journal of Contemporary Sociology*, 40(2), 183-204.
- Sinha, T.N. (1996). Human factors in entrepreneurship effectiveness. *The Journal of Entrepreneurship*, 5(1), 23-39.
- Sipahi, E. (1997). Türkiye'de girişimcilik ve kadın girişimciler üzerine bir araştırma, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Smith, A. (1997). *Ulusların Zenginliği*. (Ayşe Yunus ve Mehmet Bakırcı Çev.), Alan Yayıncılık.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65 (1), 83-114 .

Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye' de girişimcilik ve türk girişimci profili üzerine bir analiz, yönetim ve ekonomi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 42-58.

Sönmez, V. (1991). *Eğitim felsefesi*. Adım Yayınları.

Stevens, J. P. (2002). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. Lawrence Erlbaum Association.

Stolle, D. (2003). The sources of social capital. *Generating social capital* (ss. 19-42) içinde Palgrave Macmillan.

Swartz, D. (2011). *Kültür ve iktidar: Pierre Bourdieu' nün sosyolojisi*. (E. GenÇev.), İletişim Yayınları.

Şahin, E. (2006). Kadın girişimcilik ve Konya ilinde kadın girişimcilik profili üzerine bir uygulama.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi),Selçuk Üniversitesi.

Şan, İ. (2022). Türkiye İş Kurumu iş gücü piyasası araştırması Çorum ili 2022 yılı sonuç raporu.

Şan, M. ve Şimşek, R. (2011). Sosyal sermaye kavramının tarihsel-sosyolojik arka planı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 88-110.

Şan, M. K. (2007). Sosyal bilimlerde yıldızı yükselen yeni bir kavram: Sosyal sermaye ve Türkiye. M. K. Şan (Ed.)*Sosyoloji Yazıları* içinde Kızıl Elma Yayınları.

Şekerler, H. (2006). Kadın girişimciler, karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi.

Şengün, A.E ve Wasti, N. (2006). Alıcı-satıcı ilişkilerinde güvenin performansa etkileri: Eczane- ecza deposu ilişkisi örneği. *ODTÜ Gelişme Dergisi*33,223-254.

Şenöz, Ş. A. (2018). Hizmet üretiminde kadın girişimciliğinin yeri ve Çorum ili üzerinde bir değerlendirme. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hitit Üniversitesi.

Şerbetçi, A., Özçomak, M. S. (2013). Sıralı lojistik regresyon analizi ile istatistik ve ekonometri, derslerinde başarıyı etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Atatürk Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencileri üzerine bir uygulama.*Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 89-110.Şimşek, M. Ş. (1998). *İşletme bilimlerine giriş*. Nobel Yayıncılık.

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson Education Limited.

Tahtalı, F. (2018). Türkiye' de kadın girişimciliği ve Malatya kentsel alanda kadın girişimciler üzerine bir araştırma.(Yayımlanmamış Doktora Tezi), İnönü Üniversitesi.

Tatlıdil, H. (1996). Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel analiz. Cem Web Ofset.

Taylorizm nedir?: Erişim Tarihi: 15 Aralık 2023,  
<https://www.ekonomim.com/sozluk/taylorizm>.

T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (2009). Türkiye’de kadının durumu. KSGM Yayını.

Tanrıverdi, H., Bayram, N.G. ve Alkan, M. (2016). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Girisimcilik ve Kalkinma Dergisi*, 11(1), 1-29.

Teal, E. J. ve Carroll, A. B. (1999). Moral reasoning skills: Are entrepreneurs different?. *Journal of Business Ethics*, 19(3), 229-240.

Temple, J. (2001). Growth effects of education and social capital in the OECD countries. *OECD Economic Studies*, 33(2), 57-101.

Temple, J. (2000). Growth effects of education and social capital in the OECD countries. OECD Economics Department Working Papers No 263, 2-38.

Terim, B. ve Kayalı, C. A. (2009). Sermaye yapısını belirleyici etmenler: Türkiye’de imalat sanayi örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 125-154.

TOBB (2020). Türkiye’ nin hızlı büyüyen ilk 100 şirketi. Erişim Tarihi: 05 Ocak 2023,  
<https://www.tobb.org.tr/sayfalar/detay.php?rid=26156&lst=mansetlistesi>

Tocqueville, A. De. (1945), *Democracy in America*. Knopf.

Top, S. (2006). *Girişimcilik keşif süreci*. Beta Basın Yayın Dağıtım.

Topçuoğlu, A. ve Eroğlu, S. (2015). Sosyal sermayenin akrabalık, hemşehrlik ve güven ile ilişkisi: Konya sanayi işletmeleri örneği. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 2 (3),124-145.

Torsvik, G. (2002). Social capital and economic development. *Rationality and Society*, 12(4), 451-477.

Torun, H. (2019). Toplumsal cinsiyet bağlamında kadın girişimcilere dönük tutumların sosyolojik olarak incelenmesi(Samsun İli Örneği), (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.

Töremen, F. (2002). Okullarda sosyal sermaye: Kavramsal bir çözümleme.*Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 556-573.

TUİK (2023). Cinsiyete göre işveren olarak çalışanlar. Erişim Tarihi: 23 Haziran 2023,  
<https://data.tuik.gov.tr/>

TUİK (2023). İstatistiklerle kadın 2022. Erişim Tarihi: 23 Eylül 2023 <https://data.tuik.gov.tr/>

TUİK (2023). Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları 2022. Erişim Tarihi: 03 Mart 2023,  
<https://data.tuik.gov.tr/>

- Tunç, E. (2021). Sosyal sermaye teorisi ve sanal akrabalık bağları kapsamında Sivas' ta kirvelik kurumu. *Folklor/Edebiyat*, 27 (106), 437- 454.
- Tundui, C. ve Tundui, H. (2012). Survival, growth strategies and performance of women owned micro and small businesses in Tanzania. *International Journal of Business and Management*, 7(8),143-155.
- Tutar, F. ve Yetişen H. (2009). Türkiye'de kadının ekonomik kalkınmadaki rolü. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 116-131.
- Turan, A. (2003). Sosyal sermayenin bilgi paylaşma tutumuna etkisi: motivasyonun bu etkideki rolü üzerine bir araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Türkmen, F. (2002). Eğitimin ekonomik ve sosyal faydaları ve Türkiye'de eğitim ekonomik büyüme ilişkisinin araştırılması, DPT Uzmanlık Tezleri Yayın No: 2655.
- Tüysüz, N. (2011). Sosyal sermayenin ekonomik gelişme açısından önemi ve sosyal sermaye endeksinin hesaplanması. T.C Kalkınma Bakanlığı Planlama Uzmanlığı Tezi.
- Ufuk, H. ve Özgen, Ö. (2001). Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 95-106.
- Uğuz, H. E., Örselli, E. ve Sipahi, E. B. (2011). Sosyal sermayenin ölçümü: Türkiye deneyimi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 8-40.
- Uğuz, H.E. (2010). *Kişisel ve kurumsal gelişmeye farklı bir yaklaşım sosyal sermaye*. Orion Kitabevi.
- UNDP (2019). Erişim Tarihi: 15 Mart 2023, <https://www.undp.org/tr/turkiye>.
- Uphoff, N. (1999). Understanding social capital,: Learning from the analysis and experience of participation. P. Dasgupta veI. Serageldin (Ed.) *Social Capital: A Multifaceted Perspective*(ss. 215-249) içinde World Bank
- Utma, S. (2019). Kadına yönelik cinsiyet ayrımcılığı ve cam tavan sendromu. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 11(1), 44-58.
- Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the making of financial capital: How social relations and networks benefit firms seeking financing?. *American Sociological Review*, 64(4), 481-506.
- Vadnjal, M. (2020). The role of human capital and social capital on the innovativeness of female entrepreneurs. *International Journal of Value Chain Management*, 11(4), 311-327.
- Vosta, L. N. ve Jalilv ve, M. R. (2014). Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship: An empirical study in Iran. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(3), 209-227.
- Wang, X., Cai, L., Zhu, X., ve Deng, S. (2020). Female entrepreneurs' gender roles, social capital and willingness to choose external financing. *Asian Business & Management*, 1-26.
- Welsh, D.H.B, Memili, E., Kaciak, E. ve Miyuki, O. (2014). Japanese women entrepreneurs: Implications for family firms. *Journal of Small Business Management*, 52 (2), 286- 305.
- Wellman, B. (1979). The community question: The intimate networks of east yorkers. *American Journal of Sociology*, 84(5), 1201-1231.

- White, L. (2002). Connection matters: Exploring the implications of social capital and social networks for social policy. *Systems Research and Behavioral Science*, 19(3), 255-269.
- Wirth, L. (2001). Women, Gender and Work. Martha Fetherolf Loutfi (Ed.) *Women in management: Closer to breaking through the glass ceiling*(ss. 239-249) içinde International Labour Office.
- Woodhouse, A. (2006). Social capital and economic development in regional Australia: A Case Study. *Journal of Rural Studies*, 22(1), 83-94.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 1-17.
- Woolcock, M. ve Narayan, D.(2000). Social capital: Implications for development theory, Research, and Policy, *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249.
- Yağcı, F. ve Bener, Ö. (2005). Girişimci kadınların demografik ve genel karakteristikleri ile kadınları girişimciliğe motive eden faktörler. *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 33, 85-100.
- Yarçı, S. (2011). Pierre Bourdieu' da sosyal sermaye kavramı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 125-135.
- Yavuz, S. (2013). Sosyal sermaye ve din: Sosyal sermayenin grup içi işbirliği ve eşgüdümeye etkisi üzerine. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(23), 43-76.
- Yetim, N. (2008). Social capital in female entrepreneurship. *International Sociology*, 23(6), 864-885.
- Yetim, N. (2002) Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği, *Ege Akademik Bakış*, 2(2), 79-92.
- Yıldırım, E. ve Ergün, L. (2017). Habitus ve bedenselleşmiş kültürel sermaye bağlamında geleneksel Türk sanat müziğinde şeflik: İzmir Amatör Geleneksel Türk Sanat Müziği Koro Şefleri Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (51), 1374-1391.
- Yıldız, E. (2019). Türkiye'de kadın girişimciliği alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların kadın girişimcilere pozitif etkileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Okan Üniversitesi.
- Yıldız, Z. ve Topuz, H. (2011). Sosyal sermaye ve ekonomik kalkınma ilişkisi açısından Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Sosyal Siyaset Konferansları*, 61(2), 201-226.
- Yılmaz, A., Bozkurt, Y., İzci, F., Bozkurt, Y. ve İzci, F. (2008). Kamu örgütlerinde çalışan kadın işgörenlerin çalışma yaşamlarında karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 89-114.
- Yirik, Ş. ve Yıldırım B. I. (2014). Turizm sektöründeki kadın girişimcilerin bireysel değerlerinin demografik özellikleri açısından incelenmesi: Antalya İli Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (26), 361-378.
- Yukongdi, V. ve Cañete, J. M. (2020). The influence of family, human, social capital and government support services on women entrepreneurial start-up decisions: A qualitative study. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9, 307-318.

Yusuff, Y. Z., Abu Bakar, A. ve Ahmad, S. (2016). Microfinance and women entrepreneurs' business performance: The mediating role of social capital. *Journal for Studies in Management and Planning*, 2(6), 82-96.

Zengin, N. ve Çelik, O. (2017). Çevresel faktörlerin girişimcilik üzerindeki etkileri. 19. Uluslararası İktisat Öğrencileri Kongresi, Çanakkale, Türkiye.



EK-1. ÇTSO Araştırma İzni



**ÇORUM TİCARET VE SANAYİ ODASI**  
(CORUM CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY)

Sayı : 45554118-8-E.5756  
Konu : ANKET İZİN İHK.

05/07/2022

İLGİLİ MAKAMA

İlgi : 05/07/2022 tarihli ve Bila sayılı yazınız.

İlgi dilekçenizde bahse konu TÜBİTAK 1002 A Hızlı Destek Modülü kapsamında "Kadın Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyinin Kadın Girişimci sayısı ve Kazancının Etkisi" başlıklı Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim üyesi Dr.Öğr.Üyesi Özlem DÜNDAR'ın yürütücülüğünde yaptığı projede Çorum Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı üyelerimize anketin yapılmasına izin verilmiştir.

Bilgilerinize ve gereğini arz ederim.

*e-İmza*  
Adem ÖZMİSİR  
Genel Sekreter Yardımcısı

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.  
Kısa ve anlaşılabilir için: [https://ekim.saglik.gov.tr/100-corum-ovisida/validite\\_?ac=asp370-BSRLTNYZ](https://ekim.saglik.gov.tr/100-corum-ovisida/validite_?ac=asp370-BSRLTNYZ) Pin Kodu?

63162

Adres: Karakeçili Mah. Four Cad. No:2 19000 Merkez - ÇORUM  
Tel: 0364) 224 44 50 Fax: 0364) 280 32 00  
Kep: corumso@is03.ksp.tr E-Posta: oda@ctso.org.tr Web Sitesi: www.ctso.org.tr

Ayrıntılı bilgi için lütfen: Adem ÖZMİSİR  
Dahili : 118



EK-2. Etik Kurul Onayı



T.C.  
HİTİT ÜNİVERSİTESİ  
GİRİŞİMSEL OLMAYAN ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

Sayı : 2022-89

08/04/2022

Konu: Başvuru Değerlendirme Sonucu

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Özlem DÜNDAR

Etik Kurulumuza yapmış olduğunuz başvurunuzla ilgili kurul kararımız ve ilgili bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Bilgilerinize rica ederim.

  
Prof. Dr. Mehmet KUTLU  
Başkan

Başvuru Numarası	2022-70
Sorumlu Araştırmacı	Dr. Öğr. Üyesi Özlem DÜNDAR
Araştırma Başlığı	Kadın Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyinin Kadın Girişimci Sayısı ve Kazancına Etkisi: Çorum İli İçin Bir Araştırma
Toplantı Tarihi	30.04.2022
Karar Numarası	2022-07

- Araştırma başvurunuz etik açıdan uygun bulunmuştur.
- Araştırmaya Kurum İzni/İzinleri alındıktan sonra başlanması uygun bulunmuştur.
- Başvurunun, ekte belirtilen düzeltmelerin yapılması halinde tekrar değerlendirilmesine karar verilmiştir.\*
- Araştırma projesi etik açıdan uygun olmadığından başvurunun reddine karar verilmiştir.

### EK-3. Etik Kurul İsim Değişikliği Onayı



T.C.  
HİTİT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu



Sayı : E-13072217-900-2400015642  
Konu : Başlık Değişikliği Talebi Hk.

08.02.2024

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Özlem DÜNDAR

06.02.2024 tarihli ve 05 sayılı dilekçenize istinaden, "Kadın Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyinin Kadın Girişimci Sayısı ve Kazancına Etkisi: Çorum İli İçin Bir Araştırma" başlıklı araştırmanızın "Girişimcilerin Sosyal Sermaye Düzeyinin Girişimcilerin Kadın Olma Olasılığına Etkisi: Çorum İli İçin Bir Araştırma" olarak isim değişikliği 07.02.2024 tarihli toplantımızda değerlendirilmiş ve uygun bulunmuştur

Gereğini bilgilerinize rica ederim

Prof. Dr. Mehmet KUTLU  
Kurul Başkanı

Belge Doğrulama Kodu: AM9EPCD

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Takip Adresi: <http://ubys.hitit.edu.tr/ERMS/Record/ConfirmationPage/index>

Adres: T.C. Hitit Üniversitesi Kuzey Kampüsü Çevre Yolu Bulvarı 19030 Çorum / TÜRKİYE  
Telefon No: (0 364) 2191919  
e-Posta: [hitituniversitesi@hitit.edu.tr](mailto:hitituniversitesi@hitit.edu.tr)  
Kep Adresi: [hitituniversitesi@hitit.edu.tr](mailto:hitituniversitesi@hitit.edu.tr)

Faks No: (0 364) 2191938  
İnternet Adresi: <http://www.hitit.edu.tr>

Bilgi için :  
Telefon No:  
Direkt Hat:

Ganize Kılçıktafe  
Sekreter  
(0 219) 3750



**EK-4. Anket Formu**

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN SOSYAL SERMAYE DÜZEYİNİN KADIN GİRİŞİMCİ SAYISI VE KAZANCINA ETKİSİ: ÇORUM İLİ İÇİN BİR ARAŞTIRMA ANKETİ**

Değerli Katılımcı,

Bu araştırma Hitit Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü yüksek lisans tez çalışması için hazırlanmıştır. Araştırma gönüllülük esasına dayanmaktadır. Araştırma için katılımcılardan kimlik bilgileri istenmeyecek, anket sorularına verilen cevaplar sadece bilimsel araştırma amacı kapsamında kullanılacak ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır. *(Tüm girişimciler içinde kadın girişimcilerin oranının belirlenmesi açısından anket kadın ve erkek olmak üzere tüm girişimcilere uygulanacaktır.)*

Anket sorularına verilecek eksiksiz ve doğru cevapların araştırma sonucunun gerçeğe uygun olmasını sağlayacağını hatırlatır, katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

**S1. Cinsiyetiniz**

- Erkek
- Kadın

**S2. Yaşınız**

- 18-28
- 29-38
- 39-48
- 49-59
- 59-65

**S3. Medeni durumunuz**

- Evli
- Bekar

**S4. Eğitim durumunuz**

- İlkokul
- Ortaokul
- Lise
- Lisans
- Yüksek Lisans
- Doktora

**S5. Babanızın eğitim durumu**

- Okur yazar
- İlkokul
- Ortaokul
- Lise
- Lisans
- Yüksek Lisans/Doktora

**S6.** Annenizin eğitim durumu

- Okur yazar
- İlkokul
- Ortaokul
- Lise
- Lisans
- Yüksek Lisans/ Doktora

**S7.** Doğduğunuz yer aşağıdakilerden hangisine uygundur?

- Köy
- İlçe
- İl
- Büyükşehir

**S8.** Hangi sektörde faaliyet göstermektedirsiniz?

- İmalat ve Sanayi Sektörü (Gıda üretimi dahil)
- Madencilik Sektörü (Taş işlemciliği vb.)
- Geleneksel Hizmet Sektörü (Lokanta, otel, taşımacılık, toptan ve perakende ticaret, market, inşaat, kuyumculuk, vb.)
- Yenilikçi Hizmet Sektörü (İletişim (haberleşme), bilişim, reklamcılık, danışmanlık, sigortacılık, müşavirlik, Diğer.....)

**S9.** Ailenizin aylık geliri ne kadardır

- 4500-5500 TL
- 5501-6500 TL
- 6501-7500 TL
- 7501-8500 TL
- 8501-9500 TL
- 9501 TL Üstü

**S10.** Ailenizin oturduğu ev

- Kendi evi
- Kira

**S11.** İşletmenizin aylık kazancı ne kadardır?

.....

**S12.** İşletmenizde kaç kişi çalıştırmaktasınız?

- 1-5
- 6-10
- 11-15
- 16-20
- 21-25
- 26 ve Üzeri

**S13. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?**

- 0-1
- 2-5
- 6-10
- 11-17
- 18-25
- 25 yıl üzeri

Aşağıdaki ifadelerden her birine katılma derecenizi en uygun seçeneği işaretleyerek belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
<b>Gruplar ve Ağlar</b>						
S1	Yasa gereği üye olduğum Ticaret ve Sanayi Odası (TSO) dışında yardımlaşma ve dayanışma amaçlı dernek ve vakıflara üyeyim.					
S2	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında kültür dernekleri ve fikir kulüplerine üyeyim.					
S3	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında spor kulüplerine üyeyim.					
S4	Yasa gereği üye olduğum TSO dışında inancıma uygun dernek ve vakıflara üyeyim.					
S5	Son altı ay içerisinde resmi olmayan bir toplumsal etkinliğe (konser, gösteri, vakıf, dernek faaliyetleri vb.) katıldım.					
S6	Son altı ay içerisinde mesleki bir toplantıya (seminer, workshop, konferans, vb.) katıldım.					
<b>Güven ve Dayanışma</b>						
S7	İnsanların çoğunun güvenilir olduğunu düşünürüm.					
S8	Aile üyelerime güvenirim.					
S9	Komşu, arkadaş ve yakınlarıma güvenirim.					
S10	Farklı din, etnik grup ve farklı milletten kişilere güvenirim.					
S11	İlk defa tanıştığım kişilere güvenirim.					

S12	Devletin uyguladığı politika (ekonomik ve sosyal politikalar) ve hizmetlere (sağlık, eğitim, alt yapı hizmeti gibi) güvenirim.					
S13	Adalet kurumlarına güvenirim.					
S14	Silahlı kuvvetler ve polise güvenirim.					
S15	Basın yayın kurumuna güvenirim.					
S16	Sivil Toplum Kuruluşlarına güvenirim.					
S17	Yaşadığım yerde çoğu kişiye güvenirim.					
S18	Yaşadığım yerde çoğu insan ihtiyacım olduğunda yardım eder.					
S19	Yaşadığım yerde hastalandığım zaman komşularım yardım eder.					
S20	Maddi anlamda sıkıntı çeken herhangi bir komşum ya da arkadaşşıma yardım ederim.					
S21	Maddi anlamda sıkıntı yaşadığımda yaşadığım yerdeki insanlardan yardım alabilirim.					
S22	Yaşadığım yerde insanlar birbirlerine yardım ederler.					
S23	Başkalarına yardım etmenin uzun vadede kendime yardım etmek olduğu düşüncesindeyim.					
S24	Yaşadığım yerde beni kullanacaklarını düşünerek dikkatli davranırım.					
S25	Çalıştığım işletmelere yasal sözleşme yapmadan ve hukuki prosedürü takip etmeden (Çek, noter onayı vs.) mal ya da hizmet veririm.					
S26	İşletmemde çalışan kişileri sık kontrol etmediğim zaman görevlerini tam olarak yapacaklarına inanırım.					
S27	Yeni bir yatırımda bulunacağım zaman, resmi karar mercilerinin ve diğer ilgili kurumların desteğini alabileceğime inanırım.					
S28	Son beş yılda yaşadığım yere olan güvenim arttı.					
<b>Kolektif Eylem ve İşbirliği</b>						
S29	Son beş yılda yaşadığım yerdeki kişilerle toplum yararına bir işte gönüllü olarak çalıştım.					
S30	TSO bünyesindeki kişiler toplumsal aktivitelere gönüllü bir biçimde katılır ya da yardımlarını esirgemezler.					
S31	TSO bünyesindeki kişiler cezalandırılma ya da eleştirilme kaygısı olduğu için toplumsal aktivitelere katılırlar.					
S32	İşletmemde herhangi bir sorun olduğunda çözüm için birlikte hareket ederiz.					
S33	İşletme olarak diğer işletmelerle ortaklık kurma fikrine katılıyorum.					
<b>Bilgi ve İletişim</b>						

S34	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken radyoyu tercih ederim.					
S35	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken televizyonu tercih ederim.					
S36	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken interneti tercih ederim.					
S37	Piyasadaki gelişmeleri ve güncel konuları takip ederken sosyal medyayı tercih ederim.					
S38	Son beş yılda yaşadığım yerde bilgiye ulaşım kolaylaşmıştır.					
S39	Faaliyet alanımla ilgili herhangi bir fuar, organizasyon bilgisi aldığımda diğer işletmelerle paylaşıyorum.					
S40	Bulduğum sektörde maliyetleri düşürücü ve verimliliği yükseltici herhangi bir yeniliği diğer işletmelerle paylaşıyorum.					
<b>Sosyal Uyum ve Katılım</b>						
S41	Kendimi yaşadığım şehrin sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda bir parçası olarak görürüm.					
S42	Yaşadığım yerde kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıkları bulunmaktadır.					
S43	Yaşadığım yerdeki kişilerin gelir düzeyi, statüsü, etnik kökeni, dini inancı ve siyasi görüşü yönünden farklılıklarına karşı hoşgörülüyümdür.					
<b>Güçlendirme ve Siyasi Eylem</b>						
S44	Yaşadığım yeri iyi bir hale getirmekte etkili olduğumu düşünürüm.					
S45	Hayatımın akışını değiştirecek kadar önemli kararlar alma gücüm olduğuna inanıyorum.					
S46	Seçimlerde oy kullanmanın gerekliliğine inanırım.					
S47	Oy kullanma dışında siyasal etkinliklere (sorunları iletişim araçlarını kullanarak ya da bizzat ilgili kurumlara başvurarak dile getirme, boykot etme, seçim kampanyasına katılma ve siyasi parti üyeliği gibi) katılırım.					

