



T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YENİLİKÇİLİK VE GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI

**GÜNÜMÜZ GENÇ GİRİŞİMCİSİNİ BEKLEYEN ENGELLER VE BU
ENGELLERİN AŞILMASI İÇİN MUHTEMEL ÇÖZÜMLER**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Çağrı DOĞU

DANIŞMAN
Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ

2024-Muğla

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YENİLİKÇİLİK VE GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI

**GÜNÜMÜZ GENÇ GİRİŞİMCİSİNİ BEKLEYEN ENGELLER VE BU
ENGELLERİN AŞILMASI İÇİN MUHTEMEL ÇÖZÜMLER**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Çağrı DOĞU

DANIŞMAN
Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ

2024-Muğla

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YENİLİKÇİLİK VE GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI

**GÜNÜMÜZ GENÇ GİRİŞİMCİSİNİ BEKLEYEN ENGELLER VE BU
ENGELLERİN AŞILMASI İÇİN MUHTEMEL ÇÖZÜMLER**

Çağrı DOĞU

2041011022

Sosyal Bilimler Enstitüsünce
Tezli Yüksek Lisans
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez

Tezin Sözlü Savunma Tarihi:

Tezin Enstitüye Teslim Edildiği Tarih:

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Taner DALGIN

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Bilge DOĞANLI

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Muzaffer DEMİR

2024- Muğla

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 21/02/2024 Tarih ve 1138/11 Sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, Yenilikçilik ve Girişimcilik Anabilim Dalı **Tezli Yüksek Lisans Programı** Öğrencisi Çağrı Doğu “Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması İçin Muhtemel Çözümler” adlı tezini incelemiş ve aday 10/05/2024 tarihinde saat 16.00’da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra süre içinde gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin **kabul** edilmesine **oybirliği** ile karar verildi.

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ

Doç. Dr. Taner DALGIN

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Bilge DOĞANLI

Üye

YEMİN

Yüksek Lisans tezi olarak “Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması İçin Muhtemel Çözümler” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça ’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

22/07/2024

Çağrı Doğu

Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin, Aşılması İçin Muhtemel Çözümler

ÖZET

Girişimci, bir alanda iş fırsatları görüp olası riskleri göze alarak o işe giren ve işin devamlılığını sağlayan kişiler için kullanılan bir tanımlamadır. Girişimcilikte önemli olan bir işi başlatıp onun sürekliliğini sağlamaktır. Bireylerin yeni fikirler, ürünler veya hizmetler oluşturarak bunları başarılı bir şekilde hayata geçirme süreci olan girişimcilik, genellikle risk alma, yenilikçilik ve sıkı çalışma gerektiren bir faaliyettir. Girişimciler kendi işlerini kurarak veya mevcut iş modellerini geliştirerek ekonomik değer yaratma amacı gütmektedir. Girişimcilik aynı zamanda bir kişinin kendi işini kurma veya yeni bir ürün, hizmet veya süreç geliştirme amacını da taşımaktadır. Yeni bir iş kurma ve yönetme süreci olan girişimcilikte kişiler, yeni bir ürün veya hizmetle pazara girerek, mevcut bir ürün veya hizmeti yeni bir şekilde sunarak ya da mevcut pazarda yeni bir yöntem kullanarak yenilikler yapmaktadır. Günümüzde artan ekonomik şartlar veya kötüye giden yaşam standartları birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de genç girişimci denen kavramın ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Bağımsız olmak, daha çok gelir elde etmek, sosyal yaşam standartlarını daha da genişletmek en önemlisi de devletin sağlamış olduğu genç girişimci desteklerinden yararlanabilmek genç girişimciliğin önünü açmıştır. Genç girişimcilik ilk kez bir girişim sürecinde yer alan veya yeni olarak bir işi başlatmış ve yaş olarak genç grubunda bulunan kişiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada da değinileceği gibi genç girişimcilerin sorunları, karşılarına çıkabilecek engeller ve bunların çözüm süreci gibi kavramlar ayrıntıları ile bahsedilmiştir. Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması için Muhtemel Çözümler” konulu bu tez çalışmasının amacı, genç girişimciliğinin güncel durumu, genç girişimcilik engellerinin tespit edilmesi ve girişimci adaylarının, bilgi eksikliklerini tamamlamak, var olan engellerin neler olduğunu ortaya çıkarmak ve engelleri aşmak için yenilikçi çözümler geliştirerek girişimcilik alanına olumlu katkılar sağlamaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Genç Girişimcilik, Engeller.

Obstacles Awaiting Today's Young Entrepreneur and Possible Solutions to Overcome These Obstacles

ABSTRACT

Entrepreneur is a definition used for people who see business opportunities in a field, enter into that business by taking possible risks and ensure the continuity of the business. The important thing in entrepreneurship is to start a business and ensure its continuity. Entrepreneurship, which is the process of individuals creating new ideas, products or services and successfully implementing them, is an activity that generally requires risk-taking, innovation and hard work. Entrepreneurs aim to create economic value by establishing their own businesses or developing existing business models. Entrepreneurship also aims to establish one's own business or develop a new product, service or process. In entrepreneurship, which is the process of establishing and managing a new business, people make innovations by entering the market with a new product or service, offering an existing product or service in a new way, or using a new method in the existing market. Today, increasing economic conditions or deteriorating living standards have enabled the emergence of the concept of young entrepreneur in Turkey, as in many countries. Being independent, earning more income, expanding social living standards, and most importantly, benefiting from the young entrepreneur support provided by the state has paved the way for young entrepreneurship. Youth entrepreneurship is carried out by people who are in the young age group and are taking part in an enterprise process for the first time or have started a new business. As will be mentioned in this study, concepts such as the problems of young entrepreneurs, the obstacles they may encounter and their solution process are mentioned in detail. The aim of this thesis titled "The Obstacles Awaiting Today's Young Entrepreneurs and Possible Solutions to Overcome These Obstacles" is to examine the current situation of youth entrepreneurship, to identify the obstacles to young entrepreneurship, and to provide innovative solutions for entrepreneur candidates to complete their knowledge deficiencies, to reveal what the existing obstacles are, and to overcome the obstacles. To make positive contributions to the field of entrepreneurship by developing.

KeyWords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Young Entrepreneurship, Obstacles.

ÖN SÖZ

Günümüzde bilgi çağının getirdiği rekabet süreci doğrultusunda, girişimciler ve işletmeler toplumda büyük bir öneme sahiptir. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine katkı sağlayarak hem ekonomik kalkınma, hem de istihdam oluşturma anlamında önemli bir rolde bulunurlar. Toplumların gelişiminde geçmişten günümüze doğru gelen sanayi ve teknolojinin getirdiği yenilikler çerçevesinde girişimcilik önemli bir hale gelmiştir. Girişimcilik ile birlikte yeni fırsatlar doğmuş ve bu fırsatların arkasında yer alan girişimci, bu zihniyetle farklı fikirler oluşturmuş ve üretim faktörleri bir araya getirilerek işletmeler kurulmuştur. Bunun sonucunda ekonomik kalkınma sağlanmış ve toplumların refah düzeyi her geçen gün artış göstermiştir. İnsanlığın yeryüzündeki varlığından bu yana var olan girişimcilik ve girişim faaliyetleri farklı dönemlerde, farklı biçimde kendisini göstermiş ve o dönemin koşullarına göre kendisine yer bulmuştur.

Bu çalışma ana hatları ile girişimcilik ve genç girişimcilik kavramlarını temel alıp bir genç girişimcinin girişimini yeni oluştururken geçirdiği süreci de inceleyerek, onun girişimi yönünden istekleri, ortaya çıkabilecek olumlu ve olumsuz yanları yada işletme kurma süreci aşamalarında hemen her türlü başına gelebilecek olan zorluklar göz önüne alınarak bir derleme şeklinde anlatılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada, bilgi ve tecrübeleriyle beni her zaman destekleyen ve hemen her koşulda umut eden ve güvenen, aydınlatan ve yol gösteren tez danışmanım Prof. Dr. Kenan Güllü'ye ve yardımını esirgemeyen hatalarımı düzetmemde yardımcı olan başta Doç. Dr. Taner Dalgın'a ve bunun yanı sıra Dr. Öğr. Üyesi Bilge Doğanlı'ya bu yorucu ve sıkıntılı dönemimde hiçbir zaman bana desteğini esirgemeyen sevgili aileme ve en büyük yardımı eden kız kardeşime teşekkürü bir borç bilirim.

ÇAĞRI DOĞU

10/05/2024

MUĞLA

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	I
İÇİNDEKİLER	II
TABLolar DİZİNİ	VIII
KISALTMALAR	IX
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	2
GİRİŞİMCİ, GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	2
1.1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI.....	2
1.2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI.....	3
1.2.1.Girişimciliğin Özellikleri.....	5
1.2.2. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	8
1.2.2.1.1. Yaş	8
1.2.2.1.2. Medeni Hal	9
1.2.2.1.3. Cinsiyet.....	9
1.2.2.1.4. Eğitim	10
1.2.2.2. Sosyal Faktörler	10
1.2.2.2.1. Aile	10
1.2.2.2.2. Çevrenin ve Kültürün Etkisi.....	11
1.2.2.3.Psikolojik Faktörler	11
1.2.2.3.1. Başarı, Güç ve Bağlılık Motivasyonu	12
1.2.2.3.2. Kendini Gerçekleştirme ve Toplumsal Statü Gerçekleştirme Motivasyonu	13
1.2.2.4. Diğer Faktörler	13
1.2.2.5. Girişimcilikte Başarılı Olmanın Temel Etkenleri.....	13
1.2.2.5.1. İşe Başlamak İçin Uygun Zamanın Seçilmesi.....	14
1.2.2.5.2. Yönetim Yeteneği ve Tecrübesi	14

1.2.2.5.3. Fon Kaynaklarına Ulaşım.....	14
1.2.2.5.4. Riske Karşı Sigorta.....	15
1.2.2.5.5. Uygun İş Fırsatı	16
1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI	17
1.3.1. Girişimciliğin Avantajları	17
1.3.1.1. Ücret.....	17
1.3.1.2. Özerklik.....	17
1.3.1.3. Yaratıcılık	18
1.3.1.4. Başarma Hissi	18
1.3.1.5. Finansal Kontrol.....	18
1.3.2. Girişimciliğin Dezavantajları.....	19
1.3.2.1. Kişisel Özveriler.....	19
1.3.2.2. Sorumluluk Yükü	19
1.3.2.3. Zarara Fazla Tolerans Gösterememek.....	19
1.3.3. Girişimcilik Süreci.....	19
1.3.4. Motivasyona Sahip Olmak.....	20
1.3.5. İş Fikri.....	20
1.3.6. Çalışma Programı (Zamanlama).....	21
1.3.7. Ön Değerlendirme.....	21
1.3.8. Yapılabilirlik (Fizibilite) Araştırması	22
1.3.9. Ekonomik Araştırma	22
1.3.10. Teknik Araştırma	22
1.3.11. Finansal ve Hukuki Araştırma	23
1.4. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	24
1.4.1. Yaratıcı Girişimcilik	24
1.4.2. Ticari Girişimcilik.....	25

1.4.3. İç ve Dış Girişimcilik.....	25
1.4.4. Kamu Girişimciliği	25
1.4.5. Kadın Girişimciliği	26
1.4.6. Sosyal Girişimciliği	26
1.4.7. İnternet Girişimciliği.....	27
1.4.8. Elit Girişimciler	27
1.4.9. Bağımsız Girişimciler	28
1.4.10. Serbest Girişimciler	28
1.4.11. Takım Girişimciler.....	28
1.5. DÜNYA'DAN GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ	29
1.5.1. Jeff Bezos - Amazon.....	29
1.5.2. Jan Koum – WhatsApp	29
1.5.3. Jack Ma – Alibaba	29
1.5.4. Konosuke Mathushita - Panasonic.....	30
1.5.5. Walt Disney - Disney.....	30
1.5.6. Elon Musk – SpaceX, Tesla.....	30
1.5.7. Steve Jobs – Apple.....	31
1.5.8. Ingvar Komprad - Ikea.....	31
1.5.9. Soichiro Honda - Honda	31
1.6. TÜRKİYE'DEN GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ	32
1.6.1 Nevzat Aydın - Yemeksepeti	32
1.6.2. Başak Taşpınar - Armut.....	33
1.6.3. Demet Mutlu - Trendyol	34
1.6.4. Nazım Salur - Getir.....	35
1.6.5. Kaan Dönmez – Hepsiburada	36
GENÇ GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI.....	38

2.1. GENÇ GİRİŞİMCİLİK	38
2.2. GENÇ GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ	39
2.3. GENÇ GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ	40
2.3.1. Meraklı ve Araştırmacı Ruh	41
2.3.2. Cesaret ve Özgüven	41
2.3.3. İkna Kabiliyeti	41
2.3.4. Para Yönetme Becerisi.....	41
2.3.5. Hatalardan Ders Çıkarma Yeteneği	42
2.3.6. İleri Görüşlü Olması	42
2.3.7. Yönetim Becerisi	42
2.3.8. Finans Bilgisi	42
2.3.9. Zaman Yönetimi	43
2.3.10. Motivasyon	43
2.3.11. Öz Güvenli Olmak	43
2.3.12. Gelişmeye Açık Olmak.....	43
2.3.13. İş Zekâsı	44
2.4. GENÇ GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİNİ ETKİLEYEN ETMENLER.....	44
3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU	48
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI	49
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	50
3.4. ARAŞTIRMANIN DEĞERİ	51
3.5. GENÇ GİRİŞİMCİYİ BEKLEYEN ENGELLER	52
3.5.1. Nakit Akışındaki Aksamalar	55
3.5.2. Stres	55
3.5.3. Yalnızlık.....	55
3.5.4. Yeterli Zamanın Olmaması.....	55

3.5.5. Güvensizlik	56
3.5.6. Para Kazanamama Sorunu	56
3.5.7. Büyüme Hızı Sorunu	56
3.5.8. Müşteri ile İletişim Eksikliği	56
3.5.9. Aile Huzurunun Bozulması	56
3.5.10. Hayır Diyememe Sorunu	57
3.5.11. Satıcı ve Tedarikçilerle İlişkiler.....	57
3.6. TÜRKİYE’DE GENÇ GİRİŞİMCİLİĞİ ENGELLEYEN FAKTÖRLER.....	58
3.6.1. Geleneksel Kültürel Yapı.....	58
3.6.2. Aile ve Sosyal Çevrenin Destek Vermemesi	58
3.6.3. Bürokratik Engeller.....	58
3.6.4. Türkiye Girişimcilik Ekosisteminin Zayıflığı.....	58
3.6.5. Demografik Yapının Girişimcilik ve Genç Girişimciliğin Gelişimi Üzerine Etkisi	59
3.7. GİRİŞİMCİLİK’DE BAŞARISIZLIK NEDENLERİ.....	62
3.7.1. Uygun Olmayan Kuruluş Yeri.....	62
3.7.1.1.Pazar Faktörü	63
3.7.1.2. Ham Madde ve Yardımcı Madde Faktörü	64
3.7.1.3.Taşıma Faktörü.....	64
3.7.1.4. İnsan Gücü Faktörü	64
3.7.1.5. Enerji ve Yakıt Faktörü	65
3.7.2. Zamanlama.....	65
3.7.3. Yetersiz Sermaye	66
3.7.4. Rekabet Koşulları	67
3.7.5. Yönetim Becerisine Sahip Olunamaması	67
3.7.6. Süreci Yönetememek.....	68

3.7.7. Bilginin Yanlış Kullanımı ve Analizi	69
3.7.8. Küresel Şekilde Düşünememek	70
3.7.9. Proaktif Davranmamak	71
3.7.10. Esnek ve Uyumlu Olmamak	71
3.7.11. Yeni Pazarlar, Yeni Ürünler ve Yeni Müşteriler Oluşturamamak.....	72
3.7.12. İşi Elektronik Ortama Taşıyamamak	72
3.8. ENGELLERİN AŞILMASI İÇİN MUHTEMEL ÇÖZÜMLER	73
3.8.1. Vizyon Sahibi Olmak.....	73
3.8.2. Girişkenlik ve Risk Alma Yönetimi	73
3.8.3. Öğrenmeye Açık Olmak	74
3.8.4. İş Birliği ve Network Oluşturma	74
3.8.5. Dayanıklılık ve İşe İnanma	74
3.8.6. Güçlü İletişim Becerisine Sahip Olmak.....	74
3.8.7. Zaman Yönetimi	75
3.8.8. Azimli Olmak	75
3.8.9. Yönetim Becerisine Sahip Olmak.....	75
3.8.10. Var Olan Fırsatları Değerlendirme ve İleri Görüşlülük.....	76
3.8.11. KOSGEB Genç Girişimci Desteği.....	76
3.8.12. Genç Girişimcinin Deneyimleri ve Yol Haritası	78
SONUÇ	82
KAYNAKÇA.....	87

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1: Girişimcilerin Davranışını Etkileyen Unsurlar.....	7
--	---



KISALTMALAR

AR – GE : Araştırma - Geliştirme

BAĞ-KUR : Esnaf ve Sanatkarlar ve Diğer Bağımsız alışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu

CEO : Chief Executive Officer

CFO : Chief Financial Officer

CTO : Chief Technology Officer

E – Fatura : Elektronik Fatura

E - Ticaret : Elektronik Ticaret

FÜTZ : Fırsatlar, Üstünlükler, Tehditler, Zayıflıklar

GEM : Global Entrepreneurship Monitor(Küresel Girişimcilik Raporu)

KOBİ : Küçük ve Orta Ölçekli İşletme

KOSGEB : Küçük ve Orta Ölçekli işletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

MBA :İşletme Yönetimi Yüksek Lisansı

SWOT : Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (Fırsatlar, Üstünlükler, Tehditler ve Zayıflıklar Analizi)

TEGEV : Teknoloji EĞitimi Geliştirme Vakfı

Vb : ve benzeri

Vd : ve diğerleri

YÖK : Yükseköğretim Kurumu

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşen Dünya'nın getirdiği iş yükü ve artan rekabet ortamı ekonomik olarak birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Talep edilen mal ve hizmetlerin çokluğu ve bunu insanlara sunabilecek bir arz mekanizmasının olması zorunlu hale gelmiştir. Tam da bu noktada karşımıza çıkacak olan yeni işletmeler yada firmalar bu ihtiyacı giderecek düzeyi kendilerine amaç edinmektedirler. Bu sebeple işletmelerin ortaya çıkardığı girişim her alanda yeni taleplere göre girişimcileri doğurmuştur. Gelişen teknoloji ile beraber toplumsal ihtiyaçların getirdiği zorluklar insanları girişimciliğe yöneltmiştir. Bu yüzden girişimcilik fikri ortaya çıkmış girişimcilerin kendi işletmelerini kurmasının önünü açmıştır.

Genel hatları ile girişimcilik çevremizdeki fırsatları görme ve bu fırsatları uygulama sanatıdır. Girişimci kişi toplumun gerekli ihtiyaçlarını gören ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda çeşitli projeler üretilip maddi ve manevi kazanç sağlama amacı ile araştırma yapan ve bunun sonucunda belirli bir plan çerçevesinde gerek duyduğu ekip, mekan, çalışan ve finansman kaynaklarını bir araya getiren ve uygulayan kişidir.

Bu çalışma ana hatları ile girişimcilik, genç girişimcilik ve bunların önündeki engellerle birlikte bu engelleri ortadan kaldırmak için uygulanabilecek muhtemel çözümler incelenip var olan sorunlara karşı sonuç odaklı bir yaklaşımla birlikte, genç girişimcilerin bu sorunlara karşı alacağı önlemler akademik bir literatür ile gelecek nesillere aktarılması amaçlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ, GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

1.1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI

Geçmişte kullanılmış olan "müteşebbis" veya "teşebbüs" kavramları artık yerini günümüzde "girişim" veya "girişimci" kavramlarına bırakmıştır. Günlük yaşamda kullanılan, girişim kavramı; bir işi yapmak için, başlama, ilerleme, yol katetme anlamını ifade etmektedir. Girişimci ise; böyle bir faaliyet içerisinde yer alan girişken kişi anlamında kullanılmaktadır. Girişimci belirli bir sermaye ortaya koyarak bir işi yapmaya çalışan ve bunu yaparken kazanç amacıyla bazı risklerin sorumluluğunu alan kişiye denmektedir. Girişimci mal ve hizmet üretebilmek amacıyla bütün üretim araçlarını en mükemmel şekilde bir bütün haline getirir. Kar elde etme amacı ile tüm riskleri üzerine alır ve bazı ihtiyaçlarını karşılamak için üretim araçlarını kullanarak belirli bir yarar sağlamaktadır. Bunun sonucunda kar amacıyla beraber zararı da kabullenmektedir. Girişimci terimi ilk defa 19. yüzyılda Fransız ekonomist Jean Bastiste Say tarafından kullanılmıştır. Girişimcilik genellikle süreci zor olmakla birlikte belirli emek isteyen bir iş olarak tanımlanabilmektedir. Çoğu girişim birkaç kez başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir, ama başarılı olan girişimlerin sonucunda birçok yararlı yenilik ve büyüme gerçekleşmektedir (Wikipedia, 2023). Başka bir anlamda ise girişimci, “üretim için bir işe girişen, kalkışan kimsedir”. Müteşebbis ise, “ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan bireydir” şeklinde tanımlanmaktadır (Gözek, 2006). Girişimcilik; fikir, sermaye, yetenek kavramlarının birlikte bir arada olmasını önemli kılmaktadır. Bu bir arada olma durumu, riskli ve net olmayan ama bazen de gelişigüzel ve sürekli aktif bir yapıya sahip olabilmektedir. Girişimcilik, bireyden bireye farklı türde anlamları ifade etmektedir. “Girişimcilik” ve “Girişimci” kavramları ile ilgili olarak tam bir mutabakat söz konusu değildir (Sexton ve Smilar, 1996). Bir başka açıklamada ise girişimci, pazardaki fırsatları ve gelişmeleri takip edip, bu pazar fırsatlarını ve gelişmelerini iş fikrine dönüştüren ve belirli riskleri üstlenerek üretim faktörlerinden olan sermaye, doğal kaynaklar ve emeği bir araya getirerek, herhangi bir işletmeyi başarıyla ile idare edebilen, bunun yanı sıra kendisini ve işletmesini geliştiren yenilikçi kişi şeklinde olarak da tanımlanmaktadır (Tekin, 2004).

Girişimciler, pazarda olan ihtiyaçları önceden görüp yeni fikirler üretmek amacı ile gerekli becerileri olan ve inisiyatif de kullanarak herhangi bir piyasada önemli bir role sahip kişilerdir. Girişimci bir girişimi oluşturmanın ekonomik ve sosyal risklerini de üzerine alarak bu doğrultuda başarılı bir şekilde geldiğini kanıtlayan kişidir ve kendisini sürekli kar elde etme ve büyüme amacı için ödüllendirir. Bunun yanı sıra başarısız olmuş bir girişimci gerekli ilgiyi görmek amacı ile piyasada oluşan mağduriyetini en aza indirmeyi amaç edinmelidir.

1.2. GİRİşİMCİLİK KAVRAMI

Günümüzde var olan ekonomik büyümenin getirdiği yenilikçilik ile beraber iki önemli unsurundan biri olan girişimcilik ilerleyen her gün daha fazla önemli bir kavram haline gelmektedir. Yarattığı istihdam fırsatlarıyla işsizlik sorununa büyük bir çözüm sunması, ekonomik kaynakları kullanarak üretkenliği düşük olan alanlardan üretkenliği yüksek olan alanlara aktarılmasını sağlamasıyla birlikte bunu yaparken, yenilik ve yaratıcılığa da fırsat tanınması girişimciliği günümüzün yoğun geçen rekabet ortamında önemli bir şagmen durumuna yükseltmiştir. Girişimcilik, bir düşüncenin eyleme geçmesinde kişinin yeteneğini ifade eden bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram risk alma, yaratıcılık ve yeniliğin yanı sıra hedeflere ulaşma aşamasında yer alan projeleri planlama ve yönetme yeteneğini de kapsamaktadır (EU Commision Report, 2008). Diğer bir anlamda girişimcilik, günlük hayatta, çalışma yaşamında ve toplum içerisinde çalışanların yada kişilerin ticari ve sosyal etkenlerinin gerçekleştirilmesinde var olabilecek fırsatları daha iyi idrak etmelerine yardımcı olan ve birçok süreci içerisinde barındıran şemsiye bir kavramdır. Girişimcilik, genelde fırsatları keşfetmek, onları seçmek, yorumlamak ve daha şagme belirsiz olan bir ortamda ortaya çıkan yenilik yapma yeteneğini ifade etmektedir (Ferrante, 2005). Girişimcilik, bunun dışında bireyin hayal gücünü kullanılmasını, yaratıcı olmasını, kendisine sorumluluk yüklemesini, fikirleri ortaya çıkarıp bu fikirleri tanımlamasını yada karar almasını, bunu yaparken başkalarıyla ilişkiler kurmayı da kapsayacak biçimde kullanılmaktadır (Bridge vd., 1998). Literatüre bakıldığında girişimcilik kavramının birçok yazar, akademisyen tarafından farklı bakış açılarıyla incelenmekte olduğu görülmektedir. Ortaya çıkan araştırmalarda genellikle riskin, sermayenin tedarik edilmesi ve üretim faktörlerinin koordinasyonu gibi temel konular ağrılıklı olarak ele alınarak bu kavram

açıklanmaya çalışılmıştır. Çoğu yazar ise girişimciliği, küçük işletmeler açılması ve bunların idare edilmesi ile özdeşleştirmiştir (Başar, Tosunoğlu & Demirci, 2001).

Girişimciliğin tanımı tarihte ilk defa, 18. Yüzyılın başlarında Fransa'da yaşayan İrlandalı ekonomist olan Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Bu tanımda girişimci, henüz daha belirli olmayan bir bedel ile satmak için üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alıp ve üreten kişi olarak ifade edilmiştir. Bu tanımda önemli olan nokta, girişimcinin risk alma yeteneğini belirtmekte ve bunu ortaya çıkarmaktadır (Tosunoğlu, 2003). Schumpeter'in araştırmalarında var olan girişimcilik tanımı, yenilik yaratma ve teknolojik buluşlar ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bunun devamında ise girişimcilikte yeni ürünler, hizmetler, süreçler, arz kaynakları ve yeni pazarlar ortaya çıkarmak için farklı kaynakların üretilmesi gibi konulara ağırlık verilmiştir. Schumpeter'in kendi açısından girişimci, toplumda değişimi yaratacak birey ve kurumlar olarak tanımlanmaktadır. Schumpeter'in girişimcilik kavramına olan yaklaşımı toplumda geniş 4agme görmüştür. Joseph A. Schumpeter'in girişimcilik tanımının kökenini yenilik kavramı ortaya çıkarmaktadır. Schumpeter'e (1961) 4agm girişimci yeni ürünler üretebilen, süreçler geliştirebilen ve ihracat pazarları ile birlikte, üretim kaynakları bulup yeni organizasyon yapılarıyla birlikte işletme yönünden yeni kombinasyonlar oluşturarak mevcut ekonomik düzenini yıkan kişidir. Bunu tanımında yıkıcı girişimcilik kavramı olarak ifade etmektedir (Yıldız, 2007). 1970'li yılların sonu ve 1980'li yılların başlarında ise birçok yazar girişimcilik hakkında, girişimciyi yöneticiden ve toplumdan ayırt eden davranış, özellik ve nitelikler konusunda çalışmalar yapmışlardır. Bunun dışında bazı yazarlar ise girişimciliğin istihdam oluşturmada önemini belirten çalışmalar yaparak bu kavramı açıklamaya çalışmışlardır. Girişimcilikle ilgili literatürde yer alan farklı tanımlamalar olmasına 4agmen bütün açıklamalar genel olarak fırsatları görebilme, yenilikçi düşünme yeni bir iş kurma ve ürün üretme gibi ortak noktalarda fikir birliğine vardığı söylenebilmektedir. Ancak girişimci bireylerin her birinin kendine ait bir girişimcilik fikrinin olması ve bu süreçte farklı girişimcilik örnekleri sunmaları, girişimcilik tanımlarında her zaman bir eksiklik oluşturmaktadır.

1.2.1.Girişimciliğin Özellikleri

Başarılı girişimcilerin ortak özelliklerine yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında ise genellikle gözlem yapabilme yeteneği, iş ve sorumluluklara bağlılık, liderlik fonksiyonu, belirsiz durumlarla mücadele edebilme, bazı durumlarda risk alma, tarafsız olma, pratik bir zekâya sahip olup, iyimserlikle hareket edebilme, ikna yeteneğine sahip olması, uzlaşma ile çalışabilme, bunun yanı sıra, azimli olma ve bilgili olma gibi niteliklerinin ortaya konulduğu görölmektedir (Bozgeyik, 2005: 77-78; Döm, 2006: 27-28; Yıldız, 2007: 6-7).Girişimcilik kavramında önemle üzerinde durulan bir girişimci özellik de risk alma eğilimidir. Bir girişimcinin risk alması, bilinmeyen bir yönde yol alması gibi de düşünölebilmektedir. Risk alma faktörü, girişimcileri diğer sosyal gruplardan ayırmada ana faktör olarak ileri sürölmüşür. Kar amacıyla kazanç elde etmek için belirli bir kontrol yeteneğine sahip olan girişimciler, daha basit riskleri almayı tercih etmektedirler. Bunun nedeni, girişimcinin farklı bir özelliği olan başarıma ihtiyacı faktörü, daha fazla seviyede risk almasını engellemektedir. Kişinin risk eğilimi, risk alma sürecinde riski kabul etme veya etmeme şeklinde olan bir davranışdır. Bireyin risk alma eğilimi yüksek seviyede ise girişimci, bu süreçte olumlu sonuçları, olumsuz sonuçlardan daha çok düşünür. Risk alma davranışının temel sebebi, kişinin geçmiş zamandaki deneyimleridir. Örnek vermek gerekir ise, konuyu bilip bilmediği, yada daha önce bu konuda girişiminin olup olmadığı gibi etkenler bu eğilim üzerinde etkilidir.. Bu sebeple risk alma eğilimi zamanla ve deneyime bağlı olarak değişen bir yetenek olarak kabul edebilir (Erdem, 2001). Girişimciler, genellikle tercihlerini belirlerken dış faktörler yerine, kendi fikirlerini önemserler. Yapılan çalışmalar, içsel kontrolün bir girişimci özelliği olduğunu ortaya çıkarmıştır. İçsel kontrol, kişinin günlük yaşamındaki faaliyetlerin sebebini ortaya çıkaracak bir karakter yapısına sahip olmasıdır (Mamlin vd., 2001). İçsel kontrol özelliğine sahip olan bireyler faaliyetlerinin sonuçlarına, kişisel üstönlük yada kendi eksikliklerinin neden olduğuna inanırlar. Bu yüzden, içsel kontrol; çalışma, yetenek, kararlılık ve ortaya çıkan sonuçların planlayıcısı olma gibi anlamlara gelmektedir (Naktiyok, 2004). Girişimcilik araştırmalarında, birçok faktör üzerinde tam mutabakat sağlanamasa da, üzerinde uzlaşmaya varılan en önemli konulardan biri de içsel kontroldür. İçsel kontrol bireyin, öncelikle bir hedefe ulaşmak için kendini o yönde ilerletmesinde ve

işsel karar verme sürecinde etkilidir (Brice, 2002). Girişimci için önemli olan radikal düşünceyi değiştirme fikridir. Amacı basit fikirlerden çok, görünmeyen şeyleri görmektir. Bu durum, yenilikçi ve yaratıcı kişilik yapısını gerektirir. Yaratıcılık ve yenilikçilik, girişimsel açıdan önemli birer kavramdır. Genellikle bir sürecin iki parçası olan iki ayrı kavram olarak da tanımlanabilmektedir. Yaratıcılık, anlık bir faaliyet olarak düşünülmemelidir. Yaratıcılık öncelikle, bireyin kafasında ortaya çıkıp oluşan bir fikir ile başlar. Bu fikir, kişinin görüp farketmediği bir olay, ihtiyaç yada kendisine yapılan bir telkin olabilmektedir. Daha sonra bireyin kafasında yorumlanan bu fikir değişik öneri ve fikirlerin ortaya çıkması ile sonuçlanır. Bunun sonucunda, yaratıcı fikirler artık yeni çözümlere dönüşerek, yenilik olarak ortaya çıkmaya hazır durumda bulunmaktadırlar (Naktiyok, 2004).

Diğer bir tanım olan yenilikçilik ise, bir çok araştırmada girişimciye adanan bir diğer özelliktir. Yenilikçilik süreçte yer alarak genellikle bir problemin belirlenmesiyle başlar. Bunun devamında ise problemin çözümüne yönelik öneriler ve düşüncelerin geliştirilmesi ile devam eder ve uygulanmaya hazır olan yeniliklerin ortaya çıkması ile de sonuçlanır. Bu süreçte, kaynaklardan birisi de bireyde bu özelliğin ne ölçüde bulunduğu kavramıdır. Bu yüzden bireyde yenilikçilik seviyesi yüksek ise, yenilikçilik süreci de daha etkili bir şekilde işleyecek ve bunun sonucunda başarılı sonuçlar alınabilecektir (Naktiyok, 2004). Girişimciyi işletme hayatında başarılı kılan bir diğer özellik ise iyimser davranıp olumlu bakış açısına sahip olmasıdır. Girişimcide bulunan bu karakter yapısı için, kişide özgüvenin varlığı önemlidir. Özgüven, kişinin kendi özelliğinin ve kapasitesinin farkında olması, başkasının onayını beklemeden, kararlı bir kişilik yapısına sahip olmasıdır. Özgüven sonucu kişinin ortaya çıkardığı olumlu bakış açısı, diğer ekonomik kesimlerle ilişkilerde de etkilidir olabilmektedir. Özgüven; kişinin iç huzurunu ve güvenliğini arttırarak, kişide olumlu duyguların gelişimini hızlandırmaktadır. Bu sebeple, özgüveni yüksek kişilerde genellikle öğrenme merakı, araştırma ve dikkatini verme eğilimi ve yapılan eleştirilere karşı hoş görülme gibi özelliklerin ortaya çıktığı görülebilmektedir. Bu yüzden öz güvenli olma girişimciler için büyük bir avantajdır (Eyüboğlu Eğitim Kurumları, 2005).

Girişimcileri, ekonomik faaliyetlere yönelten bir diğer faktör ise bağımsız hareket etme isteğidir. Girişimcilikle ilgili araştırmalarda karşımıza çıkan

bağımsızlık ihtiyacı, girişimciyi yalnız başına hareket etmeye iterek, ekonomik bağımsızlığını kazanması yönünde teşvik etmektedir. Kendi işinin patronu olma düşüncesi, girişimcide bağımsız yaşama ihtiyacının bir göstergesidir. Ancak bu durum, girişimcinin yalnız başına yaşamını sürdürüp, bütün istek ve amaçlarına ulaşması, anlamına gelmemelidir. Bu durum, girişimci açısından, işletmenin kuruluş sürecinde, bağımsız hareket isteğinin önemli bir etkisi olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir (Godsey, 2006). Kişide girişimcilikle ilgili özelliklerin bulunması, yaptığı girişim için başarı şansının artmasıdır. Burada girişimcide başarı beklentisinin olması kişinin sermayesi, bilgisi, deneyimi, kararlılığı gibi birçok özelliğine bağlıdır. Buna ek olarak başarı şansı çok farklı çevresel ve demografik faktörlere bağlı olsa da, genel olarak belirleyici faktörler, girişimcinin kendisinde taşıdığı özelliklerdir (Hisrich ve Peters, 2002). Kişilerde bulunan girişimci özelliklerinin öncelikle iş kurma sürecinin başında çok etkili olduğu ve daha sonraki iş sürecinde bunların etkisinin giderek azalarak, başka faktörlerin ön plana çıktığı söylenebilmektedir.

Tablo 1: Girişimcilerin Davranışını Etkileyen Unsurlar

Sınıflama	Unsurlar
Öncül Etkenler	Genetik Ailesel Etkiler Eğitim Tercihleri Geçmiş Kariyer Deneyimleri
Hazırlayıcı Etkenler	Coğrafi Konum Edinilen Bilgiler ve Niteliklerin Yapısı Benzer Kurucular ile İletişim Küçük İşletme Ortakları İçinde Deneyim
Çevresel Etkenler	Ekonomik Koşullar Risk Sermayesinin Varlığı Girişimcilik Faaliyetlerinin Örnekleri Danışma Fırsatları Personelin Varlığı Destek Hizmetleri Müşterilerin Ulaşılabilirliği

1.2.2. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

İnsanları girişimci olmaya yönelten birçok neden bulunmaktadır. Bu nedenler sırası ile kar elde etme isteği, bağımsız çalışma isteği ve kişisel tatmin sağlama isteği olarak sıralanabilir. Bu üç grup biraz daha ayrıntılı incelendiğinde bazı insanların girişimciliğe yönelten diğer nedenler şu şekilde açıklanmaktadır: Kendi işinin patronu olmak, başkalarından emir almamak ve kendi yeteneklerini kullanabilmek ve her şeyden önce girişimcinin özgürlük sağlamasıdır. Diğer yandan bir ticari fikri ya da düşünceyi kendi işini kurarak gerçekleştirmek ve istediği bir işte çalışabilme isteği başta gelmektedir. Bunun yanı sıra tanınma ve prestij kazanma isteği, para kazanma ve refah içinde yaşama isteği, başka insanların göremedikleri ya da uğraşmadıkları işleri keşfedip bir fırsattan yararlanabilmek için bir girişim, işyeri, dükkân, mağaza, ofis, acente, büro vs. kurmak girişimci olabilmenin en önemli faktörleri arasında kendine yer bulmaktadır (Tekin, 2004).

1.2.2.1. Demografik Faktörler

Yukarıdaki faktörlerin dışında girişimcilik motivasyonu üzerinde etkili olabilen demografik faktörler bulunmaktadır. O faktörleri kısaca şu şekilde açıklanmıştır:

1.2.2.1.1. Yaş

Birçok girişimci yeni bir işletme kurma kararını genellikle 25 – 40 yaşları arasında vermektedirler. Bu durumun nedeni kişilerin yeteri kadar tecrübe ve eğitim sahibi olduklarından yeni kuracakları girişim kararını bu yaş aralığında vermesidir. Buna ek olarak, kişilerin yaşları genç olup henüz finansal ve ailevi sorumluluklarının olmamasıdır (Dobransky, 2002). Yapılmış olan bazı araştırmalarda bireylerin yaşı ve girişimde bulunma süreci arasındaki ilişki de dikkat çekmektedir. Girişimde bulunan kişiler bu yaşlardan önce ya da sonrasında kariyer yapabilmesine rağmen; aynı şekilde girişimciler bu yaşlardan önce veya sonrasında girişimcilik kariyerine çok rastlanılmamaktadır. Bunun sebebi girişimcilerin tecrübe, finansal destek ve yüksek enerji düzeyine sahip olmalarıdır. Yapılan araştırmalarda erkek girişimciler ilk defa kurdukları işletmelerini genellikle 30’lu yaşların başında, kadın girişimciler ise 30’lu yaşların ortalarında kurma eğilimindedirler (Hisrich, 1995).

1.2.2.1.2. Medeni Hal

Evlilik kurumu bireyler açısından büyük bir öneme sahiptir. Bekâr bir bireyin ailevi anlamda yüklendiği sorumluluk hissi sadece kendi benliğiyle sınırlı olurken bunun dışında, evli bireyin sorumlulukları eşi ve çocuklarının da var olmasıyla birlikte daha da genişler. Kişiler evlilikle beraber, yeni bir işletme kurmanın risklerini ve kendilerine getireceği stresi bazen girişimlerinde göze almak istemeyebilirler. Bunun sebebi girişimde bulunma süreci yalnızca girişimcinin kendisini değil, yakın çevresini de oldukça etkilemesidir. Aile kurmamış olan bir birey başarısızlığa uğrama riskini daha kolay göze alabilmektedir. Bu durumun nedeni bakmakla yükümlü olduğu bir ailevi sorumluluğunun olmamasıdır (Demircan, 2000).

1.2.2.1.3. Cinsiyet

Yapılan araştırmalar incelendiğinde genel olarak erkek girişimciler üzerinde belirli çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Genellikle bu araştırmalarda çok az sayıda kadın girişimci bulunmaktadır. Bunun sebebi ise, kadınların daha çok küçük işletmelerde çalışma isteği oluşturmaktadır (Bird, 1989). Ayrıca kadınlar; erkeklere nazaran yeni bir işletme kurmak için gerekli finansmanı elde etmekte daha fazla zorlukla karşılaşmaktadırlar ve erkeklere oranla daha az kaynak kadınların işleri için tahsis edilmiştir. Bunun dışında son yıllarda ortaya çıkan araştırmalarda kadın girişimcilerin sayısında önemli bir artış olduğu gözlenmektedir. Erkek ve kadın girişimciler genel nüfusla karşılaştırıldığında kadın girişimciler de birleştirilmiş birkaç farklı özellik bulunmaktadır. Kadın girişimciler erkeklere göre daha yaşlıdırlar ve girişimciliğe eğilim seviyeleri daha yüksektir. Yapılan araştırmalar; kadın girişimcilerin kendi eşlerinden yada aile büyüklerinden daha destek aldıklarını göstermektedir (Dobransky, 2002). Erkekler genellikle para kazanmak amacı işletmelerine daha ilgi gösterirler ve kariyer hoşnutsuzluğu ile ilgilenirler. Kadınlar ise para kazanmak ile daha az ilgilidirler. Onların ilgi ve motivasyonları kendilerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılama eğilimidir. Kadın girişimciler amaçlarına ulaşma yolunda yaşamlarını daha fazla kontrol edebilme şansına sahiptirler (Dobransky, 2002). Uzun zamandır yapılan bir çalışmada; potansiyel girişimciliğin bilişsel faktörlerini araştıran araştırmacılar yeni bir işletme kuran girişimcilerin cinsiyet farklılıkları bulmuşlardır. Başarılı olan kadın girişimcilerin en önemli

özelliği kendi işlerinin patronu olmalarıdır. Başarılı erkek girişimciler de durum ise, amaç genellikle pazardaki talebi karşılama düşüncesidir. Yapılan araştırmalar; yeni bir işe başlamada cinsiyetin demografik özelliklerden farklı olduğunu ve yeni bir işletme kurmada ayırt edici bir faktör olarak göz önünde bulundurulması gerektiğini göstermiştir (Dobrinsky, 2002). Buna ek olarak cinsiyet faktörü, kişilerin kendi işletmelerini kurmak isteme nedenlerinde de büyük bir etkiye sahiptir. Bireylerin kendi işinin patronu olma isteği, hem erkek hem de kadın girişimcilerin psikolojik, finansal ve sosyal olarak bütün riskleri ve uzun çalışma saatlerini çalışmayı kabul etmesidir. Yeni bir işletme kurma aşamasında kadınlar açısından sırası ile başarı, fırsatları değerlendirme, iş tatmini ve para gibi kavramlar önemli iken, para kazanmak erkekler için ikinci neden durumundadır (Hisrich, 1985). Girişimcilik yönünden kadınların ve erkeklerin genellikle özellikleri çok benzer olsa bile, bazı açılardan kadın girişimciler farklı dürtülere, geçmişe ve yetenek düzeyine sahiptirler (Hisrich, 1985).

1.2.2.1.4. Eğitim

Eğitim girişimciliği etkileyen önemli faktörlerin en başında gelmektedir. Girişimcilerin eğitim durumları ile alakalı çok fazla sayıda derin araştırmalar yapılmıştır. Genellikle girişimcilerin, 10onar10 insanlardan daha az eğitilmiş olduğu söylenmiş olmasına 10onar10 araştırma sonuçları durumun bu yönde olmadığını bizlere göstermektedir. Eğitim düzeyi daha 10onar karşılaşılan sorunlarla başa çıkma ve bu sorunlara çözüm yolları bulma yönünde oldukça etkilidir. Kendi işletmelerini kurmaları konusunda bireyleri cesaretlendirebilecek kişiler, girişimciliğin bir kariyer olanağı olduğu konusunda etki yapabilecek olan öğretmenlerdir (Hisrich, 1985).

1.2.2.2. Sosyal Faktörler

Girişimcilik faaliyetlerinde sosyal faktörlerin önemi oldukça geniş bir yer edinmektedir. Bu faktörler hem girişimin gelişimi ve başarılı olma olasılığı yönünden etkili bir konuma sahiptir. Bu faktörler genellikle şu şekildedir:

1.2.2.2.1. Aile

Girişimcilikte bireylerin çocukluk dönemi etkileri onların kişilikleri ve değerleri çerçevesinde ortaya çıkmıştır (Hisrich, 1985). Aile çevresindeki önemli konular, doğum sırası, anne ve baba mesleği, sosyal statüler ve aile ile

ilişkilerikapsamaktadır. Doğum sırası ile ilgili yapılan araştırmalarda kadın girişimcilerin genelde ailenin dünyaya gelen ilk çocukları oldukları gözlenmektedir. İlk çocuk ya da ailenin tek çocuğu olmak; anne-babadan daha fazla ilgi alma ve bunun sonucunda da daha fazla kendine güvenme eğilim göstermektedir. Ebeveynlerin mesleği açısından da, girişimci anne ve babaların çocuklarının daha fazla girişimci olduğuna ilişkin önemli kanıtlar vardır (Hisrich, 1985).

1.2.2.2.2. Çevrenin ve Kültürün Etkisi

İnsanlar ihtiyaçlarını etkin bir şekilde giderebilmeleri için bir arada çalışmaları ve yaşamaları gerekmektedir. Bunun sonucu olarak insanlar, birbirlerinin fikirleri ve değer yargılarından kolayca etkilenmektedirler. Bu etki ailenin bireylerine de kimi zaman yansımaktadır. Çevre ve ailenin çalıştığı yada yakın ilişkide bulunduğu ortam, girişimciliğin temel özelliğini kapsıyorsa, bireyler bu özellikleri daha çabuk kavramaktadırlar. Hofstede, çalışmalarında kültürün girişim ve girişimcilik üzerindeki etkisini incelemiştir. Kültürün tanımlandığı beş özellik aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Hofstede, 1981).

- Güç mesafesi; bir ülkedeki bağımlılık ilişkilerini ifade eder.
- Bireyci/ kollektivist eğilimler; bireyin ya da grubun çıkarlarının önemsene derecesini ifade ederler.
- Erkeksi /dişil eğilimler; açık bir şekilde farklılaşan toplumdaki sosyal cinsiyet rollerini tanımlar.
- Belirsizlikten kaçınma; bir kültürün üyelerinin belirsiz ve bilinmeyen durumlardan kaynaklanan korku hissini ifade etmektedir.
- Uzun dönem eğilimi; bir ülkeyi ihtiyaçların kısa ve uzun dönem tatmini arasındaki değişikliğe tanımlar. Bireyin içinde bulunduğu toplumun genel özellikleri bireyin davranış ve tutumlarını da etkilemektedir. Örneğin belirsizlikten kaçınma eğilimi düşük olan toplumlar daha fazla risk almaya yatkın oldukları için girişimcilik kültürleri de gelişmiştir.

1.2.2.3. Psikolojik Faktörler

Girişimciliği etkileyen demografik ve sosyal faktörlerin yanında bireyleri girişimcilğe iten psikolojik faktörleri de incelemek gerekmektedir. Bireyler kendi işlerinin sahibi olmak, bağımsız çalışmak, istihdam yaratmak, daha fazla para

kazanmak ve kişisel tatmin sağlamak için girişimci olmak isteyebilirler.

1.2.2.3.1. Başarı, Güç ve Bağlılık Motivasyonu

Başarı motivasyonu ilk olarak Murray'ın (1938) kişilik sisteminde tanımladığı şekilde ifade edilmektedir. Murray'ın kişiliğin kimlik teorisinde başarı motivasyonu, mümkün olduğu kadar kısa bir sürede fiziki kaynakları, beşeri kaynakları ve fikirleri bir araya getirerek ve etkin bir şekilde organize ederek zor olan bir şeyi başarmak şeklinde tanımlamıştır (Shaver, 1991). Daha sonraki dönemlerde kişiliğin girişimcilik ile ilgisine ilişkin ilk çalışmalar McClelland's (1961) öncülüğündeki "başarı ihtiyacı" araştırmalarında bulunabilir. McClelland ve arkadaşlarının çalışması psikolojik motivasyon teorisinin gelişmesine neden olmuş ve bu işletme yönetimi ve girişimcilik araştırmalarının temelini oluşturmuştur. Bu motivasyon teorisine göre insanlar üç ihtiyaçtan dolayı motive olurlar. Bu ihtiyaçlara değinecek olur isek; başarı ihtiyacı, bağlılık ihtiyacı ve güç ihtiyacı şeklindedir.

Başarı ihtiyacı ile motive edilmiş kişiler belli bir düzeyde risk alma eğilimindedirler. Bunun sebebi bireylerin kendi beceri ve çabalarının sonuçlarını etkileyeceği inancına sahip olmalarıdır. Fazla başarı ihtiyacı hisseden bireyler başarılarından dolayı geri dönüş alma çabasıdadırlar. Kendi kontrollerinde olan sorunların çözümleri için bazı risklere sahip olmayı kabul ederler. Güdülenmiş bireyler yenilikçidirler ve bunun sonucunda yeni bir ürün veya hizmet üretmek için yaratıcı çözüm yolları bulurlar. McClelland'a göre girişimciler diğer mesleklerle göre daha yüksek bir başarı ihtiyacını gösterdiklerini ele almaktadır ve yaptığı araştırmalarında daha yüksek başarı ihtiyacı gösteren bireylerin girişimcilik ile ilgili işleri tercih edeceği sonucuna varmıştır (McClelland, 1961). Girişimcilerin güç elde etme arzusu ile işletme kurma çabasına girmesi başkaları tarafından üstünlük sağlama isteği olarak da değerlendirilmektedir. Güçlü olma ihtiyacı, insanın çevresine egemen olma arzusunun bir sonucudur. Bu yüzden insanlar ve bazı gruplar, çevresel ilişkilerindeki etkinliklerini artıracak ve seslerini duyuracak araca başvurmadan çekinmezler (Eren, 2001). Bağlılık ihtiyacı, dostça ve yakın çevre ilişkilerinde bulunma isteğinin karşılığıdır. Bağlılık ihtiyacı yüksek olan kişiler, arkadaşlık uğruna çaba sarfeder, rekabetçi ortamların dışında katılımcı ve destekleyici ortamları ve işleri tercih edip daha yüksek seviyede karşılıklı anlayış içeren ilişkiler kurma yolunda çalışırlar.

1.2.2.3.2. Kendini Gerçekleştirme ve Toplumsal Statü Gerçekleştirme Motivasyonu

Girişimcilik ile ilgili olarak saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı; girişimcilerin kararlarını oldukça etkilemektedir. Toplumda insanlar temel fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarının ardından sevgi ve aidiyet ihtiyaçlarını da karşıladıktan sonra tanınma, sosyal mevki ve statü sahibi olma, başarı elde etme, takdir edilme, saygı görme vb. türden ihtiyaçlara da ilgi gösterirler. Maslow bu grupta yer alan ihtiyaçları saygı görme ihtiyaçları olarak sınıflandırmaktadır. Bir önceki ihtiyaç olan, bir gruba ait olma ihtiyacı gerçekleştikten sonra o grup içinde yer alan değer ve önem kazanma güdüsü bu ihtiyaçları ortaya çıkarmaktadır. Fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları ile birlikte diğer yer alan türdeki ihtiyaçlarını karşılamış olan birey son aşamada ideallerini ve yeteneklerini gerçekleştirme ihtiyacı duyar. Bu son aşamaya gelindiğinde ise birey, ideallerini gerçekleştirmeye, başarmaya ve haz duymaya daha fazla önem vermektedir. İnsanın kendi yetenek ve potansiyelinin tam olarak farkında olması ve bunları uygulaması, yarattığı bir ihtiyaçtır (Maslow,1943).

1.2.2.4. Diğer Faktörler

Kişiler ve kurumlar çeşitli nedenlerle işletme sahibi olmaktadır. Bir kısmı miras yoluyla işletme sahibi olurken, diğerleri de bir amacı gerçekleştirmek için işletme kurmakta ve bu amaçlarına ulaşmaya çalışmaktadır (Dinçer, 1996). Bireylerin işletme kurmalarına etki eden faktörler girişimciliği etkilemektedir. Bunların bazıları; miras yoluyla sahip olma veya aile geleneğini devam ettirme isteği, bağımsız çalışma isteği, yüksek kazanç elde etme isteği ve topluma katkı sağlama isteği gibi faktörleri içerisinde barındırmaktadır.

1.2.2.5. Girişimcilikte Başarılı Olmanın Temel Etkenleri

Büyük işletmeler yönünden girişimciliğin önemi tartışılmaz bir konudur. Lakin özellikle küçük işletmelerde yer alan girişimciler, aynı anda yönetici veya bazı bölümlerin işlerini bizzat kendisi yöneten, iş yerinde bizzat kendisi çalışan kişi olarak ayrı bir öneme sahiptir. Küçük işletmelerin genellikle emeğin yoğun olduğu yapıları ve pek çok işletme sürecinin girişimcide toplandığı ele alındığında, girişimcinin önemi daha da değer kaydetmektedir. İşletmenin başarıya ulaşmasında temel faktörün girişimciye ait olduğu açıktır. Bu doğrultuda, başarılı olabilmek için bir girişimcinin temel girişimcilik özelliklerine sahip olması gerektiği

söylenilmektedir. Başarılı veya başarısız bir girişimci, kişisel ve buna bağlı olarak karar alma yeteneği ile birbirinden ayrılmakla birlikte, bir işe başlarken girişimci özelliklerine ilaveten göz önünde bulundurulması gereken bazı başarı faktörleri de kendisine yer bulmaktadır (Küçük, 2014).

Bu başarı faktörlerinin başlıcaları şöyle sıralanabilir:

1.2.2.5.1. İşe Başlamak İçin Uygun Zamanın Seçilmesi

İşe başlarken uygun zamanın seçilmesi girişimcilikte en önemli başarı faktörlerinden birisini içermektedir. Uygun zaman, ekonominin iyi olduğu bir dönemi kapsayabileceği gibi, bazen kriz dönemi de içermektedir. Durgunluk dönemlerinde genellikle yatırım araçlarının fiyatları mal ve hizmetlerle birlikte önemli düzeyde ucuzlayabilmektedir. Buna ek olarak bazen beklenmeyen durumlar da uygun yatırım zamanı olabilmektedir. Bu duruma örnek olarak, depremde sonra konu ile ilgili sektörlerin ön plana çıkması gibi faaliyetler gösterilebilir. Ekonomik göstergeler iyiye gitmesine rağmen, sektörel bazda bazı olumsuz durumların yansımaları söz konusu olabileceği gibi, aynı pazarda piyasanın kaldıramayacağı kadar çok sayıda kuruluşun piyasaya girmesi de mümkün olabilmektedir. Bu durum da yüksek rekabeti ve bazı firmaların piyasadan çekilmek zorunda kalmalarını beraberinde gösterebilir (Küçük, 2014).

1.2.2.5.2. Yönetim Yeteneği ve Tecrübesi

Tecrübe, yaşanan bir süreç boyunca insanların karşılaştıkları olay ve durumlar sonucunda elde etmiş oldukları, çoğu öğrenilerek elde edilemeyecek olan kazanımlardır. Yönetim yeteneği tecrübe ile de birleştirildiğinde, girişimci sorunların üstesinden rahatlıkla gelebilecek ve yeni pozisyonlara kendisini ve işletmesini uyarlayabilecektir (Küçük, 2014).

1.2.2.5.3. Fon Kaynaklarına Ulaşım

Girişimcilikte yapılacak her işin bir maddi yükü ortaya çıkmaktadır. Bu yük ancak ödendikten sonra, yatırımlardan bir getiri ile elde edilebilmektedir. İşletmenin kurulması için gerekli olan makine, ekipman, bina, arazi, teknoloji alımları gibi maddi ve maddi olmayan varlıkları bir araya getirebilmek amacıyla sahip olunması beklenen sermayeye yatırım sermayesi denmektedir. Yapılan yatırım tamamlanıp işe başlandıktan sonra ilk kazançlar elde edilinceye kadar geçecek süre içerisinde, iş

gücü ücretleri, ham madde alımı, enerji harcamaları gibi gereken harcamaları yapmak üzere ihtiyaç duyulan para tutarı ise çalışma sermayesi olarak adlandırılmaktadır. Bir işe girişmeden önce, bu iş için gerekli olan sermaye tutarının gerçekçi bir biçimde hesaplanması gerekmektedir. Girişimci bazı durumlarda bu kaynağın tamamına sahip olmayabilir. İhtiyaç duyulan sermayenin, girişimcinin olanaklarını aşan kısmı, kredi veya çeşitli borçlanma yöntemleri ile elde edilebilir. Yatırımın geri dönüş oranı ve borçlanma fiyatı dikkate alınarak girişimci bir tercihte bulunur. İşletmelerin çoğunun, kâra geçmek için belli bir dönem beklemek zorunda olmaları ve özellikle küçük işletmelerin kâra geçinceye kadar ailesinin geçimini sağlama yükümlülüğünü de dikkate alarak işe girişmeden önce, yatırım bittikten ilk kazançlar elde edilene kadar geçecek olan sürenin iyi tahmin edilmesi gerekir. Bu arada, borçların geri ödeme sürelerinin de dikkate alınması zorunludur. Öz kaynaklar ve borçların uygun oranlarda bir araya getirilmesi esastır. Bu oran için genellikle, sermayenin hiç olmazsa %60'ının öz kaynaklardan karşılanması gerektiği ve çalışma sermayesinin de sektöre göre değişmekle birlikte, bir yıl daha doğru olmakla birlikte, en az altı aylık bir faaliyeti sağlayacak miktarda olması kabul görmektedir (Küçük, 2014).

1.2.2.5.4. Riske Karşı Sigorta

Yapılmış olan araştırmalarda günümüzde işletmelerin çevre şartlarından biri olarak çevresel belirsizlik kavramı ifade edilmektedir. Çevresel belirsizlik kavramı, krizler, doğal afetler gibi beklenilmeyen durumları da kapsayacak şekilde piyasada, özellikle dıştan gelecek etkilere kaynaklanacak farklılıkları, işletme faaliyetlerini tehdit eden durumları ve bazen de fırsatları ele almaktadır. Bunun yanı sıra, işletmeler sistem yaklaşımı kapsamında ele alındığında, ekonomik sistemi ortaya çıkaran faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik sistemin birer alt sistemi olarak yer alan işletmeler, dış çevre ile temasları olması sebebiyle, açık ve çevre içerisinde kişilere yönelik etkinlik göstermeleri sebebiyle de sosyal sistemlerdir. Çevreye uyumun önemli olduğu, açık, objektif ve sosyal sistemler olan işletmelerin, dışarıda yer alan çevreyi kendi hedefleri yönünde uyarlayabilmeleri sürekli bir uyumu ifade etmektedir. Genellikle kendi kaynakları üstünde tasarruf edebilen işletmelerin bazı durumlarda politik çevre durumlarına da etki edebildikleri görülmektedir. Bu durumun dışında işletmeler, etkide bulunamayacakları ve

yönlendiremeyecekleri diğer gelişmelerle de karşı karşıya kalabilmektedirler. Başarı faktörünü ele alarak olası risklere karşı tam güvence, çıkabilecek şeylere hazırlıklı olma ve değişiklik yaşanabilecek durumlara uyum sağlamayı ifade etmektedir. Bunlar genellikle ortaya çıkacak fırsatların değerlendirilmesi nezdinde olabileceği gibi, beklenilmeyen durumlarda baş gösteren ve işletmenin içine düşebileceği sıkıntılar dikkate alınarak işletme etkinlikleri ve işletme kaynaklarının sigorta kapsamına alınması (yangın, doğal afet vs. sigortaları) şeklinde de olabilmektedir. Risk durumu, çalışma hayatında işletmeler için özellikle de KOBİ'ler için her daim var olacaktır. Risk kavramının olumsuz durumundan ötürü genellikle beklenilmeyen negatif durumlarla karşılaşılması, piyasada daralma, üretim kaynakları ile ilgili bir sorun ortaya çıkması, doğal afet hâli gibi durumlar risk faktörleri şeklinde belirtilebilmektedir. KOBİ'leri kapsayan yerine getirilemeyecek şekilde bir beklentiye girilmiş olması ve bunun sonucunda nitelik veya nicelik olarak karşılanamayacak bir talebin oluşması da işletmeler için ciddi bir risk oluşturmaktadır. KOBİ'lerin müşteri beklentilerini doğru oluşturup anlama konusunda dikkatli olup hassas davranmaları gerekmektedir. Müşteri beklentilerinin niceliği itibarıyla ele alındığında, eğer üretim kapasitesi beklentinin arkasında kalır ise yine müşteri memnuniyetsizlikleri ortaya çıkacaktır. Bu durum, tamamen gerek duyulmayan bir talep oluşmasına ve ardından ortaya çıkan cevap verememe ve memnuniyetsiz müşteri oluşturma hâlinin sonucuna kadar gitmektedir. Belirsizlik durumunda piyasada talep artışı ve azalışı söz konusu olacaktır. KOBİ'lerin bu iki duruma karşı da her zaman hazırlıklı olması gerekmektedir. Ek talep oluşursa bu üretim açığını karşılayacak yeni üretim desteği önceden belirlenmelidir. Bunun dışında talep daralması ortaya çıkarsa da yeni piyasa kapsamı bakımından alt yapılar oluşturulmalıdır. Bundan sonra hangi durum gerçekleşirse o duruma göre bir “B Planı” devreye sokulmalıdır (Küçük, 2014).

1.2.2.5.5. Uygun İş Fırsatı

Uygun iş fırsatı teriminde amaç, ihtiyaç duyulan bir alanda hazır şekilde piyasada yatırımın ortaya çıkmayacağı şeklinde olabileceği gibi, var olan yatırımların müşteri ihtiyaçlarını gereğince tatmin edememesi şeklinde açıklanmaktadır. Fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik şeklinde iki bölümde incelediğimiz girişimciler ya pazarda ortaya çıkabilecek fırsatları bekleyerek ya da müşterilerin olabilecek olası

ihtiyaçlarını önceden tespit ederek ilgili bölümlere yatırım yapma şeklinde girişimci niteliğini kazanırlar. Girişimciler, ortaya çıkaracakları piyasa araştırmaları ile müşterilerin mevcut ihtiyaçlarını ve bu ihtiyaçların hali hazırda var olan yatırım veya ürünlerle, hizmetlerin yeterince karşılanıp karşılanmadığını tespit etmelidirler. Yine yapılacak olan araştırmalar nezdinde kendi yaratıcı zekâlarını da ortaya çıkararak, müşterilerin ihtiyaç duyduğu ama piyasada yeterli olmayan ürünleri belirleyerek bu ürünleri üretmek suretiyle başarı kazanabilirler. Bu konuda dikkat edilecek bir durum da muhtemel rakiplerin rekabet güçleridir. Girişimci, rakiplerin rekabet güçlerini ve bunun yanı sıra kendi kaynaklarını da ele alarak piyasanın tamamını veya belli bir bölümünü kendi işletmesine hedef pazar olarak seçmelidir (Küçük, 2014).

1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

Girişimciliğin birçok avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Girişimci işe başlama sürecinde bu avantaj ve dezavantajların her zaman farkında olmalıdır. Lambing ve Kuehl'e göre bu durum şu şekilde aşağıda belirtilmiştir (Projesoft, 2024).

1.3.1. Girişimciliğin Avantajları

1.3.1.1. Ücret

Girişimciler, herhangi bir işletmede ücret usulü ile çalışan insanlara nazaran daha çok gelir elde etme şansını yakalamaktadırlar. Özel sektörde veya kamuda elde edilecek ücretin günü geldiğinde kişinin hesabına yatacak olan ücret bedeli bilinebilmektedir. Ama kişi kendi girişimini kurduktan sonra, belli bir zaman dilimi geçip işinde başarılı olduğu takdirde, daha önce başka bir yerde çalışırken kazandığı tutarın çok daha fazlasını kazanma imkanına sahip olabilmektedir.

1.3.1.2. Özerklik

Bağımsız bir şekilde karar verme yetkisi ve özgürlüğü içinde bulunmak girişimciliğin en temel amaçlarından bir tanesidir. Girişimcinin kendi işinin sahibi olması birçok özelliği içinde barındırmaktadır. Girişimcilerin işletmelerini kurmalarında en önemli faktörlerden biri de bağımsız olabilme isteğidir. Başka bir kişinin emri altında çalışmadan kendi işinin patronu olmak tüm bireylerin her zaman isteyebileceği bir durumdur. Girişimci, işletmesini kurduktan sonra kendisinden başka

üst pozisyonda kimse olmayacağı için daha çok iş yaşamında azimli ve hevesli olacaktır. Bağımsız olabilme özelliği insanları bir girişim gerçekleştirmeye sevk eden en önemli faktördür diyebilmekteyiz.

1.3.1.3. Yaratıcılık

Girişimcinin, kurduğu işletme büyüdükçe, kişinin yaratıcılık özelliği de gittikçe etkin bir şekilde güçlenmeye başlayacaktır. Girişimciler her zaman yaratıcı olan insanlardır. Girişimci işini geliştirmeye başladıkça sorun çözme kabiliyeti aynı oranda artacaktır. Bu durum da girişimcilikte en önemli faktörlerden birisini içermektedir.

1.3.1.4. Başarma Hissi

İşletme kurma sürecinde her girişimci için yeni başlangıçlar oldukça önemlidir. Bir işletme kurmak yada bir girişimde bulunmanın ilerleyen zamanlarda ortaya çıkacak olan başarma hissi girişimciye büyük bir özgüven vermektedir. Herhangi bir işletmede çalışan birey bu işletmede çalıştığı takdirde fikirlerini hayata geçirme olasılığı genellikle düşük bir seviyededir. Bu durumun sebebi son karar verici merkezin birey olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden bireyin fikirlerinin hayata geçme olasılığı biraz zayıf gözükmemektedir. Ama birey kendi girişimini kurduğunda karar verici en son mercii kendisi olduğu için fikirlerini daha kolay hayata geçirebilmektedir. Girişimcinin kendisine ait olan işletmeden elde edeceği her türlü başarı kişiyi ekstra motive etmektedir. Girişimci kafasında planladığı her türden soyut bir fikri kar elde eden somut bir fikre çevirmeye başladığında kişinin hissiyatında değişim süreci ortaya çıkmaya başlar. Bu sürecin getirdiği özellik işletmelerde her zaman başarı sağlamaktadır.

1.3.1.5. Finansal Kontrol

Günümüzde hemen her girişimci finansal anlamda güç elde edip bağımsız olmak istemektedir. Girişimcilerin büyük çoğunluğu çok varlıklı olmanın yanı sıra ekonomik anlamda hakimiyet kurmayı istemektedirler. Bu durum genellikle toplumda saygı görmeyi getirmekle beraber aile, arkadaşlar yada sosyal çevre tarafından beğenilmek ve takdir edilmek şeklinde anlatılabilmektedir.

1.3.2. Girişimciliğin Dezavantajları

1.3.2.1. Kişisel Özveriler

Girişimciler işletmelerini ilk kurduğu zamanlarında sürekli olarak kendi işleri ile meşgul olmaktadırlar. Bu yüzden aile, sosyal çevre gibi alanlara fazlaca vakit ayıramazlar. Bunun sonucunda aile ve arkadaşlık ilişkilerinde bazı durumlarda gerilimler ve bazı sıkıntılar ortaya çıkabilmektedir. Bu noktada önemli olan girişimci işletmesini kurarken ne ölçüde özverili olması gerektiğini iyi hesaplamasıdır.

1.3.2.2. Sorumluluk Yüğü

İşletme de girişimcinin çalışanlara göre sorumluluğu çok yüksek seviyededir. Girişimci işletmenin tüm maddi ve manevi şeylerinden sorumludur kişidir. Bu yüzden girişimci işletmesini her zaman takip ederek çalışma hayatında başarıyı hedef haline getirmektedir.

1.3.2.3. Zarara Fazla Tolerans Gösterememek

Girişimcilerin bazı durumlarda aldıkları kararlar işletmelerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Uzun süredir piyasada yer alan işletmeler alınan olumsuz kararlar ile geçmiş yıllara göre etkisini yitirip kapanma noktasına gelebilmektedirler. Bu sebeple girişimciler kendi almış oldukları ya da uyguladıkları kararlarda zarara uğrayacağı faaliyetlerde fazla tolerans göstermeden girişimlerini geliştirme ve daha ileriye taşıma eyleminde olmalıdırlar. Bunların dışında finansal sorunlar ve stres gibi faktörlerde hayat konforunun düşmesine sebep olabilmektedir. Bu durum da girişimciliğin dezavantajları arasında kendine yer bulmaktadır.

1.3.3. Girişimcilik Süreci

Girişimcide oluşan bir iş fikrinin gerçek bir işe dönüşme süreçlerine girişimcilik süreçleri adı verilmektedir. Girişimcilik kavramı zamana yayılan bir süreçte birbirine benzeyen ya da birbirinden tamamen farklı aktiviteleri içinde barındıran süreçler bütünü olarak ele alınmaktadır. Bu süreç, iş fikrinin ortaya çıkması ile oluşmaktadır. Bu iş fikrinin zamanla kar amaçlı bir şekilde paraya dönüştürölmesine kadar devam etmektedir. Bu süreç içerisinde alınan kritik kararlar girişimciliğin süreçlerini oluşurmaktadır. Girişimcilik süreçlerinin her birinin kendine özgü olan yöntemleri ve bazı mevcut özellikleri bulunmaktadır. İşletmeci için kritik seviyede olan bu girişimcilik süreçlerini doğru bir şekilde uygulanıp işletme açısından olumlu katkılar

sağlamalıdır. Bu süreçlerin işletmeye girişimci tarafından doğru bir şekilde uygulanması, işletmenin sağlam bir şekilde gelişmesini ve girişimcinin başarısını etkilemesinde en büyük faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Girişimcihaber, 2024).

1.3.4. Motivasyona Sahip Olmak

Motivasyona sahip olmak, girişimcinin o işi yapma aşamasında isteğinin en üst seviyesinde olması demektir. Motivasyona sahip olmak aynı zamanda, işletmecinin girişimini oluştururken ortaya çıkan birçok problemle yüzleşip bu problemlerle baş edebilmesini gerektirmektedir. Girişimcinin motivasyon kaynaklarına değinecek olur isek şu şekilde belirtebiliriz: Bağımsız çalışma isteği, başkalarından emir almamak, mevcut işinden daha fazla para kazanmak, toplumsal itibar sahibi olmak, iş fırsatları hazır varken bunları kaçırmamak ve değerlendirmek, işi istemek, başka bir fırsatın denk gelmemesi gibi özelliklere yer verilmektedir (Atalay, 2024).

1.3.5. İş Fikri

Her girişimcilik kişinin hayal kurması ile başlamaktadır. İlerleyen zamanlarda bu hayal bir fikre dönüşerek yoluna devam etmektedir. Girişimcilik ilk aşaması olan süreç iş fikrini oluşturma ve uygulama sürecidir. Mevcut ortamda var olan ya da yeni kurulacak olan bir işletme için hem içerden hem de dışardan çeşitli değişiklik taleplerinin uygulanması ile bu süreç başlama aşamasına geçmektedir. Bu aşamaya geçildiğinde, taleplerin uygulanması ile birlikte iş fikirlerinin bulunması gerçekleşir. Girişimcilik süreçlerinde olduğu gibi inovasyon süreçlerinde de ilk süreç arama aşamasıdır. Genellikle iş fikirleri arama ve bulma süreci, girişimcilik ruhunun tam olarak tetiklendiği aşama olduğundan, girişimcilikte yaratıcılığın da en fazla kullanıldığı aşamayı oluşturmaktadır. Yaratıcı iş fikirleri daha önemli hale gelmeye başlamasından dolayı işletmelerin yaratıcılığı yönetmeye başladıkları söylenebilir. İşletmelerin kuruluş aşamasında belirli iş fikirleri girişimci tarafından ortaya ortaya atılmaktadır. Girişimcilerin iletişimleri, gözlem yapabilme ve yeteneklerinin verimli olduğu durumlarda girişimci hayallerinden iş fikri çıkarma ihtimali daha da artmaktadır. İş fikrinin hayata geçme aşamasında ise; iş fikrini üreten girişimcinin yanında onun çevresi bu fikrin olgunlaşması ve gelişmesi için büyük bir çaba sarfetmektedirler. Çoğulcu katılım bu süreçte fikrin daha iyileşmesine ve gelişmesine

büyük bir katkı sağlamaktadır (Girişimcihaber, 2024).

Girişimcilik sürecinde bir iş fikri ortaya sunulurken şu üç soruya kesinlikle olumlu bir şekilde cevap verilmelidir:

- Çevrede değerlendirilmeye yönelik bir iş fırsatı var mıdır?
- Ortaya koyacak olduğum girişimi yönetebilecek bilgi, beceri, deneyime sahip miyim?
- Çevrede iş fırsatı var ve yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahibim. Fakat, işi kurmaya yönelik kaynaklara sahip miyim?

Bu üç soruya olumlu cevap verildiği takdirde girişimci iş fikrini artık hayata geçirebilir denmektedir (Atalay, 2024).

1.3.6. Çalışma Programı (Zamanlama)

Çalışma programında; iş kurma sürecinde yer alan bütün etkenlerin tam bir zamanlaması yer almaktadır ve bu etkenler yazılı olacak şekilde dosya haline getirilerek hazır hale getirilmelidir. Bu etkenler şu şekilde sıralanmaktadır: İş fikrinin ön değerlendirilmesi, iş planı dosyasının hazırlanması, yapılabilirlik (fizibilite) araştırması, işin kurulması, işin geliştirilmesi şeklinde sıralanabilmektedir.

1.3.7. Ön Değerlendirme

Bu aşamada, iş fikrinin ortaya konmasında bir engelin var olup olmadığı araştırılmaktadır. Buna ek olarak birden fazla iş fikri varsa hangisine odaklanılması gerektiği kararı bu aşamada verilmelidir. Bu aşamada genellikle şu sorulara cevap verilmektedir:

- İş fikrinin yerine getirilmesinde yasal gereklilik, izin, ruhsat gerekli midir?
- İşin fikrinin gerektirdiği çalışma şekli ve kendisinden talep ettiği çabalar ile iş fikrini ortaya koyacak olan kişinin özellikleri örtüşmekte midir?
- Ne kadarlık bir finansmana ihtiyaç vardır? İşletmenin başarılı sayılması için hangi ölçütler belirlenmelidir?
- Piyasaya, adım atacak olan girişimde çalışabilecek nitelikte personel var mıdır?

1.3.8. Yapılabilirlik (Fizibilite) Araştırması

İşletmede yapılan fizibilite yani yapılabilirlik araştırması, girişimcinin işletme kurma sürecinde hedeflerini gerçekleştirme doğrultusunda karşısına çıkması muhtemel engellerin olmadığı anlamına gelmektedir. Girişimcinin iş fikrinin uygulanabilir olduğunun onayı veya hangi iş fikrinin daha kabul edilebilir ya da yapılabilir olduğunu anlamak için girişimciyi destekleyen teknik bir çalışmadır. Fizibilite çalışması genellikle; teknolojik araştırma, pazar araştırması, ekonomik ve finansal araştırma, yasal araştırmalar ve örgütsel araştırmalar şeklinde alt başlıklarda incelenerek raporlanmaktadır. Bu araştırma, kesin yatırım kararı alınmadan önce yapılmaktadır. Bunun sonucunda, yapılması ve planlanması düşünülen yatırımla ilgili ekonomik, teknik, finansal ve hukuki bilgiler toplanır. Bütün bu bilgiler toplanma aşamasından sonra, gerçekten hem kârlı hem de yatırım yapılabilir bir alana mı yatırım yapılıp yapılmayacağına karar verilmektedir.

1.3.9. Ekonomik Araştırma

Girişimcilik sürecinde bu aşamada yatırım yapılacak alanla ilgili genellikle şu sorular sorulmaktadır: Piyasa araştırması ve talep tahmini yaparken girişimci genelde işletme faaliyete geçtiğinde belirli bir fiyattan satılacak olan mal ve hizmetin sunulacağı pazar var mıdır? Buna ek olarak o fiyata satılacak olan mal ya da hizmetin yeterli sayıda alıcı müşterisi piyasada olacak mıdır? Sorusunu sormaktadır. Bunun devamında ise, işletme büyüklüğünün hesaplanması kavramı ele alınmaktadır. Bu konu hakkında sorulacak soru ise, kurulan işletme küçük, orta ya da büyük ölçekli mi olacaktır? Şeklinde sorulmaktadır. Son olarak işletme sürecinde uygun kuruluş yerinin seçimi faktörüne değinecek olur isek, bu kavram işletmenin finansal performansını ve gelişimini sürdürmesinde çok önemli olan bir faktördür. Uygun bir kuruluş yeri seçimi ulaşım ve lojistik maliyetlerini düşürebilen ve/veya müşterilerin cazip bulduğu bir lokasyon olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.3.10. Teknik Araştırma

İşletme kurma sürecinde üretim aşamasında hangi teknik ve teknolojilerin kullanılacağı bu aşamada belirlenmektedir. Şu sorular genellikle teknik araştırma yapılırken sorulmalıdır:

- Ürün tasarımı varsa ambalajlaması nasıl olacaktır?
- Ürünün işlevleri nelerdir?
- Ürünü üretirken kullanılacak olan hammadde, enerji vs. hangi kalitede olacaktır?
- Ürünü üretirken insan kaynağına ihtiyaç var mıdır, var ise hangi nitelikte olacaktır? Yok ise işler otomasyonla mı gerçekleştirilecektir?

1.3.11. Finansal ve Hukuki Araştırma

Finansal araştırmada işletmeler faaliyetlerine başlamak ve bu faaliyetlerini sürdürebilmek için bazı kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple finansal araştırma finansal kaynakların sağlıklı ve en uygun bir şekilde edinilmesine yardımcı olmaktadır. Genellikle finansal araştırma yapılma aşamasında işletmenin gelir, gider veya tahminlerinin önceden yapılması, etkinlik, verimlilik, kârlılık analizlerinin planlanması, işletmenin devamı için öz ve yabancı sermayenin belirlenmesi, son olarak ise işletmenin yapacağı kısa, orta ve uzun vadeli yatırımların ortaya konması ve hesaplanması gibi işlemler yapılmaktadır. Hukuki araştırma kavramına gelecek olur ise, gerekli olan hangi yasal izinlerin alınması ve işletmenin hukuki yapısının ne olacağı yönündeki sorulara cevap verildiği araştırma türüdür.

Girişimciler işletme yönetme süreçlerinde vizyon sahibi olup, gelecek planı yapan, yenilikçi ve çözüm odaklı olan bunun dışında ise ortaya çıkan fırsatları her zaman kovalayan bir yapıda bulunmaktadırlar. Girişimci işletmesinin yönetim aşamasında her zaman doğru kararlar almak zorundadır. Bunun sebebi ise işletmenin çıkarları yönünde ticari faaliyetler ile beraber işletmenin kâr amacı elde etmesidir. Girişimcilik süreci bir girişimcinin yeni bir girişim ortaya çıkarma sürecini ifade etmektedir. Bu süreçte genelde ortaya çıkacak fırsatların elde edilmesiyle beraber işletmenin var olan kaynaklarının hep birlikte toplanması ile girişimdeki örgütsel yapının oluşturulması sonucunda meydana gelmektedir. Girişimcilik süreçleri işletme sürecinde genelde iki tür model etrafında bir araya gelmektedir. Bunlardan birincisi ‘Timmons Girişimcilik Süreci Modeli’dir. Bu modelde işletmeler için üç adet özellik bulunmaktadır. Bunlar; girişimci, fırsat ve son olarak yeni bir işletme kurup onu büyütmek için ihtiyaç duyulan kaynaklardır. İkincisi ise, ‘Carol Moore’un Girişimcilik Süreci Modeli’dir. Bu modelde ise girişimcilik süreci birbirini takip

eden olaylar ve süreçler olarak tanımlanmıştır. Bunlar genelde olaylar, yenilikçi fikir, uygulama ve gelişme aşamalarını oluşturmaktadır. Bahsedilen bu modelde girişimcilik süreci her aşamada işletmeyi geliştirecek faktörlere yön vermektedir. Bu tanıma göre girişimci özellikler genel olarak kişisel özelliklerin yer aldığı ve çevresel faktörlerin yardımı ile şekillenmektedir.

1.4. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Girişimcilik sürekli kendini yenileyen bir süreci içermektedir. Kendi çerisinde vizyonu, yaratıcılığı ve değişimi sürekli barındırmaktadır. Girişimci elinde olan maddi imkanlarla birlikte yeni fikirler oluşturarak sosyal bir yarar veya ticari bir faaliyetler içerisinde yeni faaliyetler üretmektedir. Girişimci kişiyi diğer kişilerden farklı kılan özelliklere değinecek olur isek, girişimci bireyler diğer insanların kaos ya da karmaşa içerisinde gördüğü durumları kendileri için bir fırsat olarak görmesidir. Bunun yanı sıra diğer insanların çözemedikleri ya da zorlandıkları bazı problemleri çözebilmek adına alternatif kaynaklara başvurması ve onları devreye sokması önem arz etmektedir. Girişimciler, herhangi bir sektörde işletme sahibi olabilmek için girişimler oluşturabilirler, bunun dışında hali hazırda bulunan işletmelerinde girişimci ruhlarıyla beraber yenilik ve büyüme getirebilmektedirler. Ülke ekonomisinde etkin bir role sahip olan girişimcilik, yeni işletmelerin kurulması ve bu işletmelerin gelişmesi için ekonomide anahtar rol almaktadırlar.

Diğer bir konuya gelecek olur isek girişimciliğin kendi içinde çeşitli türleri bulunmaktadır. Girişimcilik türlerine dair çeşitli sınıflandırmalardan ve genel olarak yedi tür girişimcilik türünden bahsedilebilmektedir. Bunlar türler sırası ile; yaratıcı girişimcilik, ticari girişimcilik, iç ve dış girişimcilik, kamu girişimciliği, kadın girişimciliği, sosyal girişimcilik ve internet girişimciliği şeklindedir.

1.4.1. Yaratıcı Girişimcilik

Yaratıcı girişimcilik kavramı, girişimci tarafından ortaya konan yeni bir fikir veya herhangi bir icadın yanı sıra mevcut pazarda kendine yer bulan bir mal ve hizmetin geliştirilerek kâr elde edilebilecek bir durumda piyasaya sunulmasını ifade etmektedir. Hali hazırda bulunan girişimcilik türleri bir girişimi ya da bir düşünceyi geliştirmeye yönelik bir amaca sahip iken yaratıcı girişimcilik üretim ve sanayi sektörü gibi alanlarda faaliyette bulunmamaktadır. Yaratıcı girişimcilik girişimde

bulunan kişinin edinmiş olduğu bilgi birikimi ve tecrübelerini bir araya toplayarak yeni bir iş modeli oluşturmıştır. Günlük yaşamımızda etkili bir şekilde yer alan akıllı telefonlar, sosyal medya platformlarından biri olan Facebook bu tür bir girişimciliğin ürünlerini içermektedir (Linkedin, 2024).

1.4.2. Ticari Girişimcilik

Ticari girişimcilik, diğeri bir adı ile “özel sektör girişimciliği” olarak da terimlerde yer edinmektedir. Ticari girişimcilik kavramı kâr amacı ile birlikte üretim faktörlerinin hepsinin bir araya getirilmesini ifade etmektedir. Bu durum ticaret adı altında yapılan her türlü iş bu girişim türünün alanına girmektedir. En önemlisi ticari girişimcilikteki temel amaç kâr elde etmektir.

1.4.3. İç ve Dış Girişimcilik

Girişim sürecinde veya işletme içinde gerçekleştirilen her türlü girişimcilik faaliyetine iç girişimcilik adı verilmektedir. Bu faaliyetin dışarısında yer alan girişimcilik faaliyetleri ise dış girişimcilik olarak adlandırılmaktadır. İç girişimcilik kavramı girişimcilikte etkinlik gösteren bir işletmenin piyasaya sunacağı yeni bir hizmet veya üründen, pazarlamadan, yönetime, satın almaya ve satışa kadar olan tüm alanlarda yapılan veya yapılmış olan yeniliklerin ticari bir hale gelme süreci ve bunların sonuçlarıdır. Özetle, iç girişimcilik kavramı işletmenin kendi içerisinde yeni fikir veya proje üretmesi aşamasına denmektedir. Örnek vermek gerekir ise işletmenin sistemlerini optimize etmesi, bunun dışında yeni teknolojik yeniliklere başvurması iç girişimcilik olarak anlatılmaktadır. İç girişimcilik işletmelerin itici olan etkin gücünü oluşturmaktadır ve işletmelere her bir süreçte farklı değerler katmaktadır. İç girişimciliği yeterli seviyeye ulaşmamış olan işletmelerin yaşamı, direnç gösterme ve gelişim güçleri diğeri işletmelere göre zayıftır. Bu yüzden bu tür özelliğe sahip olan işletmeler yaşamlarını sürdürmekte zorlanırlar ve günün sonunda yok olmaya mahkum olmaktadır.

1.4.4. Kamu Girişimciliği

Kamu girişimciliğinde girişimci kişi bir şahıs veya özel bir kurumu içermemektedir. Bu girişimcilik türünde yaratıcı bir fikir ortaya çıkaran girişimci ile bir kamu kurumu sermayeyi ve fikri kendisi ortaya koymaktadır. Diğeri bir ifade ile açıklamak gerekir ise ortaya konmuş olan yaratıcı fikrin hayata geçirilmesi sürecini

devlet kendisi üstlenir, bunun dışında ise mal veya hizmeti kendi eli ile üretmektedir. Buna ek olarak eğer kamu kurumu veya devlet eğer bir girişimciye katkıda bulunuyorsa bu durum da kamu girişimciliğinin kapsamı alanına girmektedir.

1.4.5. Kadın Girişimciliği

Girişim sürecinde kâr amacı elde ederek ekonomik olarak mal veya hizmet üreten ya da pazarlama amacı ile üretim faktörlerinin hepsini sistemli bir biçimde bir araya getiren, girişimlerinin sonunda ise ortaya çıkabilecek riskleri göze alan kadınlar “kadın girişimci” olarak tanımlanmaktadır. Ülkenin kalkınma sürecinde etkin bir role sahip olan kadınların birer girişimci olarak yeni fikirler üretmesi, kendi işletmelerini kurması kadın girişimciliği içermektedir. Günümüzde kadınların girişimciliğe yönelmesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Çok sayıda kadın kendi işinin patronu olma arzusu, bağımsız çalışma isteği, risk almaya eğilimine yatkınlık gösterme, yeniliğin getirdiği değişim ve girişimin tatmin etmesi vb. gibi sebepler ile girişimciliğe yönelmektedirler. Günümüzde yer alan ve her zaman etkisini gösteren sosyokültürel yapıda meydana gelen değişimler, küreselleşmenin ortaya çıkardığı yenilikler, gelişen teknoloji, kadınların eğitim ve çalışma hayatına katılımlarının yükselmesi gibi faktörler nedeniyle kadınlara ait girişimlerin sayısı her geçen gün artmaktadır.

1.4.6. Sosyal Girişimciliği

Girişimcilik yaklaşımlarının öncelikli olarak toplumsal sorunlara uyarlanması sosyal girişimcilik kavramını oluşturmaktadır. Sosyal girişimcilik kavramı; insan haklarından, çevresel faktörlere, ülkelerin kalkınma süreçleri gibi çeşitli örnekler içeren toplumsal sorunları çözebilmek adına sistematik bir şekilde yaratıcı çözümler geliştirilmesini ele almaktadır. Günümüzde yer alan bir sosyal girişimci birey, toplumun değişik ve karışık olan sorunlarına çözümler üretmeyi amaç edinmiştir. Sosyal girişimci kişi parçası olduğu toplum içerisinde her zaman ortaya çıkan ya da var olan günümüz toplumsal problemlerini fark ederek o güne kadar kimsenin aklına gelmeyen, veya cesaret edilemeyen bir yaklaşım ile görünen aksaklıkların, problemlerin üstüne gitmektedir. Bu girişimcilik türü genel olarak üretken bir yapıya sahiptir. Bunun dışında duyarlı ve gerçekçi bir tavır ile farkındalık oluşturmaya kendilerine amaç edinmişlerdir.

1.4.7. İnternet Girişimciliği

Gelişen teknoloji ile birlikte günümüzün küreselleşen toplumunda internetin yaşamımızda vazgeçilmez bir parçası haline geldiği süreçte internet girişimciliğinin de önemi bir hayli artmıştır. İnternet girişimciliği genel olarak risk elde ederek yaratıcı veya yenilikçi çözümler bulan ve bu çözümleri iyi bir yönetim anlayışı ile birleştirip günün sonunda internet olmadan elde edilemeyecek biçimlerde ekonomik bir faaliyet veya sosyal bir fayda yaratmak girişimcilerin temel amaçlarındandır. İnternet girişimciliği kendisini en çok e-ticaret alanında göstermektedir. İnternet girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden farklı olarak genelde düşük bir sermaye ile girişime başlama sürecini içermektedir. Bugün internet girişimcilerinin sayısını artıran en önemli faktör düşük işletme giderleri ve geniş bir pazara erişim imkânı gibi etkenlerdir. İnternet girişimcilerinin elde ettiği en avantajlı özelliği, diğer alanlardaki girişimcilere kıyasla onların daha az sermaye ile çok daha hızlı bir şekilde büyüme fırsatına sahip olmalarıdır. Bu durum girişimde riskin doğuracağı sermaye kaybının yaşanmasının önünde bir engel olarak durmaktadır.

1.4.8. Elit Girişimciler

Elit girişimciler girişimcilik sürecinde kendi alanlarında çok başarı elde eden firmaların ve temel örgütsel yapıların içinde sıkı bir biçimde çalışarak hızla içinde bulundukları kendi pozisyonlarını genellikle CEO'luk seviyesine kadar yükseltmektedirler. Bu girişimciler içinde yer aldıkları sistemin genişlemesi ve büyümesi için var gücüyle çalışırlar, ancak bunun dışında kendi kurumlarına finansal olarak fazla katkıları olmayabilmektedir. Elit girişimciler genellikle firmanın yüksek düzeyde yer alan ve yüksek mevkide görevlerini yürüten çalışanlarını içermektedir. İçinde bulundukları toplum ve ekonomik yapıda kendilerini diğerlerine göre daha üstte yer alan insanlar olarak görmektedirler. Bu insanlar gerçek olmakla birlikte son derece üst düzey bir yaratıcı kişiliğe sahiptirler. Bu tip girişimciler genelde kendi girişimlerini kurarak yükselirler ve daha sonra büyük firmalara dönüşme yolunda ilerleme kaydederler. Bu türün en güzel örnekleri Conrad Hilton ve Walt Disney oluşturmaktadır.

1.4.9. Bağımsız Girişimciler

Girişim aşamasında yer alan bir diğer tür olan bağımsız girişimciler genel olarak kendi işletmelerini elde edip kurmaktadırlar. Tipik olarak özerkliklerine düşkündürler ve başkası için çalışmak istemezler. Onlar için işletmeleri kendilerinin ayrılmaz bir parçasını oluşturur ve bu durum yalnız çalışma isteklerini yansıtmaktadır. Bu girişime özellikle hizmet sektöründeki çok sayıda kendi işini yapan bireyleri örnek olarak göstermek faydalı olacaktır. Apple'ın kurucusu Steve Jobs bu grubun en iyi örneğini içermektedir.

1.4.10. Serbest Girişimciler

Serbest girişimcilerin en temel isteği bağımsız olmak ve bunu özel teşebbüslerle sağlama imkanı olmalarıdır. Bu girişimcilik türünde kurulmuş olan işletme küçük yatırımlarla iş hayatına adım atar ve bu şekilde devam etme girişimindedir. Herhangi bir kurulu düzene tehdit oluşturma yoluna gitmezler. Bunun yanı sıra işletmenin büyüme kapasitesi olduğunda bile, işletme büyüme yoluna girdiğinde girişimci kişi kurumsal yapısı sebebiyle bu durumu devam ettirmek istememektedir. Bu girişim türüne örnek olarak genellikle küçük seyahat acentaları vb. gibi işletmeler incelenebilmektedir.

1.4.11. Takım Girişimciler

Yüksek profilli elde eden ve girişimi bu şekilde sürdüren elit girişimcilerin çoğu genellikle kendi çevrelerinde var olan bir uzmanlar grubu kurmak ve onları işletme açısından motive etme konusunda oldukça başarılıdırlar. Bunun sonucu olarak girişimciler kendi çalışanlarının ve ortaklarının yaratıcılık becerilerini ortaya çıkarabilmektedirler. Takım girişimcilerin en akla gelen özellikleri genelde bu yöndedir.

1.5. DÜNYA'DAN GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ

Başarılı bir girişimcinin en büyük özelliği işletme sürecinde pratik çözümler üretebilmesidir. Dünya başarılı olmuş girişim ve girişimcilik örneklerine değinecek olur isek şu şekilde ifade edilebilir:

1.5.1. Jeff Bezos - Amazon

Amazon e-ticarete yeni bir süreç getirmiş olan bir internet sitesidir. Sitenin kurucusu olan Jeff Bezos dünya üzerinde önemli bir girişimcilik hikayesine sahip bir girişimcidir. Amazon yeni kurulduğu zamanlar bir çevrimiçi kitapçı olarak faaliyet göstermiş olup daha sonraki yıllarda müzik ve video içeriği ticareti gibi farklı alanlarda satış yaparak kendi bünyesini büyütme sürecine girmiştir. Amazon birçok kez yaşanan ekonomik sorunlar sebebi ile iflas etme noktasına gelmiştir. Ama içine düştüğü bu durumlardan başarılı bir yönetim ile sıyrılarak günümüzde çok büyük bir pazar payı elde etmiş olup halen gelişimini sürekli ilerletmektedir (Toptalent, 2024).

1.5.2. Jan Koum – WhatsApp

WhatsApp uygulaması günümüzde milyonlarca kişinin severek kullandığı bir mesajlaşma uygulamasıdır. Kurucusu Jan Koum'dur. Kendisi yoksul bir ailede dünyaya gelip yaşamını sürdürmüştür.İlerleyen yıllarda kendi kendini geliştirerek kod yazılımı yazmayı öğrenmiştir. Yahoo adlı günümüzde hala etkin olan şirkette mühendis olarak dokuz sene çalışmıştır.Bir devrim niteliği olacak olan ve normal mesajlaşma yöntemini neredeyse ortadan kaldıracak ve etkinliğini yitirecek bir uygulama üreterek Whatsapp'I oluşturmuştur. 2014 yılına gelindiğinde ise, oluşturmuş olduğu WhatsApp'I 29igiger bir başarılı girişimci olan Mark Zuckerberg'e satan Koum, bu satıştan 19 milyar dolar gelir elde etmiştir. Whatsapp halen günümüzde tüm insanların en çok kullandığı mesajlaşma uygulaması olarak yer almaktadır.

1.5.3. Jack Ma – Alibaba

Jack Ma Alibaba.com'u kurarak dünya üzerinde başarılı olan girişim örneklerinin başında gelmektedir. Küreselleşme ile beraber büyümeye başlayan internet dünyasının yaygınlaşmasını bir fırsat olarak gören Jack Ma kuruluştan itibaren günümüzde insanların hangi yönde talepleri olduğunu takip edip planlayarak bu e-ticaret firmasını büyük şirketler arasına sokmayı başarmıştır.

1.5.4. Konosuke Mathushita - Panasonic

Japonya üretim merkezli olup büyük bir tüketim payına sahip olan Panasonic şirketi, Mathushita tarafından kurulmuştur. Kendisi küçük yaşlarda elektronik eşyalara ilgi duymanın getirdiği girişkenlikle bazı dönemlerde işletmelerde çıraklıkta yapmıştır. İlerleyen zamanlarda Mathushita aydınlanma şirketinde teknisyen olarak görev almaya başlamıştır. Çalışmayı çok seven ve herkezin taktirini kazanan Mathushita daha sonra Panasonic şirketini kurmuştur.

1.5.5. Walt Disney - Disney

Walt Disney ilk zamanlarında gazetelerde karikatür çizmek istemiş ancak iş bulamamıştır. Bu durum karşısında pes etmeyip daha sonraları ise gazete ve dergiler için reklam üretme girişiminde bulunan bir firmada çalışmaya başlamıştır. Ardından televizyon reklamları için çalışmaya başlamış ve belirli bir süre boyunca animasyon ile ilgilenip kendi şirketini kurmuştur. Günümüzde milyonlarca hayranı olan Disney bu süreçlerden geçerek tüm insanların bildiği bir konuma gelmiştir (Kolektifhouse, 2024).

1.5.6. Elon Musk – SpaceX, Tesla

Son dönemlerin en dikkat çeken girişimcilerinden olan Elon Musk, SpaceX ve Tesla şirketlerinin CEO'luk görevini üstlenmektedir. Gelecekteki başarı ulaşma rotasını henüz daha 12 yaşında belli eden Elon, kendi kendine bir video oyunu geliştirmiştir ve bunun sonucunda girişimcilik serüvenini daha o zamandan oluşturmaya başlamıştır. Geliştirmiş olduğu bilgisayar oyununu bir bilgisayar dergisine satan genç Elon için ilk girişimi buradan başlamıştır. Günümüzde uzay şirketi olan SpaceX ve elektronik ödeme şirketi PayPal'ın kurucu ortağı olan Elon Musk, aynı zamanda elektrikli lüks otomobil üreticisi Tesla'nın CEO'luğunu üstlenmiş durumdadır. Elon Musk tüm bu girişimleri ve servetiyle Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg'i geçerek dünyanın en zenginleri listesinde 1. Sıraya yükselmiştir. Başarılı girişimcinin serveti yaklaşık 264,6 milyar dolar olarak ifade edilmektedir (Baruthotels, 2024).

1.5.7. Steve Jobs – Apple

Apple'ın kurucusu ve CEO'su olan Steve Jobs, girişimine ailesine ait bir garajda başlamıştır. O garajda çeşitli girişimler geliştirerek tecrübe kazanma yolunda ilerlemiştir. 1985 yılına gelindiğinde kendi kurduğu şirketten (Apple) kovulmuştur. Ardından pes etmeyip Next Bilgisayar isimli farklı bir şirket kurmuştur. Apple'ın başarısı bir 31ona 31onar tersine dönünce Steve Jobs'un şirkete geri dönmesini sağlamak amacıyla Apple Next firmasını satın almıştır. Bunun sonucunda Steve Jobs 1997 yılında yeniden Apple'de CEO olmuştur. Sıradışı bir başarı hikayesine imza atan Steve Jobs'un kurduğu Apple bugün Dünya'nın en bilinen şirketlerinden birisi konumunda bulunmaktadır. Üretmiş olduğu teknolojik aletlerle özellikle de akıllı telefon olan Iphone modeli ile tüm rakiplerini geride bırakarak liderliği ele almıştır. Apple günümüzde yaklaşık 2 trilyon dolara yakın bir servete sahip bir şirket konumundadır. Apple şu anda Dünya'da en çok satan cep telefonları sıralamasında ilk üçe girmektedir (Kolektifhouse, 2024).

1.5.8. Ingvar Komprad - Ikea

Ingvar, henüz daha beş yaşında kendi kendisine kibrit satarak para kazanmaya başlamıştır. Disleksi hastalığına sahip olmasına rağmen okulunu başarıyla bitirmiştir. Daha sonra babasının kendisine ödül olarak verdiği parayla IKEA'yı kurmuştur. İlk beş yıl mobilya yerine küçük ev eşyaları satma girişiminde bulunmuştur. Bir gün satın almış olduğu masayı arabasına tam olarak sığdıramayınca masanın ayaklarını sökmeyi düşünmüştür. Bu fikir bugünkü IKEA'nın satışının yapısal değişikliğini bu sayede ortaya çıkarmıştır (Yeniisfikirleri, 2024).

1.5.9. Soichiro Honda - Honda

Honda, daha henüz 15 yaşındayken tamir atölyesinde çalışmaya başlamıştır. Kısa sürede çalışkanlığı sayesinde atölyenin başına geçmiştir. İşletmenin fikirleri ile ters düşünce eşinin sahibi olduğu ziynet eşyalarını satarak ile kendi atölyesini kurma yoluna gitmiştir. Kendi tasarladığı yarış aracı ile katıldığı yarışta kötü bir kaza atlatıp ölümden dönmüştür. Daha sonra meslek okulunda eğitim almaya başlamıştır. Ama eğitimini aldığı meslek okulundan da atılmıştır. İlerleyen zamanlarda kurduğu şirketi İkinci Dünya savaşı sırasında Amerikan uçakları tarafından bombalanmıştır. Bunun sonucunda harabeye dönen şirketini Toyota'ya satmıştır. Bundan bir yıl sonra bugünkü Honda şirketini kurmuştur.

1.6. TÜRKİYE'DEN GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ

Günümüz de kendini ispatlamış ve belirli bir seviyeye gelmiş girişim örneklerini şu şekilde belirtebiliriz:

1.6.1 Nevzat Aydın - Yemeksepeti

Nevzat Aydın, Türkiye'nin ilk çevrimiçi yemek siparişi sitesi Yemeksepeti'ni Melih Ödemiş (CTO), Gökhan Akan (CFO) ve Cem Nüfusi (Satış Direktörü) ile birlikte 2001 yılında kurmuştur. Yemeksepeti'nin Türkiye'de hizmet vermeye başladığı dönemde kişisel bilgisayar kullanımı ve internet hizmeti halen daha çok düşük seviyede yer almaktaydı. Bu nedenle şirket ilk 5 yıl boyunca hiç bir şekilde kâr elde etmemiştir. Ancak müşteri deneyimine verilen önem ve iş modelinin sunduğu imkanlar sayesinde Yemeksepeti, kullanıcılarını ve restoranları internetin sunduğu potansiyellere ikna etmeyi başarmıştır. Aydın'ın vizyonu doğrultusunda, Yemeksepeti ilerleyen yıllar içerisinde her zaman en yeni teknolojileri kendine uygulamayı ve kullanıcı memnuniyeti alanında dünya standartlarında adımlar atmayı sürdürmüştür. Şirket 2010 yılına gelindiğinde mobil altyapısına yatırım yapmaya başlamıştır. 2013 yılında ise online kredi kartı ile ödeme sistemini devreye sokmuştur. Bu adım ilerleyen zamanlarda şirket açısından devrim niteliğinde bir karar olacaktır. Daha sonra 2020 yılında temassız teslimat uygulaması da hizmetleri arasında yerini almıştır. Yemeksepeti 2008 yılında, European Founders Fund'dan (Avrupa Kurucu Fonu) ilk yatırımını almıştır. 2012 yılında ise dünyanın en büyük 10 yatırım fonu arasında yer alan General Atlantic'ten (Genel Atlantik) de yatırım almıştır. Bu aynı zamanda General Atlantic'in Türkiye'deki ilk yatırımını içermektedir.

2015 yılında Yemeksepeti Almanya merkezli global online yemek sipariş platformu olan 'Delivery Hero' tarafından 589 milyon dolar gibi bir değer ile satın alınmıştır. Delivery Hero satışı gerçekleştiğinde hizmet verdiği ülke sayısı, Umman, Katar, Lübnan, Suudi Arabistan, Ürdün, Yunanistan, Bulgaristan ve Romanya dahil toplam on ülkeyi kapsamaktadır. Bu durum o güne dek Türkiye'de yapılan en büyük internet satışını içermektedir. Sonrasında ise Aydın yönetimi, satıştan elde edilen kârın 27 milyon dolarını hiçbir karşılık beklemeden yüz on dört Yemeksepeti çalışanına bonus olarak paylaşmıştır. Uluslararası basının ilgisini çeken bu konu,

Time, CNN ve Independent gibi dünya çapındaki saygın haber mecraları tarafından, Aydın'ın "ortada bir başarı varsa bunu hep beraber gerçekleştirdik ve başarı paylaşılınca kesinlikle daha güzel" sözleriyle paylaşmıştır. Intel'in 2016 yılında yayınlamış olduğu Girişimcilik DNA'sı raporunda üniversite öğrencilerinin girişimcilik rol modeli sırasıyla YemekSepeti'nin kurucu ortağı Nevzat Aydın, Apple'ın kurucu ortaklarından Steve Jobs ve Facebook'un kurucu ortağı Mark Zuckerberg olarak açıklanmıştır. Nevzat Aydın, zamanının önemli bir kısmını gençler ve girişimcilere destek vererek geçirmektedir. 2020 yılı itibarıyla Yemeksepeti, Türkiye'de, 50 bini yakın üye restoranla yaklaşık 20 milyondan fazla kullanıcıya hizmet vermiştir. Yemeksepeti günde ortalama 600 bin siparişi kullanıcıya ulaştırılmaktadır. Yemeksepeti ayrıca pandemi döneminin yarattığı küresel çaptaki zorlu ekonomik şartlara sahne olan 2020 yılını, 5 bin yeni işe alımla birlikte yaklaşık 8 bine yakın istihdamla kapatarak Türkiye'de istihdama da olumlu katkıda bulunmuştur. Dijitalleşme, insan kaynaklarına ciddi orandaki yatırımları , e-ticaret olarak anılan hızlı ticaretteki öncü ve lider konumunun da yardımıyla, şirketin yıllık büyümesi günümüzde halen yüzde 50'nin üzerindedir. Şeffaflık, iletişim ve yaratıcılık üzerine kurduğu kurum kültürü, ciro büyümesini ve şirketin teknoloji ve hizmet kalitesi bakımından ortaya koyduğu yenilikleri desteklemektedir. Aydın, 2001 yılından bu yana ifa ettiği Yemeksepeti'nin CEO'luk görevinden 1 Kasım 2021 tarihinde ayrılmıştır (Wikipedia, 2024).

1.6.2. Başak Taşpınar - Armut

Başak Taşpınar; girişimci, iş insanı ve Armut.com'un kurucusudur. Girişimini kurarken ailesinin idealistliklerini ilham aldığını belirtmiştir. Fizik ve matematik alanlarına ilgisi olduğu için Boğaziçi Üniversitesi İnşaat Mühendisliğinden mezun olmuştur. Koç Üniversitesi'nde MBA (İşletme Yönetimi Yüksek Lisansı) yaptıktan sonra ikinci yüksek lisansını Amerika'da tamamlamıştır. Burada bulunduğu süreç içerisinde Nielsen'de araştırma analistliği yapmıştır. Daha sonra ürün yönetimine geçiş yaparak Revlon'da yönetici olarak çalışmaya başlamıştır. 2010 yılına gelindiğinde ise Türkiye'ye dönme kararı almıştır. Taşınma aşamasında tadilat, tamir, nakliyat gibi sıkıntılar yaşayan Taşpınar, Türkiye'deki önemli eksikliklerden birini görmüş ve bu durum onu yeni bir girişim kurma yolunda adım atması için harekete geçirmiştir. Kuracağı sitenin insanların hayatlarını

kolaylaştıracak ve aradıkları hizmete hızlıca ulaşmalarını sağlayacak biçimde olmasını hedeflemiştir. Kurumsal kariyer hayatından sonra kendi şirketini kurmaya karar veren Başak Taşpınar, ‘hizmet piş, ağzıma düş’ sloganıyla girişimini kurmuştur. Evini taşıdığı sırada yaşadığı zorluklardan yola çıkarak oluşturduğu iş fikri, daha çok büyüyerek farklı kategorilerden hizmet vermeye başlamıştır. Bu sayede hizmet verenler müşterileriyle hızlı ve kolay bir şekilde bir araya gelmiş olmaktadır. Armut 2014 yılında Wired UK (Bilim ve Teknoloji Dergisi) tarafından açıklanan listede Avrupa’nın en popüler 100 girişimi arasında yer almıştır. Türkiye’nin en büyük online platform ve hizmet sektörü alanında araştırma ve geliştirme merkezi olarak faaliyet gösteren şirket, 4.000’in üzerinde farklı kategoride 700.000’in üzerinde hizmet sağlayıcı ve hizmet arayan kişiyi buluşturmaktadır. Sekiz farklı millettten 110 kişilik ekibiyle Armut, global markası olan HomeRun ile İngiltere, Mısır, Romanya, Suudi Arabistan, Polonya, Macaristan ve Çek Cumhuriyeti’nde faaliyet göstermektedir. 2021 yılını %111 büyüme ile tamamlayan Armut, başarıyı yakalayarak en çok tercih edilen hizmet platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknoloji girişimine öncü olmanın, büyümesi ve gelişimi için cesareten daha çok çalışmanın öneminden bahseden Taşpınar, girişimin başarısını iyi bir ekip ve müşteri odaklılığına bağlamaktadır. Başak Taşpınar her ne kadar kişisel ve düşük bir sermaye ile yola koyulmuş olsa da yaşadığı tüm zorluklara rağmen bugün Türkiye’nin önemli girişimcileri arasında yer almaktadır (Girisimhaberleri, 2024).

1.6.3. Demet Mutlu - Trendyol

Demet Mutlu 22 Ağustos 1981 yılında New York kentinde dünyaya gelmiştir. Liseyi İtalya’da okuduktan sonra New York’a geri dönmüştür. Burada ekonomi bölümünü birincilikle bitirmiştir. Harvard Master of Business’e kabul edilen Demet Mutlu, daha sonra kendi işini kurmaya karar vererek master eğitimini ikinci yılında yarım bırakmıştır. Bu kararı verdikten sonra kendini finans, pazarlama ve iş geliştirme konusunda ilerletmiştir. 2009 yılının Haziran ayında Trendyol şirketini kurmuştur. Trendyol’a yatırım yapan Emre Kurttepel ve Sidar Şahin ilk ortakları olmuştur. 300 bin dolarla kurduğu bu şirket, ilk 16 ayda 16 milyon kadar bir değere ulaşmıştır. Demet Mutlu’nun bu başarı hikayesi onu daha da güçlendirip kariyerine yeni bir soluk getirmiştir. Trendyol 2010 yılında 34 milyon 33 bin 478 dolar bir sermaye hacmini elde etmiştir. Bunun yanı sıra e-ticaret sektörü sayesinde ünlü

tasarımcıların ürünlerini Anadolu'nun her yerinden fark edilir hale gelmiştir. Bu süreç içerisinde Facebook'da da e-mağaza seçeneklerinin bulunması Demet Mutlu'nun başarı öyküsüne büyük katkı sağlamıştır. Girişiminde ilk kez sanal mağazacılık açması ve Türkiye'de yabancı marken kullanması onu öne çıkaran özelliklerinden biri olmuştur. 2013 yılında yeni bir ofise taşınarak Trend-Store'u açmıştır. 2018 yılına gelindiğinde ise Trendyol Çin merkezli bir e-ticaret platformu olan Alibaba tarafından 1 milyar 78 milyon dolar karşılığında satın alınmıştır. Satış işleminden sonra Demet Mutlu, Ceo'luk görevine devam etmiştir ve bu başarı hikayesi günümüzde hala devam etmektedir. 2020 yılında Trendyol, en çok tercih edilen online alışveriş sitesi olmuştur (Girisimcikadinlar, 2024).

1.6.4. Nazım Salur - Getir

Nazım Salur Bayburt'ta 1963 yılında doğmuştur. Üniversite dönemini 1986 yılında Boğaziçi Üniversitesi'nden İşletme ve Ekonomi bölümü mezunu olarak eğitimini tamamlamıştır. Salur, işletme ve ekonomiye çok ilgi duyduğu için o dönemde ticari girişimcilik ile yakından ilgilenmeye başlamıştır. 2000'lerin başlarından beri başlayan yirmi yıllık bir girişimcilik serüveni başlamıştır. Salur, bazı söylemlerinde özellikle Boğaziçi Üniversitesi'nin sunduğu özgür ortamın girişimcilik yönünü geliştirdiğini ifade etmektedir. Kariyerinin farklı dönemlerinde farklı girişimcilik alanlarında etkinlik göstermiştir. Bunun dışındas pek çok farklı sektörde deneyim kazanmıştır. Kariyerinin ilk dönemlerinde mobilya endüstrisi de yer almıştır. Mezun olduktan sonra bir süre mobilya imalatı ve endüstri alanında çalışmıştır. Bir dönemini ofis mobilyaları üreterek geçirmiştir. Bu alanda faaliyet gösteren firmalara ait üretim tesislerinin satışında rol oynayan şirketler kurmuştur. Daha sonrasında ise Amerika'ya taşınarak kendi şirketini kurmuştur. Bu şirket endüstriyel tesislerin ve fabrika üretim hatlarının satışına aracılık etmektedir. Bu meslek alanında çalışmasının en büyük nedeni ailesinin ve babasının bu meslek grubunda yer almasıdır. Salur, girişimcilik alanında hızlı tüketim ve mobilya, gemicilik ve otomotiv gibi birçok sektörde etkin rol almıştır. Ancak Salur'un girişimcilik serüvenindeki asıl hikayesi, teknoloji sektörüne adım attığı zaman başlamıştır. 2013 yıllarında Türkiye'de teknoloji alanına hitap eden ilk girişimi olan BiTaksi'yi kurmuştur. BiTaksi girişimi, taksi arayan yolcuların mobil uygulama aracılığı ile istedikleri konuma taksi çağırabildikleri bir hizmeti içermektedir. Aynı

zamanda bu girişim, Türkiye’de bir ilki gerçekleştirerek taksilere kredi kartı ile ödeme ayrıcalığını imkanını da sunmuştur. BiTaksi girişimi başarılı olduktan sonra bu girişimden yola çıkan Salur, ikinci girişim modelini ortaya atmıştır. Yolculara üç dakika içinde taksi gönderebilen BiTaksi uygulamasının yanında farklı ihtiyaçları da kısa bir zaman diliminde insanlara ulaştırabilen bir hizmet geliştirmiştir. Bu hizmet adından günümüzde sıkça söz ettiren ‘Getir’ olmuştur. Getir, online market alışverişi sunan bir mobil uygulama hizmetidir. 2015 yılının temmuz ayında tüm Türkiye’de hizmete girmiştir. Dünya genelinde bir ilki yaşatan bu girişim modelinin ilk olarak Türkiye’de ortaya çıkması, girişimcilik ekosistemi adına önemli bir atılım olmuştur. Türkiye’de ticari çalışmalarına başlayan Getir, on dakika gibi bir kısa sürede market ihtiyaçlarını kullanıcılar ile buluşturma imkanı sunmaktadır. Bunun yanı sıra Getir, orijinal bir girişim fikri olarak dünya genelinde yeni bir pazarı ortaya çıkarmıştır. Böylece dünyada bir ilke imza atmıştır. 2015 yılında kurulan Getir, ilk başlarda küçük bir depo ve araçlarda bulunan kısıtlı ürün sayısı ile yola çıkmıştır. Daha sonra ise ürün çeşitliliğini arttırarak Türkiye’de çok sayıda şehre yayılarak devam etmiştir. Getir, Mart 2021’de aldığı 300 milyon dolar yatırım ile 2,6 milyar değerine ulaşmıştır. Böylece Türkiye’nin ilk Unicorn’u olan oyun şirketi Peak Games ‘den sonra ikinci Unicorn unvanını kazanan girişim Getir olmuştur. Market ürünleri teslimat modelini geliştiren dünyada ilk hizmet olan Getir, faaliyetlerini halen sürdürmektedir. Son olarak Getir, Türkiye’deki çalışmalarına daha iyi odaklanmak için gelirlerinin yüzde 7’sini oluşturan İngiltere, Almanya, Hollanda ve ABD pazarlarından çekileceğini duyurmuştur (Teknoloji, 2024).

1.6.5. Kaan Dönmez – Hepsiburada

Kaan Dönmez girişim serüvenine 1998 yılında başlayıp günümüze kadar uzanarak en başarılı girişim örneklerinden biri olmayı başarmıştır. İlk olarak 1998 yılında dört arkadaşıyla beraber Hepsiburada’yı kuran Dönmez, sitenin başarılı iş çıkarmasından sonra 2000 yılında hisselerinin bir kısmını Doğan Holding’e satmıştır. Daha sonra Doğan Holding bünyesinde 2010 yılına kadar Hepsiburada’da çalışmaya devam eden Dönmez, yönetimi tamamen Doğan Holding’e devretmiştir. Üstelik Dönmez’in girişimleri sadece Hepsiburada.com’la sınırlı olmayıp, günümüzde adını sıkça duyduğumuz Morhipo.com ve Hızlıal.com isimli e-ticaret sitelerinin de kuruluşunda rol almıştır. Doğan Holding’in bünyesine geçtikten sonra sitenin

yönetimini ünlü iş kadını Hanzade Doğan Boyner devralmıştır ve site adeta yeniden kurulmuştur. Dünya çapında ve ülkemizde başarılı olmasıyla bilinen girişimci Hanzade Doğan, sitenin yönetimini devraldıktan 37ore37 site yükselişe geçmiştir. İlk kurulduğu zamanlarda, satılan ürünleri kendi deposundan kullanıcıya gönderen Hepsiburada, daha sonra işleri büyüterek satıcı grubunu Pazar yeri bünyesine çevirmiştir. 2020'nin Mart ayında pandeminin başlamasıyla birlikte internet alışverişinde yükselme görülmesiyle e-ticaret girişimlerine yönelik bir patlama oluşmuştur. Bu krizi fırsata çeviren Hepsiburada, girişimci kadınlara yönelik desteğini açıklayarak kadınları bu konuda teşvik etmiştir. Bu hareketiyle birçok insandan beğeni toplayan site, Fast Company dergisine konu olmuştur. Fast Company dergisinin 2023 yılında açıkladığı verilere 37ore Hepsiburada.com, Türkiye'de en çok kâr eden üçüncü sitesi konumunda bulunmaktadır. Bunu takiben ilk sırada Nesine.com yer alırken ikinci sırada ise Trendyol yer almaktadır. Hepsiburada'nın amacı; Almanya'dan Hindistan'a kadar olan bölgede e-ticaretin öncüsü olmaktır. Hanzade Doğan ise bu tanımı "Doğunun Amazonu olmak" olarak nitelendirmiştir. Gebze'de kurdukları 100.000 m²lik operasyon merkeziyle aylık 10 milyon ürün gönderme kapasitesi olan site, 30 milyonun üzerinde ürün çeşidi ile aylık yaklaşık 200 milyondan fazla kişi tarafından ziyaret edilmektedir (Webtekno, 2024).

İKİNCİ BÖLÜM

GENÇ GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

2.1. GENÇ GİRİŞİMCİLİK

Genç girişimcilik günümüzde yeterince araştırılması yapılmayan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Ama bu alanın insanların gözünde dikkat çekme özelliği ise artan genç işsizlik oranlarının günümüzde giderek yükselmesi ve dünya geneline hızla yayılmasıdır. Genç işsizlik deyimi günümüz toplumunda dünya genelinde başlıca kültürel, sosyal, demografik ve ekonomik bir sorun olarak ilerleme göstermektedir. Dünya üzerinde işsizlik oranının ortalama 28-33 yaşları arasında artış gösterdiği bilinen bir gerçektir. Diğer bir taraftan ise işsizler grubu ekonomik kaynakların yer aldığı atıl bir durumda bulunan ekonomik büyüme süreci potansiyelini düşüren bir etken olarak görülmektedir. Bu sorunun çözümü iyi eğitilmiş gençlerin girişimcilik serüveninde kendi yeteneklerini hızlı bir şekilde keşfetmeleri ve iş deneyimi kazanmaları açısından önemli bir geçiş görevini içermektedir (Alan, 2020). Dünya üzerinde yer alan ülkelerin karşılaşmış oldukları ekonomik sorunlar işsizlik oranlarına, kalkınma süreçlerine, ekonomik göstergelerin devamlı değişme sürecinde olmasına ve insanların sosyal, psikolojik, ekonomik durumlarına bunun yanı sıra teknoloji ile olan ilişkilerine de yansımakta ve bunların bir sonucu olarak “girişimcilik” kavramı özellikle son yıllarda üzerinde sıkça durulan ve önem verilen bir kavram haline gelmiştir. Son zamanlarda hem dünya genelinde hem de ülkemizde girişimciliğin yaygın olmasının nedenlerine bakıldığında girişimciliğin her yönden faydalarının yeni anlaşılmış olması ön plana çıkmaktadır. Dünya’nın her yanından hükümetler ve yerel topluluklar refah düzeylerini artırmanın ve bölgesel kalkınma sürecine etkin bir şekilde kişileri teşvik etmenin anahtarı olarak, özellikle genç nüfus olmak üzere tüm yaş grubundaki insanları girişimciliğe yönlendirmeyi kabul etmiştir (Chigunta, 2002). Genç girişimcilik, akademisyenlerin, araştırmacıların ve iş geliştirmeyi amaçlayan uzman kişilerin ilgisini çeken bir konu olmakla beraber aynı zamanda gelişmekte olan ülkeler için büyük bir endişe konusu haline de gelmiştir (Med ve Lukyamuzi, 2019). Girişimcilerin yerine getirdikleri temel görevler; yeni ürün ve hizmet üretimi, yeni üretim yöntemleri geliştirme, yeni kaynaklar bulmak ve yeni pazarlara girmeyi

içermektedir. Genç girişimciliği ilk kez bir girişim sürecinde yer alan ve yeni olarak bir işi başlatmış olan ve de demografik özellik olarak genç grubunda (18-35 yaş arası) yer alan kişiler tarafından gerçekleştirilen girişimciliktir şeklinde tanımlamak mümkündür (Chigunta, 2002). Girişimci, ihtiyaç duyulan bir şeyi tespit ederek, iş fikrine dönüştüren ve bunun devamında gerekli tüm riskleri üzerine alarak, ticari işletme kuran kişi olarak tanımlanmaktadır. Yapılan araştırmalar da genç bireylerin girişimcilik sürecinde genelde daha yetenekli ve başarılı olacağı düşüncesi hakimdir. Tüm dünya genelinde genç girişimci bireylerin yaşadıkları hayat onların başarılı olma sürecinde büyük bir etkene sahiptir. Ekonomik anlamda yaşanan zorluklar, imkansızlıklar nedeniyle okullarından ayrı kalmak zorunda kalmış ve daha sonrasında çeşitli arkadaş grupları ile yeni iş fırsatları kurmanın peşine düşmüş gençlerin sayısı oldukça fazladır. Genç girişimciliğin şimdiye kadar yeterince araştırma konusuna yapılmamasının iki tür nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerden ilki üniversiteler tarafından öğrencilerin yeni girişimleri için desteklemede zayıf bir anlayışa sahip olmaları, diğer bir sebep ise yürürlükte olan girişimcilik politikaları, öğrencilerin oluşturmuş olduğu girişimleri kapsayacak şekilde olmamasından dolayı çoğu yeterince önemsenmemiştir. Özetlemek gerekirse genç girişimciliğin bugünkü güncel durumu ve genç girişimcilik engellerinin isabetli bir şekilde tespit edilmesi ve bununla birlikte son zamanlarda sık sık gündemde kendine yer bulan sosyal girişimcilik kavramı ile beraber gençlerin bilgi ve algı düzeyleri belirlenmektedir (Alan, 2020).

2.2. GENÇ GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Teknolojinin her geçen gün gelişmesi ve küreselleşen toplum yapıları ile birlikte dünyanın her yerinden haber almak çok kolay hale gelmiştir. Bu süreç tam anlamıyla belirli girişimci profillerini de etkilemiştir. Bu süreçte aradığı bilgiye kolayca ulaşabilen girişimcinin her türlü fayda ile ulaştığı bilgileri hayata geçirmesi vizyon kişiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Dünya'nın çeşitli bölgelerinden teknoloji sayesinde haber alabilmek günümüzde önemli bir kavram haline gelmiştir. Bununla birlikte girişimcilik, bilgi ve teknolojileri gelişim ile birlikte yenilikçi fikirlerle ayakta kalarak piyasada ve tüm insanlık için aktif bir şekilde işlediği görülmektedir. Girişimcinin bunları yaparken aldığı risk de piyasayı gerektiğinden canlı tutma işlevini yerine getirmiştir. Bunun sonucunda hem bölgesel hem de

küresel gelişime katkıda bulunulmuştur. Özellikle endüstrileşme ile birlikte bilgi toplumuna geçiş süreci sayesinde girişimciliğin önemi her geçen gün artmıştır. Bunun nedeni ise artık insan gücüne dayalı üretim hızla değerini yitirirken, bunun karşısında bilgiye dayalı yeniliklerle yapılan üretim çok daha değerli hale gelmiştir. Ayrıca günümüzde girişimcilik yaratıcılık, yenilik gibi faaliyetlerin tamamlayıcısı olma noktasına gelmiştir. Devamında ise haberleşme, teknolojik yenilikler, ulaşım ekonomik düzeyde artış göstermiş ve bu süreçte rekabet gelişiminden dolayı girişimciliğin önemi artmıştır. Bunun dışında ekonomik kalkınma sürecinde genç girişimciler çok önemli bir paya sahiptir. Kendilerine özgü olan yaratıcılıklarını ve yeniliklerini kullanarak ülke ekonomisine her yönden katkıda bulunup büyük bir sorun teşkil eden işsizlik durumunu da çözmüş olacaktırlar. Girişimcilerin yeni fikirler oluşturmaları, onları uygulaması ve yayması açısından yeni teknolojileri de kullanarak sektörde verimliliğin artmasında katkı sağlamışlardır bu durumun sonucunda ise hızla büyüyen sektörde ekonomik kalkınmaya destek olmaktadır.

İktisadi kalkınma da önemli bir rolü olan girişimcilik Türkiye’de de giderek gelişmektedir. Girişimciler, topluma değer katma aşamasında öncelikle potansiyel olabilecek fırsatları elde ederek bunları işletme faaliyetlerine dönüştürüp katkıda bulunurlar. Girişimciler hayatın her alanında gelişen teknolojiyle birlikte bilgi birikimlerini kullanarak faydalı mal ve hizmet üretirler. Böylelikle toplum ve insanlık açısından faydalı çözümler üretilir sosyal ve ekonomik değer katma görevini üstlenirler. Sonuç olarak girişimciliğin sosyal hayata ve toplum yararına belirli değer oluşturma süreçlerinde büyük etkisi olup başarılı ve sürdürülebilir bir girişimci kültürü oluşturarak toplumsal refaha ulaşmak en büyük amacıdır. Bu sayede refah seviyesi yüksek, ekonomik gelişmişliği hızlı ve sosyal yaşam standartları gelişmiş bir toplumun varlığından söz etmiş oluruz.

2.3. GENÇ GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ

Son yıllarda büyük bir ilgi gören kavramlardan birisi girişimcilik kavramıdır. Hali hazırda birçok genç birey kendine özgü olan ve toplum yararına olacak şekilde yeni fikirler bulup kendi işini kurmak istemektedir. Ama bulunan yeni fikirlerin yanında da iyi bir girişimcide birden çok farklı özelliğin bulunması gerekmektedir. Çünkü girişimcilik farklı yetenekleri etrafında birleştiren bir süreçtir. Bu özelliklere sırası ile değinecek olur isek şu şekilde sıralama yapabiliriz (Dia, 2024):

2.3.1. Meraklı ve Araştırmacı Ruh

Herkesin bildiği üzere meraklı olmak, elde edilen her bilginin veya yeteneğin başlangıcını içermektedir. Girişimcilikte meraklı olmak yeni girişimlerin ortaya çıkmasında büyük bir etkiye sahiptir. İşletme kurma aşamasında bireyin karşısına çıkabilecek her konu bir şekilde girişimcinin dikkatini çeken bir konu olup, girişimci o konuyu araştırabiliyor olmalıdır. Bu durum ister girişim fikriyle ilgili alakalı olsun, ister başka bir alanda, bireyin karşısına çıkan her yeni bilgi bir genç girişimci için yeni bir fırsattır.

2.3.2. Cesaret ve Özgüven

Özgüvenli ve cesaretli olmak, her genç girişimcide mutlaka bulunması gereken özelliklerden birisidir. Cesareti sahip olmayan bir kişi için yeni oluşturacağı bir iş fikrine ilk adımları atmak oldukça zor bir süreç olabilmektedir. Bazı durumlarda bir girişimde başarılı olabilmek için çeşitli riskler alınması gereken zamanlar olacaktır. Bu riskleri almak ve bunun yanı sıra yeni girişimlerde bulunmak için de büyük bir özgüven gerekmektedir.

2.3.3. İkna Kabiliyeti

Bazı insanlarda doğuştan sahip oldukları bir ikna kabiliyeti yeteneği vardır. Bazı insanlarda bu durum zamanla kazanılacak bir yeteneğe dönüşmektedir. Her ne olursa olsun bir genç girişimcinin karşısına çıkabilecek sorunlar için güçlü bir ikna kabiliyetine sahip olması gerekmektedir. Girişim sürecinde ortaya konulmuş olan fikir aşamasından, ürün satış aşamasına kadar geçen her dönemde birilerini ikna etmek gerekecektir.

2.3.4. Para Yönetme Becerisi

Girişim aşamasında hangi alanda faaliyet gösteriliyor olunursa olunsun, bütçeyi doğru bir şekilde yönetim becerisi her genç girişimci için çok önemli bir durumdur. Parayı doğru olarak yönetip kullanamayan bir genç girişimci için işler çoğu zaman yolunda gitmeyecektir. İşletme yönetme sürecinde bireyin karşısına çıkacak olan ödenmesi gereken vergiler, gelirler, giderler, çalışan maaşları derken bir genç girişimci kendisini işin içinden çıkılmaz bir durumda bulabilmektedir. Böyle durumlarda bütçeyi doğru kontrol edebilmek ve para akışını doğru saptamak girişimci için bazı durumlarda hayat kurtarıcı olabilecektir.

2.3.5. Hatalardan Ders Çıkarma Yeteneği

Her insan kimi zaman farkında olmadan bazı hatalarda bulunabilmektedir. Önemli olan nokta kişinin bu hatalarından dersler çıkarıp tekrar yapmamak için elinden geleni yapmasıdır. Çünkü bir hatadan ders çıkarılabildiği sürece, o hatalardan yeni şeyler öğrenmek de mümkündür. Bireyin ders aldığı her hata, yeni bir tecrübeyi içerisinde barındırmaktadır. Bu yüzden bir genç girişimci hata yaptığında, nerede ve ne şekilde hata yaptığını iyi analiz edebilmelidir. Aksi takdirde bu süreçte yapmış olduğu hataları tekrar eder ve günün sonunda girişimini büyük bir zarara uğratma yoluna kadar gidebilmektedir.

2.3.6. İleri Görüşlü Olması

Bir girişimcinin ileri görüşlülü olması girişiminde her zaman bir adım önde olması anlamına gelmektedir. Girişimcide bulunan bu özellik hem yarının etkilerini fark etmek adına hem de daha ortaya çıkmamış yenilikleri ortaya çıkarmada etkili olan bir durumdur. Bunun dışında ileri görüşlü olan bir işletmeci ilerleyen zamanlarda ortaya çıkabilecek sorunları önceden fark ederek bunların önlenmesi aşamasında süreci iyi bir şekilde yönetmiş olabilecektir.

2.3.7. Yönetim Becerisi

Liderlik özelliği bir girişimde ve girişimcide tahmin edilenden daha kolay bir özellik değildir. Sadece bir girişimi yönetmek için liderlik yapmak demek değildir. Liderlik girişimin her aşamasında çalışanlara destek olmak ve onların başarılı olmaları için uğraşmak öncülük etmek demektir. Liderlik girişimde ses yükselterek, kırıncı olunarak gerçekleşmez. Girişim sürecinde ortaya çıkabilecek sorunlara çözümler üretmek adına profesyonel anlamda liderlik etmek demektir. Bu durum genç girişimcilerin kendilerine temel özellik olarak alması gereken bir süreci içermektedir.

2.3.8. Finans Bilgisi

Başarılı genç girişimcilerin her zaman iyi bir finans bilgisine sahip olmaları gerekmektedir. Girişimin hemen her aşamasında finans ile ilgili işlemler ortaya çıkabilmektedir. Proje planlamada veya bir işe girişim yaparken ayrılmış olan finansal yatırımlar iş yükünü oldukça en aza indirecek ve gerekli proje üretimine oldukça fayda sağlayacaktır.

2.3.9. Zaman Yönetimi

Genç girişimcilerin başında bulundukları girişimlerinde zaman yönetimi fazla önem arz etmektedir. Girişimlerde önem içeren kavram zamanı verimli bir şekilde kullanmaktır. İşletmelerin ne kadar çok çalıştığı veya üretim yaptığının bir önemi yoktur. Önemli olan işletmenin ne kadar çok verimli çalıştığıdır. Böylece zaman yönetiminin getirdiği süreçle birlikte girişimcilerde verimlilik ve başarı oranı artmaktadır.

2.3.10. Motivasyon

Girişim sürecinde süreç bazen planlandığı gibi gitmemektedir. Bu durum girişimciler ile birlikte aynı anda girişimin içinde yer alan ekip arkadaşlarını da olumsuz yönde etkilemektedir. Onların motivasyonlarını düşürerek girişimde bazı aksamalara neden olabilir. Bu 43 sure zarfında girişimci ekip arkadaşlarını iyi bir şekilde morel verip onları karamsar düşüncelerden uzaklaştırıp, girişim sürecinde karşılarına çıkan yeni projelere ve uzun vadedeki işlere motive ederek bunun dışında maddi kazançları hesaplayarak işletmeyi ileri taşımak girişimcinin nihai amacıdır.

2.3.11. Öz Güvenli Olmak

Cesaret ve özgüven, tüm girişimlerde ve her genç girişimcide mutlaka bulunması gereken özelliklerin başında gelmektedir. Cesarete sahip olmayan bir girişimci için yeni bir iş fikrine ilk adımları atmak oldukça zorlayıcı olmaktadır. Bir girişimde başarılı olabilmek için çeşitli risklerin alınması gereken zamanlar olacaktır. Bu riskleri almak ve yeni atılımlarda bulunmak için de girişimcide üstün bir özgüvene sahip olması gerekmektedir.

2.3.12. Gelişmeye Açık Olmak

Bir genç girişimci her zaman ve her koşulda kendisini geliştirmeye açık bırakmalıdır. Girişimci olma hayalindeki tüm genç bireylerin bir çoğunda o girişimi kurmak ve rahat etmek gibi düşünceler bulunmaktadır. Ancak yeni iş fikirlerinin gelişen teknolojiler ile birlikte hiçbir zaman sonu gelmemektedir. Bu yüzden genç girişimciler gerek dijital eğitimlere, gerekse yeni sertifikalara açık olup bunlarla girişimlerini ilerletme yoluna gitmelidirler.

2.3.13. İş Zekâsı

Başarılı bir girişimcinin, içerisinde yer alıp faaliyette bulunduğu sektörün dinamiklerine hakim olması ve önceden planladığı iş fikrinin tutup, tutmayacağı konusunda çeşitli analizler ve uygulamalar yapabilecek bilgi, beceri ve pratik bir zekâyâ sahip olması gerekmektedir.

2.4. GENÇ GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİNİ ETKİLEYEN ETMENLER

Genç girişimciliğinin karşılarına çıkacak engeller ile girişimciliğin önündeki bulunan engeller hemen hemen aynı olmakla birlikte genç girişimcilerin veya genç girişimci adaylarının daha çok engelle karşılaştığı durumlarda ve bunun bir sonucu olarak da genç girişimci sayısının daha az olduğu söylenebilmektedir. Son dönemlerde gençlerin kaliteli iş bulma veya kendi işletmelerini kurma konusunda yaşamış oldukları zorlukların kişiler tarafından farkına varılmış ve araştırma konusu haline gelmiştir. Gelişmekte olan ülkelerdeki ortaya çıkan olumlu yönde ekonomik büyüme belirtilerine rağmen, genç işsizlik ve istihdam yaratma sıkıntıları devam etmekte olan ve gün geçtikçe artan zorlukların başında gelmektedir. Türkiye dünya üzerinde en genç nüfusa sahip ülkelerden birisi olarak bu zorlukların üstesinden gelme konusuna öncelikle önem vermelidir. Genç ve dinamik bir nüfus özelliğine sahip olan Türkiye için bu kişilere çeşitli nitelikler kazandırarak ve onların girişimciliğe olan yönelimlerini en iyi şekilde etkileyerek, ortaya çıkacak potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmenin yollarını aramalıdır. Genç girişimcilik kişinin içinde bulunduğu sosyoekonomik ve kültürel yapı ile şekillenmektedir. Temel olarak aile kurumu, toplumsal davranış örüntüleri, eğitimin kalite düzeyi ile genel olarak ortaya çıkabilecek ekonomik koşullar, bireyin girişimcilik ruhunu geliştirmesinde ve sahip olduğu girişimci niteliklerinin artmasında olumlu ya da olumsuz bir şekilde bireyleri etkileyebilmektedir (Yetim, 2014). Türkiye'deki gençlerin bir çoğu kayıt dışı sektöre dönüşmekte ve küçük işletmelerde kendilerine istihdam ortamı aramaktadır veya kendi küçük işletmelerini zorlukla kurma yoluna gitmektedirler. Genel olarak bakıldığında oluşacak olan istihdam ve küçük işletmelerin kurulmasına engel olan en önemli ve en yaygın yaşanan zorluklar şu şekildedir:

- Büyümeyen ve ilerleme kaydedemeyen işletmeler: Bu işletmelerin büyüme hızı genellikle çok düşüktür. Bu sektörde bulunan birçok girişimci başarılı olmak için gerekli güce ve enerjiye sahip olsa bile, krediye erişimin imkanının yetersiz olması ve iyi yönetim uygulamalarının sınırlı bir şekilde ilerlemesi gibi engeller nedeniyle işleri kötü duruma sokmaktadır. Bu durumda bulunan sektörlerdeki işletmeler daha fazla genç istihdamı ve girişimciliği için fırsat yaratma ve yeni işletmeler kurulması konusunda yeterli potansiyele sahip değildirler.
- Yetenek ve bilgi yetersizliği: Kendi alanında büyüyen işletmeler, bir çalışan olarak başarılı olmak için doğru yeteneğe ve davranışlara sahip personeli işe almak ve bunları girişimde tutmakta zorlanmaktadır. Büyüme yaşayan girişimcilerin önündeki en büyük engellerden biri, mükemmel işler ortaya çıkarmak için yetenek ve bilgisine güvenebilecekleri personeli bulmaktır.
- Gelişmekte olan girişimcilere destek eksikliği: Yeni girişimci olarak kayıt dışı sektöre giren gençler, girişimlerini başarılı bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için gereken bilgiye sahip değildirler. Gençleri girişimciliğe yönlendirecek ve onları destekleyecek tecrübeli destekçilerin olmaması çözülmesi gereken sorunların başında gelmektedir (Arshed, Carter ve Mason, 2014; Buchert, 2014; Hayes ve Richmond, 2017).

Bunun yanı sıra ülkemizde girişimcilerin karşılaştıkları engellerin başında kamu teşviklerinin az olması gelmektedir. Bununla birlikte genç girişimciliğinin belli başlı karşılaştığı engeller; gençlerin yeterli sermayeye sahip olmamaları, girişimcilik eğitiminin eksikliği veya yetersiz olması, girişim yapılacak iş fikrine sahip olunmaması, aile ve çevre desteğinin gerekli yetenek ve sorumluluğa olmaması gibi faktörler girişimciliği etkilemektedir (Pihie ve Akmaliah, 2009). Girişimcilik eğitimi Amerika Birleşik Devletler’i başta olmak üzere tüm dünyada giderek yaygınlaşmaktadır. Bu büyümenin büyük kısmı, son on yılda girişimcilik merkezlerinin ve kulüplerinin sayısının oldukça arttığı kolej ve üniversite düzeyinde gerçekleşmiştir. Girişimcilik programları aynı zamanda geleneksel işletme bölümlerinin dışında büyümekte ve üniversiteler arasında işlevselliği arttırmaktadır. Avrupa Birliği girişimciliği yaşam boyu öğrenme yeterliliğinden biri ve bilgi temelli bir toplum için gerekli olan bir unsur olarak tanımlamasından yola çıkarak okullarda

girişimcilik eğitimini teşvik eden girişimcilik çalışmalarını tüm paydaşlar arasında fikir birliği sağlamayı ve eğitim ve iş dünyası arasında bir köprü oluşturmayı amaçlamaktadır (Moberg, 2012). Gençler girişimcilik eğitimine sahip olsalar bile farkında olmadıkları ya da dikkate almadıkları engeller nedeniyle girişimciliğe ynelemeyebilirler. Girişimci gençlerin oranı, engeller ve fırsatlar getirdiği işgücü piyasası koşullarındaki farklılıklar sebebiyle ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Her ülkenin tarihsel gelişimindeki farklılıklarından meydana gelen sosyal, ekonomik, teknolojik ve politik yapılar gibi farklılıklar sebebi ile bir ülkede girişimciliği etkileyen faktörler diğer ülkeler için geçerli olmayabilir. Buna nazaran gelişmiş ülkelerdeki gençlerin girişimcilik seviyelerinin yüksek olması daha muhtemel gözükmektedir. Bunun dışında ücretli istihdam olanaklarına sahip işgücü piyasalarında ve gelişmiş ülkelerde, girişimciliğe teşvik etme oranı daha az olabilmektedir ve bu sebeple ülkeler düşük girişimcilik seviyelerine sahip seviyede bulunabilmektedirler. Tüm bunlara rağmen genç girişimciliğe yönelik toplumsal bakış açısı da belirleyici bir faktör olarak kendisini göstermektedir. Genç girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerine bakıldığında benzer özelliklere sahip olma eğilimlerinin yanı sıra, genellikle farklı yaklaşımlara ve farklı işletme türlerine sahip oldukları görülmektedir. Bu durum sonucunda genç girişimcilerin genellikle yetişkin olan girişimcilerden daha küçük işletmeleri tercih ettikleri söylenebilmektedir. Gençlerin yönettiği işletmelerin, inşaat, bilgi ve iletişim teknolojileri şirketleri gibi sektöre girişin kolay olduğu ve düşük sermaye gereksinimlerine karşı engelleri düşük olan bazı sektörlerde yoğunlaştığı ve dar ürün gruplarına odaklanma eğilimi daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre, birçok genç girişimci, yalnızca bilindik olmaları nedeniyle ve diğer pazarlarda yer alan fırsatlar ve bunlardan nasıl yararlanılacağı konusunda bilgi sahibi olmadıkları için yalnızca yerel pazarlara odaklanmaktadırlar (Chigunta, 2002).

Özetlemek gerekir ise, gençlerin çeşitli iş fikirlerini hayata geçirecek projelere dönüştürmesini engelleyen birçok unsurla karşı karşıya olduğu görülmektedir. Bu engellerin başlıcaları, beceri eksikliği, sosyal tutum, iş tecrübesi eksikliği, yetersiz girişimcilik eğitimi, sosyal ađ ve bağlantı eksikliği ve pazar engelleri alanlarında ortaya çıkmaktadır. Gençler, aileleri ve öğretmenleri ile bir bütün olarak tüm toplumsal paydaşlardan etkilenmektedir. Ebeveynler ve

öğretmenler gibi önemli rol modelleri, girişimcilik gereksinimlerinin ve fırsatlarının genellikle farkında değildirler. Bu farkındalık eksikliği, girişimcilik faaliyetlerinin tam olarak teşvik edilmemesine veya hatta genç girişimciliğine engel teşkil eden olumsuz sosyal tutumlara yol açmaktadır. Eğitim ve öğretim programlarının girişimci tutum ve becerileri kazandırmak ve geliştirmek için yeterli olmaması, ancak bu alandaki bazı gelişmelere rağmen öğrencileri ücretli istihdam olarak hazırladıkları halen tartışılmaktadır (Potter, 2008). Daha önceki gerçekleştirilen iş ve girişimcilik deneyimleri, iş kurma ve girişimcilik performansının önemli bir belirleyicisi olabilmektedir. Gençler genellikle yeni bir iş kurmak ve başarılı bir şekilde işletmek için gerekli olan insani, finansal ve sosyal sermayeden yoksundurlar. Bu yüzden, işletmelerini kurmak veya işletmek için gerekli becerilerden yoksun olabilmektedirler. Daha büyük ekonomik kaynaklara sahip olan girişimcilerin başarılı olma olasılıkları daha yüksektir. Bu sebeple genç girişimciler bazı durumlarda dezavantajlı duruma düşmektedirler. Bu durumun nedeni bankalar, kredi geçmişi, geçmiş iş performansı ve teminat gibi kredi tekliflerinin değerlendirilmesinde bir dizi parametre uyguladığından, dış finansman elde etmeyi yetişkinlerden daha zor sağlarlar. Genç girişimcilerin tahminen sınırlı iş ağı ve işle ilgili sosyal sermayeleri vardır. Bu durumun işletmelerini kurmak ve onu yönetmek için olumsuz sonuçları olabilmektedir. Piyasa engelleri de ayrıca genç girişimciliğini de çok yakından etkilemektedir. Finansal piyasalar, genç girişimciliğini desteklemede bazen önyargılı olabilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÜNÜMÜZ GENÇ GİRİŞİMCİSİNİ BEKLEYEN ENGELLER VE BU ENGELLERİN AŞILMASI İÇİN MUHTEMEL ÇÖZÜMLER

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

“Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması için Muhtemel Çözümler” konulu bu tez çalışması; gelişmiş ülkelere göre girişimci sayısı ve niteliği nispeten daha düşük olan ülkemiz girişimcilerinin ve girişimci adaylarının mevcut durumuyla ilgili bilgi eksikliklerini tamamlayacak ve ayrıca yenilikçi çözümler geliştirerek girişimcilik alanına olumlu katkılar sağlayacaktır. Özellikle genç yetişkin nüfusu fazla olan ülkelerde gençlerin girişime yönlendirilmesi ve onların çalışma standartlarıyla uyumlu hale getirilmesi, ülke istihdam oranını arttırmada ve işsizlik sorununu çözmede olumlu katkılar sağlayabilmektedir. Ama bazı durumlarda ortaya çıkan engeller, genç girişimcilerin önceden pes etmesine sebebiyet verdiği gibi onların yeni girişimlere karşı kısıtlayıcı bakış açısı geliştirmesine de sebep olmaktadır. Bununla birlikte yeni bir iş kurarken ya da herhangi bir girişimcilik faaliyetinde bulunurken; sorunlar ve bazı eksikler, her yönüyle karşımıza çıkmaktadır. Gelişen bilim ve teknoloji ile birlikte girişimciler bağlı bulundukları sektörel düzeydeki iş yaşamında bu sıkıntıları asgari düzeye indirerek kendilerine özgün metodolojik katkılarla birlikte, kavramsal ve kuramsal yeniliklerle bu aşamayı en başarılı bir şekilde atlatılıp, amaçlanan çalışmanın ve girişim alanında ne denli isabetli hamleler yaptıkları da bir o kadar önem arz etmektedir. Yeni bir iş fikrinin nasıl bir iş modeline dönüştürülebileceği, modelin nasıl tasarlanacağı ve hayata geçirileceği, eski bir iş modelinin nasıl değiştirilip daha etkin bir model olabileceğini bilmek aday girişimci için önemli bir konudur. Bunu yaparken dünyanın en başarılı şirketlerinin, iş modellerinin ve inovasyon tekniklerinin örneklerinden yararlanılabilmesinin yanında kendi özel modellerini geliştirmek te mümkündür (Yves Pigneur-Alexander Oster, 2016). Özellikle küçük işletmelerin rekabetçi ortamda diğer işletmeler arasında nasıl yer bulacağı büyük önem arz eder. Rakiplerinden farklılaşarak girişim alanında yenilik getirmek ve bu yeniği devam ettirmek küçük işletmelerin temel prensibi olmalıdır (Seth Godin,

2014).

“Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması için Muhtemel Çözümler” konulu bu tez çalışması; her yönüyle derinlemesine bir araştırma sonucunda günümüz genç girişimcilerin işletme kurma ve girişim faaliyetlerini yönlendirme sonucunda karşılarına çıkacak olan zorluklarda çözüm amaçlı ve stratejik düşünme yöntemi ile girişimlerini asgari düzeyde sorunlarla atlatmayı amaç edinmiştir. Çalışmada temel konular esas alınmış, çeşitli tanımlamalara yer verilmiş ve konu bir bütün halinde girişimcilere aktarılmıştır. Sonuç olarak her girişimciye rehber olması amaçlanan bu çalışma ile yeni iş kuracak ve yatırım yapacak girişimcilerin ülke ekonomisi ve çalışma standardı göz ardı edilmeksizin hemen her yönüyle bir rehber olması planlanmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

“Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması için Muhtemel Çözümler” konulu bu tez çalışmasının amacı; genç girişimciliğinin güncel durumu ve genç girişimcilik engellerinin tespit edilmesi bunun dışında gelişmiş ülkelere göre girişimci sayısı ve niteliği nispeten daha düşük olan ülkemiz genç girişimcilerinin ve girişimci adaylarının, ülkemiz girişimcilik ekosisteminin mevcut durumuyla ilgili bilgi eksikliklerini tamamlamak, var olan engellerin neler olduğunu ortaya çıkarmak ve engelleri aşmak için yenilikçi çözümler geliştirerek girişimcilik alanına olumlu katkılar sağlamaktır. Bunun yanı sıra girişimcilik riskli ve zorlu bir süreç olabilmektedir. Ancak doğru hazırlık ve planlama ile girişimciler başarılı olma şanslarını artırabilmektedir.

Bu çalışmanın ana hedeflerini belirtmek gerekir ise;

- Günümüz iş dünyasının genç girişimciler için sağladığı fırsatları ortaya çıkartmak,
- Genç girişimcilerin kendi işini kurmada engel olarak gördükleri sorunların analizlerini yaparak bu sorunların önem düzeyi hakkında bilgi oluşturmak,
- En çok engel olarak görülen sorunların aşılmasında yenilikçi çözümler üretilip geliştirmektir.

Çalışmanın standardına uygun bir şekilde hem girişimcilik yönü hem de işletme kurma aşamasında hemen her türlü sorun ve bunların çözümleri ile alakalı belli başlı stratejiler üretilmiş olup bu durum genç girişimciler için yol haritası özelliği taşımaktadır. Her girişimciye rehber olması amaçlanan bu çalışma ile yeni iş kuracak ve yatırım yapacak girişimcilerin ülke ekonomisi ve çalışma standardı göz ardı edilmeksizin hemen her yönüyle başarılı olması amaç edinilmiştir.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu tez çalışmasında, yazın taramasına dayalı araştırma yürütülecektir. Konuyla İlgili Yazın Taraması Yapmak, “Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması İçin Muhtemel Çözümler” adlı çalışma daha önceden yapılmış veya yazılmış tez, proje, makale, kitap, medya haberi, röportaj vb. yayınlar fark etmeksizin internet aracılığıyla derinlemesine olacak şekilde araştırılıp ve bu yöntemle elde var olan kaynakların tamamı okunarak, ilgili ve önemli kısımlar işaretlenecek ve ondan sonra bu bilgiler tezde kullanılmak üzere özenle hazırlanacaktır. Ayrıca, ayrıntılı bir şekilde gözlem yapılarak değerlendirmeye alınacaktır.

Toplanan verilerden yola çıkılarak sorunların ve muhtemel çözüm önerilerinin belirlenmesi, taranan internet kaynakları, kitaplar, konu ile ilgili makaleler yorumlanıp ilgili araştırma üzerinden sonuç odaklı bir yaklaşım ile girişimciyi etkileyen sorunlar tespit edilip bu sorunların muhtemel çözüm önerileri ayrıntılı bir şekilde belirtilecektir.

Muhtemel sorunlar çerçevesinde tablo ve grafik oluşturulması, çalışmada çeşitli tablo ve grafikler gösterilerek girişimciye etkileyen engelleri, girişimcilik sürecinin, başarılı girişimcilik örneklerini analiz ederek muhtemel çözümler şekil olarak gösterilecektir.

Sonuçların Yorumlanması ve Strateji Oluşturulması, analiz edilen muhtemel sorunlar ve girişimciyi etkileyebilecek engeller belirli bir planla anlatılarak, girişimcilikte karşımıza çıkabilecek muhtemel sorunlara karşı alınması gereken tedbirler ele alınıp, onlara karşı uygulanabilecek belirli stratejiler üretilerek o sorunlar karşısında çözüm önerileri oluşturulacaktır.

3.4. ARAŞTIRMANIN DEĞERİ

Girişimcilik, en temel anlamıyla istihdam oluşturma ve işgücü sektörüne olan bağın güçlenmesine tam zamanlı bir çalışma örneğidir. Girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi, girişimcilere gerekli olan girişimci düşüncenin kazandırılmasına önemli katkılar sağlar. Girişimcilik kavramı; toplumların yapılarına göre değişiklik gösteren bir kavramdır. Bireyci ve kolektivist toplum yapılarına göre, girişimcilik kavramı dinamik bir yapı içerisinde. Toplumun sosyal yapısı, kültürel öğeleri, değerleri ve normları bu bağlamda girişimcilik kavramı üzerinde etkilidir. Kültürel faktörlerin ürettiği sosyal yapı ise kişinin eylemlerini ne şekilde pratiğe geçireceğinin bir haritasıdır. Ayrıca hiçbir kültür girişimciliği, tek başına destekleyen veya karşı çıkan bir formda şekillenmez. Girişimci, bir alanda iş fırsatları görüp olası riskleri alarak o işe atılan ve işin devamlılığını sağlayan kişiler için kullanılan bir tanımlamadır. Girişimcilikte önemli olan bir işi başlatıp onun sürekliliğini devam ettirebilmektir. Ülke genelinde mevcut nüfusun eğitim seviyesi, girişimcilik de dahil olmak üzere genel refah ve gelişmişlik düzeyi üzerinde doğrudan belirleyici olacaktır. Toplumların sahip oldukları kültürel miras, girişimciliğin gelişimi için gerekli olan bağlamı şekillendirdiğinden konu açısından oldukça önemlidir. Bu yüzden de kültüre dair pek çok etmen girişimciliğin gelişim seyrinde doğrudan etkili olacaktır. Her toplum kendi özgün koşulları ile ilişkili olarak bir sonraki döneme bir sosyo-kültürel ve ekonomik bir miras bırakır. Sonraki dönemlerde gelişen iktisadi, toplumsal ve kültürel yapılanmalar bu miras üzerine inşa olur. Güncel gelişmeler ve toplumda mevcut olan diğer faktörler ise girişimciliğin gelişmesine ya da daha sınırlı bir şekilde gelişmesine imkân sunacaktır (Şahin, 2020). Başarılı girişimciler genellikle liderlik vasıfları yüksek olduklarından, yaptıkları işe sahip çıkan ve her türlü engeli ve sıkıntıyı önceden tahmin edip gerekli planlar çerçevesinde etkili çözümler üreterek başarı sağlamaktadırlar. Günümüzde, gelişen teknolojiyle birlikte Genç Girişimciler teknolojiye daha hâkim olduklarından daha yaşlı girişimcilere göre avantajlı durumdadırlar. Birçok genç, parlak bir fikir bulup kendi işinin başına geçmeyi istemektedir. Fikrin bulunmasında önemli faktör, meraklı ve araştırmacı bir ruhuna sahip olmaktır. Çünkü öğrendiğimiz her yeni bilgi bizim için yepyeni bir fırsat oluşturma imkânı sunmaktadır. Cesaret ve özgüven iyi bir girişimcide bulunması gereken özelliklerdir. Bunun yanında genç girişimci, ikna kabiliyetine sahip

olmalıdır. Girişimci tamamında ekonomiyi ve strateji belirleyerek bunları yönetebilmelidir. Girişimci parayı yönetme ve işletme kabiliyetine sahip olmalıdır. Mali durumları, girdi çıktıları, arz talep dengesinin seviyesini iyi ayarlamalı, açık vermemelidir. Bunun devamında yaptığı ya da yapmakta olduğu hatalardan ders çıkarabilmeyi temel ilke ve amaç edinmelidir. Aksi takdirde hatalar tekrarlanır ve girişimci zarar görür. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de genç girişimciliği, son yıllarda stratejik önemi olan bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Genç girişimcilik ile ilgili olarak farklı alanlarda projeler gerçekleştirilerek sosyal dönüşümü sağlamak ve sosyal değer üretmek amaçlanmaktadır (Alan, 2022).

3.5. GENÇ GİRİŞİMCİYİ BEKLEYEN ENGELLER

Girişimciliğin bütün ülke ekonomilerinde önemli bir rolde yer aldığı ve girişimcilerin olmadığı zaman günümüzde ve gelecekteki ekonomik gelişmelerin gerçekleştirilemeyeceği belirtilmektedir (Baron, 2000). Girişimcilik süreci, belirli bir çevreyi etrafında toplamış olan ekonomik bir süreçtir. Bu durumun nedeni teknolojinin, ekonomik gelişmişlik düzeyinin, kültür ve kurumların hepsi girişimcilik üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Bunun dışında girişimcilik sürecinde bazı durumlarda girişimciliği olumsuz yönde etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler genellikle siyasi yönde bazı eğilimler göstermektedir. Bürokrasinin vermiş olduğu karışık ortamın girişimciliğe doğrudan bir etkisi mevcuttur. Bu yüzden girişimcilerin üzerinden bazı bürokratik engellerin asgari düzeye indirilmesi gerekmektedir. Girişim sürecinde öncelikli olarak vergi işlemlerinin en sade şekli ile düzenlenmesi gerekmektedir. Girişimciler için vergi yükünün en aza indirilmesi bireyleri girişimciliğe teşvik etme açısından büyük bir öneme sahiptir. Girişimcilerin büyük bir çoğunluğu girişim süreci ile ilgili mevzuata tam olarak hâkim olmamaları ve mevzuattaki uygulanan bazı yanlışlıklar onlar için önemli sorunlara yol açmaktadır. Örnek vermek gerekir ise, bir işletmeyi kapatma sürecinde işlemlerin en sade ve basit bir hale gelmesi girişimciliğin önündeki engellerin kaldırılmasına olanak sağlamaktadır. Girişimcilikte bir iş kurmak ne kadar zor bir süreç olarsa, mevcut olan bir iş yerini kapatmakta önemli bir süreci içermektedir. Buna ek olarak işletmelerin tasfiye işlemlerinin en basit şekle indirilmesi yeni bir işletme kuruluş aşamasında olumlu bir etki oluşturacaktır. Girişimcilikte önem arzeden diğer bir engel ise sigorta işlemlerinin karışık ve uzun olmasıdır. Bu işlemlerin en sade hale

getirilmesi gerekmektedir. Diğer bir ifade ile ihracat ve ithalat işlemlerinin kolaylaştırılması, haksız rekabetin önlenmesi de girişimciliğin önündeki en büyük engellerden bazılarını içermektedir.

Girişimciliğin gelişiminde etkili olacak diğer özellikler şu şekildedir:

- Araştırma ve geliştirmenin özendirilip girişim alanı olarak uygulanması,
- Araştırma ve geliştirme sonucunda ortaya çıkan buluşların değerlendirilip ödüllendirilmesi,
- Girişimcilere destek verecek kulüp ya da derneklerin kurulması,
- Girişimcilik eğitiminin yaygınlaştırılıp bu eğitimi veren kurumların desteklenmesi,
- Kitle iletişim araçları ile girişimciliğin yaygınlaştırılıp özendirilmesi,
- Girişimcilere yeni ve özgün iş fikirleri verilmesi,
- Girişimcilerin sosyal güvencelerinin desteklenmesi ve artırılması girişimciliğe teşvik sağlama imkânı ortaya çıkaracaktır.

Bir girişimci her zaman kendi işinin patronu olmak istemektedir. Bu durumun bazı avantajları olduğu gibi bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Girişimcinin işletme kurma sürecinde bu dönemde önüne bazı engeller çıkacaktır. Önem arz eden nokta bu engellerin aşılması ve muhtemel çözümlere ulaşılmasıdır. Bu süreçte yer alan bazı dezavantajlara ve engellere değinecek olur isek bazı noktalara değinmek gerekecektir. Girişimci işletmesinde kendi işinin patronu olarak yer alsada aslında tam bir bağımsızlığa sahip değildir. Genellikle çevresinde yer alan yatırım yapanlar, müşterileri veya sosyal ortamın baskısı altında kalmaktadır. Kendi kurduğu işinin kaynaklarının belirli bir sınıra sahip olması girişimcinin hedef haline getirdiği noktaya ulaşmasını engellemektedir. Bu yüzden girişimci birey her zaman işin riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Girişimcinin amaçlarını gerçekleştirebilecek ve bunun dışında ayakta kalabilecek kadar kar elde edebilmesinin belirli bir garantisi yoktur. Girişim sürecin de günlük kâr marjı belirli bir değişkenlik gösterebilmektedir. Girişimci bu süreçte bütün sermayesini kaybetme riski ile faaliyetlerini gösterir ve bu durum getirdiği yük girişimciyi strese sokmaktadır. İşletmelerde girişimci bireyin herhangi bir mesai saati yoktur ve tam bir bağımsızlığa

sahiptir. Bu durum girişimcinin sosyal hayatını büyük bir oranda etkiler ve onun çalışma azmini ve enerjisini olumsuz yönde sarsmaktadır. Bunun sebebi olarak girişimci mental olarak fiziksel bir yorgunluk hissetmektedir. Yoğun çalışma temposunun getirdiği süreç girişimcide hem aile yaşantısında hem sosyal çevresinde bazı psikolojik etkilere sebep olabilmektedir. Bunun yanı sıra girişimciliğin yetersiz ve gelişiminin yavaş olması ile birlikte genç girişimcilerin önünde bulunan bazı engellerin tam olarak aşılabilmesi gibi faktörler girişim sürecini olumsuz yönde etkilemektedir. Her durumda olduğu gibi girişimcilik sürecinde de bazı engeller ortaya çıkabilmektedir. Bu engeller iyi bir hesaplama ve yönetim ile en az zarar ile aşılması muhtemel sorunları içermektedir. Bu engellerden bahsetmek gerekir ise; kırsal bölgelerin getirdiği baskıcı toplum yapısında yetişen birey yaşamının ilerleyen seviyelerinde kendine fazla güveni olmayan ve sürekli hata yapacakmış gibi hisseden ve buna ek olarak kendisini sürekli birine hesap verme korkusu olacak şekilde basit bir kişiliğe büründürmektedir. Bu durumun tam zıttı olarak girişimcilikte ön önemli faktör kendini her zaman geliştirebilmek ve yeni fikirlerle ilerleme kaydetmek gibi unsurlara sahip olmaktır. Diğer bir faktör olan fizibilite çalışmaları, devlet yetkisi dahilinde gerçekleşecek bir unsur olduğu için teşvik yönünden bazı bürokratik engellerle karşılaşılabilir. İşletmenin faaliyetini göstereceği hedef pazarın özenle ve iyi bir araştırma sonucunda seçilip analiz edilmesini gerektirecek durumlara gereken önem verilmemektedir. Günümüzde Ar-Ge çalışmalarına genellikle fazla önem vermeyen ve bir masraf olarak ele alan girişimciler bu yüzden kendilerini geliştirememekte ve pazardan çekilmek durumunda kalmaktadırlar. Buna ek olarak geleneksel aile işletmeciliği de büyümenin önündeki bazı engellerden gösterilebilmektedir. Kritik zamanlarda aile bireyleri arasında ortaya çıkan büyük tartışmalar girişimci ve işletmeye büyük zarar vermektedir. Girişimciler sahip oldukları işletmeleri için düşük faizde ve uzun vadeli kredi bulmakta zorluk çekmektedirler. Bilgi işleme, bunları edinme ve bu bilgileri değerlendirme sürecinde yetersiz kalmaktadırlar. Toplumlarda girişimciye bazı kesimlerin yapmış olduğu olumsuz bakış açısı, yönetimde yer alan kamu görevlilerine yansarak girişimcilere karşı onların kötü davranışlar sergilenmesine ve girişimcilerin resmi işleri ile fazla ilgilenilmemesine sebep olmaktadır. Aşağıda genç girişimcileri ve girişimcileri bekleyen engeller genel olarak şu şekilde tanımlanmıştır:

3.5.1. Nakit Akışındaki Aksamalar

İşletme yönetme sürecinde pazar durumları, alacak olanların tahsilatından dolayı yaşanan bazı zorluklar, işletmenin giderleri, devlete karşı olan vergi, stopaj gibi ödemeler, üçüncü kişiler ve işletmelere olan borçlar malesef girişimciyi etkileyen ve onların büyük bir sıkıntıya düşmesine sebep olan temel unsurların birkaçını içermektedir. Bu durum karşısında girişimcinin nakit akışıyla ve mali planlamayla ileriye görerek ve önlem alarak hazırlıklı olması gerekmektedir.

3.5.2. Stres

Bazı girişimciler strese ve stresli ortamlara karşı dayanıklı olabilmektedirler ve iş ortamında yer alıp faaliyetlerini yürütebilirler. Ama bazı girişimci bireyler ise stresli ortamlara hiç alışkın değildirler ve çoğu yabancılık çekmektedirler. Yoğun iş temposu ile birlikte bu durumun getirdiği bilgi akış süreci, hızla gelişmekte olan teknoloji ve değişimleri takip etme telaşının girişimciye yüklediği yük, bunun dışında bitmek bilmeyen rekabet ve artarak devam eden düzelmeyen ekonomi süreci, başarılı olma hırslarının getirdiği stres, zaman yetersizliği, yetişmeyen işler, trafik, gelecek belirsizliği ve daha bir sürü sebep strese neden olan en önemli ve temel aktörleri içermektedir.

3.5.3. Yalnızlık

Girişimci işletme yönetme sürecinde karşılaştığı her durumda, bu süreçte aldığı her kararda bunların sonuçlarının getireceği etkilere karşı sorumlu ve yalnızdır. Bu yüzden girişimci güvenmiş olduğu insanların yanında olmasını sağlamak girişimcinin en önemli özelliğini içermektedir. Girişimci işletmesini yönetirken her zaman aldığı kararlar doğrultusunda girişimine yön vermektedir.

3.5.4. Yeterli Zamanın Olmaması

Girişimde hemen hemen hiçbir şeye zaman yetmemektedir. Yoğunluk, artan temponun getirdiği süreç, zamana karşı yarış gibi faktörler her zaman girişimcilik ve işletme sürecinde kendisine yer bulacaktır. Girişimci bu yüzden günün her anında kendi işletmesini düşünecektir. Bu nedenle yeterli vaktin olmaması zaman yönetimi açısından işletmeye olumsuz bir şekilde yansımaktadır.

3.5.5. Güvensizlik

Girişimci işletme yönetme aşamasında kendi yaşadığı ya da özellikle de insana bağlı güvensizlik ortamları ile bazı zamanlar karşı karşıya kalabilmektedir. İş yaşamı ve normal hayat her zaman güvene dayalı olarak ilerlemektedir. İşletmelerde güvenin olmadığı ortamlarda her zaman işin aksama ihtimali yüksek bir seviyede olup bu yönde girişimciler olumsuz yönde etkilenmektedir.

3.5.6. Para Kazanamama Sorunu

Girişimcilikte pek çok faktör girişimciye bağlıdır. Özellikle küçük ölçekli işletmelerde ya da yeni kurulan küçük organizasyonlarda girişimci bizzat her şeyi kendisi düşünür ve her türlü faaliyeti kendisi yapar. Yönetim sürecinde girişimcinin çok çalışması ve üretmesi onun faydasıdır ve bu sebeple girişimci kendi işletmesi için ortaya çıkabilecek olan şeyleri düşünüp kendi bünyesinde bir araya getirir ve üretim yapar. Bu sebeple para kazanamama sorununa çözüm bulmuş olmaktadır.

3.5.7. Büyüme Hızı Sorunu

İşin çok çabuk ve birden büyümesi girişimciyi işin sona ermesine doğru sürükleyebilmektedir. Önemli olan kavram girişimcilikte yavaş bir şekilde ama emin adımlarla yükselmek daha mantıklı bir hal alacaktır. Bu yüzden girişimciler işletmenin kontrol edilemez bir hal almasına izin vermemelidir. İşletme büyüme hızı ile doğru orantılı olarak gelişim göstermesi en önemli faktörlerin başında gelmelidir.

3.5.8. Müşteri ile İletişim Eksikliği

Gelişen teknolojiyle birlikte bilginin getirdiği süreç zamanı o kadar sınırlı hale getirmiştir ki girişimci yeni gelişmelerden, yeni ürün ve hizmetlerden, müşterilerini haberdar edememe sorunu ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Girişimciler müşterilerini sürekli haberdar eden ve her konu için ulaşım sağlayan bir bülten haber, doğum günü kutlamaları, mailing sistemi gibi bilgilerin tutulması, saklanması ve sürekli yenilenip güncellenmesi gerekmektedir. Bunun sonucunda girişimciler müşteri memnuniyetine her zaman ilgi gösterilmeli ve desteklemelidir.

3.5.9. Aile Huzurunun Bozulması

Girişimci için her zaman kendi işi daha ön planda olmuştur. Bu durum bir süreklilik, alışkanlık ve bireyin yaşam tercihini göstermektedir. Özellikle kendi işini

yürüten girişimciler hırslı bir şekilde işi düşünür ve onlar için hayatının merkezini girişimleri oluşturmaktadır. Bu sıkıntılı dönemlerde aile desteğinden yoksun girişimciler bazı anlardarda sorun yaşayabilmektedirler. Bunun sonucunda girişimci kendini bazı durumlarda kötü yönde hissederek işletmesinin gelişmesinde etkin bir rol üstlenememektedir.

3.5.10. Hayır Diyememe Sorunu

Girişimci, müşterilerine ve çalışan personeline karşı sorumluluklarını yerine getirirken bazı anlarda ne yazık ki hayır diyememe gibi zor bir durumla karşı karşıya kalabilmektedir. Girişimci kişi soğukkanlı, düzenli, girişken bir şekilde ama aynı zamanda adil ve doğru bir yönde çalışanlarına davranmalıdır. Kendisinin, işletmesinin hem de personelinin çıkarlarını her zaman ön planda tutmalıdır. Bu durum hem girişimci açısından hem de birlikte çalıştığı çalışma arkadaşları açısından önem arz etmektedir.

3.5.11. Satıcı ve Tedarikçilerle İlişkiler

Girişimci işletme yönetme sürecinde her zaman mal ve hizmet satın aldığı satıcılarla ya da tedarikçilerle diyalog durumunda bulunur ve bunun sonucunda sürekli belli bir stresin içinde yer alır. Girişimci bazı zamanlarda yetki devrini kullanarak biraz bu tür konulardan uzaklaşıp daha önemli kararların alınımında kendisi sürece dahil olmalıdır. Bunun sonucunda girişimci daha rahat bir şekilde işletmesinin gelişimine katkı sağlayarak ilgisini o yönde kullanmış olmaktadır. Bu engellerin dışında genç girişimciyi bekleyen diğer etkenler de şu şekildedir: Sözünü tutamama, dolandırılmak, dışlanmak, istemediğini yapmak zorunda kalmak, mecbur bırakılmak, unutkanlık, plansızlık, iftira, yanlış yönlendirilme, hayal kırıklığı, pişmanlık, işin çok çabuk büyümesi, sözünü tutamama gibi etkenler diğer engelleri içermektedir.

3.6. TÜRKİYE’DE GENÇ GİRİŞİMCİLİĞİ ENGELLEYEN FAKTÖRLER

3.6.1. Geleneksel Kültürel Yapı

Ülkemizde genel olarak çalışma hayatı devlet güvencesinde ve himayesinde çalışmak olarak algılanmaktadır. Bunun dışında diğer bir çalışma hayatı sürecinde alınan iyi bir eğitim sonucunda kurumsal bir işletmede ya da herhangi bir şirkette verimli ve yeterli bir ücretle çalışma hayatı da örnek gösterilebilir. Girişimcilikte öncelik davranış ve hayata bakış açısıdır. Girişimciliğin belirsiz durumu, gelir-gider seviyesinin net olmaması ve başarısızlık riski gibi etkenler kişilerin ve toplumun girişimciliğe mesafeli davranmasına neden olmaktadır.

3.6.2. Aile ve Sosyal Çevrenin Destek Vermemesi

Türkiye’de ne yazık ki baştan beri girişimlere ve girişimcilere fazla değer verilmemektedir. Genel olarak kişinin yaşadığı çevre, aile ortamı ya da arkadaş grubu girişimcinin ortaya atmış olduğu fikirlere karşı cephe aldığı görülmektedir. Bunun dışında ailenin genel tutumu, kişinin girişimcilik gibi belirsiz ve meşakkatli bir yolu seçmesi yerine kamu veya özel sektörde maaşlı garantili işe girmesini sağlama çabası ve yönlendirmesi olmaktadır.

3.6.3. Bürokratik Engeller

Girişimcilik sürecinde girişimciye devlet tarafından tam olarak yeterli destek verilmemekte, bunun sonucunda ise girişimci yetersiz kaynaklarla iş yapmak mecburiyetinde kalmaktadır. Girişimci genel olarak, iş dünyası, eğitim sistemi, sanayi ve bireysel girişimcilik kavramıyla çok daha erken yaşlarda bir araya getirilmelidir. Okullarda ezbere dayalı eğitim yerine uygulama ve saha çalışmalarına ağırlık verilmelidir.

3.6.4. Türkiye Girişimcilik Ekosisteminin Zayıflığı

Türkiye’de girişimcilik ekosistemi gelişime ve dönüşüme aşamasındadır. Girişimcilerin finansal kaynaklara ulaşabileceği bunun dışında eğitim alabileceği ve ilerisi için kendini geliştirebileceği girişimcilik merkezleri yeterli sayıda değildir. Mevcut olan girişimcilik merkezleri ve programları genel olarak seçici davranıp ticarileşmeye daha yakın veya fatura kesebilen girişimleri tercih etmektedirler.

Özellikle günümüzde yer alan girişimciler fikir geliştirilme aşamasında yeterli desteği ve imkânı bulamamaktadırlar.

3.6.5. Demografik Yapının Girişimcilik ve Genç Girişimciliğin Gelişimi Üzerine Etkisi

Bir ülkede girişimciliğin gelişim sürecinin anlaşılabilmesi, yapısal bir durumla mümkün olabilmektedir. Ülkelerin toplumsal yapısı kültürel, çevresel, ekonomik, demografik özellikler gibi birçok ögenin birleşiminden oluşmaktadır. Girişimciliğin Türkiye’de gelişimini doğrudan etkileyebilecek yapısal faktörler içinde şüphesiz işgücünün niteliği ve potansiyelini ortaya sunması açısından demografik etmenler önemli bir yere sahiptir. Türkiye’de girişimciliği etkilemesi beklenen demografik etmenler içinde yaş faktörü oldukça önemli bir yerdedir. Bunun sebebi Türkiye kendi içinde önemli bir genç nüfusa sahip nadir ülkelerden birisidir. Bu durum, “demografik bir fırsat penceresi” olarak görülebilir. Özellikle genç işsizliğin, genel işsizlik oranı içinde yer alan payı düşünüldüğünde, bu potansiyelin aktive edilmesi veya ileride yaşanabilecek olan ekonomik ve sosyal problemlerin çözümü için girişimciliğin bir strateji olarak kullanılması önemli görülmektedir. Türkiye’de girişimciliğin gelişimini doğru yönden etkileyebilecek faktörlerden birisi de kişilerin sahip oldukları eğitim seviyesidir. Ülke genelinde bulunan mevcut nüfusun eğitim seviyesi, girişimcilik de dahil olmak üzere genel gelişmişlik düzeyi ve refah üzerinde doğrudan belirleyici olacaktır. Bu eğitim sisteminin yapısı ve girişimcilikle olan ilişkisi, çevresel etmenler içindeki durumu itibarıyla sorgulanmıştır. Toplumların sahip oldukları kültürel miras da, girişimciliğin gelişimi için gerekli olan etmenleri şekillendirdiğinden konu açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu yüzden de kültüre dair pek çok faktör girişimciliğin gelişim seyrinde doğrudan etkili olacaktır. Her toplum kendi özgün koşulları ile ilişkili olarak bir sonraki döneme bir sosyo kültürel ve ekonomik miras bırakır. Sonraki dönemlerde gelişen iktisadi, toplumsal ve kültürel yapılanmalar bu miras üzerine inşa olur. Güncel gelişmeler ve toplumda mevcut olan diğer faktörler ise girişimciliğin gelişmesine ya da daha sınırlı bir şekilde büyümesine imkân sunacaktır. Türkiye’de sosyal ve kültürel çevrenin homojen bir yapı arz etmemesi, risk sermayesi girişiminin belli bölgelerde ve sınırlı şekilde gerçekleşmesine sebep olmaktadır (Açma, 2007). Bunun yanı sıra aile kavramının etkisine de değinecek olursak, aile

sosyalizasyon süreci ile çocuklara toplumsal değerlerin aktarıldığı ilk ve en temel kurum olma özelliğine sahiptir. Bu süreçte kültürel değerler, toplumda kabul gören ve görmeyen temel şeyler çocuklara öğretilir. Toplumsal değerlerin daha geleneksel ve ataerkil olduğu yapılar içinde yetişen çocuklar daha kolektif değerlerle sosyalleşirler. Doğu toplumlarında ailelerin, çocuklarını sıkı bir denetim altında tutmaları ve geleneksel değerlerin ağır basması, onları kişilik gelişimi açısından girişimciliğin oluşmasını sınırlandırmaktadır. Bu konu hakkında aile yapısı ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bazı çalışmalar bulunmaktadır: Örneğin, Phalet ve Claey (Kağıtçıbaşı, 2000) Belçika ve Türk toplumunu karşılaştırdıkları çalışmalarında Türkiye'deki gençlerinin aileye ve topluma karşı daha bağlı olduğunu ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı ile sadakati bütün gördükleri sonucuna ulaşmışlardır (Aytaç, 2006). Ailenin yapısı kadar onların sosyo ekonomik gücü ve aile içinde girişimci başka üyelerin bulunup bulunmadığı da girişimciliği etkilemektedir. Arslan (2002) ve Özler vd. (2017) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine yaptığı araştırmada aile geliri ve ebeveynlerin eğitim seviyesi daha yüksek olan bireylerin girişimcilik eğiliminin ve kendi işini kurma isteğinin daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Birol, Tuncay ve Kaya (2014) ise yaptıkları araştırmada farklı sektörlerden girişimcilerin %35'ten fazlasının mevcut işyerlerini ailelerinden devraldığını saptamışlardır. Özdemir ve Mazgal (2012)'in çalışmaları da benzer sonuçlara sahiptir. Araştırmalarına göre, ailede girişimcilerin olması bireylere girişimcilik konusunda cesaret vermektedir. Çünkü bireyler ailelerindeki girişimcileri rol modeli olarak almakta ve kariyerlerine girişimci olarak devam etmek için çaba sarf etmektedirler. Çelik, İnce ve Bozyiğit (2014) de üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada ailenin etkisine vurgu yapmaktadırlar. Ailesinde girişimci bireyler olan öğrenciler kendisini daha girişimci bir kişilikte görmekte ve yaşamlarının sonraki dönemlerinde girişimci olma niyeti taşımaktadır. Türkiye'de girişimci sayısı ortalamanın altında olduğundan çocuklara ailelerin bu yönde bırakacağı miras da sınırlı olmaktadır. Girişimciliğin doğuştan gelen özelliklerden çok sonradan de geliştirilebileceği yönündeki araştırmalar, girişimcilik ve eğitim arasındaki ilişkiye dikkatleri çekmiştir. Bu ilişki iki yönlü düşünülebilir. Öncelikli olarak sosyalizasyonun ikinci önemli basamağı olan eğitim kurumunun bireyin özgür gelişimine ve bireyselliğine ne kadar katkı sağlar nitelikte

olduğudur. Diğer boyutu ise girişimcilik özelinde eğitim sisteminin farklı basamaklarında ne türden eğitimlerin verildiğidir. Bu durumun farkına varan ABD ve Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde girişimcilik üniversitelerde ders olarak verilmektedir. Girişimcilik eğitimini yaşam boyu öğrenme modeli olarak kabul eden Girişimcilik Eğitim Konsorsiyumu, her yaştan bireye girişimcilik derslerinin verilmesini temel hedef olarak görmektedir (Bozkurt, 2011).

Türkiye’de yer alan girişiciliğin gelişimi için çalışmalar yapıp eğitim veren kurumlardan olan KOSGEB’in Genel Girişimcilik Eğitimi, KOSGEB’in Genç Girişimci Geliştirme Programı, Üniversitelerin Araştırma ve Uygulama Merkezi Olarak Girişimcilik Eğitimi, TEGEV (Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı), Genç Başarı Eğitim Vakfı bu kurumlar arasındadır. Bu eğitim kurumları yaygın eğitim farkını sosyo demografik özelliklere sahip bireylere ulaştırmaktadırlar. Girişimcilik niyetini oluşturmak, geliştirmek ve yaygınlaştırmak üzerine uygulamalı ya da teorik dersleri vermektedirler (Sönmez ve Toksoy, 2014). Küresel ölçekte girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun olduğu ilk on ülke arasında ABD, Kanada, Avustralya, Danimarka, İsveç, Tayvan, İzlanda, İsviçre, Birleşik Krallık, Fransa yer almaktadır (GEM, 2016). Bu ülkelerin en temel özelliği, kapitalizmin tarihsel gelişimine paralel olarak bireycilik de hızlı gelişmiştir. Bu ülkelerin eğitim sistemlerinde ise girişimcilik dersleri ilköğretimden itibaren verilmektedir. Bunun yanı sıra teknolojik gelişmelere önem verilip desteklenmekte, bireysel hak ve özgürlüklere önem atfedilmektedir. Bunun devamında Küresel Girişimcilik Endeksi listesinde oldukça gerilerde olan Türkiye’de ki eğitim sistemi daha ezberci nitelikte ve teoriktir. Bu yapıdaki bir eğitim sistemi ise sorun çözme odaklı, özgün ve yaratıcı düşünmeyi gerektiren girişimciliğin gelişimini sınırlayıcı etkide bulunmaktadır (Erdayı, 2009). Türkiye’de üniversitelerde girişimcilik dersleri verilirken lise, orta ve ilk okul düzeylerinde bu derslerin verilememesi girişimciliğin gelişimini olumsuz etkilemektedir. Özellikle dünya çapında girişimcilik eğitiminin yaşam boyu öğrenme modeli içinde ele alındığı ve küçük yaşlardan itibaren girişimcilik kültürünün aşılandığı düşünülürse bu durum girişimcilik niyeti oluşturma ve girişimcilik becerilerinin geliştirilmesi bağlamında Türkiye için çok büyük bir eksikliktir (Erdayı, 2009). Sonuç olarak görülmektedir ki salt programsal desteklerden ziyade Türkiye’de aile, eğitim gibi kurumlarda yer alan bireyselliğin gelişebilmesine olanak

verecek şekilde yeniden düzenlenmesi şarttır. Ayrıca kadını özel alan ile sınırlı gören toplumsal cinsiyetçi anlayışın aşılması için gerekli politikalar oluşturulmalıdır. Özellikle kadın ve genç nüfusun genel nüfus içindeki oranları düşünüldüğünde, bu iki grubu içine alacak sosyal politikaların geliştirilmesi hem genel refahın hem de girişimciliğin geliştirilmesi açısından oldukça önemlidir.

3.7. GİRİŞİMCİLİK'DE BAŞARISIZLIK NEDENLERİ

3.7.1. Uygun Olmayan Kuruluş Yeri

İşletmelerde kuruluş yeri seçimi yapılırken genellikle ihmal, bilgisizlik fazla sürede girişim için araştırma yapılmaması gibi durumlar sebebiyle tam olarak belirlenememektedir. Bu yüzden kuruluş yeri seçimi yapılırken girişimciler detaylı bir inceleme ile araştırma yapması gerekmektedir. Kuruluş yerinde yapılacak olan piyasa araştırması o bölgenin ya da kurulacak yerin işletmeye uygun kriterler içerip içermediği öğrenilmelidir. Bunun sebebi girişim sürecinde işletmeciyi başarıya götürecek en önemli unsurun uygun bir kuruluş yeri seçiminden geçmesidir. Aynı zamanda kuruluş yeri işletmenin sabit duran faktörlerinden birisidir. Örneğin; ekipman, personel, makineler gibi işletmenin ihtiyaç duyduğu şeyler zamanla değiştirilebilir ama çoğu kez kuruluş yeri değişimi işletme açısından zor ve olumsuz bir durum içermektedir. Genel olarak baktığımızda yukarıda anlatılanların hemen hemen hepsi girişimcilikte etkili olan önemli faktörlerdir. Bunların dışında birkaç neden daha herhangi bir girişimde etkili olan başarısızlık faktörlerinden bazıları olarak belirtilmiştir. Bu sebeplere değinecek olur isek şu şekilde bir sıralama yapabiliriz: İşletmenin kuruluş yerlerini seçerken genelde bilgi eksikliği, tecrübesizlik ve bazen gerçekçi bir yaklaşım ile belirlenmediği durumlar işletmelerde sık rastlanmaktadır. Kuruluş yeri işletmeler için en önemli faktördür. İyi bir yerde iyi bir konuma sahip olan işletmeler her zaman yüksek kar oranı ile çalışmalarını sürdürmektedirler. İşletme kurulmadan önce yer seçim yerine göre piyasa araştırması ve yapılacak olan bazı etütlerle kuruluş yeri ayrıntılı bir şekilde seçilir. Girişimci işletmesini kuracağı yerde faaliyet göstereceği alanın en uygun yer olmasına çok dikkat etmelidir. Aynı zamanda başarıya götürecek gerekli ihtiyaçların karşılanması uygun kuruluş yeri içi asıl hedefi içerir. Kuruluş yeri aynı zamanda işletmenin tam zamanlı ve değişim göstermeyen her zaman orada bulunacağı bir alana hitap

etmelidir. Makine ekipmanları, personel ya da binanın içi ve dışı istenildiğinde değiştirilme olanaklarından yoksun olmaması gerekir. Yeni kurulacak işletmelerin kuruluş aşamalarında sürdürülen çalışmaları etkileyecek faktör coğrafi konum seçimidir. Bir işletme de kuruluş aşamasında önemli olarak değinilecek 3 farklı tür bulunmaktadır.

- İşletmenin büyüklüğünün ve üretim kapasitesinin en uygun olacak seçimi,
- İşletmenin üretim yönetimi ve üretim teknolojisinin en uygun seçimi,
- İşletmenin kuruluş yerinin en uygun seçimi olarak gösterilir.

Girişimci işletmesini kurarken alacağı kararlarda bu üç hususa dikkat etmelidir. Girişimci işletme büyüklüğünü bir kez tespit ettikten sonra gerek duyulduğu sırada belli sınırlar çerçevesinde değiştirme olanağı bulunmaktadır. Buna karşın elverişe uygun olamayan yerde kurulan işletme bir yere taşınacağı ya da başka bir iş amacıyla aktarılacağı sırada girişimciye büyük harcamalarla birlikte zarara uğratabilmektedir. Bunu ulusal bir zarara sebep olurken hem de girişimci için yüksek üretim ve ulaşım, ulaştırma maliyetleri olumsuz bir şekilde etkiler. Bir işletmenin kuruluş yeri seçiminde genellikle üç aşamadan bahsedilir: İşletmenin kurulacağı bölgenin seçimi, bölge içinde kurulacak il ya da ilçenin seçimi, seçilmiş olan il ya da ilçedeki konumunun seçimidir. Devamında ise, işletmeler de kuruluş yeri aşamalarının sonraki süreçlerinde bölge içindeki yörede şu çalışmalar yapılarak kuruluş yapılmalıdır: Öncelikle kuruluş yöresinin neden seçildiğinin faktörleri belirlenmelidir. Bunun devamında yörede seçim kararını etkileyen faktörlerin sayısal değerleri saptanmalıdır. Bölge içindeki yöreler etkinlik ve faaliyet sırasına sokulmalıdır. Son olarak ise, en uygun kuruluş yöresini işletmenin en üst düzey yöneticilerin kararından geçmelidir. Genellikle yöre seçimi işletmede kuruluş yeri seçimin en karmaşık sürecidir. İçerisinde birçok faktörü bulundurduğu için girişimci tarafından biraz sorun teşkil edebilmektedir. Bunun sonucunda kuruluş yeri belirlendikten sonra sürecin yönetilmesi daha kolay hale gelmektedir.

Kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörler şu şekilde açıklanmaktadır:

3.7.1.1. Pazar Faktörü

İşletme kurma sürecinde üretim yerinin ya da işletmenin kuruluş yerini etkileyen faktörlerin en başında pazar faktörü gelmektedir. Her üretim belirli bir

pazarı karşılamak için yapılmaktadır. Girişimlerde öncelikle ulaşım ya da ulaştırma sisteminin yetersiz seviyede olması ya da taşıma maliyetlerinin yüksek olması sebebi kuruluş yerinin pazara yakın olarak kurulmasında büyük bir avantaja sahip olacaktır. Çok çabuk bozulur mallar üreten işletmeler için kuruluş yerini pazara en yakın yerde kurması önemli bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla beraber bu süreçte hem bozulma riski ortadan kalkacak hem de taşıma maliyetlerini en aza indirecektir.

3.7.1.2. Ham Madde ve Yardımcı Madde Faktörü

Kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörlerden bir diğeri de ham madde ve yardımcı maddeye yakınlık ve bunların tedarik edilme sürecini içermektedir. Ham madde kimyasal ve fiziki yönden uygun olup tedariği her zaman sağlanma imkanına sahip olmalıdır. Bunun yanı sıra ulaştırma sisteminin yakın bir yerinde bulunmalıdır. Diğer yandan ham maddesi her yerde olan ürünlerin tüketim alanı bölgesinde üretimi uygun olmaktadır.

3.7.1.3. Taşıma Faktörü

Ulaşım giderleri ve ulaştırma olanakları kuruluş yeri faktörlerinden en önemlisidir. Ulaştırma imkanlarının elverişli olması nedeniyle deniz, kara yolu ya da demir yolu bölgelerinin yakınına kurulmuş birçok işletme günümüzde bulunmaktadır. Örneğin; rafineriler ve petrol dağıtım yerleri genellikle liman alanlarında kurulmuştur. Son zamanlarda ekonomik maliyetlerin getirdiği yük ve artan maliyetler ham madde ve yardımcı maddelerin çoğunu doğadan temin eden işletmelerin kuruluş yerlerinin uygun bölgeden seçmek zorunda kalmalarını sağlamaktadır. Genel olarak toplam taşıma giderlerinin en düşük olduğu yer ekonomik açıdan en ucuz olan işletmenin kuruluş yeridir. Bu yüzden işletmeler kuruluş yeri olarak tüketicinin yoğun olduğu bölgeleri seçmelidirler.

3.7.1.4. İnsan Gücü Faktörü

İşletme kurma aşamasında işgücünün nitelik ya da nicelik yönünden yeterli olup olmadığı kuruluş yeri seçilirken göze alınacak önemli faktörlerin başında gelmektedir. Girişimciler işletmelerini işgücünün yoğun olduğu bölgelere kurmaları onlar adına bazı avantajlar içermektedir. Var olan işgücünün kalifiye ve yetenekli olması işletmenin kurulduğu bölge için olumlu bir etkidir. Örneğin; müzik aletleri, cam eşya, dokuma endüstrisi, porselen, oyuncak gibi işlerde uzmanlaşma ve kalifiye

olma gereksinimine gerek vardır. Bu nedenden uzmanlaşmış olan iş gücünün varlığı işletmeler açısından önem içermektedir.

3.7.1.5. Enerji ve Yakıt Faktörü

Girişimciler kuruluş yeri seçiminde su, elektrik, kömür, doğalgaz, jeotermal gibi daha birçok doğal kaynağa sahip enerji kaynaklarının bulunduğu yerleri iyi bilmek ve ona göre işletmeyi o bölgede kurmak son derecede önemlidir. Örnek vermek gerekir ise şeker, kâğıt, çimento gibi kaynakları üreten işletmelerin gereksinimi olan enerjiyi alabilmek için işletmelerini yada üretim tesislerini genellikle akarsu ya da göl kenarlarına girişimciler tarafından kurulurlar. Buna ek olarak kömür enerjisinin kullanıldığı işletmelerde kömür madenlerine yakın bir yere kurulurlar.

3.7.2. Zamanlama

Girişimlerde uygun ortamın var olmaması kadar, girişimcilerin doğru zamanı gözetmemeleri de girişimin bazı durumlarda başarısız olmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda doğru zamanlama yapılamaması, hem girişimci hem de dış koşullar açısından en uygun şartlar oluşturulmadan girişimin başlatılmasını ifade etmektedir. Örneğin, ülkede ortaya çıkan siyasi istikrarsızlık, ekonomik göstergelerin gereği gibi izlenmemesi, belirsizliklerin ve risklerin en yüksek olduğu zaman dilimlerinde girişim faaliyetlerinin başlatılması başarısız olunmasına neden olabilmektedir (Yılmaz ve Sünbül, 2009). Aynı şekilde genel ekonomik göstergelerin olduğu kadar sektörde ve pazarda söz konusu olan değişimlerin ve olumsuz gelişmelerin gereği gibi takip edilememesi, doğru zamanda doğru kararlar alınamaması ve piyasaya giriş koşullarının bu kapsamda takip edilmemesi de doğru zamanlama yapılmamasını ifade etmektedir. Zira söz konusu edilen bu hususların göz önünde bulundurulmaması, belirsizliklerin ve risklerin karşılanabilir boyutların dışına çıkmasına neden olmakta ve başarısızlığı beraberinde getirebilmektedir (Ören ve Biçkes, 2011). Bu nedenle de girişimciler, tüm göstergelerin olumlu seyrettiği bir zamanda işe başlamaya ve belirsizliklerin ve risklerin olabildiğince bertaraf edilebildiği bir zamanı gözetmeye özen göstermelidir.

3.7.3. Yetersiz Sermaye

Sermaye durumu genel olarak girişimcilerin bir işe başlama aşamasında sahip olduğu fonlar, nakit tutarları veya onlara eşdeğer olan tüm varlıkların hepsine denmektedir. Sermaye kavramı yapılan yatırımın devam ettirilmesi veya o yatırımın gerçekleşmesi bakımından iki kısımda incelenmektedir. Bunlar yatırım ve işletme sermayesi şeklindedir. Yatırım sermayesi; girişimin kurulma sürecinde yer alan maddi değeri ifade etmektedir. Bunun içinde ilgili faaliyetle ilgili işletme açısından bazı haklar yönünden maddi olmayan varlıklarda yer almaktadır. Diğer bir tür olan işletme sermayesi ise; işletme faaliyetine başlayıp ilk kazancını elde ettiği süre zarfında ödenecek olan giderlere denmektedir. Farklı bir deyişle çalışma sermayesi olarak da adlandırılmaktadır. Girişimciler üzerinde yapılan araştırmalar incelendiğinde en önemli başarısızlık sebeplerinin başında yetersiz sermaye durumu yer almaktadır. Günümüzde yetersiz sermaye yüzünden kapanmış ya da atıl duruma düşmüş olan pek çok işletme bulunmaktadır. Bu durum genellikle küçük ya da orta ölçekli işletmeler için geçerli bir süreci içermektedir. Girişim faaliyetlerinin hemen başlangıç seviyesinde yeterli yatırım ve çalışma sermayesine sahip olmayan işletmeler, kısa sürede finansal sorunlar yaşayamaya başlamaktadırlar. Bunun sonucunda ise işletmeler kendi bünyesinde yer alan yeterli özsermayeye sahip olma gibi önemli bir rekabet avantajından yoksun kalma durumuna düşmektedirler. Bu yüzden de girişimcilerin, borçlanmadan kendi varlıklarını devam ettirebilmeleri bağlamında yeterli finansal güce sahip olmalarının önemli olduğu belirtilmektedir (Küçük, 2005). Zira en azından kısa vadede başarı elde edilebilmesi için, sermaye yapısı anlamında girişimlerin her zaman yeterli özsermayeye sahip olunması gerekmektedir. Bununla beraber girişim faaliyetlerinin hemen başında ya da ilerleyen dönemlerinde, ihtiyaç duyulması durumunda veya zorunlu hallerde, uygun bir şekilde kredi alabilme imkanlarına sahip olunabilmesi de büyük bir önem taşımaktadır. Uygun koşullarda kredi olanaklarına sahip olunması; yeterli özsermayeye sahip olunması kadar önemli olmasa da, girişimlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri açısından gereklilik arz etmektedir. Bu bağlamda başarılı girişimler, finansal yapılarının güçlü olması kadar kredi alma güçleri de yüksek olan işletmelerdir (Gopta vd., 2009).

3.7.4. Rekabet Koşulları

Girişim sürecinde yer alan rekabet ortamı, sektörde tek girişimcinin yer almadığı durumlarda kaçınılmaz bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumun yanı sıra sektörde tek girişimci olması durumu, pratikte olanaklı bir durum olarak değerlendirilmemektedir. Bu yüzden girişimciler, geçmişte yer aldığı gibi bugün de rekabet koşullarının içerisinde bulunmak ve bu koşullara her zaman uyum sağlamak durumundadırlar. Günümüzde rekabet ortamının işletmeler yönünden hayati önem taşıması sebebiyle, rekabete önem verme veya vermeme durumu işletme başarısını ya da başarısızlığını doğrudan etkileyen bir unsur olarak kendisini ortaya koymaktadır. Geçmiş dönemlerde işletmelerin kendi yönünde fiyat, kalite, müşteriye ulaşma kolaylığı ve ürün çeşitliliği gibi sundukları rekabet ortamı olumlu iken, günümüz itibarıyla bu unsurların tek başına yeterli olmadığı görülmektedir. Zira günümüzde yer alan ve faaliyet gösteren işletmelerin başarılı olabilmesi için, daha farklı rekabet unsurlarına odaklanmaları gerektiği belirtilmektedir. Örneğin; fırsatları görebilme, yenilik yaratma potansiyeline sahip olma, farklılıklara önem verme, entelektüel sermayeye sahip olma, teknolojik olanakları kullanabilme, bilgi yönetimini işletme süreçlerinde kullanabilme, değer yaratma, değişim ve gelişime önem verme, tutarlılık ve süreklilik, müşteri istek ve beklentilerini gözetmek kadar müşterilerde istek ve beklenti yaratma, sürekli eğitime önem verme, stratejik yönetim hâkim kılma ve kurum imajını geliştirme, sürdürülebilir rekabet avantajı elde edilebilmesi açısından önemli görülmektedir (Bozgeyik, 2005). Aynı durumda insan kaynaklarının da etkili bir rekabet faktörü olarak görülmesi ve ön plana çıkarılması durumu, işletmelerin rekabet edebilirliklerini ve o doğrultuda başarı düzeylerini etkilemektedir. Zira tüm işletme kaynaklarının çıktısının sınırlı seviyede olduğu bir süreçte, insan kaynaklarının kendi etkinliği ve yaratıcılığı ile birlikte bireyler başarılı girişimlerde yer edinebilmektedir (Karabey ve Bingöl, 2010).

3.7.5. Yönetim Becerisine Sahip Olunamaması

Yönetim becerisine sahip olunamaması, girişimlerin başarısız olmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda başarılı girişimlerin temelinde, sosyal ve kurumsal süreçlerin doğru yönetilebilmesini sağlayacak yönetim becerisine sahip yetenekli girişimcilerin bulunması söz konusudur. İşletme hedeflerine ulaşılabilmesi ve kendi

verimliliğinin artırılabilmesi amacıyla, çalışanları arasında işbirliği ve koordinasyonun hâkim kılınmasına yönelik bir yönetim anlayışının var edilebilmesi önem taşımaktadır (Efil, 1999). Girişim sürecinde yönetim becerisine sahip olunması; iş kolu ya da içerisinde yer alınan sektör her ne olursa olsun, yönetim faaliyetlerinin güç ile değil sorumluluk duygusu ile yürütülmesini gerektirmektedir. Bu durum müşteri tatmininin de sağlanması açısından önem taşımaktadır (Çetin, 2010). Sonuç olarak yönetim becerisinden yoksun olmak her zaman işletme alanında; girişimcilerin işletme vizyon ve misyonuna odaklanamamalarına, kurumsal stratejiler belirlenememesine, , işletme çalışanları ile gereği gibi iletişim kurulamamasına, girişim faaliyetlerine gereği gibi liderlik edilememesine, işletme çalışanlarının gereği gibi motive edilememesine, yetenek ve yaratıcılıklarının gereği gibi desteklenememesine neden olmak bakımından girişimcilerin başarısız olmasına neden olabilmektedir (Bozyiğit ve Yaşa, 2015).

3.7.6. Süreci Yönetememek

Girişim faaliyetlerinin başarılı olabilmesi için, girişimin işletmeci tarafından hayata geçirilmesinden itibaren belirli aşamalar yönünden doğru yönetilmesi gereken bir süreç içerisinde yer alınmasını gerektirmektedir. Bu süreçte; işletmeler için bazı fırsatların belirlenmesi, bunun dışında fizibilite çalışmalarının işletme yönünden gereği gibi gerçekleştirilmesi, kaynakların temin ve kontrol edilmesi, çeşitli iş planlarının hazırlanması ve son olarak örgütsel yapının şekillendirilmesi aşamalarının gereği gibi yönetilmesi büyük önem taşımaktadır. Buna yönelik olarak da işletmede her aşamanın kapsamlı araştırma ve doğru karar alma süreçlerine endeksli olarak etkin bir şekilde yürütülmesine önem verilmelidir (İraz, 2005). Girişimcilik faaliyetlerinde sürecin doğru yönetilebilmesi; özellikle iş planlarının hazırlanması anlamında, girişimcilerin yerine getirilmesi gereken faaliyetler konusunda sistematik bir düşünme ve programla alışkanlığı edinmelerini sağlamaktadır. Bu kapsamda hazırlanacak stratejik planlar; işletmenin geçmişinin değerlendirilebilmesi, geleceği için vizyon oluşturulabilmesi ve bu vizyon çerçevesinde belirlenen hedeflere ulaşılabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Karaca, 2013). Girişim faaliyetlerine yönelik sürecin gereği gibi yönetilebilmesi için aşağıda yer alan kapsamda hareket edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Özsağır, 2004).

- İş planlarının hazırlanması,
- Kurulacak işin temel nitelikleri ve kuruluş dönemi planlarının hazırlanması,
- İş fikrinin piyasa ve talep özellikleri ile karşılaştırılmasına yönelik araştırmalar yapılması,
- İşletme tarafından uygulanacak pazarlama planının oluşturulması,
- Ürün ve/veya hizmet üretiminde kullanılacak temel süreçlere yönelik üretim planının hazırlanması,
- İşletmenin örgütlenme ve yönetim planının hazırlanması,
- İşletmenin finans planının hazırlanması,
- İş kurma süreci aktivite planının hazırlanmasıdır.
- Söz konusu edilen bu kapsamda girişimciler, kendilerine rehber oluşturmaya yönelik olarak incelemelerde bulunmalı ve girişim faaliyetleri için bir düşünce sistemi oluşturmalıdır.

3.7.7. Bilginin Yanlış Kullanımı ve Analizi

İşletmecilikte doğru bilgi ve yapılan çeşitli analizlerle işe başlanmamak, doğru kararlar alınamamasına neden olmaktadır. Zira işletme için alınacak doğru kararlar, ancak yeterli düzeyde ve doğru bilgiye sahip karar vericiler veya girişimciler tarafından alınabilmektedir. İşletme sürecinde girişimcilerin yeterli ve doğru bilgiye sahip olamadığı durumunda ise, hem karar verilecek konu hem de bu konu ve kararlar doğrultusunda etkilenebilecek diğer tüm hususlar hakkında yanlış belirlemelerde bulunulması gündeme gelecektir. Bu yüzden de girişimciler; girişim faaliyetlerinin başlangıcından itibaren, girişim evresi ve olanakları ile ilgili sistematik bilgi toplamaya ve bu bilgileri analiz ederek değerlendirmeye tabi tutmaya önem vermelidirler (Mueller ve Thomas, 2000). Bu bağlamda da işletmenin; yönetim, finansman ve muhasebe, insan kaynakları, üretim ve operasyon faaliyetleri, pazarlama işlevleri ve altyapı olanakları fırsatlar ve tehditler çerçevesinde değerlendirilmelidir. “SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) Analizi” ya da “FÜTZ (Fırsatlar, Üstünlükler, Tehditler ve Zayıflıklar) Analizi” olarak değerlendirilen bu analizler çerçevesinde, benzeri durum belirleme matrisleri oluşturulmalı ve hem o aşamaya hem de daha sonraki aşamalara yönelik karar verme süreçleri bu şekilde kolaylaştırılmalıdır (Ülgen ve Mirze, 2007).

3.7.8. Küresel Şekilde Düşünememek

Küresel şekilde düşünebilen girişimciler, 21. yüzyılın en fazla kazanım elde edebilecek kesimi olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimler ve gelişmelerle birlikte, ülkeler arasında var olan sınırların ortadan kalkmasıyla küreselleşmenin dünya üzerinde çok daha etkili olmaya başlaması; ülke ekonomilerinin hızla küreselleşmesini, dünyanın farklı ülkelerindeki ve bölgelerindeki farklı kültürlerle ve değerlere sahip müşterilere ulaşılabilmesini ve yasal düzenlemelerin küreselleşmeye ilişkin olarak gerçekleştirilmesini beraberinde getirmektedir. Bu sebeple birlikte önemli olan yasal, ekonomik ve politik sistemler içerisinde işletmecilerin yer alabilmesi ve bu sistemlerde var olan sürdürülebilir rekabet avantajını elde edebilmek için, bütün bu süreçte yer alan girişimcilerin küresel düşünebilmeleri gerekmektedir. Bu sayede girişimciler; küresel şekilde iş yapabilme ve işleri daha kolay, hızlı ve kârlı hale getirebilme olanağına sahip olabilmektedirler (Zoltan vd., 2001). Küresel iş girişimleri genellikle; girişimcilerin kaynak bağımlılığını azaltmasına, stratejik ortaklıklar geliştirilmesine olanak sağlaması ve sanal ortamda da iş üretilmesini mümkün kılması yönü ile işlem maliyetini olumlu bir şekilde etkilemesi ile işletmelere bazı avantajlar sunmaktadır. Küresel ortamda iş yapılma süreci her ne kadar stratejik analizler yapılması gerekliliği doğrultusunda kendine yer edinse de, iş yapılacak ülkelerin ya da küresel ölçekte değerlendirmelerde bulunulmasını gerektirse de; hem küçük girişimler de hem de hâlihazırda küresel anlamda faaliyette bulunan büyük girişimler için yeni fırsatlar ve başarı olanaklarına ulaşılabilir (Raguz ve Matic, 2011). Buna yönelik olarak da işletmelerin, yeni fırsatlardan ve başarı olanaklarından yararlanabilmesi ve küresel ortamda başarılı olabilmesi için; ihracata, uluslararası ortak girişimlere, lisans anlaşmalarına ve hatta doğrudan yatırımlara önem vermesi yerinde olacaktır. Bunun için de girişimcilerin; küresel düşünebilme anlamındaki talep ve beklentilerini destekleyecek ve uygulamaya geçirecek örgütsel yapılanmalara ve modern yönetim anlayışlarına açık olmaları gerekmektedir (Akpınar, 2011).

3.7.9. Proaktif Davranmamak

Girişimler yönetilirken proaktif davranmamak, öncü olmamak ve risk almamak, girişimcilerin başarısızlık yaşamalarına neden olan önemli etmenler arasında değerlendirilmektedir. Girişimcilerin öncü olmaları ile kast edilen kavram; genellikle işletmelerin rakiplerini takip etmeleri, izlenen politikaların sonuçlarının izlenmesi ve çekimser davranışlar sergileyerek karar verilmesi yerine rakiplerden önce yeni ve yaratıcı fikirlerin uygulamaya geçirilmesini ifade etmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004). Proaktif davranmak ile kast edilen, girişimcilerin iç ve dış çevrelerini değiştirmeye yönelik yeni bir hareket başlatmaları ve bu hareketi sürdürme eğilimi göstermeleridir. Bu anlamda proaktif kişilik özelliklerine sahip girişimciler; iç ve dış çevre koşullarının girişim faaliyetlerini kısıtlamasına onay vermeyen, bunun dışında fırsatları hak etmeye yönelik sürekli bir çaba içerisinde olan, inisiyatif kullanarak harekete geçme eğilimi gösteren ve istediklerini elde edinceye kadar sabır gösteren bireylerdir. Aynı şekilde proaktif kişilik özellikleri taşıyan girişimciler, kendi davranışları ile şartları değiştirebileceklerine yönelik inanç taşımaktadırlar. Bu inançla, bireyler girişimcilik faaliyetlerine yönelim sağlamaktadırlar (Baltaş, 2015). Sonuç olarak, proaktif davranabilen, öncü olabilen ve risk alabilen girişimciler; taklit edilemez ürün ve/veya hizmetler sunabilmek, finansal üstünlük sağlayabilmek, prestij kazanabilmek ve kendilerini yeniliklerle destekleyebilmek doğrultusunda, önemli bir stratejik üstünlük elde edebilmekte ve daha başarılı olabilmektedirler.

3.7.10. Esnek ve Uyumlu Olmamak

Girişimcilerin esnek ve uyumlu olmaması ile mevcut durumu değiştirmeye yönelik direnç gösterilmesi, değişen koşullara uyum sağlanmak istenmemesi ve işletmenin dış çevresinden soyutlanarak ve kendisini dışarıdan bilgi alışverişine kapatarak bir anlamda içe kapanık var olmaya devam etmesi kast edilmektedir. Oysa girişim faaliyetlerinde esnek ve uyumlu olunması ile girişimi etkileyecek dış çevrede gelişen olaylar ve yeni durumlardan haberdar olunabilmekte, bu şekilde işletme ile dış çevresi arasındaki ilişkiler canlı tutulabilmekte, değişen koşullara kolayca uyum sağlanabilmekte, esnek politikalar geliştirilebilmekte ve uygulanabilmektedir (Koçak, 2003). Bunun sonucunda, küçük girişimler başta olmak üzere büyük girişimler için esnek ve uyumlu olmak yaşamsal önem taşımaktadır. Hatta küçük

girişimler, esnek ve uyumlu olmak noktasında büyük işletmelere göre çok daha avantajlı olduklarını bilerek, buna yönelik politikalar geliştirmeye ve uygulamaya özen göstermelidirler (De Clercq, Dimo ve Narongsak, 2010).

3.7.11. Yeni Pazarlar, Yeni Ürünler ve Yeni Müşteriler Oluşturamamak

Girişimcilik faaliyetlerinde başarı elde edilebilmek için, yenilik ve yaratıcılık fonksiyonunun bir neticesi olarak yeni ürünler oluşturulması onlar adına büyük bir önem taşımaktadır. Aynı zamanda yeni pazarlar ve yeni müşteriler de, küreselleşmenin bir gereği olarak girişimciler tarafından önemsenmek durumundadır (Mwangi, 2012). Bu bağlamda yeni pazarlar, yeni ürünler ve yeni müşteriler oluşturamayan girişimler; piyasada derinleşme ve müşteri sayısını artırma olanağı bulamayacağından başarısız olmaktadır. Bu durum getirdiği çıktılar, özellikle küçük işletmeler ya da yöresel girişimler tarafından önemli görülmelidir. Buna yönelik olarak küresel piyasalarda etkin rol almak isteyen yöresel girişimler; “pazarın tüm dünya ve müşterilerin de tüm insanlık” olarak algılanması doğrultusunda, özellikle işlerini elektronik ortama taşıyarak ulusal ya da küresel tüm girişimlerle eşit koşullara sahip olabilmektedirler (Memiş, Paksoy ve Paksoy, 2007).

3.7.12. İşi Elektronik Ortama Taşıyamamak

Girişimcilerin işletme süreçlerinde yapmış oldukları faaliyetlerini elektronik ortama taşıyamamaları ve girişim oluştururken internet olanaklarından gereği gibi yararlanılamaması, günümüz girişim serüveni için hâkim olan olanaklardan yoksun kalınmasına neden olmak bakımından başarısızlığı beraberinde getirebilmektedir. Bu yönden bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden yararlanılması ile birlikte, sanal ortamda iş üretilmesi ve bu üretimlerden sonuç alınmasının, girişimlerin başarı düzeyini artırdığı belirtilmektedir (Gökyay, 2008). İşin elektronik ortama taşınması, zaman ve mekân kavramlarının ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır. Bu temelde de farklı coğrafi bölgelerdeki müşterilerle bağlantı kurulabildiği gibi; farklı iş yapma bilgi ve uzmanlık düzeylerine sahip girişimcilerden, farklı ürün ve/veya hizmet üretimleri konusunda bilgi alınabilmekte ya da bu girişimcilerle işbirliği yapılabilmektedir (Özar, 2005).

3.8. ENGELLERİN AŞILMASI İÇİN MUHTEMEL ÇÖZÜMLER

Girişimci; girişimde bulunduğu işi geliştirirken ona sunulan kaynakları doğru yönde kullanan ve şekillendiren kişidir. Girişimciler, mevcut olan kaynak ve fırsatları diğer insanlara göre daha kolay farkedebilirler ancak bu süreçte risk almaları gerektiğini de çok iyi bilmektedirler. Bir girişimci, girişimcilik yolculuğu boyunca sahip olduğu meziyetleri tüm engel ve risklere karşı kendini korursa başarılı olma ihtimali de yükselir. Liderlik gücüne sahip olan ve zamanının ötesinde düşünen kişilerin girişimci olması ve hatta bu yönde başarılı olması oldukça mümkündür. Girişimci, önceden de değindiğimiz gibi belirli stratejilerle ekonomik mal ya da hizmet üreterek pazarlayan ve bununla birlikte üretim faktörlerinin hepsini bir arada toplayan ve kâr amacı ile hareket edip bu riskleri göze alan kişileri içermektedir. Diğer bir söylemle, kaynaklar bulan ve bu kaynaklar hakkında bilgi sahibi olan başarılı kişilere girişimci denmektedir. Günümüzde her ırktan, yaştan, cinsiyetten ve gelir düzeyinden insanlar girişimci olabilirler. Bununla beraber eğitim düzeyi, tecrübe ve şans faktörü gibi olaylarda girişimcinin başarılı olması yönünde doğrudan bir etkiye sahiptir. Genellikle başarılı bir girişimci ya da genç girişimcilerde görülen birkaç özellik bulunmaktadır (btm.İstanbul, 2024). Özetle başarılı bir girişimci olmanın en önemli özellikleri şu şekilde ifade edilmektedir:

3.8.1.Vizyon Sahibi Olmak

İş yaşamı ticaret yapma sürecinde belli bir sürekliliği olan bir kavramı içermektedir. Bu süreçte girişimciler işletmede söz sahibidirler ve çalışma arkadaşlarına yaptığı liderlikle onlara yol gösterici olması girişimcilerin belirli bir vizyon sahibi olmasında etkilidir. Girişimci kafasında planları oluştururken gerçek bir vizyona sahiptir. Bu tür girişimciler sadece plan yapmakla kalmaz aynı zamanda bu planları hayata geçirebilecek cesaret ve karaktere de sahip kişilerdir. Özetle başarılı bir girişimci ya da genç girişimci olmanın en önemli özelliği iyi bir vizyona sahip olmak ve sürekli kendini geliştirmesine bağlıdır.

3.8.2.Girişkenlik ve Risk Alma Yönetimi

Günümüzde yer alan ve faaliyetlerini gösteren işletmelerin bazılarının bu kadar başarılı olmasının önünde risk alarak hamlelerini yapan girişimcilerin varlığı oldukça etkilidir. Başarılı bir girişimcinin en önemli özelliklerinden birisi de girişken

bir yapıya sahip olup risk alma özelliğidir. Risk almak kimi zaman önemli bir hizmet ya da ürünü farklı bir şekilde daha iyi bir hale getirebilmektedir. Bunun dışında başarısız olan riskler her zaman olumsuz bir sonuç vermeyebilir. Bu yüzden girişimci ya da genç girişimci bu risklerden önemli dersler çıkarır ve ona göre hareket eder. Sonuç olarak başarısız olmak girişim sürecinde gelecek dönemlerde belirli iş stratejilerini geliştirmek için önem içermektedir.

3.8.3.Öğrenmeye Açık Olmak

Girişimciler sürekli olarak her zaman ve her yönde çeşitli bilgiler edinerek çalışma hayatında başarılı olup bir adım önde olma yolunda hareket etmektedirler. Bunun yanında girişimcinin her gün yeni bilgiler öğrenip yaratıcılığını geliştirme yönünden bu durum büyük bir önem içermektedir. Başarılı girişimciler her geçen gün yeni girişimler oluşturmak ve çalışmalarını yenileyerek ilerleme kaydedip yeni beceriler öğrenmeyi kendilerine amaç edinmektedirler.

3.8.4.İş Birliği ve Network Oluşturma

Network iş yaşamında önemli bir kavramdır. Tüm girişimciler ürünlerini ve hizmetlerini pazarlamak için networklerini etkili bir şekilde kullanırlar. Bu networkler ile girişimlerinin verimlilikleri artar. Kısacası girişimciler iş birliği ile birlikte network oluşturarak maliyetlerini azaltılır ve iş süreçlerini belirli bir duruma göre ayarlarlar.

3.8.5. Dayanıklılık ve İşe İnanma

Başarılı bir girişimci her zaman yapacağı işe inanır ve bu yüzden başarılı olmuş girişimlerde genellikle bu durum her zaman ortaya çıkmıştır. Girişimci kendini adadığı işine her zaman sahip çıkarak zamanının çoğunu çalışarak geçirir. Bunun sonucu olarak girişimci yaptığı her işten zevk alır. Başarılı olmanın temeli çok çalışmak, planlamak ve fikir üretmektir. Bunları yapan girişimci yaptığı işe inanmanın verdiği güçle girişiminde her zaman başarılı olmaktadır.

3.8.6. Güçlü İletişim Becerisine Sahip Olmak

Başarılı girişimcilerin en dikkat çekici özelliklerden biri de onların güçlü bir iletişim becerisine sahip olmalarıdır. Bu kişiler planladıkları yolda ilerlerken ekibiyle, müşterileriyle, iş ortaklarıyla ve kendi yatırımcılarıyla doğru ve kesintisiz

bir iletişim kurduğunda başarıya bir adım daha yaklaşmış olurlar. Bu durum hoşgörölü ve önyargısız bir tutum sergileyen girişimcilerin ortak özellikleri arasında yer almaktadır. Yenilikçi fikri savunan kişiler gibi girişimciler de zamanla birçok eleştiri ile karşı karşıya kalabilir. Girişimcilerin kendinden ve hayallerindeki iş modelinden emin olarak ilerlemesi ve gerektiği yerde kendini doğru ifade etmesi girişimcilik sürecinde önem arz etmektedir (İşbank, 2024).

3.8.7. Zaman Yönetimi

Bir hayalin peşinde koşan ve kendini bu işe adanmış girişimcilerin sahip olması gereken özellikler arasında yer alan zaman yönetimi konusu önemli bir kavramdır. Girişimciler, zamanlarını nasıl yönetmeleri gerektiğini bilmelidirler. Amaçladıkları hedefte ilerleyen girişimciler hedefleri için her gün yeni başlangıçlarla ve umut ederek çalışma azmindedirler. Her gün bir öncekine yenisini katarak ve bütün çalışmalarını özümseyerek güvenli bir şekilde yollarına devam ederler. Temelde amaçladıkları girişim fikrini hayata geçirebilmek için sistematik bir şekilde çalışırlar. Doğru zaman yönetimi ve yüksek özveri, girişimciler için olmazsa olmaz özellikler arasında yer almaktadır.

3.8.8. Azimli Olmak

Başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken en temel özellikler arasında kesinlikle azim vardır. İşlerini büyütmek ve hedeflerine adım adım ulaşabilmek için azimli bir karaktere sahip olan girişimciler uzun bir yol kat etmektedirler. Bu uzun yolda da azimlerini canlı tutmak girişimcilerin en büyük amaçlarından birisidir. Bunun yanı sıra girişimcilerin, aynı zamanda hırslarını da kontrol altında tutması gerekmektedir. Çünkü hırs çoğu zaman azim kadar masum olmayabilir. İşini geliştiren ve hedeflerine adım adım ulaşan girişimciler, hırslarını kontrol altında tutanlardan oluşmaktadır. Kontrolden çıkan hırs, girişimcilerin yürüdüğü yolda onları yanlış yöne yönlendirebilmektedir. Bu yüzden girişimci birey kendi hırsına yenik düşmemelidir.

3.8.9. Yönetim Becerisine Sahip Olmak

Girişimcilerin temel özellikleri arasında bulunan yönetim becerisi liderlikle birlikte ortaya çıkan bir özelliktir. Kurmuş oldukları iş modelinde girişimciler; işbirliğinde olduğu ekibine değer veren ve onları doğru bir şekilde yönlendirebilen

kişilerdir. Lider girişimci daima ekibini motive eder, verimliliklerini artırır ve onları ayakta tutar. Böylece girişim sürecinde ortaya çıkan engeller var olan projeye karşı minimum düzeyde hasar verir.

3.8.10. Var Olan Fırsatları Değerlendirme ve İleri Görüşlülük

Girişimciler, var olan kaynak ve fırsatları değerlendiren ve bunları vakit kaybetmeden uygulamaya koymasını gerektiğini bilen kişilerden oluşmaktadır. Başarılı bir girişimci, yarınını bugünden tahmin edebilir ve mevcut fırsatları çoğu kişinin aksine daha net görebilmektedir. Bu yüzden de girişimci lider olma özelliği taşımaktadır. Kendine has sahip olduğu düşünce yapısı ve ileri görüşlülüğüyle girişimciler, kendi geleceğini oluşturabilmek ve dünyaya bir değer katabilmek için her konuda yenilikçi olup ve özgür olan ruhunu işine yansıtmalıdır. ‘Benim için fikirlerin uygulamaya konmadığı sürecin bir değeri yoktur. Fikirler sadece çarpan değerindedir. Uygulama ise milyonlar değerindedir’ sözüyle akıllara kazınan Steve Jobs, bu sözü ile girişimciliğin neye ihtiyaç duyduğuna işaret etmektedir. Bunların dışında var olan girişimci özelliklerine değinecek olur isek şu şekildedir: Planlama yeteneğine sahip olmak, yaratıcı olmak, esnek olmak, cesur olmak, disiplinli olmak, kendine güvenen ve etrafına güven veren kişi olabilmek, geri adım atmaktan korkmayan ve yeniden başlamak bilen olmak, sonuçları objektif değerlendirebilen, mesleki riskleri üstlenebilen kişi olmak, cesur olmak, bireysel olarak gelişmiş ve aynı zamanda da sosyal yönde girişken olmak, fikrini söylemekten çekinmeyen yapıya sahip olmak, ikna yeteneği güçlü ve motive edebilen karaktere sahip olmak, başarı kaygısı olmayan biri olmak, yeniliklere açık ve yaptığı işi seven girişimci olmak (btm.İstanbul, 2024).

3.8.11. KOSGEB Genç Girişimci Desteği

Yukarıda bahsetmiş olduğumuz genç girişimci ve girişimcilerin özellikleri ve bunların stratejileri olarak birçok unsura yer verilmiştir. Bunun devamına ise genç girişimcilerin sahip oldukları fırsatları değerlendirerek önünde bulunan veya karşılarına çıkabilecek projeleri iyi araştırıp işletmelerine belirli bir strateji ile uygulamaları gerekmektedir. Bu stratejilerin en önemlileri arasında yer alan devletin girişimcilere sağlanmış olduğu bazı destek programları mevcuttur. Bunların en başında KOSGEB gelmektedir. Başarılı ve hedefi olan girişimci belirli bir planda

işletmesinin vizyonunu geliştirme aşamasındayken KOSGEB desteği alması önemli bir stratejik karar olarak ele alınmaktadır. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, girişimcileri destekleyen ve onlara çeşitli avantajlar sunan programları ile firmalara finansman anlamında büyük bir destek sunmaktadır. Diğer bir tanım ile KOSGEB, bunu yaparken melek yatırımcı görevini üstlenmektedir. KOSGEB bünyesinde sağlanan en önemli desteklerden biri ise işletmeciler açısından, KOSGEB Genç Girişimci Desteğidir. Genç Girişimci Desteği belirli bir yaş aralığına sahip olan genç yatırımcı ya da girişimcilerin işletmelerini kurma sürecinde ortaya çıkan veya çıkabilecek olan birçok yükü onların üzerlerinden almak ve hafifletmek amacı ile girişimcilerin işlerine odaklanıp büyümesini sağlamak amacı ile destek sağlamaktadır. Bunun dışında BAĞ-KUR ve vergilendirme süresinde de KOSGEB olarak genç girişimcilere katkı sağlayarak girişimcilerin faaliyetlerini sürdürüp çalışmalarına teşvik sağlamaktadır. Bazı durumlarda ise yine KOSGEB tarafından girişimcilere bazı eğitimler verilmektedir (Garantibbvapos, 2024.) Bu eğitimlerden birkaçından bahsetmek gerekir ise bazı ifadeler yer verilebilmektedir. Bunlar; girişimcilikte temel kavramlar, girişimin etik temelleri, e-fatura nasıl kesilir? gibi konu başlıkları altında girişimcilere eğitimler vermektedir. Bunun sonucunda girişimciler işletme süreçlerinde bilgi ve deneyim kazanmaktadırlar. KOSGEB Genç Girişimci Hibe Desteği ile de belirli uygunluğu olan girişimcilere hibe desteği sağlayarak yeni personel istihdamına katkı sağlamaktadır (Kosgeb, 2024).

KOSGEB genç girişimcilere destek verir iken bazı şartlar istemektedir. Bu şartlardan bahsetmek gerekir ise şu şekilde açıklamak gerekmektedir:

- En az 2 yıllık üniversite veya mesleki ve teknik lise mezunu olmak,
- Başvuru döneminin başlamasından bir önceki ayda mikro ve küçük işletmelerde çalışmamak,
- Son 3 yıl içinde zorunlu sigortalılık durumları haricinde 4A'lı prim gün sayısının 180'den fazla olmaması,
- 18-29 yaş arasında olmak.

Bu şartları sağlayan genç girişimciler KOSGEB bünyesinde desteklenmektedir. Bu alanda dikkat edilmesi gereken en önemli kriter, girişimcinin 30 yaşından gün almaması gerektiğidir (Garantibbvapos, 2024). Bunun dışında

girişimcilere devlet tarafından sağlanmış olan BAĞ-KUR desteğinden de girişimciler faydalanabilmektedirler. Bu destek programı kapsamında işletmesini yeni ağmış olan genç girişimcinin bir yıllık BAĞ-KUR primleri devlet tarafından karşılanmaktadır. BAĞ-KUR primlerinin karşılanması ise yukarıda bahsedilen şartların aynısını içermektedir. 18-29 yaş arasında olmak, şahıs şirketi amak gibi özellikler gençlerin bağ kur desteğinden yararlanıp, üç yıl boyunca da gelir vergisinden muafiyet hakkı kazandırmaktadır. Bu durum için aranan şart ise elde edilecek karın 75 bin TL'yi geçmemesi olarak ifade edilmektedir. Başvuru işlemleri için öncelikle başkanlık tarafından belirtilen takvimler doğrultusunda bu süreç takip edilerek maliye bakanlığına bağlı vergi daireleri üzerinden iletişim sağlanmaktadır. Başvurunun ardından değerlendirme süreci ile sonuçlar açıklanmaktadır. Bu aşamada başvuru formunda yer alan bilgiler şu şekilde yer almaktadır:

- Başvuruya esas bilgiler,
- Başvuru sahibinin kimlik bilgileri,
- Başvuru sahibi hakkında genel bilgiler,
- Destek kapsamında tahmini harcama tutarı,
- İşletmenin sektörü, leği ve kuruluş yeri,
- Destek kapsamında istihdam edilecek personel hakkında bilgiler.

KOSGEB Genç Girişimci Desteği başvuru süresi genel olarak KOSGEB bilgilendirme sayfasındakendisine bulmaktadır. Destek süresi farklı yıllarda yapılan başvurulara ya da uygulamalara göre değişkenlik gösterebilmektedir. KOSGEB Genç Girişimci Desteği kesin onayların verilmesinden sonra hizmete başlamaktadır. Bu süreçte genç girişimciler, başvuru yaptıkları program bünyesinde yer alan farklı desteklerden yararlanmaktadırlar. Küçük işletmeler için destek 125 bin TL tutarında sağlanmaktadır. Bunun dışında ise genç kadın girişimcilere yapılan destek farklılık göstermektedir. Bu miktar program kapsamında 65 bin TL gibi bir miktardır. Daha ileri destek programı içinse 375 bin TL'ye kadar büyüme göstermektedir.

3.8.12. Genç Girişimcinin Deneyimleri ve Yol Haritası

Girişimci olmanın en önemli noktası girişimcinin bir iş fikrine sahip olmasıdır. Bu iş fikri için ihtiyaç duyulan bir sorun ya da gereksinimin olması gerekmektedir. Bunun devamında girişimci bu fikri gerçekleştirmek için belirli bir

piyasa araştırması yapması gerekmektedir. Yapılacak olan bu araştırma girişimcinin fikrine insanların ihtiyacının olup olmadığını göstermektedir. Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için önemli olan başarılı bir ekip ile belirlenmiş olan stratejik yöntemle bu yönde ilerleme kaydetmesidir. Bu stratejiyi oluştururken girişimci hali hazırda olan mali durumunu belirler ve bu yönde yetenekli ve başarılı olmuş bir ekiple rakiplerinin analizlerini yaparak piyasada yer alınacak pazarı öğrenir. Girişimci işletmesini yönetirken bazen risk almak mecburiyetindedir. Alacağı riskleri en aza indirip, iyi bir araştırma yöntemi ile belirli bir strateji oluşturmalıdır. Bunun dışında girişimci hızlı karar alma iradesine sahip olmalı, sabırlı bir şekilde ilerleme kaydetmeli, başarısız olduğu durumlarda ise yaptığı hatalardan ders çıkarıp iyi bir öğrenme süreci ile birlikte kendi hatalarını tarafsız bir şekilde değerlendirmelidir.

Genç girişimcilerin sayısı son dönemlerde ülke genelinde belirli bir şekilde artış göstermektedir. Bu artışın bazı nedenleri bulunmaktadır. Örneğin; sosyal medya, pazar, teknolojik gelişmeler ve eğitim gibi faktörler bu alanda kendini göstermektedir. Bu faktörlerin arasında yer alan eğitim en önemli faktördür. Günümüzde yer alan eğitim sistemleri genç girişimcilere girişimcilik beceri ve düşüncesini geliştirme yönünde yol gösterme durumundadır. Öğrenciler eğitimlerini aldığı süreçte karşısına çıkacak olan girişimcilik alanındaki değerlendirmeleri uygulama fırsatına sahiptirler. Üniversiteler ya da okullarda uygulanan girişimcilik stajları ve uygulamaları onlara gereken desteği vererek amaçları yönünde onların öğrenmelerini sağlamaktadır. Genç girişimcilerin günümüzdeki en önemli avantajı teknolojik gelişmelerin arttığı döneme denk gelmeleri ve bunun sonucunda girişimlerini daha rahat tanıtmaya imkanına sahip olmalarıdır. Özellikle gelişen sosyal medya genç girişimcilerin müşteri kitlesini genişletmeleri için bir amaca hizmet etmektedir. Sosyal medya ya da çevrimiçi pazarlar genç girişimcilerin bulunduğu piyasadaki rakiplerini veya trendlerini ortaya çıkarıp, girişimcilerin ürünlerini ve hizmetlerini tanıtmada önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun dışında genç girişimcilerin günümüzde artış gösterme sebebi ise gençlerin istihdam edilme oranının az olmasıdır. İş bulma oranının düşük olması, gençleri kendi işini kurma sürecinde etkin kılmaktadır. Böylece gençler girişimlerini oluşturup belirli bir istihdam politikası ile girişimlerinde etkin bir role sahip olmaktadır. Genç girişimciler, girişimlerini kurarken ve işletme sürecinde iken birçok tehlike ile karşı

karşıya gelmektedirler. Bu tehlikeler girişimcilerin başarılı olmalarını engelleyebilmektedir. Ancak bu tehlikelerin önlenmesinde bazı durumlar söz konusudur (Speakeragency, 2024). Genç girişimcilerin deneyimleri ve bu tehlikelerde alacağı tedbirlerin yol haritası şu şekilde anlatılmaktadır:

- Girişimci fikirlerini ve kendisini net bir şekilde ifade etmelidir:

Girişimci fikirlerini diğer insanlar ile paylaşması sonucunda ortaya çıkar. Başarılı bir girişimci kendini ve fikirlerini net bir şekilde ifade eder. Bu durum girişimcinin yatırımcılarını, müşterilerini ya da ortaklarını ikna etme yönünde etkili olmaktadır. Ayrıca, kendini iyi ifade eden başarılı bir girişimci işletmesini iyi bir yönetim metodu ile yönetir ve bunun sonucunda liderlik alanında da etkisini gösterir.

- Uzun süreli hedefler belirlenmelidir:

Girişimcilikte uzun vadeli hedefler girişimci tarafından her dönemde açık bir şekilde belirlenmelidir. Bu hedefler girişimcinin nereye varmak ve hedefinin ne yönde olduğunu öğrenmek bakımından bir anlam içermektedir. Uzun vadeli hedeflerde gerçekçi adımlar atmak ve ilerlemek önemlidir. Bu adımlar girişimciyi hedeflerine götürecek yolu ifade etmektedir.

- Riske girmek ve dikkatli olmak:

Girişimcilik risk almak demektir. Başarılı girişimciler risk alan ve cesaretli kişilerdir. Girişimci risk almadan önce ortaya çıkabilecek sonuçları iyi değerlendirip, dikkatli bir şekilde kararlarını vermelidir.

- Çalışma ekibi ile iyi bir iletişim kurma:

Girişimci başarılı olmak için iyi bir iletişime sahip olması gerekmektedir. Girişimci ekibi ile iyi bir iletişim kurduğu zaman onların ihtiyaçlarını ve işletmenin potansiyelini verimli bir şekilde kullanır. İyi bir iletişim yöntemi ile iyi sonuçlar elde etmek girişimci için her zaman ortaya çıkan bir özelliktir. Başarılı bir girişimci ekip arkadaşları ile açık ve dürüst bir şekilde konuşup onların sorunlarını dinleyip işletmenin geleceğini bu doğrultuda yönlendirmektedir.

- Pazar araştırması ile rakipler değerlendirilir:

Başarılı bir girişimci rakiplerini ve iş yapmış olduğu pazarını iyi tanımalıdır. Pazar araştırması yaparak, müşteri ihtiyaçları doğrultusunda onlara karşı daha iyi hizmet vermek için değerlendirme yapması önemlidir. Rakipler araştırılarak onların

başarılı ya da başarısız yönleri öğrenilir ve bunun sonucunda girişimci kendi işletmesi için bazı önlemleri alması zorunlu bir hal almaktadır.

- Finansal planlama ve bütçeyi iyi bir şekilde yönetmek:

Başarılı bir girişimci finansal planlama yaparak, işletmenin ekonomik durumunun ne şekilde olduğunu bilmesi girişimci için lehine olan bir durumu içermektedir. İşletme bütçesi dikkatli bir şekilde yönetilerek daha fazla kar elde etme imkânı girişimcinin karşısına çıkmaktadır. Bu yönde girişimci işletmesinde her geçen gün ne kadar para harcandığını ve bu doğrultuda kar oranının ne yönde olduğunu gelir ve giderleri şeklinde öğrenmektedir.

- Başarılı olan işletmelerin ve girişimcilerin hayat hikayelerine odaklanma:

Başarılı bir girişimci gerçekte yaşamış olan girişimcilerin hayat hikayelerini ve onların kurmuş olduğu işletmeleri inceleyerek, kendileri için onların başarıya giden yolda yaşadığı tecrübelerinden yararlanmalıdırlar. Onların yapmış olduğu hatalardan ders çıkaran girişimci kendi işletmesinde ortaya çıkacak durumlarda hata oranını en aza indirmeyi hedeflemelidir.

- Yenilikçi fikirler ve inovasyon:

Başarılı biri girişimci yenilikçi fikirler ile rakiplerinden daha önde bir süreçte yer alırlar. Yenilikçi fikirleri benimsemek işletmede daha fazla kar elde etme hacmini genişletir. Bu doğrultuda girişimciler müşterilerine daha iyi hizmet vermeyi amaç edinmektedirler.

- Girişimci kendisini sürekli olarak geliştiren ve öğrenen kişidir:

Sürekli kendini geliştiren ve öğrenen kişi iş yaşamında başarılı bir süreçte yer alır. Girişimcilik süreci sürekli öğrenme ile kendisini geliştirme amacındadır.

SONUÇ

Geçmişten günümüze kadar gelen süreçte girişim ve girişimcilik konusu hakkında birçok inceleme yapılmıştır. Girişimcilik bir süreçte ortaya çıkan birçok olgunun bir araya gelmesi ile faaliyetlerini göstermiştir. Girişim ve girişimcilik hiçbir zaman birbirinden ayrı düşünülemeyen iki kavramı içermektedir. Fırsatları görme ve bu fırsatları girişimci bir zihniyetle yakalayıp bir araya getirme süreci işletmecilikte yer almaktadır. Toplumun gerek duyduğu ihtiyaçlar gelişen teknoloji ve bilgi çağının göstermiş olduğu gelişmişlik düzeyi girişimcileri doğrudan etkilemiştir. Girişimci belli bir sermaye payı koyarak bir işi yapmaya çalışan, kazanç amacıyla belirli riskleri üzerine alan kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimci birey mal ve hizmet üretebilmek için bütün üretim araçlarını etrafında toplayıp bir bütün haline getirir. Para kazanmak amacıyla ortaya çıkabilecek bütün riskleri üzerine alır ve üretim araçlarını birlikte kullanarak belirli bir fayda sağlar. Girişimcilik ise günlük yaşamda, çalışma hayatında ve toplum içerisinde çalışan bireylerin hem sosyal hem de ticari faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde ortaya çıkabilecek fırsatları daha iyi anlamalarına yardımcı olan ve birçok disiplini bünyesinde yer veren kapsayıcı bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik, temelde fırsatları keşfetmek, seçmek, yorumlamak ve daha sonra belirsiz bir ortamda yenilik yapma yeteneğidir. Başarılı girişimcilerin ortak özelliklerine yönelik yapılmış veya yapılmakta olan çalışmalara bakıldığında ise genel olarak gözlem yapabilme, işe ve görevlere bağlanma, liderlik yapabilme, belirsizliklerle baş edebilme, risk alabilme, objektif olma, pratik zekâyâ sahip olma, iyimserlik, ikna kabiliyetine sahip olma, uzlaşma yeteneği, proaktif yönetim anlayışı ile çalışma, azimli olma ve bilgili olma niteliklerinin ortaya konulduğu görülmektedir. Girişimci zihniyet nerede bir eksik ya da yapılması gereken, toplumun gereksinim duyduğu var olan bütün faktörleri iyi saptayıp o yönde yatırım yaparak başarılı olma yolunda önemli bir adım atmaktadır. Girişimde yer alan kişilerin günümüzde yaş aralığı olarak genelde daha genç kişilerin bulunduğunu göstermektedir. Bu kavram karşımıza genç girişimciler olarak çıkmaktadır. Genç girişimcilik kavramı ilk defa bir girişim aşamasında yer almış veya yeni bir iş başlatmış ve yaş bakımından genç grubuna dahil olan kişilere denmektedir. Bununla birlikte farklı konularda projeler üreterek sosyal değerler ile birlikte belirli dönüşüm sağlamayı hedef alan girişimcilik çalışmaları ülkelerin

kalkınmaları ve sosyal refah seviyelerinin yükselmesinde önemli bir role sahiptir. Günümüzde gençlerin yeni girişimlerde bulunarak hem ülkelerine hem de küresel ekonomiye olan katkıları onların büyük bir azim ve cesarete sahip olduğu bilinilmektedir. Gençlerin çoğunluğu yaşamları ile birlikte kariyerlerini de tek bir iş yerinde aynı süreçte ve aynı şekilde çalışarak rutin bir şekilde sürdürmeleri günümüz ülke şartlarında zor görülmektedir. Devletin bazı konularda kendilerini desteklemeleri ve kendilerinde de var olan girişimci zihniyet ile genç girişimciler işletmelerini kurma yolunda emin adımlarla ilerlemektedirler. Bir genç girişimci her zaman doğru yerde ve doğru zamanda olması gerektiğini bilmeli ve bu doğrultuda amaçlarını gerçekleştirmelidir. Küreselleşen dünyanın getirmiş olduğu teknolojik gelişmeler ile birlikte genç girişimciler belli bir araştırma evresini izleyerek işletmesinin hangi pazarda ve ne şekilde hizmet oluşturacağını insanların ihtiyaçlarına ve durumuna göre hesaplamalı o yönde hizmet vermeye başlamalıdır.

Girimecilikteki en önemli etken girişimci bir ruhun daha iyi büyümesi ve belirli bir istekle hareket etmesi için olması gereken sağlam bir finansman kaynağının girişimcide bulunmasıdır. Ekonomik sıkıntılar yüzünden kapanan günümüzde birçok işletme mevcuttur. Ekonomik koşulların zorluğu ve bunun yanı sıra hayat pahalılığının getirdi sıkıntılar işletmelerde hemen her yerde olduğu gibi para kaynağı ile çözüme kavuşmaktadır. Bu yüzden iyi bir ekonomik güce sahip olan genç girişimci kurduğu işletmeyi her daim geliştirir, büyütür ve çeşitli alanlarda rahat bir biçimde hedeflediği öncelikleri gerçekleştirme yolunda emin adımlarla ilerler. Girişimci kendi işinin patronu gibi gözüксе de aslında tam bir serbestliğe sahip değildir. Girişimci genellikle işletmesine yatırım yapanların, müşterilerinin ya da sosyal çevrenin her zaman baskısı altındadır. Kendi kurduğu işinin kaynaklarının sınırlı olması girişimcinin hayalini kurup gelecek hedeflediği noktaya ulaşmasını engellemektedir. Girişimci bu yüzden her zaman işin riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Amaçlarını gerçekleştirebilecek ve ayakta kalabilecek kadar kazanç elde edebilmesinin garantisi yoktur, günlük kâr marjı sürekli değişim gösterir. Bunu devamında girişimci tüm sermayesini kaybetme riski ile faaliyetlerini gösterir ve bu durum da girişimciyi strese sokar. Çalıştığı süre zarfında herhangi bir mesai saati yoktur ve bağımsız olarak hareket etmektedir. Bu durum girişimcinin sosyal hayatını, onun çalışma azmini ve enerjisini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sebeple tüm

girişimci bireyler mental olarak fiziksel bir yorgunluk hissetmektedir. Yoğun alışma temposu girişimcide hem aile yaşantısı hem sosyal evre hem de bazı psikolojik etkilere sebep olmaktadır. Girişimciliğin yetersiz ve gelişiminin yavaş olması, bununla birlikte genç girişimcilerin önünde bulunan bazı engellerin aşılamaması gibi faktörler girişim sürecini olumsuz yönde etkilemektedir. Günümüzde girişimcinin önündeki engeller ve bu engellerin kaldırılmasına yönelik yapılan devlet destekleri örnek gösterilerek hem girişimciye hem de işletmeye olan katkıları ne sürülmüştür. Bu sayede girişimci işletmesi adına daha verimli ve girişim odaklı bir süreci içerisinde kendi motive edilmiş bir şekilde hissetmesine yardımcı olmaktadır. Konunun sonuna doğru gelinirken ileride girişim hareketlerinin ne yönde olacağı, toplumları, kültürleri ve işletmeleri nasıl etkileyeceği hem Türkiye hem de dünya genelinde ne yönde seyir alacağına değinecek olur isek şu şekilde incelemek faydalı olacaktır:

Türkiye’de Girişimciliğin Geleceği

Günümüzde ortaya çıkan yeni ekonomik gelişimler ve bilgi ekonomisinin kurulup yeniden oluşturulabilmesi için sadece temel bilimlerde değil aynı zamanda yönetim, girişimcilik, yenilik gibi alanlarda da eğitime gerek vardır. Dünya’da oluşan değişime ayak uydurulup toplum düzeyinde genel refahı arttırmak için girişimciliğin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Girişimciliğin geliştirilmesi, girişimcilere fırsat oluşturulması, kaynak sağlanması ve bunlarla birlikte girişimcilik ruhunun oluşturulup desteklenmesi bu srecite çok önemlidir. Bunları yaparken girişimcilerin girişimcilik özelliklerini iyi bilmek ve girişimciliğin gelişebilmesi için uygun olan ortamları oluşturmak girişimciliği desteklemek adına önemli faktörlerin başında gelmektedir. Girişimciliğin yaygınlaştırılması amacıyla; Türkiye’de eğitim sistemine daha çok yatırım yapılmalı, girişimci bireylerin sayısının artırılmasına yönelik olarak eğitimler planlanmalıdır. Sivil toplum kuruluşlarının eğitim programlarına destek vermeli, niversiteler, bilim kuruluşları gibi alanlarda belirli bir çaba sarf ederek araştırmalar yapmalı, projeler üretmeli ve toplumun ihtiyaçları üzerinde durularak çalışmalar yapılarak sonuca odaklanılmalıdır.

Dünya’da Girişimciliğin Geleceği

Gelecekte ortaya çıkacak veya çıkmış olan girişimcilik, fütürizm ve yeni iş fırsatları konusu; iş dünyasının dönüşüm sürecinde büyük bir önem taşımaktadır. Teknolojik gelişmeler, sürekli değişim gösteren demografik yapılar ve toplumsal ihtiyaçlar gibi konular; girişimcilik için bizlere heyecan verici bir gelecek imkanı sunmaktadır. Girişimcilerin gelişen trendleri takip etmeleri, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri ve yaratıcı çözümler üretmeleri, başarılı bir geleceğin anahtarı olacaktır. Gelecekteki girişimcilik süreci değişime açık bir şekilde, vizyon sahibi ve sürdürülebilir olan değer yaratma odaklı bir yolculuktur. Geleceğin girişimcileri iş dünyasında başarılı olmak için teknoloji dönüşümünü yakından takip etmeli ve fırsatları değerlendirmelidir. Girişimcilerin sahip olması gereken her bir beceri, rekabetçi bir avantaj elde etmelerini ve başarılı işler kurmalarını destekler. Geleceğin girişimcileri, sadece finansal başarıya odaklanmakla kalmayıp aynı zamanda topluma ve çevreye değer kazandıran işler yapma bilinciyle hareket etmelidir. Sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik odaklı iş modelleri, kendisini geleceğin iş dünyasında önemli bir yerde bulacaktır. Diğer bir yönden girişimciliğin geleceği küreselleşme aşamaları, teknolojik gelişmelerin getirdiği yenilikler ve demografik değişim süreci gibi faktörlerden etkilenmektedir. Küreselleşme, girişimcilere yeni pazarlara ulaşma ve küresel bir ölçekte büyüme fırsatı sunmaktadır. Bunun dışında teknolojik gelişmeler, yeni iş modelleri ile birlikte fırsatlar yaratarak girişimciliğin daha da yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Son olarak ise demografik değişim süreci ile birlikte işletmeciler, ortaya çıkan yeni tüketici ihtiyaçları ve talepleri oluşturarak yeni pazarlar sunmaktadırlar. Yapılan araştırmalara göre girişimciliğin geleceğine ilişkin beklentiler genel olarak oldukça olumludur. Girişimcilik, ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olarak görülmekte ve girişimcilerin yenilikçi fikirleri ile toplumları daha iyi bir yer haline getirme potansiyeline sahip olduklarına inanılmaktadır.

Bu çalışma gelişmiş ülkelere göre girişimci sayısı ve niteliği nispeten daha düşük olan ülkemiz girişimcilerinin ve girişimci adaylarının mevcut durumla ilgili bilgi eksikliklerini tamamlayacak ve bunun sonucunda yenilikçi çözümler ve stratejiler geliştirerek girişimcilik süreci alanına olumlu katkılar sunacaktır. ‘Günümüz Genç Girişimcisini Bekleyen Engeller ve Bu Engellerin Aşılması için

Muhtemel Çözümler' konulu bu tez çalışması girişimciliğin şimdiki durumu, gelecekte ortaya çıkabilecek girişimcilik faaliyetleri ile birlikte genç girişimcilik kavramı ve onların önünde var olan engellerle bu engellerin tespit edilip muhtemel çözümler ile girişimci adaylarının eksikliklerini tamamlamak, devamında ise engelleri aşmak için yenilikçi çözümler geliştirerek girişimcilik alanına olumlu katkılar sağlamaktır. Sonuç olarak bu tez çalışması; her yönüyle derinlemesine bir araştırma sonucunda günümüz genç girişimcilerin işletme kurma ve girişim faaliyetlerini yönlendirme sonucunda karşılarına çıkacak olan zorluklarda çözüm amaçlı düşünme yöntemi ile girişimlerini asgari düzeyde sorunlarla atlatmayı amaç edinmiştir. Çalışmada temel konular esas alınmış, çeşitli tanımlamalara yer verilmiş ve konu bir bütün halinde girişimcilere aktarılmıştır. Girişimcinin önündeki muhtemel engellerin günümüz şartlarına bağlı olan bazı işletmeleri de göz önünde bulundurarak muhtemel çözümler üretilmiştir. Her girişimciye rehber olması amaçlanan bu çalışma ile yeni iş kuracak ve yatırım yapacak girişimcilerin ülke ekonomisi ve çalışma standardı göz ardı edilmeksizin hemen her yönüyle bir rehber olması planlanmıştır.

KAYNAKÇA

- Açma, B. (2007). *Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı*. İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Akpınar, S. (2011). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*. Kocaeli Umuttepe Yayınları.
- Arshed, N., Carter, S.,Mason, C. (2014). *The Ineffectiveness Of Entrepreneurship Policy: Is Policy Formulation To Blame? Small Business Economics*, 43(3), 639-659.
- Arslan, K. (2002). *Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri*. Doğu Üniversitesi Dergisi. 6: 1 – 11.
- Aytaç, Ö. (2006). *Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 15: 159-10.
- Ballı, Abdullah (2017) ‘*Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri*’. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı:29.
- Baltaş, A. (2015). *Ekip Çalışması ve Liderlik*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Baron, R. A. (2000). ‘*Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs Success*’, *Current Direction in Psychological Science*, 9(1): 15-18.
- BarutHotels.’Yüzyılın En Büyük Girişimcisi Elon Musk’ın Hayatı’Erişim:29 Şubat 2024, <https://blog.baruthotels.com/yuzyilin-en-buyuk-girisimcisi-elon-muskin-hayati>
- Başar, M., Tosunoğlu, B.T & Demirci, A.E. (2001). *Girişimcilik ve Girişimciliğin Yol Haritası: İş Planı*. Eskişehir: Eskişehir Ticaret Odası (Yayın No:14).
- Bilgi Ticaretleştirme Merkezi.’Başarılı Bir Girişimci Olmanın 5 Özelliği’.Erişim:19 Kasım 2023,https://btm.istanbul/blog/basarili-bir-girisimci-olmanin-5-ozelligi?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAsIGrBhAAEiwAEzMlC7ZxwPwk00OPEEknS_Ww00SBfDYBjKwlFDW8pHbA4n6a5jXu6G88jRoCydkQAvD_BwE

- Bilgi Ticaretleştirme Merkezi.' Türkiye'deki ve Dünyadaki Ünlü Girişimciler'.
Erişim:15 Kasım 2023, <https://btm.istanbul/blog/turkiyedeki-ve-dunyadaki-unlu-girisimciler>
- Birol, Y. E. Tuncay, M ve Kaya, H. İ. (2014). *İktisadi Gelişme Açısından Girişimcilik Kültürü: Sivas, Tokat ve Amasya İllerinde Bir Uygulama*. 9(2): 233-252.
- Bozgeyik, A. (2005). *Girişimcilere Yol Haritası*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bozkurt, Ö. (2011). *Dünya'da ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bozyiğit, S. Ve Yaşa, E. (2015). *Ailenin Rol Model Alınmasının ve Aile Desteğinin Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi*. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(1), 59-79.
- Brice, J. (2002)., *'The Role of Personal Dimension and Occupational Preferences on The Formation of Entrepreneur Intention'*, Unpublished Doctorate Dissertation, Department of Management and Information Systems, Mississippi State University, p.1-469.
- Bridge, S., O' Neil, K. and Cromie, S. (2003). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business* (2nd ed.) Palgrave/ Macmillan.
- Buchert, L. (2014). *Learning Needs and Life Skills for Youth: An Introduction*. International Review of Education, 60(2), 163-176.
- Chiguonto, F (2002). *Youth Entrepreneurship: Meet-ing The Key Policy Challenges*. Oxford, UK: Oxford University.
- Çelik, A. İnce, M. ve Bozyiğit, S. (2014). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma*. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.7(3): 113-124.
- Çetin, C. (2010). *Toplam Kalite Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- De Clercq, D., Dimo, D. ve Narongsak, T. (2010). *The moderating impact of internal social exchange processes on the entrepreneurial orientation – performance relationship*. Journal of Business Venturing, 25(1), 87 – 103.

- Dia.'Her Girişimcinin Kendini Geliştirmesi İçin 6 zellik.'Erişim:6 Mart 2024, <https://www.dia.com.tr/blog/her-girisimcinin-kendini-gelistirmesi-gereken-6-ozellik/>
- Dinçer,  (1996), *İşletme Yönetimine Giriş*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.ř İstanbul.
- Dobronsky, D. (2002). *Doctoral Thesis on Discriminant Analysis of Entrepreneurial Personality Characteristics for Each of There Generational Cohorts: The Silent Generation, The Bobby Boomers and Generation X*. Pittsburgh: University of Pittsburgh.
- Dm, S. (2006). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Efil, İ. (1999). *İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon*. Alfa Yayınevi, İstanbul.
- Ercan Yılmaz, Ali Murat Sünbül 'niversite ğrencilerine Yönelik Girişimcilik lğinin Geliştirilmesi' Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21/2009.
- Erdayı , A. U. (2009). *Dünya 'da Genç İşsizliği Sorununun zmne Yönelik Ulusal Politikalar ve Türkiye, alışma ve Toplum*. 3: 133 – 162.
- Erdem F., (2001), 'Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım', Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (2).
- Eren E; *rgtsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınları, 2001.
- Esra B. Bulgurcu Grel,'İ Girişimcilik Bir Litaretür Taraması'. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi Sayı:6 (Haziran 2012): s.57-64.
- Ferrante, F. (2005). *Revealing Entrepreneurial Talent*. Small Business Economics, 25(2), 159 – 174.
- Fortune Danışmanlık.' Girişimcinin Korkuları, Riskleri ve neriler'. Erişim:18 Kasım 2023, <http://www.fortune.com.tr/girisimcininriskleri.asp>

- Garanti BBVA.' KOSGEB Genç Girişimci Desteği Nedir? Nasıl Alınır?'.Erişim:20 Kasım 2023, <https://garantibbvapos.com.tr/posla-kesfet/kosgeb-genc-girisimci-destegi>
- GEM, (2016). Global Entrepreneurship Monitor Global Report. <https://gemconsortium.org/report/49812>, (05.04.2019).
- Girişim Haberleri.'Başak Taşpınar Değim Kimdir?'Erişim:1 Mart 2024, <https://www.girisimhaberleri.com/basak-taspinar-degim-kimdir/>
- Girişimhaber.'Girişimcilik Süreçleri Nelerdir?'Erişim:15 Mart 2024, <https://www.girisimhaber.net/girisimcilik-surecleri-nelerdir.html>
- Girişimcikadınlar.'Trendyol'un Kurucusu Demet Mutlu'nun Başarı Hikayesi'Erişim:1 Mart 2024, <https://girisimcikadinlar.com.tr/trendyolun-kurucusu-demet-mutlunun-basari-hikayesi/>
- Godin, Seth (2014) *Mor İnek-Farklılaştırarak İşinizi Dönüştürün*. Mediacat Yayınları, İstanbul s.240.
- Godsey, L. M, 'Gaining Entrepreneurial Perspective: The Impact of Venture Creation Role Models on High School Career Intention', Unpublished Doctorate Dissertation, University of Nebraska, Umi no: 3237599, 2006.
- Gökyay, Ç. (2008). *Türkiye'de Mikro Kredi Uygulaması ve İstihdama Yansımaları*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Gözek, S. (2006). *Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarık Ekonomisi AnaBilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Gupta, V. K., Turbon, D. B., Wasti, S. A. and Sikdas, A. (2009). *The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur*. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(2), 397 – 417.
- Hale Alan,' *Genç Girişimciliği ve Sosyal Girişimcilik: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*'. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi Sayı:28

(Ağustos 2022): s.1000-1008

Hande Şahin, 2020. *Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimini Etkileyen Yapısal Etmenler Üzerine Bir Değerlendirme*. Yönetim ve Ekonomi Dergisi Sayı:3 (Temmuz 2020): s. 511-534.

Hayes, David and Richmond, William . (2017). *Using an Online Assessment to Examine Entrepreneurship Student Traits and to Measure and Improve The Impact of Entrepreneurship Education*. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(1), 88 – 107.

Histrich, R. D and C. G Brush (1985). ‘*Kadın ve Azınlık Girişimcileri: Karşılaştırmalı Bir Analiz*’, J. Hornaday, E. Shills, Ship Research, Wellesley, M. A: Boston Girişimcilik Çalışmaları Merkezi.

Histrich, Robert. D; Peter, Michael P. (2002). ‘*Establishing New Business Venture Unit Within a Firm*’, *Journal of Business Venturing*, 1 p.32 – 33.

Hofstede, G. (1981). *Kültür ve Organizasyonlar*. *Uluslararası Yönetim ve Organizasyon Çalışmaları*, 10, 15 – 41.

İİENSTİTÜ.’ Girişimcilik ve Girişimciliğin Önemi Nedir?’. Erişim:16 Kasım 2023, <https://www.iienstitu.com/blog/girisimcilik-ve-girisimciligin-onemi-nedir>

İnovasyon İçin Eğitim Vakfı.’ Genç Girişimcinin Özellikleri Neler Olmalıdır?’. Erişim:17 Kasım 2023, <https://www.educationforinnovation.org/genc-girisimcinin-ozellikleri-neler-olmalidir/>

İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişicilik ve KOBİ’ler*. Konya: Çizgi Kitabevi.

İşbank.’Başarılı Bir Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler ve Nitelikler’. Erişim:12 Mart 2024, <https://www.isbank.com.tr/blog/basarili-bir-girisimcide-bulunmasi-gereken-ozellikler-ve-nitelikler>

Kağıtçıbaşı, Ç. (2001). *Development of Self and Competence in Cultural Context*. Second Edition.

Kaktüs Yazılım.’ Girişimcilik Nedir? Teknolojik Girişimcilik Nedir?’.Erişim:20 Kasım 2023, <https://www.kaktusyazilim.com/blog/girisimcilik-nedir->

teknolojik-girisimcilik-nedir

Karabey, C. N. ve Bingöl, D. (2010). *Girişimciliğin Başlangıcı Olarak Fırsat Tanımlama*. Yönetim Dergisi, 67, 9 – 31.

Karaca, T. (2013). *Girişimciler İçin Kolay ve Hızlı İş Planı Hazırlama*. Editör: Gürkan, O., Ankara: Sinemis Yayınevi.

Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. 2. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Koçak, A. (2003). *Pazarlama ile Girişimcilik Arasındaki İlişki: Girişimci, Pazarlama*. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 5(5), 48 – 56.

Kolektifhouse. 'Dünya'da En Popüler Girişimcilik Hikayeleri Nelerdir?' Erişim: 29 Şubat 2024, <https://kolektifhouse.co/komag/dunyada-en-populer-girisimcilik-hikayeleri-nelerdir>

Kolektif House. 'Genç Girişimci Desteği Nedir? Şartları Nelerdir?' Erişim: 16 Kasım 2023, <https://kolektifhouse.co/komag/genc-girisimci-destegi-nedir-sartlari-nelerdir#:~:text=Giri%C5%9Fimci%20Deste%C4%9Fi%20Nedir%3F-,%C5%9Eartlar%C4%B1%20Nelerdir,giri%C5%9Fimcilere%20destek%20veren%20bir%20kurulu%C5%9Ftur>

KOSGEB. 'TEKMER Destek Programı'. Erişim: 18 Kasım 2023, <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekdetay/8520/tekmer-destek-programi>

Linkedin. 'Girişimcilik Nedir? Girişimcilik Türleri Nelerdir?' Erişim: 14 Kasım 2023, <https://www.linkedin.com/pulse/giri%C5%9Fimcilik-nedir-t%C3%BCrleri-nelerdir-selda-dogancan/?originalSubdomain=tr>

LOGO. 'Her Girişimcinin Kendisine Sorması Gereken Sorular ve Sahip Olması Gereken Özellikler'. Erişim: 19 Kasım 2023, <https://www.logo.com.tr/blog/blog-detay/her-girisimcinin-kendisine-sormasi-gereken-sorular-ve-sahip-olmasi-gereken-ozellikler>

Mamlin, Nancy. 'Kontrol Odağı ve Öğrenme Güçlüğü Konusunda Yapılan Araştırmaların Metodolojik Analizi: Ortak Bir Varsayımın Yeniden

Düşünülmesi. Özel Eğitim Dergisi 34/4 (Ocak 2001).

Mc. Clelland , D.C. (1961). *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Maslow, A. (1943). *A Theory of Human Motivation* , Psychological Review, 50(4).

Med, T., and Lukyomizi, A.(2019). *Addressing Pedegogical Usability and Mobility Barriers in E-learning Systems. A Case of Youth Entrepreneurial Intrentions at the Lower Levels of the Educational System: To Much of the Good Things?. SSRN Electronic Journal.10.2139/ssrn.2147622.*

Memiş, H., Paksoy, H. M ve Paksoy, S. (2007). *Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğin Önemi: GAP Bölgesinde Bir Araştırma*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 2, 137 – 153.

Moberg, K. (2012). *The Impact of Entrepreneurship Education and Project – Based Education on Students Personal Development and Entrepreneurial Intentions at The Lower Levels of The Educational System: Too much of Two Good Things?. SSRN Electronic Journal. 10. 2139/ssrn. 2147622*

Multinet.’ 2023 Genç Girişimci Destekleri Nelerdir?’. Erişim:17 Kasım 2023, <https://multinet.com.tr/blog/inovasyon-girisimcilik/genc-girisimciler-icin-vergi-ve-sigorta-tesvikleri>

Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ’ler*. Ankara: Gazi Kitabevi

Mwangi, S.M. (2012). *Psychosocial Challenges Facing Female Entrepreneurs in Rural Informel Sector and Their Coping Mechanisms: A Case Study of Gucha District, Kenya*. Research on Humanities and Social Sciences, 2(2), 15 – 27.

Naktiyok, Atılhan,. (2004), *İç Girişimcilik*, Beta, İstanbul.

Niobehosting.’ Girişimcilik Nedir? Girişimcilerin Özellikleri Nelerdir?’. Erişim:14 Kasım 2023,<https://www.niobehosting.com/blog/girisimcilik-nedir-girisimcilerin-ozellikleri-nelerdir/>

Omu.edu.'Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi'. Erişim: 28 Ocak 2024, <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Favys.omu.edu.tr%2Fstorage%2Fapp%2Fpublic%2Fmurat.yavuz%2F133425%2F2.%2520Hafta%2520Giri%25C5%259Fimcilik%2520Kavram%25C4%25B1%2520ve%2520Geli%25C5%259Fimi.pdf&psig=AOvVaw3gRbucqMxgqh7Hm8ksx8yu&ust=1706694390269000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAYQn5wMahcKEwjI7emX6oSEAxUAAAAAHQAAAAAQBA>

Orhan K     , 'Girişimcinin Kuruluş Yeri Kararını Etkileyen Farklı Fakt  rlerin Belirlenmesi: Bir Alan Araştırması'. Dokuz Eyl  l   niversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fak  ltesi Dergisi 29/1 (Haziran 2014): s.164.

  ren K. ve Bi  kes M. (2011). *Kişilik   zelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli   zerindeki Etkileri. Nevşehir'deki Y  ksek   ğrenim   ğrencileri   zerinde Yapılan Bir Araştırma*. S  leyman Demirel   niversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fak  ltesi Dergisi, 16(3): 67 – 68.

  zar, ř. (2005). *GAP B  lgesi'nde Kadın Girişimciliği*. Ankara: GAP- GİDEM (G  neydoğu Anadolu Projesi Girişimci Destekleme Merkezi) Yayınları.

  zdemir,   . ve Karadeniz, E. E., (2011), 'Investigating The Factors Affecting Total Entrepreneurial Activities in Turkey', METU Studies in Development, 38, (December). 275 – 290.

  zdemir, Y. ve Mazgal, S. (2012). *Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Fakt  rlerin Etkisi: Sakarya   rneği*. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi. 7(1): 87 – 102.

  zler, N. D. E. Giderler, C., Boran , H. (2007). '  z yeterlilik ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti   zerindeki Etkisini Belirlemeye Y  nelik Bir Araştırma' *Uluslararası Y  netim İktisat ve İşletme Dergisi*. 736 – 746.

  zsağır. A. (2004). *B  lgesel Kalkınma Politikası Aracı Olarak Girişimcilik*. İstanbul: MESS (T  rkiye Metal Sanayicileri Sendikası) Mercek Yayınları.

Potter, J. (Ed.). (2008). *Entrepreneurship and Higher Education*. Paris, France: OECD.

ProjeSoft.'Girişimci Olmanın Avantajları Nelerdir?' Erişim: 27 şubat 2024,

<https://www.projesoft.com.tr/girisimci-olmanin-avantajlari-nelerdir/>

Raguz, I. V. ve Matic, M. (2011). *Enterpreneurship: The empirical findings from The University of Dubrovnik – Croatia*. International Journal of Management Cases. 13(3), 38 – 49.

Sexton, D. L and Smilar, R. W. (1996). *Entrepreneurship* (2000). Kaplan Publishing.

Shaver, K. G & Scott, L. R. (1991). *Person, Process, Choice The Psychology of New Venture Creation*. Entrepreneurship Theory and Practie, 16(2), 23 – 45.

Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). *Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz*. Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 21(2): 41 – 58.

Speaker Agency.’ Gelecekteki Girişimcilik: Fütürizm ve Yeni İş Fırsatları’. Erişim:14 Kasım 2023,<https://www.speakeragency.com.tr/blog/gelecekteki-girisimcilik-futurizm-ve-yeni-is-firsatlari>

Speaker Agency.’ Genç Girişimciler için 10 Önemli Tavsiye’.Erişim:21 Kasım 2023, <https://www.speakeragency.com.tr/blog/genc-girisimciler-tavsiyeler>

Stockmount.’İyiGirişimcininÖzellikleriNelerdir?Erişim:6Mart2024,<https://www.stockmount.com/iyi-girisimcinin-ozellikleri-nelerdir/>

Tekin, M. (2004). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Baskı Yayınları.

Teknoloji.’Nazim Salur Kimdir?’Erişim 1 Mart 2024, <https://teknoloji.org/nazim-salur-kimdir/>

Thomas, C. C. (2000). *Devoloping and Supporting Information Entrepreneurs. Industrial and Commercial Training*, 32(6), 196 – 200.

Ticimax. (2023)’ Girişim Hikayesi: İlham Verici 5 Girişimcilik Hikayesi’. Erişim Tarihi:17 Aralık 2023, <https://www.ticimax.com/blog/girisim-hikayesi-ilham-verici-5-girisimcilik-hikayesi>

Toptalent.’ Türkiye ve Dünyada Başarılı Girişimler ve Girişimciler’. Erişim:15 Kasım 2023,<https://toptalent.co/turkiye-ve-dunyada-basarili-girisimler-ve-girisimciler>

- Tosunoğlu, B. T. (2003). *Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişim Sürecinde Girişimciliğin Yeri. Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- UzmanPosta. 'Genç Girişimci Desteği 2023'. Erişim: 22 Kasım 2023, <https://uzmanposta.com/blog/genc-girisimci-destegi/>
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2007). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Arıkan Yayınevi.
- Volkan Işık, 'Türkiye'de Genç İşsizliği ve Genç Nüfusa Atalet'. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi* Sayı: 11 (Nisan 2016): s. 130-145.
- Webtekno. 'Hepsi Burada Kuruluş Hikayesi'. Erişim: 1 Mart 2024, <https://www.webtekno.com/hepsiburada-kurulus-hikayesi-h137723.html>
- Wikipedia. 'Girişimci nedir?'. Erişim: 20 Kasım 2023, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Giri%C5%9Fimci>
- Wikipedia. 'Nevzat Aydın kimdir?'. Erişim: 1 Mart 2024, https://tr.wikipedia.org/wiki/Nevzat_Ayd%C4%B1n, erişim tarihi: 01.03.2024
- Yeni İş Fikirleri. 'Başarılı Girişimcilik Örnekleri'. Erişim: 29 Şubat 2024, <https://www.yenisifikirleri.net/basarili-girisimcilik-ornekleri/>
- Yetim, N., (2014). *Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler. Mersin Örneği*, Ege Üniversitesi Ege Akademik Bakış.
- Yıldız, S. (2007). *Girişimcilik. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Yves Pigneur-Alexander Oster, 2016. *İş Modeli Üretimi*. Optimist Yayıncılık, İstanbul s. 288.
- Zoltan, J., Morck, A., Yeung, B. (2001). *Entrepreneurship, globalization and public policy*. Journal of International Management, 7, 235 – 251.