



DİYARBAKIR ve GİRİŞİMCİLİK

Araştırma Raporu

DIYARBAKIR GİRİŞİMCİLİK PROFİLİ ARAŞTIRMASI

Bu çalışma, Karacadağ Kalkınma Ajansının 2015 yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı kapsamında sağladığı Mali Destek ile Yürütülmüştür.

Sözleşme No: TRC2-15-DFD-0004

Proje Koordinatörü:

Hüseyin AKDOĞAN

Proje Koordinatör Yardımcısı:

Aziz MİNAS

Saha Araştırma ve Analiz Ekibi:

Hüseyin AKDOĞAN

İlhami BİRKAN

Aziz MİNAS

Bu kitabın içeriğinden sadece Diyarbakır Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü sorumludur ve bu içeriğin herhangi bir şekilde Karacadağ Kalkınma Ajansının veya Kalkınma Bakanlığı'nın görüş yada tutumunu yansıttığı mütalaa edilemez.

İÇİNDEKİLER	Sayfa No
ÖNSÖZ	5
TABLO LİSTESİ	7
1. GİRİŞ	9
2. GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK	9
2.1. Girişimin Tanımı	9
2.2. Girişimciliğin Tanımı	10
2.3. Girişimcilik Teorisinde Devrim: Joseph Schumpeter	11
2.4. Girişimci ve Girişimcilikle İlgili Benzer Kavramlar	13
2.5. Girişimcilerin Özellikleri	13
2.6. Girişimci Olma Sebepleri	14
2.7. Girişimci Kişiliğin Oluşumuna Etki Eden Faktörler	14
3. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ	14
3.1. Dünya'da Girişimciliğin Gelişimi	14
3.2. Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi	15
3.2.1. Cumhuriyet Öncesi Dönemde Girişimcilik	16
3.2.2. Cumhuriyetin İlk Yıllarında (Liberal Dönemde) Girişimcilik: 1923-1929	17
4. ANKET ANALİZİ	21
4.1. Girişimcilerin Meslekleri	21
4.2. Girişimcilerin Cinsiyetleri	22
4.3. Girişimcilerin Yaş Aralığı	24
4.4. Girişimcilerin Hayatlarının Büyük Bölümünü Geçirdikleri Yer	26
4.5. Girişimcilerin Yaşadığı Aile Tipi	27
4.6. Girişimcilerin Medeni Duruma Göre Değerlendirmesi	29
4.7. Girişimcilerin Eşlerinin Çalışma Durumu	30
4.8. Girişimcilerin Eğitim Seviyesi	30
4.9. Yüksek Öğretim Mezunu Girişimcilerin Bölümleri	32
4.10. Girişimcilerin Halihazırda Çalışma Durumu	33
4.11. Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelirleri	34
4.12. Girişimcilerin Yabancı Dil Bilgileri	35
4.13. Girişimcilerin Teknoloji ve Sosyal Medya Kullanımları	36
4.14. Girişimcilerin Yurtdışı Tecrübeleri	38
4.15. Girişimcilerin Firma Sahibi Olma Durumları	39
4.16. Girişimcilerin İş Tecrübeleri	40
4.17. Girişimcilerin Sektörlerine Yönelik İlgileri	42
4.18. Girişimcilerin Sosyal Yönleri	43
4.19. Girişimcilerin Girişimci Olmasını Tetikleyen Ekonomik Sebepler	46
4.20. Girişimcilerin Girişimci Olmasını Tetikleyen Psikolojik Sebepler	46
4.21. Girişimcilerin Girişimci Olmasını Tetikleyen Sosyal Sebepler	47
4.22. Girişimcilerin Sermaye Temin Yerleri	47
4.23. Girişimcilerin Kendilerini Tanımlamaları	48
4.24. Girişimciler için Girişimciliğin Alternatifi	48

4.25. Girişimci Olmanın İyi Yanları	49
4.26. Başarılı Girişimcinin Özellikleri	50
4.27. Girişimcilik Tanımı	50
4.28. Girişimcilik ve Siyasal Tercihler	52
4.29. Girişimciler için Bölgenin Durumu	52
5. TÜRKİYE’DE GİRİşİMCİLERE SAĞLANAN DESTEKLER	54
6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	60
7. KAYNAK	63
8. Diyarbakır Girişimcilik Profili Anketi	65

ÖNSÖZ

Girişimcilik ekonomik kalkınmanın motoru konumundadır. Bu noktadan hareketle girişimcilik, işsizliğin çözümünde ve ülke kalkınmasında, gelir dağılımı adaletsizliğinin giderilmesinde etkin bir role sahiptir. Kuruluş şekli ve kuruluş amacı ne olursa olsun, kurulan bütün işletmeler öncelikle kurucularına, sonra kuruldukları ülkeye ve genel olarak da ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır.

İnsanların bir diğerine bağımlı olmadan kendi kararlarını kendileri alma isteği, ekonomik anlamda kendi kendine yetebilme isteği ve yönetme isteği, insanları girişimciliğe iten sebeplerin en önde gelenlerinden olmakla birlikte, bireyleri yaratıcılığa sevk etmekte ve yeni girişimlerin doğmasına vesile olmaktadır. Ortaya çıkan yeni girişim örnekleri, kendilerinden sonra gelenleri teşvik ederek ve onlara bir örnek teşkil ederek bu çevrimin sürekliliğini sağlamaktadır. Böylece yeni girişimler yeni işletmelere, yeni işletmeler istihdama, yeni istihdamlar da piyasalardaki mal ve hizmet tüketiminin artışına yol açacağından, girişimciliğin ülke ekonomisine katkısının önemli olduğunu söyleyebiliriz.

Girişimcilik, çıkarların maksimizasyonu demektir, bu aynı zamanda toplumsal çıkarların da maksimizasyonu anlamı taşır. Girişimci bir taraftan kendi çıkarı için çalışırken, bir taraftan da toplumun çıkarlarına hizmet etmektedir. Diğer bir deyişle, girişimcilik bir süreçtir, pazardaki fırsatların belirlenmesi ile başlayan, kaynak ve girdiler kullanılarak yeni işlerin yaratıldığı, yeni ekonomik fırsatları refaha dönüştüren dinamik bir süreçtir.

Girişimciler yalnızca üretim faktörlerini bir araya getirip kar amaçlı üretim yapan bireyler değildirler. Aynı zamanda ülkelerin sosyo kültürel, politik, düşünsel değişimlerinde de rol oynamaktadırlar. Bu çok yönlü değişim tek taraflı değildir ve sürekli birbiriyle etkileşim içindedir. Bu bağlamda girişimcilik de çok eski zamanlarda yalnızca erkeklere özgü bir alan olarak değerlendirilirken zamanla kadınların da önemli bir unsur olarak değerlendirildiği tanımlamalara dönüşmüştür.

Ülkemizin kalkınması açısından bireylerin; iş hayatının ve toplumun ihtiyaçlarına göre eğitilmeleri, eğitildikleri mesleklerde istihdam edilmeleri ve kendi mesleki alanlarında girişimci bir ruha sahip olmaları, bu ruh ve yeterliliklerle kendi iş alanlarını yaratmaları ve girişimci olmaları ülke ekonomisi açısından oldukça kritik ve büyük önem taşımaktadır. Ülke genelinde girişimciliğin gelişiminde en önemli faktörlerden biri de bu konuda verilen eğitimlerin yaygınlaştırılması ve kişilerin girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesidir.

Sosyal ve ekonomik tarihimize yakından bakıldığında kökü çok eskilere dayanan bir girişimcilik anlayışına sahip olduğumuz görülür. Bu anlayış kendine özgü hususiyetler içermektedir. Zira girişimcilik anlayışımızı şekillendiren ve ona farklı derinlikler katan medeniyet değerlerimiz ve ahlâkî prensiplerimiz olduğunu belirtmek gerekir. Ancak ülke olarak girişimcilik potansiyelimizi yeterince değerlendirememekteyiz. Girişimcilerin üretim faktörleri açısından ve bürokratik açıdan aşmaları gereken ciddi engeller bulunmaktadır. Birçok sebepten dolayı, sadece çok az sayıda birey bir iş yerinde işçi olarak çalışmak yerine girişimciliğin cazibesine kapılıp yeni bir iş kurabiliyor. Son on yılda girişimcilik geçmişe nazaran biraz artmış olsa da girişimcilerin kendi işlerini kurmasının önündeki cesaretsizliğine neden olan faktörlerin bir an önce kaldırılmaya başlanması gerekiyor. Bugün Türkiye'deki girişimcilerin sayısı tüm

girişimcilerin ancak %30'unu oluşturuyor. Bu noktada en önemli destek kadınların kendi işlerini kurmasını kolaylaştırma noktasında onlar için uygun koşullar ve ortamlar oluşturmak olacaktır.

Tüm girişimciler kendi işlerine yatırım yapacak ve şirketlerinin devamını güvence altına alacak ve iş piyasasında hayatta kalmasını sağlayacak hibeler ve maddi destekler bulmakta çok zorlanıyor. Bazı yerlerde yasal yollarla kolaylıkla alabileceğiniz bilgilere bazı bölgelerde ulaşmak neredeyse imkânsız hale geliyor. Yeni girişimler ve girişimciler, devlet ve diğer özel işletmeler tarafından desteklendikçe, hem serbest rekabet piyasası hem de ÷lke ekonomisi olumlu yönde etkilenmeye devam edeceğinden, girişimcilik doğru yönlendirilmeli ve teşvik edilmelidir.

“Diyarbakır Girişimcilik Profili” isimli bu araştırma, girişimcilikle ilgili temel kavramları, girişimciliğin önündeki engelleri ve fırsatları ele almaktadır. Çalışma ile Diyarbakır’da girişimcilik eğilimleri belirlenerek, potansiyel girişimci özelliği analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı; Diyarbakır’ın girişimcilik özelliklerinin incelenmesi, girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi ve demografik özelliklerinin girişimciliğe etkisini belirlemeye çalışmaktır. Ayrıca girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında aile, çevre ve biçimsel eğitimin yanı sıra kişisel özelliklerin etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Araştırma ile Diyarbakır ilindeki girişimcilerin demografik, iş yaşamı ile risk alma eğilimi ve kendine güven ve bunların birbirleri ile olan ilişkilerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, 239 katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılması suretiyle veriler elde edilmiş olup, nicel verilerin yanı sıra nitel veriler de kullanılmıştır. Konunun teorik kısmıyla ilgili kitap ve makalelere ulaşmak için farklı üniversitelerin kütüphanelerinden ve internet kaynaklarından yararlanılmıştır.

Girişimcilere rehberlik yapma ve model sunma düşüncemizin bir sonucu olarak hazırlanan rapor, girişim ve girişimcilik kavramlarının doğru bir zeminde tartişılmasına ön ayak olmayı ve mevcut girişimcilik anlayişımızın kodlarını doğru okumaya yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Raporun en temel amaçlarından birisi de mevcut engelleri doğru ve tutarlı bir şekilde tespit etmek ve çözüm önerileri konusunda “ortak akı” harekete geçirmektir. Diyarbakır Girişimcilik Profili Raporu’nun alandaki kaynak boşluğunu doldurma çabalarına katkı sağlamasını ümit eder, raporun tüm girişimcilerimiz için anlamlı bir rehber olmasını dilerim.

Aziz ÖZKILIÇ
Diyarbakır Organize Sanayi
İşadamları Derneği (DOSİAD)
Başkan

TABLO LİSTESİ		
S.N.	Tablo Başlığı	Syf. No.
1	Azınlık ve Yabancı Girişimlere Ait Sermaye ve Emek Miktarları (1913)	17
2	Türkiye'de Sanayinin İlk Üretim Bilançosu ve Sektörleri	17
3	Girişimcilerin mesleklerine göre dağılımı (kişi)	21
4	Girişimcilerin cinsiyete göre dağılımı (kişi)	22
5	Girişimcilerin yaş aralığına göre dağılımı (kişi)	24
6	Girişimcilerin yaş aralığı - cinsiyet karşılaştırması (kişi)	25
7	Girişimcilerin yaşadığı yere göre dağılımı (kişi)	26
8	Girişimcilerin yaşadığı yer - cinsiyet karşılaştırması (kişi)	26
9	Girişimcilerin yaşadığı yer – yaş aralığı - cinsiyet karşılaştırması (kişi)	27
10	Girişimcilerin yaşadığı aile tipi dağılımı (kişi)	28
11	Girişimcilerin yaşadığı aile tipi – cinsiyet karşılaştırması (kişi)	28
12	Girişimcilerin yaşadığı aile tipi – cinsiyet – yaş aralığı karşılaştırması (kişi)	28
13	Girişimcilerin medeni durumları (kişi)	29
14	Girişimcilerin medeni durumları – cinsiyet karşılaştırması (kişi)	29
15	Girişimcilerin medeni durumları – yaş aralığı - cinsiyet karşılaştırması (kişi)	29
16	Girişimcilerin eşlerinin çalışma durumu (kişi)	30
17	Girişimcilerin eğitim seviyeleri (kişi)	30
18	Girişimcilerin eğitim seviyeleri – cinsiyet karşılaştırması (kişi)	31
19	Girişimcilerin eğitim seviyeleri ve eş çalışma durumlarının karşılaştırması (kişi)	31
20	Girişimcilerin eğitim seviyeleri ve yaşadığı yer durumlarının karşılaştırması (kişi)	31
21	Yüksek Öğretim Mezunu Girişimcilerin Bölümleri ve Sayıları (kişi)	32
22	Girişimcilerin Çalışma Durumu (kişi)	33
23	Girişimcilerin Çalışma Durumu – cinsiyet karşılaştırması (kişi)	33
24	Girişimcilerin aylık ortalama gelirlerinin dağılımı (kişi)	34
25	Girişimcilerin aylık ortalama gelirleri ile eğitim seviyelerinin karşılaştırması (kişi)	34
26	Girişimcilerin yabancı dil bilgileri (kişi)	35
27	Girişimcilerin konuştuğu yabancı diller (kişi)	35
28	Girişimcilerin yabancı dil bilgisinin – cinsiyet ve yaş aralığı ile karşılaştırması (kişi)	35
29	Girişimcilerin bilgisayar kullanım seviyeleri (kişi)	36
30	Girişimcilerin internet kullanım seviyeleri (kişi)	36
31	Girişimcilerin eposta adresi durumu (kişi)	37
32	Girişimcilerin bilgisayar – internet kullanımları ile, eposta adreslerinin yaş aralıkları ile karşılaştırması (kişi)	37
33	Girişimcilerin yurtdışı deneyim durumu (kişi)	38
34	Girişimcilerin yurtdışına gidiş amacı (kişi)	39
35	Girişimcilerin firma sahibi olma durumları (kişi)	39
36	Girişimcilerin iş tecrübeleri / deneyim sürelerinin dağılımı (kişi)	40
37	Girişimcilerin iş tecrübeleri ile yaş aralığı karşılaştırması (kişi)	41
38	Girişimcilerin iş tecrübeleri ile aylık gelirlerinin karşılaştırması	41
39	Girişimcilerin sektörel yayın takipleri (kişi)	42
40	Girişimcilerin sektörü e-ticarete uygun mu (kişi)	42
41	Girişimcilerin sektörleri ile ilgili proje çalışmaları var mı? (kişi)	43
42	Girişimcilerin dernek üyelikleri var mı? (kişi)	43
43	Girişimcilerin dernek üyeliği – cinsiyet karşılaştırması (kişi)	44
44	Girişimcilerin dernek üyeliği – yaş aralığı karşılaştırması (kişi)	44

45	Girişimcilerin ortak iş kurma istekleri (kişi)	44
46	Girişimcilerin ortak iş kurma istekleri – iş tecrübesi karşılaştırması (kişi)	45
47	Girişimciliği tetikleyen ekonomik sebepler (kişi)	46
48	Girişimciliği tetikleyen psikolojik sebepler (kişi)	46
49	Girişimciliği tetikleyen sosyal sebepler (kişi)	47
50	Girişimcilerin sermaye temin yerleri (kişi)	47
51	Girişimcilerin kendilerini tanımlama biçimi (kişi)	48
52	Girişimciler için meslek alternatifi (kişi)	48
53	Girişimci olmanın iyi yanları (kişi)	49
54	Başarılı girişimcinin sahip olması gereken özellikler (kişi)	50
55	“Girişimcilik bir kişilik özelliğidir, doğuştandır.”	50
56	“Girişimcilik sonradan öğrenilebilen bir olgudur”	51
57	Girişimcilerin Siyasal Tercihleri (kişi)	52
58	Girişimcilerin bölgenin durumu ile ilgili düşünceleri (kişi)	52

1. GİRİŞ

“Girişimcilik doğuştan mıdır, yoksa sonradan mı oluşur?” tartışmaları yapılırken insanın girişimci olarak doğmadığı; var olan potansiyelin kültürel, sosyolojik, psikolojik, sosyopsikolojik, politik ve ekonomik çevre faktörleri ile bireylere kazandırıldığı inancı yaygınlaşmıştır.

Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar; teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır. Dolayısıyla girişimci ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinde, istihdam yaratılmasında ve üretim faaliyetlerinde anahtar faktördür. Girişimcilik faaliyetleri bölgelerde yeni firmaların doğmasını sağlamaktadır. Yeni firmaların doğmasının ise yerel ekonomik kalkınmaya istihdam, vergi geliri artışı, bölgesel cazibenin yükselmesi ve bölgesel canlanma ve en önemlisi hizmet sunumun artışına paralel bölgesel gelirin bölge içinde kalması gibi stratejik etkiler sağlamaktadır. Birçok teknolojik buluşlar girişimci tarafından toplumun yararı için yenilikçi ürün ya da hizmetlere dönüştürülür.

Girişimcilik ekonomik büyüme ve kalkınmanın motoru, yenilik ve yaratıcılığın kaynağıdır. Girişimcilik, sürekli artan bir refah yaratan dinamik bir süreçtir. Bu refah, girişimcinin sermaye, zaman ve kariyer konularında riskler almasıyla ya da mal ve hizmetlere artı değer kazandırmasıyla sağlanır. Mal ve hizmet yeni ya da benzersiz olmasa da girişimci, gereken beceriyi göstererek ve kaynaklar ayırarak bunlara değer kazandırır.

Sonuç olarak, girişimciliği anlamak ekonomik gelişimi anlamak için kritik öneme sahiptir. Girişimciliğin gelişiminde en önemli faktörlerden biri de bu konuda verilen eğitimlerin yaygınlaştırılması ve kişilerin girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesidir.

2. GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK

2.1. Girişimin Tanımı:

Genel bir ifadeyle girişimcilerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek için kurdukları ekonomik birimlere girişim adı verilir. Başka bir tanıma göre girişim, “belli bir unvanı, bir yeri, belirli bir sermayesi ve belirli bir organizasyonu olan ekonomik birimdir” (Bozkurt, 2011). Çoğu zaman aynı anlamda kullanılsa da girişim ile işletmenin aynı olmadığı da bilinmelidir. Girişim, “belirli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip kuruluştur” (Bozkurt, 2011). İşletme ise, “daha çok fabrika ya da satış mağazası gibi mal veya hizmet üreten ya da pazarlayan teknik birimlerdir” (Bozkurt, 2011). Diğer bir ifadeyle girişim bir veya birden fazla işletmeye sahip olabilen bir kuruluştur.

Girişim kavramı; “kâr veya başka biçimlerde fayda sağlamak amacıyla, ücret karşılığında satmak için mal veya hizmet üretmek, ya da fonlar sağlamak üzere kurulan, hukuki ve finansal kişiliğe sahip, devamlı nitelikte bir örgüt” olarak tanımlanır Bu tanıma dayanarak girişimin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Girişimin amacı, kazanç ve fayda sağlamaktır.
- Girişim, ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir veya fonlar sağlar. Bu özellik, girişim olmanın zorunlu unsurudur.

- Girişimin üç temel işlevi; üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli fonların sağlanması olan finansmandır.
- Girişim, hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir kişiliğe sahiptir.
- Girişim, finansal bir birimdir.

2.2. Girişimciliğin Tanımı:

Girişimcilik kavramı bir süreci ifade ederken, girişimci o süreçte rol alan baş aktörü ifade etmektedir. Dolayısıyla girişimci ve girişimcilik kavramları birbirinden farklı olan, fakat birbirleriyle de ilişkili olan olgulardır. Literatür taraması yaparken girişimcilik kavramına ait tek bir tanımın olmadığı görülecektir. Bu da girişimciliğin sürekli değişen bir olgu olduğunu göstermektedir. Bir ekonomist açısından girişimcilik, kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getirme ve önceki değerlerinden daha fazla değer yaratılmasının sağlanmasını ifade ederken, bir psikolog için ise girişimcilik bir şey elde etmek veya bir şeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve başkalarının elindeki otoriteyi almak ihtiyacında olmak anlamına gelmektedir. Bir iş adamı için ise girişimcilik bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi, bir müşteri, bir müttefik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışma olarak da ifade edilmektedir. (Özkul, 2008)

Girişimcilik kavramı literatüre göre, Fransızca bir kelime olan ‘‘entreprendre’’den gelmektedir ve kelimenin anlamı ‘‘bir şey yapmaktır’’. Bizim kültürümüze göre, girişimci (müteşebbis) kelimesi teşebbüs kelimesinden gelmektedir. Teşebbüs ise, Arapçada yapışkan anlamına gelen "şebbs" kelimesinden türetilmiştir. (Göçer, 2013)

Girişimci kavramının ilk kez 18.yüzyılın başında Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından "henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi" olarak tanımlandığı bildirilmektedir. (Göçer,2013) Girişimcilik terimi 12.yüzyıldan beri Fransız dilinde kullanılmasına rağmen, Avrupa ekonomisinde girişimciliğe ve inovasyona engel olan feodal sistemin içerisinde uzun yıllar saklı kalmıştır. Kentleşmenin artması girişimcilik için bir zemin yaratmış ve özellikle hammadde arz eden ve tamamlanmış malları pazarlayan tüccar sınıfı arasında girişimciliğin gelişmesini sağlamıştır. Ekonomi bilimi girişimcinin varlığını uzun yıllar yadsımıştır. 18. yüzyıldan beri üretim ve sermaye yatırımları otomatik süreçler olarak algılanmış, hayal gücünü kullanarak önemli kararlar alan ve risk üstlenen girişimciye ihtiyaç duyulmamıştır. (Yasa, 2010)

Girişimcilik işletme bazında olduğu kadar, toplumsal yapı düzleminde de değişim ajanı olarak kabul edilmektedir. Bu değişim genelde, üretimi arttırıcı, büyümeyi sağlayıcı, toplumsal nitelik yaratıcı bir nitelik taşımaktadır. Değişimi ve gelişmeyi sağlayıcı anahtar kavram ise yenilikçilik. Yenilikçilik; pazar için yeni mal ve hizmet geliştirmeyi olanaklı kıldığı gibi, kurulacak yeni işletmelere yatırım ilgisini diri tutmaktadır. Yeni ekonomi için girişimci kavramı son derece hayati bir değere sahiptir. Endüstri toplumu ve özellikle bilgi toplumuna geçişle birlikte girişimci kavramı önem kazanmıştır.

Avrupa Komisyonu (2004), girişimciliği yeni ya da mevcut bir organizasyonda risk alarak, yaratıcılık ve/veya yenilikçiliği harmanlayarak ekonomik faaliyet yaratma ve geliştirme

için ihtiyaç duyulan süreç olarak tanımlamaktadır.

Özetle girişimcilik, girişim faaliyetinin sonunda para, servet, gelir gibi bir ödül olan ekonomik; bireysel bağımsızlık, tatmin, haz gibi psikolojik; statü, itibar, güç gibi sosyolojik sonuçlara yol açan tehlike, tuzak, streslerle dolu ve özel gayret gerektiren bir değer yaratma sürecidir. (Özkul, 2008)

Girişimcilik, salt girişimcilerin kendileri ve yöreleri için değil, ülkeleri için de çok şey ifade etmektedir. Zenginlik ve refahın kaynağı olan girişimcilik, aynı zamanda toplumların dışarıya karşı gücünü ve etki alanını da belirleyen kritik bir olgu haline gelmiştir. Doğal kaynakları kıt olan ülkelerin (Japonya, Danimarka, Hollanda, Güney Kore, Hong Kong, Singapur, Taiwan, İsviçre v.b.) girişimcileriyle zengin olduklarını ve zengin kaldıklarını hemen herkes bilmektedir. Ekonomik güç, siyasi gücü ortaya çıkarmakta ve ülkenin dünya dengelerindeki yeri buna göre belirlenmektedir (Göçer, 2013).

2.3. Girişimcilik Teorisinde Devrim: Joseph Schumpeter

Avusturya Okulu mensubu ve aynı zamanda Max Weber'in de tesiri altında olan Joseph Schumpeter, girişimcinin merkezi bir rol oynadığı bir iktisadi gelişim teorisi geliştirmiştir. Schumpeter, girişimcinin dinamik değişimin kaynağı olduğu bir teori oluşturmuştur. Neo klasik iktisatçıların denge teorisine karşın Schumpeter girişimciyi dengesizlik yaratan yıkıcı bir faktör olarak görmüştür. Piyasada girişimcinin oynadığı yenilikçi role atıfta bulunarak, 'yaratıcı yıkım' kavramını kullanmıştır.

Schumpeter'in çalışmalarındaki çekirdek kavram yenilik kavramıdır. Schumpeter Business Cycles isimli eserinde, kapitalist sistemdeki iktisadi devreleri analiz etmiştir. 1911 yılında yayınladığı "The Theory of Economic Development" adlı eserinde girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlayan Schumpeter, girişimci ve yenilik arasındaki mükemmel ilişkiyi vurgulayarak daha önceki birçok teorinin aksine ekonomik gelişme sürecinde girişimciye merkezi bir rol yüklemiştir. Schumpeterin girişimcisi ekonomik değişimin itici gücüdür. O kapitalizmin düşüşü ve yükselişinden sorumludur. Yeni teknolojiler yaratarak, yeni ürünler keşfederek ve yeni marketler geliştirerek ekonomik hayatta yenilik yaratma işlevini başarı ile üstlenmiştir. (Yasa, 2010)

Schumpeter, yeniliği büyümenin vazgeçilmez bir kaynağı olarak görür. Schumpeter, bir girişimci için yeniliğin beş farklı çeşidini ve yönünü listelemiştir:

- a. Yeni bir mal oluşturma veya bir malın kalitesini artırmak,
- b. Yeni bir üretim metodu geliştirmek,
- c. Yeni bir pazara açılmak,
- d. Hammaddeler veya ara malları için bazı yeni arz kaynaklarını kullanmak,
- e. Bazı yeni organizasyonel endüstriler başarmak.

Schumpeter'in bahsettiği bu yenilik çeşitleri zaten piyasada var olan ve girişimcinin kontrolü altında olan kaynaklardan gelen yeniliklerdir. Bu durumda yenilik bir icadın sonucu değildir. Girişimciler icatçı olabilirler, fakat bir yeniliğin doğması için icat bir zorunluluk değildir. Bu nedenle girişimci bir icatçı değildir, fakat normal bir kapitalist de değildir.

Schumpeter'e göre, bir ürünü dizayn etme, geliştirme, üretme ve pazarlamaya girişme kapasitesi, yaratıcı etkinliklerde bulunma kapasitesi ile özdeş olmadığı gibi, bir malı ilk kez piyasaya sunma ile onun yaygınlaşmasını sağlama arasındaki farka da dikkat etmek gerekir. Bilinen ama yaygın olarak kullanılmayan bir malın yaygın kullanımını sağlamak da Schumpeter'a göre, önemli bir yeniliktir (Emre, 2007).

Piyasada gerekli olan tüm kaynaklar mevcutken sadece küçük bir grup insan yani girişimciler kâr fırsatlarını kovalamaktadır. Ekonomik sistemdeki bu girişimci azlığının sebebi aslında yeniliğin etkilerinde yatmaktadır. Mevcut dengenin bozulabilmesi ekonomik sistemde kökleşmiş kurumsal ve sosyal engellerin üstesinden gelinmesini gerektirir. Sonuç olarak girişimci zihinsel bir özgürlüğe sahip olmalıdır. İşte bu yüzden sayıları çok fazla değildir.

Schumpeter girişimci tipolojisinin belirleyici özelliğinin liderlik olduğunu vurgulamıştır. Yani girişimci sadece yenilikçi değil, aynı zamanda bir liderdir. Schumpeter'e göre girişimcinin uygulamaya soktuğu üretim yönteminin mucidi olması gerekmemektedir. Lider düşüncesiyle değil, davranışının somutluğu ile kendini gösterir. Yani önemli olan düşünsel değil davranışsal yeniliktir.

Schumpeter'e göre: "Birçok insan ispatlanmış yollardan gündelik ihtiyaçlarını kazanmak ister. Yeni olan herhangi bir şeyi denemeye de yanaşmaz. ...Bunlar kitlelerdir. Daha keskin bir zekâyâ ve daha canlı bir hayal gücüne sahip bir azınlık ise sayılamayacak kadar çok bileşimin farkındadır. ...Ayrıca, çok daha küçük bir azınlık vardır ki bunlar eylemde bulunurlar. Eylemlerinin plânlarını kendilerinin tasarlaması ya da birçok plândan herhangi birini kullanması fark etmeyecektir. Hedonist dengeyi bozan ve korkusuzca riskle yüzleşen bu tiptir." (Emre, 2007).

Sadece sanayideki teknolojik ve örgütsel inovasyonları değil, aynı zamanda ekonomiyi yeni kanallara başarıyla götüren bütün ticari inovasyonları da (örneğin yeni açılan bir Pazar, yeni bir ticaret yolu, yeni bir ikmal kaynağı, yeni bir ürünün pazarlanması ya da emtia tedariki ve satışında yeni bir organizasyonel uygulama) içerir. Schumpeter buna önderlik eden özneleri 'girişimciler' diye adlandırır. Schumpeter herhangi bir toplumsal sınıftan gelen birinin yeni kombinasyonlar gerçekleştirdiği takdirde girişimci olacağını vurgulamıştır. O'na göre girişimciler, toprak sahipleri, kapitalistler ya da işçiler gibi toplumsal bir sınıf oluşturmamaktadır. Eğer başarılı olurlarsa daha ayrıcalıklı bir sınıfsal konum kazanacaklardır.

Schumpeter'in terminolojisiyle ifade edersek, tarihsel perspektifte denge kavramıyla açıklanamayan iktisadî değişim sahnesinin baş aktörü, yaratıcı yıkım sürecinin lideri konumundaki girişimci olmuştur. Girişimci, sezgi, irade ve liderlik özellikleriyle iktisadî yenilenmenin yöneticisi konumundadır. Girişimcinin karakteristik özellikleri içerisinde başarı, hırs, heves ve irade gibi özellikleri barındırmaktadır. Girişimci sınıf bir bakıma iradi ve fikirsel yönlerden üstün kişilerden oluşmaktadır.

Schumpeter'e göre ekonominin gerçek aktörleri, ekonomiye yenilik getiren girişimcilerdir. Büyümenin ve zenginliğin öncüleri, Keynes'in ileri sürdüğü gibi efektif talep yaratan tüketiciler değil, yenilikçi işletme yöneticileri ve müteşebbislerdir. Schumpeteryan analizin çekirdeğini oluşturan yenilik kavramı ile ilgili bazı güncel istatistikî bilgiler de, Schumpeter'in haklılığını ortaya koymaktadır. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün

(OECD) verilerine göre, 1970 ve 1995 yılları arasında gelişmiş ekonomilerde büyümenin yarıdan fazlasının kaynağını inovasyon oluşturmuş bulunmaktadır. İnovasyon yeni ürünler yaratılmasına, verimliliğin artmasına, küresel pazarlarda rekabet gücünün büyümesine, ekonomilerin ve dolayısıyla refahın tırmanışa geçmesine imkân vermektedir. İnovasyon, sınırların ortadan kalktığı bir dünyada gerçek bir girişimcinin sahip olması gereken bir özellik olmalıdır. (Yasa, 2010)

2.4. Girişimci ve Girişimcilikle İlgili Benzer Kavramlar

Genellikle sermayedar, işadamlığı, işveren, yönetici, teknisyen, teknokrat ve girişimci kavramları birbirlerinin yerine kullanılmakta, açık ve kesin tanımlarının yeterince bilinmemesinden dolayı kavramlar karıştırılmaktadır.

➤ Sermayedar - Girişimci Ayırımı

Girişimcilik ile para sahipliğinin birbirinden kesinlikle ayrılması gerekmektedir. Çünkü girişim kavramı, paranın varlığından çok yeni ürün ve üretim tekniklerini, geniş bir vizyonu veya değişen koşullara uyum yeteneğini çağırıştırır. Uygulamada sermayedar fiilen yatırıma girdiği ve işletmesinin kurucusu olduğundan girişimci ile karıştırılmaktadır. Oysa girişimcilik, risk alabilme, dinamizm, yaratıcılık vb. nitelikler gerektirmektedir. Her sermaye sahibinde bu niteliklerin bulunması beklenemez.

➤ İşveren/Patron - Girişimci Ayırımı

Girişimcilikle karıştırılan kavramlardan biri, hukuki bir kavram olan “işveren”dir. Yine benzer kavramlardan biri de “patron” dur. Patron, girişimci olabileceği gibi sermaye sahipliği, işveren ya da yöneticilik kavramlarının yerine de kullanılabilir. Bir diğer kavram olan “sermayedar”, aslında para sahipliği anlamına gelmez. Mal ve hizmet üretimi için kullanılan üretim araçlarını ifade etmede kullanılan bir kavramdır. Girişimcilik ise, tüm bunlardan farklı olarak devamlı risk almak suretiyle diğerlerinin göremediği ya da cesaret edemediği iş fırsatlarını değerlendiren kişidir.

➤ Yönetici - Girişimci Ayırımı

Girişimci ekonomik mal ve hizmet üretmek veya pazarlamak üzere kendi sahip olduğu veya başka kaynaklardan sağladığı sermayeyi tehlikeye sokarken, yönetici riski başkalarında olmak üzere ekonomik mal ve hizmet üretmek veya pazarlamak görevini yerine getirir.

➤ Teknisyen/Teknokrat - Girişimci Ayırımı

Teknisyen veya teknokratlığa, “bir şeyin doğru yapılmasını istiyorsan, kendin yap” ilkesi yön vermektedir. Girişimci gelecekte, teknisyen ise günümüzde yaşamaktadır. Girişimci hayal eder, teknisyen ise gerçekleştirir. (Bozkurt, 2011)

2.5. Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilerin taşıdıkları kişilik özellikleri ile ilgili birçok farklı görüş bulunmaktadır. Değişik araştırmacılar tarafından girişimcilerin yenilikçi, risk alan, değişim odaklı, fırsatlara odaklanmış, yaratıcı, gelişmiş iletişim becerisi, proaktiflik, yüksek başarı güdüsü, kararlarında ısrarcı olma yer almaktadır. Literatürde yer alan girişimcilikle ilgili temel psikolojik özellikler şunlardır:

- Başarma ihtiyacı (güdüsü)
- İçsel Kontrol hissi
- Risk alma eğilimi
- Belirsizlik toleransı
- Kendine güvenmek
- Yenilikçilik
- Duygusal Zekâ

2.6. Girişimci Olma Sebepleri

Klasik iktisat anlayışına göre bireysel çıkarların en üst seviyeye çıkarılması girişimciliği ateşleyen en önemli güdüdür. Yani ekonomik fayda ve kâr elde etme isteği girişimciliğin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

- Ekonomik Düzeyi Yükseltmek
- Yeni Ürün ve Fikirleri Uygulamak
- Sosyal Statü Kazanmak
- Bağımsız Çalışma İsteği
- Özgürlük isteği

2.7. Girişimci Kişiliğin Oluşumuna Etki Eden Faktörler

Girişimcilikle ilgili çeşitli ölçütler, dönem ve ülkelere göre ne denli değişirse değişsin, kuramsal analizler girişimci kişiliğin oluşmasında **ekonomik**, **sosyolojik** ve **psikolojik** faktörlerin her birinin farklı ağırlıklarda da olsa etkileyciliğinde hemfikir olmuşlardır. Girişimciliğin oluşmasında etkili olan diğer faktörler ise şu şekildedir;

- Ailenin Etkisi
- Eğitimin Etkisi
- Kültürün Etkisi
- Kişisel Değerler
- Yaş ve Cinsiyet
- İş Tecrübesi
- Rol Modelleri
- Çevrenin Etkisi

3. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ

3.1. Dünya'da Girişimciliğin Gelişimi

Tarihsel perspektifte girişimcilik, ekonominin bir bilim olarak kabul görmeye başlamasının ardından 1700'lü yıllarda devletin merkezîyetçi anlayışından uzaklaşmasıyla görülen bir süreç olarak meydana çıkmıştır. Bu gelişmenin ardından özel girişime yönelme başlamış ve girişimcilik tarihsel olarak kabul gören bir olgu olmuştur

Literatürde yapılan araştırmalar geçmiş dönemlerde girişimcilik olarak adlandırılmasa da çok eski tarihlere uzanan tarihsel girişimcilik patikası bahsetmektedir. Ancak bugünkü anlamıyla ilk risk alarak yatırım yapma işlemi Uzakdoğu ticaret yollarını geliştirmeye çalışan Marco Polo tarafından gerçekleştirilmiştir. Polo, Avrupa'da üretilen malları Uzakdoğu da satmak

amacıyla satın almış ve bu malların ticaretini yapmıştır. Ortaçağlara gelindiğinde ise girişimciler büyük projeleri yürüten kişiler olarak tanımlanmıştır. Bu kişiler katedral, şato ya da manastır gibi devlet tarafından finanse edilen yapıların koordinasyonu sağlamaktadır.

17. yüzyılda ise girişimci yine devlet ile etkileşim içinde olan birey olarak tanımlanmıştır. 18. yüzyıla gelindiğinde ise tek elden yönetilen merkeziyetçi devlet anlayışıyla birlikte her şeyin devlet tarafından yapılmasının beklenmesi de tarihe karışmıştır. Bu tarihten sonra modern girişimci kavramı oluşmuştur. 19. yüzyıl başlarından itibaren sanayileşme hızlanmış, makineleşme ile birlikte bireysel girişimlerde büyük bir artış yaşanmıştır. Ölçekleri büyüyen işletmeler daha profesyonel bir anlayış içinde "yönetim" kavramına önem göstermiş ve profesyonel yönetim anlayışı gelişmiştir.

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle, sermaye stratejik kaynak olmaktan çıkmış ve yerini bilgiye bırakmıştır. Bunun bir sonucu olarak da girişimcilik hem anlam olarak hem de içerik olarak büyük bir değişime uğramıştır. İlk dönemlerde daha çok maddi unsurları ile ön plana çıkan girişimcilik bu dönemlerden itibaren; hızlı hareket etme, risk alma, tatmin olma gibi yeni beklentileri içine almış ve girişimciliğin tarihsel perspektifi değişmiştir

3.2. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi

Türkiye’de girişimcilik ortamının değerlendirilebilmesi için bir modele ihtiyaç olduğu açıktır. Batı toplumlarının gösterdiği ilerlemeyi ve bunun için de girişimcinin rolünü ortaya çıkaran modeller arasında, Max Weber’in modeli önemli bir yere sahiptir. Türkiye üzerine yapılan araştırmalarda bu modele müracaat edilerek girişimcinin rolü ve yeri anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Girişimciliğin Türkiye'deki tarihsel gelişim süreci incelendiğinde konunun bin yıllık bir süreç içerisinde şekillendiği görülmektedir. Bu gelişim Türk'lerin Orta Asya'dan gelip Anadolu'ya yerleşmeleri, göçebe toplumdaki yerleşik toplum düzenine geçmeleri ile birlikte ticaret ve zanaatkarlık konularında aktif olmaları ile başlamaktadır. Selçuklular döneminde ve Osmanlı'nın kuruluş döneminde bir esnaf-zanaatkar örgütü olan Ahilik teşkilatının oldukça etkin ve başarılı olduğu görülmüştür. Ancak Osmanlı İmparatorluğu döneminde, imparatorluğu oluşturan topluluklar arasında adeta bir işbölümüne gidilmiş ve Türkler ticaret işleri dışında bırakılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkler; askerlik, ulema, bürokrasi, hayvancılık ve tarıma yönlendirilmiş, ticaret işini ise Rumlar, Yahudiler ve Ermeniler üstlenmiş dolayısıyla Türk toplumunda istenilen derecede bir ticaret altyapısı oluşturulamamıştır.

Ülkemizde girişimciliğe ilgi duyulmamasının en iyi göstergesi mevcut işletmelerin yaşlarıdır. Ülkemizde, iş hayatında iki yüz yılını doldurmuş yalnızca üç işletme bulunmaktadır. Yüz yaşını doldurmuş işletme sayısı iki elin parmaklarıyla sayılabilecek kadar azdır (Yıldız, 2007).

Bağımsızlığı kazandığında Merkez Bankası bile olmayan bir ulusun girişimcileri, günümüzde dünyanın değişik ülkelerinde banka sahibidirler. Yine, yüzlerce girişimcimiz ellerinde çanta tüm dünyayı dolaşıp sanayi ürünlerini satmakta; birçok girişimcimiz de başka ülkelerde sahibi oldukları işletmeleri başarıyla yönetmektedirler. Tüm bu başarılarla ve olumlu gelişmelere karşın, yine de ülkemizde bir girişim kültürünün oluştuğu pek söylenemez.

3.2.1. Cumhuriyet Öncesi Dönemde Girişimcilik

Osmanlı Devleti feodalizmden kapitalizme geçmek için gerekli olan zihniyet değişimini yaşamamıştır. Prof. Dr. Sabri Ülgener'in esnaflaşma ve içe kapanma olarak gördüğü Ortaçağ zihniyeti de Osmanlı ekonomik ve toplumsal düzeninde bir çözülüşe neden olmuştur. Ülgener, Osmanlı ekonomik düzleminin rasyonelleşememesini batınî tasavvufun etkisinde kalmasına bağlamaktadır. Esnaf ve zanaatkârlara farklı bir dünya görüşü yansıtan tasavvuf; hizmete hazır, kadercı bir kitleyi etkilemiş, fonksiyonel aklı işleterek bu dünyaya yönelik bir dürtü vermek yerine tarikat ahlâkı pasif ve uysal bir alt tabaka ruhiyatını işlemiştir. Batınîliğin etkisinde kalan tasavvuf Osmanlı-Türk insanını anti-maddeci davranışa mahkûm ederek insanların kanaatkâr olmasına neden olmuş, ortalama faaliyet düzeyi geçimlik-götürü düzeyinde kalmıştır.

Osmanlı'da girişimci sınıfın oluşmamasının diğer bir nedeni ise; “ilm-i tedbir-i devlet” anlayışıdır. Bu anlayışta her şeyin üstünde ve her şeyin içinde devlet felsefesi geçerlidir. Devlet ekonomiye hâkim bir konumdadır ve ekonomiyi bireylerin eline bırakmak istememektedir. Kontrol bireylerin eline bırakılırsa, ekonomik güce sahip bir sınıfın ortaya çıkma olasılığı vardır. Servet sahibi bir girişimci sınıf devletin gücünü tehdit edebilir. Devlet bunu istememiş ve kuralları kendisi belirlemiştir. İktisadi sistemde bu müdahaleciliğin olması Osmanlı-Türk insanının iktisadi hayatı kendi kararları ile şekillendirememesine, aksine sonuçlarına katlandığı bir düzeni kabullenmesine yol açmıştır. Bunun sonucunda, sistemli iktisadi karar birimleri ortaya çıkamamış; iktisadi çıkarların peşinde koşulması ve bir maksimizasyon ilkesi etrafında birleşilmesi mümkün olmamıştır. Kısacası sistem kendi çıkarları peşinde koşan girişimci ve kapitalist bir sınıfın oluşmasını engellemiştir.

Türkiye’de girişimciliğin gelişimini daha iyi anlamamızı sağlayacak bir model de Mehmet Genç’in modelidir. Buna göre Osmanlı ekonomik sisteminin üç temel unsuru Osmanlı-Türk insanının girişimci-kapitalist birey olamamasına yol açmıştır. Bu unsurlar iâşe ya da provizyonizm ilkesi, gelenekçilik ve fiskalizmdir. İâşe ilkesi, ekonomik faaliyete tüketici açısından bakan görüşün dayandığı ilkedir. Buna göre ekonomik faaliyetin amacı, insanların ihtiyacını karşılamaktır. Bu yüzden üretilen malların kaliteli, ucuz ve bol olması, yani piyasada mal arzının olabildiğince yüksek tutulması gerekmektedir. Osmanlı devletinin bu ilkeyi geçerli kılmak için, üretim ve ticaret üzerinde sıkı bir müdahalede bulunduğu belirtilmektedir. Osmanlı ekonomik sisteminin ikinci ilkesi gelenekçiliktir. Bu ilke, sosyal ve ekonomik ilişkilerde yavaş yavaş oluşan dengeleri ve eğilimleri mümkün olduğunca koruma, değişme eğilimlerini engelleme ve değişim ortaya çıktığında onu ortadan kaldırma iradesini hâkim kılmaktır. Bu konuda korunacak ilk denge, üretim ile tüketim arasındaki dengedir ve tüketimi artıracak nitelikteki her değişim bertaraf edilmektedir. Osmanlı ekonomik sisteminin üçüncü ilkesi ise fiskalizmdir. Bu ilkeye göre devletin gelirlerini azamileştirmek, giderlerini ise asgariye indirmek esastır. Fakat giderlerin arttığı, ekonomide teknolojik yeniliğin olmadığı dönemlerde, fazla giderleri ağır vergilerle dengelemek gerekmiş, bu da büyük sorunların doğmasına yol açmıştır. Devlet üretimde verimlilikten ve dolayısıyla ekonomik gelişmeden çok kalite ve ihtiyaç tatminine önem vermektedir. Bu yüzden kâr hadleri üzerinde genel bir baskı bulunmakta ve bu durum bir yandan burjuva sınıfının doğmasını önlerken, öte yandan imalat faaliyetlerinin cazibesini azaltmaktadır. Bu ilkeler ile mevcut iktisadi sistemin sahip olduğu düzenin korunması amaçlanmış, sistem

çeşitli kısıtlamalara yol açmıştır. Bu da Osmanlı insanın bireyciliğinin, dolayısıyla da girişimcilik ruhunun gelişmesini engellemiştir.

Bütün bu söylenenlerden, Osmanlı Devleti'nin sahip olduğu yapının kapitalist sürece girmesine ve onu taşımasına uygun şartları barındırmadığı anlaşılmaktadır. Cumhuriyet'in erken dönemlerinde de girişimci sınıfın zayıflığı, Osmanlı rejiminin sosyal ve kültürel özelliklerinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Tablo-1. Azınlık ve Yabancı Girişimlere Ait Sermaye ve Emek Miktarları (1913)

MİLLİYET	SERMAYE (%)	EMEK (%)
Türk	15	15
Rum	20	60
Ermeni	20	15
Yahudi	5	10
Yabancı	10	

3.2.2. Cumhuriyetin İlk Yıllarında (Liberal Dönemde) Girişimcilik: 1923-1929

Kurtuluş Savaşı Türkiye'sinin devraldığı sanayi mirası, toplamda 76.216 işçi çalıştıran, çoğu küçük çaplı üretim düzeyindeki 386 sanayi kuruluşundan ibarettir. Toplumda temel sanayi kurulamamış, sanayi ile tarım ve maden üretimi arasında gerekli iç bütünleşme sağlanamamıştır. Var olan sanayi ise, sadece yakın pazar için üretim yapan hafif tüketim dallarından oluşmaktadır. Üretimin ancak çok küçük bir bölümü, itici güç kullanan ve ücretli işçi çalıştıran modern fabrikalarda sağlanabilmektedir. Cumhuriyet'in yazgısı yalnız yetersiz değil, aynı zamanda derin gelişme eşitsizlikleri bulunan bu ekonomik yapıyı modernleştirmek olmuştur (Yasa, 2010).

Tablo-2. Türkiye'de Sanayinin İlk Üretim Bilançosu ve Sektörleri

SEKTÖR	MEVCUT DURUM
Bankacılık	37 banka mevcuttu. Bu bankalarda 1924 yılında 8,6 milyon dolarlık mevduat toplanmıştır.
Beyaz Eşya	Arçelik, 1956'da çamaşır makinası, 1960'da ise buzdolabı üretti. 1960 yılında toplam 12 bin adetlik üretim gerçekleştirildi.
Beyaz Et	Yupi ve Güneşli Koçman 1963'te endüstriyel üretimi başlattı.
Bira	İlk üretim Osmanlı döneminde Bomonti'de başladı. 1939'da 5,4 milyon litre üretim gerçekleştirildi.
Bisküvi	Endüstriyel anlamda ilk üretimi Ülker gerçekleştirdi. 1944'de Sabri Ülker günde 200 kg. bisküvi üretebiliyordu
Cam	1935'de Şişecam kuruldu. 1936'da şirket 2 bin 662 ton cam üretmeye başladı.
Çimento	Osmanlı döneminde başlamıştır. İlk fabrikalar olan Arslan ve Eskihisar 1920'de birleşti. 1923'de 12 bin 500 ton üretim yapıldı.
Demir-Çelik	1928'de Makina Kimya Endüstrisi olarak bilinen tesiste üretime geçildi. 1940'da üretim miktarı 37 bin tondur.
Gazlı Meşrubat	1930'da Mehmet Hakkı Erbak tarafından Nilüfer Gazoz fabrikası kuruldu. Fabrikanın günlük üretim hacmi 200 bin litredir.
Kâğıt Karton	1936'da üretime başlayan SEKA'nın üretimi 3 bin 959 tondur.
Makarna	Hasan Tahsin Piyale 1922'de ilk yerli makarnayı üretti. İlk üretimde 10.000 işçi çalıştı. Atölyenin kapasitesi 600 okka idi.

Otomobil	İlk sanayi üretimini Otomobil Sanayi adlı şirket gerçekleştirdi. Bu şirket 1960 yılında 4 adet Ford Consul model otomobil üretti.
Seramik Kaplama	İbrahim Bodur 1960 yılında Çanakkale'de fabrikasını kurarak, sektörün ilk kurucusu oldu ve o yıl 1 milyon metrekare üretim yaptı.
Süt	1927'de Atatürk Orman Çiftliği ile ilk çalışmalar başladı. 1929'da bir milyon 843 bin ton süt üretildi.
Şeker	Türkiye'nin ilk şeker fabrikası 1926'da kurulan Alpulu Şeker Fabrikasıdır. 1935 yılında üretim 54 bin tondur.
Turizm	1930 yılında turist sayısı 50 bin kişi iken 1936'da 80 bin düzeyine ulaşmıştır.

Kaynak: Ebru Fırat, ‘ Geleceğin Türkiye'si’, **Capital**, Kasım, 2003,s. 79-84

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde uygulanan milli iktisat görüşü, ana fikrinde korumacı ve sanayileşmeci politikaları barındırmaktadır. Savaş sonrasında yapılan Lozan Antlaşması hükümleri, Avrupa devletlerine serbest gümrük politikalarının uygulanması önünde bir engel olmuştur. Ancak Cumhuriyetin ilk dönemlerinde iktisadi politikaların özünü oluşturan ‘milli bir burjuvazi’ oluşturulması tezi varlığını güçlenerek sürdürmüştür.

1820’lerde Hayriye Tüccarları ile başlayan yerli girişimciliği geliştirme politikası, İttihat ve Terakki yönetiminin desteklendikten sonra, Cumhuriyet döneminde de sürdürülmüştür. Cumhuriyet’in kurucularının iktisadi bakış açıları İttihat ve Terakki Partili seleflerinden pek farklı olmamıştır. Cumhuriyetçilerin de üzerinde durdukları en önemli nokta, ulusal kalkınmayı sağlamakta öncü rol üstlenecek bir burjuvazinin yaratılması olmuştur. Başka bir deyişle, Cumhuriyet’i kuranların amacı, ekonomiyi millileştirmeye yönelik bir programdır. Devlet desteğiyle yerli sermayedar yaratma çabalarına dair uygulamaları incelersek karşımıza dönem politikalarını şekillendiren gelişmeler çıkacaktır. Bunlardan ilk bahsedebileceğimiz, devlet tekellerinin özel şahıs ve şirketlerce işletilmesidir.

Ekonomideki gelişmenin uzun dönemli olarak devlet desteğiyle yaratılacak Türk girişimci sınıfına dayandırılması yönündeki bu zihniyete örnek başka bir uygulama da 1923 İzmir İktisat Kongresidir. Kongre toplumun yeniden düzenlenmesi sorununun liberalizmin yasaları içinde tartışıldığı ve dinamik bir iç pazar yaratıcı kararların alındığı bir forum olmuştur. Kongre, ülke içindeki iktisadi dengenin kurulması ve iktisadi bir yapı oluşturabilmek amacıyla toplanmıştır. Kongrede sanayici, tüccar, çiftçi ve işçi temsilcilerinin çekişmeli bir siyasi ortamı etrafında çeşitli kararlara ulaşılmıştır. Siyasi bağımsızlığın iktisadi bağımsızlıktan ayrı düşünülemeyeceği ayrıca iktisadi bağımsızlık ile de desteklenmesi gerekliliği ve Türk girişimcilerinin güçlendirilmesi gerekliliği ilk sıradaki hedefler olarak belirlenmiştir (Göçer, 2013).

Buna göre; yabancı sermayeye izin verilmesi, lüks ithalattan kaçınma ve yerli üretimin geliştirilmesi çabaları gibi hususlar ilk bölüme giren kararları oluşturmaktadır. Bir ticaret bankasının kurulması, Ziraat Bankası’nın yeniden düzenlenmesi, Deniz Ticaret Bankalarının kurulması, sanayicilere kredi verecek bir sanayi bankasının kurulması, Türk sanayi şirketlerinde sermayenin en az yüzde 75’inin Türklerin elinde olması, iç sanayi dış rekabetten koruyucu yeni bir gümrük tarifesinin düzenlenmesi, sınaî teçhizat ve makine ithalatından gümrük alınmaması, aşar vergisinin kaldırılması, milli sanayinin geliştirilmesi ve bu kapsamda, sanayi, ticaret ve tarım kesimini geliştirecek bir gümrük politikasının uygulanması gibi hususlar da ikinci bölüme giren kararlar arasında yer almıştır (Doğan, 2013).

Cumhuriyetin ilk on yılında yabancıların ticari hakimiyetlerine son vermeye çalışılmış ancak yetersizlikler ve savaşın etkisi ile önemli gelişme sağlanamamıştır. 1930-1950 dönemi ise devletçiliğin yükselişte olduğu dönem olarak tarihe geçmiştir. Bu dönemde özel kesimin yetersiz kaldığı sektörlerde devlet yatırımlar yapmış ve beş yıllık kalkınma planları hazırlanmıştır. Ancak büyük buhran ve ikinci dünya savaşı yine girişimciliğin istenilen düzeye gelmesine engel olmuştur. 1950 yılında Sınâî Kalkınma Bankası'nın kurulması ile sağlanılacak olan kredilerle, özel sektörün geliştirilmesi hedeflenmiştir. Ancak, devletin özel sektörle ilgili stratejik bir plânlamadan uzak durması ve sistematik olmaktan uzak müdahaleler getirimci faaliyetler için uygun ortamın oluşturulmuş olması sonucunda "girişimci ruh" yerine yine "vurgunculuk" ortaya çıkmıştır (Doğan, 2013).

1970'e kadar uzanan planlı dönemde ise özel girişimlerin sanayideki payının %70'lere geldiği görülmüştür. Fakat sermayenin sadece hanehalkı tasarrufuyla beslenmesi, teknolojik yeniliklere ayak uydurulamaması ve profesyonel yönetim ilkelerinin oluşturulamaması bu dönemde yapılan girişimlerin, kriz işletmeciliğine dönüşmesine yol açmıştır.

1980 ve sonrasındaki dönem girişimciliği destekleme adına en önemli adımların atıldığı dönem olmuştur. 24 Ocak 1980 kararları ile birlikte, ithal ikamesi stratejisi terk edilmiş ve yerine serbest piyasa ekonomisi stratejisine geçilmiştir. Serbest piyasa ekonomisi, girişimcilerin dünyaya açılmasına fırsat tanımış ve dünya pazarlarına uyum konusunda önemli adımlar atılmasını sağlamıştır. Bunun neticesinde Anadolu'nun bir çok ilinde başarılı girişimciler doğmaya başlamıştır. 1980 yılı sonrası dönemde uygulanmış olan dışa açık ekonomi programı, KOBİ'leri destekleyen politikalar, girişimciliği geliştirmeye yönelik çalışmalarla yoğun piyasa ekonomisi ve buna bağlı olarak gelişen girişimcilik ortamlarında Türk insanının çok başarılı olabileceği düşüncesi kabul görmeye başlamıştır. Bununla birlikte, Türkiye'nin var olan sosyo-kültürel ve ekonomik koşullarının girişimciliğe zemin hazırlamaktan uzak olması, bireylerin genellikle kamu sektörüne yönelmesine neden olmuştur.

Son döneme bakıldığında ise, bilgi toplumunun önderliğinde lokal işletmeler tarihe karışırken global işletmeler ayakta kalmaya başlamıştır. Dolayısıyla sektörde söz sahibi olmanın anahtarı, yurtiçinde ve yurtdışında rakiplerle rekabet edebilecek düzeyde bilgi ve beceri sahibi olmaktır. Türkiye tarihinde girişimcilik incelendiğinde 1923'ten günümüze kadar öne çıkmış beş ana dönemden söz etmek mümkündür. Bu dönemler:

- 1923-1929 arasında "özel girişimciliğe teşvik",
- 1930-1946 arasında "devletçilik ve yansımaları",
- 1946-1960 "liberal ekonomiye geçiş",
- 1960-1980 "planlı ekonomi denemesi" ve de
- 1980'den günümüze dek "dışa açık liberal ekonomi"yi sayabiliriz.

10. Kalkınma Planı'nda, aktif işgücü politikalarının geliştirilmesi başlığı altında girişimcilik politikalarının desteklenmesine önem verilmekte, girişimcilik ve istihdam garantili programlar, mesleki danışmanlık ve rehberlik hizmetleri ile işletmelerde işgücü yetiştirme ve mesleki eğitim kursları aracılığıyla aktif işgücü politikalarının yaygınlaştırılması öngörülmektedir. Özellikle kırsal kesimde ve az gelişmiş bölgelerde girişimciliğin özendirilmesi hedeflenmiştir.

Türkiye'nin de içinde bulunduğu toplamda 62 üye ülkeden oluşan, üye ülkelerin yıllık girişimcilik faaliyetlerini raporlayan ve bunları karşılaştırarak belirli sonuçları ortaya koyan bir araştırma programı olan The Global Entrepreneurship Monitor'ün (GEM) 2016 yılında yaptığı bir araştırmaya göre 62 ülkede her 100 yetişkin içindeki girişimci sayılarına bakılmıştır. Ortaya çıkan rakamlar Türkiye için şöyledir:

- Türkiye, 5 basamaklı girişimciler için gelişim basamağının, inovasyon odaklı geçiş olan, 4 üncü basamağında yer almaktadır.
- Girişimcilerin finansa erişimi açısından 9 üzerinden 3,8 alarak 42 inci sırada yer almış ve Avrupa ortalamasının bile altında seyretmiştir.
- Hükümetin uyguladıkları girişimci politikalarından destek ve teşvikler açısından Türkiye 4,4 puanla 23 üncü sırada yer almaktadır.
- Hükümetin uyguladığı vergi ve bürokrasi açısından Türkiye 3,4 puanla 41 inci sırada yer almaktadır.
- Hükümetin girişimcilik programları açısından Türkiye 4,4 puanla 23 ücü sırada yer almaktadır.
- Eğitim döneminde girişimcilik eğitimi açısından Türkiye 2,2 puanla 51 inci sırada yer almaktadır.
- Eğitim sonrası dönemde girişimcilik eğitimi açısından Türkiye 5,2 puanla 12 inci sırada yer almaktadır.
- Ticaret ve hukuk altyapısı açısından Türkiye 5,1 puanla 23 üncü sırada yer almaktadır.
- İç Pazar dinamikleri açısından Türkiye 5,6 puanla 19 uncu sırada yer almaktadır.
- İç Pazar sınırı ve giriş düzenlemeleri açısından Türkiye 3,9 puanla 40 inci sırada yer almaktadır.
- Fiziki altyapı açısından Türkiye 6,5 puanla 28 inci sırada yer almaktadır.
- Kültürel ve sosyal normlar açısından Türkiye 5,3 puanla 17 inci sırada yer almaktadır.

4. ANKET ANALİZİ

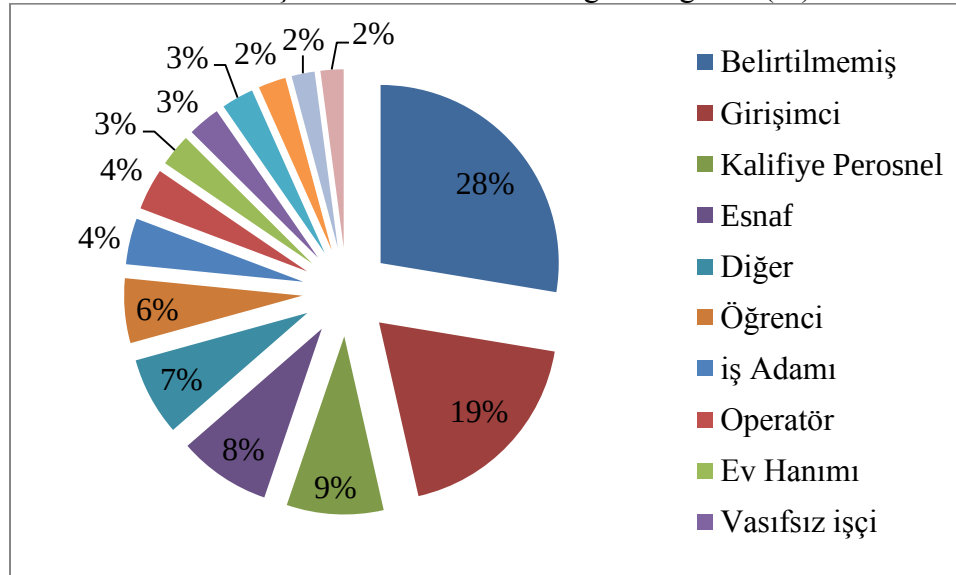
4.1. Girişimcilerin Meslekleri

Mesleki kimlik algısı, girişimcilerin sosyo-ekonomik süreci algılama ve bu süreçte konumlanma biçimlerinin açıklığa kavuşturulması bakımından önemlidir. Girişimcilerin meslekleri, kendilerini mesleksen açıdan tanımlama biçimlerinden hareketle ortaya konulabilir. Diyarbakır'ın girişimcilik kültürünün meslekler arasında genel dağılımını görmek için girişimcilerin mesleki dağılımları Tablo-3'te yer verilmektedir.

Tablo – 3. Girişimcilerin mesleklerine göre dağılımı (kişi)

Meslek	Kişi
Belirtilmeyen	66
Girişimci	45
Kalifiye Personel	21
Esnaf	20
Diğer	17
Öğrenci	14
İş Adamı	10
Operatör	9
Ev Hanımı	7
Vasıfsız İşçi	7
Kursiyer	7
Muhasebe	6
Grafiker	5
İşsiz	5
Toplam	239

Grafik - 1. Girişimcilerin mesleklerine göre dağılımı (%)



Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere, mesleki bilgiler değerlendirilirken, bir meslek dalı için en az 5 ve üzeri cevap verilen meslekler seçilmiştir. Bu sayının altında kalan meslek

grupları ‘Diğer’ katagorisi altında toplanmıştır. Ayrıca, ankete katılım sağlayan 66 kişi mesleklerini belirtmemişlerdir. Genel olarak bir iş sahibi olmayan, iş sahasını değiştirmek isteyen veya mesleki bilgilerini gizli bilgi olarak düşünenlerin bu soruya cevap vermedikleri değerlendirilmektedir.

Ankete katılım sağlayanların % 19’u (45 kişi) kendini girişimci veya girişimci aday olarak tanımlamaktadır. Bu durum, anket verilerinin toplandığı yerlerden birinin, KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi, olmasındandır. Katılımcıların %9’u kalifiye veya ara personel tanımına uymaktadır. Bunlar arasında; satın alma, insan kaynakları, sekreter, güvenlik, mobilya tasarımcısı gibi meslekler olduğu görülmektedir. ‘Diğer’ katagorisinde değerlendirilen meslekler arasında; öğretmen, mühendis, aşçı gibi meslekler bulunmakta ve katılımcıların %7’sini oluşturmaktadır.

Meslek gruplarına bakıldığında öğrenci, ev hanımı, işsiz ve kursiyer grupları ayrı ayrı belirtilmiş olmasına rağmen, aslında bunlar her hangi bir mesleği bulunmayan kişiler olarak değerlendirilmelidir. Böylece katılımcıların %14’ünün (33 kişi) işsiz olduğu görülür. Ancak anket soruları arasında katılımcılara, halihazırda çalışıp çalışmadığı sorulmakta ve 96 kişi çalışmadığını beyan etmektedir. Bu nedenle işsiz oranının, katılımcılar arasında %41 düzeyinde olduğu görülmektedir.

Bu noktada, anket analizi açısından, katılımcıların %19’unun kendilerini girişimci olarak tanımlamaları dikkate değerdir. Kendilerini girişimci olarak tanımlayanların 14’ü (%31) kadın ve 31’i erkek olması ve bunların %61’inin 25 yaş altında olmaları bu bilgiyi doğrulamaktadır. Diyarbakır girişimcilik profilinde genç girişimcilerin ağırlıkta olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Kendilerini girişimci olarak belirtenler ve mesleklerini belirtmemiş olanlar çıkarıldığında katılımcıların %16,4’ü kalifiye personel, %15,6’sı esnaf, %11’i öğrenci ve %7,8’i işadamı olarak mesleklerini beyan etmektedirler.

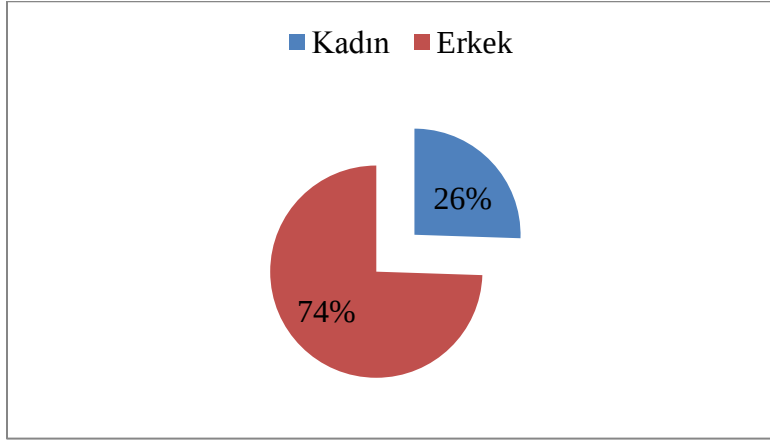
4.2. Girişimcilerin Cinsiyetleri

TÜİK 2015 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sonuçlarına göre Diyarbakır’ın toplam nüfusu 1.654.196 kişidir. Bunların 834.354’ü erkek (%50,4) ve 819.842’si kadın (%49,5)’dir. 20 – 59 yaş aralığındaki çalışabilir nüfus sayısı 796.838 kişidir ve bunların 403.884’ü erkek (%50,6), 392.954’ü kadın (%49,3)’dir. Yaptığımız araştırmada, cinsiyet faktörünün girişimcilik kültürünün süreçteki konumlanma biçiminin açıklığa kavuşturulması amacıyla girişimcilerin cinsiyet durumlarının dağılımına Tablo 4’te yer verilmektedir.

Tablo – 4. Girişimcilerin cinsiyete göre dağılımı (kişi)

Kadın	Erkek
61	178
Toplam	239

Grafik – 2. Girişimcilerin cinsiyete göre oranı (%)



Diyarbakır ataerkil toplum yapısı kendini girişimcilik profilinde de ortaya koymaktadır. Herhangi bir girişimde bulunan veya yeni iş oluşturmak isteyenlerin %74'ü erkeklerden oluşmaktadır. Kadın girişimci oranının %26'da kalması, kadınların iş hayatına entegre olmasının önünde engeller oluştuğunu göstermektedir. Türkiye'de iş sahibi olanlar içinde kadın girişimci oranı %10 düzeyindedir. Ayrıca, yapılan bir araştırmaya göre ise Türkiye'de kendi işini kurmayı isteyenlerin oranı erkeklerde yüzde 63, kadınlarda ise yüzde 43'tür. Bu oranlar dikkate alındığında Diyarbakır %26'lık kadın girişimci oranı ile ülke ortalamasının oldukça altında seyretmektedir. Araştırmamızda katılımcıların % 9'unun Ev Hanımı olduğu görülmektedir. Bu durum aslında kadınların iş hayatına katılmak istediklerini göstermekte ancak aile, toplum ve iş yaşamındaki engeller nedeniyle girişimde bulunamadıklarını bize göstermektedir. Bununla birlikte, KOSGEB'in "Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri"ne katılan kadın girişimci adayının sayısı her yıl artış göstermektedir. Bu noktada şunu belirtmek gerekir ki, Diyarbakır, diğer çevre iller ile karşılaştırıldığında kadın girişimci oranının en yüksek olduğu doğu ili olduğu söylenebilir.

Bu bulgular, ülkemizde kadın nüfusun iş yaşamı açısından ikincil konumda oluşuyla da örtüşmektedir. Kadının genelde iş yaşamı, özelde girişimcilik açısından ikincil konumda oluşu çeşitli faktörlere dayanmaktadır. Bunlar arasında kültürel olanların önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Kültürel nedenlere bağlı olarak kadının kamusal alanda kendini ifade etme olanaklarının kısıtlılığı, formel eğitim olanaklarından yararlanmasını da sınırlayarak gerekli mesleki bilgi ve beceri donanımından mahrum kalmasına yol açmaktadır. Bu durumda, çalışma yaşamında aktif rol alması toplumsal onay görmeyen kadın, ev dışında ücretli çalışma ya da kendi işini kurma girişiminde sosyal ve finansal destek bulamamaktadır.

Kadın girişimciliğinin gelişmemişliğinin diğer nedenleri arasında kadının ve çalışma yaşamının doğasından kaynaklanan nesnel etkenler de yer almaktadır. Çalışma yaşamının fiziksel ve psikolojik zorlukları, hızlı ve yoğun çalışma temposu, çalışma saatlerinin uzun olması, yüksek risk faktörü ve sıkı rekabet ortamı, çalışma koşullarının cinsiyet özellikleri temelinde yapılandırılarak kadınlar için belli düzeyde bir esnekliğin oluşturulmamışlığı, özellikle evli kadınların ailevi sorumlulukları vb. kadının genelde çalışma yaşamına, özelde girişimcilik sürecine aktif katılımı açısından caydırıcı nesnel etkenlerin başında gelmektedir.

Son yıllarda kadın girişimcilerin sayısı gittikçe artmakla birlikte işletmelerin kuruluş aşamalarında kadın girişimcilerin farklı rollerinin olduğu bilinmektedir. Kadın girişimcilerin

genellikle ya küçük çaplı işletmelerin ya da gelişme imkânı az olan firmaların kuruluş aşamalarında rol oynadıkları görülmektedir. Ayrıca bayan iş sahiplerinin çok sınırlı sektörlerde faaliyet gösterebildikleri de bir gerçektir. Türk halkının kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları kadınların Türk toplumundaki yerinden kaynaklanmaktadır. Bu algılama biçimlerinden de kadın girişimciler etkilenmekte ve kendilerini ifade edebilmeleri belli engellere takılarak güçleşmektedir.

Ortalama olarak toplam nüfusun yarısını oluşturan kadınların atıl kalması ekonomik bir değer üretmek yerine, tüketici durumuna düşmelerine yol açar. Oysa başta ekonomik etkinlikler alanı olmak üzere, kamusal alana girmeleri ekonomik kalkınma ve sosyal gelişmenin önemli bir dinamiğini oluşturur. Dolayısıyla kadının çalışma yaşamına aktif olarak katılımının, bireylere girişimcilik paradigmasının kazandırılarak girişimciliğe yönlendirilmelerinde olduğu gibi, toplumsal bir fayda üretme açısından da temel bir faktör olduğu söylenebilir.

4.3. Girişimcilerin Yaş Aralığı

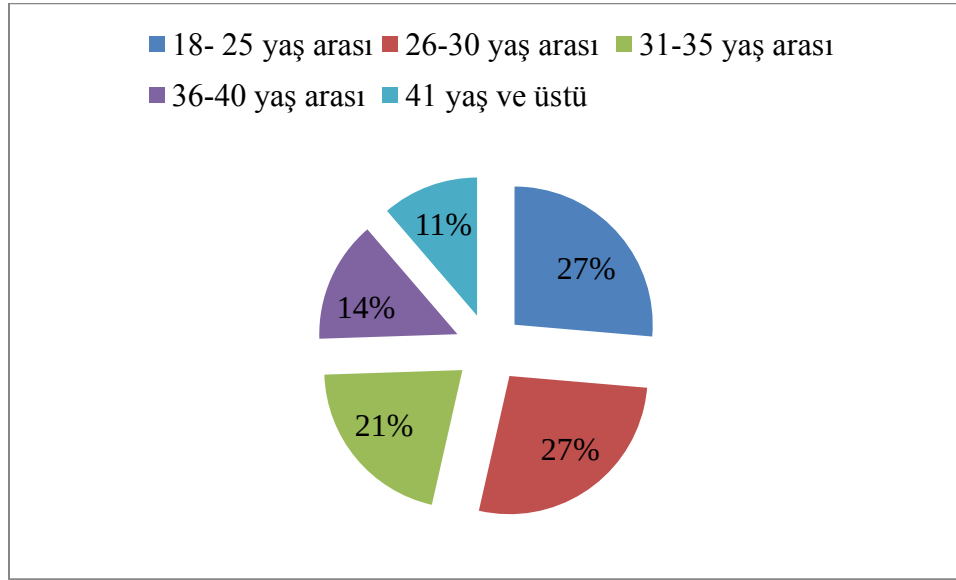
Girişimcilerin yaşı girişimcilik değerlerinin anlaşılabilmesi için önemli kabul edilen bir faktördür. Girişimcilere atfedilen: ataklık, enerjiklik, gözü peklik, cesurluk ve fırsatçılık benzeri değerlerin yaştan da etkilenen fiziksel ve düşünsel yetkinlikler gerektirdiği açıktır. Başarılı olmak, prestij ve güç elde etmek, para kazanmak gibi nedenler insanları girişimci olmaya çeken sebepler olduklarına göre bir insanın genç yaşta işe başlamak ve ilerlemek istemesi doğal karşılanmaktadır. Başka bir ifade ile girişimcilik yaşının genç diye tabir edilen aralıkta olması avantaj sayılabilir (Emre, 2007)

Sosyo-demografik bir faktör olarak fiziksel ve zihinsel performansı, tutum ve davranışları etkileyen yaş, yaşamın geneline olduğu gibi çalışma yaşamına bakış açısını da etkilemektedir. Bu bakımdan genç, orta ve ileri yaş kategorilerinde yer alan girişimcilerin çalışma yaşamına yaklaşım biçimlerinin farklı olduğu söylenebilir. Girişimcilerin yaş itibarıyla girişimcilik kültürü konumlanma biçimlerinin açıklığa kavuşturulması amacıyla aşağıdaki tabloda yaş durumlarının dağılımına yer verilmektedir.

Tablo – 5. Girişimcilerin yaş aralığına göre dağılımı (kişi)

18- 25 yaş arası	26-30 yaş arası	31-35 yaş arası	36-40 yaş arası	41 yaş ve üstü
63	65	50	34	27
Toplam				239

Grafik – 3. Girişimcilerin yaş aralığına göre oranı (%)



Tablo – 6. Girişimcilerin yaş aralığı - cinsiyet karşılaştırması (kişi)

18- 25 yaş arası		26-30 yaş arası		31-35 yaş arası		36-40 yaş arası		41 yaş ve üstü	
Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
15	48	11	54	14	36	9	25	12	15
Toplam	63	Toplam	65	Toplam	50	Toplam	34	Toplam	27
Genel Toplam									239

Tablodaki dağılımda görüldüğü gibi, araştırmaya konu olan girişimciler, büyük ölçüde, 18-25 ve 26-30 arası yaş kategorilerinde yoğunlaşmışlardır. 41 yaş üstü dilimini oluşturan girişimciler oransal olarak bu kategoride yer alan girişimcilerin gerisinde kalmaktadır. Diğer kategorilerde bulunanların ise genel eğilimi etkiler oranda olmadıkları göz önüne alındığında, Diyarbakırlı girişimcilerin ağırlıklı olarak genç ve orta yaş dilimlerinde yer aldıkları açığa çıkmaktadır. Bu bulgu, Diyarbakır’da girişimciliğin derin bir arkaplanının bulunmadığını, köklü bir geleneğe dayanmadığını ve girişimci kültürün yeterince gelişmediğini göstermektedir. Ayrıca yapılan bir araştırmaya göre Diyarbakır Türkiye girişimcilik endeksi sıralamasında 81 il arasında eksi 0,32 girişimcilik endeksi ile 51 inci sırada yer almaktadır (Meydan, 2013). Ancak, ileri yaştaki girişimcilere kıyasla genç ve orta yaştakilerin yüksek oranda olduklarını ortaya koyan aynı bulgu, geleceğe ilişkin iyimser bir öngörü de mümkün kılmaktadır. Zira, genç ve orta yaş jenerasyonunun yaşlı kuşağa oranla katı mesleki alışkanlıklarının bulunmaması, dolayısıyla değişime açık oluşu ve yeni koşullara daha çabuk ve kolay adapte olabilirliği, yüksek fiziksel performansa sahip oluşu, hırslılığı ve riske yatkınlığı modern girişimcilik yönünde evrilişi olanaklı kılacak parametrelerin oluşabileceği izlenimini vermektedir.

Katılımcıların yaş ortalaması 30’dur, bu ortalama erkeklerde 29,8 ve kadınlarda 31,8’dir. Türkiye’nin en hızlı büyüyen ilk 100 şirketini kuran kişilerin, şirketlerini kurduklarındaki ortalama yaşları 31, kurucuların şu anki yaş ortalamasının 41’dir. Söz konusu veriler çerçevesinde ülkemizin genel olarak girişimcilik yaşının kadın erkek ayrımı 30 – 44 yaş arasında olduğunu söyleyebiliriz.

4.4. Girişimcilerin Hayatlarının Büyük Bölümünü Geçirdikleri Yer

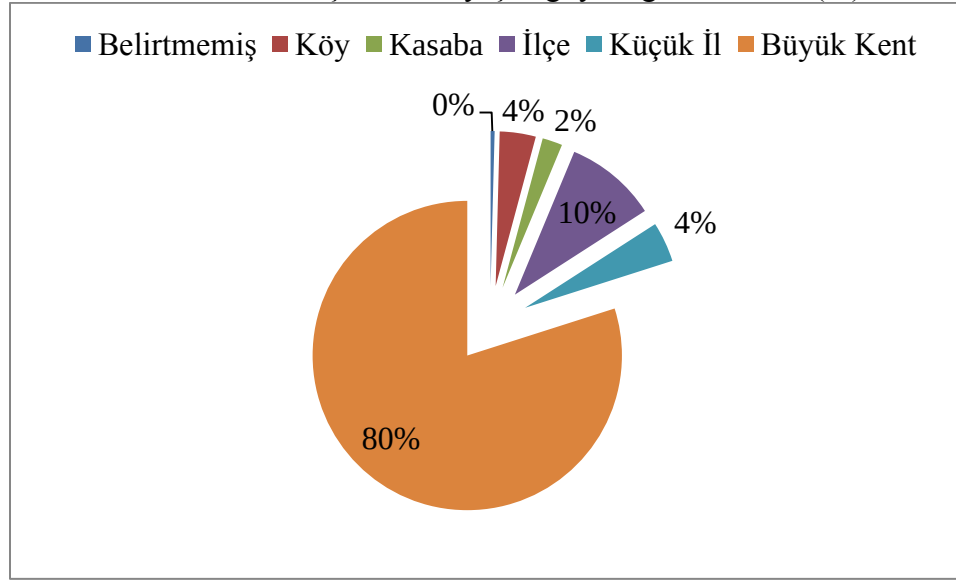
Yaşamın büyük bölümünün geçirildiği yerleşim birimi; yaşanılan yerin sahip olduğu eğitim, iletişim ve ılaşım gibi faktörlere bağlı olarak insanların karakter yapılarına ve değer yargılarına etki edecektir. Bu etki kuvvetle muhtemeldir ki; sahip oldukları görüşlerdeki derinlik, ufuk genişliği, esneklik özelliklerinin yanısıra  alışkanlık, ataklık, gözü peklik, risk alma anlayışlarının oluşması ve yerleşmesi noktalarında kendini gösterecektir (Demirel, 2003).

Hayatın büyük bölümünün geçirildiği yerin girişimcilik kültürü üzerindeki etkisinin açıklığa kavuşturulması amacıyla girişimcilerin yaşadıkları yer, yaş aralığı ve cinsiyet durumlarının karşılaştırmaları aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir.

Tablo – 7. Girişimcilerin yaşadığı yere göre dağılımı (kişi)

Belirtmeyen	Köy	Kasaba	�l�e	Küçük �l	Büyük Kent
1	9	5	23	10	191
Toplam					239

Grafik – 4. Girişimcilerin yaşadığı yere göre oranları (%)



Diyarbakır'daki girişimcilerin % 80'i hayatlarının büyük bölümünün şehir merkezinde geçirmiştir. Girişimcilerin %10'u  l elerde ve %4'  köylerde, yaşamlarının büyük çoğunluğunu geçirmişlerdir. şehirleşme ve kırdan kente göçün doğurduğu bu sonuç, girişimciliğin şehirleşme ile geliştiğini bizlere göstermektedir. Bu durum; büyük kentteki eğitim, iletişim, dünya ve ülke ile bağlantı, sosyal yaşam gibi imkanların diğer yerleşim yerlerine göre çok daha yüksek seviyede olması girişimcilik özelliklerinin ve tercih sebebinin artmasının nedenlerindendir.

Türkiye'de yapılan araştırmalar düşük gelirli kentsel ve yarı kentsel bölgelerde çocuğun zihinsel gelişmesini ve dil gelişimini destekleyebilecek çevresel uyaranlar ile neden-sonuç ilişkilerine dayanan açıklamalı tartışma ortamı ve iletişimin çok yetersiz olduğunu göstermektedir.

Tablo – 8. Girişimcilerin yaşadığı yer - cinsiyet karşılaştırması (kişi)

Köy	Kasaba	�l�e	Küçük �l	Büyük Kent
-----	--------	------	----------	------------

Kadın	Erkek	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
2	7	5	6	17	2	8	50	141
Toplam	9	Toplam: 5	Toplam	23	Toplam	10	Toplam	191
Genel Toplam								238

Tablo-8’den de görüleceği üzere, kadın girişimcilerin %82’si ve erkek girişimcilerin %79’u hayatlarının büyük bölümünü büyük kentte geçirmişlerdir. Kadın yüzde oranının yüksek olması bizlere şehirleşmenin ve kent yaşantısının kadınları daha çok iş yaşamına ittiğini göstermektedir. Bu durumda ataerkil yapının büyük kentlerde erezyona uğradığı rahatlıkla söylenebilir. Aynı zamanda büyük kentte yaşam maliyetlerinin yüksek olması kadınların da iş hayatına atılmalarına neden olmaktadır. Yukarıdaki tablodaki çarpıcı verilerden biri de köylerde bile %22 oranında kadın girişimci bulunurken, kasaba yerleşim yerindeki girişimcilerin % 100’ünün erkek olmasıdır.

Tablo – 9. Girişimcilerin yaşadığı yer – yaş aralığı - cinsiyet karşılaştırması (kişi)

Diğer	Köy					Kasaba				İlçe							Küçük İl					Büyük Kent											
Yaş Aralığı																																	
41 üstü	18-25	-	26-30	31-35	41 üstü	18-25	26-30	31-35	41 üstü	18-25	26-30	31-35	36-40	41 üstü	18-25	26-30	31-35	18-25		26-30		31-35		36-40		41 üstü							
K	K	E	E	K	E	E	E	E	E	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E					
1	1	4	2	1	1	1	2	1	1	6	1	4	1	4	3	2	1	1	3	1	4	1	1	14	34	9	42	11	30	6	23	10	12

Tablo-9’da girişimcilerin yaşamlarının büyük bölümünü geçirdikleri yerlerin, yaş aralığı ve cinsiyet ile karşılaştırması detaylıca gösterilmektedir. Buna göre büyük kentte yaşamlarını sürdüren girişimcilerin %27’si 26-30 yaş aralığında, %25’i 18-25 yaş aralığında, %21’i 31-35 yaş aralığında, %15’i 36-40 yaş aralığında ve %12’si 41 yaş üstü aralığındadır. Böylece, büyük kentteki girişimcilerin %52’sini, 18-30 yaş arasında yer alan genç girişimcilerin oluşturduğu rahatlıkla söylenebilir. Ancak büyük kentte yaşayan genç girişimcilerde kadınların oranı %46, erkeklerin oranı %54’tür. Yani Diyarbakır genç erkekleri, kadınlarına göre girişimciliğe daha isteklidirler. Bunun sosyolojik nedenleri arasında genç erkeklerden, aile kurmaları için iş hayatına bir an önce atılmalarının toplum tarafından beklenmesi ifade edilebilir.

4.5. Girişimcilerin Yaşadığı Aile Tipi

İnsanların yetiştiği aile ortamı onların girişimci olmalarına etki edebilecek faktörlerden biridir. Çünkü aile kişiliği oluşturan faktörler arasında yer almaktadır. Kişiliğin oluşmasında ailenin rolünü açıklamaya çalışan araştırmalarda; baba ve annenin demokratik bir yapıya sahip olmaları halinde çocuğun biraz daha rahat yetiştiği ve bu rahatlığın sonucu objektiflik kazandığı, rasyonel davrandığı görülmüş ve zamanla daha aktif oldukları ve daha kolay sosyal ilişki kurduğu saptanmıştır. Aile normal şartlarda insanların karşılaştığı ilk sosyal gruptur. Bu bakımdan bireylerin sosyokültürel değerleri ilk öğrenmeye başladıkları yer aile ortamıdır. Bu durumda ana-baba, toplumsallaşmanın ilk kaynağı ve modelleridir. Çocuklar hem sosyo-kültürel değerleri hem de özel bazı davranış biçimlerini ana-babayı örnek alarak öğrenirler. Bireyin çocukluk döneminde aile içindeki yetiştirilme tarzı ile iş performansları arasındaki ilişkileri inceleyen bir araştırma da bu iki sürecin çok yakından ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Emre, 2007).

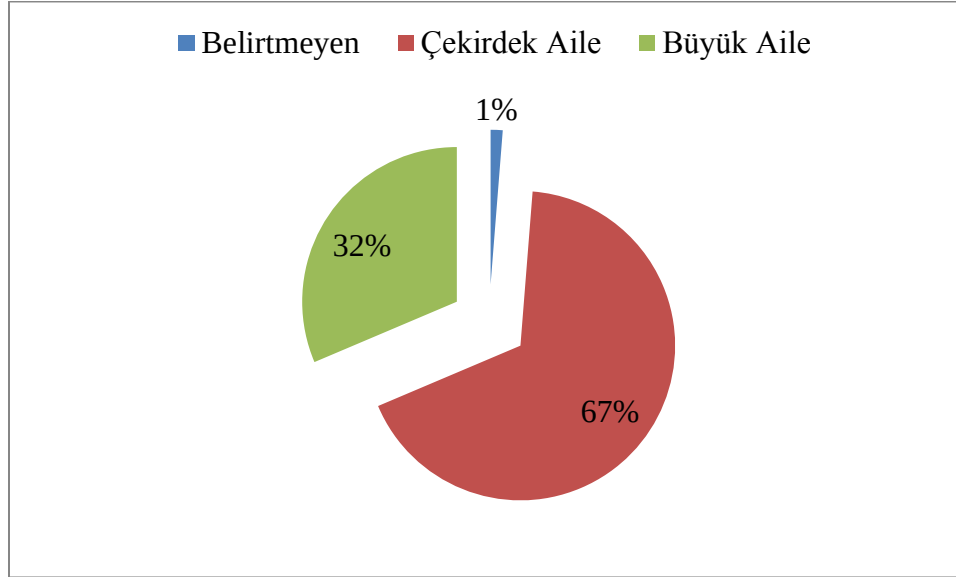
Girişimcinin yetiştiği aile tipinin kişilik karakterleri üzerinde ciddi etkileri bulunmaktadır. Büyük ailelerde yetişenler daha paylaşımcı, daha sosyal olurlarken, çekirdek ailede yetişenler daha bireysel

hareket etmektedirler. Bu bölümdeki veriler bize Diyarbakır'daki girişimcinin yetiştiği aile tipinin girişimcilik kültürü üzerindeki etkisini göstermektedir. Bu bölümde, girişimcilerin aile tipi, yaş aralığı ve cinsiyet durumlarının karşılaştırmaları aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir.

Tablo – 10. Girişimcilerin yaşadığı aile tipi dağılımı (kişi)

Belirtmeyen	Çekirdek Aile	Büyük Aile
3	161	75
Toplam		239

Grafik.5- Girişimcilerin yaşadığı aile tipi oranı (%)



Yukarıdaki tablo ve grafikten de görüleceği üzere Diyarbakır'daki girişimcilerin %67'si çekirdek ailede ve %32'si büyük ailede yetişmişlerdir. Daha önceki bölümlerde değindiğimiz gibi girişimcilerin büyük bölümünün büyük kentlerde yaşaması ve çoğunluğunun genç olması burada ortaya çıkan verileri doğrulamaktadır. Çünkü ülkemizde büyük kentlerde yaşayan genç neslin büyük bölümü çekirdek aile ortamında yetişmiştir. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın 2013 yılında yaptığı Türkiye Aile Yapısı Araştırması verilerine göre ülkemizde büyük aile ortamında yaşayanların oranı %12,3 düzeyindedir. Bu bağlamda araştırmamızda Diyarbakır'daki girişimcilerin %32'sinin geniş ailede yetişmesi ülkemiz ortalamasının üzerindedir.

Tablo – 11. Girişimcilerin yaşadığı aile tipi – cinsiyet karşılaştırması (kişi)

Belirtmeyen		Çekirdek Aile		Büyük Aile	
Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
2	1	42	119	17	58
Toplam		Toplam	161	Toplam	75
Genel Toplam					239

Diyarbakır'da çekirdek ailede yetişen girişimcilerin % 74'ü erkek ve %26'sı kadındır. Yine büyük ailede yetişen girişimcilerin %77'si erkek ve %23'ü kadındır.

Tablo – 12. Girişimcilerin yaşadığı aile tipi – cinsiyet – yaş aralığı karşılaştırması (kişi)

Belirtmeyen	Çekirdek Aile	Büyük Aile
-------------	---------------	------------

36-40 yaş		18- 25 yaş		26-30 yaş		31-35 yaş		36-40 yaş		41 yaş üstü		18- 25 yaş		26-30 yaş		31-35 yaş		36-40 yaş		41 yaş üstü	
K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E
2	1	12	38	7	38	9	21	5	16	9	6	3	10	4	16	5	15	2	8	3	9

Girişimcilerin yetiştiği aile tipi, cinsiyet ve yaş aralığı dağılımı karşılaştırmasına göre; çekirdek ailede yetişenlerin büyük bölümü (%59) 18-30 yaş aralığındadır. Büyük ailede yetişenlerin büyük bölümü (%27) ise 31-35 yaş aralığındadır.

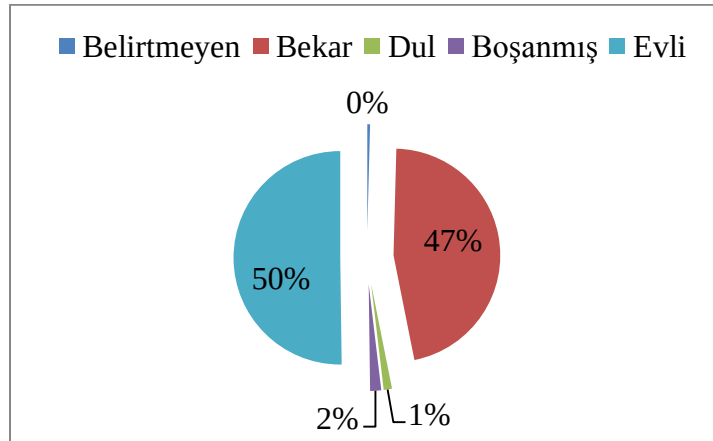
4.6. Girişimcilerin Medeni Duruma Göre Değerlendirmesi

Girişimcilerin medeni durumlarının, cinsiyet ve yaş aralığına göre dağılımları aşağıdaki tablolarda verilmektedir.

Tablo – 13. Girişimcilerin medeni durumları (kişi)

Belirtmeyen	Bekar	Dul	Boşanmış	Evli
1	111	3	4	120
Genel Toplam				239

Grafik.6- Girişimcilerin medeni durum oranları (%)



Diyarbakır girişimcilerinin %50'si evli ve %47'si bekar. Dul ve boşanmış olanların oranı oldukça düşüktür.

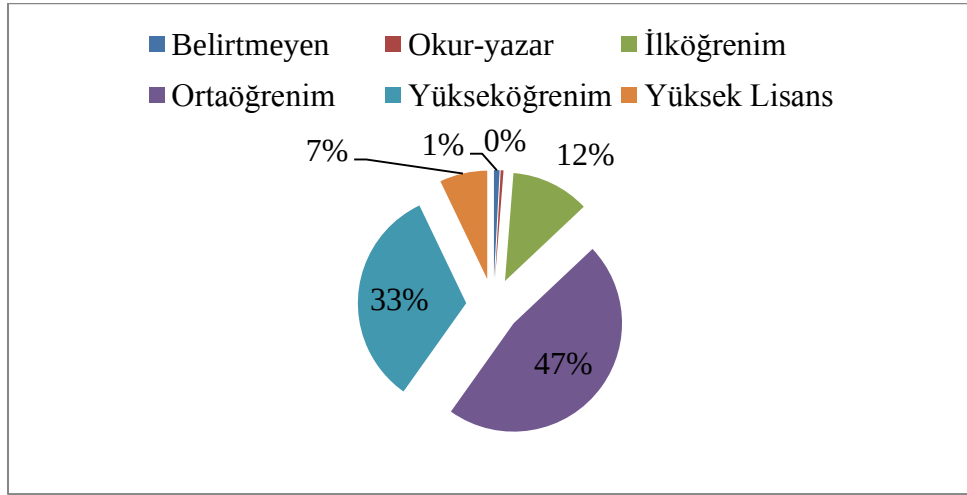
Tablo – 14. Girişimcilerin medeni durumları – cinsiyet karşılaştırması (kişi)

Belirtmeyen	Bekar		Dul		Boşanmış		Evli	
Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
1	29	82	2	1	3	1	27	93
Toplam: 1	Toplam	111	Toplam	3	Toplam	4	Toplam	120
Genel Toplam								239

Evli girişimcilerin %78'i erkek ve %22'si kadındır. Bekarların ise %74'ü erkek ve %26'sı kadındır.

Tablo – 15. Girişimcilerin medeni durumları – yaş aralığı - cinsiyet karşılaştırması (kişi)

Belirt.	Bekar					Dul		Boşanmış				Evli					
Yaş Aralığı																	
26-30 yas	18- 25 yas	26-30 yas	31-35 yas	36-40 yas	41 üstü	26- 30	31- 35	41 üstü	26- 30	31- 35	36- 40	41 üstü	18- 25	26-30 yas	31-35 yas	36-40 yas	41 üstü



Diyarbakir girişimcisinin %47'si orta öğrenim ve %33'ü yüksek öğrenim eğitim seviyesine sahiptir. Bu durum kendini girişimci olarak tanımlayan katılımcıların %80'nin eğitim seviyelerinin yüksek olduğunu bize göstermektedir. Türkiye'de yapılan benzer araştırmalarda girişimcilerin eğitim seviyeleri yüksek çıkmıştır. Eğitim düzeyinin genelde yüksek olması, aileleri tarafından öncelikli olarak örgün eğitime yönlendirilmelerine bağlanabilir. Ancak, ülkemizde örgün eğitim programlarında girişimcilğe yeterince yer verilmediği dikkate alındığında, öğrenim düzeyinin girişimcilğe yöneltici bir faktör olmadığı açığa çıkmaktadır.

Tablo – 18. Girişimcilerin eğitim seviyeleri – cinsiyet karşılaştırması (kişi)

Belirtmeyen		Okur-yazar	İlköğrenim		Ortaöğrenim		Yükseköğrenim		Yüksek Lisans	
K	E	E	K	E	K	E	K	E	K	E
1	1	1	5	23	25	87	29	50	1	16
Top.	2	Top.: 1	Top.	28	Top.	112	Top.	79	Top.	17
Genel Toplam										239

Orta öğrenim mezunu olanların %78'i erkek ve %22'si kadındır. Yüksek öğrenim mezunlarının %63'ü erkek ve %37'si kadındır. Yüksek Lisans mezunlarının neredeyse tamamı erkektir. Eğitim seviyesi yükseldikçe kendini girişimci olarak tanımlama oranı artmaktadır. Özellikle kadınlarda bu oranın daha da yükseldiği görülmektedir.

Tablo – 19. Girişimcilerin eğitim seviyeleri ve eş çalışma durumlarının karşılaştırması (kişi)

Eşi Çalışanlar			Eşi Çalışmayanlar			
İlköğrenim	Ortaöğrenim	Yükseköğrenim	Okur-yazar	İlköğrenim	Ortaöğrenim	Yükseköğrenim
1	11	16	1	19	50	15
Toplam			Toplam			
28			92			
Genel Toplam						120

Tablo-19 bize, eşi çalışanlar arasında, eğitim seviyesi yükseldikçe eş çalışma oranının yükseldiğini göstermektedir. Ancak, eşi çalışmayanların eğitim seviyelerine bakıldığında, buna tezat bir durum ortaya çıkmaktadır.

Tablo – 20. Girişimcilerin eğitim seviyeleri ve yaşadığı yer durumlarının karşılaştırması (kişi)

Eğitim Seviyesi	Belirtmeyenler	Yaşantının Büyük Bölümünün Geçtiği Yer	Küçük İl	1	Toplam	2		
			Büyük Kent	1				
	Okur-yazar			Küçük İl		1		1
	İlköğretim			Köy		2		28
				Kasaba		3		
				İlçe		7		
				Büyük Kent		16		
				Belirtmeyen		1		
	Ortaöğretim			Köy		3		
				İlçe		9		
				Küçük İl		3		
				Büyük Kent		96		
				Köy		3		79
	Yükseköğretim			Kasaba		1		
				İlçe		6		
				Küçük İl		3		
				Büyük Kent		66		
				Köy		1		17
	Yüksek Lisans			Kasaba		1		
				İlçe		1		
				Küçük İl		2		
				Büyük Kent		12		

Eğitim seviyesi ne olursa olsun girişimcilerin yaşamlarının büyük bölümünü büyük kentte geçirdikleri yukarıdaki tabloya bakılarak rahatlıkla söylenebilir.

Günümüzde gerek ulusal, gerek küresel alanda varolabilmek yüksek rekabet gücüyle mümkündür. Bu da ürün kalitesine, çeşitliliğine, miktarına, yeni pazarlama tekniklerinin bulunmasına, satış sonrası hizmete ve bu hizmetin niteliğine, tüketici kesimin sürekli değişen beğenilerine uygun yeni tasarım biçimlerinin geliştirilip uygulanmasına bağlıdır. Bu bakımdan, eğitim seviyesinin girişimciliğin zorunlu koşulu haline geldiği söylenebilir. Dolayısıyla girişimcilerin eğitim düzeylerinin yüksek olması, Diyarbakır özelinde önemli bir potansiyelin varolduğu anlamına gelmektedir.

4.9. Yüksek Öğretim Mezunu Girişimcilerin Bölümleri

Tablo – 21. Yüksek Öğretim Mezunu Girişimcilerin Bölümleri ve Sayıları (kişi)

S.N.	Bölüm	Kişi	S.N.	Bölüm	Kişi	S.N.	Bölüm	Kişi	S.N.	Bölüm	Kişi
1	İşletme	15	15	Bahçe Ziraati	1	29	Halkla İlişkiler	1	43	Maliye	1
2	Adalet	3	16	Bankacılık Ve Sigortacılık	1	30	Hayvan Sağlığı	1	44	Mermer Teknikerliği	1
3	İktisat	3	17	Bitki Koruma	1	31	Hemşirelik-Sosyoloji	1	45	Meteoroloji Malzeme Müh.	1

4	Kamu Yönetimi	3	18	Biyoloji	1	32	İ.İ.B.F	1	46	Mimar	1
5	Muhasebe	3	19	Büro Yönetimi/İşletme	1	33	İngilizce Öğretmenliği	1	47	Mühendislik	1
6	Muhasebe Ve Vergi Uyg.	3	20	Eczacılık	1	34	İnşaat	1	48	Organik Tarım	1
7	Sosyoloji	3	21	Elektrik	1	35	İnşaat Teknikeri	1	49	Otomativ Teknolojisi	1
8	Turizm Ve Otelcilik	3	22	Elektronik Haberleşme Tek.	1	36	İnşaat Teknolojisi	1	50	Teknikerlik	1
9	İlahiyat	2	23	Endüstri Ürün Tasarım	1	37	İşletme-Muhasebe-İlahiyat	1	51	Turizm	1
10	İşletme	2	24	Engelli Öğretmeni	1	38	Kimya	1	52	Uluslararası İlişkiler	1
11	Peyzaj Mimarlığı	2	25	Fizik Tedavi Teknikeri	1	39	Kimya Öğretmenliği	1	53	Uluslararası Lojistik	1
12	Almanca Öğretmenliği	1	26	Geleneksel El Sanatları	1	40	M.Y.O Otomativ Teknolojisi	1	54	Uluslararası Ticaret	1
13	Arkeoloji	1	27	Gıda Mühendisliği	1	41	Maden Mühendisliği	1	55	Üniversite Okuyor	1
14	Atıcılık Antrenörlüğü	1	28	Gıda Teknolojisi	1	42	Makina-Meteoroloji	1	56	Üretim Teknolojisi	1
Genel Toplam									87		

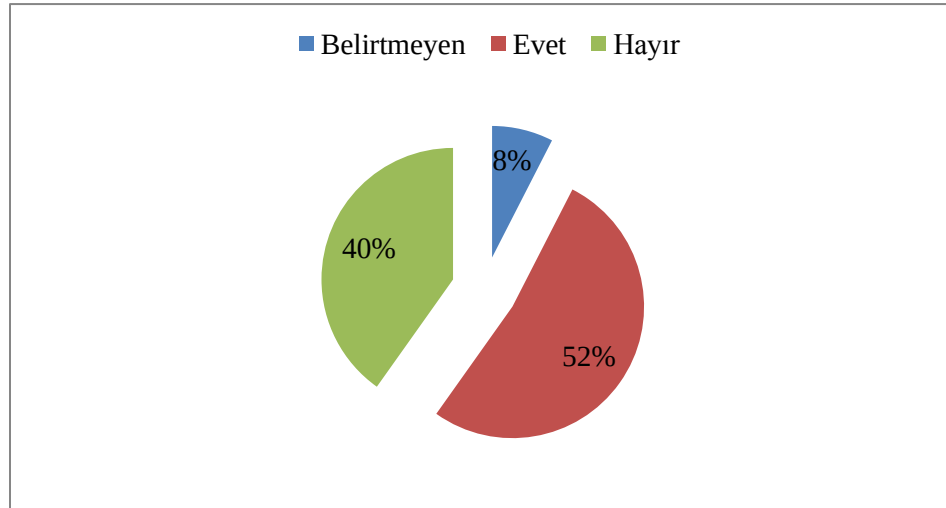
Kendilerini girişimci olarak tanımlayanlar arasında yüksek öğrenim mezunlarının bölümleri incelendiğinde ağırlıklı olarak İ.İ.B.F. mezunlarının olması ve bunlar arasında da özellikle İşletme bölümü mezunlarının ağırlıkta olması dikkat çekicidir.

4.10. Girişimcilerin Halihazırda Çalışma Durumu

Tablo – 22. Girişimcilerin Çalışma Durumu (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
18	125	96
Genel Toplam		239

Grafik.9 - Girişimcilerin Çalışma Durumlarının oranı (%)



Diyarbakır girişimcilerinin %52'si hali hazırda bir işe sahiptir. Bu durum bize iş sahiplerinin kendi işlerini geliştirmek istediklerini ispat etmektedir.

Tablo – 23. Girişimcilerin Çalışma Durumu – cinsiyet karşılaştırması (kişi)

Belirtmeyen		Evet		Hayır	
Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
8	10	16	109	37	59
Toplam	18	Toplam	125	Toplam	96
Genel Toplam					239

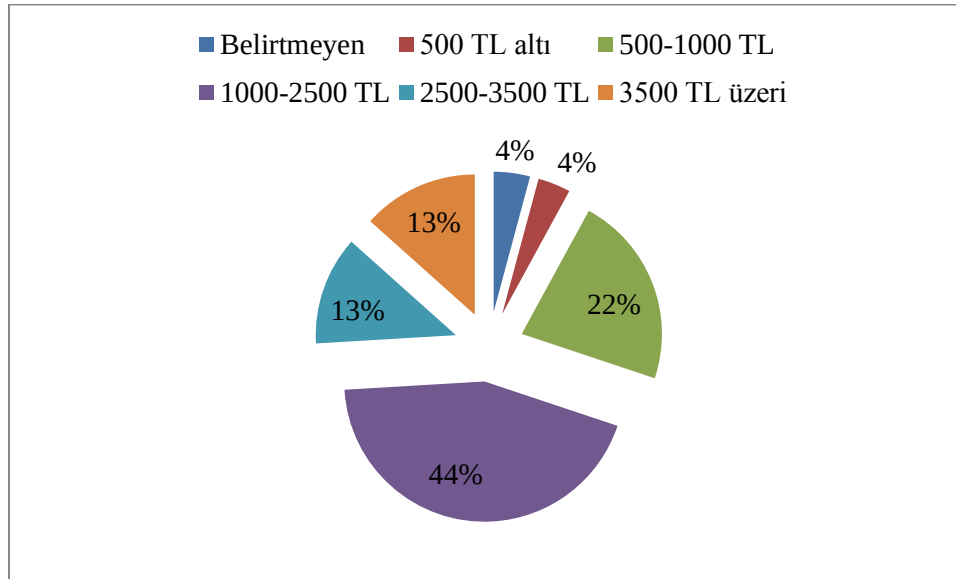
Beklendiği gibi halihazırda çalışanların ezici çoğunluğu erkeklerdir.

4.11. Girişimcilerin Aylık Ortalama Gelirleri

Tablo – 24. Girişimcilerin aylık ortalama gelirlerinin dağılımı (kişi)

Belirtmeyen	500 TL altı	500-1000 TL	1000-2500 TL	2500-3500 TL	3500 TL üzeri
10	9	53	105	30	32
Genel Toplam					239

Grafik.10- Girişimcilerin aylık ortalama gelirlerinin dağılımının oranı (%)



Aylık ortalama gelir seviyesine bakıldığında, girişimcilerin büyük bölümünün alt-orta gelir seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo – 25. Girişimcilerin aylık ortalama gelirleri ile eğitim seviyelerinin karşılaştırması (kişi)

		Aylık Ortalama Gelir (TL)						Toplam
		Belirtmeyen	500 altı	500-1000	1000-2500	2500-3500	3500 üzeri	
Eğitim Durumu	Belirtmeyen	1	0	1	0	0	0	2
	Okur-yazar	0	0	0	1	0	0	1
	İlköğrenim	0	3	5	12	3	5	28
	Ortaöğrenim	7	3	32	46	13	11	112
	Yükseköğrenim	2	2	10	41	11	13	79
	Yüksek Lisans	0	1	5	5	3	3	17
Toplam		10	9	53	105	30	32	239

Aylık gelir seviyesi ile eğitim durumu karşılaştırılmasında ilginç bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Çünkü bütün eğitim seviyeleri de 1.000-2.500 TL gelir düzeyinde yoğunlaşmaktadır. Normalde beklenen eğitim seviyesi arttıkça gelir düzeyinde artmasıdır. Bu durum bize Diyarbakır iş sahiplerinin kalifiye personele yeterli düzeyde maaş takdir etmedikleri gerçeğini ispat etmektedir. Bu nedenle kalifiye yetişmiş personel ilk fırsatta bölgeden ayrılmaktadır.

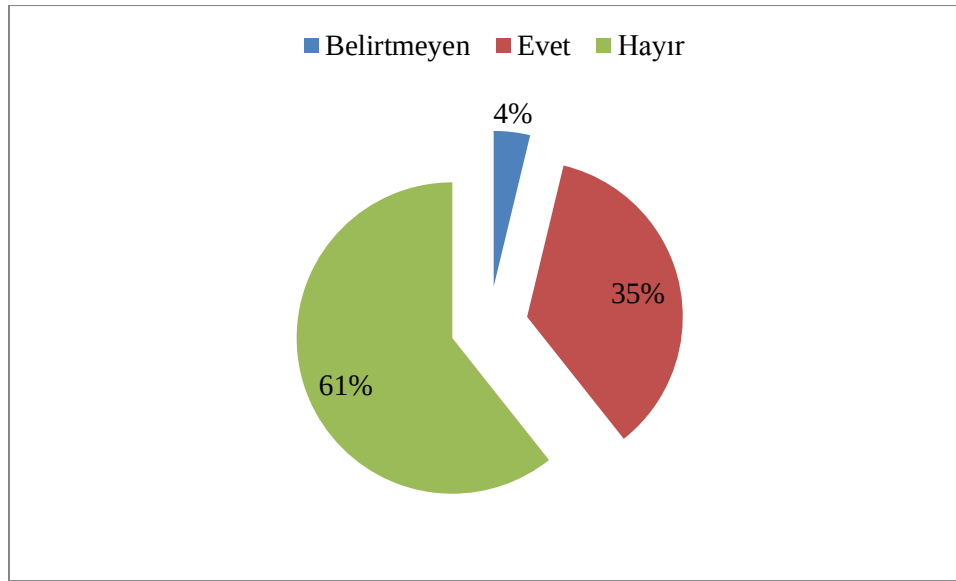
Ancak veri analizi açısında şu da söylenebilir, 3.500 TL ve üzeri gelir sahibi olanların çoğu Yüksek Lisans mezunlarıdır.

4.12. Girişimcilerin Yabancı Dil Bilgileri

Tablo – 26. Girişimcilerin yabancı dil bilgileri (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
9	85	145
Genel Toplam		239

Grafik.11- Yabancı Dil Bilgisi Oranı (%)



Diyarbakır girişimcisinin %35'i yabancı dil bilmektedir. İlginç sonuç ise Tablo-27'de kendini göstermektedir.

Tablo – 27. Girişimcilerin konuştuğu yabancı diller (kişi)

Almanca	Arapça	Fransızca	Hintçe	İngilizce	İspanyolca	İsveççe	Lehçe	Portekizce	Rusça
5	10	2	1	78	2	1	1	1	3
Genel Toplam								104	

Girişimciler arasında ikinci yabancı dil bilenlerin sayısı 19'dur. Bilinen yabancı diller arasında %75 oranında İngilizce bilinmektedir ve ikinci sırada %10 oranında Arapça gelmektedir.

Tablo – 28. Girişimcilerin yabancı dil bilgisinin – cinsiyet ve yaş aralığı ile karşılaştırması (kişi)

	Yaş Aralığı			
--	-------------	--	--	--

				18-25	26-30	31-35	36-40	41 üstü	Toplam	Toplam	Genel Toplam
Yabancı Dil Biliyor mu	Belirtilmeyen	Cinsiyet	K	1	1	1	0	0	3	9	239
			E	1	2	0	2	1	6		
	E		K	7	4	4	3	6	24	85	
			E	16	21	10	11	3	61		
	H		K	7	6	9	6	6	34	145	
			E	31	31	26	12	11	111		

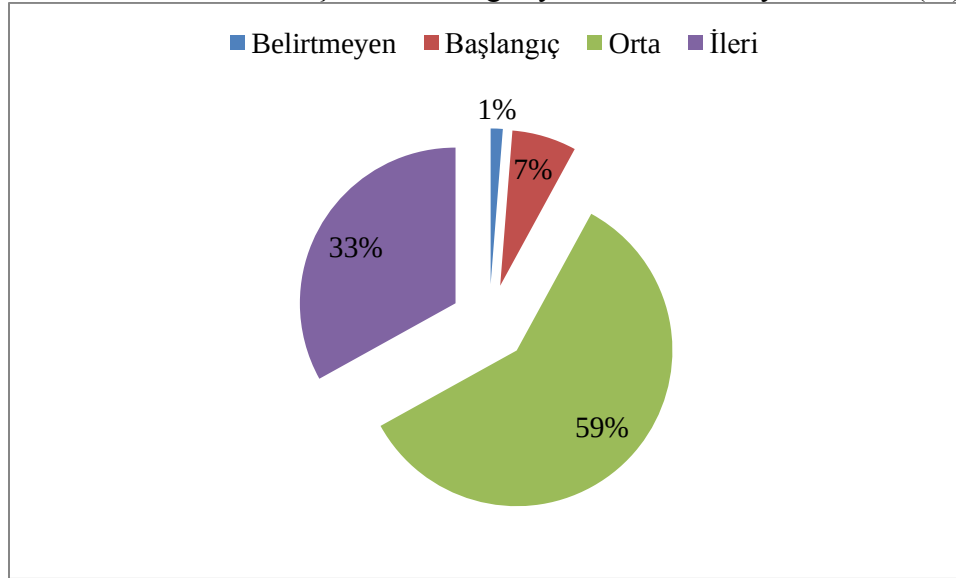
Erkekler arasında yabancı dil bilme oranı %34 ve kadınlar arasında yabancı dil bilme oranı %39'dur. Yabancı dil bilen erkeklerin %60'ı 18-30 yaş aralığında ve kadınların oranı %46 düzeyindedir.

4.13. Girişimcilerin Teknoloji ve Sosyal Medya Kullanımları

Tablo – 29. Girişimcilerin bilgisayar kullanım seviyeleri (kişi)

Belirtmeyen	Başlangıç	Orta	İleri
3	16	141	79
Genel Toplam			239

Grafik.12- Girişimcilerin bilgisayar kullanım seviyeleri oranı (%)

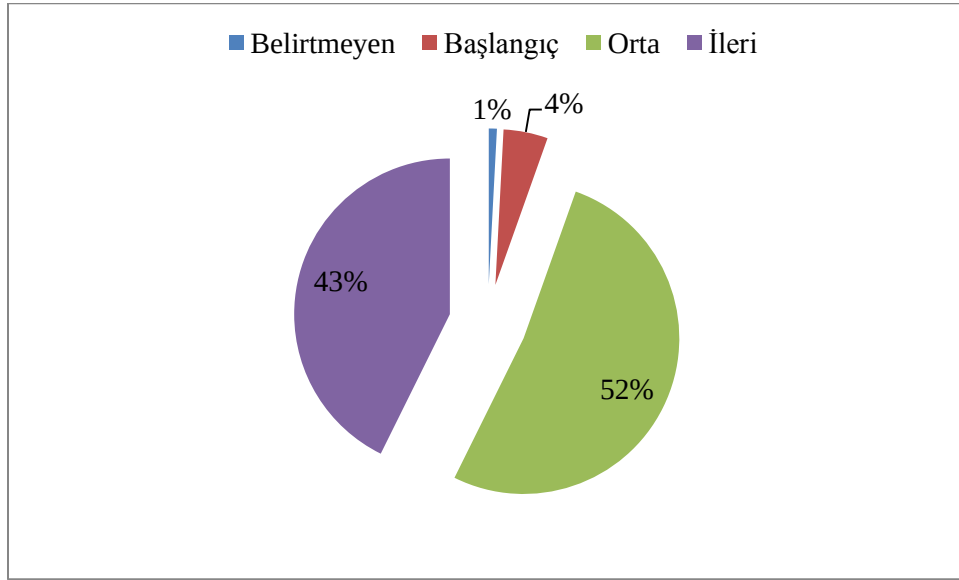


Girişimcilerin %59'u orta düzeyde ve %33'ü ileri düzeyde bilgisayar kullanabilmektedir. Bu nedenle girişimcilerin %92'si iyi ve yeterli düzeyde bilgisayar kullanabilmektedirler.

Tablo – 30. Girişimcilerin internet kullanım seviyeleri (kişi)

Belirtmeyen	Başlangıç	Orta	İleri
2	11	124	102
Genel Toplam			239

Grafik.13- Girişimcilerin internet kullanım seviyeleri oranı (%)

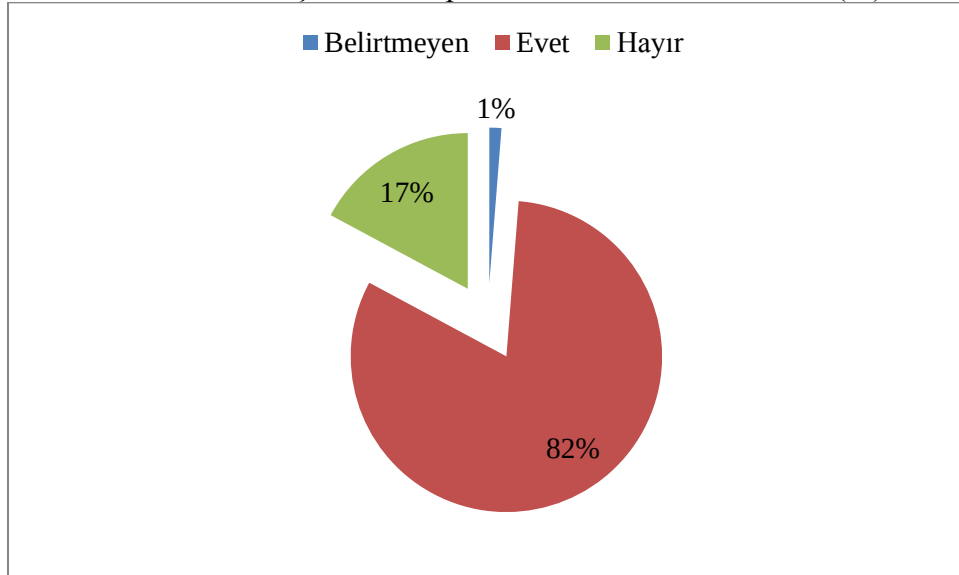


Girişimcilerin %52'si orta düzeyde ve %43'ü ileri düzeyde internet kullanabilmektedir. Bu nedenle girişimcilerin %95'i iyi ve yeterli düzeyde internet kullanabilmektedirler.

Tablo – 31. Girişimcilerin eposta adresi durumu (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
3	195	41
Genel Toplam		239

Grafik.14- Girişimcilerin eposta adresi durumunun oranı (%)



Girişimcilerin %82'sinin e-posta adresi bulunmaktadır. Bu sonuç girişimcilerin bilgisayar ve internet kullanım seviyeleri ile paralellik arz etmektedir.

Tablo – 32. Girişimcilerin bilgisayar – internet kullanımları ile, eposta adreslerinin yaş aralıkları ile karşılaştırması (kişi)

	Yaş Aralığı	
--	-------------	--

						18-25	26-30	31-35	36-40	41 üstü	Toplam
Bilgisayar kullanım seviyesi	Belirtmeyen	İnternet kullanım seviyesi	Belirtmeyen	E-mail adresinin varlığı	Evet	1	1	0	0	0	2
			İleri		Evet	0	1	0	0	0	1
	Başlangıç		Başlangıç		Belirtmeyen	0	0	0	1	0	1
					Evet	0	0	1	1	3	5
			Orta		Hayır	1	0	0	0	2	3
					Evet	1	1	1	1	0	4
			İleri		Hayır	0	0	2	0	0	2
					Belirtmeyen	1	0	0	0	0	1
	Orta		Başlangıç		Hayır	0	0	0	2	0	2
			Orta		Belirtmeyen	0	0	1	0	0	1
					Evet	22	22	16	15	12	87
			İleri		Hayır	4	6	8	3	5	26
					Evet	4	5	6	2	2	19
			İleri		Orta	Hayır	1	1	3	0	0
	Evet					1	2	0	0	0	3
	İleri				Evet	26	25	12	9	2	74
					Hayır	1	1	0	0	0	2

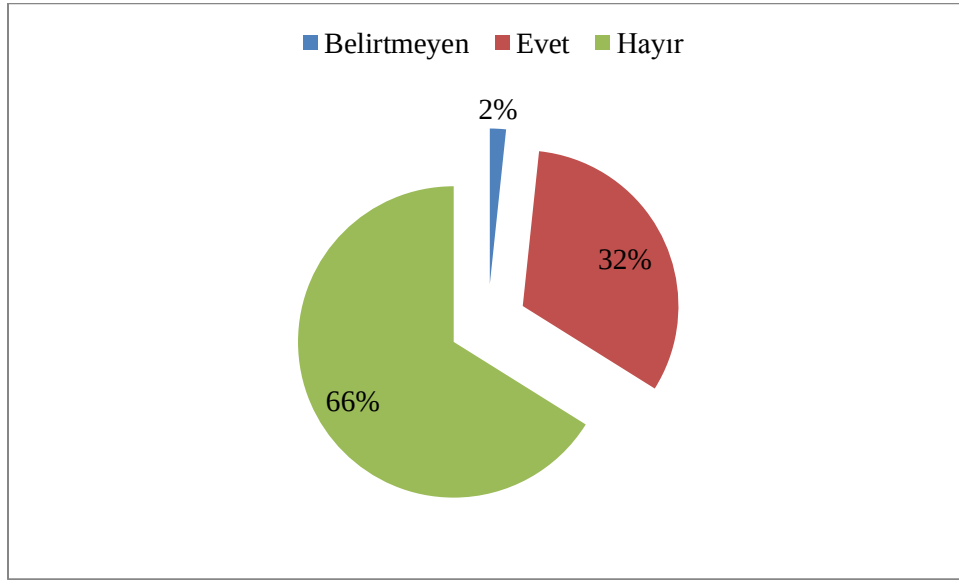
Tablo-32'deki karşılaştırma sonucuna göre ileri düzeyde bilgisayar ve internet kullanan ve eposta adresi olanlar en çok 18-25 yaş aralığındadır. Yani beklendiği gibi; e-posta varlığı, bilgisayara ve internet kullanımı gençler arasında yaygın durumdadır. Tablo incelendiğinde %36'lık oranla e-posta adresi olan, orta düzeyde bilgisayar ve internet kullanıcılarında yoğunlaşma görülmektedir.

4.14. Girişimcilerin Yurtdışı Tecrübeleri

Tablo – 33. Girişimcilerin yurtdışı deneyim durumu (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
4	77	158
Genel Toplam		239

Grafik.15- Girişimcilerin yurtdışı deneyim durumunun oranı (%)



Girişimcilerin yalnızca %32'sinin yurtdışı deneyimi olmuştur.

Tablo – 34. Girişimcilerin yurtdışına gidiş amacı (kişi)

Belirtmeyen	Fuar-Tanıtım	Eğitim-Seminer	Tatil	Diğer
161	15	6	35	22
Genel Toplam				239

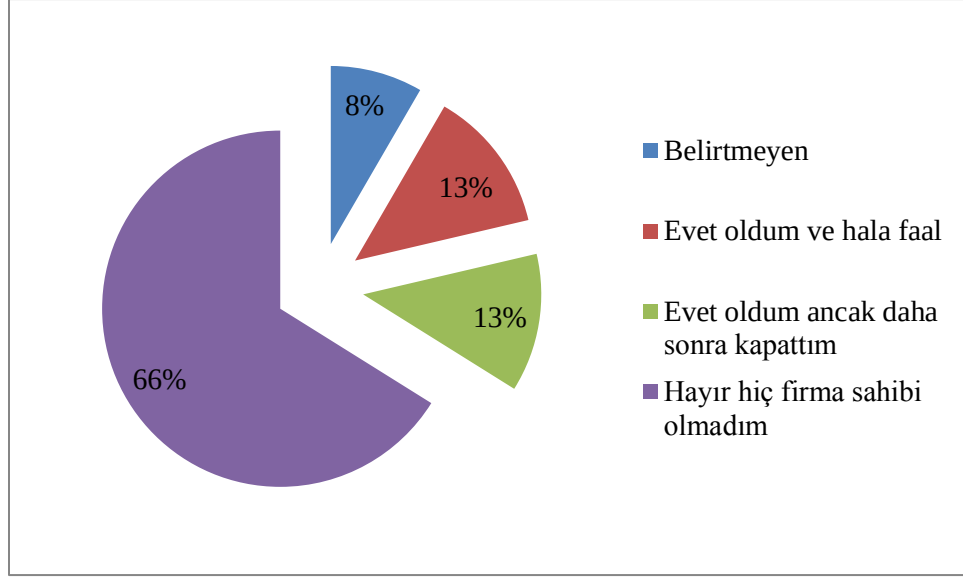
Yurtdışına gitme sebeplerine bakıldığında %45 oranında tatil, %19 oranında fuar-tanıtım ve %8 oranında eğitim-seminer nedeniyle olduğu görülmektedir. Diğer kısmında belirtilen yurtdışına çıkış nedeni %80 oranında çalışmak amacıyla olduğu ifade edilmektedir. Diğer nedenler arasında ticaret, pazarlama, hac vb. sebepler sıralanmaktadır.

4.15. Girişimcilerin Firma Sahibi Olma Durumları

Tablo – 35. Girişimcilerin firma sahibi olma durumları (kişi)

Belirtmeyen	Evet oldum ve hala faal	Evet oldum ancak daha sonra kapattım	Hayır hiç firma sahibi olmadım
20	31	30	158
Genel Toplam			239

Grafik.16 - Girişimcilerin firma sahibi olma durumlarının oranı (%)



Girişimcilerin %66'sının şimdiye kadar hiç kendine ait firması olmamıştır. %26 oranında firma sahibi olan girişimci bulunmaktadır ancak bunların yarısı firmalarını kapatmışlardır.

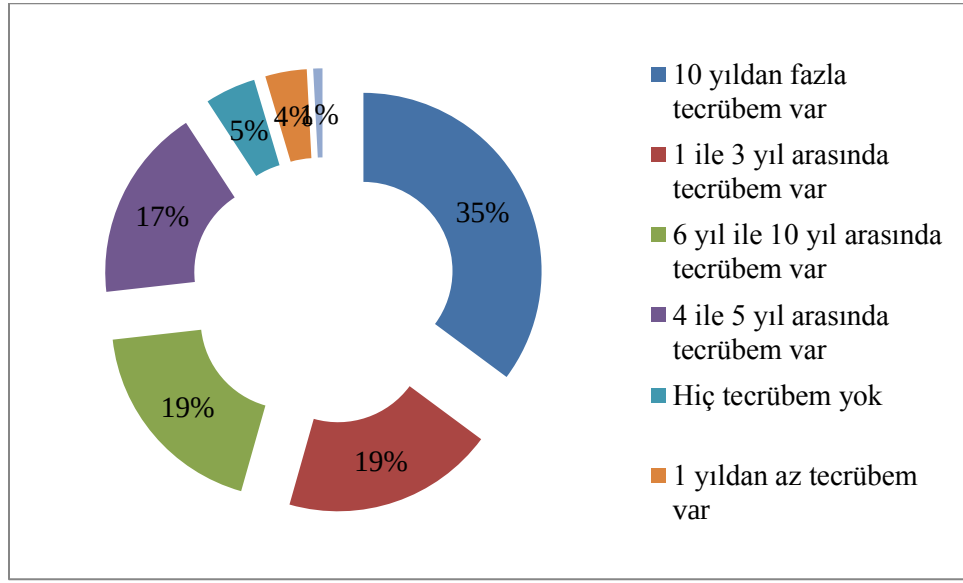
4.16. Girişimcilerin İş Tecrübeleri

İş tecrübe süresinin girişimci grubun bilgi birikimi ve deneyim düzeyinin, için bulunduğu aşamanın ve girişimciliğin arka plânının açıklığa kavuşturulması bakımından önemli bir göstergedir.

Tablo – 36. Girişimcilerin iş tecrübeleri / deneyim sürelerinin dağılımı (kişi)

Deneyim Süresi	Kişi
10 Yıldan Fazla Tecrübem Var	84
1 İle 3 Yıl Arasında Tecrübem Var	46
6 Yıl İle 10 Yıl Arasında Tecrübem Var	45
4 İle 5 Yıl Arasında Tecrübem Var	42
Hiç Tecrübem Yok	11
1 Yıldan Az Tecrübem Var	9
Belirtmeyen	2
Toplam	239

Grafik.17- Girişimcilerin iş tecrübeleri / deneyim sürelerinin dağılımının oranı (%)



Girişimcilerin %35'inin 10 yıldan fazla tecrübesi olması sonucu oldukça ilginçtir. Bu sonuç bize Diyarbakır girişimcisinin erken yaşta iş hayatına atıldığını ve genç girişimci olduğunu göstermektedir. Aşağıdaki tablo bize 10 yıldan fazla tecrübesi olanların çoğunluğu 36-40 yaş aralığında olduğunu göstermektedir.

Tablo – 37. Girişimcilerin iş tecrübeleri ile yaş aralığı karşılaştırması (kişi)

		Yaş Aralığı					Toplam
		18- 25	26-30	31-35	36-40	41 üstü	
İş Tecrübesi	Belirtmeyen	0	1	1	0	0	2
	Hiç tecrübem yok	4	1	2	3	1	11
	1 yıldan az tecrübem var	5	2	1	0	1	9
	1 ile 3 yıl arasında tecrübem var	20	14	5	3	4	46
	4 ile 5 yıl arasında tecrübem var	12	18	8	1	3	42
	6 yıl ile 10 yıl arasında tecrübem var	11	13	14	5	2	45
	10 yıldan fazla tecrübem var	11	16	19	22	16	84
Toplam		63	65	50	34	27	239

Yukarıdaki tablo bize yaş aralığı arttıkça doğal olarak tecrübe yılınında arttığını göstermektedir.

Tablo – 38. Girişimcilerin iş tecrübeleri ile aylık gelirlerinin karşılaştırması

		Aylık Ortalama Gelir (TL)						Toplam
		Belirtmeyen	500 altı	500-1000	1000-2500	2500 - 3500	3500 üzeri	
İş Tecrübesi	Belirtmeyen	0	0	1	0	1	0	2
	Hiç tecrübem yok	0	2	3	4	1	1	11
	1 yıldan az tecrübem var	2	0	2	5	0	0	9

1 ile 3 yıl arasında tecrübem var	4	3	11	18	6	4	46
4 ile 5 yıl arasında tecrübem var	1	1	9	18	7	6	42
6 yıl ile 10 yıl arasında tecrübem var	1	1	14	19	4	6	45
10 yıldan fazla tecrübem var	2	2	13	41	11	15	84
Toplam	10	9	53	105	30	32	239

Tablo-38 genel olarak bize tecrübe yılı arttıkça aylık gelirin de arttığını göstermektedir. Ancak neredeyse bütün gelir aralıklarında kişiler 10 yıldan fazla tecrübeye yoğunlaşmaktadırlar. Bu da emeğin yeterince karşılık görmediğini bize ispatlamaktadır. Aslında bu durumda kişileri girişimci olmaya iten nedenlerdendir.

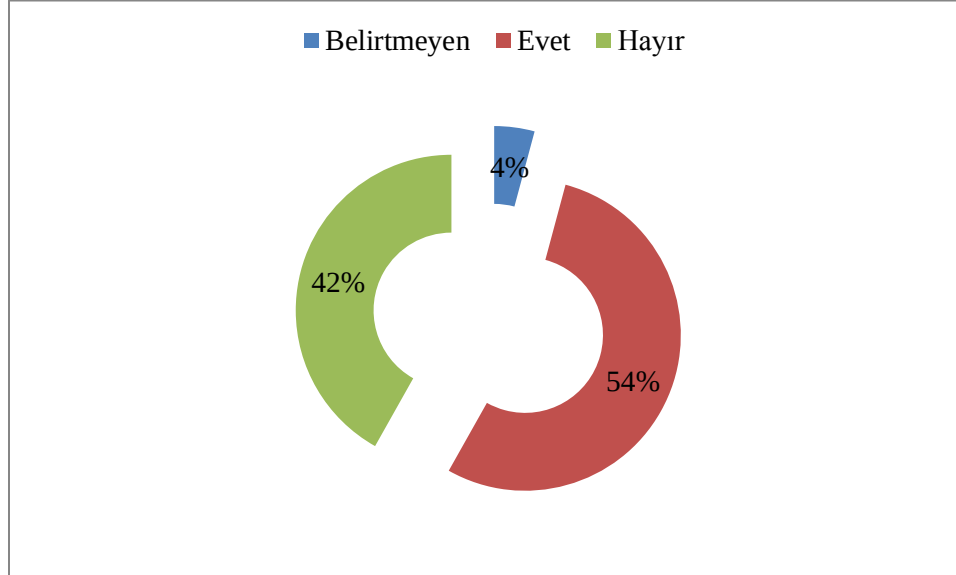
Bu bulgulardan; Diyarbakır’da girişimciliğin köklü bir geleneğe dayanmadığı ve kendi nesnel koşullarından çok, dünyadaki ve Türkiye’deki genel eğilime bağlı bir seyir izlediği sonucu çıkarsanabilir. Dolayısıyla Diyarbakır’da girişimciliğin izlediği trend kendi iç dinamiklerinden çok, dış dinamiklere dayandığı söylenebilir.

4.17. Girişimcilerin Sektörlerine Yönelik İlgileri

Tablo – 39. Girişimcilerin sektörel yayın takipleri (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
10	129	100
Genel Toplam	239	

Grafik.18- Girişimcilerin sektörel yayın takiplerinin oranı (%)

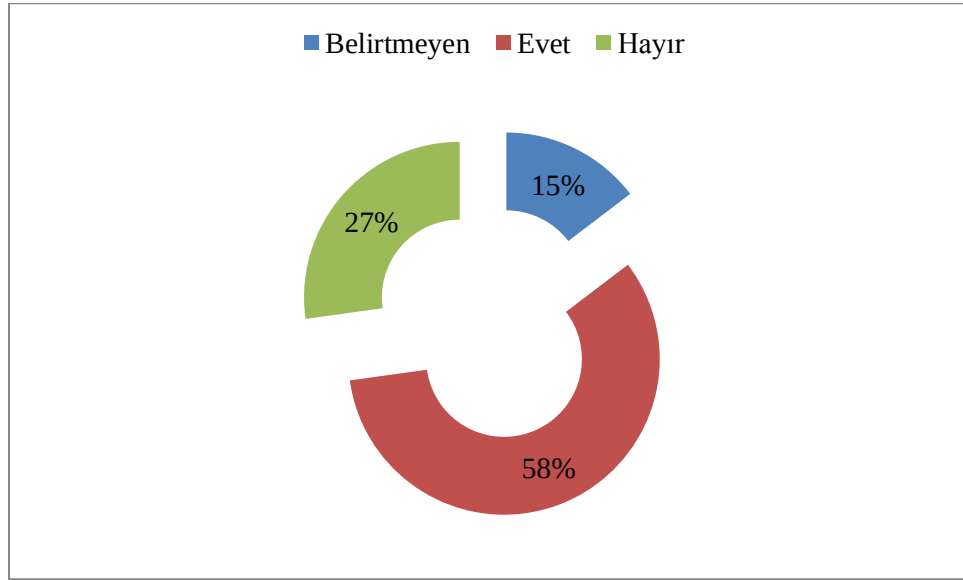


Girişimcilerin %54’ü sektörleri ile ilgili yayın takip ettiklerini ifade etmektedirler.

Tablo – 40. Girişimcilerin sektörü e-ticarete uygun mu (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
35	139	65
Genel Toplam	239	

Grafik.19- Sektör E-ticarete Uygun mu? Oran (%)

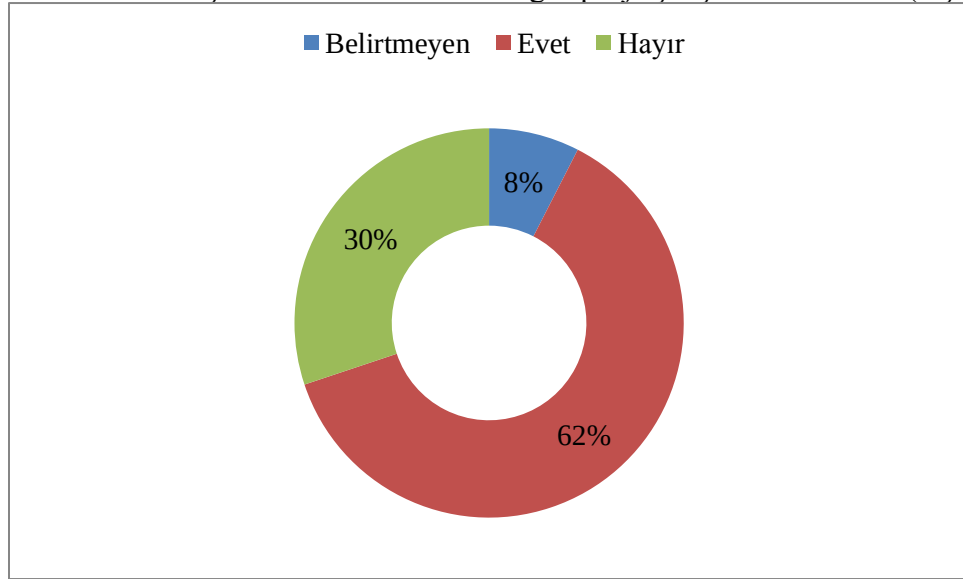


Yine girişimcilerin %58'i sektörlerinin e-ticarete uygun olduğunu düşünmektedir.

Tablo – 41. Girişimcilerin sektörleri ile ilgili proje çalışmaları var mı? (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
18	149	72
Genel Toplam		239

Grafik.20- Girişimcilerin sektörleri ile ilgili proje çalışmaları var mı? (kişi)



Girişimcilerin %62'si sektörleri ile ilgili bir proje çalışmalarının olduğunu ifade etmektedir.

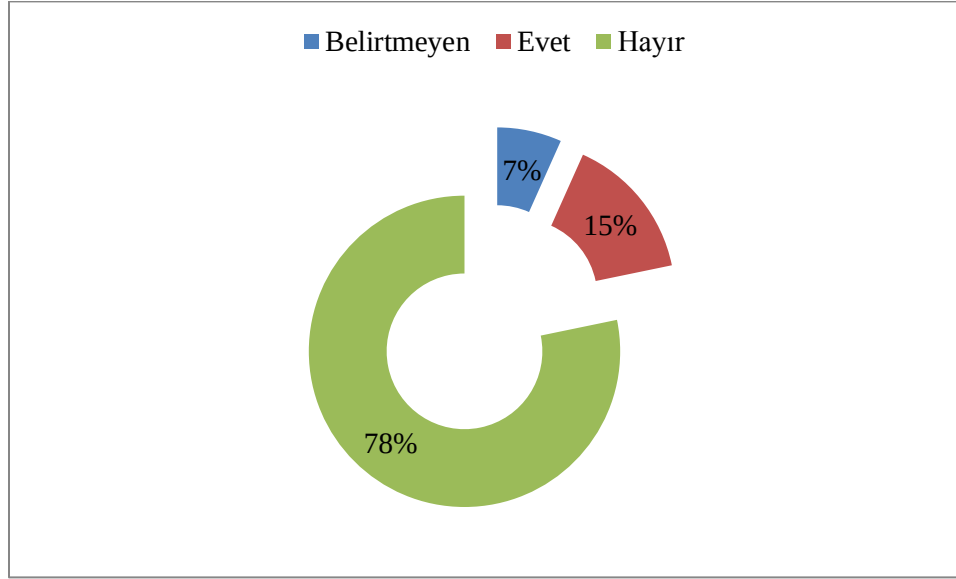
4.18. Girişimcilerin Sosyal Yönleri

Tablo – 42. Girişimcilerin dernek üyelikleri var mı? (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
16	36	187

Genel Toplam	239
---------------------	------------

Grafik.21- Girişimcilerin dernek üyelikleri var mı? Oran (%)



Sosyal sermayenin önem kazandığı günümüzde girişimcilerin %78'inin her hangi bir dernek üyeliklerini bulunmaması önem arz etmektedir. Ancak bu durum Diyarbakır STK'larının girişimcilere hitap edecek yeterli kurumsal ve teknik beceriye de sahip olmadıklarını bize göstermektedir.

Tablo – 43. Girişimcilerin dernek üyeliği – cinsiyet karşılaştırması (kişi)

		Cinsiyet		Toplam
		K	E	
Dernek Üyeliği	Belirtmeyen	3	13	16
	E	7	29	36
	H	51	136	187
Toplam		61	178	239

Dernek üyeliği oranı kadınlar arasında %11 ve erkekler arasında %16 düzeyindedir.

Tablo – 44. Girişimcilerin dernek üyeliği – yaş aralığı karşılaştırması (kişi)

		Yaş Aralığı					Toplam
		18- 25	26-30	31-35	36-40	41 üstü	
Dernek Üyeliği	Belirtmeyen	3	7	1	4	1	16
	E	4	9	10	8	5	36
	H	56	49	39	22	21	187
Toplam		63	65	50	34	27	239

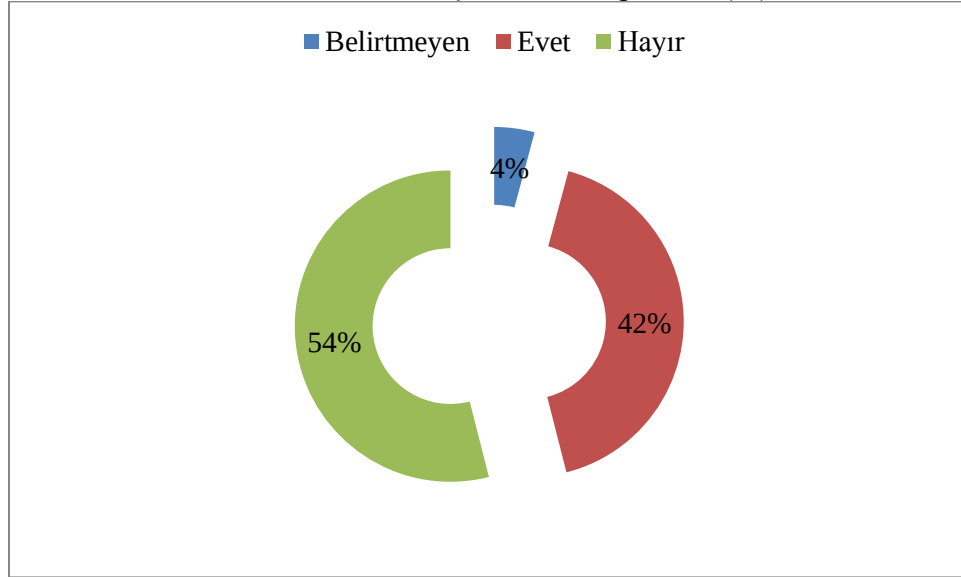
Dernek üyeliğinin en çok 26-35 yaş aralığında ve en düşük 18-25 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo – 45. Girişimcilerin ortak iş kurma istekleri (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
-------------	------	-------

10	100	129
Genel Toplam		239

Grafik.22- Ortak İş Kurma İsteği oranı (%)



Girişimcilerin %54'ü ortak iş kurmak istememektedirler. Bu da bölgemizdeki ortaklık kültürünün oldukça düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo – 46. Girişimcilerin ortak iş kurma istekleri – iş tecrübesi karşılaştırması (kişi)

		Ortaklık Yapma İsteği			
		Belirtmeyen	Evet	Hayır	Toplam
İş Tecrübesi	Belirtmeyen	0	0	2	2
	Hiç tecrübem yok	0	7	4	11
	1 yıldan az tecrübem var	0	6	3	9
	1 ile 3 yıl arasında tecrübem var	0	23	23	46
	4 ile 5 yıl arasında tecrübem var	4	14	24	42
	6 yıl ile 10 yıl arasında tecrübem var	1	15	29	45
	10 yıldan fazla tecrübem var	5	35	44	84
Toplam		10	100	129	239

Girişimcilerin tecrübe yılı arttıkça ortaklık kurma istekleri azalmaktadır. Ortak iş yapma isteği, hiç tecrübesi olmayanlar arasında %64, 1 yıldan az tecrübesi olanlar arasında %67, 1-3 yıl tecrübesi olanlar arasında %50, 4-5 yıl tecrübesi olanlar arasında %33, 6-10 yıl tecrübesi olanlar arasında %33 ve 10 yıldan fazla tecrübesi olanlar arasında %42 oranındadır.

4.19. Girişimcilerin Girişimci Olmasını Tetikleyen Ekonomik Sebepler

Tablo – 47. Girişimciliği tetikleyen ekonomik sebepler (kişi)

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1	İş yaratmak/ istihdam yaratmak	3	84	144
2	Girişimciliğe yönelik desteklerin artması (teşvik, sübvansiyon vs.)	12	89	115
3	Başkalarının göremediği bir ürün/ hizmet/ üretim tekniği/ pazar/hammadde kaynağını görüp bunları hayata geçirmek için	12	98	107
4	Başkalarını yönlendirebildiğim ve sınırlı kaynakları koordine edip etkili bir şekilde kullanabildiğim için	7	115	96
5	Her durumdan bir fırsat çıkarabildiğim ve ticari potansiyeli olan iş fırsatlarını sürekli görebildiğim için	8	117	94
6	Daha çok para kazanmak ve daha iyi bir yaşama sahip olmak	13	119	93
7	Ülke ekonomisine katkı sağlamak	20	109	88
8	İş yaratma ve büyütme ile belirsizlikleri analiz edebildiğim ve riski yönetebildiğim için	8	126	86
9	Uzun süre işsiz kalmam ve iş bulamamam	70	78	63

Diyarbakır'da girişimciliği etkileyen ekonomik sebepler arasında birinci sırada istihdam yaratmak, ikinci sırada yatırım desteklerinin artması ve üçüncü sırada başkalarının görmediğini hayata geçirmek yatmaktadır. İş bulamama ve ülke ekonomisine katkıda bulunma en son sırada gelmektedir.

4.20. Girişimcilerin Girişimci Olmasını Tetikleyen Psikolojik Sebepler

Tablo – 48. Girişimciliği tetikleyen psikolojik sebepler (kişi)

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1	Başkasına bağlı çalışmayıp kendi kararlarını özgürce alabilme isteği	4	69	157
2	Yeteneklerime uygun, kendi zevk aldığım bir işi yapma isteği	3	65	157
3	Kişisel sorumluluk ve inisiyatif alabilme isteği ve yeteneği	2	90	133
4	Karşılaştığım problemlere kısa sürede çözüm üretebilme Yeteneği	4	102	121
5	Toplumda sosyal statü ve saygınlık kazanma isteği	20	85	119
6	Kendimi gerçekleştirmek ve kanıtlama isteği	25	94	105

Diyarbakır'da girişimciliği etkileyen psikolojik sebepler arasında birinci sırada başkasına bağlı çalışmamak, ikinci sırada kendi işini yapma isteği ve üçüncü sırada inisiyatif alama isteği yatmaktadır. Kendini kanıtlama isteği en son sırada gelmektedir.

4.21. Girişimcilerin Girişimci Olmasını Tetikleyen Sosyal Sebepler

Tablo – 49. Girişimciliği tetikleyen sosyal sebepler (kişi)

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1	Ailem desteklediği ve teşvik ettiği için	49	103	66
2	Aldığım eğitimin ve öğretmenlerimin etkisiyle	75	79	61
3	İş deneyimi olan bir aileden geldiğim için	73	90	57
4	Medyada yer alan başarılı girişimcilerden etkilenerak	72	86	57
5	Yaşadığım çevrenin sosyo-kültürel yapısı girişimci olmayı gerektirdiği için	42	61	43
6	Arkadaşlarım desteklediği ve teşvik ettiği için	80	94	41
7	Kariyer danışmanlığı şirketlerinin yönlendirmesiyle	116	68	33

Diyarbakır’da girişimciliği etkileyen sosyal sebepler arasında birinci sırada ailenin desteği, ikinci sırada aldığı eğitim ve üçüncü sırada iş deneyimi olan aileden gelmesi yatmaktadır. Arkadaşların desteği ve danışmanlık şirketlerinin yönlendirilmesi en son sırada gelmektedir. Aile desteği ve teşviğinin birinci sırada olması Diyarbakır’da girişimciliğin aile egemen bir örgütsel yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Aile egemen girişimcilik formunu besleyen temel faktörlerden biri güven ve dayanışmadır. Aile, güven ve dayanışma düzeyinin çok yüksek olduğu bir kurumdur. TDA (Türkiye Değerler Araştırması) sonuçlarına göre, Türk toplumunda güvenilirlik bakımından aileyi çok önemli bulanların oranının % 87 olduğu ortaya çıkmıştır.

4.22. Girişimcilerin Sermaye Temin Yerleri

Başlangıç sermayesinin temin edilme şekli konumuzla ilgili fikir yürütülmesine yardımcı olacak verilerdendir.

Tablo – 50. Girişimcilerin sermaye temin yerleri (kişi)

Sermaye Temin Yeri	Kişi
Kişisel- Ailevi Tasarruflar	158
Banka Kredisi Kullanma	81
Karşılıksız Destek	74
Diğer Ortak(lar)	18
Akraba(lar) – Arkadaş(lar) Borçlanma	16

Girişimcilerin sermaye temin yerleri arasında birinci sırada kişisel-ailevi tasarruflar ve ikinci sırada banka kredisi gelmektedir. Sermaye temin yeri olarak Akraba veya arkadaştan borçlanma en son sırada gelmektedir.

Girişimciliğin ülkemizde aile egemen bir sosyo-ekonomik örgütlenme biçimi sergilemesi çeşitli nedenlere dayanmaktadır. Söz konusu nedenlerin başında ailenin çoğu alanda olduğu gibi iktisadi alanda da oynadığı etkin rol gelmektedir. Ekonomik etkinlikler alanında da ailenin belirleyici rol oynaması, girişimciliğin örgütsel özellikler itibariyle aileye dayalı olarak yapılanmasına yol açan nedenler arasında yer almaktadır. Aile ile girişimcilik biçimi arasındaki ilişkiyi çoğu şirketin aile adını taşımasında gözlemlemek mümkündür (İlhan,2005).

Bu konu ile ilgili temel kısıtımız kişisel ve ailevi tasarruflardan sermaye temin edeceklerin ne kadarı kişisel, ne kadarı ailevi tasarruf kullanacağının net olmayışıdır. Çünkü eğer

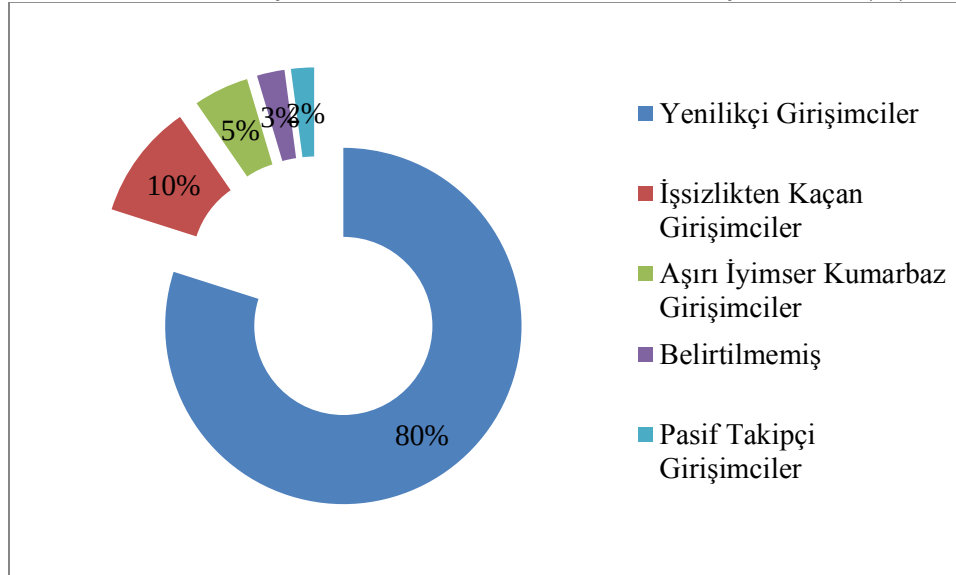
kişisel tasarruflar sermaye olarak kullanılacaksa kişi girişimciliğin temel özelliği olan risk alabilme yetisini kullandığını bize gösterecekti. Ancak yine de banka kredisi kullanım oranının yüksek olması kişilerin girişimleri için sermaye olarak riske girebileceklerini bize göstermektedir.

4.23. Girişimcilerin Kendilerini Tanımlamaları

Tablo – 51. Girişimcilerin kendilerini tanımlama biçimi (kişi)

Girişimci Tipi	Kişi
Yenilikçi Girişimciler	191
İşsizlikten Kaçan Girişimciler	25
Aşırı İyimser Kumarbaz Girişimciler	12
Belirtmeyen	6
Pasif Takipçi Girişimciler	5
Toplam	239

Grafik.23- Girişimcilerin kendilerini tanımlama biçimi oranı (%)



Diyarbakır girişimcilerinin %80'i kendini 'Yenilikçi Girişimci' olarak tanımlamaktadır. Yenilikçi Girişimci, yeni üretim teknikleriyle yeni ürünler üreterek ya da mevcut üretim sistemini iyileştirerek hayatta kalan, başarılı olan girişimciler olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilerin %10'u kendini 'İşten Kaçan Girişimci' olarak tanımlamaktadır.

4.24. Girişimciler için Girişimciliğin Alternatifi

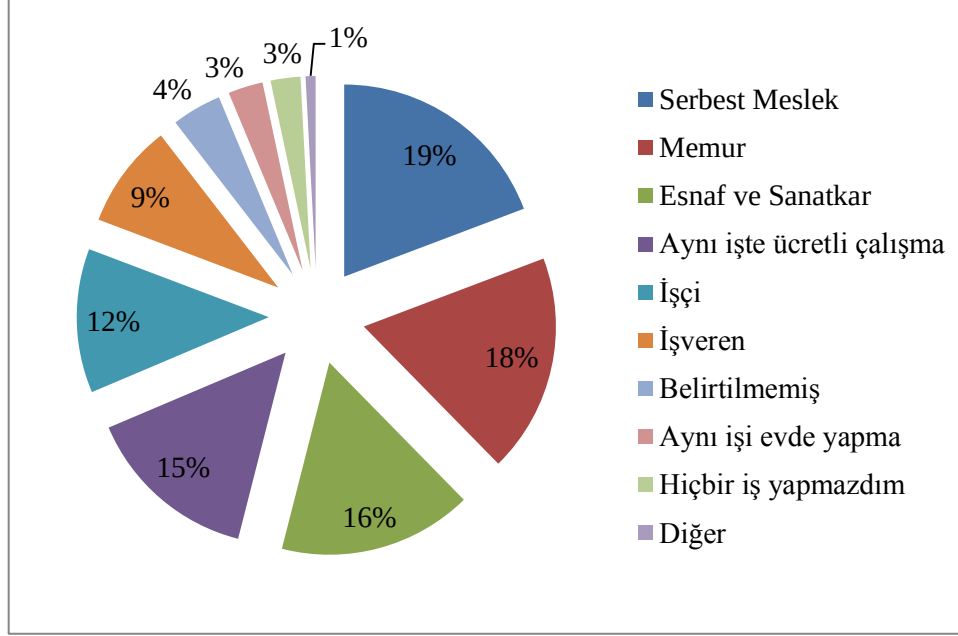
Tablo – 52. Girişimciler için meslek alternatifi (kişi)

Meslek Tipi	Kişi
Serbest Meslek	46
Memur	44
Esnaf ve Sanatkar	39
Aynı İşte Ücretli Çalışma	35
İşçi	29
İşveren	21

Belirtilmemiş	10
Aynı İşi Evde Yapma	7
Hiçbir İş Yapmazdım	6
Diğer	2
Toplam	239

Diyarbakır girişimcileri ‘Yenilikçi Girişimci’ veya ‘İşten Kaçan Girişimci’ olmasalardı; %19’u serbest meslek, %18’i memur ve %16’sı esnaf olacaklarını belirtmektedirler.

Grafik.24- Girişimciler için meslek alternatifi oranı (%)



4.25. Girişimci Olmanın İyi Yanları

Tablo – 53. Girişimci olmanın iyi yanları (kişi)

İyi Yanlar	Kişi
Kendine güven	126
Yaratıcılık	119
Başarma duygusu	119
Başkalarına istihdam olanağı sağlayabilmek	109
Maddi özgürlük	90
Sosyal statü	85
Rahat yaşama standardına ulaşma	82
Bağımsızlık	80
Evin bütçesine katkıda bulunma	75
Bir işle meşgul olma	66
İlgi alanı olması	63
Yaşamdan duyulan memnuniyet	52
Çok para kazanma	47
Tutku ve ihtirasların gerçekleşiyor olması	26
İş-ev kadını rollerini oynamadaki kolaylık	11

Herhangi bir iyi yanı yok	4
---------------------------	---

Diyarbakır girişimcisi, birinci sırada kendine güveni, ikinci sırada yaratıcılığı ve üçüncü sırada başarıma duygusunun girişimci olmanın iyi yanı olduğunu ifade etmektedirler.

4.26. Başarılı Girişimcinin Özellikleri

Tablo – 54. Başarılı girişimcinin sahip olması gereken özellikler (kişi)

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1	Kendine güven, cesaret	2	41	185
2	Dürüstlük	1	43	177
3	Yönetim becerisi	3	56	160
4	İletişim becerisi	1	58	158
5	Çalışkanlık	4	64	155
6	Sabır ve hoşgörü	7	68	146
7	Liderlik	11	64	143
8	Hırs ve kararlılık	10	84	127
9	Deneyim	10	85	125
10	Risk üstlenebilme	3	97	117
11	Eğitim	26	88	103
12	Duygusal zeka	59	99	56

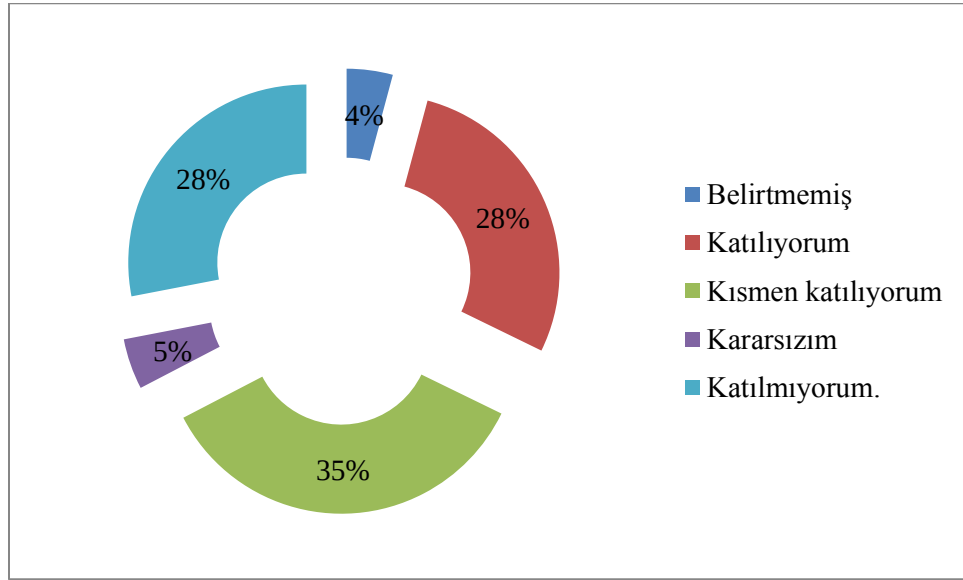
Diyarbakır girişimcileri, birinci sırada kendine güven, cesareti, ikinci sırada dürüstlüğü ve üçüncü sırada yönetim becerisini başarılı girişimcinin sahip olması gereken özellikler olarak sıralamışlardır. Deneyim, risk üstlenme ve eğitim gibi önemli girişimci özelliklerinin, Diyarbakır girişimcisi için, son sırada yer alması oldukça ilginçtir. Özellikle risk üstlenme özelliği günümüz girişimcileri için vaz geçilmez bir özelliktir. Bu durum üst kısımlarda değindiğimiz sermaye temin yerlerinde Diyarbakır girişimcilerinin risk üstlenebildikleri gerçeğiyle çelişmektedir. Burada risk üstlenme kavramının girişimci tarafından yanlış algılandığını bize göstermektedir. Katılımcılar diğer özellikler olarak; yenilikçilik, analitik zeka, empati ve anlayış gibi kavramlar eklemişlerdir.

4.27. Girişimcilik Tanımı

Tablo – 55. “Girişimcilik bir kişilik özelliğidir, doğuştandır.”

Meslek Tipi	Kişi
Kısmen Katılıyorum	84
Katılıyorum	67
Katılmıyorum	67
Kararsızım	11
Belirtmeyen	10
Toplam	239

Grafik.25- “Girişimcilik bir kişilik özelliğidir, doğuştandır.”

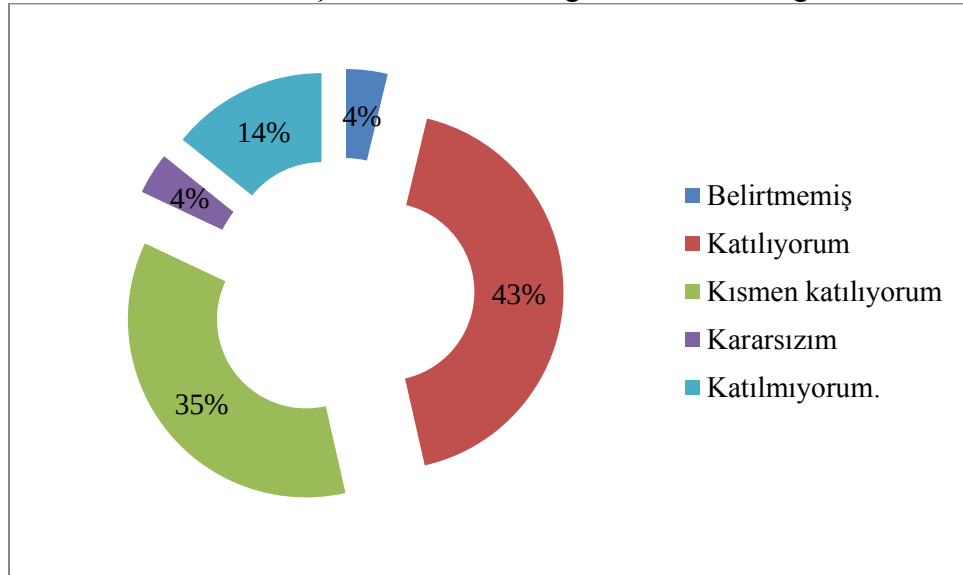


Girişimciliğin doğuştan bir kişilik özelliği olduğunu katılımcıların %63'ü teyit etmektedir.

Tablo – 56. “Girişimcilik sonradan öğrenilebilen bir olgudur”

Meslek Tipi	Kişi
Katılıyorum	102
Kısmen Katılıyorum	85
Katılmıyorum	34
Kararsızım	9
Belirtmeyen	9
Toplam	239

Grafik.26- “Girişimcilik sonradan öğrenilebilen bir olgudur”



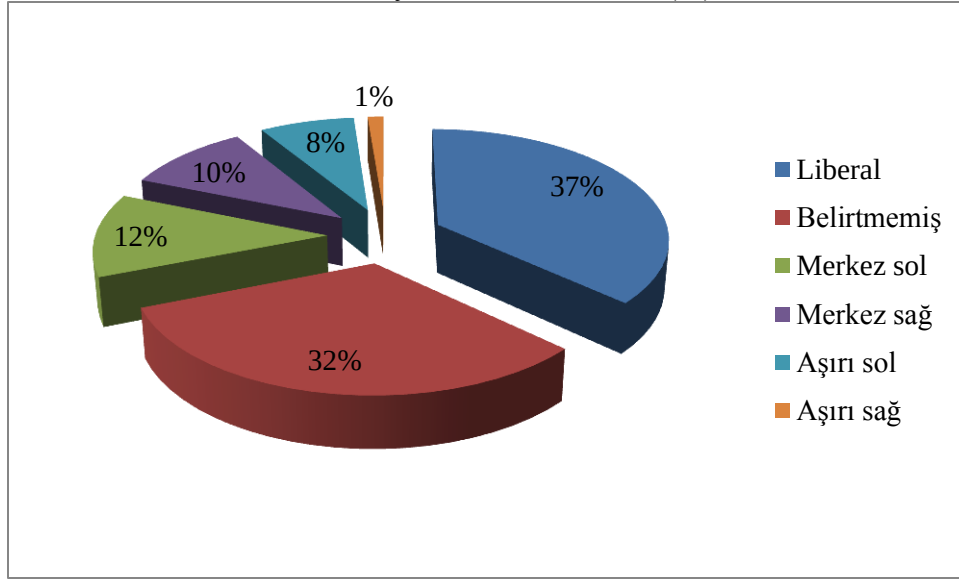
Girişimciliğin sonradan öğrenilebilen bir olgu olduğunu, katılımcıların %78'i teyit etmektedir. Bu durum yaptığımız literatür çalışmaları ile uyum sağlamaktadır. Çünkü araştırmacılar, girişimcilerin içinde bulundukları toplumdan, sosyal, psikolojik ve ekonomik sebeplerden etkilenerek girişimci hale geldiklerini ifade etmektedirler.

4.28. Girişimcilik ve Siyasal Tercihler

Tablo – 57. Girişimcilerin Siyasal Tercihleri (kişi)

Siyasal Yelpaze	Kişi
Liberal	88
Belirtmemiş	77
Merkez sol	29
Merkez sağ	24
Aşırı sol	18
Aşırı sağ	3
Toplam	239

Grafik.27- Siyasal Tercihler oranı (%)

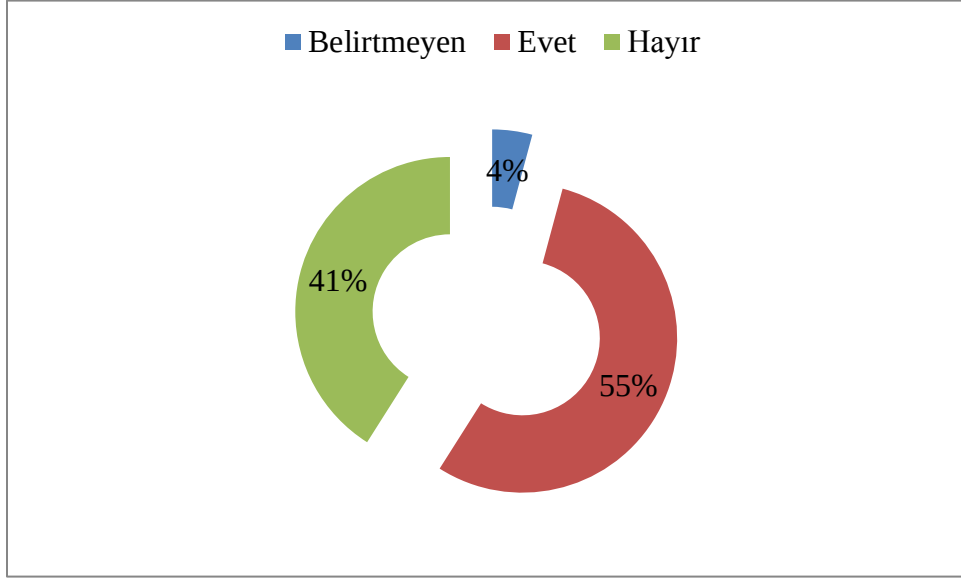


4.29. Girişimciler için Bölgenin Durumu

Tablo – 58. Girişimcilerin bölgenin durumu ile ilgili düşünceleri (kişi)

Belirtmeyen	Evet	Hayır
10	131	98
Genel Toplam		239

Grafik.28- Girişimcilerin bölgenin durumu ile ilgili düşünceleri oran (%)



Bu bölümde girişimcilere, ‘Girişimcilik faaliyetinizi yürüttüğünüz bölgenin sizin için bir dezavantaj olduğunu düşünüyor musunuz?’ sorusu yöneltilmiştir. Diyarbakır girişimcisinin%55’i içinde bulundukları bölgenin girişimcilik faaliyetleri için dezavantaj oluşturduğunu düşünmektedir.

5. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLERE SAĞLANAN DESTEKLER

Dünyada ve ülkemizde girişimcilik, yarattığı istihdam olanakları, ihracat ve ekonomiye katkıları nedeniyle gelişmekte olan ekonomilerde önemli bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Ancak günümüzde bir girişimin hayata geçirilmesi ve büyümesi pek çok güçlüğü beraberinde getirir. Finansman, pazarlama ve yönetim gibi konular aslında girişimcinin karşılaştığı sorunları içermektedir. Girişimciler gerek yurt dışında gerekse ülkemizde bu sorunların üstesinden gelebilmek için devlet kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının desteğine ciddi bir biçimde ihtiyaç duyarlar. Ülkemizde girişimcilere destek sağlayan pek çok kuruluş vardır. Bu kuruluşlar girişimcilere, finansman, eğitim, yatırım, danışmanlık, istihdam, pazar, ihracat, bilgi, araştırma geliştirme konularında destek sağlar. Girişimcilere destek sağlayan kurumlar arasında özel şirketler, sivil toplum kuruluşları, çeşitli kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler gibi farklı yapılanmalar mevcuttur.

5.1. Kalkınma Ajansları Tarafından Sağlanan Destekler

Ajanslar bölgelerinde öne çıkan hususlar doğrultusunda, ihtiyaç duyulan çeşitli alanlarda bölgelerindeki kurum, kuruluş ve girişimcilere mali ve teknik destek vermektedir. Mali destekler faiz desteği, faizsiz kredi desteği ve doğrudan finansman destekleri olarak üçe ayrılmaktadır. Doğrudan finansman destekleri, proje teklif çağrısı, güdümlü proje desteği ve doğrudan faaliyet desteği şeklinde uygulanmaktadır. Gerekli görülen durumlarda ajans aşamalı teklif çağrısı yöntemi ile de destek sağlayabilmektedir. Her bir destek türüne ilişkin kurallar farklıdır ve her ilan döneminde ilgili destek türüne ilişkin standart kuralların yanı sıra destek programına özgü bazı kurallar belirlenebilmektedir. Bu kurallar destek türlerine ilişkin hazırlanan başvuru rehberlerinde düzenlenmektedir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.kalkinma.gov.tr adresini ziyaret ediniz. (Her Ajansın kendine ait web siteleride takip edilmelidir).

5.2. Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) Tarafından Sağlanan Destekler

Türkiye’de 42 ilde uygulanan IPARD programı ile Türkiye’nin katılım öncesi dönemdeki öncelikleri ve ihtiyaçlarını dikkate alarak, sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için kapasite oluşturmayı hedeflemekte, işletmeleri AB standartlarına yükseltmeyi amaçlamaktadır.

Bu tedbir, dört alt-tedbirene oluşmaktadır:

- Çiftlik Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi ve Geliştirilmesi
- Yerel Ürünler ve Mikro İşletmelerin Geliştirilmesi
- Kırsal Turizmin Geliştirilmesi
- Kültür Balıkçılığının Geliştirilmesi

Yeni iş kuran girişimcilerin de başvuru yapabildiği bu programda 3.000.000 Avroya kadar bütçesi olan projeler % 65 oranına kadar hibe alabilmektedir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.tkd.gov.tr adresini ziyaret ediniz.

5.3. Ekonomi Bakanlığı Tarafından Sağlanan Destekler

Ülkemizde yatırım teşvikleri Ekonomi Bakanlığı Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından koordine edilmektedir. Ekonomi Bakanlığı tarafından verilen teşvikler, tasarrufları yatırıma yönlendirmek amacıyla katma değeri yüksek, ileri ve uygun teknolojileri kullanarak bölgeler arası dengesizlikleri gidermek, istihdam yaratmak ve uluslararası rekabet gücü sağlamak için kullanılmaktadır. Bu kapsamda, teşvikler yatırımcıya doğrudan nakit destek yerine gümrük vergisi muafiyeti, katma değer vergisi istisnası, faiz desteği, sigorta primi işveren hissesi desteği, sigorta primi işçi hissesi desteği, gelir vergisi stopajı muafiyeti, vergi indirimi ve yatırım yeri tahsisı gibi teşvik araçlarıyla desteklenmektedir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.ekonomi.gov.tr adresini ziyaret ediniz.

5.4. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bilgi, beceri ve eserlerin yaratıldığı, depolandığı ve transfer edildiği inovasyon sürecini yönlendirmek amacıyla izlenen politikalar mevcuttur. Bu politikaların oluşturulması ve uygulanmasından sorumlu kuruluşların başında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve ilgili kuruluşlarından KOSGEB ile TÜBİTAK gelmektedir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.sanayi.gov.tr adresini ziyaret ediniz.

5.5. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Tarafından Sağlanan Destekler

Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesi ve KOBİ’lerin desteklenmesi için kurulan kuruluşlardan en önemlilerinden biri KOSGEB’dir. KOSGEB küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin teknolojik yeniliklere süratle uyumlarını sağlamak, rekabet güçlerini yükseltmek ve ekonomiye katkılarını ve etkinliklerini artırmak amacıyla 3624 sayılı Kanunla 20 Nisan 1990 tarihinde kurulmuştur. KOSGEB, KOBİ’leri birçok konuda desteklemektedir. Bu desteklerle KOSGEB, KOBİ’lerin; teknolojik becerilerini geliştirmeyi, eğitim, bilgiye erişim ve kullanım olanaklarını iyileştirmeyi, uygun finansal mekanizmalarla tanışmalarını sağlamayı, yönetim alt yapılarını iyileştirmeyi amaçlamaktadır. KOSGEB’in destek programları şunlardır:

Kredi Faiz Desteği: 100.000 KOBİ Kredi Faiz Desteği, Acil Kredi Faiz Desteği, GAP Bölgesi KOBİ Makine Teçhizat Yatırımı Destek Kredisi gibi alt programlardan oluşur.

KOBİ Proje Destek Programı: KOBİ’lerin, üretim, yönetim–organizasyon, pazarlama, dış ticaret, insan kaynakları, mali işler ve finans, bilgi yönetimi ve bunlarla ilişkili alanlarda sunacakları projeleri desteklenir.

Tematik Proje Destek Programı: KOBİ’lerin kendi işletmelerini geliştirmeleri ve meslek kuruluşları tarafından küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi amacıyla daha fazla proje hazırlamaları teşvik edilir.

İş Birliği – Güç Birliği Destek Programı: KOBİ’lerin iş birliği–güç birliği anlayışında bir araya gelerek “ortak sorunlara ortak çözümler” üretmesi için destek sağlar.

AR–GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı: Bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlara sahip KOBİ ve girişimcilerin geliştirilmesi, desteklenmesi amaçlanır.

Genel Destek Programı: KOBİ'lerin rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek amacıyla genel işletme geliştirme faaliyetlerinin teşvik edilmesi amaçlanır.

Girişimcilik Destek Programı: Girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve yerel dinamiklere dayalı girişimciliğin desteklenmesi amaçlanır. Girişimcilik Destek Programı, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi”, “Yeni Girişimci Desteği” ve “İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği” olmak üzere 3 alt programdan oluşur.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.kosgeb.gov.tr adresini ziyaret ediniz.

5.6. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Tarafından Sağlanan Destekler

Ülkemizin önde gelen kurumlarından TÜBİTAK, sanayi iş birliği çerçevesinde girişimcileri ve KOBİ'leri desteklemektedir. Bu destek programları kurum bünyesinde oluşturulan Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı (TEYDEB) tarafından yürütülmektedir. TÜBİTAK–TEYDEB destek programları şunlardır:

Sanayi Araştırma–Geliştirme (Ar–Ge) Proje Destekleme Programı: Firma düzeyinde katma değer yaratan kuruluşların araştırma geliştirme çalışmalarını teşvik etmek ve bu yolla Türk sanayisinin Ar–Ge yeteneğinin yükseltilmesine katkıda bulunmak için yürütülmektedir. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’de yerleşik katma değer yaratan kuruluşların Ar–Ge nitelikli proje harcamalarına %60’a varan oranlarda geri ödemesiz (hibe) destek sağlanmaktadır.

Proje Pazarları Destekleme Programı: Üniversitelerden, araştırma kurumlarından ve sanayi kuruluşlarından temsilcilerin bir araya gelmesi ve tarafların somut proje önerilerini paylaşarak muhtemel iş birliklerinin oluşturulduğu etkinlikleri desteklemek için açılmıştır. Üniversite veya araştırma kuruluşlarının bu amaçla düzenledikleri etkinlikler bu programca desteklenmektedir.

KOBİ Ar–Ge Başlangıç Destek Programı: KOBİ'leri araştırma, teknoloji geliştirme ve yenilik odaklı proje yapmaya teşvik etmek amacıyla yürütülmektedir. Bu kapsamda KOBİ'lerin ilk iki projesi avantajlı şekilde desteklenmektedir.

Teknoloji ve Yenilik Odaklı Girişimleri Destekleme Programı: Teknoloji ve yenilik odaklı iş fikirlerine dayanan, nitelikli istihdam ve rekabet gücü potansiyeli yüksek girişimleri desteklemek amacıyla yürütülmektedir. Bu kapsamda girişimcilere eğitimler verilmekte, uygun bulunan girişimlere hibe şeklinde destek sağlanmaktadır.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.tubitak.gov.tr adresini ziyaret ediniz.

5.7. Teknoparklar

Teknoparklar, katma değer yaratıcı nitelikte yeni veya ileri teknolojilerin üretimi veya geliştirilmesi için, girişimcilere ve yenilikçi firmalara belli koşullar altında, üniversitelerin bilimsel ve teknik olanaklarıyla, devletin düzenleyici rolü çerçevesinde Ar-Ge yapma imkânı sağlayan, üniversite- sanayi ilişkilerinin somut işbirliğine dönüşmesinde köprü görevini üstlenen kuruluşlardır. Teknoparkların kuruluş amaçları arasında; Ar-Ge çabalarının bölgesel ve yerel ekonomiyi yeniden yapılandırmasına katkıda bulunmak, bölgesel yenilikçilik çabaları için altyapı oluşturulmasını sağlamak, bölgesel kaynaklar ile bölgenin araştırma kapasitesi ve yükseköğretim

kurumları arasında daha verimli ve aktif ilişkiler kurmak yer almaktadır.

5.8. Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)

Türkiye İş Kurumu iş gücü piyasasındaki gelişmeleri izlemekten, gerekli önlemleri almaktan ve piyasalarda iş gücü arzı ile talebini denkleştirmekten sorumlu kuruluştur. Kuruluş bu amaçla iş bulma ve işe yerleştirme, yaygın mesleki eğitim, iş üzerinde eğitim gibi hizmetlerin yanı sıra diğer aktif iş gücü piyasası politikalarını uygulamaktadır.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.iskur.gov.tr adresini ziyaret ediniz.

5.9. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Vakfı, 1986 yılında dar gelirli kadınların yaşam kalitelerini ve ekonomik durumlarını iyileştirmelerine destek olmak ve yerel kalkınmada liderliklerini güçlendirmek amacıyla kurulmuş, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütüdür. KEDV, 2002 yılında Maya adında bir iktisadi işletme kurmuştur. Maya'nın amacı, küçük çaplı bir iş yapmakta olan dar gelirli kadınlara, bu işlerini geliştirebilmeleri ve ekonomik hayata aktif olarak katılabilmeleri için küçük miktarlarda borç para vermektir. Maya, Türkiye'nin ilk mikro kredi kurumudur.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.kedv.org.tr adresini ziyaret ediniz.

5.10. Kadın Merkezi (KAMER)

KAMER, 1997 yılında kurulmuş, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Hedefi, kadınların hukuksal, ekonomik, siyasal ve toplumsal açıdan güçlendirilmelerine katkı sağlamak ve kadınların uzun dönemli istihdamı ve eğitimi için destek mekanizmaları geliştirmektir. KAMER, kadınların kendi hakları hakkında ve bu hakların ihlali konusunda bilinç ve duyarlılık geliştirmelerine, çeşitli kamusal etkinliklere ve istihdama katılmak üzere evlerinden çıkmalarına yardımcı olmak ve kadın istihdamını artırmak gibi amaçlara sahiptir. KAMER iş fikri geliştirme kursları düzenlemekte ve bu alanda istekli kadınlara eğitim vermektedir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.kamer.org.tr adresini ziyaret ediniz.

5.11. Kredi Garanti Fonu (KGF)

KGF, girişimcilerin ve KOBİ'lerin bankalardan alacakları kredilere teminat sağlamak amacıyla, girişimciliği destekleyen çeşitli devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelmesiyle 1991 yılında kurulmuştur. KGF, verdiği kefalet ve üstlendiği risk ile girişimcilerin daha çok banka kredisi kullanabilmelerini sağlamakta, uzun vadeli ve uygun maliyetli kredilerden küçük işletmelerin de yararlanmasını mümkün hâle getirmektedir. KGF kefaletlerinde genç ve kadın girişimciliğin geliştirilmesi temel amaçtır. Yenilikçi yatırımların gerçekleştirilmesi, ileri teknoloji içeren küçük girişimler, ihracatın desteklenmesi, istihdam artışı sağlayacak yatırımlar ve bölgesel kalkınma amaçlı yatırımlar KGF kefaletlerinde öncelikli olarak değerlendirilen konulardır. KGF kapsamında garanti verilen krediler şunlardır:

- Yeni iş kurma
- Mevcut tesisin genişletilmesi
- Hammadde temini

- Yeni teknoloji kullanımı
- Yeni iş yerine taşınma
- Nakit sıkıntısını giderme
- İhracatın finansmanı
- İthalatın finansmanı
- Teminat mektubu amaçlı krediler
- Finansal kiralama
- KOBİ'lerin kullandığı diğer nakdi ve gayri nakdi krediler

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.kgf.com.tr adresini ziyaret ediniz.

5.12. Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA)

MEKSA, 1985 yılında kurulmuştur. Türkiye' de iş gücü piyasasının ihtiyaç ve standartlarını dikkate alan, uygulamalı bir meslek eğitimi modelinin benimsenmesi ve yayılması için çaba harcamaktadır. MEKSA bugün Türkiye'nin 13 ilinde 22 mesleki eğitim merkezi işletmektedir. Buralarda yirminin üzerinde meslek dalında eğitim verilmektedir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.meksa.org.tr adresini ziyaret ediniz.

5.13. Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları

Bu Vakıflar, 3294 sayılı kanunun amacına uygun çalışmalar yapmak ve ihtiyaç sahibi vatandaşlara nakdi ve ayni yardımda bulunmak üzere her il ve ilçede kurulmuştur. Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğünün taşradaki faaliyetleri Türkiye çapında 973 il ve ilçede her ilde vali ve her ilçede kaymakam başkanlığında oluşturulmuş Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları aracılığıyla yürütülmektedir.

5.14. Toplum Gönüllüleri Vakfı (TGV)

TGV, 2002 yılında gençlerin öncülüğünde toplumsal barış, dayanışma ve değişimi gerçekleştirme vizyonu ile yola çıkan bir sivil toplum kuruluşudur. TGV, mikro finans programlarına 2006 yılında başlamıştır. Topluma Destek Projesi kapsamında başta kadınlar olmak üzere tüm ülkede 2,5 milyon kişiye ulaşma hedefiyle yola çıkan TGV, proje kapsamında özel bir banka ile bir protokol imzalamıştır. TGV bu alanda projeler geliştirmeye devam etmektedir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.tog.org.tr adresini ziyaret ediniz.

5.15. Türkiye İhracat Kredi Bankası (TÜRK EXIMBANK)

TÜRK EXIMBANK, 1987 yılında, ihracatın geliştirilmesi, çeşitlendirilmesi, ihracat mallarına yeni pazarlar kazandırılması, ihracatçıların uluslararası ticarete paylarının artırılması ve girişimlerinde gerekli desteğin sağlanması amacıyla kurulmuştur. 1994 yılından itibaren ihracatçı KOBİ'leri özel olarak desteklemeye başlamıştır. Bankanın verdiği "KOBİ İhracata Hazırlık Kredileri" 360 gün vadeli, 100.000 Amerikan Doları limitli kredilerdir.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.eximbank.gov.tr adresini ziyaret ediniz.

5.16. Türkiye İsrâfı Önleme Vakfı (TİSVA)

TİSVA, Türkiye'nin sahip olduğu bütün kaynakların verimli ve etkin kullanılmasının sağlanmasına ve toplumda israfın önlenmesi bilincinin geliştirilmesine katkıda bulunmayı amaçlayan bir vakıftır. TİSVA, 2003 yılında, Diyarbakır Valiliği ve Grameen Trust'ın iş birliği ile Diyarbakır'da Türkiye Grameen Mikrokredi Projesi (TGMP)'ni başlatmıştır. Bu projeyle ulaşılması hedeflenen kitleyi, yoksul kadınlar, işsiz gençler, işsiz yaşlılar, engelli ve gaziler, küçük ölçekli çiftçiler, sokaktaki sähipsiz çocuklar, çocuklarını çocuk yuvaları vb. kurumlara vermek mecburiyetinde kalan aileler, topraksız köylüler ve orman köylüleri oluşturmaktadır.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.israf.org adresini ziyaret ediniz.

5.17. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

KAGİDER, 2002 yılında ülke çapında faaliyet gösteren ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak kurulmuştur. KAGİDER Türkiye'de kadın girişimciliği ve liderliğini geliştirmek temel amacı ile çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çerçevede KAGİDER İstanbul'da ve Anadolu'nun farklı illerindeki kadın girişimcilere iş kurma ve geliştirme süreçlerinde kapsamlı eğitimler verir ve danışmanlık desteği sunar.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.kagider.org adresini ziyaret ediniz.

5.18. Türkiye Kalkınma Bankası (TKB)

Türkiye Kalkınma Bankası (TKB), anonim şirket statüsündeki girişimlerin yatırımlarını yurt içi ve yurt dışı kaynaklarla destekleyen, işletmelere iştirak eden ve teknik yardım desteği sağlayan bir yatırım bankasıdır. Avrupa Yatırım Bankası, Avrupa Konseyi Kalkınma Bankası, Dünya Bankası, İslam Kalkınma Bankası gibi yurt dışı kaynaklı kredileri, koşulları sağlayan girişimcilere kullanırmaktadır.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.kalkinma.com.tr adresini ziyaret ediniz.

5.19. Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV)

Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV) yoksul kesimi kırsal ve tarıma dayalı kalkınmaya yönlendirmek amacıyla 1969 yılında kurulan, kamu yararına çalışan, özel, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Vakıf bu amaçla eğitimler vermekte, projelere kredi desteği sağlamaktadır.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.tkv-dft.org.tr adresini ziyaret ediniz.

5.20. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (TSKB)

Faaliyetlerine 1950 yılında başlayan Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (TSKB), Türkiye'nin özel sermayeli ilk yatırım ve kalkınma bankasıdır. Kredi faaliyetleri, yatırım bankacılığı, kurumsal finansman hizmetleri, sermaye piyasası aracılık faaliyetleri ve portföy yönetimi alanlarında hizmet sunmaktadır.

Güncel bilgilere ulaşabilmek için www.tskb.com.tr adresini ziyaret ediniz.

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Girişimcilik ekonomi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji gibi bilimleri kapsayan çok disiplinli bir alandır. Bu disiplinlerin her biri girişimciliğin ayrı ayrı noktalarına ışık tutmaktadırlar. Dolayısıyla da girişimciliği tek bir disiplin altında değerlendirmek doğru değildir. Bu yüzden de literatürde hala girişimcinin kim olduğu ve girişimciliğin ne olduğu konusunda ortak bir fikir birliği bulunmamaktadır. Özellikle günümüz küresel bilgi çağı girişimciye ve girişimciliğe ayrı bir boyut kazandırarak sürekli değişen ve kendini yenileyen olgular haline getirmiştir.

Araştırmalar, girişimciliğin ekonomik büyümeye pozitif katkısı olduğunu, ekonominin büyümesiyle ilgili yaklaşımlar ise ülkenin gelişimi için girişimciliğin her zaman kullanılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle de ekonomilerde daha çok girişimci çıkartmak oldukça önemlidir. Daha çok girişimcinin çıkması için; makroekonomik istikrar ve dengenin temini, finansmana erişim kolaylığı, girişimcinin kapasitesinin artırılması, vergilendirmenin adil, basit, tabana yayılmış ve düşük olması, piyasa esnekliklerinin temini, risk ve ödül arasında denge kurulması gereği, rekabet ve iyi yönetim ortamının sağlanması gibi unsurlar önemli olmaktadır. Bununla beraber, firmalar arası işbirliğinin tesisi, düzenleyici ortamın kalitesinin artırılması, nitelikli işgücüne erişim, piyasaya giriş ve çıkış serbestisinin sağlanması gibi hususlar da öne çıkmaktadır. Ayrıca, her ekonomi için girişimcilerin sayılarını artırmak kadar, girişimcilerin kurmuş oldukları işletmelerin devamlılıklarının sağlanması, sadece girişimcilik faaliyetleriyle kazanç sağlayacakları ve sektörlerinde başarıyı devamlı takip edecekleri bir atmosferin oluşturulması hususları da göz ardı edilememelidir.

Türkiye'nin ilk girişimcileri devletin içinden gelen bürokratlar olagelmıştır. Tabiatıyla bunların piyasa disiplini anlayışı, girişimciliğin esası olan risk alma, fırsat kollama gibi hassaları gelişmiş olarak nitelenememektedir. Türk özel teşebbüsünün geçirdiği evrimi, Türk kapitalizminin geçirdiği evrimden soyutlamak imkânsızdır. Kapitalist ekonomik büyümenin temel taşı olarak niteleyebileceğimiz özel girişimciler, ancak Türk kapitalizminin geçirdiği evrim doğrultusunda ve kapitalist gelişmenin içeriğinde serpilip büyüme şansına sahip olmuştur.

Tüm dünyada girişimcilik konusundaki gelişmelere paralel olarak ülkemizde de girişimcilik ortamının desteklenmesine yönelik çeşitli programlar uygulamaya alınmış bulunmaktadır. Türkiye'de girişimciliğin farkındalığı oluşmuştur ve girişimcilik kültürünü oluşumu giderek artmaktadır. Ancak, girişimciliği teşvik politikasının tek başına yeterli olması mümkün değildir. Potansiyel girişimcilerin, yeni bir iş kurabilmeleri için özellikle finansman ihtiyaçları karşılanmalı, girişimciliğe uygun çevre şartları sağlanmalı ve iyi bir girişimcilik eğitiminin verilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, teşvik politikasının yanında diğer politikalarda son derece önemli olmaktadır. Aksi taktirde, teşvik politikası ne kadar iyi olursa olsun, girişimcinin iş kurarken diğer ihtiyaç duyduğu alanlarda sorunlar giderilmemişse teşvik politikasının hiçbir önemi kalmamaktadır.

Türkiye'de girişimciliğin geliştirilmesi için yapılması gerekenlerden bazıları aşağıdaki ana başlıklarda özetlenebilir:

- Girişimcilik ile ilgili açık ve net bir vizyon oluşturulmalı, buna bağlı stratejiler geliştirildikten sonra hükümet programlarında öncelikli olarak yer almalıdır.

- Şirket kuruluşu, işleyişi ve kapanışına ait bürokratik engeller azaltılmalıdır.
- Fikri mülkiyet haklarına yönelik düzenlenen yasalar işler hale getirilmelidir.
- Teknoloji transferinin başarılı biçimde gerçekleşmesini sağlayacak örgütler oluşturulmalıdır.
- KOBİ'lere verilen krediler artırılmalıdır.
- Finansman seçenekleri artırılmalı ve risk sermaye sektörü kurulmalıdır.
- Girişimciler ve girişimciliği destekleyen kuruluşların oluşturduğu platformlar/ girişimci ağları kurulmalı ve bu platformlar aracılığıyla koordinasyon sağlanmalıdır.
- Girişimciliğin desteklendiği bir kültürel ortamın yaratılması için topluma olan katkısı ve ekonomik büyümedeki önemli rolünün anlatılması gerekmektedir.
- Teknolojik girişimcilik başta olmak üzere her tür girişimcilik performansı düzenli olarak ülke çapında ölçülmeli ve uluslararası ekonomilerle karşılaştırılmalıdır.

Bu araştırmada öncelikle girişimcilik kavramı genel olarak incelenmiş, girişimciliğin önemi, başarı ve başarısızlık faktörleri, girişimci kişiliğin oluşumuna etki eden faktörler, girişimciliğin öğrenilmesi konuları üzerinde durulmuştur. Çalışmada, Diyarbakır il merkezinde bulunan girişimcilerle yüz yüze görüşme yapılarak, 239 anket uygulanmıştır. Anket ile derlenen veriler analiz edilmiştir. Elde edilen verilere göre;

Ankete katılım sağlayanların % 19'u (45 kişi) kendini girişimci veya girişimci adayı olarak tanımlamaktadır. Meslek gruplarına bakıldığında katılımcıların %14'ünün (33 kişi) işsiz olduğu görülür. Herhangi bir girişimde bulunan veya yeni iş oluşturmak isteyenlerin %74'ü erkeklerden ve %26'sı kadınlardan oluşmaktadır. Diyarbakırlı girişimcilerin ağırlıklı olarak genç ve orta yaş dilimlerinde yer aldıkları görülmektedir. Girişimcilerin yaş ortalaması 30'dur, bu ortalama erkeklerde 29,8 ve kadınlarda 31,8'dir. Girişimcilerin % 80'i hayatlarının büyük bölümünü şehir merkezinde geçirmiştir.

Diyarbakır girişimcisinin %47'si orta öğrenim ve %33'ü yüksek öğrenim eğitim seviyesine sahiptir. Bu durum kendini girişimci olarak tanımlayan katılımcıların %80'nin eğitim seviyelerinin yüksek olduğunu bize göstermektedir. Aylık ortalama gelir seviyesine bakıldığında, girişimcilerin büyük bölümünün alt-orta gelir seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

Girişimcilerin %92'si iyi ve yeterli düzeyde bilgisayar, %95'i iyi ve yeterli düzeyde internet kullanabilmekte ve %82'sinin e-posta adresi bulunmaktadır.

Girişimcilerin %66'sının şimdiye kadar hiç kendine ait firması olmamıştır. %26 oranında firma sahibi olan girişimci bulunmaktadır ancak bunların yarısı firmalarını kapatmışlardır.

Girişimcilerin %35'inin 10 yıldan fazla tecrübesi olması sonucu oldukça ilginçtir. Bu sonuç bize Diyarbakır girişimcisinin erken yaşta iş hayatına atıldığını ve genç girişimci olduğunu göstermektedir.

Girişimcilerin %78'inin her hangi bir dernek üyeliklerini bulunmaması önem arz etmektedir. Girişimcilerin %54'ü ortak iş kurmak istememektedirler. Girişimcilerin tecrübe yılı arttıkça ortaklık kurma istekleri azalmaktadır.

Diyarbakır'da girişimciliği etkileyen ekonomik sebepler arasında birinci sırada istihdam yaratmak, psikolojik sebepler arasında birinci sırada başkasına bağlı çalışmamak ve sosyal

sebepler arasında birinci sırada ailenin desteği gelmektedir. Girişimcilerin sermaye temin yerleri arasında birinci sırada kişisel-ailevi tasarruflar ve ikinci sırada banka kredisi gelmektedir.

Diyarbakır girişimcilerinin %80'i kendini 'Yenilikçi Girişimci' olarak tanımlamaktadır. Diyarbakır girişimcileri, birinci sırada kendine güveni başarılı girişimcinin sahip olması gereken özellik olarak belirtmiştir. Son olarak, Diyarbakır girişimcisinin %55'i içinde bulundukları bölgenin girişimcilik faaliyetleri için dezavantaj oluşturduğunu düşünmektedir.

Sonuç olarak, girişimciliğin geliştiği bütün ülkelerin ortak özelliği olarak, makro ekonomik dengenin uzun yıllar boyunca korunmuş olduğu gerçeği not edilmelidir. Diyarbakır girişimcilik ortamı değerlendirildiğinde, girişimciliğin gelişmesindeki en önemli engelin, siyasi ve ekonomik istikrarsızlık olduğu saptanmaktadır.

Serbest piyasa ekonomisinde büyümenin dinamosu girişimcilerdir.

7. KAYNAK

- Arıkan, C. (2013). Kadın Girişimcilikte Başarı Ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uludağ Üniversitesi.
- Arıkan, S. (2014). Girişimciliğin Önündeki Engellerin Ve Çözüm Önerilerinin Tespiti. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bozkurt, Ö.Ç. (2011). Dünyada Ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler Ve Öğretim Üyelerinden Öneriler. Ankara: Detay.
- Çırpan, H. Girişimcinin Yol Haritası. MÜSİAD Yönetim Kitaplığı, Ankara.
- Demirel, E.T. (2003). Girişimcilik Kültürü. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnönü Üniversitesi.
- Doğan, N. (2013). Türkiye’de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.
- Emre, S. (2007). T.C. Girişimcilik Kültürü: Hofstede’in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İnönü Üniversitesi.
- Er, P.H. (2012). Girişimcilik Ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi.
- Erbatu, G. (2008). Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.
- Ergenler, G.G.U. (2012). Sınır Bölgelerinde Girişimcilik Ve Yerel Gelişme: Keşan Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Göçer, H. (2013). Tekirdağ İlinin Tarımsal Yapısı Ve Girişimcilik Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimler Enstitüsü, Namık Kemal Üniversitesi.
- Gültekin, Ö.F. (2015). Kalkınma Sürecinde Girişimcilik Kültürünün İstihdam Üzerindeki Etkisi: OSTİM’deki KOBİ’ler Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi.
- İlhan, S. (2005). Bazı Değişkenler Açısından Elazığ’da Girişimci Profili. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 1, Sayfa: 217-248.
- Kinay, H.F. (2006). Girişimcilik, Kalkınma ve Rekabet İlişkisi: Kütahya’da KOBİ’lerin Girişimcilik Profili. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Anadolu Üniversitesi.
- Kip, H. (2014). Burdur’ Da Faaliyet Gösteren Girişimcilerin Risk Alma Becerilerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Küçük, K.A. (2014). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Davranışına Etkisi; “Abant İzzet Baysal Üniversitesi” Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Hava Kurumu Üniversitesi.
- Marangoz, M. (2012). Girişimcilik. İstanbul: Beta.

- Meydan, M.C. (2013). Girişimciliğin llmesi: Türkiye İçin Bölgesel Girişimcilik Endeksi nerisi. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi.
- Naktiyok, A., Kök, S.B. (2006). Çevresel Faktörlerin İ Girişimcilik zerine Etkileri. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi (C.VIII, S.2, 2006), 77-96.
- zkul, G. (2008). Girişimcilik Teorileri Ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde (İbbs Düzey 2 Tr61 Bölgesinde) İmalat Sanayi Kobi'lerindeki Girişimciler zerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Sönmez, A., Toksoy, A. (2014). Türkiye'de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili zerine Bir Analiz. Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim Ve Ekonomi Yıl:2014 Cilt:21 Sayı:2, 41-58.
- Toprakkaya, . (2013). İstihdama Katkısı Bakımından Girişimcilik: Güney Marmara rneği. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.
- Uluhan, R. (2012). Kendi İşini Kurmak İsteyenler İçin Girişimcilik Kılavuzu. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile Eğitim Programı, Ankara.
- Uluky, M., Demireli, C., Kahya, V. (2013). KOSGEB Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (8:2), 79-96.
- Yasa, B.D. (2010). 1923'den Günümüze Türkiye'de Girişimciliğin Tarihi. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Yelkikalan, N., Akatay, A., Altın, E. Yeni Girişimcilik Modeli Ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği Ve Y, M, Z Kuşağı Girişimci. S İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 489-506.
- Yıldız, S. (2007). Girişimcilik.Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, K.Maraş Sütçü İmam Üniversitesi.

8. Diyarbakır Girişimcilik Profili Anketi

Bu anketin amacı Diyarbakır'daki, girişimcilerin profilini anlayabilmektir. Burada verilen bilgiler kesinlikle gizli kalacaktır. Bu ankete dayalı herhangi bir dökümanda sizin adınız kesinlikle kullanılmayacaktır. Anket, bölgedeki girişimcilik profilinin tanınması amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bölgeki girişimcilerin ihtiyaçlarına daha duyarlı politikalar belirlenmesinde bu sayede önemli katkı alınacaktır.

Anketin Uygulandığı Tarih:.....

Anketi Cevaplayan İlgilinin Adı/Soyadı:

Anketi Cevaplayan İlgilinin Statüsü:

Anket No:.....

ANKET SORULARI

1. Cinsiyetiniz nedir?

1() Kadın 2() Erkek

2. Ortalama yaşıınız kaçtır?

1() 18 yaş altı 2() 18- 25 yaş arası

3() 26-30 yaş arası 4() 31-35 yaş arası

5() 36-40 yaş arası 6() 41 yaş ve üstü

3. Şimdiye dek yaşantınızın büyük bölümünü geçirdiğiniz yer aşağıdakilerden hangisidir?

1() Köy 2() Kasaba

3() İlçe 4() Küçük İl

5() Büyük Kent

4. Yetişip büyüdüğünüz aile, aşağıdaki tanımlardan hangisine uygundur?

1() Çekirdek aile (karı, koca, çocuk)

2() Büyük aile (büyükanne, büyükbaba)

5. Medeni durumunuz nedir?

1() Bekar 2() Dul

3() Boşanmış 4() Evli

6. Evliyseniz eşiniz çalışıyor mu?

1() Evet 2() Hayır

7. Eşiniz çalışıyorsa hangi sektörde çalışıyor?

1() Kamuda Çalışıyor

2() Özel Sektörde Çalışıyor

8. Eğitim seviyeniz nedir?

1() Okur-yazar 2() İlköğretim

3() Ortaöğretim 4() Yükseköğretim

5() Yüksek Lisans 6() Doktora

9. Eğer üniversite mezunu iseniz hangi bölümden mezun oldunuz?.....

10. Hali hazırda çalışıyor musunuz?

1() Evet 2() Hayır

11. Ailenizin Ortalama Aylık Geliri:

1() 500 TL altı

2() 500-1000 TL

3() 1000-2500 TL

4() 2500-3500 TL

5() 3500 TL üzeri

12. Yabancı dil biliyor musunuz?

1() Evet 2() Hayır

13. Yabancı dil biliyorsanız hangi dilleri biliyorsunuz ve seviyesi nedir?

Dil	Okuma			Yazma			Konuşma			Anlama		
	Orta	İyi	Çok iyi	Orta	İyi	Çok iyi	Orta	İyi	Çok iyi	Orta	İyi	Çok iyi

14. Bilgisayar kullanım seviyeniz nedir?

1() Başlangıç 2() Orta 3() İleri

15. İnternet kullanım seviyeniz nedir?

1() Başlangıç 2() Orta 3() İleri

16. E-mail adresiniz var mı?

1() Evet 2() Hayır

17. Yurtdışına hiç gittiniz mi?

1() Evet 2() Hayır

18. Yurt dışına gittiyseniz hangi amaçla gittiniz?

1() Fuar-Tanıtım

2() Eğitim-Seminer

3() Tatil

4() Diğer (Lütfen belirtiniz).....

19. Hiç firma sahibi oldunuz mu?

1() Evet oldum ve hala faal

2() Evet oldum ancak daha sonra kapattım.

3() Hayır hiç firma sahibi olmadım.

20. Kaç yıllık iş tecrübeniz var?

1() Hiç tecrübem yok

2() 1 yıldan az tecrübem var

3() 1 ile 3 yıl arasında tecrübem var

4() 4 ile 5 yıl arasında tecrübem var

5() 6 yıl ile 10 yıl arasında tecrübem var

6() 10 yıldan fazla tecrübem var.

21. Sektörünüz ile ilgili aylık dergi, yayın vb. takip ediyor musunuz?

1() Evet 2() Hayır

22. Sektörünüz e-ticaret kullanımına uygun mu veya uygulanabilir mi?

1() Evet 2() Hayır

23. Sektörünüz ile ilgili proje çalışmanız var mı?

1() Evet 2() Hayır

24. Her hangi bir dernek üyeliğiniz var mı?

1() Evet 2() Hayır

25. Kuracağınız bir işte ortaklık yapmayı düşünür müsünüz?

1() Evet 2() Hayır

26. Girişimci olmanızı tetikleyen ekonomik sebeplerini önem derecelerini belirtiniz?

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
1. 1.	2. Uzun süre işsiz kalmam ve iş bulamamam	☐	☐	☐
2.	Daha çok para kazanmak ve daha iyi bir yaşama sahip olmak	☐	☐	☐
3.	İş yaratmak/ istihdam yaratmak	☐	☐	☐
4.	Ülke ekonomisine katkı sağlamak	☐	☐	☐
5.	Girişimciliğe yönelik desteklerin artması (teşvik, sübvansiyon vs.)	☐	☐	☐
6.	Başkalarının göremediği bir ürün/ hizmet/ üretim tekniği/ pazar/hammadde kaynağını görüp bunları hayata geçirmek için	☐	☐	☐
7	İş yaratma ve büyütme ile belirsizlikleri analiz edebildiğim ve riski yönetebildiğim için	☐	☐	☐
8	Her durumdan bir fırsat çıkarabildiğim ve ticari potansiyeli olan iş fırsatlarını sürekli görebildiğim için	☐	☐	☐
9	Başkalarını yönlendirebildiğim ve sınırlı kaynakları koordine edip etkili bir şekilde kullanabildiğim için	☐	☐	☐

27. Girişimci olmanızı tetikleyen psikolojik sebeplerinin önem derecelerini belirtiniz?

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
3. 1.	4. Kendimi gerçekleştirmek ve kanıtlama isteği	☐	☐	☐

2.	Başkasına bağlı çalışmayıp kendi kararlarını özgürce alabilme isteği	☐	☐	☐
3.	Yeteneklerime uygun, kendi zevk aldığım bir işi yapma isteği	☐	☐	☐
4.	Karşılaştığım problemlere kısa sürede çözüm üretebilme Yeteneği	☐	☐	☐
5.	Toplumda sosyal statü ve saygınlık kazanma isteği	☐	☐	☐
6.	Kişisel sorumluluk ve inisiyatif alabilme isteği ve yeteneği	☐	☐	☐

28. Girişimci olmanızı tetikleyen sosyal sebeplerin önem derecelerini belirtiniz?

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
5. 1.	6. İş deneyimi olan bir aileden geldiğim için	☐	☐	☐
2.	Ailem desteklediği ve teşvik ettiği için	☐	☐	☐
3.	Arkadaşlarım desteklediği ve teşvik ettiği için	☐	☐	☐
4.	Aldığım eğitimin ve öğretmenlerimin etkisiyle	☐	☐	☐
5.	Kariyer danışmanlığı şirketlerinin yönlendirmesiyle	☐	☐	☐
6.	Medyada yer alan başarılı girişimcilerden etkilenerek	☐	☐	☐
7.	Yaşadığım çevrenin sosyo-kültürel yapısı girişimci olmayı gerektirdiği için			

29. İş kuracağınız zaman sermayenizi nereden temin etmeyi planlıyorsunuz?

- 1() Kişisel- ailevi tasarruflar
- 2() Akraba(lar)a – arkadaş(lar)a borçlanma
- 3() Banka kredisi kullanma
- 4() Karşılıksız destek
- 5() Diğer ortak(lar)
- 6() Diğer (Belirtiniz):

30. Kendinizi aşağıdaki girişimci tiplerinden hangisine daha yakın buluyorsunuz?

- 1() **Yenilikçi Girişimciler:** (Yeni üretim teknikleriyle yeni ürünler üreterek ya da mevcut üretim sistemini iyileştirerek hayatta kalan, başarılı olan girişimciler)
- 2() **İşsizlikten Kaçan Girişimciler:** (Kendi işinin patronu olmayı isteyip işsiz kalmak istemeyen girişimciler)
- 3() **Pasif Takipçi Girişimciler:**(Herhangi bir alanda yenilik yaparak başarılı olan firmaların üretim yöntemlerini kullanarak hayatta kalmaya çalışan girişimciler)
- 4() **Aşırı İyimser Kumarbaz Girişimciler:**(Belirsiz olan geleceğin risklerini göze alarak olumlu işler çıkaracağını, başarılı olacağını düşünen , piyasada herhangi bir fırsatı görerek piyasaya giriş yapan ancak hata yaptığını anladığında da hemen piyasadan çıkış yapan girişimciler)

31. Girişimciliğin alternatifi sizin için nedir? Kendi işinizi kurmasaydınız ne iş yapıyor olurdunuz?

- 1() Memur
- 2() İşçi
- 3() Serbest Meslek
- 4() Esnaf ve Sanatkar
- 5() İşveren
- 6() Aynı işte ücretli çalışma
- 7() Aynı işi evde yapma
- 8() Hiçbir iş yapmazdım
- 9() Diğer (Belirtiniz):

32. Size göre girişimci olmanın en iyi yanları nelerdir?

- 1() Bir işle meşgul olma
- 2() Evin bütçesine katkıda bulunma
- 3() Maddi özgürlük
- 4() Bağımsızlık
- 5() İlgi alanı olması
- 6() Tutku ve ihtirasların gerçekleşiyor olması
- 7() Rahat yaşama standardına ulaşma
- 8() İş-ev kadını rollerini oynamadaki kolaylık
- 9() Çok para kazanma

- 10() Kendine güven
 11() Yaratıcılık
 12() Sosyal statü
 13() Yaşamdan duyulan memnuniyet
 14() Başkalarına istihdam olanağı sağlayabilmek
 15() Başarma duygusu
 16() Herhangi bir iyi yanı yok
 17() Diğer (Belirtiniz):

33. Başarılı bir girişimci olabilmek için sahip olunması gereken özellikleri önem derecesine göre sıralayınız.

		Önemsiz	Önemli	Çok Önemli
7. 1.	8. Kendine güven, cesaret	☐	☐	☐
2.	İletişim becerisi	☐	☐	☐
3.	Eğitim	☐	☐	☐
4.	Deneyim	☐	☐	☐
5.	Sabır ve hoşgörü	☐	☐	☐
6.	Risk üstlenebilme	☐	☐	☐
7	Çalışkanlık	☐	☐	☐
8	Hırs ve kararlılık	☐	☐	☐
9	Dürüstlük	☐	☐	☐
10	Yönetim becerisi	☐	☐	☐
11	Duygusal zeka	☐	☐	☐
12	Liderlik	☐	☐	☐
13	Diğer (Belirtiniz):	☐	☐	☐

34. Girişimcilik bir kişilik özelliğidir, doğustandır. Sözüne katılıyor musunuz?

- 1() Katılıyorum
 2() Kısmen katılıyorum.
 3() Kararsızım
 4() Katılmıyorum.

35. Girişimcilik sonradan öğrenilebilen bir olgudur. Sözüne katılıyor musunuz?

- 1() Katılıyorum
 2() Kısmen katılıyorum.
 3() Kararsızım
 4() Katılmıyorum.

36. Kendinizi siyasi yelpazenin hangi kanadında görüyorsunuz?

- 1() Liberal
 2() Merkez sağ
 3() Merkez sol
 4() Aşırı sağ
 5() Aşırı sol

37. Girişimcilik faaliyetinizi yürüttüğünüz bölgenin sizin için bir dezavantaj olduğunu düşünüyor musunuz?

- 1() Evet 2() Hayır

Anket bitti, teşekkürler...