



**T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİMDALI**

**KOSGEB YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİNİN
KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERİN PERFORMANSINA
ETKİSİ: BOLU İLİ ÖZELİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

Yüksek Lisans Tezi

Mustafa DENİZ

Danışman
Prof. Dr. Emir ERDEN

Nevşehir
Aralık 2016



**T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİMDALI**

**KOSGEB YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİNİN
KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERİN PERFORMANSINA
ETKİSİ: BOLU İLİ ÖZELİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

Yüksek Lisans Tezi

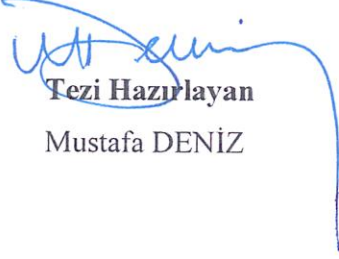
Mustafa DENİZ

Danışman
Prof. Dr. Emir ERDEN

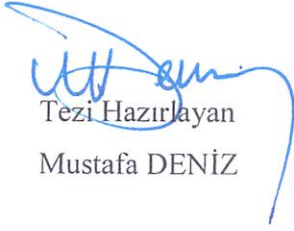
Nevşehir
Aralık 2016


BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK


Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.


Tezi Hazırlayan
Mustafa DENİZ

“KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Performansına Etkisi: Bolu İli zelinde Bir Alan Araştırması” adlı Yüksek Lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.


Tezi Hazırlayan
Mustafa DENİZ


Danışman
Prof. Dr. Emir ERDEN


İşletme Ana Bilim Dalı Başkanı
Prof. Dr. Emir ERDEN

Prof. Dr. Emir ERDEN danışmanlığında Mustafa DENİZ tarafından hazırlanan “KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Performansına Etkisi: Bolu İli Özelinde Bir Alan Araştırması” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

22.12.2016

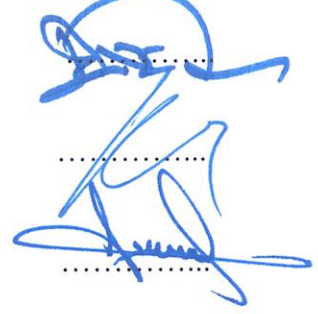
JÜRİ

Danışman : Prof. Dr. Emir ERDEN

Üye : Doç. Dr. Korhan KARACAOĞLU

Üye : Yrd. Doç. Dr. Şemsettin USLU

İMZA



ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 06.01./2017 tarih ve 2017.02.21 sayılı Kararı ile onaylanmıştır.

06.01./2017



**KOSGEB YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİNİN KÜÇÜK VE ORTA BOY
İŞLETMELERİN PERFORMANSINA ETKİSİ: BOLU İLİ ÖZELİNDE BİR
ALAN ARAŞTIRMASI**

Mustafa DENİZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans, Aralık 2016

Danışman: Prof. Dr. Emir ERDEN

ÖZET

Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ'ler), ülkelerin ekonomilerinin kalkınmasında, yeni istihdam oluşturmada, piyasada ticari hayatın canlı bir şekilde devam etmesinde mihenk taşıdır. Özellikle günümüzde rekabet koşullarının zorlaşması üzerine, esnek yapıları ile yeni koşullara çabuk uyum sağlayan KOBİ'lerin ekonomilerde varlığı ve sayısının artışı büyük önem arz etmektedir.

KOBİ'lerin sayısının artışı yeni girişimcilerin ortaya çıkması ile mümkündür. Yeni girişimcilerin çoğalması ise onların finansal olarak desteklenmesine bağlıdır. Bu nedenle, gelişmiş ekonomilerde, ekonominin canlı tutulması için girişimciliğin gelişimine ve yaygınlaşmasına çok önem verilmektedir. Bu nedenle çoğu ülke tarafından girişimcilik faaliyetleri desteklenmektedir.

Girişimciliğin desteklenmesinin yanında, onlara sağlanan bu desteklerin nasıl bir etki doğurduğu da ilgi duyulan konulardan birisidir. Devletin girişimcilere geri ödemeli ve geri ödemesiz desteklerin geri dönüşünün izlenerek raporlanması, gelecekte bu konuda atılacak adımlar için politika üretmede önemli bir araç olacaktır.

Bu çalışma, girişimcilerin kendi işini kurmasıyla ticari hayata başlayan KOBİ'ler için, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı (KOSGEB) tarafından sunulan Yeni Girişimci Desteğinin, onlara nasıl bir etkisi olduğunu ortaya koymak adına tasarlanmıştır. Çalışma Bolu ilinde faaliyet gösteren ve destekten yararlanarak işletmesini kuran 75 girişimci ile destekten yararlanmadan Bolu'da işletmesini kuran 75 girişimci üzerinde anket yöntemiyle yapılmıştır. Analizler ise SPSS istatistik programında Ki Kare Testi ve T Testi ile yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin istihdam artışı, mali bilanço artışı, pazarda bilinirlik artışı, pazardan elde edilen payda artış, makine parkuru artışı ve finansal rahatlığa kavuşmasına etki etmektedir. İlgili programın, KOBİ'lerin net satış hasılatına, ürün/hizmet çeşidi artışına, üretim/hizmet kalitesi artışına, ürün/hizmet kalite artışına, Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri artışı ile ihracat miktarı artışına etkisi bulunmamaktadır. Bu nedenle, daha güçlü ve sürdürülebilir işletmeler için, KOBİ'lerin bu performanslarını da arttırıcı yönde destek mekanizmaları geliştirilmesi üzerine öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Girişimcilik, KOSGEB Yeni Girişimci Desteği, İşletme Performansı, Etki Analizi

**KOSGEB NEW ENTREPRENEURSHIP SUPPORT'S IMPACT ON
PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES:
A LOCAL SURVEY ON BOLU PROVINCE**

Mustafa DENİZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences

Business Administration, M.B.A, December 2016

Supervisor: Prof. Dr. Emir ERDEN

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) are cornerstones in nations' economic development, creating new employment and continuity of active commercial life in the market. Especially nowadays, since the competition conditions are getting harder, presence of SMEs which easily adapt to changing conditions with their flexible structures has great importance.

The increase on the number of SMEs is possible if there are new entrepreneurs. The increase of new entrepreneurs depends on the financial support given to them. Therefore, in developed economies, a great deal of importance is given to the development and dissemination of entrepreneurship to sustain active economy. Because of this reason, most of the countries support entrepreneurship activities.

Besides supporting entrepreneurship, one of the interesting topics is the impact of the support provided to entrepreneurs. The reporting of the return of supports which are given to entrepreneurs as non-reimbursable and imburseable grants will be a fundamental instrument about gaining new steps for production of policies.

This study is designed to put forth the impact of the New Entrepreneurship Support which carried out by Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB) to the SMEs which start their commercial life by establishing their own businesses as new entrepreneurs. The study is both applied to the 75 new entrepreneurs in Bolu and supported by KOSGEB and to the 75 new entrepreneurs which are also in Bolu but haven't benefitted from the support by using survey method. The analyses have been done with Ki Square Test Method and T Test Method on SPSS Statistics Programme. Findings of the study show that KOSGEB New Entrepreneurship Support has an impact on some of the performance criterias of SMEs' such as: increase in employment, financial balance sheet, recognition on the market, market share, the machinery track of the firm and financial comfort. The programme has no impact on Net Sales Revenue, product/service variety, production/service quantity, product/service quality, Research & Development and innovation activities and increase on exports of SMEs. For that reason in order to have more powerful and sustainable enterprises, support mechanisms which aim to increase SMEs' performance in these areas must be developed.

Key Words: SME, Entrepreneurship, KOSGEB New Entrepreneurship Support, Business Performance, Impact Analysis

TEŞEKKÜR

Çalıőmamın her aşamasında bana destek olan, bilgi ve deneyimleri ile yol gösteren danışman hocam Sayın Prof. Dr. Emir ERDEN'e, bilgi ve tecrübesi ile lisansüstü öğrenim hayatımın tüm zorlu aşamalarında maddi manevi her yönden yardımcı olan, tecrübeleri ile beni aydınlatan ve desteğini hiç eksik etmeyen, kendisini tanımaktan büyük onur duyduğum sevgili hocam Sayın Doç. Dr. Tülin ACAR'a, veri toplama safhasında büyük destek gördüğüm KOSGEB Bolu Müdürlüğü çalışanlarına, veri paylaşımında yardımlarını esirgemeyen KOSGEB Başkanlığı'na, Bolu Ticaret ve Sanayi Odasına ve Bolu Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne, çalıőmalarım sırasında manevi desteğini her zaman hissettiğim değerli arkadaşlarım Osman Taha GÖKALP'e ve Elif SEMERCİ'ye, öğrenim hayatım boyunca beni maddi ve manevi olarak destekleyen ve sabırla hep yanımda olan aileme yürekten teşekkür ederim.

Mustafa DENİZ
Nevşehir, 2016

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	ii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
TEŞEKKÜR.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME (KOBİ) KAVRAMI

1.1.Küçük ve Orta Boy İşletmenin Tanımı	3
1.1.1.Gelişmiş Ülkelerin KOBİ Tanımları.....	4
1.1.2.Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı.....	5
1.1.3.Türkiye'de KOBİ Tanımı	6
1.2.KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri ve Önemi	8

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

2.1.Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Tanımı	9
2.2.Girişimciliğin Önemi.....	11
2.3.Girişimcilik Süreci.....	13
2.4.Girişimciliği Etkileyen Faktörler	14
2.4.1.Demografik Faktörler.....	14
2.4.1.1.Yaş Durumunun Etkisi.....	15
2.4.1.2.Cinsiyet Durumunun Etkisi.....	15
2.4.1.3.Eğitim Durumunun Etkisi	16
2.4.1.4.Ailenin Etkisi	16
2.4.1.5.İş Deneyiminin Etkisi.....	18
2.4.2.Kişisel Özelliklerin Etkisi	18

2.4.3.Çevresel Faktörlerin Etkisi.....	19
2.4.4.Kültürel Faktörlerin Etkisi	20
2.4.4.1.Bireycilik / Kollektivizm	20
2.4.4.2.Güç Mesafesi	20
2.4.4.3.Belirsizlikten Kaçınma.....	21
2.4.4.4.Erkeksilik / Dişilik	21
2.5.Girişimcilerin Özellikleri	22
2.5.1.Kontrol Odağı	24
2.5.2.Hesaplı Risk Alma	25
2.5.3.Bağımsızlık ve Başarı Gereksinimi	26
2.5.4.Yenilik ve Yaratıcılık.....	27
2.5.5.Belirsizliğe Karşı Tolerans	29
2.5.6.Özgüven	29
2.5.7.Motivasyon	30
2.5.8.Liderlik.....	30
2.5.9.Duygusal Zeka	32
2.5.10.Empati	33
2.6.Girişimcilik Türleri	33
2.6.1.Tekno-Girişimcilik.....	33
2.6.2.İnovatif Girişimcilik.....	35
2.6.3.Sosyo-Girişimcilik	37
2.6.4.Eko-Girişimcilik	39
2.6.5.Yeşil Girişimcilik.....	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK

DESTEKLER

3.1.Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimine Tarihsel Bakış	48
3.2.Türkiye’de Girişimciliğe Yönelik Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar	54
3.2.1.Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	54
3.2.2.Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (BSTB)	61
3.2.3.Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK)	62
3.2.4.Girişimciliğe Destek Veren Diğer Kuruluşlar	66

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM İŞLETMELERDE PERFORMANS

4.1.Performans Kavramı.....	70
4.2.Performans Boyutları.....	71
4.2.1.Etkenlik (Etkinlik)	71
4.2.2.Verim ve Girdilerden Yararlanma	72
4.2.3.Verimlilik.....	73
4.2.4.Kalite.....	74
4.2.5.Yenilik.....	74
4.2.6.Çalışma Yaşamının Kalitesi.....	75
4.2.7.Karlılık	75
4.3.Performans Yönetimi.....	76
4.4.Performansın Ölçümü ve Göstergeleri	77

BEŞİNCİ BÖLÜM KOSGEB YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİNİN KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERİN PERFORMANSINA ETKİSİ: BOLU İLİ KOBİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

5.1.Araştırmanın Amacı	80
5.2.Araştırmanın Kapsamı.....	81
5.3.Araştırma Tasarımı ve Yöntemi	82
5.4.Ana Kütle ve Örneklem Sayıları	85
5.5.Analiz ve Bulgular.....	86
5.5.1.Demografik Verilerin Analizi	86
5.5.2.KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Performansına Etkisi Üzerine Analizler.....	92
5.5.3.KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden Yararlanan KOBİ'lerin Kendi İçinde Yapılan Analizler ve Bulgular	108
SONUÇ.....	111
KAYNAKÇA	117
EKLER.....	121
Ek.1.KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden Yararlanan Girişimcilere Uygulanan Anket	122
Ek.2.KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden Yararlanmayan Girişimcilere Uygulanan Anket.....	124

ÖZGEÇMİŞ

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
BSTB	: Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
Eurostat	: Avrupa İstatistik Ofisi
GBA	: Galata İş Melekleri
GEM	: Küresel Girişimcilik Monitörü
GİSEP	: Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı
GİSDEP	: Girişim Sermayesi Destekleme Programı
İŞGEM	: İş Geliştirme Merkezi
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletme
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÖİDD	: Küçük Ölçekli İşletme Kurma Danışmanlığı Desteği
KSEP	: KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı
K.S.S.	: Küçük Sanayi Sitesi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
O.S.B.	: Organize Sanayi Bölgesi
SBA	: Küçük İşletmeler Yasası
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
TaTuTa	: Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası
TESK	: Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UGE	: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Japonya’da KOBİ Tanımı	4
Tablo 1.2. AB’de KOBİ Tanımı	5
Tablo 1.3. Türkiye’de KOBİ Tanımı	7
Tablo 2.1. Sosyal Girişimcilik Faaliyetlerinin İşletmelere Getirdiği Avantajlar	38
Tablo 2.2. Tüketiciler İçin Çevrecilik Kavramının Geçirdiği Evreler	42
Tablo 3.1. Girişimcilik Destek Programı Yeni Girişimci Desteği Unsurları	57
Tablo 3.2. İŞGEM Destek Unsurları	59
Tablo 3.3. TÜBİTAK 2238 Destek Programı Başvuru Değerlendirme Kriterleri Tablosu	65
Tablo 4.1. Yıllar Bazında İncelenen Performans Ölçütleri	79
Tablo 5.1. 2011-2013 Yılları Arasında KOSGEB Bolu Müdürlüğünden Destek Alan Girişimci Sayıları	81
Tablo 5.2. Analizde Kullanılan Değişkenler	84
Tablo 5.3. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin Sektörel Dağılımı	88
Tablo 5.4. KOBİ’lerin Sektörleri İle Destekten Yararlanma Durumu İlişkisinin Analizi	89
Tablo 5.5. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin Meslek Kuruluşu Üyeliği Dağılımı	89
Tablo 5.6. KOBİ’lerin Meslek Kuruluşu İle Destekten Yararlanma Durumu İlişkisinin Analizi	89
Tablo 5.7. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin Faaliyet Bölgelerine Göre Dağılımı	90
Tablo 5.8. KOBİ’lerin Faaliyet Bölgesi İle Destekten Yararlanma Durumu İlişkisinin Analizi	90
Tablo 5.9. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan Girişimcilerin Deneyim Durumu	90
Tablo 5.10. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin İlk Yıl ve Kuruluştan Üç Yıl Sonraki İstihdam Durumlarının Analizi	93
Tablo 5.11. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin İlk Yıl ve Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Net Satış Hasılatı Durumlarının Analizi	94
Tablo 5.12. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin İlk Yıl ve Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Mali Bilanço Toplamı Durumlarının Analizi	95
Tablo 5.13. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin İlk Yıl ve Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Ürün/Hizmet Çeşidi Değişimlerinin Analizi	96
Tablo 5.14. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin İlk Yıl ve Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Üretim/Hizmet Miktarı Değişimlerinin Analizi	97
Tablo 5.15. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Ürün/Hizmet Kalitesi Değişim Durumlarının Dağılımı.	99
Tablo 5.16. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ’lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Ürün/Hizmet Kalitesi Değişim Durumlarının Analizi ...	99

Tablo 5.17. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Pazardan Elde Edilen Paydaki Değişim Durumlarının Dağılımı	100
Tablo 5.18. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Pazardan Elde Edilen Paydaki Değişim Durumlarının Analizi	101
Tablo 5.19. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetlerindeki Değişim Durumlarının Dağılımı.....	102
Tablo 5.20. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetlerindeki Değişim Durumlarının Analizi	102
Tablo 5.21. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki İhracat Miktarındaki Değişim Durumlarının Dağılımı	103
Tablo 5.22. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki İhracat Miktarındaki Değişim Durumlarının Analizi...	103
Tablo 5.23. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Makina Parkurundaki Değişim Durumlarının Dağılımı	104
Tablo 5.24. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Makine Parkurundaki Değişim Durumlarının Analizi.	105
Tablo 5.25. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Pazarda Bilinirliklerindeki Değişim Durumlarının Dağılımı	105
Tablo 5.26. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Pazarda Bilinirliklerindeki Değişim Durumlarının Analizi	106
Tablo 5.27. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Finansal Rahatlıklarındaki Değişim Durumlarının Dağılımı	107
Tablo 5.28. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin İlk Yıla Göre Kuruluştan Üç Yıl Sonraki Finansal Rahatlıklarındaki Değişim Durumlarının Analizi	107
Tablo 5.29. Yararlanıcıların KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Performans Göstergelerine Etkisi Hakkında Verdiği Cevaplar.....	109
Tablo 5.30. Yararlanıcıların KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Performans Göstergelerine Etkisine Yönelik Düşünce Sonuçları.....	109

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. TÜBİTAK 1514 Kodlu Program Kapsamında Oluşturulan Fon	63
Şekil 4.1. Yedi Performans Boyutunun İlişkisi	76
Şekil 5.1. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı	86
Şekil 5.2. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan KOBİ'lerin Hukuki Statülerine Göre Dağılımı.....	87
Şekil 5.3. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan Girişimcilerin Cinsiyetine Göre Dağılımı	87
Şekil 5.4. Destekten Yararlanan ve Yararlanmayan Girişimcilerin Öğrenim Durumu Dağılımı	88
Şekil 5.5. KOSGEB Yeni Girişimci Destek Türlerinin Yararlanıcı Girişimcilerce Kullanım Durumu	108

GİRİŞ

Ülkelerin ekonomik yönden kalkınması yatırımlara bağlı olup, yatırımların sayısı da girişimcilerin sayısı ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Yani bir ülkede, bir ekonomide girişimci potansiyeli ne kadar fazla ise, o ülkenin geleceği ile ilgili olumlu yorumlar yapmak o kadar kolaylaşacaktır.

Diğer taraftan girişimciliğin; ülkelerin istihdam ve sosyal ilerleme gibi gelişme stratejileri içinde temel unsurlardan birisi olduğu da yadsınamaz bir gerçektir. Yeni kurulacak işletmelerin ekonomiye olan katkısı hükümetler için bu konuda bazı politikalar üretmeleri gerekliliğini ortaya koymaktadır. Yapılan birçok araştırma göstermektedir ki, bir ülkedeki girişimcilik eğilimi ne kadar artarsa, o ülkede işsizlik o denli azalmakta, istihdam oranı ve işgücü düzeyi o derece yükselmektedir.

Girişimcinin iş fikri olgunlaştıktan sonraki adımı olan işe başlama dönemi, belirsizliğin yoğun olduğu ve birçok riskin göze alınması gerektiği bir süreçtir ve bu süreçteki en önemli problem gerekli finansmanın sağlanmasıdır. Yani, girişim faaliyetinde bir iş fikri bulmaktan daha önemlisi, bu fikri finansal olarak desteklemenin yolunu bulmaktır. Çoğu zaman iş fikri ile finansman aynı kişide ve aynı anda bir arada bulunmaz. Bu sebeptendir ki, desteklenmeye değer girişim fikirlerinin tespiti ve finansal olarak desteklenmesi de ekonomilerin geleceğini oluşturan girişimciler ve dolayısıyla ekonomilerin kendisi için önem arz etmektedir.

Diğer yandan, işletmelerin temel görevleri arasında karlılık, müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygun üretim/hizmet geliştirme, istikrarlı büyüme, nesilden nesile aktarılan bir işletme olabilme, pazar payını, etkinliğini ve verimliliğini artırma gibi faktörler başı çekmektedir. İşletme sahibinin veya yöneticilerinin en önemli görevi, işletmeyi bu amaçlar doğrultusunda en iyi ve en başarılı şekilde idare etmektir. En iyi

ve en başarılı olmanın göstergesi işletmenin performansı ve bu performansın yönetimidir. Bu nedenle işletmeciler sürekli performanslarını artırma ve geliştirme odaklı olmak zorundadır.

Bu çalışmada, KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) performansına olan etkisi incelenmiştir. 10'uncu Kalkınma Planı, Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, hükümet programları ile KOSGEB Girişimcilik Destek Programının amacı ve gerekçesi doğrultusunda performans kriterleri belirlenerek, Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan ve yararlanmayan işletmelerin performansı analiz edilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde dünyada, Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'deki KOBİ tanımlarına yer verilerek KOBİ kavramı ele alınmıştır. İkinci bölümde girişimcilik kavramı detayıyla ele alınmış olup, girişimciliğin önemi, süreci ile girişimciliğe etki eden faktörlere yer verilmiştir. Sonrasında girişimci kişilerin özelliklerine ve girişimcilik türlerine değinilmiştir. Üçüncü bölümde Türkiye'de girişimciliğin mevcut durumu ortaya konarak, girişimciliğe yönelik teşvikler ele alınmıştır. KOSGEB Girişimcilik Destek Programının içeriğine ve detaylarına yer verilmiştir. Dördüncü bölümde işletmelerde performans ve ölçümü üzerine literatür çalışması yapılmış, performans boyutları ve göstergelerin nasıl belirlendiği ifade edilmiştir.

Tezin son bölümü olan beşinci bölümde çalışmanın temelini teşkil eden alan araştırması yer almaktadır. Araştırmanın amacı, gerekçesi, evren ve örneklem sayıları ile araştırmanın yöntemi ve analizi sunulmuştur. Analiz neticesinde elde edilen bulgular paylaşılarak, bulguların ortaya çıkardığı sonuçlar yorumlanmıştır. Çalışma, sonuç kısmında çalışmanın bütünü hakkında yapılan genel değerlendirme ile son bulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETME (KOBİ) KAVRAMI

1.1. Küçük ve Orta Boy İşletmenin Tanımı

Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ'ler), büyük işletmelerin ana kaynağını oluşturmada, çoğu ülke ekonomisinde hayati öneme sahip olan ve içinde buldukları ekonomiye hareketlilik kazandıran işletmelerdir. KOBİ'ler, büyük işletmelerce üretilen mal ve hizmetleri üreterek büyük işletmelerle rekabet yarışına girebilen, ayrıca büyük işletmelerin kullandıkları mamul ve yarı mamul girdilerini üreterek onların ikamesini tamamlamayan işletmelerdir. Böylece, KOBİ'ler ekonomide bir yan sanayi oluşturmakta ve büyük işletmelerle gerek işbirliği gerekse de rekabet yaparak ekonomide büyük bir önem taşımaktadırlar.

KOBİ'lerin ülke ekonomilerine yaptığı katkılara rağmen, ülkeler arasında görüş birliği bulunan bir "Küçük ve Orta Boy İşletme" tanımı yoktur. Zaman, ekonominin gelişmişlik düzeyi, sanayileşme düzeyi, kullanılan teknoloji, pazarın büyüklüğü, faaliyette bulunulan iş kolu, kullanılan üretim tekniği, üretilen ürünlerin özelliği gibi tanımı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Dünya'da yer alan KOBİ kavramlarının belirlenmesinde kullanılan genel kriterler aşağıdaki gibidir:

- İşgücü sayısı
- Satış hasılatı
- Günlük ciro
- İhracat-satış oranı
- Kapasite
- Pazar payı

1.1.1. Gelişmiş Ülkelerin KOBİ Tanımları

Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) küçük ve orta ölçekli işletmelerin belirlenmesine ilişkin resmi bir tanım yoktur; fakat genel olarak küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin tanımında çalışan işçi sayısı esas alınmaktadır. ABD'nde genel olarak işçi sayısı 100'ün altında olan işletmeler küçük işletme olarak adlandırılmaktadır. Bu sınır bazı durumlarda 500 işçiye kadar genişletilmektedir. Orta ölçekli işletmeler için ise genel kabul gören sınır 1000 işçidir. Bu sınır bazı istisnai durumlarda 1500'e kadar genişletilebilmektedir. Ayrıca; bu ülkede 1920'li yıllardan beri faaliyette bulunan Küçük İşletmeler Teşkilatı (SBA, Small Business Administration) genellikle istihdam edilen işçi sayısı yanında işletmenin satış tutarının da nicel kriter olarak benimsemektedir: (Şimşek, 2002)

- Yıllık satış hacmi 7 milyon ABD doları kadar olan imalat dışı işletmeler,
- Yıllık satış hacmi 35,5 milyon ABD dolarından az olan toptan satış ve tarım işletmeleri ve
- 100'e kadar işçi istihdam eden toptancı ve 1500 ya da daha az işçi istihdam eden üretim işletmeleri küçük işletmelerdir. (<http://www.sba.gov/content/summary-size-standards-industry>, 2015)

Japonya'da Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Ana Kanunu'na göre küçük ve orta ölçekli işletme tanımında genellikle çalışan işçi sayısı ve yatırılan sermaye tutarı esas alınmaktadır. Burada genellikle sektörlere göre aşağıdaki farklılaştırmaya gidilmektedir.

Tablo 1.1. Japonya'da KOBİ Tanımı

Sektör	Yatırılan Sermaye (Milyon Yen)	Çalışan İşçi
İmalat sanayi ve diğerleri	300 milyon japon yeni ve daha az	300 ve daha az
Toptan satışlar	100 milyon japon yeni ve daha az	100 ve daha az
Perakende satışlar	50 milyon japon yeni ve daha az	50 ve daha az
Hizmetler	50 milyon japon yeni ve daha az	100 ve daha az

Kaynak: http://www.sme.ne.jp/policies/02_kaiseigaiyo/index.html, 2015.

1.1.2. Avrupa Birliğinde KOBİ Tanımı

Avrupa Birliği (AB), KOBİ tanımını ilk kez 3 Nisan 1996 tarihli tavsiye kararıyla ortaya koymuştur. Avrupa Komisyonu tavsiyesini, o yıllardan bu zamana gerçekleşen ekonomik gelişmeleri dikkate alarak, günümüzü daha iyi tasvir eden bir şekilde 2003 yılında güncellemiştir. Yeni tanımla gelen önemli değişiklikler, firmaların bağımsızlığı ilkesi ve mikro işletmelerin tanımlanmasında kullanılan mali eşik üzerindedir.

AB'nin tanımına göre, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler 250 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık satış cirosu 50 milyon Avroyu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 43 milyon Avroyu geçmeyen "bağımsızlık" kriterine uygun olan işletmelerdir. Küçük işletmeler ise 50'den az işçi çalıştıran, 10 milyon Avrodan az yıllık ciro veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 10 milyon Avroyu geçmeyen işletmelerdir. Mikro işletmeleri, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden ayıran ölçüt 10'dan az işçi çalıştırma durumlarıdır.

Tablo 1.2. AB'de KOBİ Tanımı

Tanım Kriterleri	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta Ölçekli İşletme
Çalışan Sayısı	≤ 10	≤ 50	≤ 250
Yıllık Net Satış Hâsılatı	≤ 2 Milyon Avro	≤ 10 Milyon Avro	≤ 50 Milyon Avro
Yıllık Bilançosu	≤ 2 Milyon Avro	≤ 10 Milyon Avro	≤ 43 Milyon Avro

Kaynak:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm,2015.

Nitel olan bağımsızlık kriterlerine göre de; bir işletmenin KOBİ olarak tanımlanması; -şayet varsa- söz konusu işletmedeki büyük bir işletmenin sermaye payının %25'i aşmaması şartına bağlanmaktadır. Bir işletme nicel kriterlere göre orta ölçekli, küçük, hatta mikro işletme grubuna girse dahi; şayet bu işletmedeki büyük işletmenin hisse payı %25'i geçiyorsa KOBİ kapsamı dışında yer alır. Kriterlerden sadece birinin bile tutmaması halinde söz konusu işletme KOBİ kapsamı dışında yer alır.

1.1.3. Türkiye’de KOBİ Tanımı

Türkiye’de işletmelerin büyüklüğünü tespit amacıyla uzun yıllar farklı kurumlar farklı ölçütler kullanmışlardır. Uluslararası tanımların yanında devlete ait kuruluşlar bile farklı tanımlar yapmışlardır. Tanımlardaki bu farklılıklar, işletmelerin yararlanabileceği teşvikler, istisnalar gibi durumları belirlediği için her kuruluş kendine uygun bir tanım geliştirmiştir. Bu durum ise bir kavram kargaşası oluşturmuştur.

Objektifliği sağlamak, uygulamalara birlik getirmek ve doğru hedefe yönelmek açısından tek bir KOBİ tanımının varlığı gerekli görüldüğünden “18.11.2005 tarih ve 25997 sayılı Resmi Gazetede Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik” yayımlanmış olup 18.05.2006 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Türkiye’de KOBİ’lerin tekrar tanımlanmasıyla ilgili esasları belirleyen 25997 sayılı 18.11.2005 tarihli KOBİ’lerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmeliğin amacı bu yönetmelikte sınıflandırılan büyüklükteki işletmelerin tanımına, niteliklerine ve sınıflandırılmasına ilişkin esasların belirlenmesi ve bu tanım ve esasların tüm kurum ve kuruluşların uygulamalarında esas alınmasını sağlamaktır.

Bu yönetmeliğe göre “iki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan ve mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimlere veya girişimlere Küçük ve Orta Boy İşletme (KOBİ) denilmektedir”. (KOSGEB, 2005)

Ayrıca KOBİ’ler anılan yönetmelik çerçevesinde aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır: (KOSGEB, 2005)

“a) Mikro işletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu bir milyon Türk Lirasını aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler,

b) Küçük işletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler,

c) Orta büyüklükteki işletme: İki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir.”

Tablo 1.3. Türkiye’de KOBİ Tanımı

Tanım Kriterleri	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta Ölçekli İşletme
Çalışan Sayısı	0-9	10-49	50-250
Yıllık Net Satış Hâsılatı	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL
Yıllık Bilançosu	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL

Kaynak: www.kosgeb.gov.tr, 2016.

Söz konusu KOBİ tanımına ve KOBİ’lerin sınıflandırılmasında esas alınan temel kavramlar da yine adı geçen Resmi Gazetede aşağıdaki şekilde yer almıştır.

İşletme: Yasal statüsü ne olursa olsun, bir veya birden çok gerçek veya tüzel kişiye ait olup bir ekonomik faaliyette bulunan birimleri;

Mali bilanço: Bir işletmenin belirli bir tarihte sahip olduğu varlıklar ve bu varlıkların sağlandığı kaynakları gösteren mali tabloyu;

Net satış hasılatı: Bir işletmenin brüt satışlarından satış iskontoları ve iadeleri ile diğer indirimlerin düşürülmesi sonucu bulunan tutarı;

Yıllık iş birimi: Bir yıl boyunca tam zamanlı olarak işletmede veya işletme adına çalışan bir kişiyi;

Çalışan sayısı ve yıllık iş birimleri: Bir işletmede çalışanların toplam sayısı, o işletmedeki yıllık iş birimlerinin toplam sayısına göre belirlenir. Hangi süre ile olursa olsun yılın veya günün belirli bölümlerinde veya mevsimlik işlerde çalışan kişiler yıllık iş biriminin kesirlerini oluştururlar.

KOBİ'ler, çalışan sayıları veya mali bilgilerinin tespitine yönelik olarak; diğer işletmeler ile olan sermaye veya oy hakkı ilişkilerine göre bağımsız işletmeler, ortak işletmeler ve bağlı işletmeler olarak gruplandırılır. Bu bağlamda sermayesinin veya oy hakkının %25'ten fazlası kamu kontrolünde olmaması gerekmektedir.

1.2. KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri ve Önemi

KOBİ'ler, ekonomik yapıları ne kadar farklı olursa olsun hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önem taşımaktadır. KOBİ'ler hem kendi ürettikleri mamul ile ekonomiye katılırlarken hem de büyük ölçekli işletmelere girdi sağlayan yan sanayiye oluşturmaktadırlar. KOBİ'lerin belli başlı katkıları ekonomiye dinamizm kazandırmak, istihdam yaratmak, yenilikleri teşvik etmek ve bölgesel kalkınmayı sağlamak olup, KOBİ'lerin demokratik ve liberal ekonominin ana sigortalarından biri olduğu belirtilmektedir. (Başol, 2001)

Gelişmiş ülke ekonomilerinde olduğu gibi ülkemizde de KOBİ'lerin ekonomideki yeri ve önemi artmaktadır. KOBİ'lerin,

- İşsizliği azaltma ve tam istihdamı sağlama,
- Yeni iş fırsatları oluşturma,
- Talep değişikliklerine kısa sürede uyum sağlama,
- Büyük sanayinin tamamlayıcısı durumunda olma,
- Butik üretim sayesinde ürün farklılaşması
- Kalifiye eleman yetiştirilmesine katkıda bulunma,
- Bölgeler arası dengeli gelişmeye ve büyümeye katkıda bulunma,
- İç göçün önlenmesi ve sağlıksız kentleşmenin önlenmesi,
- Tam rekabetin ve sosyal barışın korunmasını sağlama,
- Gelir dağılımının daha dengeli biçimde gerçekleştirilmesini sağlama,

gibi birçok işlevin yerine getirilmesinde önemli katkılar sağladıkları görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

2.1. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Tanımı

Kişilerin sahip oldukları bir fikri, bir düşünceyi zihinsel ve bedensel güçlerini etkili bir şekilde kullanarak uygun koşullarda iş hayatına entegre etmesi üzerine “girişimcilik” adı verilen kavram ortaya çıkmıştır. Günümüzde çok popüler olan bu kavram toplumda kabul görmüş ve “girişimci” olarak isimlendirilmiş yeni bir kariyer mesleği iş hayatında yer bulmuştur.

Girişimciliğin tam olarak tanımını yapmak veya tanımı için bir sınır çizmek zordur. Literatürde girişimciliğin birçok tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlar meslek gruplarının kendine özgü tanımlama yapması neticesinde çeşitlilik arz etmektedir.

İlk kez ortaçağda kullanılan girişimcilik kelimesi “entreprenere” kökünden ve “üstlenmek”, “girişmek” anlamına geldiği görülür. Terim olarak ise girişimcilik ilk olarak 17. yüzyılda Fransız askeri terminolojisinde kullanılmıştır. Bu kelime, uzun askeri yolculuklara rehberlik etmeyi üstlenen kişileri ifade etmek için kullanılmıştır. Yine bu terim iş dünyasında ilk defa 18. yüzyılın başında Fransa’da yaşayan İrlanda asıllı ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Latince’de “intare” kökünden gelen girişimci kavramı, İngilizce’de enter(giriş) ve pre(ilk) kelime köklerinden gelmekte ve “entrepreneur” yani ilk girişen, başlayan anlamına gelmektedir. (Marangoz, 2012) Richard Cantillon, ekonomik çerçeve içerisinde, gelirlerine göre toplumları belirli geliri olanlar ve belirsiz geliri olanlar olmak üzere iki ayrı sınıfta ele almıştır. Girişimciler risk alarak, belirsiz geliri olanlar sınıfında yer almaktadır. Böylece, girişimcilikte risk üstlenme yaklaşımı başlamıştır. Cantillon, girişimci ile girişimci olmayan bireyler arasındaki farkın, risk üstlenerek

serbest çalışmayla yaşanan ek belirsizlik olduğunu belirtmektedir. Girişimci, üretim araçlarını belli bir fiyata satın alıp, bunları yeni ürünlere dönüştürerek belirli olmayan bir fiyata satmaya çalışan aracı olarak nitelendirilmektedir. Cantillon'un girişimcilik anlayışına göre girişimci, pazardaki arz ve talepten haberdardır. Bununla beraber, talep yaratma yeteneğine sahip değildir. Söz konusu bakış açısı kapsamında girişimciler, yenilikçiliğe göre değil sadece pazardaki arz ve talebe göre davranış göstermektedir. (Balçın, 2012)

Tarihsel gelişim içerisinde girişimcilikle ilgili birçok tanım yapılmıştır. Orta çağlarda girişimci sözcüğü feodal sistemin belirlediği büyük üretim projelerini yöneten kişiler için kullanılan bir sözcük iken, 17. yüzyılda girişimcilik tanımının içine "risk" kavramı girmiştir. Bu dönemde girişimcilerle hükümetler arasında sabit fiyat üzerinden imzalanan sözleşmeler yapılmaya başlanmıştır. Bu sebepten dolayı sözleşme kapsamında yapılan iş sonucunda doğan kar veya zarar olasılığı risk unsurunu da beraberinde getirmiştir.

18. yüzyılda, Sanayi Devrimi'nin başlamasıyla, sanayileşme yaygınlaşmış, sermaye sahibi ile sermayeye ihtiyaç duyan arasındaki fark ortaya çıkmıştır. Bu durumda girişimci ve risk sermayecisi arasındaki fark belirginlik kazanmıştır.

Yakın tarihe bakıldığında, farklı meslek gruplarından farklı girişimcilik tanımlarının yapıldığı gözlenmektedir. Örneğin bir ekonomist açısından girişimci; kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve diğer varlıkları biraraya getiren ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan bir kişiyi ifade ederken, bir psikolog için girişimci bir şey elde etmek veya birşeyle ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin elindeki otoriteyi almak ihtiyacında olan ve bu tür güdülerle güdülenen insanlar anlamına gelir. Bir işadamı için girişimci ise bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi, bir müşteri, bir müttefik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışan bir kişi olarak da ifade edilebilir. (Hisrich ve Peters, 1998)

Kısacası girişimciler, kurdukları işi geliştirmek ve büyütmek adına zihinsel ve fiziksel güç harcamaya hazır olan, uzun saatler boyu çalışma sabrı gösterebilecek

kişilerdir. Girişimci kişiler, saatler boyunca çalışma hususunda dışarıdan bir motivasyona ihtiyaç duymayıp, yüksek düzeyde sahip oldukları iç motivasyonla kendilerini motive edebilen insanlardır. Girişimciler karşılaştıkları güçlük ve olumsuzluklardan yılmayarak, bunlardan ders çıkarabilen, amaçlarını gerçekleştirmek için tam olarak motive olmuş bireylerdir.

2.2. Girişimciliğin Önemi

Bireyler yaşamlarını idame ettirebilmek adına mal ve hizmetlere ihtiyaç duymaktadır. Bu mal ve hizmetler toplumdaki bireylerin kendilerince üretilmemekte olup, bu işi yapacak “işletme” adlı organizasyonlar kurulmuştur. Bireylerin kendileri veya başka bireylerle bir araya gelerek kurdukları işletmeler ekonomik bir uğraş içine girerek bu uğraş neticesinde tatmin sağlayan “ekonomik mal ve hizmetler” ortaya çıkmaktadır.

Ekonomik mal ve hizmetlerin ortaya çıkması için yapılan faaliyetlerin tümüne üretim denir. Üretim yapabilmek için üretim faktörlerine gerek duyulur. Üretim faktörleri doğal kaynaklar, emek ve sermaye üçlüsünden oluşur. Bu üç temel üretim faktörünü bir araya getirip uyumlu bir şekilde üretime yönelten girişimci ise dördüncü bir üretim faktörü olarak kabul edilir. (Güney, 2008)

Günümüzde sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte bireye dayalı girişimcilik konusu da önem kazanmıştır. Bilgi toplumuna geçişle birlikte artık geleneksel girişimciden ziyade, bilişim girişimciliğinin yaygınlaştığı gözlemlenmektedir. Bilgi, mevcut bilinenden yola çıkarak yenilikçiliğe ulaşmada kullanılmaktadır. Çağımızda iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin yaygınlaşması da bilgiye dayalı girişimciliğin önünü açmıştır. Bilişimci girişimcilikle beraber, üretimin yanında hizmet sektörü de büyük gelişim göstermiştir. Sadece üreten endeksli ekonomiler yerine, üretilen malın nasıl satılacağını ve pazarlamasını gerçekleştiren, hizmet ağı sağlayan girişimciler de ekonomide yerini almaktadır. Dolayısıyla girişimciler ekonomide dinamik bir yapı oluşturarak, yeni ürün ve hizmetlerin sunulmasında, yeni pazarların ortaya çıkmasında büyük rol oynamaktadır. Artık bir ülkenin girişim gücü, o ülkenin veya bölgenin ekonomik durumunun da göstergesi niteliğindedir.

Girişimciliğin 1980'lerden bu yana daha çok anılır bir kavram olmasında istihdam oluşturma, piyasada yeni işletmelerin kurulması, yenilik kültürünün yaygınlaşması, ekonominin büyüme kazanması ve toplumun gelir düzeyinin yükselmesine yönelik etkilerinin önemi büyüktür. lkelerin gelişip kalkınmasındaki faktörlerden biri de girişimci bireylerin sayısının fazla olmasıdır. Girişimcilik, geri kalmış ekonomilerde yapılanmanın, gelişmekte olan ekonomilerde kalkınmanın, gelişmiş ekonomilerde ise dinamizmin temelini oluşturmaktadır. Bir lke için yeni işletmelerin kurulması demek, gayr safi milli hasılanın artması anlamını taşımaktadır.

Girişimciliğin nemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma ve sonunda da toplumsal refaha dönüştürmelerinde yatmaktadır. nk yatırım neticesinde istihdam ve gel düzeyi yükselmekte, bireylerin ve genel olarak toplumun refah düzeyi artmaktadır. Yatırımlar ekonomik dengeye ulaşmada önemli etkenlerdir. Milli ekonomi açısından bakıldığında girişimcilerin yürüttüğü yatırım projeleri, aşağdaki nedenlerden dolayı önem kazanır (Güney, 2008):

1. Milli gelirdede artış sağlanması,
2. Gizli ve açık işsizliğin giderilmesi,
3. Gelir dağılımında adaletsizliğin nlenmesi,
4. Kalkınma ve sanayileşmenin yaygın hale getirilmesi,
5. Dış demeler dengesinde açığın kapatılması,
6. Yerli hammaddelerde üretimin değerlendirilmesi.

Girişimcilerin ekonomiye sağladığı katkı ise şu şekilde de ifade edilebilir:

1. İş olanakları yaratmak.
 - a. Öğrenci ve ev hanımları gibi kesimlere yarı zamanlı iş olanakları sağlamak.
 - b. Kadınlara iş olanakları yaratmak.
 - c. Azınlıklara iş olanakları yaratmak.
 - d. İşten ıkarılan ya da emekli olanlara iş olanakları yaratmak.
 - e. Düşük eğitim seviyesi olanlara iş olanakları yaratmak.
2. Yeni rn ve hizmetler sunmak.

3. Büyük firmalara tedarikçi olmak, taşeronluk yapmak, hizmet sunmak ya da bayilik yapmak.
4. Büyük firmaların sunmadığı ama toplumun talep ettiği ürün ve terzi, kuaför, tamirat, kuru temizleme v.b. gibi hizmetleri sunmak,
5. Rekabeti arttırma yoluyla çeşitliliği ve kaliteyi arttırmak.

2.3. Girişimcilik Süreci

Girişimciler iş yaşamına başlarken belli başlı riskleri göze alarak çeşitli aşamalardan oluşan bir süreç izlemektedir. Yeni bir girişim başlatma sürecinin girişimci tarafından hayata geçirildiği süreç girişimcilik sürecidir denebilir. Bu süreçte esas olan girişimci tarafından fırsatların analiz edilip belirlenmesi ve fırsatların yatırıma dönüştürmede kullanılmasına yönelik eylemde bulunulmasıdır. Girişimcilik süreci Michael H.Morris'e göre altı aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar şu şekildedir (İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010):

1.Fırsatı görmek ve tanımlamak: Girişimcinin, girişimcilik bağlamında bir faaliyete başlayabilmesi için önce fırsatları görmesi ve tanımlaması gereklidir. Bu fırsatlar, değişen demografik unsurlar, yeni piyasa çeşitlerinin ortaya çıkışı, yeni süreçle ilgili ihtiyaçlar, düzendeki değişimler, sosyal değişimler vb. olabilir. Girişimsel faaliyet hangi alanda ve hangi fonksiyonlarla ilgili olursa olsun, girişimcinin kendisi ve işletmesi için mevcutta fırsat olan ve gelecekte fırsat olabilecek şeyleri görebilmesi veya mevcut durumdan kendisi için fırsatlar ortaya çıkarabilmesi gereklidir. Fırsat olarak görülen bu unsurlar girişimci tarafından işletme içi ve işletme dışı unsurlarla ilişkilendirilerek tanımlanabilmelidir.

2. Fikir geliştirmek: Girişimci gördüğü ve tanımladığı fırsatları, bir fikir haline getirebilmelidir. Bu fikir, yeni ürün, yeni pazar, yeni yöntem, yeni örgütsel yapılar, yeni teknoloji, yeni satış ve dağıtım kanalları vb. olarak ortaya çıkar.

3. Gerekli kaynakları tespit etmek: Bir fikrin uygulamaya dönüştürülmesi için gerekli kaynakların neler olduğu ve nasıl temin edileceği tespit edilmelidir. Bu kaynaklar; yetenekli iş gören ihtiyacı, uzman yönetici ihtiyacı, pazarlama ve satış uzmanları,

teknik alanda uzman kişiler, finans ihtiyacı, dağıtım kanalları ihtiyacı, arz kaynakları ihtiyacı, üretim tesisi ihtiyacı, lisans, patent vb. olabilir.

4. *Gerekli kaynakları temin etmek:* Girişimci, dördüncü aşamada, tespit ettiği kaynakları temin etmelidir. Bunun için de, dış kaynaklardan yararlanabilir, akraba veya tanıdıklardan borç alabilir, başka borç kaynaklarını kullanabilir, öz sermaye kullanabilir. Aynı zamanda, girişimci ihtiyacı olan işgücünü, kurmayları, finans arz edenleri de bulmalıdır. Girişimci bütün bu kaynakları kendi başına temin etme yolunu tercih edebilir ya da ortak yatırım girişimleri yolunu tercih edebilir.

5. *Fikri uygulamaya sokmak ve yönetmek:* Beşinci aşamada girişimci, fikri uygulamaya başlar, süreci ve elde edilen başarıyı izler, tedarikçilere geri ödemeler yapar, aynı zamanda yeni yatırımlar yaparak girişimin büyümesini sağlar ve amaçlarına ulaşmaya başlar.

6. *Risk almak:* Aslında fırsat uygulanmaya başlandığı andan itibaren girişimci risk almaktadır. Ancak, risk, sadece sürecin başında değil, her aşamasında mevcuttur. Girişimci, ana faaliyetlere yeni fikirler yükleyerek, lisans hakları alarak, girişimin değerini artırıp, ya da yeni başka bir yatırım için mevcut girişimi sonlandırarak süreç içerisinde risk almaya devam edecektir.

2.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilerin iş kurmasını etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler genel olarak girişimcilerin demografik özelliklerinin sebep olduğu faktörler, girişimcinin kişisel özellikleri, çevresel faktörler, kültürel faktörlerin etkisi şeklindedir. Bu faktörler ayrıntılı olarak aşağıda yer almaktadır.

2.4.1. Demografik Faktörler

Girişimciliği etkileyen faktörlerden ilki girişimcinin demografik özellikleridir. Bu özellikler girişimcilerin yaş durumu, cinsiyet durumu, eğitim durumu, ailenin etkisi ve iş deneyimi şeklinde sıralanabilir.

2.4.1.1.Yaş Durumunun Etkisi

Dünya üzerinde yapılan araştırmalarda girişimcilik endeksinin 25 ila 34 yaş arasında yoğunlaştığı, 34 yaşın üstünde ise girişimcilik eğiliminin azaldığı gözlenmektedir. Bu çalışmalarda yaşın girişimciliğe etkisine dair detaylı bilgilere ulaşılamaması, yaş faktörünün diğer faktörlere oranla daha az etkili olduğu fikrine sebep olmaktadır.

Girişimcilik konusunda önemli araştırma merkezlerinden biri olan Babson Koleji'nin 1984 yılında girişimci olanlar ile olmayanlar üzerinde yapmış olduğu çalışma neticesinde, girişimcilerin iş kurma yaşı büyük oranda 22-55 yaş aralığında değişmektedir. Bu geniş yaş aralığında, girişimcinin girişime başlama yaşının ise yine büyük oranda diğer etkenlere bağlı olarak değiştiği sonucuna varılabilir. (Bird, 1993)

2.4.1.2.Cinsiyet Durumunun Etkisi

Genel olarak bakıldığında, kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden pek fazla ayırt edici özelliği yoktur. Ayrıca işe ve fırsata bakış açıları da çok farklı değildir. Kadın girişimciler, genelde kadınlık ve annelik rolüne uygun bir kariyer çizgisinde erkek meslektaşlarınca da desteklendiği gibi, esas olarak evini ve ailesini merkez olarak alan işlere girişmektedirler ya da bu rol onlara biçilmektedir. (Marangoz, 2012)

Küresel Girişimcilik Monitörü'nün (GEM) 2004 yılında hazırladığı Üst Yönetim Raporu'na göre, tüm ulusal gelir kategorileri açısından bakıldığında; erkek girişimcilerin kadın girişimcilere oranla sayılarının daha fazla olduğu görölmüştür. Cinsiyet farklılıkları, ölkelerin gelir durumlarına göre incelediğinde ise en çok cinsiyet farklılığı, orta gelir grubundaki ölkelerde (erkekler kadınlara göre % 75 oranında daha fazla) gözlenmiştir. En az cinsiyet farklılığı, yüksek gelir grubundaki ölkelerde (erkekler kadınlara oranla % 33 daha fazla) görölmektedir. Düşük gelir grubundaki ölkelerde ise kadın girişimciler, erkeklerden % 41 daha azdırlar.

Cinsiyetin girişimcilik üzerine etkilerini incelediğimizde karşımıza çıkan sonuç, her durumda kadın girişimcilerin girişimcilikteki rolünün erkeklere oranla daha az olduğudur. Bunun nedeni olarak; her ne kadar toplumdan topluma farklılık gösterse

de erkek egemen toplum yapısı, ev ve ailevi sorumlulukların kadınlar üzerinde olması, özgüven eksikliği, kendi potansiyelinin farkında olmama ya da geç farkına varma gibi nedenler sayılabilir.

2.4.1.3. Eğitim Durumunun Etkisi

Girişimciliğe etki eden faktörlerden biri de girişimcinin eğitim düzeyidir. Kendini geliştirmiş ve iyi bir eğitim almış girişimci adayı, iş yaşamında karşılaştığı problemlere karşı daha analitik çözümler üretebilmektedir. İş yaşamındaki girişimcilere bakıldığında, bireylerin bilgi düzeyinin artışı beraberinde üretkenlik ve verimliliği artırmaktadır.

Bireylerin kendilerine yönelik yatırımları, ileride kariyer seçimlerinde ve girişimci olma hususundaki kararlarını etkilemektedir. Kişinin kendisi için yapabileceği en önemli yatırım şüphesiz ki eğitimidir. Bilgi çağı olarak da isimlendirilen günümüzde bireyler kendilerine iyi bir gelecek kurmak için, kariyer seçimlerine dikkat etmeleri gerektiğini iyi bilmektedir. Bunun için de hayatlarında karşılaştıkları fırsatları iyi değerlendirmeleri hayati önem taşımaktadır. Eğitim fırsatları da bunlar içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle bireyler, çeşitli eğitimler alarak kendilerine yatırım yapmaktadırlar.

Eğitimin insanlar üzerinde fırsatları algılamaya yönelik olumlu etkisinin yanında, kişilerin diploma ve sertifikasyon sürecine aşırı yatırım yapması da risk alma kabiliyeti üzerine olumsuz etki gösterebilmektedir. Bireylerin eğitim düzeyi arttıkça iş hayatında gördüğü riskler de artar. Bu nedenle sahip olduğu bilgi birikimiyle kendi işini kurma düşüncesinden uzaklaşarak, başka işyerlerinde çalışıp yükselme veya kendine yetecek kadar kazanç getiren bir işte sabit olarak kalabilmeyi amaç edinebilirler. Sonuç olarak da girişimci olmaktan vazgeçebilirler.

2.4.1.4. Ailenin Etkisi

Sosyal örgütlenmelerin temel birimlerinden olan aile, girişimcilik kültürünün oluşmasında da en önemli etkenlerden birisidir. Çocuğun aile içerisinde aldığı eğitim ve görgü onu yaşamı boyunca etkileyebilmektedir. Ailenin çocuğu erken yaşlarda

deneyim kazanması için cesaretlendirmesi ve eylemlerinde desteklemesi bireyin girişimcilik duygusunu geliştirmektedir. Aynı şekilde ailenin çocukları eleştirilmesi, engellemesi ve cezalandırması ise çocuklarda suçluluk duygusunu geliştirerek başarısızlık korkusuna yol açmaktadır. (Güvenç, 1984)

Ebeveynlerin çocukların iç kontrol odağını destekleyici tutumları, onların ileride girişimci olma isteğini kuvvetlendirmektedir. Kontrol odağı, bir bireyin yaşamında ödül ve cezalar hakkındaki algılamalarını, yaşamındaki olayları kontrol edip edemeyeceğine olan inancı yansıtır. İç kontrol odağı gelişmiş bir birey, başarılarının ve başarısızlıklarının kendi kontrolünde ve yaptıklarında olduğuna inanır ve olası bir fırsat karşısında girişimde bulunur. Bunun aksine çocuklarını aşırı korumacı ve kontrolcü bir şekilde yetiştiren ebeveynler, çocukların dışsal kontrol odağına sahip olmasına, girişimcilik özelliklerinin gelişmemesine yol açmaktadırlar. (Jennings, Cox ve Cooper, 1994)

Aile içerisinde özellikle babanın girişimci olması, çocukların ileride girişimci olmasını etkileyen bir diğer faktördür. Çoğu girişimcinin babasının girişimcilik yolunda ilerlemiş olduğu, bazılarının da dededen toruna kadar uzanan kurumsal ve eski ticari işletmelere sahip olduğu gözlenmiştir. (Collins, Moore ve Unwalla, 1964) Babalar çocuklarına büyük miktarda destek sağlamakta ve küçük burjuva pozisyonlarını korumak ve bu sınıfta kalmak için yeterli sermaye bağışında bulunmaktadırlar. Buna da miras etkisi denmektedir. (Robert ve Burkodi, 2000)

Morrison'a göre ise ailede girişimcilik deneyimi olan birilerinin varlığının avantajları şu şekildedir: (Morrison, 2001)

- Girişimci geleneğinin kişiye miras kalması,
- İş kurma ve işletme sahipliği geleneği sürdürme eğilimi,
- Yeni doğan aile bireyine güçlü iş ahlakı sağlanması,
- Girişimcilik adına çabalayan bireyin çabalarının daha iyi anlaşılacak olması ve daha çok destek görmesi,
- Yeni işletme kurmak isteyen aile bireyleri için kaynakların seferber edilmesi.

2.4.1.5. İş Deneyimi Etkisi

Girişimci kişiler, genelde mevcut işlerinden şikâyetçi oldukları zaman kendi işlerini kurma niyeti içerisinde olmaktadır. Yapılan çalışmalarda işlerinde tatmin düzeyi daha az olan girişimcilerin, kendi işlerini kurduklarında çok daha başarılı oldukları görülmüştür.

Bireylerin girişimci olmadan önceki dönemlerinde yaşadıkları iş deneyimi onların sadece bağımlı olarak çalıştığı işleri içermeyebilir. Girişimciler geçmişte kendi işletmelerini kurmuş ve bir süre bu işletmelerini yönetmiş olabilmektedir. Bu şekilde bakıldığında geçmişte iş kurma deneyimi olan girişimcilerin yine kendi işlerini kurma olasılıklarının fazla olduğu görülmektedir. Daha önceden işletme kurulmuş olması, yaşadıkları iş kurma süreci tecrübesinden ötürü iş kurma aşamalarına daha ılımlı ve daha kolay bakmalarını sağlamaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalar, bunu koridor prensibi ile açıklamaktadır. Koridor prensibi, bir kişinin girişimcilikte geçirdiği yıllar arttıkça, o kişinin daha fazla işletme kurma ve daha fazla işletmeye sahip olma ihtimalinin artış gösterdiğini savunmaktadır. Özetle, bağlı çalışan olarak artan iş deneyimi girişimci olma olasılığını azaltırken; girişimci olarak artan iş deneyimi girişimci olma olasılığını artırır. Ancak girişimciler, bu deneyimleri sadece kendi işletme kurma ve kapatmalarından almak zorunda değildir. Girişimcinin çevresinde, beraber vakit geçirdiği insanların yaşamış olduğu deneyimler de girişimciye önemli bir tecrübe kazandırmaktadır. Bu tecrübeleri girişimciler kendi işlerini kurarken kullanmakta ve daha önce hata yapılan yerlerde hatalar yapmamaya çalışmaktadır. (Bird, 1993)

2.4.2. Kişisel Özelliklerin Etkisi

Girişimcilik kavramı ele alınırken genelde girişimcilik faaliyetleri incelenmekte, kişisel özellikler ise ikinci plana atılmaktadır. Oysaki kişilik, insan davranışlarının temelini oluşturan bir kavramdır.

Kişilik kelimesi latince “persona” kelimesinden türemiş ve asıl olarak “oyuncuların oyunlarda yüzlerine taktıkları maske” anlamına gelmektedir. Buradan da anlaşıldığı

gibi kişilik, insanların diğer insanlar ile irtibat halindeyken dış dünyaya sergiledikleri özelliklerdir. (Schultz ve Schultz, 1996)

Kişilerin hem genlerinde yer alan özellikler hem de gelişme dönemlerinde edindikleri bilgi, birikim ve deneyimler, ileriki zamanlarda kişinin iş kurma kararlarında etkilidir. Bu nedenle kişilik, bireylerin bir girişimci olarak mı yoksa bir bağımlı çalışan olarak mı daha mutlu olacağını belirleyen yegâne kavramdır.

Kişisel özelliklerin, girişimcilik psikolojisi üzerindeki etkilerini ölçmek için yapılan araştırmalar ortaya çıkarmıştır ki, girişimcilikte bireysel dürtülerin etkisi çok fazladır. Yapılan çalışmalara göre, girişimcilikte rol oynayan en temel kişilik özellikleri; başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, yenilikçi olma ve bilişsel özelliklerdir.

2.4.3. Çevresel Faktörlerin Etkisi

Girişimciliği etkileyen bir diğer faktör ise kişinin içinde bulunduğu çevredir. Girişimcilik potansiyeline sahip bireylerin, nasıl bir sosyal çevrede yoğrulduğu iş kurma aşamasında çok da önemli bir etken olmasa da konu dâhilinde ele alınması gerekmektedir.

Yapılan araştırmalara göre; girişimcilerin kendi istek ve kararlılıklarının dışında sosyal çevresindeki insanların da girişimci olma oranına göre harekete geçtiği görülmektedir. Bygrave ve Minniti bu durumu, Granovetter'in toplu hareket etme ile ilgili ortaya çıkardığı “Eşik Modeli” ile açıklamıştır. Bu modelde, insanların bir isyana veya greve katılırken bu etkinliğe katılanların sayısına göre karar verdiği görülmektedir. Modele göre, isyancıların veya grevcilerin sayısı arttıkça arada kaybolma olasılığı da artacak ve birey bu etkinlikten bir zarar görmeyecektir. Özetle bu model, girişimcilerin sosyal çevresinin girişimcilerle dolu olması dâhilinde kendisinin de ister istemez bu yola girebileceğini öngörmektedir. (Bygrave ve Minniti, 1999)

2.4.4. Kültürel Faktörlerin Etkisi

Bir ülkede ve toplumda girişimciliği ve girişimcilik kültürünü etkileyen unsurların en başında kültürel yapı gelmektedir. Kültürün, ait olduğu toplumun kurallarına, kurumlarına, süreçlerine, ilişkilerine ve yapılarına şekil vererek; üyelerinin çalışma derecesini, biçimini ve yöntemini güçlü bir şekilde yönlendirdiği genel olarak kabul edilmektedir. (Güney, 2008)

Geert Hofstede, 1980'li yıllarda 40 farklı ülkeden çalışanlara sahip IBM firması üzerine yaptığı bir çalışmada firmada mevcut dört ayrı kültür boyutu tespit etmiş ve bunların farklı ülkelerdeki kültürlerden geldiğini gözlemlemiştir. Bu dört kültür boyutunu; bireycilik ve kolektivizm, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma ve erkeksilik/dışılık olmak üzere gruplandırmıştır.

2.4.4.1. Bireycilik / Kolektivizm:

Bireycilik açısından yüksek toplumlarda, insani ilişkilerin zayıf olduğu ve bireylerin daha çok kendi çıkarları çerçevesinde hareket ettiği görülmektedir. Kolektivist (toplulukçu) toplumlarda ise, bireyler sorgulama yapmadan kendilerini bir topluma ait hissederek toplumun çıkarlarını kendi çıkarlarının önüne koymaktadır. Bireyciliğin ön planda olduğu toplumlarda, bireysel girişimler piyasada daha çok hakim taraftır. Bireysel girişimin ve bireysel yaklaşımların ön planda tutulduğu toplumlarda girişimcilik de daha fazla ön plandadır.

2.4.4.2. Güç Mesafesi:

Toplumlar içerisindeki bireylerin arasındaki eşitlik ya da eşitsizlik düzeyi, güç mesafesi şeklinde gruplaşma oluşturmuştur. Güç mesafesi yüksek düzeyde olan toplumlarda;

- Herkesin bir güç hiyerarşisi içinde bir yerinin olması,
- Birilerinin üstte bazılarının da altta olması gerektiğine inanılması,
- Bazı insanların bağımsız olması bazılarının da onlara bağımlı olması gerektiğinin düşünülmesi,

- Üstlerin ve astların diğerlerini başka bir cinsten insanlarmış gibi farklı değerlendirmesi,
- Sosyal değişimi gerçekleştirme yolunun gücü elinde bulunduranların tahtını elinden almak ile gerçekleşeceği düşünülmektedir.

Güç mesafesi düşük olan toplumlarda ise;

- Toplumdaki eşitsizliğin giderilmesi,
- Herkesin birbirine karşılıklı bağımlı olması,
- Astların ve üstlerin diğerlerini kendileri gibi insanlar olduklarını düşünmesi,
- Sosyal değişimi gerçekleştirme yolunun gücün yeniden dağıtımından geçmesi

gerektiği kabul edilmektedir. (Holfstede, 1980)

2.4.4.3. Belirsizlikten Kaçınma

Belirsizlikten kaçınma, toplumun risk ve belirsizlikten kaçınma konusundaki tolerans düzeyini ifade etmektedir. Bireylerin belirsizlikten kaçınma derecesi de iş yapma eğilimlerini etkilemektedir. Belirsizlikten kaçınma düzeyinin düşük olduğu kültürlerde büyük belirsizlikleri tolere etme derecesi yüksek olmakta, esneklik tercih edilmekte, kişisel seçim ve karar verme ön planda olmakta, analitik becerileri geliştirmeye önem verilmekte, inisiyatif alma, risk alma ve ekip çalışması ödüllendirilmektedir. Belirsizlikten kaçınma derecesinin yüksek olduğu toplumlarda kurallar ve prosedürler tercih edilmekte, itaat ve uyum gösterme önemli olmakta ve ödüllendirilmekte iken, aksi davranışlar ve hataların ise cezalandırılması esastır. (Güney, 2008)

2.4.4.4. Erkekçilik / Dişilik

Toplumlarda belirgin olarak ortaya çıkan bir diğer kültürel boyut da erkekçilik/dişilik boyutudur. Erkekçilik gösteren toplumlar genel olarak;

- Hırs,
- Kazanç,
- Tanınma,
- Para kazanmaya önem verme,
- Başarı motivasyonuna sahip olma,
- Materyalist eğilimlere egemen olma,

gibi özellikler sergilemektedir. Dişilik gösteren toplumlar ise;

- İnsan ve insanlar arası ilişkilere yüksek önem verme,
- Dostça ve güvenli bir ortamdan memnuniyet duyma,
- Daha düşük başarı motivasyonu,
- Alçakgönüllülük,
- Yaşamın genel niteliğini, yani yaşam kalitesini önde tutma

gibi değerleri önemsemektedirler. (Holfstede, 1980)

2.5. Girişimcilerin Özellikleri

Yeni bir işletme kurmak büyük ölçüde bireysel bir karar olması nedeniyle, bir girişimci olarak bireyin özellikleri girişimcilik çalışmalarının merkezinde yer almaktadır. Bir işletmenin kuruluş aşamasında yenilikçilik ve eylemde bulunma isteği, bir girişimcinin mutlaka sahip olması gereken önemli özellikleri arasında bulunmaktadır. Yenilikçiliğin anlamı, girişimcinin oluşturacağı organizasyonla yeni durumlara çözüm önerileri üretme yeteneğiyle donatılmış olmasıdır. Bu durum büyük oranda girişimcinin eğitim ve deneyimlerle elde ettiği yeteneklerle ilişkili olmaktadır. (İlter, 2010) Eylemde bulunma isteği de girişimcinin eğitimi ve kontrolü altında bulunan kaynaklarla doğrudan ilgili olduğu söylenebilir.

Girişimci olabilmek için, belirsiz olayları önceden görmenin ve sezmenin de önemli olduğundan bahsedilmektedir. Bu görüş doğrultusunda girişimci, ortamı oldukça iyi gözetleyerek, olayları sezgileriyle yorumlayarak, ürün ve hizmetleri üretmek için gerekli kaynakları bir araya getiren kişi olmaktadır. Buna göre girişimciler sezgisi güçlü, iyi gözlemci, hayal gücü yüksek, kaynaklara ulaşabilecek ilişkiler ağına sahip,

insan kaynağı başta olmak üzere kaynakları iyi yönetebilen, düşünme ve muhakeme yetenekleri güçlü olan bireyler olarak ifade edilebilir. (Çetindamar, 2002)

Yukarıdaki bilgiler ışığında; 1950'lerden önce araştırmaların, kimlerin girişimci bireyler olabileceği ya da olamayacağı konusunda ayrıştırıcı kriterler konusunda yapılmaya başlandığı gözlenmiştir. Takip eden yıllarda girişimci bireylerin girişimcilik özelliği ön plana çıkanların, diğer kişilere göre başarıya daha aç ve riske daha yatkın oldukları iddia edilmiştir. Yine, yapılan araştırmalarda bazı milletlerin girişimciliğe daha yatkın vatandaşlara sahip olduğu ileri sürmektedir. Bu durumun sebebinin ise, bu milletlerdeki sosyal yaşam da vatandaşların daha fazla başarı ihtiyacı olduğu belirtilmektedir. Başarıya aç olma önemli bir faktör olmaktadır. Karar verirken kişisel sorumluluk üstlenme, hedeflere odaklanma ve bu hedeflere bireysel gayretle ulaşma, bu faktörün yansımış biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. McClelland tarafından bireylerdeki yüksek başarı gereksiniminin girişimci olma konusunda etkili olduğu ileri sürülmüştür. Bu konuda başka bir inceleme Kets de Vries tarafından yapılmıştır. Kets de Vries girişimci kişilikle ilgili on bir deneysel araştırmayı inceleyerek girişimcilerin kişiliğinin karmaşıklığını anlatmıştır. Çalışmasında girişimci kişilerin bilhassa daha fazla başarıya ihtiyaç duyması, bağımsız hareket etmeye ve belli ölçüde riske girme niteliklerini taşıdıklarını belirlemiştir. Timmons bu konu üzerine elliden fazla araştırmayı inceleyerek girişimci kişilerin altı adet niteliği hususunda bir uzlaşma tespit etmiştir. Bu özellikler; sorumluluğa ve kararlılığa sahip olma, lider ruh, fırsatlara odaklanma, riske girebilme ve belirsizliğe karşı tolerans, yaratıcılığa sahip olma, kişisel güvene sahip olma ve çevreye uyum sağlama ile rakipleri yenme ya da onlara üstünlük kurma güdüsü olarak ifade edilmiştir. Timmons bahsi geçen çalışmada kişilerin girişimciliğine ve işinde başarısına etki eden kişisel ve kültürel mazilerini de analiz etmiştir. Ön plana çıkan nitelikler, iş sahibi bir anne-babaya sahip olmak, birçok defa işten çıkarılmış olmak, yurtdışından ülkeye yerleşmiş bir aileye sahip olmak, ailedeki ilk çocuk olmak, üniversiteden veya kolejden mezuniyet sahibi olmak şeklindedir.

Yine 1980'li yıllarda yapılan farklı bir çalışma içerisinde, girişimcilerin niteliklerinin beş husus üzerinde odaklandığı gözlenmektedir. Bu nitelikler, riske girebilme özelliği, belirsizliklere karşı tolere yeteneğine sahip olma, kontrol odağına sahip

olma, özerkliğe, üstünlüğe, bağımsızlığa düşkünlük ve kişisel saygıya önem verme, başkaları tarafından onay ve desteğe gereksinim şeklinde belirtilmiştir. Bunlar bir yöneticiye ne kadar gerekliyse, bir girişimciye de o kadar gerekli olduğu düşünülmektedir.

Son yıllarda birçok araştırmada yer verilen temel özellikler olarak kontrol odağı, hesaplı risk alma, bağımsızlık, başarı gereksinimi, yenilik, yaratıcılık, belirsizliğe karşı tolerans unsurlarının girişimci bireylerin özellikleri olarak ölçülmeye çalışıldığı söylenebilir. Girişimcilik çalışmalarında sıkça sözü edilen girişimcilere yönelik bu özellikler aşağıda açıklanmıştır.

2.5.1. Kontrol Odağı

Girişimci kişilerin temel bireysel özelliklerinden birisi olan kontrol odağı, kişinin hayatı süresince yaşadığı olaylara yönelik kontrol mekanizmasını ifade etmektedir. Rotter'e göre bireyin kontrol odağını içsel ya da dışsal olarak ifade etmek mümkündür. İçsel kontrol odağı, bireyin kendi yaşamı üzerinde kontrol sahibi olduğunu ifade etmektedir. Dışsal kontrol odağı ise diğer bireylerin eylemlerine, şansa odaklanan, kadercı yönü olan bireysel özelliktir. Başka bir ifadeyle bireyin yaşamındaki olayların kendi kontrolü altında olduğunu algılama düzeyine içsel kontrol odağı denilmektedir. Kişinin bireysel çalışmaları ile ilgisi olan durumların kontrol dışı olduğu algılaması da dışsal kontrol odağı olarak ifade edilmektedir. İçsel kontrol odağı sahibi kişiler, çalışmalarının sonuçlarını kendi üstünlüklerinin ya da eksik yanlarının belirlediğini düşünmektedirler. Bu nedenle içsel kontrol odaklılığı; daha fazla çalışmak, yetenek, kararlı olma ve elde edilmiş sonuçları tasarlama gibi niteliklere yer verdiğini söylemek mümkündür.

İçsel kontrol odağı ile başarılı olma ihtiyacı arasındaki ilişki bazı araştırmacıları girişimci bireylerin içsel bir yapıya sahip olduklarına inanmaya sevk etmiştir. Girişimci olma isteği ile içsel kontrol odağı arasında güçlü bir ilişkinin olduğu pek çok araştırmayla ortaya konulmuştur. Kişilerin yaşamlarındaki bireysel kontrol inancı, onların yaşama dair tutumlarını, önemli olayları algılamalarını ve çalışma davranışlarını yakından etkilemektedir. İşletme kurucularının ya da çalışanlarının sahip oldukları içsel kontrol odağı ile işletmelerinin performansı arasındaki pozitif

ilişkinin varlığı bu durumu güçlendirmektedir. Konuyla ilgili literatürdeki deneysel bulgular, içsel kontrol odağının girişimsel bir özellik olduğunu ortaya koymaktadır. İçsel kontrol odağına sahip bireylerin, başarıyı elde etmek için dışsal kontrol odağına sahip bireylerden daha fazla çabaladıkları düşüncesi kabul görmüştür. Bazı araştırmacılar da kontrol odağını, başarılı girişimcileri başarısız girişimcilerden ayırt eden bir özellik olarak görmektedirler. (İlter, 2010)

2.5.2. Hesaplı Risk Alma

Girişimci tanımlarının çoğunda makul riskler alma veya hesaplı risk üstlenme girişimcilik özellikleri arasında yer almaktadır. 18. yüzyıl başlarında Richard Cantillon girişimciyi risk alan birey olarak tanımladığı bölüm başında belirtilmiştir. O tarihten günümüze girişimci tanımlarının çoğunda finansal, psikolojik ve sosyal açıdan risk alma girişimsel sürecin ögesi olarak ele alındığını söylenebilir.

Teknik olarak risk, bir kaybın ortaya konma olasılığı olarak tanımlanmakla birlikte, iş hayatında bir şeyleri kazanma arifesindeki pozisyon olarak değerlendirilmiştir. Ancak bu kazancın kesin olmayacağı da söz konusu olabilecektir. Risk alma eğilimi, bireyin belirsizlik durumlarında karar alırken şansını denemeye yönelik eğilimi olarak tanımlanan risk alma özelliği, girişimcileri diğerlerinden ayırt etmektedir. Belli ölçüde risk alabilen kişiler şeklinde değerlendirilen girişimci kişiler, bir kazanımın elde edilmesinde kontrole ya da yeteneğe haiz olduklarını hissediyorlarsa böyle durumlarda belirli düzeyde risk almaya yönelmektedir. Risk kavramına kaybetme olasılığı demek de mümkündür. (İlter, 2010) Başarılı girişimcilik açısından risk üstlenme yeteneğinin hem olumlu hem de olumsuz yönleri bulunmaktadır. Gözü kara olma girişimcilikte dikkat çeken bir özellik olmaktadır. Gözü karalık girişimciliğin başta gelen evrensel niteliklerinden biri olan risk alma yönünden olumlu bir özelliktir. Diğer taraftan gözü karalık cehaletten gelen cesaretin de göstergesi olmaktadır. Her risk bir belirsizliğin sonucu olmaktadır. Ancak başarılı bir girişimci kendisi için bir alın yazısı niteliğinde olan belirsizliği aydınlatarak, önünü görme gayreti içinde bulunmalıdır. (Müftüoğlu ve Durukan, 2004) Kısaca ifade etmek gerekirse, girişimcinin cesaretin cehalete dayanan bölümünü azaltarak, hesaplı ya da akılcı bölümünü artırma gayreti içine girmesi gerektiği söylenebilir.

Teoride risk üç boyutludur: Birincisi, olası kayıplar ve bunların büyüklük derecesi, ikincisi olası kayıpların gerçekleşme ihtimali ve üçüncüsü de olası kayıpları ortaya çıkarmak olarak sıraya konulabilir. Girişimci kişiler aşağıdaki alanlarda belirsiz durum ya da olası kayıplar yaşayabilmektedir. Bu alanlar;

- Finans durumu,
- Sosyolojik ve ailevi etkenler,
- Mental veya fizik yönden kayıplar,
- Kariyerleri ve ileriki yaşamlarında çalışkan olma yetisi,
- Organizasyon boyutu

şeklindedir. Bu belirsizlikler, girişimcilerin hızlı kararları ve davranışlarıyla ilgili olduğu söylenebilir. Risk yüklenme sonuç itibarıyla rasyonel bir tercihtir.

2.5.3. Bağımsızlık ve Başarı Gereksinimi

Bağımsızlık ve başarı gereksiniminin girişimci bireylerin psikolojik özellikleri arasında önemli bir yeri bulunmaktadır. Bağımsızlık gereksiniminin kontrol duygusuyla yakından ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Girişimci yapacağı işlerde kendi yöntemini uygulamak istemekte ve bir başkası için çalışmak ona zor gelmektedir. Dolayısıyla girişimci bireyin en güçlü ihtiyaçlarından birisini, kendi işine sahip olma isteği ile doğrudan bağlantılı olan bağımsızlık gereksinimi oluşturduğu düşünülmektedir.

Başarıyı basit olarak, her normal insanın kendisi hakkında duyduğu ya da hissettiği olumlu psikolojik duygular olarak ifade etmek mümkündür. Girişimcilikte başarı ihtiyacı daha çok girişimcilerin teknik iş süreçleri hakkında yeterli bilgiye sahip olma, çevreden alınan enformasyon ve algılanan fırsatlarla ilgili olarak, girişimcilerin işle ilgili geleceği zihinlerinde tasarladıkları, yüreklerinde hissettikleri doğal psikolojik bir duygu olmaktadır. Son dönemlerde girişimci başarısı, niteliksel olarak daha fazla getiri ve daha hızlı büyüme olarak da tanımlanmaktadır. (İlter, 2010)

Çoğu araştırmacının girişimcilikle ilgili araştırmalarında, özellikle girişimci adayının psikolojisi hususunda McClelland'ın başarı gereksinimi teorisine başvurdukları

görülmektedir. Bu teoride başarıya daha fazla ihtiyaç duyan kişiler problemlerin çözümünde, hedefleri saptamada, saptadıkları hedefleri kendi gayretleriyle gerçeklemede kişisel sorumluluk almanın yanı sıra, işi şansa bırakmak yerine, yetenekleri sayesinde belli ölçüde risk alabilmektedirler. Başarıya daha aç olmak, kişileri girişimciliğe daha çok iterek girişimciliklerini ortaya çıkaracak kendine özgü tavırlarını meydana getirmeye teşvik etmektedir. Yüksek başarı ihtiyacı hisseden kişiler, başarıya dönük arzulara sahip olmakta, böylece de girişimci yönü ağır basan davranışlar sergilemektedirler. Başarıya olan ihtiyaç ile girişimci kişilik arasındaki bağlantıya dikkat çeken hususlar literatürde oldukça fazla göze çarpmaktadır. Son zamanlarda yapılan diğer çalışmalar da girişimcilerin girişimci olmayanlardan daha çok başarı gereksinimine sahip oldukları görülmüştür. Sexton ve Bowman girişimcilerin yüksek düzeyde özerklik, başarı, bağımsızlık, hâkimiyet, direnme gereksinimine sahip olduklarını, bunun yanı sıra ayrıca yerleşmiş kurallara aykırı davranma ve düşük bir destek alma gereksinimine sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. (İlter, 2010)

Hayata girişimci olarak atıldıktan sonra memnun kalınmadığı takdirde çalışan olmak çok güçtür, zira girişimci bağımsızlığı seven kişidir, içinde yer aldığı her olaya kendisi müdahil olmak isteyen yapıdadır. Kişileri girişimde bulunmaya iten en önemli etkinin girişimci adayının bağımsızlığı ve hür iradeyle karar alma imkanı olduğu söylenebilir. Diğer yandan, mesai yapma saatlerinin belirsizliği, günler ve saatler boyu aralıksız çalışma zorunluluğu gibi durumların göz önünde bulundurulması gerekir.

2.5.4. Yenilik ve Yaratıcılık

Günümüz işletmelerinin tümünü fiilen içine alan rekabetçi zorunluluk ya da üstünlük yeniliktir. Yenilik girişimcilerin rekabetinde ve kalitenin oluşumunda oldukça önemli bir unsur olmaktadır. Ulaşılması zor ancak başarılması gereken bir misyondur. Yeni girişimlerde yenilik işe başlamak için temel motivasyon olmakta ve ayakta kalmak için temel ihtiyacı oluşturmaktadır. (Top, 2006)

Yenilikçilik, yaratıcı düşüncenin başarılı bir biçimde uygulanması ve sonuçlandırılmasıdır. Yenilikten kasıt, yeni bir fikrin, teorinin, icadın sunumu

olabileceği gibi, yeni bir yönetim süreci de olabilir. Yeni buluşları gün yüzüne çıkararak, yenilikçi faaliyetler gerçekleştiren, katma değerli işler üreterek toplumda refahı yükselten kişiler girişimcilerdir. Yenilikçiliğe yatkınlık, girişimci kişilerin ön plana çıkan niteliğidir. Girişimciler olmadan başarıya ulaşmış bir yenilik düşünmek mümkün değildir. Özetle yenilik, iş faaliyetlerinin yeni ve yegane biçimlerde oluşturulması ve uygulanmasıyla ilişkili olmaktadır. Yenilikçilik ise girişimciliğin odak noktası ve girişimcinin temel bir özelliğidir. Girişimci, eskinin yerine yeneiyi, bazı durumlarda tamamen, bilinmeyen yepyeneiyi getirdiği için geleneksele bağlı olanların direncini kırmak durumunda kalabilir. Girişimciler değişimi yaratan ve yöneten kişiler oldukları için, değişimi normal ve sağlıklı görürler. Girişimci, Schumpeter'in ifade ettiği gibi yaratıcı yıkıcılık görevini üstlenmiştir. Başka bir anlatımla, eskiyi işe yaramadığını düşünerek yıkar yeneiyi yaratır. Eskiye çok iyi tanımak ve bütünsel yaklaşımla yeninin özelliklerini çok iyi aktarabilmek gerekmektedir. Bunun için ise, çok yönlü düşünebilmek, yeninin kabul edilmesini sağlayacak ikna gücüne sahip olmak ve iyi iletişim kurmak gerekmektedir. (Çetindamar, 2002)

Yenilik düşüncesinin temel unsurunu yaratıcılık oluşturmaktadır. Yeniliğin kıvılcımı, kaynağı olan yaratıcılık, insanlık için yararlı ve yeni bir şeyler üretmek amacıyla girişilen olağanüstü bir gayret olarak tanımlanmaktadır. Yaratıcılık yeni bir fikir ya da yaklaşım üretmek olarak ifade edilebilir. Buluş yenilikler yapmak ya da üretmektir. Girişimi ise, yeni fikirleri ve buluşları değerlendirerek pazara sunmak olarak değerlendirmek mümkündür (İlter, 2010)

Yaratıcı insanlar her zaman sıra dışı olurlar. Daima yeni yolları dener, belirsizliklerin üzerine gider ve kaosun içindeki cevherleri bulup çıkartırlar. Mizahi bir güce sahiptirler, işe uymayan mevcut kuralları fazla önemsemezler. Kısa yoldan sonuca ulaşırlar, rutin durumlardan sıkılırlar, değişim, değişmek ve farklı olmak onları mutlu eder. Yaratıcı insanlar için geçerli olan bu ifadeler aynı zamanda girişimciler için de geçerli olmaktadır. Girişimciler de asla sıradan bir düşünce yolu izlemezler ve genellikle mevcut teorik varsayımlara da meydan okurlar. Sorunlarını çözerken esnek ve uyarlayıcı davranırlar. Ancak girişimcilik açısından yaratıcılığın, sadece zihinsel bir faaliyet olduğu unutulmamalıdır Yaratıcılık, girişimcilik süreci yönünden

son derece gerekli ve önemli bir özellik olmasına rağmen tek başına girişimciliği ortaya çıkarmak için yeterli bir unsur değildir. Girişimcilik açısından yaratıcılık, yenilikle birleştiği takdirde anlam kazanmaktadır. (Naktiyok, 2004) Yaratıcı olmak ve yenilik yapmak bir girişimcinin en temel özellikleri arasında yer almasının yanı sıra, bu özelliklere sahip olan organizasyonlar da kendilerini hızla değişen şartlara uyarlama ve rekabet üstünlüğünü elde etme şansına kavuşmaktadır.

2.5.5. Belirsizliğe Karşı Tolerans

Belirsizliğe karşı tolerans, risk içeren durumlarda konuyla ilgili bilgiye sahip kişinin, içinde bulunmakta olduğu duruma karşı tolerans düzeyidir. Bir durumun varlığında, bu durum hakkında kişilerin fazla bilgisinin bulunmadığı zamanlarda, belirsizlik durumunun var olduğunu söylemek mümkündür. Kişilerin belirsizlik durumuna yönelik algısı ile bu algıya yaklaşım tarzı, kullanıma uygun bilgileri yönetme yöntemi, onların belirsizliğe karşı tolerans düzeyini yansıtmaktadır. Belirsizliğe karşı toleransı fazla olan kişiler, belirsizlik durumlarında daha fazla çaba göstererek belirsizlik durumlarını idare etme gayreti içine girmektedir. Girişimciler sadece belirsiz bir çevrede faaliyet göstermeyip, hırslı ve gönüllü olarak belirsizliğe yönelmektedirler. (İlter, 2010) Bu nedenle belirsizlik toleransının girişimsel bir özellik olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla girişimcilik eğilimi olanların diğerlerinden daha çok belirsizlik toleransı sergilemeleri beklenmektedir.

2.5.6. Özgüven

Cansız, çalışmasında özgüvenin de girişimci kişilerin özelliklerinden biri olduğuna değinerek, özgüvenin girişimcilikteki yerini şu şekilde açıklamaktadır: “Girişimci bireylerin, başarının gerçek karşılığını sağlayan ve istenilen iş fırsatlarını arayıp bulan bireyler olarak kabul edildiği bir gerçektir. Girişimciler, fırsatların ortaya çıktığı kendi çevrelerinde faaliyette bulunurlarken aynı zamanda meydana gelen değişimlere de ayak uydurmaya gayret etmektedirler. Ayrıca problemler ya da fırsatlar için söz konusu olan yaratıcı ve riskli tercihleri yapma noktasında kendi bağımsız güçlerini kullanmaktadırlar. Özgüveni olmayan bireylerin bu işleri yüklenmesi genellikle mümkün olmamaktadır. Harekete geçme, yaratıcılık ve başarıya gibi olguların büyük değişimler olmaksızın gerçekleşmesi mümkün değildir.

Bu doğrultuda, girişimci bireylerin, belirsiz durumlarda gizli bir özgüven duygusu taşıdıklarını ifade etmektedir. Bu yüzden kendi kendine güven, girişim veya girişimciler için zorunlu bir öncelik olarak görülmektedir. Özgüven ile birlikte, genel olarak güven anlayışı zikredilmektedir. Bazı insanlar, özellikle bir işletme yapısı içinde girişimci bireyleri, bencil ve sömürücü olarak görmektedirler. Ancak gerçek hayatta girişimlerin başarılı olması, farklı girdilerin etkin bir şekilde koordinasyonuna, itimat ve güven derecesine ve ortaklar arasındaki işbirliğine bağlı olmaktadır.” (Cansız, 2007)

2.5.7. Motivasyon

Kılıç, kitabında; “Motivasyon, insanın sahip olduğu kişisel yetenek ve becerilerini belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere harekete geçirip kullanmasını sağlayan heves, istek, arzu, dürtü gibi enerji veren güç olarak betimlenmektedir. Doğru ve yerinde bir hedef belirlemek, en iyi motivasyon kaynaklarından. Bu hedeflerin yerine getirilmesi, kendini gerçekleştirme ve gurur gibi yüksek dereceli ihtiyaçların tatmin edilmesini kolaylaştırır. Hedefe ulaşılarak elde edilen başarının takdir edilmesi de süreci iyileştirici bir unsurdur. Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için kendine uygun bir konuyu fırsat bilerek bunu iş fikrine dönüştürüp gerçekleştirebilecek bir hedef haline getirmesi gerekmektedir.” şeklinde motivasyonun girişimcilikteki yerini tanımlamıştır. (Kılıç, 2005)

2.5.8. Liderlik

Koçel, kitabında; “Lider, bireyleri ortak hedeflere yönelten, hedefleri benimseten, bireyler arası köprüyü oluşturan, dağınık güç ve bilgiyi bir araya toplayıp sinerji yaratan kişi olarak tanımlanmaktadır. Liderlik ise; vizyon sahibi olmak, geleceğin ne kadarının bugünden ortaya çıktığını bilmek olarak betimlenmektedir. Liderlik kumaşını dokuyan iplikler; sezgi, yaratıcılık, hoşgörü, duyarlılık, empati, iç gözlem, merak, iyimserlik, güven, kendini adama, vizyon, risk alma, sentez yeteneği, aciliyet duygusu, dinleme ve iletişim becerileri olarak sıralanmaktadır. (Koçel, 2003)

Liderlik konusuna çalışmasında yer veren Cansız, girişimci kişilere ait özellikleri sıralarken liderlik hakkında şöyle demektedir: “Liderliğin birinci kuralı, lider ile onu

takip edenler arasında bir ilişki olmasıdır. İzleyenler yoksa yönetilecek kimse yok demektir. Liderlerden en fazla beklenen yönetilenlerin sahip olmadığı yetenekleri onlara kazandırması, her zaman amaçtan sapmaların önleyerek onları yönlendirmesidir. Lider vizyon sahibi olmalıdır. Vizyon hedef değildir. Vizyon geleceğin nasıl şekilleneceğini göstermektedir. Bir liderin ileriye yönelik kararlar verirken bilmesi gereken durumlar şu şekildedir. Lider;

- Strateji sahibi olması gerektiğini,
- Amacı olması gerektiğini,
- Üstün kalite, müşteri hizmeti ve hız gibi pazar piyasasında yarar sağlayacak etmenleri,
- Teknolojiyi,
- Kendi gücünü ve rakiplerini gücünü

bilmelidir.” (Cansız, 2007)

Cansız, kadın ve erkek girişimcilerin liderlik özelliklerini de kıyasladığı çalışmasında; “Kadın girişimcilerin ve erkek girişimcilerin liderlik özelliklerine baktığımızda, büyük ölçüde farklılıklar olduğu göze çarpmaktadır. Doğası gereği sahiplenme duygusuna ve sorumluluk alma bilincine sahip olan bir kadın girişimci, genellikle geleneksel emir komuta liderlik tarzını kullanarak değil, kadın olarak sahip olduğu benzersiz deneyimlerden ve çok yönlü düşünebilme yeteneğinden faydalanarak başarılı olabilmektedir. Erkekler ise kadın girişimcilere kıyasla liderliği, astlarıyla yaptıkları bir dizi pazarlık olarak görmekte ve çalışanlarını motive etmek için sahip oldukları konumu ve kaynakları kullanmada kontrolü ellerinde tutma konusunda daha başarılı olmaktadır. Kadın veya erkek genç girişimcilerin başarılı olmaları ve bu başarıyı sürdürülebilir kılmaları zor kararları vermekten korkmayarak risk almaları ve lideri oldukları grubu daima geleceğe hazırlamalarına bağlıdır. Liderlik; gençlik, heyecan, dinamiklik ve bitmek tükenmek bilmeyen bir enerjinin varlığı ile etkinleştirilebilir.” sözleriyle liderlik açısından kadın ve erkek girişimci adaylarının portresini çizmektedir. (Cansız, 2007)

2.5.9. Duygusal Zekâ

Duygusal zekânın girişimci kişinin özellikleri arasında olduğuna değinen Cansız; “Girişimcilik sürecinde önemli olan bir kavram da duygusal zekâdır. Duygusal zekâ; bireyin kendi hislerini ve başkalarının hissettiklerini gözleyip düzenlemek, hisleri düşünce ve eyleme yol gösterecek şekilde kullanmak olarak tanımlanmaktadır. Duygusal zekâyâ sahip girişimciler, fikirlerini açıklama, iş yapma ve yaptırma sürecinde daha başarılıdırlar. Duygusal zekâ aile, iş ve sosyal hayattaki başarılarında temel belirleyici durumuna gelmiştir. Girişimsel davranışlar genellikle hareketli sosyo-ekonomik çevrelerde, özellikle yeni girişimlerde yaygındır ve bu davranışların uygulandıkları organizasyonlar hızlı bir değişimi yaşamaktadırlar. Bu davranışlar, kaynakların kıt olduğu bir ortamda fırsatların belirlenmesi ve takip edilmesiyle karakterize edilmiştir. Fayda odaklı, gelişen piyasaları bilen ve yeni bir girişimi başlatmaya eğilimli olan bireyler girişimci davranışlar sergilemektedir. Sosyal psikolojik yaklaşımlar, bireylerin kişisel özellikleri kadar onların içinde faaliyette bulunduğu yapıları da hesaba katmaktadır. Bu yapılarda ise girişimci bireylerin nasıl davranacağını belirleyen rol davranışlarının önemli bir işlev gördüğü söylenebilir. Roller bireylerin davranışlarına yön vermektedir. Girişimsel davranışlar, belirli bir pozisyonda çalışan bir bireyin kurmuş olduğu sosyal ilişkilerin ifadesi olan rol setlerini içermektedir. Girişimcilerin rol seti ise, aile üyelikleri, girişimci kapitalistler, ortaklar ve dağıtımcılar gibi kategorileri kapsamaktadır. Bir girişimcinin davranışları büyük ölçüde içinde yer aldığı ilişki ağları tarafından etkilenmektedir. Çeşitli davranışsal stratejiler, bu rollerin yerine getirilmesi için girişimciler tarafından uygulanmaktadır. Rol kategorilerinin odağı olarak girişimciler, kategorilerin üyeleri tarafından sağlanan bilgi ve kaynaklara bağlıdırlar. Sosyal faktörler, rollerle ilişkili hem bilinçlenme ve hem de bilgilenme süreçlerini etkilemektedir. Bu durum, özellikle belirli bir rol kategorisinin üyesi olan bireylerin çatışan beklentileri söz konusu olduğunda gerçekleşmektedir. Bireyler farklılaşan bu beklentileri karşılamak için kendi davranışlarını uygularlar. Böylece roller geniş bir sosyal yapıda iyice yerleşmiş olur.” şeklinde duygusal zekânın girişimcilerde nasıl yer alması gerektiğini açıklamıştır. (Cansız, 2007)

2.5.10. Empati

Dökmen, empatinin de girişimci kişilerin özelliklerinden birisi olduğunu vurgulayarak eserinde; “Girişimcilerin taşınması gereken temel özelliklerin biri de empati yeteneği olarak belirtilmektedir. Empati; bir insanın, kendisini karşısındaki insanın yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakması, o kişinin duygu ve düşüncelerini doğru olarak anlaması, hissetmesi ve bu durumu ona iletme süreci olarak tanımlanmaktadır. Kişilerin matematiksel ve sözel yeteneklerinin çok iyi olması başarı için yeterli olmamaktadır. Dünyaya ve olaylara, karşı tarafın bakış açısıyla bakabilmek girişimcilikte rekabet üstünlüğü sağlamak için önemli bir avantaj kazandırır. Empati kurabilen girişimciler piyasada müşterilerinin beklentilerini karşılamak, çalışanların işletmeden ve girişimciden beklentilerin karşılayıp onları memnun etmek, rakiplerinin hareket güdülerini tahmin ederek önlemler almak gibi birçok konuda üstünlük sağlamaktadırlar.” şeklinde konuyu ele almıştır. (Dökmen, 2004)

2.6. Girişimcilik Türleri

Günümüzde, girişimcilik kavramı içerisinde de artık ihtisaslaşma başlamış olup, girişimciliğin değişik türlerde ön plana çıktığı söylenebilir. Bu türler; tekno-girişimcilik, inovatif girişimcilik, sosyo-girişimcilik, eko-girişimcilik ve yeşil girişimciliktir.

2.6.1. Tekno-Girişimcilik

Girişimcilik türlerinin içinde günümüzde en popüler olan girişimciliğin tekno-girişimcilik olduğu söylenebilir. Gelişen teknoloji ile birlikte her geçen gün yeni iş fikirlerinin ortaya çıkması ve bu iş fikirlerinin uygulanacağı pazarların henüz bakir olması tekno-girişimciliğin önemini kat be kat arttırmaktadır.

Tekno-girişimci, teknoloji odaklı girişimlere imza atan girişimcilere denmektedir. Girişimciler arasında yüksek katma değer, nitelikli istihdam ve hızlı büyüme gibi faktörler bu girişimcileri öne çıkarmaktadır. Ancak teknoloji tabanlı yenilikçi işlere yatırım yapan tekno-girişimcilerin küresel ekonominin çetin rekabet koşullarında hayatta kalma oranları düşüktür. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tekno-

girişimciler şirketlerinin özellikle ilk yıllarında önemli finansman sorunları yaşamaktadır. Bu sorunları çözmek adına kamu, başta Ar-Ge fonları ve KOBİ hibe destekleri olmak üzere birtakım araçlar kullanmaktadır. Ancak bunlar yeterli değildir. Bu sürecin en önemli oyuncularını arasında kamu-özel sektör işbirliğinde kurulan teknoparkların yeri büyüktür. Uluslararası Bilim Parkları Derneği (The International Association of Science Parks, IASP)'nin tanımına göre teknopark; ana amacı bünyesindeki bilgi tabanlı şirketlerin, yenilikçilik (inovasyon) ve rekabetçilik kültürünü destekleyerek ve bu konuları öne çıkararak toplumun zenginliğini artırmak olan, uzmanlaşmış profesyonellerce yönetilen bir girişimdir. Bu amaçların sağlanabilmesi için bir teknopark; üniversiteler, Ar-Ge kuruluşları, şirketler ve pazar arasında bilgi ve teknoloji akışını yönetir ve teşvik eder; kuluçka merkezleri yardımıyla yenilikçi şirketlerin oluşmasını ve büyümesini kolaylaştırır; yüksek kalitede mekan ve olanaklar sağlar ve diğer katma değerli hizmetleri sunmaktadır.

Günümüzde bir ülkenin küresel rekabet edebilirlik düzeyi, o ülkenin “yeni bilgi” üretebilme kapasitesi ve “teknolojik gelişimi” ile doğru orantılıdır. Yeni bilgi ve teknolojik uygulamanın aynı çatı altında toplandığı üniversite-sanayi işbirliği modeli, ülkelerin teknoloji tabanlı kalkınmasına etkileri kanıtlanmış dünya çapında bir modeldir. Etzkowitz'in “Üçlü Sarmal Modeli” (Etzkowitz, 2002) ile ele alınan üniversite-sanayi-devlet işbirliği yapısı, araştırmalarla bilgiyi üreten “üniversite”yi, bu bilgiyi uygulamaya geçiren “sanayi”yi, verimli işbirliği oluşması için gerekli destekleri sağlayan ve gerekli tedbirleri alan “devlet”i kapsamaktadır. İşte teknoparklar da bu üçlüyü aynı çatı altında buluşturan önemli oluşumlardır.

Teknopark fikri ilk olarak 1950 yılında Stanford Üniversitesi'nin öncülüğünde yaptıkları araştırmaları ticarileştirmek isteyen bir grubun çabaları ile Amerika'da ortaya çıkmıştır. Dünyada o günden bu yana kurulan teknoparkların sayısı kuluçka merkezleri ile beraber 4000'in üzerindedir. Barındırdıkları işletmelerin %26'sı bilişim teknolojileri, %20'si biyoteknoloji, %19'u elektronik, %8'i çevre, %6'sı ileri malzeme, %5'i kimya, %9'u tarım ve %7'si de diğer sektörlerde faaliyet göstermektedir. Teknopark işletmelerinin %89'u KOBİ vasfını taşımaktadır.

Ülkemize bakıldığında ise Türkiye'nin ilk bilim ve araştırma parkı ODTÜ-Teknokent için çalışmalara 1980'li yılların sonunda başlanmıştır. 1991 yılında teknoloji geliştirmeye yönelik kuluçka merkezleri kurmak ana hedefi altında KOSGEB işbirliğiyle ODTÜ Teknoloji Geliştirme Merkezi hizmete açılmıştır. Burada elde edilen başarılı sonuçlar neticesinde ODTÜ'de bir bilim parkı kurulması çalışmaları hızlanmıştır. 1998'de kurulan ODTÜ-Teknokent ülkemizin ilk teknokenti olma özelliğini taşımaktadır.

2.6.2. İnovatif Girişimcilik

Günümüz toplumunda girişimcilik denince belki de akla gelen ilk kavram inovasyondur. Hatta toplum içinde inovasyon yapmayan kişileri girişimci olarak görmeyen bir kesim bile mevcuttur. İnovasyon, "yeni ve değişik birşey yapmak" anlamındaki Latince "innovare" kökünden türetilmiştir. Türkçe karşılığı olarak kullanılan "yenilenme" de denilebilir. İnovasyonun tanımı konusunda uluslararası düzeyde kabul gören kaynakların başında Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ile Eurostat'ın birlikte yayınladığı Oslo Kılavuzu gelir. Kılavuzun halen yürürlükte olan 2005 sürümünde inovasyon şu şekilde tanımlanmaktadır: "İnovasyon, yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet) veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır." (<http://www.tubitak.gov.tr>, 2016)

En basit tanımıyla inovasyon, farklı, değişik, yeni fikirler geliştirmek ve bunları uygulamaktır. Bu fikirler, daha önce çözülmemiş sorunları çözmek veya daha önce karşılanmayan ihtiyaçlara cevap vermek amacıyla da geliştirilebilir, zaten var olan pek çok ürün ve hizmeti daha güzel, daha kullanışlı, daha çok insanın işine yarayacak hale getirmeyi de amaçlayabilir. Yani inovasyon iki şekilde gerçekleşir:

- **Radikal İnovasyon:** Bu inovasyon çeşidi piyasada daha önce bulunmayan bir ürün veya hizmetin geliştirilmesi veya bu ürün ve hizmetlerin yeni yöntemlerle ortaya çıkarılmasını kapsar.
- **Artımsal İnovasyon:** Bu inovasyon çeşidi ise daha önce üretilen ürün ve hizmetlerde süreç iyileştirmeleri ve gelişmelerini kapsar.

İnovasyon, sadece yeni ve yaratıcı fikirlerin ortaya çıkması demek değildir. İnovasyon süreci ortaya çıkartılan yeni ve yaratıcı fikirlerin ticarileştirilmesi, başka bir deyişle katma değer yaratan ürün, yöntem veya hizmetlere dönüştürülmesini de kapsamaktadır. Ortaya çıkan ürün veya hizmeti ticari amaç güderek piyasaya süren kişilere ise inovatif girişimci denir. Her ne kadar inovasyon ile ortaya çıkan şey kuvvetli bir silah olsa da her girişimci bu silahı doğru kullanamayabilir. Bu yüzden inovasyon sürecinin tüm işletme kademelerine yayılması gereklidir. Bu bağlamda ele alınan inovasyon sürecinde teknolojik, organizasyonel ve sunumsal inovasyon süreçlerinin girişimcileri başarıya götüren bir bütünün parçaları olarak düşünülmesi gerekmektedir.

- **Teknolojik İnovasyon:** Bu inovasyon çeşidi, teknolojinin imkânlarından faydalanarak gerçekleştirilen ürün ve hizmet inovasyonunu kapsamaktadır. Türkiye'nin ilk çevrimiçi yemek sipariş sitesi olan "yemeksepeti.com" hizmet inovasyonuna çok güzel bir örnektir. Bilişim teknolojilerinin tüm imkanları ile desteklenerek hata payı sıfıra yaklaştırılan "yemeksepeti.com"da verilen bir siparişin en kısa zamanda ve en doğru şekilde kullanıcıya ulaştırılması sağlanmaktadır.

- **Organizasyonel İnovasyon:** Organizasyonel süreçlerin inovasyonu, daha verimli ve daha faydalı bir çalışma modeli yaratacaktır. Dell'in sipariş üzerine üretim modeli de güzel bir organizasyonel inovasyon örneğidir. 1994 yılında uygulanmaya başlanan stok tutmadan müşterinin isteği doğrultusunda konfigüre edilmiş sistemleri satma yöntemi, Dell'e büyük kazançlar sağlamıştır. 1998 yılında bu yeni iş modeli sayesinde Dell'in yıllık gelirleri 2 milyar dolardan 16 milyar dolara çıkmış, şirketin hisse başına kazancı yılda % 62 artmıştır. Dell'in iş modeli, sermaye ihtiyacını ortadan kaldırdığından elde edilen nakit şirketin büyümesinde kullanılmıştır. Dell'in bu başarısının ardından, IBM, Sony ve HP gibi firmalar da sipariş üzerine üretim modelini benimsemeye başlamıştır.

- **Sunumsal İnovasyon:** Ambalajda farklı ve yeni tasarımların gerçekleştirilmesi, farklı pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması ya da var olanların iyileştirilerek daha da geliştirilmesidir. Bahçivan Gıda'nın dilimli

beyaz peyniri sunumsal inovasyona güzel bir örnektir. Normalde kalıp halinde satılan beyaz peynir, dilimler halinde kesilerek hazırlanmış, ambalajı da içinin görülmesine olanak sağlayacak ve içinden dilimler alındıktan sonra kapatılarak tekrar kullanılacak şekilde tasarlanmıştır. Pratikliği açısından diğer markaların kalıp halinde satılan peynirlerine göre tercih edilme, dolayısıyla üretici firmanın pazar payını artırma potansiyeline sahiptir.

İşletmelerin bu ezici rekabet ortamında yollarına devam edebilmeleri için inovasyon stratejileri belirlemeleri ve bu doğrultuda ilerlemeleri gerekmektedir. Çünkü ilk etapta inovasyon işletmeye maliyet avantajı sağlayıp karlılığını arttırsa da sürekli olmazsa karlılık oranı bir zaman sonra düşecektir. Günümüz piyasalarındaki taklit yeteneğini de düşünürsek; inovasyonun sürekliliği çok önemlidir.

Bir ürün, hizmet veya sürece inovatif diyebilmek için işletme adına yeni olması ve müşteri için de faydalı olması gereklidir. Örneğin, yıkandığında buruşmayan, dolayısıyla da ütü gerektirmeyen kumaş firma için yeni, tüketiciler için faydalı olduğundan bir ürün inovasyonudur. Tüm inovasyonlar eğer müşteri ve işletme için faydalı olabiliyorsa tam anlamıyla yerinde bir uygulama olur. Bunun dışında işletme içinde iş yükünü azaltan bir süreç eğer müşterilere ürünlerin teslimini geciktiriyorsa; bu inovasyon hedefine ulaşamamış demektir.

2.6.3. Sosyo-Girişimcilik

AB, Sosyal Girişimcilik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramlarını şu şekilde tanımlamaktadır: "Sosyal girişimcilik, şirketlerin gönüllü olarak toplumsal ve çevresel konuları, operasyonlarıyla ve paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle bütünleştirmeleridir." Ayrıca sosyal girişimcilik, herhangi bir organizasyonun hem iç, hem de dış dünyadaki tüm paydaşlarına karşı "etik" ve "sorumlu" davranması, bu yönde kararlar alması ve uygulamasıdır.

Tarihsel gelişim süreci İkinci Dünya Savaşı'na kadar uzanan sosyal girişimcilik kavramının uygulama boyutu, Muhammet Yunus ile 1970'li yıllarda önem kazanmıştır. Nitekim, 1974 yılında Bangladeş'te üniversitede ekonomi eğitimi verirken, ülkesindeki kıtlık sorununa bir çare bulabilmek için yola çıkıp, tüm

ekonomik, ideolojik ve siyasal önyargıları hiçe sayarak, yoksul halka Mikrokredi adında küçük ölçekli krediler vermiş, girişimciliklerini desteklemek için Grameen adlı bir banka kurmuştur. Ülkesinde başlattığı sistemi dünya üzerinde birçok ülkeye de yaymıştır. Uygulamaya taşıdığı "Sosyal Girişimcilik" kavramı, ona bu alanda 2006 Yılı Nobel Barış Ödülü'nü getirmiştir. Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin işletmelere getirdiği avantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilir.

Tablo 2.1. Sosyal Girişimcilik Faaliyetlerinin İşletmelere Getirdiği Avantajlar

Sosyal kimlik oluşturma
Rekabet üstünlüğü elde etme
Şirket bağlılığı yaratma
İtibar sağlama
Markalaşma

Kaynak: Aktan ve Börü, 2007.

Bu işletmeler çevre, insan hakları, eğitim, sağlık vb. konularda sosyal girişimcilik faaliyetleri yürüterek rakiplerinden bir adım öne çıkmakta ve en önemlisi rekabet avantajı elde etmektedir. Ancak yine de toplumdaki sosyal eksikliklerin giderilmesi noktasından yola çıkan “sosyo-girişimci” finansal ve sosyal kaynaklar açısından ekonomik yaptırım gücü olan, hukuki statüsü düzenlenmiş “işletme” karşısında dezavantajlı konumdadır ve kamunun işbirliğine, katkısına ihtiyacı vardır.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)'nin öncülüğünde başlatılan Binyıl Kalkınma Hedefleri kapsamında, Türkiye 2005 yılında hazırladığı raporda bazı hedefler belirlemiştir. Binyıl Kalkınma Hedefleri aşağıdaki hedeflere odaklanmaktadır (www.un.org.tr, 2016):

- Aşırı Yoksulluk ve Açlığı Ortadan Kaldırmak
- Herkes İçin Temel Eğitim Sağlamak
- Kadınların Konumunu Güçlendirmek ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Geliştirmek
- Çocuk Ölümünü Azaltmak
- Anne Sağlığını İyileştirmek

-HIV/AIDS, Sıtma ve Diğer Salgın Hastalıklarla M¼cadele Etmek

-Çevresel S¼rd¼r¼lebilirliđin Sağlanması

-Kalkınma İçin K¼resel Ortaklıklar Geliştirmek

Hen¼z sosyo-girişimciliğin değeri tam olarak anlaşılamasa da, ¼lkemizde g¼zel ¼rneklere rastlamak m¼mk¼nd¼r. *Çöp(m)adam* bu girişimlerden yalnızca bir tanesidir. Ayvalık, Diyarbakır ve İstanbul'da kurulan atölyelerde, yerel halktan ve belediyelerden toplanan ambalaj, cam ve plastik gibi atıklar farklı, yaratıcı, eğlenceli ¼r¼nlere d¼n¼řt¼r¼lmektedir. Bunları yapan, tasarlayan ise çöp(m)adam diye adlandırılan y¼rede yaşayan kadınlardır. öp(m)adam projesi hem y¼rede yaşayan kadınlara istihdam yaratması hem de atık y¼netimine katkıda bulunması açısından g¼zel bir sosyo-girişim ¼rneđidir. Bu proje ayrıca Unilever T¼rkiye Anonim şirketi ve Sabancı ¼niversitesi Toplumsal Duyarlılık Projeleri işbirliğiyle y¼r¼t¼lmektedir. (www.copmadam.com.tr/about-us, 2016)

Diğer bir sosyo-girişimci ¼rneđi ise %100 Ekolojik Pazar ve TaTuTa gibi projelerle ekolojik yaşam bilincinin ve duyarlılığının gelişimine katkıda bulunan *Buğday Derneği*'dir. %100 Ekolojik Pazar Projesi kapsamında dernek, yerel belediyeler ortaklığında sadece sertifikalı ekolojik ¼r¼nlerin satışa sunulduğu haftalık bir halk pazarının kurulmasını sağlamaktadır. B¼ylece ¼lkemizdeki ekolojik tarımın gelişmesine katkıda bulunulurken, t¼keticilerin de sağlıklı ¼r¼nlere kolaylıkla ulaşması sağlanmaktadır. TaTuTa (Ekolojik iftliklerde Tarım Turizmi ve G¼n¼ll¼ Bilgi, Tecr¼be Takası) Projesinde ise ekolojik ¼retimle ilgili teknik, pazarlama, sosyal, çevresel vs. gibi konularda bilgi sahibi kişiler, ekolojik tarım ile geçinen ifti ailelere misafir olmakta, bilgi/deneyim/iřg¼çlerini paylaşmakta, b¼ylece hem bir sosyal kaynaşma yaşanmakta hem de çiftçinin gerçek bilgi/tecr¼beye ulaşması sağlanmaktadır. (www.bugday.org/portal/projeler.php, 2016)

2.6.4. Eko-Girişimcilik

Sanayi Devrimi'nden bu yana teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, birçok olumsuz çevresel sonuçları da beraberinde getirmiştir. İşletmelerin gerek ¼retim s¼relerinde gerekse hizmet s¼relerinde doğal çevreye verdiği zarar, bug¼ne kadar çevresel

yaptırımlarla önlenmeye çalışılmıştır. 1950'lerden bu yana genellikle yerel bazda görülen belli başlı problemlerin çözümüne dair kabul edilen çevresel düzenlemeler, 1952 yılında Londra sis felaketinde dört bin kişinin ölmesi, genetiği bozulmuş ürünlerden dolayı insanların sağlık sıkıntıları yaşaması gibi kitlesel sorunların ardından toplumun, politikacıların, medyanın ve akademisyenlerin dikkatini çekerek küresel ölçekte genişlemiştir.

Kaynakların kötü kullanımı, üretim aşamalarında oluşan atıkların çevreyi olumsuz şekilde etkilemesi ve ekosistemin direncini kırarak canlı türlerini tehdit etmesi, tüketicilerin çevreye duyarlı faaliyetler beklentisini arttırmış, bunun yanında bazı işletmelerin bu beklentiye cevap vererek yeni bir piyasa oluşturmasına sebep olmuştur. Bu konuda istenen sadece ürünlerin organik olması değildir, üretim aşamasında çevreye zararlı çıktılar verilmemesi, çıktıların etkilerinin en aza indirilmesi ve doğal üretim sistemlerine geçilmesi de istenmektedir. İşletmeler bunu süreçlerde değişikliklere giderek yapabileceği gibi teknolojik yenilikler yaparak da gerçekleştirebilir.

Çevreci yasal düzenlemelerin artmasıyla eko-girişimciliğe rağbet artmıştır. Kimi araştırmacılar eko-girişimciliğe yönelme nedeni olarak değişen sosyal değerleri göstermektedir. Sosyal kurallar, girişimcilerin çevreyle olan ilişkilerine dikkat etmesi gerektiği yönünde değişmekte ve girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmektedir.

Eko-girişimciliği yeni iş alanları geliştirme ve yeni teknolojiler üretmeye teşvik eden gelişmeler çevresel olumsuzlukların küresel ölçekte daha fazla yer bulması, yeni piyasalar oluşturulması ve zorunlu düzenlemelerdir. Azzone ve Noci tüm bu değişkenlerin aslında iki ana temele dayanarak bireyleri eko-girişimciliğe yönlendirdiğini öne sürmektedir. Birincisi; giderek daha da kıt hale gelen kaynaklar nedeniyle ekolojik bir döneme girilmesi, ikincisi; hızlı değişen rekabet ortamıdır. Şirketleri eko-girişimcilik alanına iten devlet baskısı ve birliklerin oluşturduğu kurallar gibi dışsal nedenler de bulunmaktadır. (Azzone ve Noci, 1998)

Piyasanın bu alana doğru kayması, girişimcileri motive etmiş olsa da bu tip girişimcilikte de birtakım sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunların başında finansman

bulma, uygun istihdam yaratma, teknolojik ve kurumsal altyapı oluşturma gelmektedir. Eko-girişimciliğin hayata geçirilebilmesi için bu altyapıların oluşturulması ve girişimcilerin beklentileri doğrultusunda desteklenmeleri gerekmektedir. Böylelikle hem girişimcilere kendi işlerinin patronu olma fırsatı verilecek hem de çevre bilinci ile gelecek nesillerin daha yaşanılabilir, doğal kaynakları ile daha sürdürülebilir bir dünyada yaşamaları sağlanacaktır. İşte bu yüzden ki bugüne kadar yapılan çalışmalarda eko-girişimcilik kavramı; sürdürülebilir girişimcilik, sosyal girişimcilik, çevresel girişimcilik ve çevreye duyarlı girişimcilik gibi kavramlarla da ifade edilmiştir.

Literatürde genel olarak eko-girişimcilik tanımları incelendiğinde öne çıkan ortak nokta, girişimcilerin belirli bir faaliyet kolunda işlerine devam ederken bunu çevresel faydalara dönüştürebilmiş olmalarıdır. Çoğu işletme atıklarını nereye dökeceğini veya nasıl yok edeceğini bilmezken, bu atıklarını yeni ürünlere dönüştüren eko-girişimciler bulunmaktadır. Örneğin; Raks firması klima üretiminde kullandığı plastik malzeme atıklarıyla bir dönem minik çamaşır makineleri üretmiştir. Plastik doğada 1000 yılda bozunmadığı düşünüldüğünde bu bilincin ne kadar önemli olduğu açıkça görülmektedir. Amerikan petrol firması Texaco'nun El Dorado rafinerisi de güzel bir eko-girişimci örneğidir. Rafineride bataklık oluşumunu önlemek için harcanan elli bin dolar, sıfıra indirilmiştir. Böylece daha az kimyasalla ürün üretilirken, zararlı çıktıları yok edebilmek için maliyet harcanmamış, bataklık oluşumunu önlemek için harcanmayan para ile ormanlık arazi ve çiçek oluşumu sağlanmış ve arazide 200 özel tür yaşamaya başlamıştır. Benzer bir şekilde İtalyan Du Pont firması 1994 yılında yüzde altmış olan gaz emisyonunu sıfıra indirmiştir. (Azzone ve Noci, 1998)

2.6.5. Yeşil Girişimcilik

Dünya nüfusu hızla artmaktadır. Artan bu nüfusun ihtiyaçlarının karşılanması için teknolojinin gelişmesine bağlı olarak endüstrileşme de artmaktadır. Sanayideki bu artış, var olan doğal kaynakları hızla tüketmekte, üretim ve tüketimden kaynaklı atıkların önlem alınmadan doğaya atılmasına sebep olmaktadır.

Yeşil girişimcilik en temel anlamda bu çevre sorunlarına bir başkaldırıdır ve günümüzde dünyanın içinde bulunduğu çevresel felaket durumunun en önemli çözümlerinden biridir. Tüketiciler için çevrecilik kavramının geçirdiği evreler Tablo-2.2’de verilmiştir.

Tablo 2.2. Tüketiciler İçin Çevrecilik Kavramının Geçirdiği Evreler

1960’lar	Uyanma zamanı
1970’ler	Harekete geçme dönemi
1980’ler	Hesaplı olma zamanı
1990’lar	Pazardaki güç

Kaynak: Ay ve Ecevit, 2005.

1960 ve 1970’li yıllarda, yeşil girişimcilik ile ilgili politikalar ilk şekillenmeye başladığında, öncelikle çevresel problemlerin çıkış kaynağı olan sektörler üzerinde durulmuştur. Özellikle otomobil, petrol ve tarım sektörleri, kullandıkları sentetik kimyasallarla bu süreçte öne çıkmışlardır. Yapılan çalışmalar az da olsa meyvelerini vermiştir.

Sonraki yasal düzenlemeler çoğunlukla kirlenmeyi azaltacak veya engelleyecek baca filtreleriyle ilgilidir. Ancak ilk etapta işletmeler bu baca filtrelerini bir maliyet unsuru olarak görmüş ve buna direnmişlerdir. Daha sonra çevre bilincine sahip olmayı, bir nevi pazarlama stratejisi olarak da gören bazı öncü firmalar ortaya çıkmış, çevre bilincini oluşturmakta diğer firmalara örnek olmuşlardır.

1980’lerin sonlarındaki gelişmelerle birlikte yeni bir evreye giren yeşil girişimcilik, aslında bu gelişmeleri yaşanan bir dizi çevre felaketine borçludur:

- 1984 Bhopal felaketi,
- 1986 Çernobil faciası,
- 1989’da Exxon-Valdez tankerinin neden olduğu çevre kirliliği,
- 1995’de ozon tabakası deliğinin keşfi,

ülke politikalarının ve insanların çevresel farkındalıklarının oluşmasında oldukça önemli dönüm noktaları olmuştur. Özellikle bu olaylar yaşandıktan sonra medyanın ve halkın çevresel konular üzerindeki endişeleri küresel bir etkiyle uzun bir süre gündemde kalmıştır. Bu gelişmelerin ışığında işletme faaliyetleri açısından sürdürülebilir kalkınma, temiz teknoloji, yeşil tüketici, rekabet avantajı ve çevresel kalite gibi yeni fikirler ortaya atılmış ve kabul görmeye başlamıştır.

Dünya'dan yeşil girişimci örneklerinden bazıları şunlardır:

- **Nokia:** Dünya çapında 1 milyarı aşkın kullanıcısı olan Nokia, sürdürülebilirlik konusuna büyük önem vermekte, eski ya da kullanılmayan cep telefonlarına yönelik geri dönüşüm programı yürütmektedir. Ürettiği cihazlarda çevreci unsurlara da önem vermektedir. Bunlar arasında, şarj cihazlarının enerji tüketimini yüzde 90 azaltmak, pil dolduğunda şarj cihazını prizden çekmeyi hatırlatan uyarılar, her tür Nokia cihazını yüzde 80'e varan oranlarda geri dönüştürülebilir olarak üretmek ve PVC gibi malzemelerin kullanımından vazgeçmek yer almaktadır.

- **Samsung:** Kaynakların korunması ve enerjinin etkin kullanılması amacıyla çalışmalar yapan Samsung, Galaxy Note ve Galaxy S serisini üretmiştir. Bu cihazlar, düşük seviyede karbondioksit salınımı nedeniyle, Dünyanın Karbon Ayakizi Belgesi'ni alan ilk mobil cihazlardır. Aynı zamanda İngiltere'de Çevre Dostu Belgesi'ne de layık görülmüşlerdir.

- **Marine Current Turbines:** Yenilenebilir enerjinin öneminden bahsedilen bugünlerde yeşil girişimciliğe en güzel örneklerden biri, su altı dalga tribünlerinden üretilen elektrik enerjisidir. Bu fikir, 2008 yılında Kuzey İrlanda'da Marine Current Turbines şirketi tarafından hayata geçirilmiştir. SeaGen adını verdikleri bu su altı dalga türbinleri dönen bir kapı hızında hareket ederek 1000 eve elektrik sağlamaktadır. 2012 yılında hisselerin tamamını satın alan Siemens, ortak olduğu Voith Hydro şirketinde de yine dalga enerjisi ile ilgili çalışmalar yapmaktadır.

- **Serious Materials:** Amerika Birleşik Devletleri'nde yapı sektöründe faaliyet gösteren Serious Materials firması, EcoRock dedikleri içinde alçı olmayan bir izole sistemi geliştirmiş ve % 80 daha az enerji sarf ederek karbon salınımının azaltılması ile ilgili önemli adımlar atmıştır.

- **Green Tomato Cars:** Elektrikli hibrit (Toyota Prius) arabalarıyla taksicilik yapan ve bu özelliğiyle dünyadaki ilk taksi firması olma özelliğini taşıyan firma, girişimci Tom Pakenham tarafından kurulmuştur. 3 arabalık ilk filo, daha sonra Londra'da 100 arabaya çıkmıştır.

- **SkySails:** Gemileri dev uçurtmalarla, benzin ya da mazot olmadan sadece rüzgâr gücüyle hareket ettirme fikri 15 yaşındayken Stephen Wrage tarafından ortaya atılmış ve bu fikri yine kendisi, özel olarak tasarlanan SkySails adını verdiği uçurtmalarla gerçekleştirmiştir. Bu buluş sayesinde uçurtma, 133 metrelik bir kargo gemisini 6800 beygir gücünde çekmiş, bu sayede hem yakıt tasarrufu yapılmış hem de karbon salınımı engellenmiştir.

- **Agus:** Şirket, su kaynaklarının gittikçe azalmasından dolayı, su tasarrufu sağlayacak bir sistem geliştirmiştir. Bu sistem sayesinde; banyoda, bahçeleri sularken, evi temizlerken, çamaşır ya da bulaşık yıkarken kullanılan sular depolanmakta, depolanan bu kirli suların tuvalet temizliğinde sifon suyu olarak kullanılması sağlanmaktadır.

- **Perpetual Water:** Şirket, banyoda kullanılan suyun şampuan ve sabun gibi kimyasallardan arındırılarak bahçede kullanılmasını sağlayan bir teknoloji geliştirmiştir. Bugün Avustralya'daki evlerin yüzde 67'si bu sisteme sahiptir.

- **Royal Cleaners:** Amerika'da 2008 yılı verilerine göre 30 bin kuru temizleme şirketi vardır. Bu şirketler, yüzde 80 oranında "pere" denilen kimyasal bir çözücü kullanmakta, bu çözücü çevreye verdiği zarar kadar insan sağlığını da tehdit etmekteyken özellikle kanseri tetikleyen bu çözücünün kullanımının engellenmesi için birçok kimya şirketi çalışmalara başlamış, ilk etapta hidrokarbon tekniği çözüm yollarından biri olarak öne çıkmıştır. Bu teknik çevreye zararı ortadan kaldırmış

ancak sağlığa verdiği zarar büyük olmuştur. Ardından likit karbondioksit tam bir zm olmuştur. 2003 yılından beri likit karbondioksit ile kuru temizleme işlemine gerçekleştirmekte olan Royal Cleaners, bu uygulamasıyla Green Peace'den ödül almıştır.

Ülkemizdeki örneklere bakılacak olursa;

✓ **Kaktüs Projesi:** Bu proje kapsamında geliştirilen Arçelik bulaşık makinası, dünyanın en az su tüketen bulaşık makinası unvanını almıştır. Yapılan alışmalar sonucunda yıkama başına 0,68 kWh (yıllık 194 kWh, A+++ enerji sınıfından % 10 daha verimli) enerji tüketimi ile "Dünya Enerji şampiyonu" olan ve Eco 6L programında 6 litre su tüketimi ile "Dünyanın En Az Su Tüketen ürünü" olan Arçelik 63109 HIT mümkün olduğu kadar az doğal kaynak ve enerji tüketimi ile 13 kişilik bulaşığı A performansında yıkamaktadır. Bugün Türkiye'de hanelerde yaklaşık 8 milyon adet bulaşık makinesi kullanılmaktadır. Bu makinelerin % 90'ı A enerji seviyesi (1,05 kWh) ve 15 lt su tüketimine sahiptir. Halen kullanılmakta olan makinelerin Kaktüs projesinde geliştirilen makine ile değişmesi halinde Türkiye'nin yıllık elektrik tüketiminin (200.000 GWh/yıl) binde beşi ve 500.000 kişilik bir yerleşimin yıllık su ihtiyaı tasarruf edilebilecektir. Kaktüs projesi, 2011 yılında Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nca Enerji Verimli rnler kategorisinde ve İstanbul Sanayi Odası'nca evre Dostu rn kategorisinde birincilikle ödüllendirilmiş olmasının ardından, bu yıl da Türkiye'yi Rio'da 'Sürdürülebilir Kalkınma ve Yeşil Ekonomi' alanındaki en iyi uygulamalardan biri olarak temsil etmiştir. (www.skdturkiye.org/yayin/iyiuygulamaornepleri-51, 2016)

✓ **Tohum Kart:** Eczacıbaşi ile Alman Giesecke & Devrient ortak kuruluğu E-Kart, kullanım süresi sonunda toprağa gömüldüğünde fidana dönüşen Tohum Kart retmiştir. Küresel iklim değişikliği ile mücadele çerçevesinde, karbon ayak izini en aza indirmek için çalışmalar başlatan ve "Söz veriyoruz" sloganı ile yola çıkan E-Kart'ın ürettiği plastik kartlar 39 ayda tamamen yok olmakta, kullanım süresi sona eren kartlar toprağa gömüldüğünde, içine yerleştirilen tohum, ağaç, iek ya da sebze olarak fidan vermektedir.

✓ **Yeşil Binalar:** Binalar, dünyada enerjinin yaklaşık üçte birinin kullanmaktadır. Yeşil bina uygulamaları ile enerji tasarrufu, doğayı koruma ve konforlu bir yaşam ortamı hedeflenmektedir. Binaya "yeşil bina" unvanını; yer seçimi, tasarım, inovasyon binada kullanılan yapı malzemelerinin özellikleri, yapım tekniği, atık malzemelerin yeniden kullanımı konularındaki seçici yaklaşımlar vermektedir. Yeşil binaların faydaları şu şekilde sıralanabilir:

- Yapım aşamasında doğal çevre tahribatının en aza indirilmesi
- Hafriyat ile ortaya çıkan atık malzemenin değerlendirmeye alınması
- Yeşil çatı uygulaması ile yağmur sularının arındırılması
- Yağmur sularının kullanımı ile kanalizasyon sisteminin yükünü azaltma
- Yeşil katmanların güneş ışınlarını yansıtması ile sera etkisini oluşturan yansımaları azaltması
- Etkili yalıtım sistemleri ile enerji tasarrufunun sağlanması, ses ve ısı yalıtımının oluşturulması
- İzolasyon sistemleri ile ısıtma soğutma maliyetlerinin ve karbondioksit salınımının azaltılması
- Doğal ışık ile aydınlatmayı binanın içinde olabildiğince kullanabilecek bir mimari
- Az su tüketen bitki ve ağaçlar ile peyzaj yapılması
- Atık malzemelerden dönüştürülerek üretilen yapı malzemelerinin kullanılması
- Harekete duyarlı sensörler ile havalandırma ve ışıklandırma
- Binanın kendi elektriğini üreten sistemlerin kurulması
- Güney cephede tromb duvarı uygulamaları ile kışın ısı ihtiyacının yarısının güneşten sağlanması

Görüldüğü üzere faydaları saymakla bitmeyen yeşil binalar, ilk yapım maliyetlerini % 5-10 arasında artırırsa da enerji tasarrufunda % 50-70'e varan tasarruf sağladığı gözlenmiştir.

✓ **Deponi Gazından Elektrik Enerjisi:** Konya Belediyesi, Aslım Katı Atık Depolama Sahasında yapılan “Deponi Gazından Elektrik Enerjisi Üretim Tesisi”nde, günlük 1100 ton atığın çeşitli işlemlerden geçirilmesiyle 10.000 konutun elektrik ihtiyacını karşılamaktadır.

Örneklerden de görüldüğü gibi, ülkemizdeki yeşil girişimcilik için mevcut ve potansiyel sektörlerin başında ise enerji ve atık yönetimi gelmektedir. Bu girişimcilik türü ülkemizde henüz başlangıç seviyesinde olmasına rağmen, özellikle son yıllarda yükselen bir seyir izlemektedir. Buna sebep olarak; “girişimcilik faaliyetleri ve çevre alanındaki Ar-Ge eğilimlerinin artması”, “çevre ve enerjiyle ilgili kapsamlı düzenlemelerin AB süreçleriyle uyumlaştırılması” gösterilebilir. Türkiye Teknoloji Vakfı’nın, İspanya’da faaliyet gösteren Temiz Üretim Bölgesel Çevre Merkezi’nin, “Akdeniz Bölgesinde Sürdürülebilir Girişimcilik ve Yeşil İstihdam Stratejisi”nin gelişimi için yürüttüğü çalışma kapsamında hazırladığı rapora göre; yeşil girişimciliğin önündeki en büyük engeller;

- Tüketicilerde çevre dostu ürün ve hizmetlerle ilgili farkındalık ve ilginin düşük seviyede olması
- Yeşil girişimciye özel destek programlarının olmayışıdır.

Ülkemizde ilk problemin çözümüne yönelik, çevre bilincini oluşturacak bazı faaliyetler yapılmaktadır. Bunların en önemlisi “NTV Yeşil Ekran”dır. Bu yıl 5. yılında daha çok içerik ile izleyicilerin karşısına çıkan NTV Yeşil Ekran, “Doğanın tekrarı yok!” sloganıyla da konunun ne kadar önemli olduğuna vurgu yapmaktadır. NTV Yeşil Ekran; çevre öyküleri, dünya çapında belgeseller, bilim, çevre sorunları ve doğal yaşam konulu programlarla çevre farkındalığının yakalanmasını amaçlamaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK DESTEKLER

3.1. Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimine Tarihsel Bakış

Uluslararası girişimcilik endeksinde kullanılan, 100 yetişkin içinde işletme kuran kişilerin sayısı açısından ülkemiz, 29 ülkeden geri durumdadır. Türkiye'de bu sayı 4,6 iken Meksika'da 18,7, İrlanda'da 12 ve ABD'nde 11,7'dir. Bu verilere bakıldığında ülkemizin yeterli gelişimi sağlayamadığı açıkça görülmektedir. Girişimciliğe gereken önemin verilmediği ülkemizde, girişimciliğin tarihsel gelişimi 5 ayrı dönem olarak incelenebilir. Bu dönemler şu şekildedir:

- 1923-1929 yılları arasındaki Özel Girişimciliğe Teşvik Dönemi
- 1930-1946 yılları arasındaki Devletçilik ve Yansımaları Dönemi
- 1946-1960 yılları arasındaki Liberal Ekonomiye Geçiş Dönemi
- 1960-1980 yılları arasındaki Planlı Ekonomi Denemesi Dönemi
- 1980 yılından günümüze kadar olan Dışa Açık Liberal Ekonomi

Bu dönemlere geçmeden önce, Cumhuriyet öncesi döneme bakılacak olursa; girişimciliğin Osmanlı İmparatorluğu'nda pek gelişmediği görülür. Bunun da sebepleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- **Ekonomik Durum:** Osmanlı Devleti gerileme dönemine kadar hep zenginlik ve refah içinde olmuş, toplumun çok fazla çalışmasına, yeni arayış içerisinde

olmasına lüzum kalmamıştır. Bu nedenle toplumda girişimci bir anlayışın yerleşmesi ve gelişmesi mümkün olmamıştır.

- **Siyasetin Ekonomiye Müdahalesi:** Mülk üzerinde tek otorite olan padişah, servet birikimine her zaman karşı çıkmıştır. Bireylerin kişisel sermaye birikimine karşı devletin sürekli bir müdahalesi söz konusudur. Dolayısıyla bu durum da girişimciliği engellemiştir.
- **Sosyal Yapı:** Girişimciliğin Osmanlı Devleti'nde gelişmemesinin en büyük sebebinin toplumun sosyal yapısı olduğunu düşünenler fazladır. Eğitim sistemi bireyi bağımsız bir hayata hazırlayamamış, kendilerini hep bir bütünün parçaları gibi düşünmelerine sebep olmuştur. Bu yüzden girişimcilik ruhu gelişmemiş; Rum, Ermeni ve Yahudi gibi gayrimüslim azınlıklar ticaretle uğraşırken, Türkler tarım, hayvancılık, askerlik, ulemalık ve devlet memurluğu gibi işlere yönlendirilmişlerdir.

Ancak Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde bu anlayış değişerek İttihat ve Terakki Partisi döneminde "*Müslüman ve Türk iş adamı yapma*" konusunda ciddi çabalar ortaya konmuştur. Bu çabalara kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nde de özel önem verilmiştir. Hatta ve hatta Cumhuriyet'in ilanından 9 ay öncesinde İzmir'de yapılan İktisat Kongresi'nde alınan kararlardan biri de yine "*Türk ve Müslüman ahaliden tüccar ve iş adamı oluşturma*" konusundadır. Bu çabalar 1930'lu yıllara kadar sürmüştür.

1923-1929 arası politikalar, milli bir üst sınıf oluşturmak ve sermaye birikimini bu yolla temin etmek üzere, daha çok özel girişimciliği ön plan çıkarmaya çalışan özellikler içermektedir. 1923-1929 dönemi politikaları, 1908-1918 yılları arasında Osmanlı Devleti'nin ekonomik politikalarında aktif olan İttihat ve Terakki Fırkası'nın girişimcilik düşüncesinin bir devamı olarak gelişmiştir. Bu dönemde çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu'nun temelinin 1913 yılında yerli üretimi arttırmaya yönelik yürürlüğe girmiş Teşvik-i Sanayi Kanunu Muvakkatı olması da bunu kanıtlar niteliktedir. Ancak yasanın çıktığı dönemde özel girişimcilerin elinde yeterli sermaye

bulunmaması, mali ve teknik bilgi yetersizliği ve uluslararası mali işlerde deneyimsizlik gibi sebeplerle yasadan yeteri kadar yararlanılamamıştır.

Bu yıllarda girişimcilik adına toplumdaki kaynaklanan bir gelişme olmadığı için bahsi geçen milli bir üst sınıf, devlet eliyle suni bir şekilde oluşturulmaya çalışılmış, ülkenin bürokratları girişimciliğe yönlendirilmiştir. Türkiye'nin ilk girişimcileri diyebileceğimiz bu bürokratlar, iyi girişimcilerde olması gereken fırsatları görebilme, risk alma, yeniliklere açık olma gibi özelliklere sahip olamamışlardır. Bunlar, içerisinde yetiştikleri kültürden ötürü istikrar ve makam odaklı iş görmüşlerdir. Bu nedenle bir süre sonra bu girişimciler, yerini koruyan, rant sağlayan, yenilikçi olmayan kimliklere bürünmüşlerdir.

İncelenmesi gereken ikinci dönem olan 1930-1946 yıllarına bakıldığında ise bu döneme 1929 yılındaki Büyük Buhran'ın damgasını vurduğu açıkça görülmektedir. Büyük Buhran, 50 milyon insanın işsiz kalmasına, yeryüzündeki toplam üretimin % 42 ve dünya ticaretinin % 65 oranında azalmasına sebep olan, dünyanın bugüne kadar yaşadığı en büyük krizdir. Devletçilik anlayışı çerçevesinde şekillenmiş bu dönem, Türkiye'de diğer devletlerde de olduğu gibi devletin piyasadaki rolünün öne çıktığı, katı devletçi politikalarla süslenmiş, sıklıkla kamu müdahalesinin yaşandığı bir dönemdir. Devlet bu dönemde doğrudan üretim yapan, ulaşım, bankacılık ve finans alanında aktif, piyasaya doğrudan müdahale eden, fiyatlar üzerinde kontrolü sağlayan bir yapıdadır. Bu dönemde, devletçilik politikalarının benimsenmesinin nedeni, ülkelerin ekonomik buhranlardan Keynesyen iktisatçıların ileri sürdüğü devletin ekonomiye müdahalesi görüşleriyle başa çıkabileceği düşüncesidir. Bu düşüncenin oluşmasının temel nedeni, özel sektörün yeterli sermaye birikimine sahip olamaması ve yabancı sermayeye olan güvensizlik olarak sayılmaktadır. (Palamut ve Giray, 2001)

Türkiye'de bu dönemde özel sektör ve rekabetçi anlayışın zor günler geçirdiği bilinmektedir. O dönemde iş adamlarının rahatsızlığı, devletin müdahalesinden öte, bu müdahalelerin sınırının nerede başlayıp nerede bittiğine dair yaşadıkları belirsizlik ve endişeden kaynaklanmıştır. Dönemle ilgili bir başka önemli ayrıntı da, küçük sanayicilere yönelik olumsuz politikalarla ilgilidir. Sanayide rekabetin gereksiz

ve soğuk olduğu görüşünden hareketle, rekabetin koşullarını geliştirebilecek uygulamalara gidilmekten ziyade onu sınırlandırmaya yönelik önlemler tartışılmış ve bu kararlar da büyük işadamları tarafından kabul ve destek görmüştür.

1930'ların ortalarından sonra ise ilişkilerde kısmen bir düzelme olmuş, 1939'da uygulanması öngörülmüş İkinci Kalkınma Planı'nda bu düzelmenin olumlu sonuçları alınmak istenmiştir. Ancak İkinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi süreci kesintiye uğratmıştır. 1940'larda savaşın da etkisiyle, ekonomide görülen sıkıntılardan ötürü devletin müdahalesi artmış, özel sektörün içinden bazı kesimlerin vurgunculukla para kazanması ilişkileri yeniden germiştir. Bu süreç yine 1940'lı yılların sonuna doğru yerini daha olumlu ilişkilere bırakmıştır.

1950 ve 1960 arası, çok partili siyasi hayata, ekonomide de serbest piyasa uygulamalarına geçiş anlamında kritik bir dönemdir. Dönemin başında liberal ekonomiye yönelik, piyasa ve özel sektör yanlısı vaatler sunulmuşsa da karışık devlet müdahaleleriyle piyasayı daraltan ve bu müdahalelerde sürekli değişikliğe giderek iş dünyasını zor durumda bırakan bir ekonomi yönetimi anlayışı sergilenmiştir. Ancak 1950 yılında özel sektörü geliştirmeye yönelik Türkiye Sınai Kalkınma Bankası'nın faaliyete geçmesi önemli bir gelişmedir. Bu, uygulamada yaşanan sıkıntılara rağmen girişimcilik tarihimizdeki önemli adımlardan biri olarak kabul edilebilir. Ancak bu dönemde özel sektörü geliştirmeye yönelik uygulanan politikaların neticesinde de yine hedeflenen girişimci profiline ulaşılamamıştır. Bunun nedeni, devletin özel sektöre yönelik bir stratejik planlamadan uzak durması ve sistematik olmaktan uzak, müdahalelerin rant faaliyetleri için uygun bir ortam oluşturmuş olmasıdır.

Bir sonraki dönem 1960-1980 yılları arasındaki “planlı ekonomi denemesi” dönemidir. Bu dönemdeki en önemli gelişme Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) kurulmasıdır. Akabinde 1963 yılında Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967) hazırlanmış, ülkenin ekonomik kalkınma hedeflerine ulaştırılması için bazı kararlar alınmıştır. Bu kararların başında devletin belirli bir plan dahilinde kamu yatırımları yapması, özel sektörü de ucuz kredi, yatırım teşvikleri ve dış rekabetten koruma gibi politikalarla desteklemesi gelmektedir. Bu kapsamda sanayi alanında “ithal ikameci” bir politika anlayışı benimsenmiştir. Bu politika, yurtdışından ithal edilen malların

yurt içinde üretilmesini kapsar. Böylelikle hem dışa bağımlılık azalacak hem aşırı ithalattan kaynaklanan döviz sıkıntısı aşılabacak, hem de yerli sanayici korunarak iç pazar genişleyecektir. Ancak hesapta olmayan;

- 70’li yıllardaki popülist politikalar,
- Yaşanan ideolojik kavgalar,
- Petrol şokları,
- Türkiye’nin Kıbrıs Çıkartması ve ardından gelen ekonomik ambargo ve bunların neticesinde yaşanan dış ödemeler dengesi, enflasyon ve işsizlikle kendini gösteren ekonomik darboğazlar,
- Askerî darbeler ve
- Derin siyasi istikrarsızlıklar,

gibi sebeplerle istenilen hedeflere ulaşılamamıştır. (Öztürk, 2008)

1971 yılında Türk Sanayici ve İşadamları Derneği’nin (TÜSİAD) kurulması, girişimcilik tarihimizde öne çıkan durumlardan birisidir. Özellikle yoğun siyasal çalkantıların yaşandığı böylesi bir dönemde, bu örgütlenme ile iş dünyası hem kendi sınıf çıkarlarını korumayı, hem önceki dönemlerde toplum nezdinde bozulan meşruiyetini geliştirmeyi amaçlamıştır. Bu manada TÜSİAD’ın varlık nedeni Türkiye’yi dışarı açmak, içeride rekabeti yoğunlaştırmak ve uzun vadede sağlıklı bir girişimcilik ortamı kurmaktan çok uzaktır. Temel amaç; içeride kaynak kullandırmaya dayalı, dışarıda ise korumacılığı öne çıkartan İthal İkameci modelde kaynak kapma ve devletin korumasına mazhar olma bağlamında daha örgütlü bir mücadele vermektir. (Öztürk, 2008)

1980 başında 24 Ocak Kararlarıyla başlayan dönem, yeni bir ekonomik politikayı ortaya çıkarmıştır. Türkiye, bu dönemde ithal ikameciliğine dayalı kalkınma eyleminden vazgeçerek serbest piyasa ekonomisi doğrultusunda ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçiş kararı vermiştir. Bu strateji değişikliğine ilave olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en önemli aktörleri durumunda olan girişimciliği ve özellikle ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur. Bu ekonomi politikalarının hedeflenen başlıca amaçları

ekonomünün dış piyasayla rekabete girmesinin sağlanması, yabancı sermayenin ülke içindeki yatırımlara özendirilmesi, ihracatın artırılması, ekonomide devlet sektörünün küçülmesi, devletin ekonomik alana olan müdahalesinin en aza indirilmesi, özel sektörde sermaye birikiminin teşvik edilip özendirilmesi ve bunlara bağlı olarak da piyasa mekanizmalarının özgürce işlemesinin sağlanması olarak sıralanmaktadır.

1980 yılında yaşanan dönüm noktalarından biri ise askerî darbedir. Darbe sonrası kurulan hükümet ekonomi politikasını planlı ve ithal ikameci modelden dışa açık liberal ekonomi modeline yöneltmiştir.

Her dönemde yaşanan rant sıkıntıları 1980 döneminde de özel sektörü geliştirme adımları olarak görülen ihracat teşviklerinde ortaya çıkmıştır. 1990'lı yıllarda Türkiye, açılan ve kapanan firmaların günden güne arttığı bir ülke haline gelmiştir. Kamuda günden güne artan borçlanma özel sektörün birikimlerini de eritirken, olması gereken yatırımlar yapılamamış, yapılan girişimler kısa vadeli olmak zorunda kalmıştır. Bu yıllarda şirketler, yıllık karlarının % 60'tan fazlasını faiz ekonomisi ile elde etmiştir. Olması gereken yatırımlar ve kurulması gereken üretim tesisleri ikinci plana itilmiş, gelir dağılımındaki eşitsizlikler artmış, istihdam azalmış ve bunların sonucunda da içinde bulunulan ortam girişimciliği teşvik etmek yerine aşağı çekmeye çalışan bir sistem haline gelmiştir. 2001 krizine kadar olan bu dönem, fikirde uygun gözükse de uygulamada tamamen başarısız olmuş, girişimciliği teşvik eden, ekonominin gelişimine yardımcı olan kurumların yapısal reformları da kriz sonrası döneme kalmıştır.

Türkiye-AB ilişkileri de Türkiye'de girişimcilik politikalarına farklı bir boyut kazandırmıştır. Türkiye, 1999 Helsinki Zirvesi ile AB üyeliğine aday bir ülke olarak kabul edildikten sonra, AB müktesebatına uyum çerçevesinde KOBİ ve girişimcilik politikaları geliştirmeye başlamış, "Küçük ve Orta Boy İşletmeler Çalışma Grubu"nu oluşturmuştur. Daha sonra 2002'de AB'nin "Çok Yıllı Girişim ve Girişimcilik Programı"na katılmıştır. 23 Nisan 2002'de Küçük İşletmeler için Çalışma Şartı kabul edilmiştir. Bundan sonra KOBİ'lerle ilgili tüm kurum/kuruluşlar, bu şartın öncelik

alanları ile Türk KOBİ'lerin yapısal sorunlarının çözümüne yönelik öncelik alanlarını kapsayan programlar ve projeler geliştirmeye başlamıştır.

3.2. Türkiye’de Girişimciliğe Yönelik Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar

Türkiye’de girişimciliği geliştirmek için gerçekleştirilen politikalar, girişimcilere sağlanan destekler yönünden de incelenebilir. Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesi için kurulmuş tek bir kurumsal yapı bulunmamakla birlikte, KOBİ’lerin desteklenmesi ve gelişimi için bulunan kurumlar bu görevi görmektedir.

3.2.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

Girişimciliğin günden güne öneminin daha iyi anlaşıldığı ülkemizde, girişimcilere verilen destekler de her geçen gün çeşitlenmektedir. Ülkemizde girişimcilere vergi avantajı, finansman, uygun fiziksel donanım, danışmanlık vs. gibi konularda destekler verilmektedir.

Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesi ve KOBİ’lerin desteklenmesi için kurulan kuruluşların en önemlisi KOSGEB’dir. KOSGEB, 3624 sayılı Kanunla, 20 Nisan 1990 tarihinde “ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında küçük ve orta ölçekli işletmelerin payını ve etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek amacıyla kurulmuştur.” (www.kosgeb.gov.tr, 2016) O günden bu yana KOBİ’lere ve girişimcilere gerek hibe gerek geri ödemeli gerekse kredi faiz desteği sağlayarak destek olmuştur. KOSGEB, girişimciliğe çok ayrı bir önem vermektedir. Girişimcilik kültürünün oluşması amacıyla eğitimler vermekte, eğitimleri başarıyla tamamlayanların işletmelerini kurmaları durumunda maddi destek sağlamaktadır. KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Müdürlüğü’nden alınan verilere göre; KOSGEB 2010 yılından 2015 yılı sonuna kadar Türkiye geneli toplam 11.204 eğitim gerçekleştirmiş, toplam 375.501 kişi eğitimleri başarıyla tamamlamıştır. Bu kişilerin 23.263’ü işletmesini kurmuş ve bu girişimcilere toplam 393.057.469,- TL destek sağlanmıştır. (www.kosgeb.gov.tr, 2016)

KOSGEB'in girişimci adaylarına yönelik destek programı 4 farklı tür içermektedir. Bunlar sırasıyla Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, Yeni Girişimci Desteği, İş Geliştirme Merkezi Desteği ve İş Planı Ödülü şeklindedir. Bu programların detayı aşağıdaki gibidir:

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri (U.G.E.); “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi, girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak ve girişimcileri iş planı kavramı ile tanıştırmak amacıyla verilen eğitimdir. Eğitim sonunda girişimci adaylarının kendi iş fikirlerine yönelik iş planlarını hazırlayabilecek bilgi ve deneyimi kazanmaları hedeflenir. Bu kapsamda düzenlenecek eğitimler;

- a.) KOSGEB Birimleri tarafından düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
- b.) Ulusal veya uluslararası projeler kapsamında KOSGEB tarafından yürütülen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
- c.) Kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri,
- d.) Yükseköğretim kurumları tarafından örgün eğitim kapsamında verilen girişimcilik

dersleridir.” (www.kosgeb.gov.tr, 2016)

Yukarıda yer alan tüm eğitimler ücretsiz olup, 24 saati atölye çalışması olmak üzere toplam saatlik eğitimlerdir. Bu eğitimlerde kendi işini kurmak isteyen girişimci adaylarına; girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri, iş planı kavramı ve öğeleri kapsamında pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim planı, finansal plan eğitimleri, iş planı öğelerinin pekiştirilmesine yönelik atölye çalışmaları ve iş planının yazılması safhasında dikkat edilecek hususlardan oluşan modül eğitimleri verilmektedir. Bazı eğitimlerde ana

modül olarak belirtilen yukarıdaki eğitimler dışında, girişimci adaylarına e-ticaret, dış ticaret, iş kurma süreci gibi ek modüller de verilebilmektedir.

Bu eğitimlere katılıp en az % 80 oranında devam zorunluluğu koşulunu sağlayan kursiyerler, U.G.E. sertifikası almaya hak kazanmaktadırlar. Alınan bu sertifikalar KOSGEB Yeni Girişimci Desteği başvurusunda yer alması gereken zorunlu bir belgedir.

Yeni Girişimci Desteği; “Bu desteğe,

- a.) Girişimcilik Destek Programı kapsamında gerçekleştirilen bir Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi veya,
- b.) 24/04/2005 tarih ve 25795 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan KOSGEB Destekleri Yönetmeliği kapsamında düzenlenmiş olan, Genç Girişimci Geliştirme Programı veya KOSGEB’in işbirliği ve denetimi çerçevesinde başka kurum/kuruluşlar tarafından düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi veya,
- c.) KOSGEB tarafından yürütülmüş olan Birinci ve İkinci Özelleştirme Sosyal Destek Projesi kapsamında düzenlenmiş bir Küçük Ölçekli İşletme Kurma Danışmanlığı Desteği (KÖİDD) Programını

tamamlayarak, eğitim veya programa katıldığını belgeleyen girişimcilerin söz konusu eğitim veya programı tamamladıktan sonra kurdukları işletmeler ile,

ç.) İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM)’de yer alan işletmeler (eğitime veya programa katılım şartı aranmaksızın) İş Planı hazırlayarak başvuru yapmaya hak kazanmaktadırlar.”(www.kosgeb.gov.tr, 2016)

Bunun dışında, “destek başvurusunda bulunacak işletmenin Türk Ticaret Kanununda tanımlı gerçek veya tüzel kişi statüsünde kurulmuş olması ve girişimcinin başvuru tarihi itibarıyla;

- Son 1 (bir) yıl içerisinde aynı faaliyet konusunda vergi mükellefiyetinin bulunmaması,
- Mevcutta kendisine ait gerçek kişi statüsünde başka bir işletmesinin bulunmaması,
- Tüzel kişi statüsünde kurulmuş herhangi bir işletmede % 50'den fazla ortaklığının olmaması,
- Başka bir işletme/kurum/kuruluşta Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) Hükümlerine tabi olarak çalışmaması

gerekmektedir.” (www.kosgeb.gov.tr, 2016) Yeni Girişimci Desteği kapsamında verilen desteğin oranı, süresi ve üst limiti aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 3.1. Girişimcilik Destek Programı Yeni Girişimci Desteği Unsurları

Destek Unsuru	Destek Şekli	Üst Limiti (TL)	Destek Oranı (%) (1. ve 2. Bölgeler)	Destek Oranı (%) (3.,4.,5.ve 6. Bölgeler)
İşletme Kuruluş	Geri Ödemesiz	2.000	-	-
Kuruluş Dönemi Mak.Teç. Ofis Donanım ve Yazılım	Geri Ödemesiz	18.000	60 (Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını veya engelli girişimciye % 80 uygulanır)	70 (Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını veya engelli girişimciye % 90 uygulanır)
İşletme Gideri	Geri Ödemesiz	30.000	60 (Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını veya engelli girişimciye % 80 uygulanır)	70 (Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını veya engelli girişimciye % 90 uygulanır)
Sabit Yatırım	Geri Ödemeli	100.000	60 (Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını veya engelli girişimciye % 80 uygulanır)	70 (Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını veya engelli girişimciye % 90 uygulanır)

Kaynak: www.kosgeb.gov.tr, 2016.

İş Geliştirme Merkezi Desteği (İŞGEM); “İş Geliştirme Merkezi, bünyesinde barındırdığı işletmelere, işletme geliştirme koçluğu, destek ağlarına ulaşım, finans kaynaklarına erişim imkanı, uygun koşullarda iş yeri mekanı, ortak ofis ekipmanı,

ofis hizmetleri gibi hizmetler sunarak işletmelerin en kırılgan oldukları ilk yıllarını sağlıklı bir şekilde aşmalarını ve büyümelerini sağlamak amacıyla kurulan ve işletilen, İşletme Kuluçkası veya İşletme Fidanlığı olarak da adlandırılan merkezlerdir. Bu desteğe ilişkin unsurlar, oranlar, süreler ve üst limitler aşağıdadır:

İŞGEM Kuruluş Desteği: Bu destek kapsamında kurulan İŞGEM'ler için;

- Bina tadilatı için 500.000 TL,
- Mobilya, donanım için 100.000 TL,
- İŞGEM personeli gideri karşılığı, en fazla 3 personeli geçmemek üzere net ücret üzerinden aylık 3.000 TL olmak üzere toplam 50.000 TL,

olmak üzere geri ödemesiz destek üst limiti toplam 650.000 TL ve destek oranı 1. ve 2. bölgeler için % 60 olup, 3., 4., 5. ve 6. bölgelerde bu oran % 70 olarak uygulanır.

İŞGEM İşletme Desteği: Bu destek kapsamında İŞGEM'ler için;

- En fazla beş adet olmak üzere personel giderleri karşılığı olarak her bir personel için net ücret üzerinden 3.000 TL olmak üzere toplam 100.000 TL,
- İŞGEM işletmelerine yönelik toplu eğitim/danışmanlık faaliyetleri için 50.000 TL,
- İŞGEM Binası küçük tadilat işleri için 20.000 TL
- Tanıtım/organizasyon giderleri için 30.000 TL

olmak üzere geri ödemesiz desteğin üst limiti toplamı 200.000 TL ve destek oranı 1. ve 2. bölgeler için % 60 olup, 3., 4., 5. ve 6. bölgelerde bu oran % 70 olarak uygulanmaktadır.” (www.kosgeb.gov.tr, 2016)

Tablo 3.2. İŞGEM Destek Unsurları

DESTEK UNSURU		ÜST LİMİT (TL)	DESTEK ORANI(%) 1. ve 2. Bölge	DESTEK ORANI(%) 3.,4.,5. ve 6.Bölge
İŞGEM Kuruluş Desteği -Bina Tadilatı -Mobilya Donanım -İŞGEM Yönetim	Geri Ödemesiz	750.000		
		600.000 125.000 25.000	60	70
İŞGEM İşletme Desteği -Personel -Eğitim, Danışmanlık -Küçük Tadilat		100.000 30.000 50.000 20.000	60	70

Kaynak: www.kosgeb.gov.tr,2016.

İş Planı Ödülü; “Yükseköğretim kurumlarınca örgün eğitim sistemi içinde girişimciliğin ayrı bir ders olarak verilmesi halinde, bu dersi alan öğrenciler arasında KOSGEB ve ilgili üniversite işbirliği ile düzenlenen ödüllü yarışmalar sonucunda, hazırladıkları iş planları ilk üç dereceye girmiş olan öğrencilerden işletmesini kurmuş olmaları kaydı ile en başarılı iş planı sahibine 15.000 TL, ikinciye 10.000 TL, üçüncüye 5.000 TL ödül verilir.” (www.kosgeb.gov.tr, 2016)

KOSGEB sadece verdiği maddi desteklerle değil, içinde bulunduğu organizasyonlarla da girişimciliğe destek olmaktadır. Örneğin; girişimciliğin geliştirilmesi, önündeki engellerin kaldırılması amacıyla stratejiler oluşturulması ve uygulanması amacıyla Ocak 2012’de Girişimcilik Konseyi kurulmuştur. 32 kuruluşu bir çatı altında toplayan bu konseyin bir üyesi de KOSGEB’dir. KOSGEB ayrıca bu Konsey’in sekreteryasını da yürütmektedir. Girişimciliğin tematik alanlarda desteklenmesi konusu ilk kez bu Konsey’de gündeme gelmiştir.

KOSGEB sadece ulusal düzeyde değil, uluslararası düzeyde de girişimciliğin gelişmesine destek olmaktadır. Bilindiği üzere; Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödülleri yarışması, Avrupa Komisyonu’nun sponsorluğunda 2006 yılından beri düzenlenmektedir. 2011 yılında ülkemiz adına aday gösterilen Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma Geliştirme ve Uygulama Merkezinin "Birlikte Daha Fazlasını Yapabiliriz" projesi "Girişimcilik Ruhunun Geliştirilmesi" kategorisinde birincilik ödülünü kazanmıştır.

KOSGEB'in devam eden lansman faaliyetleri sonucunda, 2012 yılı Haziran ayından itibaren Avrupa KOBİ Haftası web sitesi Türkçe olarak hizmet vermeye başlamıştır. AB çapında yürütülen bir çalışmada ilk defa Türkçe dilinin resmi diller arasında yer alması oldukça önemlidir.

Ayrıca, girişimcilik konusunda KOSGEB'in her yıl geleneksel olarak yaptığı faaliyetlerden birisi de "KOBİ ve Girişimcilik Ödülleri" uygulamasıdır. Ödül almaya hak kazanan işletmeler "KOSGEB Yılın Başarılı İşletmesi Logosu"nu bir yıl boyunca kullanma hakkı kazanmaktadır. 2012 yılından bu yana 4 kez düzenlenen bu uygulamadaki kategoriler ve istenen özellikler aşağıdaki gibidir:

- ✓ **Yılın Başarılı KOBİ Büyük Ödülü:** Son 3 (üç) yıl içinde istikrarlı bir büyüme sağlayarak yüksek bir pazar payına sahip olmak, ihracat oranı, verimlilik düzeyi, sağladığı istihdam ile katma değer oluşturmak, kurumsallaşmasını tamamlamış, kredi alma imkanı ve marka tanınırlığı yüksek olmak ve sosyal sorumluluk projelerinde yer almak.
- ✓ **Yılın Başarılı KOBİ Ödülleri**
 - **Yılın İnovatif KOBİ Ödülü:** Son 3 (üç) yıl içindeki faaliyetleri ile mevcut/yeni pazarlara başarı ile sunulan yeni bir ürün, hizmet, uygulama, yöntem veya iş modeli fikri ile başarı elde etmiş olmak.
 - **Yılın İşbirliği-Güçbirliği Yapan KOBİ Ödülü:** Son 3 (üç) yıl içinde en az 5 (beş) işletmenin bir araya gelerek yaptıkları işbirliği-güçbirliği ile; üretim, istihdam, teknoloji düzeyi, ihracat ve işbirliği kültürünün gelişmesi konularında buldukları bölgeye katkı sağlayarak, en iyi işbirliği-güçbirliği modelini oluşturmuş olmak.
 - **Yılın İhracatçı KOBİ Ödülü:** Son 3 (üç) yıl içinde cirosunun en az %50'sini ihracat gelirlerinden elde etmiş ve bunu ilgili resmi kuruluşlardan belgelemiş olmak.

✓ **Yılın Başarılı Girişimci Ödülleri:** Geleceğe dair büyüme stratejileri geliştirmiş, istihdam ve ciro bakımından artan bir performans sağlamış, girişimciler için rol model oluşturmuş ve işletmesini son 3 (üç) yıl içinde kuran girişimcilerden;

- **Yılın Genç Girişimci Ödülü:** İşletmesini kurduğu yıl itibariyle 35 yaşını geçmemiş genç girişimci olmak,
- **Yılın Kadın Girişimci Ödülü:** Kadın girişimci olmak,
- **Yılın Küresel Doğan Girişimci Ödülü:** Yıllık ciro değerinin %25'ten fazlası ihracat gelirlerinden oluşmak ve uluslararası işbirliği yapmış olmak,
- **Yılın İnovatif Girişimci Ödülü:** İnovatif bir iş fikri ile işini kurmuş olmak (www.kosgeb.gov.tr, 2016)

Görüldüğü üzere KOSGEB, Girişimcilere yönelik sağladığı destek ve hizmet faaliyetleri ile Türkiye’de bu alanda yapılanması ve faaliyeti olan en öncü kurumdur.

3.2.2. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (BSTB)

5746 Sayılı Kanun destek mekanizmalarından birisi olan Teknogirişim Sermayesi Desteği; “örgün öğrenim veren üniversitelerin herhangi bir lisans programından bir yıl içinde mezun olabilecek durumdaki öğrenci, yüksek lisans veya doktora öğrencisi ya da lisans, yüksek lisans veya doktora derecelerinden birini ön başvuru tarihinden en çok beş yıl önce almış” kişilerin teknoloji ve yenilik odaklı iş fikirlerini, desteği veren merkezi yönetim kapsamındaki kamu idareleri tarafından desteklenmesi uygun bulunan bir iş planı çerçevesinde, katma değer ve nitelikli istihdam yaratma potansiyeli yüksek teşebbüslere dönüştürebilmelerini teşvik etmek için düzenlenmiştir. (www.sanayi.gov.tr,2016)

Bu kanun ile “ülkemizde nitelikli girişimciliğin özendirilmesi bu girişimciler tarafından uluslararası rekabet gücü olan, yenilikçi, teknoloji düzeyi yüksek ürün ve

süreçleri geliştirebilen işletmelerin oluşturulması” hedeflenmektedir. (www.sanayi.gov.tr, 2016) Ayrıca bu destek ile ülkemizde bilgi yoğun ve yenilikçi girişimcilik konusundaki farkındalığın artırılmasının yanında yüksek eğitimli, nitelikli gençlerin iş hayatına kazandırılması da sağlanmaktadır. Kanun kapsamında destekleneceği kesinleşen girişimcinin, işletmesini kurması süreci sonrası 100.000 TL’ye kadar ve bir yılı geçmeyecek şekilde desteklenmektedir.

3.2.3. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK)

KOSGEB gibi Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK) da Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının ilgili bir kamu kurumudur. TÜBİTAK, 1512 kodlu Teknogirişim Sermayesi Desteği Programını Bakanlıkla beraber yürütmektedir. Bunun dışında girişimcilere yönelik TÜBİTAK Destekleri ise şu şekildedir:

Kod Destek Programının Adı

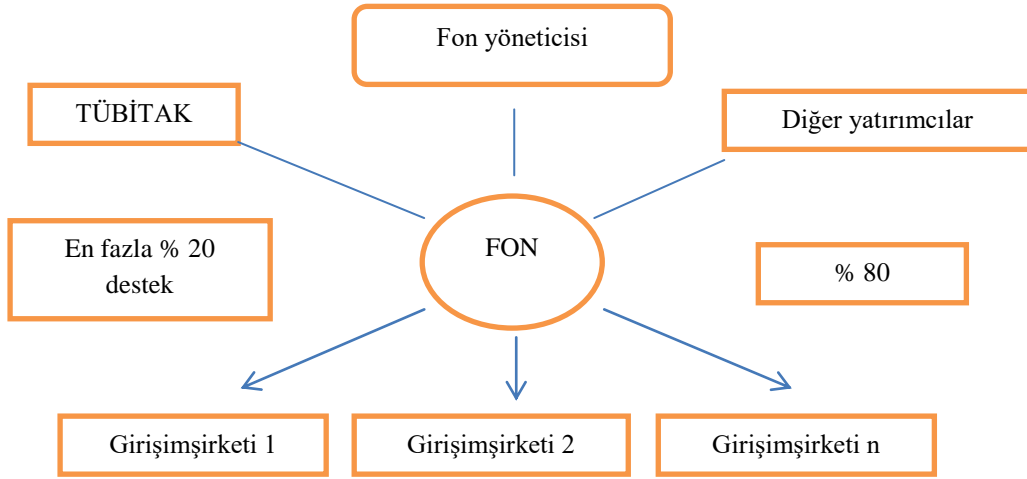
1514 Girişim Sermayesi Destekleme Programı (GİSDEP)

2238 Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı

2239 Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı

1514 Girişim Sermayesi Destekleme Programı (GİSDEP): (www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/girisimcilik/ulusal-destek-programlari, 2016) Bu program, ülke ekonomisine katma değer sağlayabilecek nitelikte yenilikçi ürün, süreç, bilgi ve teknoloji geliştirme ve üretme potansiyeli bulunan KOBİ ölçeğindeki şirketlerin çekirdek veya başlangıç aşamalarındaki finansman ihtiyaçlarının, girişim sermayesi fonları aracılığıyla karşılanması amacıyla başlatılmıştır.

Destekleme Programı ile ülkemizde teknoloji ve yenilik odaklı KOBİ’lere sermaye sağlayacak yeni fonların kurulmasına ve bu fonları yönetecek Fon Yöneticilerinin teşvik edilerek girişim sermayesi ekosisteminin oluşturulmasına katkı sağlanması hedeflenmektedir.



Şekil 3.1. TÜBİTAK 1514 kodlu program kapsamında oluşturulan fon
(Kaynak: www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/girisimcilik/ulusal-destek-programlari, 2016)

Fon süresi içerisinde 5 yıllık yatırım dönemi ve 7 yıllık çıkış dönemi yer almakta olup, toplam süre 12 yıldır. Programa başvuran ve desteklemeye aday bulunan Fon Yöneticilerinin / Aday fon yöneticilerinin desteklenme kriterlerine uygun Girişim Sermayesi Fonu kurması esastır. Kurulan ve desteklenmesi uygun bulunan fonlara TÜBİTAK tarafından çağrıda belirtilen oranda hibe desteği sağlanır. Fon tasfiyesinde TÜBİTAK'ın fona hibe ettiği tutar ve bu tutara karşılık gelen tüm gelirler, fon yöneticisinin performansına göre fon yöneticisi ve yatırımcılar arasında dağıtılmaktadır.

2238 *Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı*: Programın amacı üniversite düzeyinde girişimcilik ve yenilikçilik alanlarında iş fikri ve iş planı yarışmaları düzenleyerek;

- Üniversite öğrencilerinin yenilikçilik temelli düşünme yeteneğine sahip olmalarını sağlayarak yenilikçiliği girişimcilik sürecinin merkezine yerleştiren bir nesil yetişmesine katkıda bulunmak ve böylece girişimcilik ve yenilikçilik konularına yönelik farkındalığı arttırmak,

- Çeşitli alanlarda yenilikçilik içeren iş fikri olan ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerine fikirlerini hayata geçirmelerine yönelik uygun ortamı hazırlamak için destek sağlamaktır.

Bu kapsamda ulaşılması planlanan temel hedefler aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- a.) Ülkemizin uluslararası rekabet gücünü arttırmak için bilimsel bilginin ticari değere dönüşmesine katkı sağlamak,
- b.) Gençlerin kendilerine hem maddi, hem de manevi anlamda tatmin sağlayacak kariyer hedefleri oluşturmalarına ve böylece bilinçli ve nitelikli işgücünün yetiştirilmesine katkı sağlamak,
- c.) Kariyerlerinde girişimcilik fırsatlarını değerlendirmeyi hedefleyen öğrencilere bu hedeflerine katkı sağlayacak bir öğrenme ve uygulama deneyimi sunmak,
- d.) Ülkemize, etkin çalışabilen, stratejik düşünebilen, küresel entegrasyon sürecini başarıyla yönetebilecek yeni işletmeler kazandırmaktır.

Ön lisans, lisans, lisansüstü ve açık öğretim fakülteleri öğrencileri bu program kapsamında;

- Genel / Teknolojik / Sosyal Girişimcilik kategorilerinden birine başvuru yapabilmektedir.
- Yarışmaya bireysel olarak veya en fazla 3 kişiden oluşan gruplar halinde başvurabilmektedir. Başvuru ekip adına ise, ekip temsilcisi tarafından yapılır.
- Yarışmanın her kategorisinde ekiplerin yenilikçi iş fikirleri getirmesi zorunludur.

Başvuruların değerlendirilmesi aşağıdaki tabloda belirtildiği şekilde ağırlıklandırılarak yapılmaktadır:

Tablo 3.3. TÜBİTAK 2238 Destek Programı Başvuru Değerlendirme Kriterleri Tablosu

Değerlendirme Kriteri	Genel	Teknoloji	Sosyal Girişimcilik
Yenilikçilik	% 30	% 40	% 25
Yapılabilirlik / Uygulanabilirlik	% 30	% 25	% 25
Ölçeklenebilme / Sürdürülebilirlik	% 30	% 30	% 25
Sosyal Etki	% 10	% 5	% 25

Kaynak: www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/girisimcilik/ulusal-destek-programlari, 2016.

Birinci aşama değerlendirmede elektronik ortamda alınan başvurular başvuru belgelerinin tam olup olmadığı yönünden kontrol edilir. Birinci aşamayı geçen projeler, alanında uzman bilim insanları tarafından değerlendirilerek her kategoride başarılı bulunan projeler sergiye davet edilmek için belirlenir. İkinci aşama değerlendirmesinde başarılı bulunan projeler final sergisine davet edilerek önceden duyurulan tarihler arasında sergilenir. İkinci aşamayı geçen proje sahipleri projelerini jüri önünde sözlü olarak sunarlar. Birinci projeye 10.000 TL, ikinciyeye 7.500 TL ve üçüncüye de 5.000 TL ödül verilmektedir. Ödül alanlar TÜBİTAK'ın resmi internet sitesinden duyurulmaktadır.

2239 – Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı

Bu programın amacı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Teknogirişim Sermayesi Desteğini kazananlar arasından yapılacak elemeyi geçerek önerilmiş adaylara girişimcilik ve yenilikçilik alanlarında yurt dışında düzenlenen eğitim programlarına katılım desteği sağlamaktır.

Program kapsamında desteklenenlere seyahat, gündelik/aylık yaşam giderleri ile kayıt ücretleri için destek sağlanabilir. Başvurular adayın yetkinliği, çalışmanın niteliği, iş fikri, iş geliştirme potansiyeli, yaygın etki, girişimcilik ve yenilikçilik kültürünün geliştirilmesine olan etkisi ve kişiye/topluma/ülkeye yararı/etkisi yönlerinden değerlendirilir. Desteklemeye uygun bulunan başvurular TÜBİTAK'ın resmi internet sitesinden yayınlanmaktadır.

3.2.4. Girişimciliğe Destek Veren Diğer Kuruluşlar

Enkuba: Yenilikçi girişimcilere destek veren kurumlardan birisi Enkuba'dır. Seçilen girişimcilere ofis ortamı, mentorluk, başlangıç sermayesi ve yeni bağlantılar kurma fırsatı veren Enkuba, Türk girişimcilerin yanı sıra Doğu Avrupa lkelerindeki girişimcilere de fırsat sunmaktadır. (www.enkuba.com, 2016)

E-tohum: Yeni ekonomi konusunda bilgi ve fikir sahibi, kendi internet şirketini kurmak isteyen girişimcilerle; şirketleri, yatırımcıları ve profesyonelleri bir araya getirmeyi amaçlayan bir projedir. Başvuru yapanlar arasından seçilecek uygun 40 girişimci, E-tohum Girişimcilik Kampına katılmakta, onlara iş planlarını hazırlarken koçluk ve yönlendirme yapılmakta, girişimciler hazırladıkları iş planlarını bireysel, kurumsal yatırımcı ve şirketlere sunmaktadırlar. Ayrıca girişimcilere ofis yeri ve yazılım desteği, internet erişimi, danışmanlık gibi birçok hizmet sunulmaktadır. Ayrıca E-tohum girişimleri belirlendikten sonra, isterlerse sermayedarlar istedikleri projeye yatırım yapabilmektedirler. (www.etohum.com, 2016)

Girişim Fabrikası: Fikir ve teknolojilerin ticarileşmesini hızlandırmak ve girişimciliğe destek vermek amacıyla Özyeğin niversitesi ve Turkcell stratejik ortaklığında 2011 yılında kurulmuştur. Girişimciliğin hızlı ama yeni gelişmeye başladığı ülkemizdeki en önemli eksiklik girişimcilere yeteri kadar mentorluk ve profesyonel hizmetler sunulamaması, onların girişimcilik yolunda yalnız bırakılmasıdır. İşte bu probleme zm için kurulan Girişim Fabrikası, girişimcilere ofis alanından telefon, internet ve sekreteryaya gibi temel ihtiyaçlara; hukuki danışmanlık ve muhasebeden, insan kaynakları ve medya iletişimine; hatta koçluk desteği ve yatırımcılarla buluşturma gibi ileri seviye hizmetlere kadar geniş bir çerçevede destek sunmaktadır. (www.girisimfabrikasi.com, 2016)

Avealabs: Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında faaliyet gösteren girişimci firmalara yenilikçi ürün ve servisler geliştirmeleri için gerekli tüm teknik altyapı hizmetlerini ve bilgi birikimini sunmaktadır. Avealabs'ta yer almaya hak kazanan firmalar aşağıdaki hizmetlerden yararlanabilmektedirler:

- Ofis ortamı
- Avea veri merkezlerinde sunucu barındırma
- Teknoloji yönetimi ve ürün yönetimi danışmanlığı
- Avea internet ve intranet altyapısını kullanma imkanı
- Avea GSM test laboratuvarından yararlanma
- Fikri mülkiyet hakları yönetimi konusunda Avea uzmanları ile birlikte çalışma
- Avealabs eğitim programlarından yararlanma
- Proje bazlı finansal desteklerden yararlanma imkanıdır. (www.avealabs.com, 2016)

Endeavor: Ülkemizde ve gelişmekte olan ülkelerde girişimciliği destekleyen küresel bir program olan Endeavor, etkin girişimcileri desteklemektedir. Endeavor'a göre etkin girişimciler; "En iddialı, hızlı ve güçlü büyüme planları olan, rekabet üstünlüğü ile icra becerisini bir araya getirebilen, başarıya ulaştığında tüm paydaşlarına yüksek katma değer yaratma potansiyeli sunan, kendi hayatının yanı sıra, bulunduğu topluluğu ve dünyayı değiştirme gücüne sahip olan kişilerdir." Bunlar özellikle gelişmekte olan ülkelerde yeni girişimlere olan güven eksikliği, sınırlı yönetim uzmanlığı, rol model yoksunluğu, iş ağlarına ve rehber danışmanlara ulaşamama, finansal kaynaklara sınırlı erişim gibi bir takım sorunlarla karşılaşmaktadır. İşte Endeavor bu noktada devreye girmek için kurulmuş, iş dünyası liderlerinin de yer aldığı rehberlik ağı ile başarıya giden yolda Etkin Girişimcilerin gerçek potansiyellerini ortaya çıkarmalarına katkıda bulunmayı amaçlamıştır. (www.endeavor.org.tr, 2016)

Inovent: 2006 yılında Sabancı Üniversitesi tarafından kurulan Inovent, Türkiye'nin ilk teknoloji ticarileştirme ve transferi şirketi ve Türkiye'nin ilk risk sermayesi ve çekirdek sermaye yatırımları yapan şirkettir. Inovent'in kurulmasındaki amaç; fikirlerin sanayi alanında faaliyete geçmesi ve ticari bir değere dönüşmesini sağlamaktır. Bunun için Inovent, kendisine sunulan fikirleri incelemekte, ticarileşebilecek, gelecek vaat eden fikirlerin ticari bir projeye dönüşmesi için her türlü desteği sağlamaktadır. Bunun yanında fikirlere öncelikle çekirdek sermaye yatırımı yapmakta, proje gelişir ve daha fazla yatırıma ihtiyaç duyarsa risk sermayesi

yatırımı ile destek olmaktadır. Inovent, kuruluşundan bugüne kadar 17 şirketin kuruluşuna destek olmuş, yatırım yaptığı 4 şirketten başarılı bir şekilde hisselerini satmak suretiyle çıkmıştır. Inovent'in portföyünde şu an 11 aktif şirket bulunmaktadır. (www.inovent.com.tr, 2016)

Inventram: “İcat etmek” ve “Koç” kelimelerinin birleşiminden oluşan Inventram Koç Holding ve Koç Üniversitesi ortaklığıyla 2010 yılında kurulmuştur. Inventram da Inovent gibi pazar potansiyeli olan yenilikçi ve teknolojik buluşların ticarileştirilmesini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Girişimcilere şu konularda destek olmaktadır: (www.inventram.com, 2016)

- Fikri mülkiyet hakları koruma ve yönetimi
- İnovasyon ve teknoloji ticarileştirme
- Başlangıç ve erken aşama destekleri
- Buluşçular ve girişimcilere yönelik çözüm ortaklığı
- Şirket ve kurumsal ortaklık geliştirme
- Ar-Ge projeleri değerlendirme ve proje portföy yönetimi
- Fonlar ile Ar-Ge faaliyetlerini buluşturma
- Finansal destek, yönetim ve hukuk desteği
- Fizibilite ve pazar araştırması
- Şirket değerlendirme
- Pazara giriş modellemesi ve satış
- Bütçe yönetimi.

Galata Business Angels (GBA): Galata İş Melekleri İstanbul'un ilk melek yatırımcı organizasyonudur. Galata İş Melekleri, ileri teknoloji start-up şirketlerine yatırım yapan girişimciler, yöneticiler ve melek yatırımcılardan oluşan bir gruptur. Üyeleri Airties, Yemeksepeti.com, Mynet.com ve Markafoni.com gibi şirketler kuran ve Apple, eBay, Maxim, Turkcell ve DBI gibi şirketlerde üst düzey yöneticilik yapan kişilerdir. Galata İş Melekleri, yüksek getiri potansiyeli olan, yenilikçi projelere koçluk ve yatırım imkanı sağlamaktadır. (www.galatabusinessangels.com, 2016)

Viveka: Viveka, teknoloji fikirlerini gerçekleştirmek isteyen girişimcileri zaman, maddi kaynak ve bilgi açısından destekleyerek projelerini hayata geçirmelerini sağlayan bir inkübasyon merkezidir. Bu destekleme modeli aşağıdaki gibidir:

- ✓ **İş Fikri Değerlendirme:** Girişimcilerle beraber iş fikrini araştırmakta ve eksik noktaları bulmakta onlara yardımcı olmaktadır.
- ✓ **Ön Değerlendirme:** Girişimcilerin telefon, internet ve toplantı salonu gibi altyapı ihtiyaçlarını karşılayarak, ekipleriyle beraber kullanabileceği bir çalışma ortamı hazırlamaktadırlar.
- ✓ **Projelendirme ve İş Planı:** Girişimcilere 4 aydan 1 seneye varacak kadar net bir çalışma planı sunmaktadırlar.
- ✓ **Tasarım ve Geliştirme:** Kendi bünyesinde bulunan yazılımcı ve tasarımcı çalışanları ile girişimcilerin takıldıkları noktalarda çözüm aramakta, girişimciye ve ekibine yardımcı olmaktadır.
- ✓ **Prototip:** Ürün ortaya çıktıktan sonra teste açılmakta, bu aşamada Viveka çalışanları her biri farklı bakış açısıyla ürünü değerlendirmekte ve hataları göstermektedir.
- ✓ **Ürün:** Girişimciler Viveka tarafından pazarda ürüne referans olacak güçlü isimler, akıl hocaları ile tanıştırılmakta, ürün pazara adım atar atmaz tanıtım için büyük destekçiler sağlanmış olmaktadır.
- ✓ **Firmalaşma:** Girişimci ilk satış aşamasına geldiğinde firmalaşmakta ve kuluçka sisteminden ayrılmaktadır. İlk etapta Viveka işletmeye ortak olmakta, ciroları belli bir noktaya geldikten sonra hisseleri girişimciye geri satmaktadır. Böylece işletme finansal bağımsızlığını da kazanmış olmaktadır. (www.viveka.com.tr, 2012)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İŞLETMELERDE PERFORMANS

İşletmelerin hepsinin belli amaçları ve görevleri bulunmaktadır. Bu amaçlar arasında karlılık, müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygun üretim/hizmet geliştirme, istikrarlı büyüme, nesilden nesile aktarılan bir işletme olabilme, pazar payını, etkinliğini ve verimliliğini artırma sayılabilir. İşletme sahibinin veya yöneticilerinin en önemli görevi, işletmeyi bu amaçlar doğrultusunda en iyi ve en başarılı şekilde idare etmektir. En iyi ve en başarılı olmanın göstergesi işletmenin performansı ve bu performansın yönetimidir. Bu nedenle işletmeciler sürekli performanslarını artırma ve geliştirme odaklı olmak zorundadır.

4.1. Performans Kavramı

Performans genel anlamda amaçlı ve planlanmış bir etkinlik sonucunda elde edilen, nicel ya da nitel olarak belirleyen bir kavramdır. Bu sonuç mutlak ya da görel olarak açıklanabilir; bir atletin yüksek atlamadaki bireysel derecesi ya da sıralamadaki sırası, bir üretim biriminde üretim miktarı ya da gerçekleşen üretimin planlanan üretime oranı gibi. Performansın belirlenmesi için gerçekleştirilen etkinliğin sonucunun değerlendirilmesi gerekir. Değer, bir etkinlik sonucunda oluşan varlık ya da olgunun anlaşılabilir, anlatılabilir, özneliği azaltılmış, nesneliği artırılmış olarak açıklanmasında kullanılan bir ölçüdür. Değerler, ölçüm işlevi sonucunda saptanır ve bu değerlerin her biri bir performans göstergesidir. İyi, kötü, başarılı, başarısız, birinci, ikinci, vb. (Akal, 2011)

İşletme için performans tanımı yukarıda yer alan tanımdan farklı bir olgu taşımamaktadır. Performans, işletme için “başarı” demektir, diğer bir deyişle başarının sürekli bir şekilde “değer yaratabilme” şeklinde gerçekleşmesidir. Kısacası

performans, işletme amaçlarının gerçekleştirilmesi için gösterilen tüm çabaların değerlendirilmesidir.

4.2. Performans Boyutları

İnsan ihtiyaçları için gerekli olan mal ve hizmetleri üretmek amacıyla kurulan işletmeler, girdi-çıkıtı bağlamında içinde buldukları çevreleriyle etkileşimde olmaktadır. Bu etkileşimin sağlıklı bir şekilde devam etmesi durumunda organizasyonlar yüksek performans gösterebilir ve devamlılıklarını uzun süre devam ettirebilirler. Bu bağlamda organizasyonlardaki iş görenlerin performans değerleri ve bu iş görenlerin sahip oldukları yetkinlikler, işletmelerin etkinlik ve verimliliğindeki önemli belirleyicilerden olmaktadır. İşletme literatüründe genel kabul gören bu sınıflamaya göre performans kavramı belli başlı 7 performans boyutu ile incelenmektedir. (Aykut, 2013)

Bunlar;

- Etkenlik (etkinlik),
- Verim ve girdilerden yararlanma,
- Verimlilik,
- Kalite,
- Yenilik,
- Çalışma yaşamının kalitesi,
- Karlılık

şeklindedir. (Akal, 2011)

4.2.1. Etkenlik (Etkinlik)

Etkenlik, örgütlerin tanımlanmış amaçlarına ulaşmak amacıyla gerçekleştirdikleri etkinliklerin sonucunda bu amaçlara ulaşma derecesini belirleyen bir performans boyutudur. Etkenliğin konu aldığı amaçlar genellikle işletmenin uzun dönemli amaçlarıdır. İşletmenin uzun dönem bazında büyüyerek yaşamını sürdürmesini hedefleyen faaliyetlerdir. Örneğin kısa dönemli satış ya da kar artışları gibi amaçlar etkenlik boyutu ile irdelenecek amaçlar olmamalıdır. Kazanılan küçük muharebeler

savaşı kazanma garantisi sayılamayacağı gibi, etkenlik kavramı da işletmenin uzun dönemli başarılarını kısa dönem başarılarına göre değerlendirme hatasından yöneticileri uzak tutma yolunu açan bir araç olmaktadır. Böylece yöneticiler işletmenin uzun dönem başarılarını da göz önünde bulundurarak karar verme yetisine sahip olmaktadır.

İşletmelerin uzun dönemli hedeflerinin en başında olanlarından biri onların uzun yıllar boyu hayatta kalabilmeleridir. Kısacası, faaliyette bulunmaya devam etme ya da diğer adıyla faal olma işletmelerin en önemli uzun dönem hedefidir. Bu kapsamda, sürdürülebilirlik kavramı işletmeler için uzun dönemli hedef olduğundan, performans boyutlarından “etkenlik” boyutuna girmektedir. Yine, aynı şekilde, işletmeler, kuruldukları yıldan itibaren sürekli büyümeyi hedeflemektedirler. Uzun dönemli hedefler içerisinde yer alan “büyüme” kavramı da, doğal olarak işletmelerin etkenlik performansı içerisinde yer bulmaktadır.

Etkenlik ölçütü ise genel olarak işletmelerin gerçekleştirmeyi amaçladıkları ile elde ettikleri arasındaki karşılaştırmadan ibarettir. Bu karşılaştırma şu şekilde ifade edilebilir:

$$\text{Etkenlik} = \frac{\text{Gerçekleşen çıktı (sonuç)}}{\text{Beklenen (planlanan) çıktı (sonuç)}}$$

Bu eşitliğe göre, etkenlik derecesi 1’den büyükse, işletme “etken”, 1’den küçükse performans olarak “etken değildir” olarak ifade edilebilir.

4.2.2. Verim ve Girdilerden Yararlanma

İşletmelerin ürün ya da hizmet üretirken, kaynaklardan ne derece faydalandıklarını veya bu kaynakların tam ya da atıl kullanılma durumunu gösteren performans boyutudur.

Verim ve girdilerden yararlanma göstergeleri performans geliştirme sürecinde “şimdi biz neredeyiz?”, “daha iyi nasıl olabiliriz?” sorularına yanıt verme görevini yerine getirmektedirler.

Bir işletmede mevcut iç ve dış olanaklar ve kısıtlamalar altında potansiyel kaynaklardan nasıl ve ne düzeyde yararlanıldığını gösterirler; işgücünden, makine kapasitesinden yararlanma oranları gibi. (Akal, 2011)

Etkenlik boyutu işletmenin çıktıları ile ilgiliyken, verim işletmenin girdileri ile ilgilidir. Yani işletmenin amaçlarına yönelik olmayıp, kullandığı araçlara, kaynaklara yöneliktir. Verim boyutunda işletmenin en düşük kaynak kullanımı, kaynakların en düşük maliyet ve israf oranı içerisinde harcanmasının gerçekleşip gerçekleşmediği gibi hususlar incelenmektedir. Verim boyutunu sembolize eden verim oranı kavramı ise şu şekilde denkleme dönüştürülebilir:

$$\text{Verim Oranı} = \frac{\text{Tüketilmesi beklenen kaynaklar (yararlı girdi)}}{\text{Tüketilen (kullanılan) kaynaklar}} \times 100$$

Bu eşitlik içerisinde her türlü girdi yer alabilir. Bu sayede işgücü, makine, ekipman, malzeme, enerji, hammadde, ara mamul, sermaye gibi kaynakların verim oranı ölçülebilmektedir.

4.2.3. Verimlilik

Verimlilik bir organizasyonun ya da bir işletmenin hammadde, işgücü, makine ve ekipman gibi girdilerini, çıktılara ne derece dönüştürebildiğini gösteren bir ölçüm sonucudur.

Verimliliği, müşteriye üretilen değer, üretilen maliyeti veya bir organizasyonun etkiselliğinin, yeterliliğine olan oranı olarak da tanımlamak mümkündür. (Yetişen, 2011)

Verimlilik matematiksel olarak kabaca “Çıktı/Girdi” olarak tanımlanmaktadır. Bu denkleme göre verimlilik; bir üretim ya da hizmet sürecinin belli bir dönem sonunda üretilmiş olan ürün ve hizmetlerle (çıktı), bu üretimi gerçekleştirmek amacıyla kullanılan üretim kaynaklarının (girdi) birbirine oranlanmasıyla elde edilen sonuçtur. Ancak verimliliğin ölçümü, oranda görüldüğü kadar basit bir hesap olayı değildir. Verimlilik, bir işletmede işgücü, hammadde, malzeme, makine ve donanım gibi temel üretim kaynaklarının yanı sıra, sermayenin kullanımı teknolojik seçim, örgütlenme ve yönetim, çalışma yaşamı koşulları ve günümüzde çok değer kazanan bilgi, zaman gibi kaynaklar arasındaki etkileşimin sonucudur. Bu ilişkinin çıktı/girdi gibi tek ve basit bir ölçütle açıklanması ise yeterli olmamaktadır. En azından kalitenin göz önüne alınmadığı verimlilik değerlendirmelerinin anlamlı olmayacağı artık açıkça kabul edilmiştir. Bu nedenle verimlilik ölçümlerinin zenginleştirilmesi amacıyla yeni yeni yaklaşımlar ve yöntemler geliştirilmektedir. (Akal, 2011)

4.2.4. Kalite

Kalite, kaynakların verimli kullanımını sağlayan, ürün ve hizmetlere kullanım kolaylığı kazandıran, müşteri gereksinimlerine uygun üretim ve hizmet anlayışını egemen kılan ve böylece işletmelerin kamusal sorumluluklarını da olumlu olarak gerçekleştirmelerine olanak hazırlayan bir performans boyutudur. (Akal, 2011)

Yukarıda yer alan tanıma bakılacak olursa, kalite boyutunun bir kısmı teknik ve nicel göstergeler içermektedir. (Kalite maliyetleri, hatalı ürün yüzdeleri vb.) Diğer bir kısmı ise nitel göstergelerden oluşmaktadır. (zamanında üretim/hizmet, müşteri memnuniyeti vb.)

4.2.5. Yenilik

İşletme yöneticileri bugünün performansını değerlendirirken geleceği de düşünerek buna göre adımlar atmak zorundadırlar. Gelecekte işletmenin var olabilmesi, çağın getirdiği yeniliklere, müşteri beklentilerinde meydana gelen değişikliklere hızlı bir şekilde uyum sağlayabilme ile mümkündür. İşletmelerde yenilik yaklaşımları günümüzde daha çok onların Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yatkınlığı ile ilgilidir. Yaratıcı düşünceye sahip, gelişime açık, risk alma becerisine sahip

girişimciler, mevcut koşullara çabuk uyum sağlayabilen esnek işletmeleriyle pazarda her zaman ne geçmektedirler. Bu anlamda yenilik, işletmelerin performans ölümünde önemli bir boyuttur.

4.2.6. Çalışma Yaşamının Kalitesi

Bir işletmede iş görenlerin performanslarının yüksek olması, onların çalışma koşullarının fiziki durumuna bağlıdır. Çalışanlar, yapılan tüm araştırmalarda işletmeciler tarafından o için standart zamanında yapılabilmesi adına, hem fizyolojik hem de psikolojik açıdan iş ile tam bir uyum içinde olmalıdır. Bu düşünceden hareketle, özellikle günümüz Endüstri Mühendisliğinin temel disiplin konularından olan “ergonomi” ve “iş etüdü” ortaya çıkmış, böylece iş koşullarının işçiye uyumu hedeflenerek, işçinin o işi yapabileceği standart zamana ulaşılmaya çalışılmıştır.

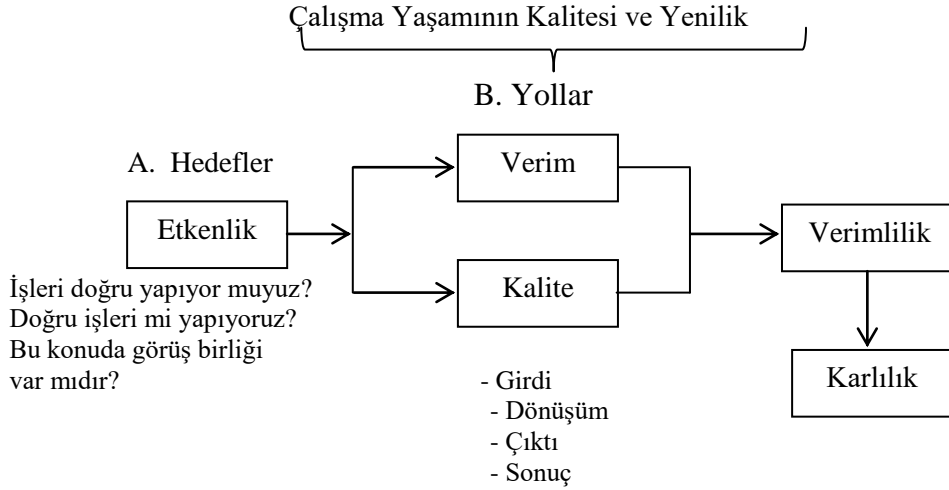
4.2.7. Karlılık

İşletmelerin en önemli amacı kar elde etmektir. Kar, toplam gelir ile toplam maliyet arasındaki farkı ifade etmektedir. Diğer bir deyişle satışlar ile maliyetler arasındaki pozitif fark karı, negatif fark ise zararı göstermektedir.

Karlılık, araştırmalarda işletme performansının en önemli göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum işletmeler için performans sözünün genellikle karlılık anlamında kullanıldığını ortaya koymaktadır. (Yetişen, 2011)

Yukarıda yer alan 7 performans boyutu birbiriyle bir bütündür. İşletmelerin tam performansta faaliyet gösterebilmesi için bu 7 boyutunun hepsinin yüksek olması kuşku götürmez bir gerçektir.

Kalite çok önemli bir boyuttur, etkenliğin sağlanmasında temel belirleyicilerden biri olarak ve etkenlikle çakışan bir boyut olarak birlikte yorumlanabilmektedir. Yenilik, alışma yaşamının kalitesi ve karlılık ise uzun dönemde bir işletmenin başarılı olarak yaşamını sürdürmesi için gerekli olan ve üç temel boyutun varlığında var olabilecek aksi takdirde “olmasa da olur” sayılabilecek boyutlardır. Verimlilik, verim ve etkenlik ise bir işletmenin performansının temel boyutlarıdır. (Akal, 2011)



Şekil 4.1. Yedi Performans Boyutunun İlişkisi
(Kaynak: Akal, 2011)

4.3. Performans Yönetimi

Performans yönetimi, yeni bir kavram olmakla birlikte yönetimin planlama ve denetim işlevlerinin daha geniş sınırlar ve performans kavramındaki gelişmeler çerçevesinde uygulanmasına yönelik bir yönetim anlayışı olarak ifade edilmektedir. (Akal, 2011) Performans yönetimi aslında; hedef belirlenmesi, değişikliklerin izlenmesi, koçluk, motivasyon, yeniden gözden geçirme ve personel gelişimi gibi birçok aktivitenin bir araya geldiği bir sistemdir. (Luecke, çev. Özer, 2008)

Performans yönetimi anlayışında yönetim görevleri 3 ana başlıkta özetlenebilir: (Akal, 2011)

1. Örgütün ortak amacını, örgütü oluşturan en alt sistemlere kadar, bu sistemlerin özel amaçlarını da içerecek biçimde tüm örgüte yaymak ve benimsetmek.
2. Örgüt içinde yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya karşılıklı bilgi akışını sağlayacak bir iletişimi gerçekleştirmek.
3. Yönetim birimlerinin performansını sürekli geliştirmek bu amaçla işletmenin tümü ya da istenen birimleri için ve özellikle çalışanlar için bir performans ölçüm ve denetim sistemi uygulamak.

4.4. Performansın Ölçümü ve Göstergeleri

Performans ölçümü, bir işletmenin tamamı için sistematik bir şekilde yapılabileceği gibi, geçici bir süre veya belirli bir amaç için de yapılabilir. Her organizasyonun performans ölçümü yapmak için kendine özgü bazı nedenleri vardır. İşletmeler, genellikle müşterilerinin isteklerini karşılayıp karşılayamadıklarını belirleyebilmek, yaptıkları faaliyetler hakkında bildiklerinin doğruluğunu onaylayabilmek ve neleri bilmediklerini ortaya çıkarma; genel olarak başarılı olup olmadıklarını belirlemek; kararların, duygusal veya varsayımlara dayalı olarak değil de, gerçek verilere dayanarak alındığından emin olmak; sorunlu alanları ortaya çıkarmak veya gelişme olabilecek alanları belirlemek gibi nedenlerden dolayı performans ölçümü yapmaktadır. (Yıldız, 2010)

Günümüz küresel rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerin, rekabet yarışında kendilerini daha etkin ve başarılı kılacak yöntemleri ve performanslarını doğru biçimde belirleyecek ölçme sistemlerini kullanmaları gerekmektedir. Bu yüzden, her işletme kendi örgütsel yapısına uygun performans kriterlerini belirleyerek ölçme sistemlerini geliştirmek durumundadır. Bu amaçla, işletmenin özel gereksinimlerine, kullanıcıların amaçlarına, yöneticilerin tercihlerine, daha geniş bir deyişle performans ölçme sisteminin amacına ulaşmayı sağlayacak göstergeler geliştirilmelidir. Geliştirilen performans göstergeleri, işletmenin performansı hakkında bilgi sunarken, performansın ölçülen boyutunun da dışında, daha genel bir anlam çıkarılabilecek sonuçları da sunmalıdır. Bu bağlamda, geçmişte yalnızca finansal performans göstergeleri kullanılmakla birlikte, finansal göstergeler sonuçları gösterdiği halde neyin doğru yapıldığı ya da neyin yanlış uygulandığı hakkında açıklamalar sunamadığından, günümüzde işletmelerin performanslarının belirlenmesinde finansal göstergeler ve finansal olmayan göstergelerin bir arada kullanılması gerekmektedir. (Şen, 2010)

Kimi çalışmalarda performans göstergelerinin sınıflandırması sadece mali ve teknik göstergeler şeklinde yer alabildiği gibi, bazı çalışmalarda özel sınıflandırmalar da yapılabilmektedir. Örneğin kapsama göre sınıflandırma şeklinde bir işletmedeki bireysel ve toplu performanslar ayrı ayrı ölçümlenebilmektedir. Kimi çalışmalarda ise işletme birimlerine göre de performans göstergeleri yer alabilmektedir. En

kapsamlı göstergeler ise performans boyutlarının ele alındığı göstergelerdir. Performans boyutlarına göre göstergeler; (Akal, 2011)

1. Etkenlik göstergeleri
2. Verim-girdiden yararlanma göstergeleri,
3. Verimlilik göstergeleri
4. Kalite göstergeleri,
5. Yenilik göstergeleri
6. Çalışma yaşamının kalitesi ile ilgili göstergeler,
7. Karlılık ve bütçeye uygunluk göstergeleri

şeklindedir. Performans göstergeleri, literatürde birçok sınıflandırma içerisinde yer alabilmektedir. Yukarıda da değinildiği gibi göstergeler belirlenirken, değerlendirmeyi yapan kişi/kurum/kuruluş ya da işletmenin amaçları ve neyi ölçmeye gereksinim duyulduğu çok önemlidir. Aşağıdaki tabloda performans ölçümünde kullanılan ölçütlerin kronolojik gelişimi belirtilmiştir

Tablo 4.1. Yıllar bazında incelenen performans ölçütleri

Araştırmacılar	Yıl	Performans Ölçütleri
Skinner	1969	Üretkenlik, hizmet, kalite, yatırımın geri dönüşü
Campanella ve Corcoran	1983	Kalite seviyesi (hata yüzdesi), kalite maliyetleri (=koruma mal. +değerleme mal.+hata mal.)
Richardson, Taylor ve Gordon	1985	Çıktı hacmi, birim başına maliyet, kalite, zamanında teslim, işgücü verimliliği, yeni ürün sunma yeteneği, ürün esnekliği, hacim esnekliği.
Rosenfield, Shapira ve Bohn	1985	Maliyet-teslim süresi.
Skinner	1985	Maliyet ve etkinlik, ürün kalitesi/güvenilirlik, teslim süresi ve güvenilirliği, yatırım, ürün esnekliği, hacim esnekliği.
Fine	1986	Uygunluk seviyesi (hatalı olmama oranı), maliyet = değerleme mal.+koruma mal.hata mal.
Miller ve Roth	1988	Fiyat, kalite tutarlılığı (uygunluk), yüksek üretkenlik, esneklik, hızlı hacim değişimi, hızlı teslim, güvenilir teslim, satış sonrası hizmet, promosyon.
Ferfows ve De Meyer	1990	Kalite, bürüm üretim maliyeti, envanter değişimi, gelişme hızı, zamanında teslim yığın büyüklüğü, genel maliyetler.
Miller ve Kim	1990	Genel maliyetler, üretim maliyeti, teslim hızı, yeni ürün geliştirme hızı, stok hızı, kalite
Schonberger	1990	İşletme süresini azaltma, işgücü üretkenliği, girdi ve çıktı kalitesi, üretim birim maliyeti, tahmin uygunluğu
New	1992	İşletme süresi, teslimat güvenilirliği, kalite, fiyat, tasarım esnekliği, hacim esnekliği
Carbett ve Van Wassenhove	1993	Maliyet, zaman (esneklik, hizmet, teslim, yenilikçilik), kalite (güvenilirlik, uygunluk, dayanıklılık, hizmet verebilirlik, esneklik)
Flynn, Filippini, Forza ve diğerleri	1996	Teslim süresi, kalite tutarlılığı/yeteneği, üretkenlik, satış maliyeti
Mapes	1996	İmalat maliyetleri, kalite tutarlılığı, işletme süresi, teslimat güvenilirliği, yeni ürün sunum hızı ve oranı, ürün çeşitliliği
New ve Szwajkowski	1996	Üretkenlik, müşteri hizmeti
Jones, Lanctot ve Teegen	2000	Finansal performans (karlılık, yatırımların geri dönüşü vb), Pazar performansı (Pazar payı, müşteri memnuniyeti vb.), ürün performansı, ürün güvenilirliği, daha önce yapılmamış nitelikteki ürünlerin sayısı vb.)
Jack ve Rauri	2005	Teslimat performansı, finansal performans ve büyüme performansı

Kaynak: Kadakal, 2007.

Tabloda da görüldüğü üzere, performans ölçümünde gösterge seçimi, çalışmayı yapanın amacına göre değişiklik arz etmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

KOSGEB YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİNİN KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERİN PERFORMANSINA ETKİSİ: BOLU İLİ KOBİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

5.1. Araştırmanın Amacı

KOBİ'lere sağlanan desteklerin etkisinin değerlendirilmesinin en önemli nedeni, hükümetlerce vergi mükelleflerinden elde edilen vergi gelirlerinin belirli bir kısmının KOBİ'lerle ilgili destek programlarına aktarılmasıdır. Hükümetler sağlanan desteklerin doğru yerlere aktarıldığını ve politikaların başarı ile uygulandığını vergi mükelleflerine açıklamak durumundadır.

Hükümetlerin KOBİ'lere yönelik olarak yürüttüğü politikaların ne derece başarılı olduğunun belirlenmesi, yürütülen programlar çerçevesinde aksayan noktaların tespiti ve gelecekte daha iyi programlar tasarlayabilmek için etki değerlendirme çalışmaları yürütülmesi gerektiği düşünülmektedir.

Türkiye'de girişimlere iş kurma aşamasında verilen destekler ele alındığında, bu alanda öncü bir kamu kurumu olan KOSGEB, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi ile girişimci adaylarına girişimcilik eğitimi verdikten sonra, kendi işini kuran girişimcileri Yeni Girişimci Desteği kapsamında finansal olarak desteklemektedir. Ülke bazında bu alanda öncü bir kurum olan KOSGEB'in Yeni Girişimci Desteğinin işletmelerin gelişimine ve performansına önemli bir katkısının olup olmadığını araştırmak üzere bu çalışma yapılmıştır. Literatürde kendi işini kuran kişilere yönelik böyle bir çalışmanın daha önce yapılmamış olması da, bu tezin yapılma amaçlarından biri olmuştur.

5.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma, Bolu ili sınırları içerisinde yer alan ve 2011, 2012 ve 2013 yıllarında kurulan KOBİ'lere yöneliktir. Bolu ilinin temel göstergeleri şu şekildedir:

Genel Alan: Bolu ili 8.276 km² yüzölçümüne sahip olup, toplam yüzölçümünün %18'ini tarım alanları oluşturmaktadır. Yüzölçümün % 64'ü ormanlardan oluşmakta olup, bu oran Türkiye ormanları içinde % 2,55'lik paya sahiptir. 2015 verilerine göre ilin toplam nüfusu 284.789 kişi olup, bu sayının 195.357'si şehirde, geri kalanı kırsal bölgelerde yaşamaktadır. Bolu'nun ilçeleri Bolu Merkez, Dörtdivan, Gerede, Göynük, Kıbrısçık, Mengen, Mudurnu, Seben ve Yeniçağa'dır. ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Bolu_\(il\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Bolu_(il)), 2016)

İşletme ve KOBİ Sayıları ile İhracat-İthalat Durumu: Bolu ilinde faaliyet gösteren işletme sayısı TÜİK İş Kayıtları istatistiklerine göre 2014 yılı itibariyle 12.249 olup, bunun 12.234'ü KOBİ vasfına sahiptir. Bu işletmelerin 2014 yılında yaptığı toplam ihracat 177.563\$, toplam ithalat ise 195.212\$'dır.

KOSGEB Bolu Müdürlüğü resmi olarak 2010 yılı sonuna doğru kurulmuş olup, fiili hizmete 2011 yılından itibaren başlamıştır. KOSGEB Yeni Girişimci Desteği üç yıllık bir sürece sahip olduğundan ve Müdürlük uhdesinde ilk destekler 2011 yılında verilmeye başladığından, destek kullanan ve günümüz itibariyle destek programını tamamlayan tüm girişimcileri kapsamı açısından 2011, 2012 ve 2013 yılında destekten yararlanan işletmeler çalışmanın kapsamındadır. KOSGEB Veritabanı kayıtlarına göre ise Bolu ilinde 2011, 2012 ve 2013 yıllarında KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile kendi işini kuran 110 adet girişimci bulunmaktadır. Bunların yıllara dağılımı aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir:

Tablo 5.1. 2011-2013 Yılları Arası KOSGEB Bolu Müdürlüğünden Destek Alan Girişimci Sayıları

Yıl	2011	2012	2013
Girişimci Sayısı	10	44	56

Kaynak: <http://ykds.kosgeb.gov.tr/MainPage.aspx>, 2016.

5.3. Araştırmanın Tasarımı ve Yöntemi

Basit bir şekilde destekten yararlanıcılar için desteğin etkisi, desteğin olduğu ve olmadığı durumlarda ortaya çıkan sonuçlar arasındaki fark olarak tanımlanabilir. Ancak, yararlanıcılar için, sadece destekten yararlanma durumu söz konusudur. Literatür incelendiği zaman bu sorunun, uygun bir kontrol grubu ile uygulama (deney) grubunu karşılaştırmak suretiyle çözüldüğü görülmektedir. Kontrol grupları, destekten yararlanmayan, ancak yararlananlar kadar destek programına dâhil olma şansları bulunan benzer, potansiyel yararlanıcılardan oluşur.

Çalışmanın temel amacı doğrultusunda ortaya konulmaya çalışılan çıkarım KOSGEB Yeni Girişimci Desteği kapsamında sunulan alt desteklerin işletmelerin performansına yönelik değerlendirilmesidir. Literatürde bu konuda benzer çalışmalar incelendiği zaman, daha çok işletmeye daha kısa sürede ulaşabilmek açısından, çoğunlukla anket ve mülakat vasıtasıyla toplanan veriler kullanılmaktadır.

Bu çalışmada, uygulamalı araştırma modellerinden biri olan ‘anket’ yöntemi kullanılmıştır. Anket ile elde edilen verilerin gerçekçi olması açısından anket formu, girişimcilik desteğinden yararlanan ve yararlanmayan işletme sahibi girişimcilerle birebir görüşme yapılarak mülakat yoluyla elde edilmiştir.

Yapılan anket çalışması iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde girişimciler hakkında bilgiler ile işletmelerin kuruluş yılı, hukuki statüsü, bulunduğu sektör, bağlı bulunduğu meslek kuruluşu, bulunduğu yerleşim alanı, personel sayısı, sahip olunan belgeler, internet sitesinin olup olmadığı, ihracat yapıp yapmadığı ve işyeri mülkiyetinin kendine ait olup olmadığı gibi işletmelere ilişkin temel bilgiler sorgulanmıştır. Bu bölümde yer alan sorular literatür taraması, daha önce yapılan araştırmalar ve gözlemler ile belirlenmiştir.

Anketin ikinci bölümünde işletme performansına ilişkin bilgiler yer almaktadır. KOSGEB’in misyonu, vizyonu, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP), Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP), kurumun stratejik planı, Girişimcilik Destek Programının amaçları ile 10’uncu kalkınma planı öncelikleri ve kurumun diğer tüm faaliyet raporları ve hedefleri doğrultusunda öne çıkan performans

göstergelerine göre anket soruları hazırlanmıştır. Buna göre girişimcilerin kurduğu işletmelerin personel sayısı, net satış hasılatı, mali bilanço toplamı (aktif/pasif toplamı), ürün çeşidi sayısı, üretim/hizmet miktarı, ürün kalitesi, pazar payı değişimi, Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri, ihracat miktarı, makine parkuru, pazardaki bilinirlik düzeyi, finansal rahatlık durumundaki değişimler göz önüne alınarak anket uygulanmıştır.

Anketin hazırlanması safhasında, konuyla ilgili yerli ve yabancı literatür ışığında, KOSGEB'in misyonu, vizyonu, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP), Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP), kurumun stratejik planı, Girişimcilik Destek Programının amaçları ile 10'uncu kalkınma planı öncelikleri ve kurumun diğer tüm stratejik plan ve hedefleri incelenerek ve konu hakkında daha önceki çalışmalar araştırılarak çalışma ile ilgili uzman kişilerin görüşleri alınmak suretiyle sorular tasarlanmıştır. Özellikle performansa ilişkin sorular hem nicel olarak, hem de girişimcinin direk cevap vermektan kaçınma riskini bertaraf edecek şekilde likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Özellikle ürün kalitesi, pazar payındaki değişim, Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri, ihracat miktarı, makine parkuru, pazarda bilinirlik ve finansal rahatlık düzeyi sorularında "arttı-değişmedi-azaldı" şeklinde 3'lü likert ölçeği kullanılmıştır. 3'lü likertin tercih nedeni olması, girişimcilerin bu tip sorulara mutlak bir rakam vermekte zorlanması ve sorunun daha çok nitel gözleme dayalı cevabının olmasıdır. Ayrıca daha önceki yapılan çalışmalardan elde edilen deneyimlere göre 5'li likert yerine 3'lü likert ölçeği işletme yetkililerince daha kolay algılanmakta ve daha rahat cevaplanmaktadır. Destek alan deney grubuna ayrıca Yeni Girişimci Desteğinin ilgili performans kriterlerine ilişkin tesirini ifade eden 5'li likert içeren sorular yöneltilmiştir. Bu şekilde de ilgili desteğin etkilerinin neler olduğu hakkında düşünceleri elde edilmek istenmiştir. Anket işletme sahipleriyle yüz yüze ve telefonda görüşme yoluyla mülakat şeklinde yapılmıştır.

Anket sonucu elde edilen veriler IBM SPSS STATISTICS 22 istatistik analiz programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma, Bolu ili sınırları içerisinde KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden faydalanan işletmelerin yukarıda daha önce bahsedilen ve önceden belirlenen performans kriterleri çerçevesinde oluşturulan tasarım kapsamında Ki Kare Testi Analizi ve T Testi Analizi yöntemleri ile

yapılmıştır. Bu yöntemler uygulanırken analizde yararlanılan değişkenler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5.2. Analizlerde kullanılan değişkenler

Değişkenler	Açıklama	T Testi	Ki Kare Testi
KURULUS	Girişimcinin işletmesini kurduğu yıl	-	2011=1, 2012=2, 2013=3
STATU	KOBİ'nin hukuki statüsü	-	Şahıs işletmesi=1, Limited=2, Anonim=3, Diğer=4
SEKTOR	KOBİ'nin sektörü	-	Hizmet=1, İmalat=2
MESLEKKURULUSU	Girişimcinin kurduğu KOBİ'nin kayıtlı olduğu meslek kuruluşu	-	Bolu TSO=1, Bolu ESOB=2, Diğer=3
FAALİYETMERKEZİ	KOBİ'nin faaliyet gösterdiği yer	-	İl/İlçe/Kasaba/Köy Merkezi=1, O.S.B.=2, K.S.S.=3, A.V.M., İş Merkezi vb.=4, Diğer=5
CINSİYET	Girişimcinin cinsiyeti	-	Kadın=1, Erkek=2
EGITIM	Girişimcinin eğitim düzeyi	-	İlköğretim=1, Lise=2, Önlisans=3, Lisans=4, Y.Lisans=5, Doktora=6
DENEYİM	Girişimcinin iş deneyim durumu	-	Evet=1, Hayır=2
WEBSITE	Girişimcinin internet sitesinin sahipliği	-	Evet=1, Hayır=2
IHRACAT	Girişimcinin ihracat yapma durumu	-	Evet=1, Hayır=2
PATENT	Girişimcinin patent/faydalı model sahipliği	-	Evet=1, Hayır=2
MARKATESCİL	Girişimcinin marka tescil belgesi sahipliği	-	Evet=1, Hayır=2
MULKIYET	Girişimcinin işyerinin mülkiyet durumu	-	Kendine ait=1, Kira=2, Diğer=3
ISLETMEKURULUSU	İşletme Kuruluş Desteğinden yararlanma durumu	-	Evet=1, Hayır=2
KURDONMAKTEC	Kuruluş Dönemi Mak., Teç.ve Ofis Don.Desteğinden yararlanma durumu	-	Evet=1, Hayır=2
ISLETMEGIDERİ	İşletme Giderleri Desteğinden yararlanma durumu	-	Evet=1, Hayır=2
SABITYATIRIM	Sabit Yatırım Desteğinden yararlanma durumu	-	Evet=1, Hayır=2
PERSONELSYS	İşletmenin sahip olduğu personel prim gün sayısı	Nümerik değer	-
NETSATIS	İşletmenin net satış hasılatı	Nümerik değer	-
MALIBILANCO	İşletmenin mali bilanço toplamı	Nümerik değer	-
URNCESIDI	İşletmenin ürün/hizmet çeşidi değişimi	Yüzde değer	-
URETIMMIKTARI	İşletmenin üretim/hizmet miktarı değişimi	Yüzde değer	-
URUNKALITE	İşletmenin ürün/hizmet kalitesi değişimi	-	Arttı=1, Değişmedi=2, Azaldı=3
PAZARPAYI	İşletmenin pazardan elde ettiği paydaki değişim	-	Arttı=1, Değişmedi=2, Azaldı=3
ARGEVEYENILIK	İşletmenin Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerindeki değişim	-	Arttı=1, Değişmedi=2, Azaldı=3
IHRACATMIKTARI	İşletmenin ihracat miktarındaki değişim	-	Arttı=1, Değişmedi=2, Azaldı=3
MAKINEPARKURU	İşletmenin makina parkurundaki değişim	-	Arttı=1, Değişmedi=2, Azaldı=3
PAZARDABILIRLIK	İşletmenin pazarda bilinirlik düzeyindeki değişim	-	Arttı=1, Değişmedi=2, Azaldı=3
FINANSALRAHATLIK	İşletmenin finansal rahatlık durumundaki değişim	-	Arttı=1, Değişmedi=2, Azaldı=3

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin performansları üzerindeki etkileri, Bolu ilinde faaliyet gösteren ve 2011 ile 2013 yılları arasında söz konusu programdan faydalanmış olan 110 KOBİ'den halen kapanmadan faaliyetine devam etmekte olan 98 KOBİ arasından seçilen "Deney Grubu" ve yine Bolu ilinde faaliyet gösteren ve 2011 ile 2013 yılları arasında kurulmuş ancak destek kullanmamış olan KOBİ'lerden seçilen "Kontrol Grubu" işletmelerinin performanslarının karşılaştırılması ile yapılacak bir değerlendirme ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Literatürdeki çalışmalara paralel olarak, Deney ve Kontrol Grubu'ndaki KOBİ'lerin buldukları yerleşim yeri, sektör, ölçek ve işletme yaşı itibarıyla benzer özellikleri gösterecek şekilde seçilmelerine özen gösterilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden yararlanmış olan KOBİ'lerin performanslarının yararlanmamış KOBİ'lere oranla daha yüksek olması yönünde bir bulguya ulaşılması amaçlanmaktadır. Kurulan model ışığında bu çalışma içerisinde KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan KOBİ'lerin, aynı şartlarda olup da yararlanmayan KOBİ'lere göre belirlenen performans kriterleri çerçevesinde performanslarının ne düzeyde olduğunu kıyaslamak ve desteğin işletmelerin performansına etki edip etmediği hususunda bir yargıya varmaktır.

5.4. Ana Kütle ve Örneklem Sayıları

Araştırma sonuçlarının geçerli, güvenilir ve kullanılabilir olması için verilerin toplandığı kaynağın özelliği çok önemlidir. En doğru sonuç aranan bilginin elde edileceği kaynağın bütününden elde edilen sonuçtur. Ancak her zaman bu olanaklı değildir. Özellikle kaynak çok büyük ve yaygın olduğunda bunu yapmak son derece zordur.

Bu çalışmadaki hedef kitlede yer alıp ana kütle temsil eden deney grubu olan 2011, 2012 ve 2013 yıllarında KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan KOBİ'lerin toplam sayısı 110'dur. Bu 110 KOBİ'den 12'si program süresi olan ilk üç yıl içerisinde çeşitli sebeplerle kapanmış olduğundan çalışmanın ana kütlesi 98 işletmedir. Bu işletmelerden bazıları anket çalışmasına katılmak istememiş, kimisi ise çalışmaya esas konumdaki ankete vakit ayıramayacağını belirtmiştir. Adres değişikliği sebebiyle yerinde bulunamayan işletmelerle birlikte toplam 75 işletmeden

veri alınabilmiştir. Örneklem uygulanan 75 KOBİ için, destek alan girişimcinin kendisiyle birebir mülakat yoluyla görüşme yapılarak anket uygulanmıştır. Böylece örneklem sayısının ana kütleyle oranı % 76,5 gibi önemli bir oran olmuştur.

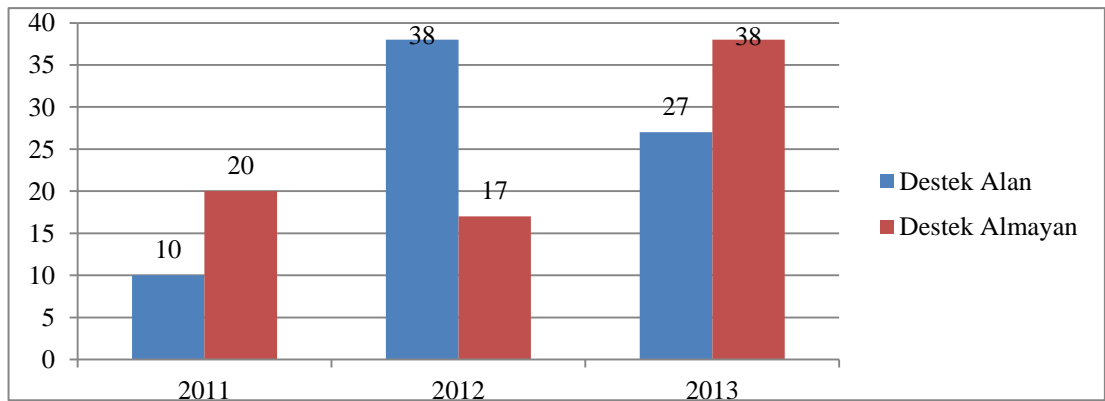
Kontrol grubundaki 75 KOBİ'nin verilerine ise Bolu Ticaret ve Sanayi Odası ile Bolu Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne gerekli yazışmalar yapılarak müsaade alınması suretiyle ulaşılmıştır. Sonuç olarak her iki gruptan 75'er işletmeye anket uygulanarak, toplamda 150 adet KOBİ çalışmaya dahil edilmiştir.

5.5. Analiz ve Bulgular

IBM SPSS STATISTICS 22 programı ile Ek-1'de yer alan anket sorularının cevapları ile destekten yararlanan deney grubunun verileri ve görüşleri, Ek-2'de yer alan anket sorularının cevapları ile de destekten yararlanmayan kontrol grubunun verileri ve görüşleri analiz edilmiştir. Bu analizler sonucunda elde edilen bulgular çalışmanın amacı kapsamında tek tek detaylandırılarak aşağıda sunulmaktadır. “Ki Kare Testi” ve “T Testi” uygulanan her bir analiz bulgusu yorumlanmıştır.

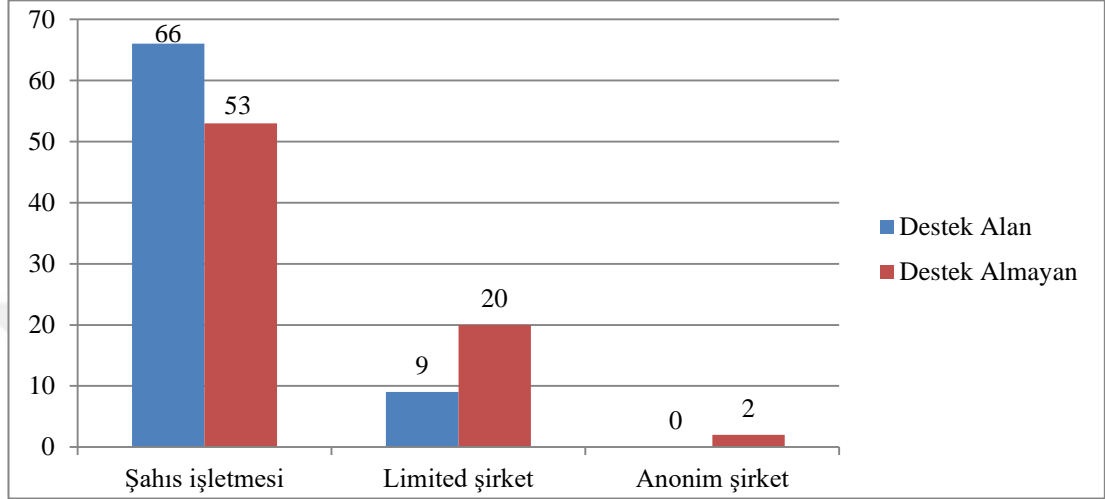
5.5.1. Demografik Verilerin Analizi

Bu bölümde girişimciler hakkında bilgiler ile işletmelerin kuruluş yılı, hukuki statüsü, bulunduğu sektör, bağlı bulunduğu meslek kuruluşu, bulunduğu yerleşim alanı, personel sayısı, sahip olunan belgeler, internet sitesinin olup olmadığı, ihracat yapıp yapmadığı ve işyeri mülkiyetinin kendine ait olup olmadığı gibi işletmelere ilişkin temel bilgiler sorgulanmıştır.



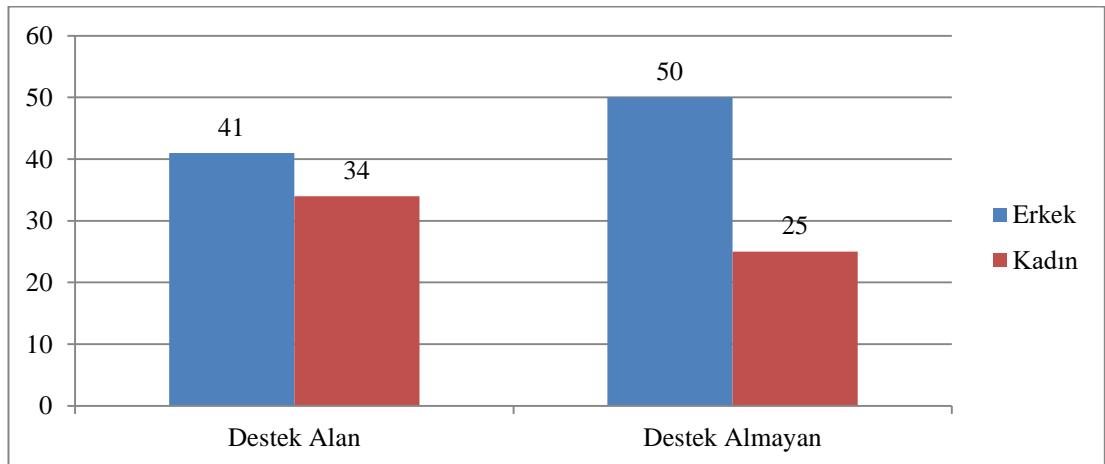
Şekil 5.1. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin kuruluş yıllarına göre dağılımı

Çalışma kapsamındaki anket sorularına cevap veren KOBİ statüsündeki işletmelerin dağılımı grafikte belirtildiği gibidir. Görüldüğü üzere, çalışma alanındaki kuruluş yılları olan 2011, 2012 ve 2013 yıllarının tamamındaki işletmelere ulaşılmıştır.



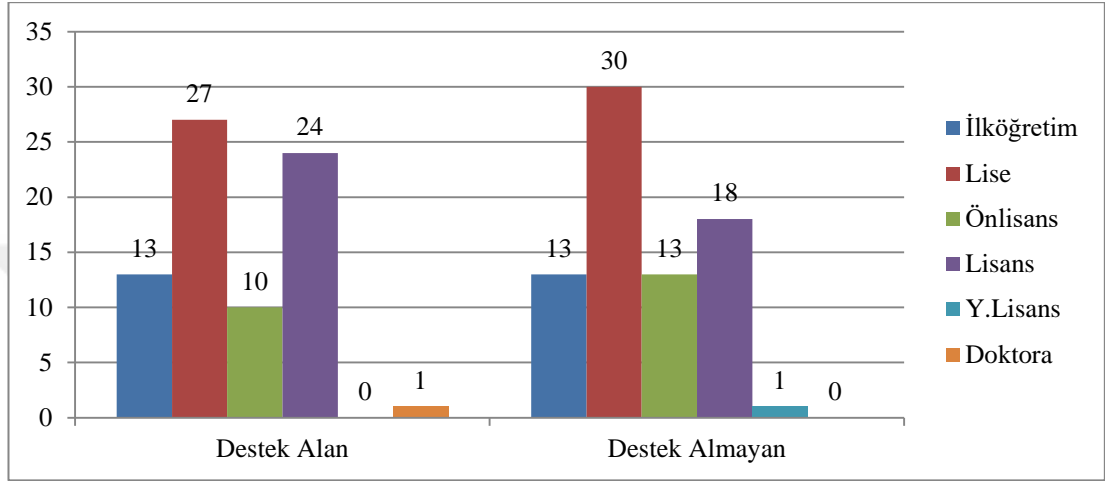
Şekil 5.2. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin hukuki statülerine göre dağılımı

Yukarıdaki grafikte de işletmelerin hukuki statü durumlarına göre dağılımı verilmiştir. Buna göre Bolu ilinde 2011, 2012 ve 2013 yıllarında kurulan KOBİ'lerin, Türk Ticaret Kanunu'nda belirtilen işletme kuruluş tiplerinden üç adedinde (şahıs işletmesi, limited ve anonim şirket) ticaret hayatına başladıkları görülmektedir. Ankete katılan işletmelerden de görüleceği üzere, kurulan KOBİ'lerin büyük çoğunluğu şahıs işletmesidir.



Şekil 5.3. Destekten yararlanan ve yararlanmayan girişimcilerin cinsiyete göre dağılımı

Grafikteki verilere göre aynı yıllar içerisinde işletmelerini kuran girişimcilerden destek alanlar içerisinde (deney grubunda) daha fazla kadın girişimci olduğu gözle çarpılmaktadır. Destek almayan 75 işletmenin 25'i kadın girişimciler tarafından kurulmuşken, destek alan 75 işletmenin 34'ü kadın girişimciler tarafından kurulmuştur.



Şekil 5.4. Destekten yararlanan ve yararlanmayan girişimcilerin öğrenim durumu dağılımı

Grafikte görüldüğü üzere, tüm öğrenim gruplarında destek alan ve almayan girişimcilerin eğitim durumlarının birbirine yakın olduğu gözlenmektedir. Bu durum, çalışmada öğrenim durumu açısından birbirine çok yakın bir girişimci kitlesiyle araştırma yapıldığını kanıtlamaktadır.

Girişimcilerin Sektör Durumu İle Destek Durumu İlişkisi

Tablo 5.3. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin sektörel dağılımı

		Sektör		Toplam	
		Hizmet	İmalat		
KOSGEB desteği	Alan	n	59	16	75
		%	78,7%	21,3%	100,0%
	Almayan	n	57	18	75
		%	76,0%	24,0%	100,0%
Toplam	n	116	34	150	
	%	77,3%	22,7%	100,0%	

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan ve yararlanmayan işletmelerin dağılımına bakıldığı zaman, hem destekten yararlananlar içerisinde, hem de yararlanmayanlarda hizmet sektörü KOBİ'lerinin imalat sektörüne göre baskınlığının

daha fazla olduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, hem deney grubunda hem de kontrol grubunda hizmet sektörü işletmeleri ile imalat sektörü işletmelerinin oranı birbirine çok yakındır.

Tablo 5.4. KOBİ'lerin sektörleri ile destekten yararlanma durumu ilişkisinin analizi

Ki Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	0,152	1	0,697

Ki Kare Testi analizine göre $p = 0,697$ ($p > 0,05$) olduğundan KOSGEB Yeni Girişimci Desteği alan KOBİ'lerle almayanlar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Dolayısıyla deney ve kontrol grubu işletmelerinin içerisinde sektör dağılımı yönünden KOBİ'lerin birbirine yakın oranda olduğu gözlemlenmektedir.

Kayıtlı Olunan Meslek Kuruluşu İle Destek Durumu İlişkisi

Tablo 5.5. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin meslek kuruluşu üyeliği dağılımı

			Kayıtlı olunan meslek kuruluşu		Toplam
			BOLU TSO	Bolu ESOB	
KOSGEB desteği	Alan	n	25	50	75
		%	33,3%	66,7%	100,0%
	Almayan	n	25	50	75
		%	33,3%	66,7%	100,0%
Toplam		n	50	100	150
		%	33,3%	66,7%	100,0%

Tablo 5.5'te görüldüğü üzere, iki grup (deney ve kontrol grubu) eşit sayıda Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği ile Ticaret ve Sanayi Odası üyesi barındırmaktadır.

Tablo 5.6. KOBİ'lerin meslek kurulu üyeliği ile destekten yararlanma ilişkisinin analizi

Ki Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	0,000	1	1,000

Tablo 5.6.'da da görüleceği üzere, Ki Kare Testi Analizinde $p=1,000$ değerine istinaden işletmelerin meslek odalarına kayıtları ile destek alma durumları arasında

anlamli bir fark (iliski) olmayip, birebir homojen dagilimda olduğu anlaşılmaktadır. Bu veri de deney ve kontrol gruplarının her birinin birbirine yakin KOBİ'lerden oluştugunu kanıtlamaktadır.

KOBİ'lerin Faaliyet Bölgesi İle Destek Alma Durumu İlişkisi

Tablo 5.7. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin faaliyet bölgelerine göre dağılımı

			Faaliyet bölgesi				Toplam
			İl/ilçe/kasaba/köy merkezi	OSB	KSS	AVM, iş merkezi vb	
KOSGEB desteği	Alan	n	63	0	5	7	75
		%	84,0%	0,0%	6,7%	9,3%	100,0%
	Almayan	n	57	4	8	6	75
		%	76,0%	5,3%	10,7%	8,0%	100,0%
Toplam		n	120	4	13	13	150
		%	80,0%	2,7%	8,7%	8,7%	100,0%

İki grup için de girişimcilerin büyük çoğunluğu Bolu'da şehir (il/ilçe/kasaba/köy) merkezlerinde yer almaktadır. Diğer bölgelerde (O.S.B., K.S.S, AVM/ İş Merkezi) dağılım iki grup arasında benzerlikler göstermektedir.

Tablo 5.8. KOBİ'lerin faaliyet bölgesi ile destekten yararlanma durumu ilişkisinin analizi

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	5,069	3	0,167

KOBİ'lerin yer aldıkları faaliyet bölgesi ile destek alma durumları arasında da anlamli bir fark bulunmadığı Ki Kare Testi analiziyle ortaya konmuştur. ($p>0,05$)

Girişimcilerin Kurduğu İş İle İlgili Deneyiminin Destek Alma Durumu İle İlişkisi

Tablo 5.9. Destekten yararlanan ve yararlanmayan girişimcilerin deneyim durumu

			Daha önce bu iş ile ilgili deneyiminiz var mı?		Toplam
			Evet	Hayır	
KOSGEB desteği	Alan	n	46	29	75
		%	61,3%	38,7%	100,0%
	Almayan	n	46	29	75
		%	61,3%	38,7%	100,0%
Toplam		n	92	58	150
		%	61,3%	38,7%	100,0%

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan girişimciler ile yararlanmayanlar anket uygulanan kişiler arasında eşit bir dağılıma sahip olmuştur. Ki kare testinde de $p=1,000$ ($p>0,05$) olduğundan “destek almış olmanın deneyimle bir ilişkisi yoktur” denebilir.

Bütün yukarıdaki demografik veri analizlerinin dışında ankette yer alan diğer demografik sorulara ilişkin sonuçlar şu şekildedir:

- İnternet sitesine sahip olma durumunun destek alan ve almayan firmalar arasında farklılık olup olmadığını görmek için yapılan Ki Kare Testi analizinde $p=0,119$ ($p>0,05$) değeri elde edilmiştir. Buna göre girişimcilerin kurdukları işletmelerde internet sitesinin olmasının destek kullanıp kullanmamalarıyla anlamlı bir ilişkisi yoktur. Bununla beraber, destek alan 75 işletmeden 21’i internet sitesi sahibiyken, destek almayan 75 işletmeden sadece 13’ünün internet sitesi bulunmaktadır.

- Yeni Girişimci Desteğinden yararlananlar ile yararlanmayanların neredeyse tamamı ihracat yapmamaktadır. Destekten yararlanmayan 75 KOBİ’nin 2’si ihracat yaparken, yararlanan 75 KOBİ’den sadece 1’i ihracat yapmaktadır. Bu nedenle Ki Kare Analizinde p değeri 0,560 çıkmış olup ($p>0,05$), ihracat yapma durumunun destek alıp almamaya anlamlı bir ilişkisi yoktur.

- İhracat yapma durumuyla benzer şekilde girişimcilerin patent/faydalı model sahibi olmalarıyla destek almalarının ilişkili olup olmadığını sorgulandığı diğer analizde, destek alan 75 KOBİ’nin 2’si patent/faydalı model sahibiyken, destek almayan aynı sayıdaki KOBİ’den sadece 1’inin patenti/faydalı modeli bulunmaktadır. İhracat durumu analizinde olduğu gibi patent/faydalı model sahibi olmanın da destek alıp almamaya bir ilişkisi yoktur. ($p = 0,560 > 0,05$)

- Girişimcilerin marka tescil belgesi sahibi olma durumlarının incelendiği bir sonraki analizde ise destekten yararlanan girişimcilerden 11’i marka tescil belgesine sahipken, destek almayan 8 girişimcinin marka tescil belgesi bulunmaktadır. Ki Kare

Testinde bu soru için $p = 0,461$ olup, yine marka tescil belgesi sahibi olmanın destek almış olmak ile bir ilişkisinin bulunmadığı gözlenmektedir.

- Girişimcilere işyerlerinin kira veya kendilerine ait olup olmadıklarının incelendiği analizde destek alanlardan 58, destek almayanlardan ise 62 girişimci işyerinin kira olduğunu belirtmiştir. Bu soru için yapılan ki kare testi analizinde ise $p=0,414$ değeri elde edilmiş olup, girişimcilerin işyerlerinin kira veya kendilerine ait olma durumu ile destek almaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Demografik soruların incelendiği yukarıdaki tüm analizlerde görülmektedir ki, gerek destekten yararlanan girişimciler, gerekse yararlanmayanlar birbirine yakın özelliktedir. Bu da çalışma oluşturulurken, deney ve kontrol grubunun birbirine mümkün olan en yakın özellikte olmasına özen gösterildiğini ortaya koymaktadır.

5.5.2. KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Küçük ve Orta Boy İşletmelerinin Performansına Etkisi Üzerine Analizler

Tez çalışmasının esas konusunu teşkil eden KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin performansına etkisi olup olmadığının incelendiği analizler aşağıda belirtilmiştir. Destekten faydalanan (deney grubu) işletmeler ile destekten faydalanmayan (kontrol grubu) işletmeler, ankette kendilerine yöneltilen performans göstere sorularına verdikleri cevaplar üzerinden tek tek her bir performans kriterine göre analiz edilmişlerdir. Niceliksel sorulara ilişkin analizler "T Testi" ile, Niteliksel sorulara ilişkin analizler ise "Ki Kare Testi" ile yapılmıştır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin İstihdamına Etkisi

Niceliksel analizlerden ilki destek alan ve almayan KOBİ'lerin istihdam kıyaslaması üzerine yapılmıştır. Destek kapsamında performans kriterlerinden biri olan KOBİ'lerin istihdam durumu T Testi ile analiz edilmiştir. Aşağıda belirtilen hipotezlerden hangisinin geçerli olduğu incelenmiştir. Hipotezler;

H_0 : "KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin istihdam artışı ile anlamlı bir ilişkisi yoktur."

H₁: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ’lerin istihdam artışı ile anlamlı bir ilişkisi vardır.”

şeklindedir. Oluşturulan hipotezlerde H₀’ın kabul edilip edilmeyeceği T Testi Analizi ile belirlenmiştir. Yapılan analiz aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 5.10. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ’lerin ilk yıl ve kuruluştan 3 yıl sonraki istihdam durumlarının analizi

	KOSGEB desteği	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
İlk yıl personel prim gün sayısı	Alan	75	336,16	304,15	-3,242	0,001
	Almayan	75	1.044,15	1.866,89		
3 yıl sonra personel prim gün sayısı	Alan	75	751,35	588,02	-2,437	0,016
	Almayan	75	1.360,35	2.082,60		

Destekten yararlanan KOBİ’lerde kuruluştan sonraki ilk yılda ortalama olarak 336,16 prim gün sayısı istihdam gerçekleştiği görülmektedir. İstihdam verilerinde 360 prim gün sayısı 1 çalışanın bir yıllık çalışma süresine karşılık gelmektedir. 3 yıl sonraki durumda ise prim gün sayıları 751,35’e yükselmiştir. Dolayısıyla destekten faydalananlar ilk yıllarında neredeyse 1 çalışan istihdam ederken, 3 yıl sonra ortalama olarak 2 çalışanın üzerinde (751,35 > 720 prim gün) istihdam oluşturdukları ortaya çıkmıştır. Kısacası destek süreci sonu olan 3 yıl sonunda ilk yıllarına göre istihdam verilerinde 2 kat bir artış söz konusudur. Destek almayanlarda ise kuruluşun ilk yılı sonunda 1044,15 olan prim gün sayısı kuruluştan 3 yıl sonra 1360,35’e çıkmış olup yine bir artış söz konusudur. Bir başka deyişle ilk yıl sonunda ortalama 2,90 olan personel sayısı, 3 yıl sonunda 3,77’ye çıkmıştır. Artış oranı ise $3,77 - 2,90 / 2,90 = 0,3$ oranındadır. Destek alanlara göre oldukça düşük bir miktardır.

Yukarıdaki tabloda yer alan T Testi Analiz Sonucuna göre kuruluşun ilk yılı sonunda $p=0,001$ ve kuruluştan 3 yıl sonra $p = 0,016$ değerlerine bakıldığında iki durumda da destek alan ve almayanlar arasında anlamlı bir ilişki (fark) bulunmuştur. ($p < 0,05$) Bu nedenle H₀ red, H₁ kabul edilir. Kısacası KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ’lerin istihdam performansı artışına etkisi bulunmaktadır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Net Satış Hasılatına Etkisi

Bir diğer niceliksel performans kriteri net satış hasılatı olarak belirlenmiştir. KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan KOBİ'lerin yararlanmayanlara göre net satışlarındaki değişim yönünden anlamlı bir farkın olup olmadığı analiz edilmiştir. Bu kapsamda;

H₀: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin net satış hasılatı artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H₁: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin net satış hasılatı artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

şeklinde oluşturulan hipotezlerde H₀'ın kabul edilip edilmeyeceği T Testi Analizi ile belirlenmiştir.

Tablo 5.11. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıl ve kuruluştan 3 yıl sonraki net satış hasılatı durumlarının analizi

	KOSGEB desteği	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
İlk yıl net satış hasılatı (TL)	Alan	75	32.601,03	64.357,72	-1,883	0,062
	Almayan	75	365.005,60	1.527.776,28		
3 yıl sonra net satış hasılatı (TL)	Alan	75	95.672,43	128.881,17	-1,340	0,182
	Almayan	75	1.354.885,88	8.136.660,93		

Destekten yararlanan KOBİ'lerde kuruluştan sonraki ilk yılda ortalama olarak 32.601,03 TL net satış hasılatı gerçekleştiği görülmektedir. 3 yıl sonraki durumda ise net satış hasılatları 95.672,43 TL'na yükselmiştir. Dolayısıyla destekten faydalananlar ilk yıla oranla, 3 yıl sonunda yaklaşık 3 kat daha fazla net satış gerçekleştirmiştir. Destek almayanlarda ise kuruluşun ilk yılı sonunda ortalama 365.005,60 TL olan net satış hasılatları, kuruluştan 3 yıl sonra 1.354.885,88 TL'na çıkmış olup 3,77 katlık bir artış söz konusudur.

Yukarıdaki tabloda yer alan T Testi Analiz Sonucuna göre kuruluşun ilk yılı sonunda p=0,062 ve kuruluştan 3 yıl sonra p = 0,182 değerlerine bakıldığında iki durumda da destek alan ve almayanlar arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. (Her iki

durumda da $p>0,05$) Bu nedenle H_0 kabul, H_1 red edilir. Kısacası KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin net satış hasılatı artışı performansına etkisi bulunmamaktadır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Mali Bilanço Toplamına Etkisi

KOBİ'lerin kurumlar vergisi beyannamelerinde “aktif toplam veya pasif toplam” olarak bilinen mali bilanço toplamlarındaki değişimler bu çalışma kapsamında incelenerek analiz edilen diğer bir niceliksel kriter olmuştur. Analizde doğruluğu test edilen hipotezler ise;

H_0 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin mali bilanço toplamı artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H_1 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin mali bilanço toplamı artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

şeklindedir. Analiz sonucu Tablo 5.12’de sunulmuştur.

Tablo 5.12 Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıl ve kuruluştan 3 yıl sonraki mali bilanço toplamı durumlarının analizi

	KOSGEB desteği	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
İlk yıl mali bilanço toplamı (TL)	Alan	75	36.108,73	49.721,62	-2,346	0,020
	Almayan	75	493.705,55	1.688.413,98		
3 yıl mali bilanço toplamı (TL)	Alan	75	106.772,40	164.802,41	-2,537	0,012
	Almayan	75	693.921,59	1.997.554,23		

Destekten yararlanan KOBİ'lerde kuruluştan sonraki ilk yılda ortalama olarak 36.108,73 TL mali bilanço toplamı (aktif/pasif toplam) gerçekleştiği görülmektedir. 3 yıl sonraki durumda ise mali bilanço toplamı 106.772,40 TL'na yükselmiştir. Dolayısıyla destekten faydalananlar ilk yıla oranla, 3 yıl sonunda yaklaşık 3 kat daha fazla mali bilanço toplamına sahip olmuşlardır. Destek almayanlarda ise kuruluşun ilk yılı sonunda ortalama 493.705,55 TL olan mali bilanço toplamı, kuruluştan 3 yıl sonra 693.921,59 TL'na çıkmış olup 0,40 oranında bir artış söz konusudur. Yukarıdaki tabloda yer alan T Testi Analiz Sonucuna göre kuruluşun ilk yılı sonunda

$p=0,020$ ve kuruluştan 3 yıl sonra $p = 0,012$ değerlerine bakıldığında iki durumda da destek alan ve almayanlar arasında anlamlı bir fark (ilişki) bulunmaktadır. (Her iki durumda da $p<0,05$) Bu nedenle H_0 red, H_1 kabul edilir. Kısacası KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin mali bilanço toplamı artışı performansına bir etkisi bulunmaktadır.

KOSGEB Girişimcilik Destek Programının KOBİ'lerin Ürün/Hizmet Çeşidi Değişimine Etkisi

Destekten yararlanan ve yararlanmayan girişimcilerden ürün/hizmet çeşidi değişiminin incelendiği analiz çerçevesinde işletmelerinin kuruluşlarının ilk yılına göre 3 yıl sonra yüzde olarak nasıl bir değişime uğradığı sorulmuştur. Buna göre ;

H_0 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin ürün/hizmet çeşidi artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H_1 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin ürün/hizmet çeşidi artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

şeklinde oluşturulan hipotezlerde H_0 'ın kabul edilip edilmeyeceği T Testi Analizi ile belirlenmiştir.

Tablo 5.13. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıl ve kuruluştan 3 yıl sonraki ürün/hizmet çeşidi değişimlerinin analizi

	KOSGEB desteği	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Ürün/hizmet çeşidi değişim oranı (%)	Alan	75	32,80	54,58	1,929	0,056
	Almayan	75	17,29	43,22		

Destekten yararlanan KOBİ'lerde program süresi içerisinde ortalama olarak %32,80 oranında ürün/hizmet çeşitlerinde artış gerçekleştiği görülmektedir. Destekten yararlanmayanlar ise kuruluşlarından itibaren 3 yıllık sürede ürün/hizmet çeşitlerinde %17,29'luk bir artış sağlamışlardır.

Yukarıdaki tabloda yer alan T Testi Analiz Sonucuna göre kuruluştan itibaren 3 yıllık sürede $p=0,056$ değeri elde edilmiş olup, buna göre destek alan ve almayanlar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. ($p>0,05$) Bu nedenle H_0 kabul, H_1 red edilir. Bu sonuca göre KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin ürün/hizmet çeşidi artışına etkisinin bulunmadığı kanaati ortaya çıkmaktadır. Fakat söz konusu analiz % 95 güven aralığında yapılmış olup p değeri 0,05 düzeyine çok yakın çıktığı gözlenmiştir. Çalışma % 90 güven aralığında yapıldığında, p değeri 0,05'den küçük olacağından bu performansa desteğin etkisi olduğundan bahsedilebilecektir. Bu nedenle % 90 güven aralığı da bilimsel çalışmalar için kabul edilebilir sonuçlar içerdiğinden KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin ürün/hizmet çeşidi artışı performansına az da olsa etkisinin bulunduğunu belirtmek daha doğru bir kanı olacaktır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Üretim/Hizmet Miktarı Değişimine Etkisi

Niceliksel özellikte olan diğer sorguda, KOBİ'lerdeki üretim/hizmet miktarı değişiminin 3 yıllık seyri incelenmiştir. Bu analiz için oluşturulan hipotezler;

H_0 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin üretim/hizmet miktarı artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H_1 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin üretim/hizmet miktarı artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

şeklinde olup, bu hipotezlerde H_0 'ın kabul edilip edilmeyeceği T Testi Analizi ile belirlenmiştir.

Tablo 5.14. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıl ve kuruluştan 3 yıl sonraki üretim/hizmet miktarı değişimlerinin analizi

	KOSGEB desteği	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Üretim/hizmet miktarı değişim oranı (%)	Alan	75	95,60	99,23	1,473	0,143
	Almayan	75	69,55	116,65		

Destekten yararlanan KOBİ'lerde destek süreci içerisinde ortalama olarak %95,60 oranında üretim/hizmet miktarında artış gerçekleştiği görülmektedir. Destekten yararlanmayanlar ise kuruluşlarından itibaren 3 yıllık sürede üretim/hizmet miktarında % 69,55'lik bir artış sağlamışlardır.

Yukarıdaki tabloda yer alan T Testi Analiz Sonucuna göre her ne kadar destek alanların üretim/hizmet miktarı yüzdelik artışının destek almayanlara göre daha fazla olduğu görülse de, analiz neticesinde kuruluştan itibaren 3 yıllık sürede $p=0,143$ değeri elde edilmiş olup, buna göre destek alan ve almayanlar arasında anlamlı bir ilişki veya diğer bir deyişle anlamlı bir fark bulunamamıştır. ($p>0,05$) Bu nedenle H_0 kabul, H_1 red edilir. Kısacası KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin üretim/hizmet miktarı artışına etkisi bulunmamaktadır.

İstihdam artışı, net satış hasılatı artışı, mali bilanço artışı, ürün/hizmet çeşidi değişim oranı ve üretim/hizmet miktarındaki değişim oranı gibi sayısal (niceliksel) veriler T Testi Analizi ile ele alınmış olup, performansa ilişkin diğer sorular olan Ürün/Hizmet Kalitesi Durumu, Pazardan Elde Edilen Paydaki Değişim, Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetleri Yapma Durumu, İhracat Miktarı Artışı, Makine Parkuru Artışı, Pazarda Bilinirlik Artışı ve Finansal Rahatlık Artışı gibi performans kriterleri girişimcilerin likert ölçekli yanıtlar şeklinde görüşünün belirtildiği “arttı, değişmedi, azaldı” şeklindeki cevaplara katılımları sonucu nitel değerlendirmeleri çerçevesinde analiz edilmiştir. Likert ölçeğiyle nitel yapılan bu değerlendirmelerin analizi Ki Kare Testi ile yapılmıştır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Ürün/Hizmet Kalitesine Etkisi

Girişimcilere yöneltilen niteliksel sorulardan ilki ilk yıla göre ürün/hizmet kalitelerinin değişip değişmediğidir. Bu sorunun elde edeceği bulgular için oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H_0 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin ürün/hizmet kalitesi artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H₁: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ’lerin ürün/hizmet kalitesi artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

H₀ hipotezinin doğru olup olmadığına yönelik sorgu için, ankette ilgili soruya verilen cevapların değerlendirilmesi aşağıdaki tablolarda Ki Kare Testi ile yapılmıştır.

Tablo 5.15. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ’lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki ürün/hizmet kalitesi değişim durumlarının dağılımı

			İlk yıla göre ürün/hizmet kalitesi			Toplam
			Arttı	Değişmedi	Azaldı	
KOSGEB desteği	Alan	n	43	32	0	75
		%	57,3%	42,7%	0,0%	100,0%
	Almayan	n	35	39	1	75
		%	46,7%	52,0%	1,3%	100,0%
Toplam		n	78	71	1	150
		%	52,0%	47,3%	0,7%	100,0%

Deney grubundaki KOBİ’lerin tamamı kuruluşlarından 3 yıl sonra ilk yıla göre ürün/hizmet kalitelerinin ya arttığını ya da değişmediğini belirtmişlerdir. Azaldığını belirten KOBİ bulunmamaktadır. Benzer şekilde kontrol grubundaki KOBİ’lerden de sadece 1 tanesi ilk yıla göre ürün/hizmet kalitesinde azalma olduğunu belirtmiştir. Tablodan da anlaşılacağı üzere, verilen cevapların frekans dağılımı birbirine yakın olmakla birlikte, destek alanların ilk yıla göre ürün/hizmet kalitesinin arttığı görüşü destek almayanlara göre daha fazladır (%57,3 > %46,7).

Tablo 5.16. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ’lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki ürün/hizmet kalitesi değişim durumlarının analizi

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	2,511	2	0,285

Her ne kadar destek alanlar bu soruya daha çok “ürün/hizmet kalitemiz ilk yıla oranla 3 yıl içinde arttı” şeklinde görüş belirtmiş olsa da, Tablo 5.16’den da görüleceği üzere, Ki Kare Testi sonucunda p=0,285 değeri elde edilmiş olup, bu durumda destek alanlarla almayanlar arasında ürün/hizmet kalitesi açısından anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (p>0,05). Bu nedenle H₀ kabul edilmiştir. Bir başka deyişle KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ’lerin ürün/hizmet kalitesine etki ettiği söylenemez.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Pazardan Elde Ettikleri Payların Değişimine Etkisi

Destekten faydalanan ve faydalanmayan girişimcilere yöneltilen performans sorularından bir diğeri, kurdukları işletmelerin pazardan elde ettikleri payların 3 yıl içindeki değişimini öğrenmeye yöneliktir. Verdikleri cevapların bilimsel analiz olarak incelemesi yine Ki Kare Testi ile yapılmıştır. Bu çerçevede oluşturulan hipotezler:

H₀: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin pazardan elde edilen paylarındaki artış arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H₁: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin pazardan elde edilen paylarındaki artış arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

şeklindedir.

Tablo 5.17. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki pazardan elde edilen paydaki değişim durumlarının dağılımı

			İlk yıla göre pazardan elde edilen paydaki değişim			Toplam
			Arttı	Değişmedi	Azaldı	
KOSGEB desteği	Alan	n	58	17	0	75
		%	77,3%	22,7%	0,0%	100,0%
	Almayan	n	35	26	14	75
		%	46,7%	34,7%	18,7%	100,0%
Toplam		n	93	43	14	150
		%	62,0%	28,7%	9,3%	100,0%

Destekten yararlanan KOBİ'lerin büyük çoğunluğu (%77,3) kuruluşlarından 3 yıl sonra ilk yıla göre pazardan elde edilen payda artış yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Azaldığını belirten KOBİ bir önceki soruda olduğu gibi burada da bulunmamaktadır. 17 KOBİ ise (% 22,7) Pazar payında ilk yıla göre değişim yaşamadığını düşünmektedir. Destekten yararlanmayanlar içerisinde ise dağılım söz konusudur. KOBİ'lerden % 46,7'si ilk yıla göre ürün/hizmet kalitesinde artış olduğunu savunurken, olumsuz olarak görüş beyan eden KOBİ'lerin toplama oranı % 18,7'lik kesimdir. %34,7'si ise herhangi bir değişim olmadığını ifade etmiştir.

Tablo 5.18. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki pazar paylarındaki değişim durumlarının analizi

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	21,572	2	0,000

Yukarıdaki tablodan anlaşılacağı üzere, Ki Kare Testi sonucunda $p = 0,000$ değeri elde edilmiş olup, bu durumda destek alanlarla almayanlar arasında pazardan elde edilen paydaki değişim açısından anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Bu nedenle H_0 red, H_1 kabul edilmiştir. Bir başka deyişle KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin pazardan elde edilen paydaki değişimine etkisi vardır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetlerine Etkisi

KOBİ'lerin Ar-Ge ve yenilik performansının değerlendirildiği bir sonraki analizde destek alan ve almayan işletmelerin Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetlerinde kuruluştan itibaren 3 yıllık süredeki değişim durumları ele alınmıştır. Buna göre;

H_0 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H_1 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

hipotezleri kurulmuştur. Hipotezler aşağıdaki tablolarda görüldüğü gibi analiz edilmiştir.

Tablo 5.19. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetlerindeki değişim durumlarının dağılımı

			İlk yıla göre Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri			Toplam
			Arttı	Değişmedi	Azaldı	
KOSGEB desteği	Alan	n	16	59	0	75
		%	21,3%	78,7%	0,0%	100,0%
	Almayan	n	15	58	2	75
		%	20,0%	77,3%	2,7%	100,0%
Toplam		n	31	117	2	150
		%	20,7%	78,0%	1,3%	100,0%

Deney grubundaki KOBİ'lerin büyük çoğunluğu kuruluşlarından 3 yıl sonra ilk yıla göre Ar-Ge ve Yenilik faaliyetlerinin değişmediğini bildirmiştir (%78,7). Bununla beraber bu faaliyetlerin arttığını belirten KOBİ oranı % 21,3'tür. Azaldığını belirten KOBİ bulunmamaktadır. Benzer şekilde kontrol grubundaki KOBİ'lerden de sadece 2 tanesi ilk yıla göre Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde azalma olduğunu beyan etmektedir. Diğer seçeneklere verilen yanıtların oranı destek alanlarla hemen hemen aynı çıkmıştır.

Tablo 5.20. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerindeki değişim durumlarının analizi

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	2,041	2	0,360

Tablo 5.20'de görüleceği üzere, Ki Kare Testi sonucunda $p = 0,360$ değeri elde edilmiş olup, bu durumda destek alanlarla almayanlar arasında Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri değişimi açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p > 0,05$). Bu nedenle H_0 kabul edilmiştir. Bir başka deyişle KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin kuruluş yıllarından 3 yıl sonrasına kadar Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri değişimine etki ettiği ileri sürülemez.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin İhracat Miktarına Etkisi

Bu analizle daha çok girişimcilerin ihracata başlama durumlarının ne olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Kuruluştan itibaren ihracat miktarındaki artış oranını ihracata başlayabilme yeteneği olarak da değerlendirmek mümkündür. İhracata yönelik girişimcilerin hamle yapmayı mı yoksa mevcut pozisyonunu korumayı mı tercih ettikleri gözlemlenmek amaçlanmıştır. Oluşturulan hipotezlere göre;

H_0 : "KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin ihracat miktarı artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur."

H_1 : "KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin ihracat miktarı artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır."

Tablo 5.21. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ’lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki ihracat miktarındaki değişim durumlarının dağılımı

			İlk yıla göre ihracat miktarı			Toplam
			Arttı	Değişmedi	Azaldı	
KOSGEB desteği	Alan	n	1	74	0	75
		%	1,3%	98,7%	0,0%	100,0%
	Almayan	n	4	70	1	75
		%	5,3%	93,3%	1,3%	100,0%
Toplam		n	5	144	1	150
		%	3,3%	96,0%	0,7%	100,0%

Destekten yararlanan KOBİ’lerin neredeyse tamamı 3 yıl sonra ilk yıla göre ihracat miktarının değişmediğini bildirmiştir (%98,7). Sadece 1 adet girişimci ilk yıla göre ihracatının arttığını belirtmiştir. Bu KOBİ de kendisine sorulan “İhracat yapıyor musunuz?” sorusuna “Evet” seçeneği ile cevap veren tek işletmedir. Azaldığını belirten KOBİ bulunmamaktadır. Benzer şekilde kontrol grubundaki KOBİ’lerden de sadece 1 tanesi ilk yıla göre ihracat miktarında azalma olduğunu beyan etmektedir. 4 adet KOBİ ise ihracatının arttığını beyan etmiştir.

Tablo 5.22. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ’lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki ihracat miktarındaki değişim durumlarının analizi

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	2,911	2	0,233

Tabloda belirtildiği gibi, Ki Kare Testi sonucunda $p = 0,233$ değeri elde edilmiş olup, bu durumda destek alanlarla almayanlar arasında ihracat miktarı değişimi açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p > 0,05$). Bu nedenle H_0 kabul edilmiştir. Bir başka deyişle KOSGEB Yeni Girişimci Desteği, KOBİ’lerin kuruluş yıllarından 3 yıl sonrasına kadar ihracat miktarına etki etmemiştir.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ’lerin Makine Parkuruna Etkisi

Bu analiz öncesinde;

H_0 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ’lerin makine parkuru artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H₁: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ’lerin makine parkuru artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

hipotezleri kurulmuş olup, aşağıdaki tablolarda ilgili hipotezlerin doğruluğu test edilmiştir.

Tablo 5.23. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ’lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki makina parkurundaki değişim durumlarının dağılımı

			İlk yıla göre makine parkuru			Toplam
			Arttı	Değişmedi	Azaldı	
KOSGEB desteği	Alan	n	69	6	0	75
		%	92,0%	8,0%	0,0%	100,0%
	Almayan	n	26	43	6	75
		%	34,7%	57,3%	8,0%	100,0%
Toplam		n	95	49	6	150
		%	63,3%	32,7%	4,0%	100,0%

Destekten yararlanan KOBİ’lerin büyük çoğunluğu (%92,0) kuruluşlarından 3 yıl sonra ilk yıla göre makine parkurlarında artış yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Azaldığını belirten KOBİ bu soruda da bulunmamaktadır. 6 KOBİ ise (% 8,0) makine parkurunda ilk yıla göre değişim yaşamadığını düşünmektedir. Destekten yararlanmayanlar içerisinde ise dağılım söz konusudur. KOBİ’lerden % 34,7’si ilk yıla göre makine parkurunda artış olduğunu savunurken, olumsuz olarak görüş beyan eden KOBİ’lerin toplama oranı % 8,0’lik kesimdir. 75 KOBİ’den 43’ü ise (%57,3) ise makine parkurunda herhangi bir değişim olmadığını ifade etmiştir.

Tablo 5.24. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ’lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki makina parkurlarındaki değişim durumlarının analizi

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	53,402	2	0,000

Yukarıdaki tablodan anlaşılacağı üzere, Ki Kare Testi sonucunda $p = 0,000$ değeri elde edilmiş olup, bu durumda destek alanlarla almayanlar arasında makine parkurundaki değişim açısından anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Destekten faydalananlar, makine parkurlarının arttığını büyük çoğunlukla bildirmişlerdir. Bu nedenle H_0 red, H_1 kabul edilmiştir. Bir başka deyişle KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ’lerin makine parkuru artışına etkisi vardır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Pazardaki Bilinirlik Düzeylerine Etkisi

Bir diğer analizde girişimcilerin kurdukları KOBİ'lerin kuruluş yıllarından sonra 3 yıl içinde pazardaki bilinirlik düzeylerinin nasıl etkilendiği sorgulanmıştır. Bu sorgu için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₀: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin pazardaki bilinirliklerinin artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H₁: “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin pazardaki bilinirliklerinin artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

Tablo 5.25. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki pazarda bilinirliklerindeki değişim durumlarının dağılımı

			İlk yıla göre pazarda bilinirlik			Toplam
			Arttı	Değişmedi	Azaldı	
KOSGEB desteği	Alan	n	61	14	0	75
		%	81,3%	18,7%	0,0%	100,0%
	Almayan	n	37	24	14	75
		%	49,3%	32,0%	18,7%	100,0%
Toplam		n	98	38	14	150
		%	65,3%	25,3%	9,3%	100,0%

Destekten yararlanan KOBİ'lerden büyük çoğunluğu (%81,3) kuruluşlarından 3 yıl sonra ilk yıla göre makine parkurlarında artış yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Destek alıp da pazarda bilinirliğinin azaldığını beyan eden KOBİ olmamıştır. 14 KOBİ ise (% 18,7) pazarda bilinirliğinin ilk yıla göre destek süreci sonunda değişmediğini düşünmektedir. Destekten yararlanmayanlar içerisinde ise dağılım söz konusudur. KOBİ'lerden % 49,3'ü 3 yıl sonunda ilk yıla göre pazarda bilinirliğinde artış olduğunu savunurken, olumsuz olarak görüş beyan eden KOBİ'lerin toplama oranı % 18,7'lik kesimdir. 75 KOBİ'den 24'ü ise (%32,0) ise pazarda bilinirlik düzeyinde herhangi bir değişim olmadığını ifade etmiştir.

Tablo 5.26. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki pazarda bilinirliklerindeki değişim durumlarının analizi

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	22,509	2	0,000

Tabloya bakılacak olursa, Ki Kare Testi sonucunda $p = 0,000$ değeri elde edildiği görülecek olup, bu durum destek alanlarla almayanlar arasında pazardaki bilinirlik düzeylerinde değişim açısından anlamlı bir fark bulunduğunu göstermektedir ($p < 0,05$). Bu nedenle H_0 red, H_1 kabul edilmiştir. Destekten faydalananlar, pazarda bilinirliklerinin arttığını büyük çoğunlukla bildirmişlerdir. Dolayısıyla “KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin pazarda bilinirlik düzeylerinin değişimine artırıcı yönde etkisi vardır.” önermesi doğrudur.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin Finansal Rahatlığına Etkisi

Girişimcilere yönelik son performans analizi onların işletmelerinin kuruluşlarından itibaren 3 yıl içindeki finansal rahatlık düzeyinin incelenmesidir. Buna göre oluşturulan hipotezler;

H_0 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin finansal rahatlıklarının artışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.”

H_1 : “KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ile KOBİ'lerin finansal rahatlıklarının artışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.”

şeklinde tanımlanmış olup, elde edilen bulgulara göre desteğin KOBİ'lerdeki finansal rahatlığa etki edip etmediği incelenmiştir.

Tablo 5.27. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonraki finansal rahatlıklarındaki değişim durumlarının dağılımı

			İlk yıla göre finansal rahatlık			Toplam
			Arttı	Değişmedi	Azaldı	
KOSGEB desteği	Alan	n	58	8	9	75
		%	77,3%	10,7%	12,0%	100,0%
	Almayan	n	28	15	32	75
		%	37,3%	20,0%	42,7%	100,0%
Toplam		n	86	23	41	150
		%	57,3%	15,3%	27,3%	100,0%

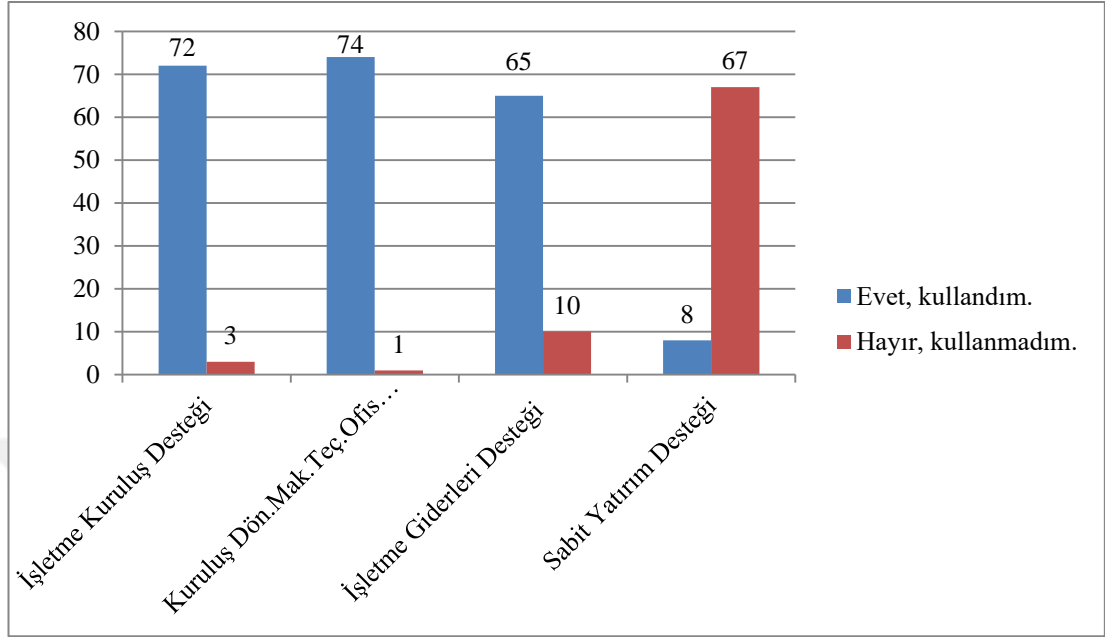
Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan KOBİ'lerden büyük çoğunluğu (%77,3) kuruluşlarından 3 yıl sonra ilk yıla göre finansal rahatlık düzeylerinde artış yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Finansal rahatlığının azaldığını düşünen ve destekten yararlanan KOBİ'ler % 12 kadardır. 8 KOBİ ise (% 10,7) finansal rahatlığının ilk yıla göre destek süreci sonunda değişmediğini düşünmektedir. Destekten yararlanmayanlar içerisinde ise cevaplarda dağılım bulunmaktadır. KOBİ'lerden % 37,3'ü 3 yıl sonunda ilk yıla göre finansal rahatlıklarında artış olduğunu savunurken, finansal rahatlığının 3 yıl sonunda azaldığını düşünen KOBİ'lerin oranı % 42,7'lik kesimdir. 75 KOBİ'den 15 adedi (%20,0) ise finansal rahatlık düzeyinin 3 yıl sonunda değişmediğini dile getirmiştir.

Tablo 5.28. Destekten yararlanan ve yararlanmayan KOBİ'lerin ilk yıla göre kuruluştan 3 yıl sonra finansal rahatlıklarındaki değişim durumlarının Ki Kare Testi Analizi Sonucu

Ki-Kare Testi Sonucu			
	Değer	Sd	p
Ki-kare	25,498	2	0,000

Tabloya bakılacak olursa, Ki Kare Testi sonucunda $p = 0,000$ değeri elde edildiği görülecek olup, bu durum destek alanlarla almayanlar arasında finansal rahatlıklarında değişim açısından anlamlı bir fark bulunduğunu göstermektedir ($p < 0,05$). Bu nedenle H_0 red, H_1 kabul edilmiştir. Destekten faydalananlar, zaten bir önceki tabloda finansal rahatlıklarının arttığını büyük çoğunlukla (%77,3) bildirmişlerdir. Bu nedenle H_0 red, H_1 kabul edilmiştir. Dolayısıyla “KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin finansal rahatlığa erişiminde değişimine etkisi vardır.” şeklinde açıklama yapılabilir.

5.5.3. KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden Yararlanan KOBİ'lerin Kendi İçinde Yapılan Analiz ve Bulgular



Şekil 5.5. KOSGEB Yeni Girişimci Destek Türlerinin Yararlanıcı Girişimcilerce Kullanım Durumu

İlk üç destek türü (işletme kuruluş, kuruluş dönemi makine, teçhizat ve ofis donanım, işletme giderleri) KOSGEB tarafından hibe olarak kullanılan desteklerdir. Son destek türü (sabit yatırım desteği) ise geri ödemeli olup, faizsiz kredi niteliğindedir. Bu grafiğe göre yararlanıcılar KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinde hibe olarak sunulan destek türlerini daha çok kullanmışlar, geri ödemeli desteğe çok rağbet etmemişlerdir. Bunun sebebi ihtiyaç duymamaları olabileceği gibi, sabit yatırım desteğinin geri ödeme mekanizmalı olması, teminat karşılığı alınabilmesi gibi nedenler de olabilir.

Yukarıda T Testi ve Ki Kare Testi ile yapılan analizler sonucunda desteğin hangi performans göstergelerine etki ettiği saptanmaya çalışılmıştır. Buna göre KOSGEB Yeni Girişimci Desteği ilgili performans göstergelerinden nicel olarak KOBİ'lerin personel sayısı ve mali bilanço toplamı artışı ile belli ölçüde de olsa ürün/hizmet çeşidi sayısı artışına, nitel olarak ise pazardan elde edilen paydaki değişim, pazarda bilinirlik, makine parkuru ve finansal rahatlık artışına etki ederek yardımcı olduğu söylenebilir.

Destekten yararlanan girişimciler ise desteğin, aşağıdaki tabloda verilen dağılım şeklinde performans göstergeleri içerisinde hangilerine etki ettiğini beyan etmiştir.

Tablo 5.29. Yararlanıcıların KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin performans göstergelerine etkisi hakkında verdiği cevaplar

	Hiç		Biraz		Orta		Çok		Tamamen	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Personel sayısı	16	21,3%	14	18,7%	11	14,7%	22	29,3%	12	16,0%
Net satış hasılatı (TL)	7	9,3%	18	24,0%	19	25,3%	26	34,7%	5	6,7%
Mali bilanço toplamı (TL)	6	8,0%	17	22,7%	23	30,7%	25	33,3%	4	5,3%
Ürün/hizmet çeşidi değişim oranı (%)	27	36,0%	24	32,0%	12	16,0%	12	16,0%	0	0,0%
Üretim/hizmet miktarı değişim oranı (%)	12	16,0%	17	22,7%	21	28,0%	25	33,3%	0	0,0%
Ürün hizmet kalitesi	36	48,0%	15	20,0%	10	13,3%	13	17,3%	1	1,3%
Pazardan elde edilen paydaki değişim	18	24,0%	19	25,3%	14	18,7%	23	30,7%	1	1,3%
Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri	61	81,3%	6	8,0%	2	2,7%	5	6,7%	1	1,3%
İhracat miktarı	73	97,3%	2	2,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Makine parkuru	5	6,7%	4	5,3%	10	13,3%	30	40,0%	26	34,7%
Pazarda bilinirlik	15	20,0%	15	20,0%	13	17,3%	25	33,3%	7	9,3%
Finansal rahatlık	4	5,3%	12	16,0%	11	14,7%	26	34,7%	22	29,3%

Yukarıdaki tablonun frekans dağılımına göre, destekten yararlanan girişimcilerin, desteğin performans göstergelerine etkisi olup olmadığı hakkındaki görüşleri çerçevesinde “Orta” seçeneği “nötr” olmak üzere; “Hiç” ve “Biraz” seçeneklerinin kümülatif toplamını “etkisi yok”; “Çok” ve “Tamamen” seçeneklerinin kümülatif toplamı da “etkisi var” olarak kabul edilmiştir.

Tablo 5.30. Yararlanıcıların KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin performans göstergelerine etkisine yönelik düşünce sonuçları

	Etkisi Yok		Nötr		Etkisi Var	
	n	%	n	%	n	%
Personel sayısı	30	40	11	14,7	34	45,3
Net satış hasılatı (TL)	25	33,3	19	25,3	31	41,4
Mali bilanço toplamı (TL)	23	30,7	23	30,7	29	38,6
Ürün/hizmet çeşidi değişim oranı (%)	51	68	12	16,0	12	16
Üretim/hizmet miktarı değişim oranı (%)	29	38,7	21	28,0	25	33,3
Ürün hizmet kalitesi	51	68	10	13,3	14	18,6
Pazardan elde edilen paydaki değişim	37	49,3	14	18,7	24	32
Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri	67	89,3	2	2,7	6	8
İhracat miktarı	75	100	0	0,0	0	0
Makine parkuru	9	12	10	13,3	56	74,7
Pazarda bilinirlik	30	40	13	17,3	32	42,6
Finansal rahatlık	16	21,3	11	14,7	48	64

Tablo 5.30’da da görüldüğü gibi, girişimcilerin düşünceleri T Testi ve Ki Kare Testi Analizleri sonucu elde edilen bilimsel verilerle büyük ölçüde benzerlik taşımaktadır. Sadece “net satış hasılatı” ve “pazar payından elde edilen değişim” hususunda bilimsel çalışmanın tersine düşünceleri bulunmaktadır. Fakat genel anlamda girişimcilerin, desteğin hangi konularda kendilerini geliştirdiği ve hangi konularda katkı sağlamadığı hususunda bilinçli oldukları gözlenmiştir.



SONUÇ

Bu tez çalışmasında, KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Performansına Etkisi analiz edilmek suretiyle, söz konusu desteğin işletmelerin gelişimine katkıda olumlu yanlarını belirlemek ve etkisinin gerçekleşmediği alanların tespit edilerek bu alanlara yönelik alınması gereken tedbirlerin belirlenmesi için çalışmanın yol gösterici bir rehber olması amaçlanmıştır.

Araştırmacının çalışma kapsamında incelenen Bolu ilinde faaliyet gösteren KOSGEB Bolu Müdürlüğünde çalışmış olması ve çok kısa bir zaman öncesine kadar destek alan KOBİ'lerle aktif olarak iletişim içinde olması, diğer illere nispeten verilerin daha rahat temin edilebilmesini sağlamış, bu durumun da analizin daha güvenilir olması sonucunu sağladığı düşünülmektedir. Yapılan çalışma, ülkenin geneli için de bir bakış açısı oluşturabilmesi açısından önemlidir. Gelecekte ülke genelinde, bu çalışma dönemine göre daha uzun dönemi kapsayan ve daha fazla veri içeren çalışmalar yapılabilecektir. Hatta KOSGEB Veri Tabanında bulunmayan işletmelere ulaşmak açısından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonuna (TESK) bağlı odalar ile işbirliği yapmak suretiyle araştırma kapsamı daha da genişletilebilir.

Girişimciliğin desteklenmesi, yeni girişimcilerin ticari hayata katılması, büyümesi ve gelişmesi ülke ekonomileri için son derece önemli bir unsurdur. Bu çerçevede başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkeler, ekonomi stratejilerini yeni girişimcilerin doğması, büyümesi, gelişmesi ve korunabilmesi için elverişli ekonomik ortamı oluşturacak politikalar geliştirmek üzere kurgulamaktadırlar.

Bu çerçevede ulusal ve uluslararası KOBİ ve girişimci destekleri ile onları geliştirme politikaları zaman zaman yeniden yapılandırılmakta olup, temel olarak KOBİ'ler için

uygun iş ortamı oluşturularak, onların iç ve dış pazarlarda rekabet güçlerinin artırılması amaçlanmaktadır.

Destek uygulamalarında genellikle ülkelerin deneyimleri, öncelikleri, destek hacimleri ve araçları farklılıklar göstermektedir. Desteklerin başarılı ve etkin olabilmesi için her ülke, kendi gelişmişlik düzeyini, ekonomik durumunu, finans sisteminin yapısını, sahadaki girişimcilerin ve işletmelerin özellikleri ve ihtiyaçları ile politika önceliklerini göz önünde bulundurarak destek modellerini geliştirmektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde yeni girişimcilerin, yenilikçi ve hızlı büyüme potansiyeli olan işletmelerin finansmanına büyük önem verilmektedir.

KOSGEB’de de son yıllarda destek programları yeniden yapılandırılmakta ve girişimciler ile özellikle yenilikçi KOBİ’lerin desteklenmesine yönelik programlar oluşturulmaktadır. Ülke geneline yaygın teşkilat ağı ile desteklerin tüm girişimciler ve KOBİ’ler için ulaşılabilir olmasını sağlayan KOSGEB, ülkemizin KOBİ politikalarının hayat bulduğu kurumların başında gelmektedir. KOSGEB tarafından KOBİ’lere ulaştırılan desteklerin KOBİ’ler tarafında nasıl karşılık bulunduğu, onların ekonomik hayatını nasıl etkilediği, KOSGEB desteklerinin etkinliğinin ölçülmesi bakımından çok büyük önem arz etmektedir.

Bu tez çalışması kapsamında yapılan araştırma, kendi işini kurarak KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden yararlanan girişimcilerin, aynı veya benzer fiziki ve ekonomik şartlarda kurulmasına rağmen KOSGEB’in ilgili destekten yararlanmayan girişimcilerin kurduğu işletmelerle performans kıyaslamasını ortaya koymak açısından önem arz etmektedir. Analiz ile elde edilen sonuçlar çerçevesinde, girişimcilere ve KOBİ’lere yönelik yürütülen destek programları ile kendi işini kuran girişimcilere yönelik eylem planları ve stratejiler için dikkate alınabilecek bir kaynak oluşturması hedeflenmiştir.

Çalışma kapsamında Bolu il genelinde 2011-2013 yılları arasında kurularak KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden faydalanan 75 KOBİ ve yine aynı yıllarda kurulup bolu ilinde faaliyet gösteren, ancak KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden faydalanmamış 75 KOBİ incelenmiştir. Toplamda 150 KOBİ barındıran örneklem

grubuna anket yapılmak suretiyle, KOBİ'lerin performanslarının, kurumun ve hükümetin eylem planlarının çizdiği çerçevede belirlenmiş belli performans kriterleri kapsamında analiz edilmesi sağlanmış, ilgili desteğin işletme performansı üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lerin performansına etkisine yönelik bulgular doğrultusunda, destek hakkındaki düşünceler ile bu konuda daha sonra yapılacak olan araştırmalar konusunda tavsiyeler aşağıda sunulmuştur.

Yapılan analiz çalışmasında performans kriterleri niceliksel ve niteliksel olarak iki başlık altında incelenmiştir. Çalışmada, niceliksel kriterlerden istihdam, net satış hasılatı ve mali bilanço toplamı değişimleri sübjektiflik içermeyen, ham verilerden elde edilen bulgularla değerlendirilmiştir. Diğer niceliksel kriterlerden yüzde değişim oranlarının analiz edildiği “ürün/hizmet çeşidi değişim oranı” ve üretim/hizmet miktarı değişim oranı” ise girişimcilerin görüşleri doğrultusunda analiz edilmiştir.

İstihdam artışı ve mali bilanço toplamı performansları açısından KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin KOBİ'lere katkı sağladığı sonucuna ulaşılmış, desteğin net satış hasılatı, ürün/hizmet çeşidi değişimi ve üretim/hizmet miktarı değişimi açılarından ise anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Bununla beraber çalışmanın % 95 güven aralığı yerine % 90 güven aralığı içerisinde yapılması neticesinde desteğin, ürün/hizmet çeşidi sayısına belli oranda etkisi olduğu da savunulabilir.

İşsizliğin önlenmesinde ve istihdamın artışında KOBİ'leri istihdama yönelik teşvik edip onları finansal olarak desteklemek, işverenin mali yükünü hafifleterek, işyerine veya tesisinde girişimcinin işletme yönetimi dışındaki diğer işleri görebilen bir eleman bulmasına fayda sağlamakta, işçi açısından bakıldığında da, daha kolay iş sahibi olmayı kolaylaştırmaktadır. Devlet açısından ise, kayıt dışı istihdamla mücadele konusunda söz konusu destek modeli büyük bir kazançtır.

Girişimcilerin elde ettiği net satış hasılatlarının, onlara sunulan desteklerden bağımsız olduğu sonucunun ortaya çıkmış olması, desteğin doğrudan bu performans kriterine etki etmediğini göstermektedir. Çalışmadan elde edilen bulguya göre, bir

girişimcinin yıllık satışları içinde daha fazla kar elde etmesi, onun daha fazla finansal destek almasıyla ilintili değildir.

Mali bilanço toplamının destekten faydalanan girişimcilerde, faydalanmayanlara göre daha büyük değişim göstermesi, net satışlardan elde edilen ciro sebebi olmadığı kesinleşmiştir. Mali bilançonun destekten yararlananlarda daha fazla yükselmesinin temel sebebi, istihdam artışı ve makine parkuru artışı kaynaklı olduğu kanısına ulaşılmıştır. İstihdam artışı ve makine parkuru artışı kriterleri, özel tükenmeye tabi varlıklardan genel üretim/hizmet giderleri ve maddi duran varlıklar kalemi bazında doğal olarak işletmelerin mali bilanço toplamalarını etkilediğinden, KOBİ'lerin kuruluşlarının ilk yılı sonuna göre 3 yıl sonrasında daha büyük mali bilanço kalemlerine sahip olmasına sebep olmaktadır. Kısacası burada mali bilanço artışı net satış kaynaklı olmayıp, kuruluş tarihinden 3 yıl sonra özel tükenmeye tabi varlıklar (genel üretim/hizmet giderleri sınıfından işçilik maliyeti sebebiyle personel istihdamı) ve maddi duran varlıklar kalemindeki artıştan (makine + teçhizat) ötürüdür.

Hem mali bilanço toplamının işletmenin karından kaynaklı olabilmesi hem de net satış hasılatının KOSGEB'den yararlanan girişimcilerde daha anlamlı artış gösterebilmesi adına, destek içerisine KOBİ'lerin satışlarını ve elde ettikleri hasılatı arttırıcı modeller dahil edilebilir. Bunun için de işletmelerin kendi sektörüne göre yeni müşteriler kazanma, yeni pazarlar elde etme gibi hamleler, destek türlerine yansıtılmalıdır. Aynı şekilde diğer niceliksel veri bulguları olan ürün/hizmet çeşidi değişimi ve üretim/hizmet miktarı artışının destekten bağımsız bir hüviyette olması da net satış artışı kriterinde olduğu gibi benzer çözümleri içermektedir.

Bununla birlikte, niteliksel kriterler içerisinde yer alan pazardan elde edilen paydaki değişim ve pazarda bilinirlik artışı kriterlerinde desteğin anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Bu kriterlere göre destek alan işletmelerin destek almayanlardan daha fazla pazarlama imkânı sağladığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla net satış hasılatı artışında mevcut müşteri grubunda müşteri sayısını arttırmaktan ziyade girişimcilerin yeni pazarlar ve müşteriler elde edebileceği modeller kurgulanmalıdır. Çünkü analizde, mevcut pazarlarda KOSGEB Yeni

Girişimci Desteğinden yararlanan girişimcilerin, yararlanmayanlara göre daha başarılı olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu nedenle, girişimcilerin net satış hasılatı ve buna endeksli mali bilanço artışı ile üretim/hizmet miktarı artışı açısından yeni pazar ve müşterileri bulmaya, o pazarlardaki tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını belirleyici çalışmalara ihtiyaçları vardır. Bu nedenle, işletmelerin yeni pazarlara ulaşmasını ve yeni müşteriler edinmesini teşvik etmek adına, onlara pazarlama danışmanlığı ve yeni pazarlara açılma üzerine proje geliştirebilecekleri modeller sunulabilir.

Niteliksel performans göstergeleri içerisinde kuruluştan itibaren 3 yıllık sürede makine parkuru artışı ve finansal rahatlık sağlanması kriterlerinde destekten yararlananların, yararlanmayan girişimcilere oranla daha fazla gelişim sağladıkları görülmektedir. Bu kriterlerde desteğin etkisi doğrudan ön plana çıkmakta olup, girişimcilerin kendi görüşlerinde de bu konu tespit edilmiştir. Dolayısıyla KOSGEB Yeni Girişimci Desteği bu kriterler açısından girişimciyi doyurucu bir etkiye sahiptir. Ürün/hizmet çeşidi değişimi performansında da p değerinin 0,05'ten büyük olmasına rağmen 0,05 düzeyine yakın olması desteğin bu performansa az da olsa etki ettiğini simgelemektedir Diğer göstergelerden ürün/hizmet kalitesi değişimi, Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde değişim, ihracat miktarı değişimi kriterlerinde Yeni Girişimci Desteğinin etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Genel olarak, yapılan bu çalışma kapsamında, KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinin, KOBİ'lerin personel sayısı, mali bilanço toplamı, pazardan elde edilen paydaki değişim, makine parkuru, pazarda bilinirlik, finansal rahatlık ve kısmen de olsa ürün/hizmet çeşidi sayısı artışı performanslarında yükselişe imkân sağladığı sonucu ortaya çıkmıştır. Yine, bulgulardan elde edilen sonuca göre ilgili program KOBİ'lerin net satış hasılatı artışına, üretim/hizmet miktarı artışına, ürün/hizmet kalite düzeyi artışına, Ar-Ge ve yenilik faaliyeti artışına, ihracat miktarı artışına etkisi bulunmamaktadır.

Yukarıdaki bilgiler çerçevesinde KOBİ'ler ve girişimciler için öncü bir kurum olan KOSGEB'in mevcut Yeni Girişimci Desteği kendi işini kuran girişimciler üzerinde belli bir etkiye sahip olmakla beraber, devletin ve kurumun hedefleri, stratejik planları ve faaliyetleri kapsamında girişimcilerin büyüme ve gelişmelerine daha fazla

katkı sunarak, onların belirlenen performans kriterleri yönünden tam performansla çalışabilmelerini sağlama adına yeni modeller içerecek şekilde modernize edilmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, Yeni Girişimci Desteğinin içeriğine, bu çalışma sonucu elde edilen bulgular doğrultusunda girişimcilerin gelişme sağlanmayan performans kriterlerini geliştirici nitelikte modeller entegre edilebilir. Başka bir seçenek olarak da, KOSGEB Yeni Girişimci Desteğiyle belli performansları yükselen KOBİ'lerin, ilgili programı tamamlaması sonrası, yeni bir destek programı ile Yeni Girişimci Desteğinin etkisinin bulunmadığı performans kriterleri hususunda gelişmeleri sağlanabilir. Örneğin KOSGEB Yeni Girişimci Desteği sürecini başarıyla tamamlayan bir girişimci, "KOSGEB Destekli Girişimlere İvme Programı" isimli yeni bir programa başlatılarak, bu program ile onların net satışlarını, ürün/hizmet kalite düzeyini, Ar-Ge ve yenilik faaliyeti sayısını ve ihracat miktarını artırıcı destek türleri ile desteklenerek gelişmeleri sağlanabilir. Böylece KOSGEB destekli girişimciler, KOSGEB'in misyonu, vizyonu, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP), Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP), kurumun stratejik planı, Girişimcilik Destek Programının amaçları ile 10'uncu kalkınma planı öncelikleri ve kurumun diğer tüm stratejik plan ve hedefleri doğrultusunda öne çıkan performans kriterleri bazında tam performansla çalışan KOBİ'ler hüviyeti kazanacaktır.

KAYNAKÇA

- Akal Z (2011).*İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi Çok Yönlü Performans Göstergeleri*(Milli Prodüktivite Merkezi (MPM) Yayınları, Ankara).
- Avea Kuluçka Merkezi (2016). www.avealabs.com, (07 Nisan 2016).
- Ay C, Ecevit Z (2005) Çevre Bilinçli Tüketiciler.*Akdeniz Üniv. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10: 238.
- Azzone G, Noci G (1998) Seeing Ecology and “Green” Innovations As A Source of Change.*Journal of Organizational Change Management*11(2): 109.
- Balçın M (2012) Girişimcilerin Sahip Olması Gereken Özellikler ve Kütahya İli Girişimci Profili İncelemesi. KOBİ Uzmanlık Tezi, KOSGEB, Kütahya.
- Başol K (2001)*Türkiye Ekonomisi* (Anadolu Matbaacılık, İzmir).
- Bird BJ(1993) *Democratic Approaches to Entrepreneurship: The Role of Experience and Background. Advances in Entrepreneurship*(Firm Emergence and Growth Publishing Company, Greenwich, CT).
- Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (2016). *Bin Yıl Kalkınma Hedefleri*. www.un.org.tr, (17 Mart 2016).
- Buğday Derneği Projeleri (2016). <http://www.bugday.org/portal/projeler.php>, (18 Mart 2016).
- Bygrave W, Minniti M (1999) The Microfoundations of Entrepreneurship.*Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(4):27.
- Cansız E (2007) Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi.Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta
- Collins OF, Moore DG, Unwalla DB (1964)*The Enterprising Man*, (MSU Business Studies Publications, Michigan).
- Çetindamar D (2002)*Türkiye’de Girişimcilik* (TÜSİAD Yayınları, İstanbul).
- Çöp(m)adam Projesi (2016). www.copmadam.com/tr/about-us/, (17 Mart 2016).

- Dökmen Ü (2004) *İletişim Çatışmaları ve Empati*(Sistem Yayıncılık, İstanbul).
- Endeavor Programı (2016). www.endeavor.org.tr, (10 Nisan 2016).
- Enkuba Mentorluk Kurumu (2016). www.enkuba.com, (10 Nisan 2016).
- E-tohum Girişimcilik Kampı (2016). www.etoHum.com, (10 Nisan 2016).
- Galata İş Melekleri (2016). www.galatabusinessangels.com, (11 Nisan 2016).
- Girişim Fabrikası Programı (2016). www.girisimfabrikasi.com, (03 Nisan 2016).
- Göksel A (2013)*İşletmelerde Performans Değerleme Sistemi Tasarımı: Teori-Uygulama-Model* (Nobel Yayıncılık, Ankara).
- Güney S (2008)*Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*(Siyasal Kitabevi, Ankara).
- Güvenç B (1984)*İnsan ve Kültür*(Remzi Kitabevi, İstanbul).
- Hisrich, RD, Peters MP(1998) *Entrepreneurship*(Irwin McGraw Hill Publishing Company, New York).
- Hofstede GH (1980)*Culture Consequences: International Differences in Work-Related Values*(Sage Publications, London).
- Inovent Şirketi (2016). www.inovent.com.tr, (11 Nisan 2016).
- Inventram Kuruluşu (2016). www.inventram.com, (11 Nisan 2016)
- İlter B (2010)*Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*(Adalet Yayınevi, Ankara).
- İrmiş A, Durak İ, Özdemir L (2010) *Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler* (Ekin Yayınevi, İstanbul).
- Japan Small and Medium Enterprise Agency (2016). http://www.sme.en.jp/policies/02_kaisesigaiyo/index.htm (01 Temmuz 2015).
- Jennings R, Cox C,Cooper CL (1994)*Business Elite: The Psychology of Entrepreneurs and Intrapreneurs*, (Van Nostrand Reinhold Publishing Company, London).
- Kadalk HE (2007) Dış Kaynak Kullanımı Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi ve İstanbul Tekstil Kent'te Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Kaktüs Programı (2016). <http://www.skdturkiye.org/yayin/iyiuygulamaorneklere-51>, (19 Mart 2016)

- Koçel T (2003)*İşletme Yöneticiliği*, (Beta Yayınları, İstanbul).
- KOSGEB (2005). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, www.kosgeb.gov.tr (23 Mart 2016)
- KOSGEB Resmi Web Sayfası, www.kosgeb.gov.tr (18 Nisan 2016)
- Kılıç L (2005)*Girişimcilik*, (Anadolu Üniversitesi Ofset Tesisleri, Eskişehir).
- Luecke R (2008) *Performans Yönetimi – Çalışanlarınızın Etkinliğini Ölçün ve Geliştirin*, çev. Aslı Özer. (İş Bankası Yayınları, İstanbul).
- Marangoz M (2012) *Girişimcilik*(Beta Yayıncılık, İstanbul).
- Morrison A (2001) Entrepreneurs Transcend Time: A Biographical Analysis. *Management Decision* 39(9): 787.
- Müftüoğlu T, Durukan T (2004)*Girişimcilik ve KOBİ'ler*(Gazi Kitabevi, Ankara).
- Naktiyok A (2004) *İç Girişimcilik* (Beta Yayıncılık, İstanbul).
- Öztürk İ (2008) Girişimcilik Raporu. *İktisadi Gelişim ve İş Ahlakı Derneği Yayını*8(1): 30-31.
- Palamut ME, Giray F (2001) Cumhuriyetten Günümüze Yaşanan Mali Krizler ve Uygulanan Politikalar. *Yeni Türkiye Ekonomik Kriz Özel Sayısı*41(7): 24.
- Robert P, Bukodi E (2000) Who Are The Entrepreneurs and Where They Come From? Transition to Self Employment Before, Under and After Communism in Hungary. *International Review of Sociology* 5(2): 149.
- Schultz D, Schultz, SE (1996)*Theories of Personality*, 1996, (Brooks/Cole, Publishing Company, California).
- Şen M (2010) Tedarik Zinciri Yönetiminin KOBİ'lerde İşletme Performansı Üzerine Etkileri ve Bir Örnek Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Şimşek M (2002)*Ekonominin Lokomotifi KOBİ'lerin Olmazsa Olmazları* (Alfa Yayınları, İstanbul).
- Top S (2006)*Girişimcilik: Keşif Süreci*, (Beta Yayınları, İstanbul).
- TÜBİTAK Girişimcilik Destekleri (2016).
www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/girisimcilik/ulusal-destek-programlari, (07 Şubat2016).

Türkiye'deki Teknokentler (2016).

https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27deki_teknokentler_listesi, (18 Mart 2016).

U.S. Small Business Administration (2016). *Summary of Size Standards by Industry*.

<http://www.sba.gov/content/summary-size-standards-industry> (01 Şubat 2016).

Viveka İnkübasyon Merkezi (2016). www.viveka.com.tr, (11 Nisan 2016)

Yetişen MS (2011) Toplam Kalite Yönetiminin İşletme Performansına Etkisi.

Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kütahya.

Yıldız S (2010) İşletme Performansının Ölçümü Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir

Araştırma. *Erciyes Üniv, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 36: 179-193.





EKLER

Ek 1. KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden Yararlanan Girişimcilere Uygulanan Anket

Girişimci ve İşletmeye İlişkin Bilgiler

1. İşletmenin Kuruluş Yılı	<input type="checkbox"/> 2011 <input type="checkbox"/> 2012 <input type="checkbox"/> 2013
2. İşletmenin Hukuki Statüsü	<input type="checkbox"/> Şahıs işletmesi <input type="checkbox"/> Limited Şirket <input type="checkbox"/> Anonim Şirket <input type="checkbox"/> Diğer (.....)
3. İşletmenin Bulunduğu Sektör	<input type="checkbox"/> Hizmet <input type="checkbox"/> İmalat
4. Hangi meslek kuruluşuna kayıtlısınız?	<input type="checkbox"/> Bolu TSO <input type="checkbox"/> Bolu ESOB <input type="checkbox"/> Diğer (.....)
5. İşletmeniz nerede faaliyet göstermektedir?	<input type="checkbox"/> İl/İlçe/Kasaba/Köy Merkezi <input type="checkbox"/> O.S.B. <input type="checkbox"/> K.S.S. <input type="checkbox"/> AVM, İş Merkezi vb. <input type="checkbox"/> Diğer (.....)
6. İşletmenizde çalışan personel sayısı şu an (2016) kaçtır?
7. Yaşınız kaçtır?
8. Cinsiyetiniz nedir?	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
9. Eğitim düzeyiniz nedir?	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora
10. Daha önce bu iş ile ilgili deneyiminiz var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
11. İşletmenizin internet sitesi var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
12. İhracat yapıyor musunuz?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
13. Patent veya faydalı modeliniz var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
14. Marka tescil belgeniz var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
15. İşyeriniz kendinize mi ait, kira mı?	<input type="checkbox"/> Kendime ait <input type="checkbox"/> Kira <input type="checkbox"/> Diğer (.....)

KOSGEB Yeni Girişimci Desteği İle İlgili Sorular

16. İşletme Kuruluş Desteği kullandınız mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
17. Kuruluş Dönemi Makine Teçhizat Yazılım ve Ofis Donanım Desteği kullandınız mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
18. İşletme Giderleri Desteği kullandınız mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
19. Sabit Yatırım Desteği (Geri ödemeli destek) kullandınız mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır

Performansa İlişkin Sorular

Performans Kriterleri	Desteğin İlk Yılı Sonunda	Desteğin Son Yılı İtibariyle (3 yıl sonra)	Değişimin ne kadarını Yeni Girişimci Desteği sayesinde sağladınız?				
			Hiç	Biraz	Orta	Çok	Tamamen
20. Personel Prim Gün Sayısı							
21. Net Satış Hasılatı (TL)							
22. Mali Bilanço Toplamı (TL)							
23.3 Yıl içinde Ürün/Hizmet Çeşidi Değişimi (%)							
24.3 Yıl içinde Üretim/Hizmet Miktarı Değişimi (%)							
25. İlk yıla göre Ürün/Hizmet Kalitesi (Destek sürecinin son yılı itibariyle durumu belirtiniz.)		<input type="checkbox"/> Arttı <input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı					
26. İlk yıla göre Pazardan Elde Edilen Paydaki Değişim (Destek sürecinin son yılı itibariyle durumu belirtiniz.)		<input type="checkbox"/> Arttı <input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı					
27. İlk yıla göre Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetleri (Destek sürecinin son yılı itibariyle durumu belirtiniz.)		<input type="checkbox"/> Arttı <input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı					
28. İlk yıla göre İhracat Miktarı (Destek sürecinin son yılı itibariyle durumu belirtiniz.)		<input type="checkbox"/> Arttı <input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı					
29. İlk yıla göre Makine Parkuru (Destek sürecinin son yılı itibariyle durumu belirtiniz.)		<input type="checkbox"/> Arttı <input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı					
30. İlk yıla göre Pazarda Bilinirlik (Destek sürecinin son yılı itibariyle durumu belirtiniz.)		<input type="checkbox"/> Arttı <input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı					
31. İlk yıla göre Finansal Rahatlık (Destek sürecinin son yılı itibariyle durumu belirtiniz.)		<input type="checkbox"/> Arttı <input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı					

Ek 2. KOSGEB Yeni Girişimci Desteğinden Yararlanmayan Girişimcilere Uygulanan Anket

Girişimci ve İşletmeye İlişkin Bilgiler

1. İşletmenin Kuruluş Yılı	<input type="checkbox"/> 2011 <input type="checkbox"/> 2012 <input type="checkbox"/> 2013
2. İşletmenin Hukuki Statüsü	<input type="checkbox"/> Şahıs işletmesi <input type="checkbox"/> Limited Şirket <input type="checkbox"/> Anonim Şirket <input type="checkbox"/> Diğer (.....)
3. İşletmenin Bulunduğu Sektör	<input type="checkbox"/> Hizmet <input type="checkbox"/> İmalat
4. Hangi meslek kuruluşuna kayıtlısınız?	<input type="checkbox"/> Bolu TSO <input type="checkbox"/> Bolu ESOB <input type="checkbox"/> Diğer (.....)
5. İşletmeniz nerede faaliyet göstermektedir?	<input type="checkbox"/> İl/İlçe/Kasaba/Köy Merkezi <input type="checkbox"/> O.S.B. <input type="checkbox"/> K.S.S. <input type="checkbox"/> AVM, İş Merkezi vb. <input type="checkbox"/> Diğer (.....)
6. İşletmenizde çalışan personel sayısı şu an (2016) kaçtır?
7. Yaşınız kaçtır?
8. Cinsiyetiniz nedir?	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
9. Eğitim düzeyiniz nedir?	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora
10. Daha önce bu iş ile ilgili deneyiminiz var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
11. İşletmenizin internet sitesi var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
12. İhracat yapıyor musunuz?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
13. Patent veya faydalı modeliniz var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
14. Marka tescil belgeniz var mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
15. İşyeriniz kendinize mi ait, kira mı?	<input type="checkbox"/> Kendime ait <input type="checkbox"/> Kira <input type="checkbox"/> Diğer (.....)

Performansa İlişkin Sorular

Performans Kriterleri	İşletmenin Kurulduğu İlk Yıl	Kuruluştan 3 Yıl Sonra
16. Personel Prim Gün Sayısı		
17. Net Satış Hasılatı (TL)		
18. Mali Bilanço Toplamı (TL)		
19. 3 Yıl İçinde Ürün/Hizmet Çeşidi Değişimi (%)		
20. 3 Yıl İçinde Üretim/Hizmet Miktarı Değişimi (%)		
21. İlk Yıla Göre Ürün/Hizmet Kalitesi (Kuruluştan 3 yıl sonraki durumu belirtiniz.)	<input type="checkbox"/> Arttı	<input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı
22. İlk Yıla Göre Pazardan Elde Edilen Paydaki Değişim (Kuruluştan 3 yıl sonraki durumu belirtiniz.)	<input type="checkbox"/> Arttı	<input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı
23. İlk Yıla Göre Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetleri (Kuruluştan 3 yıl sonraki durumu belirtiniz.)	<input type="checkbox"/> Arttı	<input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı
24. İlk Yıla Göre İhracat Miktarı (Kuruluştan 3 yıl sonraki durumu belirtiniz.)	<input type="checkbox"/> Arttı	<input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı
25. İlk Yıla Göre Makine Parkuru (Kuruluştan 3 yıl sonraki durumu belirtiniz.)	<input type="checkbox"/> Arttı	<input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı
26. İlk Yıla Göre Pazarda Bilinirlik (Kuruluştan 3 yıl sonraki durumu belirtiniz.)	<input type="checkbox"/> Arttı	<input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı
27. İlk Yıla Göre Finansal Rahatlık (Kuruluştan 3 yıl sonraki durumu belirtiniz.)	<input type="checkbox"/> Arttı	<input type="checkbox"/> Değişmedi <input type="checkbox"/> Azaldı

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı: Mustafa DENİZ

Uyruğu: T.C.

Doğum Yeri ve Tarihi: Nallıhan, 24.09.1984

Tel: 0 545 348 47 40

E-posta: mustafa.deniz@kosgeb.gov.tr

Yazışma Adresi: KOSGEB Başkanlığı, Abdülhak Hamit Cd. No:66 Altmışevler / Mamak / ANKARA

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
İlkokul	Sakarya İlkokulu, Nallıhan/ANKARA	1996
Ortaokul	Nallıhan Şehit Vural Arıcı Anadolu Lisesi (Ortaokul Kısmı), Nallıhan/ANKARA	2000
Lise	Nallıhan Şehit Vural Arıcı Anadolu Lisesi, Nallıhan/ANKARA	2003
Lisans	Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Endüstri Mühendisliği Bölümü	2008

İŞ DENEYİMİ

Yıl	Kurum	Görev
2008-2012	KOSGEB Nevşehir Müdürlüğü	KOBİ Uzman Yardımcısı
2012-2015	KOSGEB Bolu Müdürlüğü	KOBİ Uzmanı
2015-2016	KOSGEB Özel Kalem Müdürlüğü	KOBİ Uzmanı
2016 - Halen	KOSGEB Özel Kalem Müdürlüğü	Özel Kalem Müdürü

YABANCI DİL

İngilizce: B Düzeyi, Rusça: Başlangıç Düzeyi (Elementary)