

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI**

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL KATILIM
YATIRIMCILIĞI (MELEK YATIRIMCILIK) ALGISI VE
YATIRIM NİYETLERİNE ETKİ EDEN UNSURLARIN
BELİRLENMESİ: KONYA HİZMET SEKTÖRÜ
ÖRNEĞİ**

EYLÜL ARSLAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN:
DOÇ. DR. CEYHUN CAN ÖZCAN**

KONYA-2021

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	--

Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	EYLÜL ARSLAN		
	Numarası	158112011007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TURİZM İŞLETMECİLİĞİ		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Kadın Girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) Algısı ve Yatırım Niyetlerine Etki Eden Unsurların Belirlenmesi: Konya Hizmet Sektörü Örneği			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı-Soyadı

EYLÜL ARSLAN

ÖNSÖZ

“Girişimci olmanın en zor yanı her bir başarı için 10 defa başarısız olacak olmanız.”

Adam Horowitz

Ne güzel söylemiş ünlü senarist, çoğu insanın korkusudur başarısızlık. Başarısızlık ve kaybetme korkusu onca yenilikçi fikirlerin gün yüzüne çıkmadan yok olmasına sebep olur. O yüzden ki girişimci olmak ve bunu başarabilmek çok kıymetlidir. Çoğumuz çocukken simit satmak istemez miydik? ya da büyüdükçe onca filizlenen hayaller... Her insanın ruhunda girişimcilik olduğuna inanıyorum. Fakat bunu hayata geçirebilenler kazanıyor, geçiremeyenler ise kaybediyor.

Araştırmanın yürütülmesinde desteğini esirgemeyen sorunlarımı dinleyip çözüm bulan başta danışmanım Doç. Dr. Ceyhun Can Özcan'a ve değerli hocalarım Prof. Dr. Fatma Arslan ile Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cüneyt Şapçılar'a teşekkür ederim. Nitel araştırma sırasında hayallerini hayata geçirmiş birbirinden değerli kadın girişimciler tanıdım. Katkılarından dolayı teşekkürü borç bilirim, ilham oldunuz...

Sevgili eşim Soner Arslan en başından bugüne kadar yaşadığımız onca stresli günlerde hep elimden tuttu. Aklın hep yolum oldu. Bu süreçte dünyaya gelen Perizad kızım ve Mahir Ege oğlum iyi ki varsınız. Hepinize çok teşekkür ederim, sizleri çok seviyorum. Benim bütün yapı taşlarımı oluşturan, yıllarca birlikte yaşadığımız onca güzel günlerin mimari olan canım babam Adem, canım annem Sümer, canım kardeşim Niyazi ve ailemin geride kalan tüm fertlerine çok teşekkür ederim.

Tamamlamış olduğum bu tezi; korkmadan, yılmadan her türlü başarıyı yakalayabilecek olan güzel yürekli tüm girişimci kadınlarımıza ithaf ediyorum.

Eylül Arslan

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	---

ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	EYLÜL ARSLAN		
	Numarası	158112011007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TURİZM İŞLETMECİLİĞİ		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN		
Tezin Adı	Kadın Girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) Algısı ve Yatırım Niyetlerine Etki Eden Unsurların Belirlenmesi: Konya Hizmet Sektörü Örneği			

Bu araştırma Anadolu’da faaliyet gösteren kadın girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) konusuna yönelik algılarını belirlemek ve yatırım niyetlerine etki eden unsurları tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Bu kapsamda Konya’daki 13 kadın girişimciden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak 21 sorudan oluşan mülakat formu kullanılmıştır. Formda bulunan ilk 6 soru katılımcıları tanımak ve tanımlamak, kalan 15 soru ise katılımcıların BKY (melek yatırımcılık) hakkındaki görüşleri ile yatırım niyetlerine etki eden unsurların tespitine yönelik sorulmuş sorulardır. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile incelenmiş ve daha sonra yorumlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların büyük çoğunluğu BKY (melek yatırımcılık) hakkında hiçbir bilgiye sahip değildirler. Katılımcıların tamamına yakını yatırım niyeti ile bir girişimci aramamış ve yine tamamına yakını yatırım talep etme niyeti taşıyan bir teklif almamıştır. Kadın girişimcilerin çoğunluğu yatırım için mevcut koşulların uygun olmadığını düşünmektedirler. Yatırım yapacak olsalar yatırım için başvuran kişide en çok “yetkinlik” ve “azim” özelliklerini aramaktadırlar. Yatırım yapmak istemedikleri kişilik tipleri olarak ise “tutarsız, “tembel” ve “kötü ahlaklı” özelliklere sahip kişiler ön plana çıkmaktadır. Yatırım yapmak için insan sağlığına zarar verecek ve toplum tarafından hoş karşılanmayacak ürünler haricinde özel bir beklenti içinde olmayan kadın girişimciler hedef kitle ayırımı da yapmamaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, kadın girişimci, melek yatırımcılık, bireysel katılım sermayesi.

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	--

ABSTRACT

Author' s	Name and Surname	EYLÜL ARSLAN		
	Student Number	158112011007		
	Department	Department of Tourism Management		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Assoc. Prof. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN		
Title of the Thesis/Dissertation	Determining the Angel Investment Perception of Women Entrepreneurs and the Factors Affecting Their Investment Intent: The Case of Konya Service Sektor			

This research has been prepared to determine the perceptions of women entrepreneurs operating in Anatolia on Individual Participation Investment (Angel Investment) and to determine the factors that affect their investment intentions. Qualitative research techniques were used in the study. In this context, data were collected from 13 women entrepreneurs in Konya using semi-structured interview technique. An interview form consisting of 21 questions was used as a data collection tool. The first 6 questions in the form are about identifying the participants, and the remaining 15 questions are asked to determine the participants' opinions on angel investment and the factors that affect their investment intentions. The obtained data were analyzed with the descriptive analysis technique and then interpreted. According to the obtained results, the majority of the participants don't have any knowledge about angel investment. Almost all of the participants didn't look for an entrepreneur with the intention of investing, and almost all of them didn't receive an offer with the intention of demanding investment. The majority of women entrepreneurs think that the current conditions aren't suitable for investment. If they are to make an investment, they mostly seek the qualities of "competence" and "perseverance" in the person applying for investment. As the personality types they don't want to invest; people with "inconsistent", "lazy" and "bad moral traits" come to the fore. They don't have a special expectation to invest, except for products that will harm human health and willn't be welcomed by the society. They do not differentiate between target audience.

Keywords: Entrepreneurship, woman entrepreneur, angel investor, individual participation capital.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	iii
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
TABLolar LİSTESİ	xi
KISALTMALAR VE SİMGELER	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.1. Girişimcilik ve Girişimcilik ile İlgili Kavramlar	3
1.1.1. Girişimcilik.....	3
1.1.2. Girişimci.....	8
1.1.3. Yönetici	8
1.1.4. Lider	9
1.1.5. Sermayedar	9
1.1.6. İşveren-Patron	9
1.2. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler.....	10
1.2.1. Kişisel Özellikler	11
1.2.2. Sosyal Özellikler	14
1.2.3. Davranışsal Özellikler	15
1.3. Girişimcilik Türleri	16
1.3.1. Orijinal Girişimcilik	16
1.3.2. Akademik Girişimcilik	17
1.3.3. Kurumsal Girişimcilik	17
1.3.4. Girişimci Girişimciliği	17
1.3.5. Sosyal Girişimcilik	18
1.3.6. Çevreci Girişimcilik	18
1.3.7. İç Girişimcilik.....	18
1.3.8. Profesyonel Girişimcilik.....	19
1.3.9. Teknik Girişimcilik	19

1.3.10. Kadın Girişimciliği.....	20
1.4. Kadın Girişimciliği	20
1.4.1. Kadın Girişimciliğin Ortaya Çıkışı	21
1.4.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği	23
1.4.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar	25
1.4.4. Kadın Girişimcileri Destekleyen Ulusal Kuruluşlar	28
1.4.5. Kadın Girişimcileri Destekleyen Uluslararası Kuruluşlar.....	28
1.5. Girişimciler İçin Fon Alternatifleri	30
1.5.1. Risk Sermayesi	31
1.5.2. Mikro Finansman	31
1.5.3. Kitlesele Fonlama.....	32
1.5.4. Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık)	32

İKİNCİ BÖLÜM BİREYSEL KATILIM YATIRIMCILIĞI

2.1. Bireysel Katılım Yatırımcılığı	33
2.2. Bireysel Katılım Yatırımcılığının Amaçları	34
2.3. Türkiye’de Bireysel Katılım Yatırımcılığı.....	35
2.4. Devlet Desteginden Yararlanmak İçin Uygulamaya İlişkin Süreç	38
2.5. Bireysel Katılım Yatırımcılığı ve Kadın Girişimciliği	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM YÖNTEM ve BULGULAR

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	42
3.2. Araştırma Sorusu.....	42
3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	43
3.4. Araştırmanın Çalışma Grubu	43
3.5. Araştırmanın Yöntemi.....	44
3.6. Veri Analiz Yöntemi	44
3.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirlik	45
3.8. Bulgular.....	46
3.8.1. Katılımcılara Ait Bulgular	46
3.8.2. Katılımcıların BKY (Melek Yatırımcılık) Olgusuna İlişkin Farkındalık Düzeyleri.....	50
3.8.3. Resmi Bir Bireysel Katılım Yatırımcısı Olma Ya Da Bir Melek Yatırımcı Ağına Üye Olma Durumlarına İlişkin Bulgular	51

3.8.4. Yeni Girişimcilere Yatırım Yapma Durumlarına İlişkin Bulgular	52
3.8.5. Yatırım Kararı Almada Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular	55
3.8.6. Katılımcılardan Yatırım Talep Edilmesi Durumuna İlişkin Bulgular	57
3.8.7. Katılımcıların Yatırım Yapacak Girişimci Araştırma Durumlarına İlişkin Bulgular	58
3.8.8. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişim Türlerine İlişkin Bulgular	59
3.8.9. Yatırım Yapılabilecek Girişim Modelinde Aranılan Kriterlere İlişkin Bulgular	61
3.8.10. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişimci Profiline İlişkin Bulgular	64
3.8.11. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Girişimci Profiline İlişkin Bulgular	67
3.8.12. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen İş Kollarına İlişkin Bulgular	69
3.8.13. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Ürün Türlerine İlişkin Bulgular	71
3.8.14. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Hedef Kitleye İlişkin Bulgular.....	73
3.8.15. Katılımcıların Yatırım Koşullarına Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgular	74
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	78
KAYNAKÇA	84
EKLER	92

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Lisans Alanların Niteliklerine Göre Dağılımı	37
Şekil 2.2. Verilen Lisansların Bölgesel Dağılımı.	37
Şekil 2.3. Verilen Lisansların İllere Göre Dağılımı.....	38



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular.....	47
Tablo 3.2. Katılımcıların İş Dünyasındaki Deneyimleri.....	48
Tablo 3.3. Katılımcıların BKY Olgusuna İlişkin Farkındalık Düzeyleri	50
Tablo 3.4. Resmi Bir Bireysel Katılım Yatırımcısı Olma Ya Da Bir Melek Yatırımcı Ağına Üye Olma Durumlarına İlişkin Görüşler	52
Tablo 3.5. Yeni Girişimcilere Yatırım Yapma Durumlarına İlişkin Görüşler.....	53
Tablo 3.6. Katılımcıların Yatırım Kararlarında Etkili Olan Faktörler Hakkındaki Görüşler	55
Tablo 3.7. Katılımcılardan Yatırım Talep Edilme Durumuna İlişkin Görüşler.....	57
Tablo 3.8. Katılımcıların Yatırım Yapma Niyetiyle Girişimci Araştırmalarına İlişkin Görüşler	58
Tablo 3.9. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişim Türlerine İlişkin Görüşler .	59
Tablo 3.10. Katılımcıların Girişim Modelinde Aradıkları Kriterlere İlişkin Görüşler	62
Tablo 3.11. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişimci Profiline İlişkin Görüşler	64
Tablo 3.12. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Girişimci Profiline İlişkin Görüşler ..	67
Tablo 3.13. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen İş Kollarına İlişkin Görüşler	69
Tablo 3.14. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Ürün Türlerine İlişkin Görüşler	72
Tablo 3.15. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Hedef Kitleye İlişkin Görüşler.....	73
Tablo 3.16. Yatırım Koşullarına Yönelik Görüşler	75

KISALTMALAR VE SİMGELER

BKS	Bireysel Katılım Sermayesi
BKY	Bireysel Katılım Yatırımcısı
EBAN	The European Business Angel Network (Avrupa Melek Yatırım Ağı)
GEM	Global Entrepreneurship Monitor (Küresel Girişimcilik Monitörü)
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
TDK	Türk Dil Kurumu
TTK	Türk Ticaret Kanunu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

Günümüzde ülkeler büyük bir ekonomik rekabet içindeler. Ekonomik gelişmişliği olan ülkeler kendilerinden daha az gelişmiş ülkelere sadece ekonomik değil sosyal, politik ve hatta askeri yaptırımlar uygulayarak güçlerini diğer ülkeler üzerinde test etmekten çekinmemektedirler. Böyle bir ortamda tüm ülkelerin en büyük arzusu istenilen ekonomik refah düzeyine ulaşmak ve bağımsız hareket edebilmektir. Bu durumu ülkeler ancak ve ancak vatandaşlarının çabası ile gerçekleştirebilirler. Devletler hükümetleri aracılığı ile politikalar geliştirerek vatandaşlarına ekonomik anlamda kendilerini geliştirecek imkanlar sunmak durumundadır. İmkan ve fırsat bulan vatandaşlar da hem kendileri hem de ülkeleri için birer girişimciye dönüşüp üretmek ve bunu özellikle yurt dışı başta olmak üzere satmak yoluyla ülkelerine katkı sağlayabilmektedirler.

Bu açıdan bakıldığında girişimciliğin bireysel olduğu kadar ülkesel olarak da önemi ve gerekliliği kaçınılmazdır. Fakat Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik ekosistemine erkek egemen bir yapı hakimdir. Kadınların gerek dini, gerek kültürel, gerekse de sosyal çevreden etkilenmesiyle şimdiye kadar uzak kaldıkları iş dünyası artık yavaş yavaş şekil değiştirmekte ve yetersiz de olsa kadınlar da iş dünyasında birer girişimci olarak rol almaya başlamaktadırlar.

Ekonomik rekabet içinde sadece erkeklerin mücadele etmesi kadınların ise bu mücadelede yer almaması kapasitenin atıl kalmasına sebep olmakta adeta bir kuşun tek kanatla uçmaya çalışması gibi iş dünyasının aksak ve eksik kalması sonucunu doğurmaktadır.

Girişimciliğin ve buna ilaveten kadın girişimciliğinin bu kadar önemli olduğu çağımızda kadınların girişimcilik ekosistemine girebilecekleri veya daha fazla yer alabileceği bir yol Türkiye’de yavaş yavaş şekillenmektedir. Bu yol Bireysel Katılım Yatırımcılığı aracılığı ile girişimciye ortak olarak girişimci olmaktır. Bireysel katılım yatırımcılığı 1970’lerde Amerika’da ortaya çıkıp uzun yıllar gelişmiş ülkelerde kullanılan bir yöntem olsa da Türkiye’de resmi olarak tanınması ve yönetmeliklerle düzenlenmesi 2013 yılını bulmuştur. Oldukça geç kalınmış bu tekniğin Türkiye’de hızlı bir şekilde kabul görüp benimseneceği düşünülmektedir.

Bu araştırmanın ana amacı kadın girişimcilerin bireysel katılım yatırımcılığını nasıl algıladıklarını ve bireysel katılım yatırımı yaparken (ya da yapacak olsalar) nelere dikkat edeceklerini anlamaya çalışmaktır. Bu sayede hem kadın girişimcilerin bu yatırım türüne bakış açıları analiz edilmiş olacak hem de finansman ihtiyacında olan girişimcilerin kadın bireysel katılım yatırımcılarını anlaması sağlanarak onlara karşı nasıl yaklaşımları gerektiği ortaya koyulmuş olacaktır.

Bahsedilen amaçlarla hazırlanan bu tez üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde girişimcilik ve kadın girişimciliğinden bahsedilmektedir. Bu bölümde girişimcilikle ilgili kavramlar açıklanarak girişimciliğin ne olduğu, tarihsel süreci ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Ayrıca girişimcilerin sahip olması gerekli özellikler ve girişimcilik türlerinden bahsedilmiştir. Bölümün sonlarına doğru kadın girişimciliğinden ayrıca detaylı olarak bahsedilmiştir. Kadın girişimcilerin özellikleri ve kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunlar ve karşılaştıkları engeller bu kısımda açıklanmıştır.

İkinci bölümde bireysel katılım yatırımcılığından (melek yatırımcılık) detaylı bir şekilde bahsedilerek bu kavram açıklanmaya çalışılmıştır. Bireysel katılım yatırımcılığın dünyada ortaya çıkışı ve Türkiye'deki uygulamaları ele alınmıştır. Türkiye'deki mevzuat ve yönetmeliklerle bireysel katılım yatırımcılığına sağlanan destekler ve getirilen yükümlülüklerin neler olduğu bu bölümde açıklanmıştır.

Üçüncü ve son bölümde ise Konya'da belirlenen 13 kadın girişimci ile bireysel katılım yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) hakkındaki görüşlerinin yer aldığı nitel araştırmanın yöntemi ve bulgularına yer verilmiştir. Sonuç kısmında elde edilen bulgular yorumlanarak önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Bu bölümde girişimcilik ile ilgili kavramlar açıklanarak girişimciliğin tarihsel gelişim sürecinden bahsedilmiştir. Ayrıca girişimciliğe yakın ve onunla karıştırılabilen kavramlar açıklanarak aradaki farklılıklar ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Girişimcide bulunması gereken özellikler ile girişimcilik türleri de bu bölümde ele alınan konular arasındadır. Son olarak bu bölümde kadın girişimciliğine değinilmiş ve girişimciler için bazı önemli fon alternatiflerinin neler olduğu açıklanmıştır.

1.1. Girişimcilik ve Girişimcilik ile İlgili Kavramlar

1.1.1. Girişimcilik

Gelişen teknoloji ve ekonomik faaliyetler girişimcilik kavramını sürekli olarak değiştirmekte ve yenilemektedir. Bu yüzden üzerinde mutabakata varılmış girişimcilik tanımından bahsetmek mümkün değildir. Girişimci anlamına gelen “entrepreneur” sözcüğünün etimolojik kökeni incelendiğinde girmek anlamına gelen Latince “intare” sözcüğünden türediği göze çarpmaktadır (Ahıskaloğlu, 2019:51). Girişimcilik kavramı 19.yy başlarında ilk defa Fransız düşünür ve yazarlarından Jean-Baptiste Say tarafından kullanılmıştır (McFarlane, 2016:18). Bu kavram Fransızca “entreprendre” ve Almanca’da “unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve Türkçe’de “üstlenmek” anlamına gelen bir fiili ifade eder. Bu ifadeye göre girişimci, bir işletmeyi organize eden, yöneten risk alabilen ve bunun sorumlulukları üstlenen kişidir (Arıkan, 2004: 45; Göçmen, 2007:2).

Girişimcilik, başlangıçta piyasadaki imkanların tespit edilmesi ve akabinde kaynakların, girdilerin kullanılması, yeni ürünlerin, işlerin, hizmetlerin üretilmesi ile ekonomik kalkınma ve büyümenin temin edildiği bir aşama olarak kabul edilmektedir (Çögürçü, 2016:67; Karaman, 2018:5).

Girişimcilik son yıllarda sıklıkla gündeme gelen ve bütün ülkelerin üzerine politikalar ürettiği bir kavramdır. Girişimciliğin etkisi ve önemi herkes tarafından kabul edilmekle birlikte, üzerinde uzlaşma sağlanmış bir girişimcilik tanımı yoktur

(Duran, 2016: 7). Girişimcilik mevcut durumun dışına çıkmayı zorunlu kılan, değişim, yaratıcılık ve yenilikçilik gibi kavramlarla ilgilidir. Girişimcilik, ortaya çıkan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar yaratma amacını taşır. Bu anlamda girişimcilik, kaynakların kontrol edilip edilmemesinden bağımsız olarak, fırsatların yaratılması ve takip edilmesine dönük bir süreçtir (Başar, 2013: 17; Mungan, 2013: 4).

Girişimciliğin etkinliğini, ekonomiye ve piyasaya etkisini anlatmak gerekirse, bu açıdan en iyi tanım; “yenilik yaratan bir faaliyeti, ekonomik açıdan ele alarak, toplumun yararına olacak biçimde düzenlemek, faaliyete geçirmek ve bu faaliyeti kar elde etmek için yapmak.” şeklinde olacaktır. Girişimcilik, sadece işletme kavramı olarak değerlendirilmeden toplumu ve toplumsal hayatı etkilediği için ülkenin veya toplumun kalkınmasında önem taşımaktadır (Şimşek, 2009:1139; Karaman, 2018:5). Bu anlamda bakılacak olursa, girişimcilik faktörü ekonomik açıdan etkin bir faktör olmakla beraber, toplumsal anlamda etkinliği, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine doğrudan ve dolaylı etkiler yapmaktadır.

Girişimci olacak kişinin öngörülü olması ve olaylara sağduyuyla yaklaşması, gelecek olan fırsatların yakalanması açısından çok önemli olmakla birlikte, girişimcilik faaliyetinin yaratıcı olmasında da etkin bir rolü oluşmaktadır. Yaratıcı olmak ile birlikte başlayan süreçte, yenilik yaratan fikirler ortaya atan girişimciler, bu fikirlerin toplumsal açıdan farkındalık yaratması ile ön plana çıkmaktadır ve burada sermayenin iyi bir şekilde kullanılması da girişimcilik faaliyetleri açısından oldukça önemlidir.

Yenilik, girişimcilik fikrinin ve faaliyetinin belirleyicisi ve tanımının en önemli parçalarından birisi olması nedeniyle, süreçte işleyen en önemli özelliklerden birisidir ve bu anlamda yenilikler en iyi şekilde girişimcilik faaliyetlerine uyarlanmaya başlamıştır. Bu fikri ilk ortaya atan ve beraberinde önemli bir terimden bahseden Schumpeter, girişimciliğin yenilik ile olabileceğini ve bu yeniliğin oluşması için yenilik fikrine ters düşen durumu yıkmak ile girişimciliğin sağlanabileceğini söylemiştir. Schumpeter yenilik kavramını eskiyi dönüştüren bir şey olmaktan çok, eskiyi yok eden ve daha devrimsel yönleri olan bir kavram olarak

ele almıştır. Bu sebeple bu sürece “yaratıcı yıkım” adını vermiştir (Ulucan, 2015: 9). Bu kavram ile beraber yeni bir girişimcilik akımı yaratan Schumpeter, girişimci olacak kişinin mutlak suretle yenilikçi olmasını ve fikirlerini yenilik ile süzgeçten geçirmesini istemiştir. Bu nedenle “yaratıcı yıkım” kavramını ortaya atan Schumpeter, bu kavramın “yaratıcı” yanı sıra, yeni bir sistem oluşturmayı ve bu sistem üzerine girişimcilik faaliyetleri yürütmeyi amaçlarken, “yıkım” yanı sıra da, girişimciliğe ters düşen sistemi tamamen ortadan kaldırmayı amaçlamıştır.

Yenilik yapmak, girişimciliğin doğasında olan bir kavram olduğu için, bir girişimcinin faaliyet yürütebilmesi için, ekonomik faydayı gözetmesi gerekmektedir. Ekonomik faydanın gözetilmesi durumunda, girişimcinin kar etme duygusu ön plana çıkacağı için, girişimciye ait olan özelliklerden biri sağlanmış olacaktır. Diğer taraftan, girişimcilik ile para sahipliğinin birbirinden kesinlikle ayrılması gerekmektedir. Çünkü girişim kavramı, paranın varlığından çok yeni ürün ve üretim tekniklerini, geniş bir vizyonu veya değişen koşullara uyum yeteneğini çağırır. Dolayısıyla girişimcilik yeteneklerine sahip fakat yeterli sermayesi olmayan kişiler potansiyel birer girişimci olarak tanımlanmaktadır (Marangoz, 2018: 42-43). Bu nedenle girişimci olacak ve olmak için faaliyet yürüten kişiler, para sahiplerinden çok kendi ellerindeki paraları doğru kullanmaya ve parayı doğru kaynaklara yatırmayı amaçlamak zorundadırlar. Girişimcilik kavramının tanımına en uygun şekilde davranmak, girişimcilik faaliyetleri içerisinde olmanın birinci hususu olacaktır.

Bozkurt (2000), girişimciliği etrafımızdaki insanları fark etme, fırsatlara yönelik projeler yaparak bunları günlük hayata entegre etme ve yaratılan değer ile hayatı daha yaşanabilir hale getirme uğraşı olarak tanımlamaktadır (Ulucan, 2015:10). Girişimciliğin kendisinde ve doğasında, ekonomik faydanın yanı sıra toplumsal faydanın da insani ilişkiler açısından gözetilmesi gerekmektedir. Çabaların gösterilmesi ve faaliyetlerin toplumun ihtiyaçlarına yönelik yürütülmesi, girişimciliğin bu tanımıyla uyacaktır.

Girişimcilik her ne kadar ekonomik boyutuyla düşünülse de sosyal bir boyutunun da olduğu unutulmamalıdır. Girişimci içinde bulunduğu sosyal çevreden

etkilenebileceği gibi bu sosyal çevreyi etkileyebilir de. İktisadi sistem girişimcilerin faaliyetleri neticesinde daha karmaşık bir hale gelebileceği gibi toplumun yapısı da girişimcilerin getirdikleri yeniliklerden (yeni ürünler gibi) büyük oranda etkilenebilir (Lowe ve Marriot, 2006:8; Tokucu, 2018:6). Genel anlamda düşünüldüğünde, girişimcilerin etkilendikleri alanların başında sosyal çevre gelmektedir ve sosyal çevrenin etkisi, girişimcilerin olumlu veya olumsuz etkilenmesine yol açabileceği gibi, girişimcilik ekseninde de bir değişikliğe yol açabilmektedir.

Girişimcilik, en dar anlamda, fırsat içeren fikirlerin yakalanmasını ve bu fikirlerin ürünlere dönüştürülmesini ve/veya bu ürünleri ve hizmetleri pazara sunacak bir girişim oluşturulmasını kapsamaktadır (Zhao, 2006:13; Cici, 2013:20).

Girişimcilik kavramı, içerisinde pek çok kavram barındırması nedeniyle, farklı anlamlara yorumlanmakta ve bu anlamlar girişimcilik kavramının faydasının farklı yönere yoğunlaşmasını sağlamaktadır. Girişimcilik sermayeyi geliştirmekle olmayacağı için, işçilikle ilgili birçok kavram girişimciliğin konusu içerisine dahil edilmekte ve bu durum merkezden uzaklaşılmasına etki etmektedir. Girişimcilik kavramını sanayi toplumunun benzer kavramları olan sermayedar, kapitalist, patron, iş adamı gibi kavramlardan ayırmak gerekmektedir; çünkü son yıllarda bu kavrama yeni bir içerik kazandırarak; özellikle insan unsurunu, risk üstlenme ve piyasalaşma boyutları ile ekonomik değer yaratma özelliği ön plana çıkarılmaktadır (Akmüt, 2003:430; Göçmen, 2007:2).

İktisatçılar girişimci kavramının kendilerine ait olduğunu iddia ederler ki bunda büyük oranda doğruluk payı da vardır. 1950’li yıllara kadar girişimciliğe yönelik tanım ve açıklamalar çoğunlukla iktisatçılar tarafından yapılmış ve girişimciliğin büyüme ve kalkınma açısından ne kadar önemli olduğu yapılan çalışmalarda sıkça vurgulanan konular olmuştur (Frederick, O’Connor, Kuratko, 2016:13; Tokucu, 2018:3).

Jean Babtiste Say’a göre girişimcilik, dördüncü üretim faktörü olarak tanımlanabilir. Ona göre girişimcinin kazandığı kar ile sermayeye sahip bireyin kazandığı kar arasında fark vardır. Girişimci, ekonominin temel taşlarından (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015:15; Gençay, 2017:21). Ekonomilerin gelişmesi ve

toparlanması açısından, gelişmekte olan ÷lkelerin en önemli yapı taşlarından olan girişimcilik, ÷lkelerin üretim anlayışını da etkilemekte ve ÷lkenin potansiyeli genişletilmektedir.

Dünyada girişimcilik konusunda başlıca referans kaynağı olarak kabul edilen GEM girişimciliğı, “Bir kişi, bir takım ya da mevcut bir iş tarafından, tek başına, yeni bir iş kurarak ya da mevcut bir işi genişleterek yeni bir girişim oluşturma teşebbüsü” olarak tanımlamaktadır (Duran, 2016: 8).

Girişimcilik konusu üzerine yapılan çeşitli akademik araştırmalar incelendiğinde girişimci ve girişimcilik kavramı üzerine toplam 77 adet tanım olduğu, araştırmalarda kullanılan anahtar kelime olarak ise 15 adet kelimenin kullanıldığı gözlenmiştir. Bu gruplar Odabaşı ve arkadaşlarının aktarımına göre aşağıda yer almaktadır (Odabaşı vd., 2005:15).

- Başlatma\keşfetme\üretme\oluşturma,
- Yeni işletme,
- Yenilik\yeni ve farklı ürünler\yeni pazar,
- Yeni imkanları ve fırsatları araştırma,
- Risk alma\sorumluluk alma\risk yönetimi\belirsizlik,
- Kar ve kazanç arzusu,
- Üretim yolları ve imkanları,
- Yönetim, İdare,
- Değer katma, değer üretme,
- Büyüme isteği,
- Girişim, teşebbüs,
- Değişim ve farklılık oluşturma,
- Sahiplik,
- Sorumluluk\yetki,

- Strateji oluşturma

1.1.2. Girişimci

Girişimcilik ile ilgili kavramların başında ‘‘Girişimci’’ gelir. Girişimci denilince kendisi de bir üretim faktörü olan ve diğer üretim faktörlerini bir araya getiren kişi karşımıza çıkar. Girişimci olmazsa üretim de olmaz. Girişimci bir konuda fırsat görüp o alandaki ihtiyacı karşılamak üzere üretim faktörlerini bir araya getirerek işletme kuran kişidir. O bakımdan üretim faktörlerinin başında gelir denilebilir. Çünkü girişimci diğer üretim faktörleri olan doğal kaynaklar, sermaye ve iş gücünü bir araya getiren ilk faktördür. Günümüz de bazı kaynaklarda üretim faktörlerine teknoloji ve bilgi de eklenmektedir. Bu faktörlerde kendiliğinden ortaya çıkmaz. Bunları da üretecek bir girişimciye veya var olan bilgi ve teknolojiyi kullanacak bir insana ihtiyaç vardır. Bu yine girişimcinin kendisidir.

Girişimci yakından incelenirse öncelikle kişilik özellikleri ile girişimciliğe uygun bir birey olması gerekir. Bunlar ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Ancak şu önemli bir husustur ki en önemli niteliklerden birisi iyi bir gözlemci olarak ihtiyaçları analiz etmesidir. Daha sonra ise bu ihtiyaçları gidermek için harekete geçmesi gerekir. İhtiyaçları belirlemiş olmak ya da iyi bir fikre sahip olmak harekete geçilmediği sürece bir anlam ifade etmeyecektir. Öte yandan girişimcinin bir işi başlatmak için yeterli ekonomik güce sahip olması beklenmektedir (Kaygın ve Güven, 2013:16).

1.1.3. Yönetici

Girişimcilikle ilgili diğer bir kavram ‘‘Yönetici’’ kavramıdır. Yönetici basit tanımla başkası aracılığıyla iş yapan ve amaçlarına ulaşmaya çalışan kişi olarak ifade edilebilir (Kaya, 2017:108). Yöneticiler genellikle ücret karşılığı bilgi ve deneyimlerini çalıştıkları işletme için kullanan fakat aldıkları kararlar sonucunda herhangi bir risk üstlenmeyen kişilerdir. Yönetici kavramı da uzmanlaşmanın arttığı, bilginin çoğaldığı çağımızda değişime uğramıştır. Bu açıdan bakıldığında sahip-yönetici ve profesyonel yönetici olarak iki farklı yönetici tipi karşımıza çıkmaktadır.

Sahip yönetici kavramı daha çok işletmeyi kuran kişinin aynı zamanda işletmeyi yönetmesi olarak tanımlanırken profesyonel yönetici yöneticilik konusunda eğitim almış kişinin bir ücret karşılığında sahibi olmadığı bir işletmeyi yönetmesi olarak tanımlanabilir (Demirci vd., 2013:168).

1.1.4. Lider

Liderlik hedeflere ulaşma konusunda diğer insanları etkileyebilme kapasitesi anlamına gelmektedir. Liderlik konusunda genel kabul gören üç yaklaşımdan bahsedilebilir bunlar; özellik yaklaşımı, davranışsal yaklaşım ve İhtimal yaklaşımıdır. Özellik yaklaşımına göre liderlik kişisel bir özelliktir ve doğuştan kişide var olagelir. Bir bireyde liderlik vasıfları yoksa ondan lider olmasını beklemek çok güçtür. Davranışsal yaklaşımda etkili liderlerin bir takım net karakteristik özellikleri olacağını savunur. İhtimal yaklaşımına göre ise başarılı liderler tek başlarına değil iyi bir ekip sayesinde başarılı olurlar. Bu yüzden de takipçi denilen ve lidere inanıp onu destekleyen kitlenin niteliksel ve niceliksel özellikleri önem taşır (Uluköy vd., 2013:84).

1.1.5. Sermayedar

Sermayedar girişimcilikle ilgili bir diğer önemli kavramdır. Günümüzde özellikle katılım sermayedarları veya melek yatırımcılık kanalıyla girişimciye destek olmak ve o girişimden kazanç sağlamak amacıyla işletmelere ortak olduğu sıkça görülmektedir. Sermayedar, şirkete borç verme yoluyla finansman sağlamak yerine ortak olmaktadır. Sermayedar hisse senedi aracılığıyla şirkete ortak olduğu için yönetime katılma hakkı da elde etmiş olmaktadır (Er vd., 2015:37). Burada önemli hususlardan birisi sermayedarın parasını riske ediyor olmasıdır. Başkasına ait proje ve fikre ortak olarak yatırım yapılmakta ve bu da hisse senedi karşılığı olmaktadır. Bu açıdan sermayedar yüklendiği bu büyük riski en aza indirebilmek için yatırım yapacağı girişimciyi ince eleyip sık dokuyarak seçmesi gerekmektedir (Uçkun, 2009:127).

1.1.6. İşveren-Patron

İşveren veya patron da girişimcilikle karıştırılan kavramlardandır. Her patron veya işveren girişimci olmak zorunda değildir. Patron girişimcilerden söz etmek

mümkün olabileceği gibi sadece bir girişime sermaye yatırıp ortak olarak da işveren veya patron konumuna gelinebilmektedir. Burada bilinmesi gereken önemli husus girişimciliğin bazı önemli özellikler gerektirdiği ve bu özellikleri taşıyan kişilere girişimci denilebileceğidir (Ercan ve Gökdeniz, 2009:68).

1.2. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler

Girişimci, bir iş gerçekleştirmek için uğraşan ve bundan korkmayan kişidir. Üretim faktörlerini –emek, sermaye, doğal kaynaklar- en önemlisi insan faktörünü bir araya getirerek, iktisadi mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, ayrıca üretim için gerekli finansal kaynakları ve mal ve hizmet için pazarları bulan kişidir. Ekonomik değerlerin yaratılması için gereken üretim faktörlerin birleşimi, biyolojik veya mekanik bir olay olmayıp, insan tarafından gerçekleştirilir (Çelik ve Akgemci, 1998:18; Damar, 2015:4). Girişimciye, girişimcilik esasında bakıldığı zaman, belirli bir gelir elde etmeyi hedeflemesi, girişimcinin en önemli özelliklerinden birisidir. Bu çerçevede, talebi ve arzı piyasaya göre düzenleyen kişi girişimci olmakla beraber, ürünün nerede, nasıl ve ne şekilde üretileceğini hesap ederek, bu terimleri iç içe irdelleyen kişi girişimci olmaktadır. Bunu yaparken toplumsal faydayı gözeterek, yenilik anlayışını bu hususa göre yönlendirmektedir.

Girişimci adayı kişiler ve girişimcilik özelliklerine sahip olan kişilerin, toplumsal ve ekonomik anlamda yapması gereken birçok özellik bulunmaktadır ve bu özellikler, girişimcilerin atılımlarını, gelişmelerini, toplumsal ve ekonomik faydalarını etkilemekle beraber, yaratıcı ve yenilikçi anlamda gelişmiş olmalarının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu anlamda düşünüldüğünde, birçok girişimci özelliği bulunmakta ve bu özellikler pek çok farklı şekilde sınıflandırılabilir.

Girişimciliğe uygun kişilik özelliklerinin olması, uygun çevresel faktörlerle birleştiğinde bir anlam ve önem kazanır. Bir girişimcide bulunması gereken nitelikleri kişisel, davranışsal ve sosyal özellikler şeklinde açıklayabiliriz (Marangoz, 2018: 48).

1.2.1. Kişisel Özellikler

Girişimcilik herkesin yapabileceği veya yapması gereken bir faaliyet değildir. Girişimcilikte önemli hususların başında bazı kişisel özellikler önem arz eder. Bu özelliklerin bilinmesi kişiyi boş maceralara atılmaktan bununla birlikte maddi ve manevi kayıplar yaşamaktan alıkoyacaktır. Aşağıda değinilecek olan ve çeşitli yazarlar tarafından tekrar edilen bazı kişilik özellikleri kişilerde bulunuyorsa bu kişiler girişimcilik konusunda daha başarılı ve avantajlı addedilebilir.

- Hayalcilik

Girişimcilerin çocukluk dönemlerinde başlayan ve hayatları boyunca devam eden hayallerinin somutlaşması girişimciliğin odak noktasını oluşturmaktadır (Marangoz, 2018:49).

- Yenilik ve Yaratıcılık

Yaratıcılık genellikle bireyci ve kısmen kaprisli bir şey olarak görülür; tanımlaması zor, yönetmesi ise daha zor olan bir şeydir. Buna karşın yenilikçilik ise, genellikle ekonomik veya pazar avantajı sağlayan yapılandırılmış bir süreç olarak görülür (Marangoz, 2018:49). Yenilik ve yaratıcı kavramları, girişimciliğin fark yaratmasını sağlayan önemli kavramlardan iki tanesidir.

- Bağlılık ve Azim

Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için birçok engeli aşması gerekir. Engel ve eksikleri aşmanın yolu ise bağlılık, kararlılık ve azimden geçer (Marangoz, 2018:50). Bir işe bağlı kalmak ve ona gerekli sebat özelliğini göstermek, o iş için gerekli olan potansiyelin oluşmasını sağlayacaktır.

- Hırslılık ve Kararlılık

Bir girişimci, faaliyete başlamadan önce, önüne çıkabilecek olumsuz koşullarda, dayanıklı olmalı ve bu dayanıklılık sayesinde, girişimcilik ruhunu yansıtmalıdır. Hırslı ve kararlı olunması durumunda, girişimcinin önüne çıkacak engellerdeki potansiyel davranışları sağlanmış olacaktır.

- İyimserlik

İyimserlik, her şeyi en iyi yanından gören, her durumda iyi bir çıkış yolu uman dünya görüşüdür (Türk Dil Kurumu, 2020). Girişimci en kötü şartlarda bile olaylarla ilgili olarak iyimserliğini koruyabilmelidir.

- Kendine Güven

Güven unsuru tüm alanlarda etkin olan önemli unsurlardan biri olmasıyla beraber, girişimcide bulunmasıyla olaylara karşı soğukkanlı davranabilme yeteneği oluşacaktır. Kendine inanan ve güvenen bireyler olayların sahip oldukları yetenekler ve kişisel faaliyetlerinin sonucunda ortaya çıktığına inandıklarından dolayı girişimciliğe daha çok yatkın olan bireylerdir (İşcan ve Kaygın, 2011:284; Damar, 2015:30).

- Fırsat Yönelimi

Girişimcilerin aktif olması gereken en önemli yanlardan biridir ve bu sayede çevrede oluşan ve oluşabilecek olan olgulara, ileri görüşlülük ile bakılması girişimcinin en önemli özelliklerinden biridir.

- Başarı İhtiyacı

Yapılan alan çalışmalarında başarıya ya da başarı ihtiyacının girişimcilik üzerindeki etkisinin çok yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Başarı ihtiyacı olan bireylerde başarılı olma arzusu ve bununla bağlantılı olarak da işletmesini başarılı bir şekilde yönetme arzusu çok yüksektir (Koh, 1996:14; Tokucu, 2018:8).

- Vizyon

Girişimciler genelde sorumluluk alan ve bu yönde isteği olan, hesaplanmış risk alan, başarıya isteği güçlü, enerjisi yüksek, fırsatları ve geleceği sezebilen, vizyonunu gerçeğe dönüştürmek isteyen, başarıyı paradan daha çok önemseyen, değişen olaylara dayanabilen, değişiklikleri benimseyebilen ve şartlara adapte olabilen kişilerdir (Bozgeyik, 2005:37; Çeliköz, 2017:13). Kendine ait bir vizyonu olan girişimci, olaylara daha yaratıcı gözle bakacaktır.

- İçsel Kontrol Odağı

Keleş'e (2013) göre içsel kontrol odağı yüksek olan girişimciler şu özelliklere sahiptir Fırsatları iyi değerlendirirler, talih ve şansın değil kendi eylemlerinin sonuçlarının başarı ya da başarısızlık getirdiğine inanırlar. Sorunlara karşı sorumluluk alırlar ve kendi iradelerine güvenerek yaşamlarını kontrol ederler (Salik, 2015:57; Tokucu, 2018:9).

- Belirsizliğe Karşı Tolerans

Girişimcilerin yerine olayları, süreçleri ve programları adım adım takip eden kişiler yoktur. Hatta girişimcilerin bir işi başarabileceğinin garantisi de bulunmamaktadır. Girişimcinin hayatı belirsizliklerle dolu olmakla birlikte, ekonomi, hava olayları ve tüketici zevk/tercihlerinde meydana gelen değişiklikler karşısında girişimci kendisini rahat hissetmekte ve böyle durumlarda onların tahammül düzeyleri yüksek olmaktadır (Koh, 1996:15; Damar, 2015:30). Girişimciler, her ne olursa olsun her duruma hazır olmak ve bunun sonucunda oluşabilecek durumların girişimcilik ruhuna ait olduğunu bilmek zorundadır.

- Risk Almak

Girişimci ve yatırımcılar için risk alma durumu, girişimcilerin odaklanma açısından genel olarak proaktif olma ile bağlantı kurulmaktadır. Bunun yanında yeni kurulan işletmelerin sektörde risk ortamına girme katsayısı yüksektir. Başka bir deyişle, işletmeler yenilikçi oldukça daha yüksek riski göze alacaklardır (Dal ve Dal, 2016:54; Çeliköz, 2017:27). Herhangi bir sektörde, herhangi bir girişimcilik faaliyetinin yapılması, girişimciliğin doğasında yenilik ve yaratıcılık olduğu için her daim riske ve zorluklara karşı açıktır.

- Strese Karşı Dayanıklılık

Girişimci işletmesini kurarak yüksek seviyede risk almış bulunmaktadır. Çünkü işletmenin hayatta kalma ve kara geçme garantisi bulunmamaktadır. Bu nedenle girişimci yoğun bir stres altındadır (Yalçın, 2018:60). Bu anlamda strese karşı gerekli dayanıklılık ve sebat örneği gösteren girişimciler, fikirlerini daha hızlı ve daha gerçekçi olarak kabul ettirebilmektedirler.

- Planlama

Planlama yapılarak, elde bulunan durumlar en etkin ve verimli şekilde kullanılabilir ve bunun yanında, yakalanan alternatiflerin değerlendirilmesi yönünde çalışmalar yapılır.

- Liderlik

Girişimci hedef ve amaçlarını gerçekleştirebilmesi için üstün bir çaba göstermesi yanında bu faaliyeti tek başına gerçekleştiremeyeceğinden çevresindeki bireyleri de etkileyebilmeli, yönlendirebilmeli ve ortak bir amaç oluşturarak bu amacın peşinden sürükleyebilmelidir (Göçmen, 2007:17). Liderlik vasıfları olan girişimci bireyler, yer aldığı faaliyette, organizasyon ve planlama gibi kavramları en iyi şekilde düzenleyebilmeli ve bu uygulamaları zaman ve mekan gibi unsurlara göre destekleyebilmelidir.

- Kendi Geleceğine Yön Verebilme

Kendi kendini motive edebilme ve geleceğine yön verebilmenin önemli bir girişimcilik özelliği olduğu bu alanda çalışan hemen hemen herkes tarafından kabul edilen bir gerçektir. Girişimci, “kişisel hareket tarzının” kendisini başarı veya başarısızlığa götüren en önemli etken olduğu inancını taşıyan kişidir (Marangoz, 2018: 56).

1.2.2. Sosyal Özellikler

Girişimcilik her ne kadar ekonomik boyutuyla düşünülse de sosyal bir boyutunun da olduğu unutulmamalıdır. Girişimci içinde bulunduğu sosyal çevreden etkilenebileceği gibi bu sosyal çevreyi etkileyebilir de; iktisadi sistem girişimcilerin faaliyetleri neticesinde daha karmaşık bir hale gelebileceği gibi toplumun yapısı da girişimcilerin getirdikleri yeniliklerden (yeni ürünler gibi) büyük oranda etkilenebilir (Lowe ve Marriot, 2006:8; Tokucu, 2018: 6).

Girişimcilerin en önemli gereklerinden birisi kar elde etmek için yola çıkmak olarak görünse de bunu sosyal yeterlilik için yapması da bu çerçevede önemli bir

unsurdur. Neticesinde insan odaklı bir alan olduğundan dolayı, insanlarla olan ilişkiler belirli bir çerçevede yürütülmeli ve girişimcinin insan psikolojisinden anlaması gerekmektedir. İnsanların tavırları, düşünceleri ve daha birçok davranış biçimi, ürünlerin hayatlarını doğru orantıda etkilemekte ve bunun sonucunda ürünler pazarda uzun veya daha kısa kalabilmektedirler.

Genel olarak bakıldığında, girişimciliğin geleceği açısından sosyal özellikler, girişimcide bulunması gereken, toplumsal geçerlilik sağlayan önemli bir geçiş görevi görmektedir. Çünkü bu özellikler dolayısı ile insanlarla aradaki ilişkiler daha kuvvetli olacak ve bu süreçte insani ilişkilerle yenilikler pazara sunulacaktır. İnsanların dahil oldukları toplumun sosyal özellikleri, çevre koşulları dahilinde kişileri en fazla etkileyen faktör olarak ortaya konmaktadır. Kişiliğin meydana gelmesinde sosyal çevrenin etkisi aslında öğretici bir dönemdir. Çünkü kişiler farkında olsun ya da olmasın hayatları süresince kendileri için hali-hazırda olan davranış biçimlerini takip etmek zorunda kalmışlardır (Kayaalp Ersoy, 2009:16; Gençay, 2017:11).

Girişimciliğin sosyal özelliğinin sonucu olarak kültürü oluşturan etmenlerden etkilenmektedir. Girişimcilik davranışını, doğup büyüdüğü çevre ve aldığı eğitim oluşturmaktadır. Girişimcilerin kültürel değişimlerden çabuk etkilenmekte ve ayakta kalabilmek için olayları çok yakından ve güncel olarak izlemeleri gerekmektedir (Güney ve Nurmakhamatuly, 2007:69; Damar, 2015:33).

1.2.3. Davranışsal Özellikler

Girişimcilerin tümünde aynı davranışsal özelliklerin olduğunu söylemek güç olduğundan girişimcilerin faaliyetleri ile ters düşmeyecek farklı nitelikleri olacaktır. Girişimci olan bireylerde yenilik yapma arzusu ortaktır. Farklı kişisel özelliklere sahip olan kişiler girişimci davranışları nedeniyle yenilikçidirler. Yenilikçiliğin girişimcilikte önemli bir yeri vardır. Yenilikçilik aynı zamanda farkındalıkta oluşturacaktır (Aytaç ve İlhan, 2007:104; Karaman, 2018:26).

Çetinkaya (2014) “Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi” adlı makalesinde şu sonuçlara ulaşmıştır:

Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile davranışa yönelik tutumu ve algılanan davranışsal kontrolleri arasında pozitif ilişki bulunmuştur (Yalçın, 2018:75).

Girişimci kişiler, önlerine çıkan fırsatlarda pek çok özellikleri gereği farklı davranışsal özellikler sergilerler ve bu özellikler sayesinde, girişimcilik açısından önemli adımlar atmış olurlar. Bu nedenle bir girişimci, fırsatları yaratmak için sürekli çevresiyle ilişki halinde olur ve bu ilişki sonucunda topluma yararlı olacak fırsatları yakalamaya çalışır. Fırsatlar konusunda önünde oluşabilecek engelleri ve yararlı faaliyetleri önceden fark ederek, bunlara yönelik çalışmalar yapan girişimciler, davranışsal özellikleri bakımından sağduyulu çalışmalar yürütme yeteneğine sahiptirler. Fırsat yarattığı alanın ve uygulamanın yapım, uygulama ve onarım aşamalarının tamamında yer alarak, ürün geliştirme faaliyetlerine de en aktif şekilde dahil olmaktadır. Bu durumların sağlanması ve girişim faaliyetinin oluşturulması sonucunda, yenilik yaratarak en önemli girişimcilik özelliğini göstermiş olurlar.

1.3. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik ortaya çıkma, şekillenme, orijinallik, organize olma ve icra edilme biçimlerine göre sınıflandırılmaktadır. Literatürde daha çok düşünsel, durumsal, eylemsel ve organize olma biçimlerine göre incelenmektedir. Yaygın olarak kullanılan girişimcilik türleri; orijinal girişimcilik, akademik girişimcilik, kurumsal girişimcilik, girişimci girişimciliği, sosyal girişimcilik, çevreci girişimcilik, iç girişimcilik, profesyonel girişimcilik (yönetici girişimcilik), teknik girişimcilik ve kadın girişimcilik olarak sınıflandırılabilir (Top, 2006:8; Marangoz, 2018:71).

1.3.1. Orijinal Girişimcilik

Orijinal girişimcilik; girişimcilerin öncelikle kendi güç, yetenek, algı sezgi, beceri, ustalık, deneyim, bilgi gibi özelliklerine dayanarak hayallerini düşlerini gerçekleştirmek üzere eyleme geçtikleri ve ilk defa sıfırdan başlayarak kurdukları girişimlerdir. İlk defa ve orijinal olma özelliği bu girişimciliğin tanımlanmasında belirleyici ve ayırıcı etmendir (Top, 2006:8; Göçmen, 2007:19). Orijinal girişimciler, pazarda bir girişimcilik faaliyeti yürüten ve bu anlamda ilk olma özelliği taşıyan girişimcidir.

1.3.2. Akademik Girişimcilik

Son 20 yıl boyunca üniversitelerin geleneksel eğitim ve araştırma rollerine, üniversitelerin toplumun sosyal ve ekonomik kalkınmasına doğrudan katkı şeklinde adlandırılan üçüncü bir işlevinin olduğu vurgusu yapılmaktadır. Bu üçüncü işlev, akademik girişimcilere vurgu yapmakta ve hedeflerden biri olarak üniversiteden sanayiye teknoloji transferinin sağlanmasını öngörmektedir (Başar, 2013:40; Marangoz, 2018:80). Akademik girişimcilik üniversiteler bünyesinde yürütüldüğü için, pek çok ticari faaliyeti üniversite kendi bünyesinde gerçekleştirmekte ve bunun sonucunda üniversite ticari hareketler yapmaktadır.

1.3.3. Kurumsal Girişimcilik

Kurumsal girişimcilik 1929 dünya krizi ve İkinci Dünya Savaşı yıllarının sonuna kadar devam eden olağanüstü durumlar nedeniyle ortaya çıkan bir girişimcilik türüdür. Organizasyonda yer alan bir kişi ya da grubun mevcut organizasyonun içerisinde tamamen yeni bir girişimde bulunmak suretiyle mevcut organizasyonu güçlendirmek veya yenilemek üzere yeni ürün ya da hizmet oluşturmasıdır. Diğer bir deyişle, ürün ve süreç yeniliği ya da pazar geliştirme faaliyetlerinde bulunmak üzere formel ya da enformel şekilde mevcut organizasyonla ilişkisi olan yeni bir girişimde bulunmaktır (Öğüt vd. 2006; Yalçın, 2018:46-47). Bir faaliyetin kurum içerisinde gerçekleşmesi ve yine aynı kurum içerisinde girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, kurumsal girişimcilik türünün açıklaması olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.3.4. Girişimci Girişimciliği

Girişimci girişimciliği; girişimcilik sürecinin peşinden belli bir alanda işletmelerini oluşturmuş, ayakta tutmuş ve daha sonra başka kişilere bırakmış ya da satmış müteşebbislerin, yeni fırsatlara, yeni düşüncelere yatırımda bulunmasını içine alan girişimciliktir (Cin ve Yumuk, 2013:11; Gençay, 2017:26). Önemli girişim faaliyetleri yürütmüş girişimcilerin, piyasada girişimci araştırıp bulması ve bu girişimcileri yatırım haline dönüştürmesi girişimci girişimciliğinin konusu dahilinde olmakta ve bu araştırmayı yapan girişimcilere melek yatırımcı denmektedir.

1.3.5. Sosyal Girişimcilik

Dünyada sürekli değişen koşullar, artan nüfus, şehirlere göç, ekonomik şartların çetinleşmesi, iklimsel değişimler beraberinde toplumsal sorunları da getirmektedir. Bu sorunların çözülmesinde devletlerin teşebbüsleri ya hiç olmamakta ya da yetersiz kalmaktadır. Diğer yandan bu sorunlarla ilgilenecek özel işletmeler de çoğu zaman bulunamamaktadır. İşte böyle durumlarda bazı girişimciler bu sosyal alanlarda ihtiyaçları karşılamak için harekete geçmektedirler. Bu hareket kimi zaman kar amacı güden kimi zaman kar amacı gütmeyen özel sektör kuruluşları tarafından bağımsız olarak başlatılabileceği gibi kimi zaman da kamu kurum ve kuruluşları ile iş birliği şeklinde olabilmektedir. Sosyal girişimcilikte esas olan nokta ekonomik olarak kar elde etmek değil toplumun sosyal ihtiyaçlarını karşılayarak sosyal etki yaratmaktır. Bununla birlikte girişimcinin sürdürülebilirliği sağlamak için uzun dönemde kar elde etmek istemesi de gerekebilir (Ağca ve Büyükaslan, 2016:201).

1.3.6. Çevreci Girişimcilik

Çevre ile ilgili sorunlara çözüm bularak ortaya çıkan fırsatları değerlendiren girişim türüdür. Özellikle son zamanlarda çevre bilinci dünya genelinde gelişmiş olup, kirliliklere karşı önlemler yeni iş fırsatlarını doğurmaktadır. Atıkların değerlendirilmesi, yeniden dönüşüm faaliyetlerinin yaygınlaştırılması, çevreye zarar vermeyen yeni üretim yöntemlerinin (organik tarım) geliştirilmesi ve hava, su, toprak kirliliğini önleyici yeni teknik gelişmeler çevreci girişimlere fırsatlar sunmaktadır (Göçmen, 2007:20). Çevreci girişimcilikte önemli olan unsurların başında, doğanın korunması ve bu suretle yenilik yapılması gelmektedir. Çevreye duyarlı olunarak başlatılan bu süreçte, yapılacak yenilikler çevrenin geliştirilmesi ve doğanın dengesinin bozulmaması için gerçekleştirilen bir girişimcilik türüdür.

1.3.7. İç Girişimcilik

1980'li yıllarda iç girişimcilik, "Hayalperest bir bireyin yaptığı iş" olarak ifade edilirken, bu bireylerin yenilikler meydana getirmekte ellerini taşın altına koyduklarından bahsedilmiştir. Bu ifade zaman geçtikçe "örgüt dahilinde girişimsel yeteneklerin uygulamaya konması" olarak değerlendirildi. Daha net bir ifadeyle

söyleyecek olursak iç girişimciler, örgütün karını yükseltmek, rekabet gücünü arttırmak ya da söz konusu işlerin yenilenmesini sağlayan kişilerdir (Soyşekerci, 2013:129; Gençay, 2017:24). Genel olarak var olan bir organizasyon içerisinde girişim ve yenilik etkinliklerinin toplamını ortaya koyan iç girişimcilik olgusunun temelinde, girişimcilik düşüncesinin örgütün içerisine doğru çevrilmesi yer almaktadır (Marangoz, 2018:72). Girişimcilik faaliyetinin yürütüldüğü alanın, örgütün veya kurumda yürütülen ve yürütülecek olan faaliyetlerin, kurumun içerisinde yürütülmesi ve geliştirilmesidir.

1.3.8. Profesyonel Girişimcilik

Profesyonel girişimcilik tanımlamasına bakıldığında; İşletme dışından yetkin bir kişiye veya işletme bünyesinde yetkin bir kişiye satılması veya devredilmesidir. Profesyonel, konusunda etkin boyutta bir girişimci işletmeden çıkarıldığında veya işini terk ettiğinde aynı etkinliklere sahip bir diğer yeni girişimci işletmeyi devir almaktadır (Cin ve Yumuk, 2013:11; Çeliköz, 2017:24). Genel olarak bakıldığında ve belirtilen tanımdan da yola çıkıldığında, profesyonel girişimcilik ile bir alanda girişimcilik faaliyeti gerçekleştirilir ve gerçekleşen bu faaliyeti, alanında ehli olan birine satılarak bu girişimcilik türü yürütülmektedir. Burada dikkat çekilen husus ise, girişimin geliştirilip, belirli zaman sonra satılmasıdır.

1.3.9. Teknik Girişimcilik

Teknik girişimcilik; yenilik, yaratıcılık ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin (AR-GE) finansal açıdan desteklenmesini ve yönetilmesini içine alan ve daha çok teknolojik alanda ortaya çıkan ekip girişimciliğidir. Dolayısıyla yüksek teknolojiye sahip, eğitim düzeyleri yüksek, bilgili ve deneyimli girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlar olarak tanımlanmaktadır (Fusfeld, 1986:7; Göçmen, 2007:20). İleri düzeyde teknolojik faaliyetlerin kullanılması sonucunda, toplu olarak gerçekleştirilen ve kişilerin isteklerinin gerçekleştirildiği ve bunların önemsendiği bir girişimcilik türüdür.

1.3.10. Kadın Girişimciliği

Kadın girişimciliği girişimcilik alanında cinsiyete göre yapılan bir ayırmadır. Kadın girişimciliğinin ayrı bir girişimcilik olarak düşünülmesinin nedeni bu girişimciliğin sonradan iş dünyasında ortaya çıkması ve halen gelişmiş ülkeler de dahil olmak üzere tüm dünyada yeteri kadar gelişmemiş olmasıdır. Ayrıca tüm dünya ülkelerinde kadınlar erkeklere oranla daha az kaynağa sahiptir ve kısıtlı olanaklarla iş kurmaya çalışmaktadırlar (Kaygın ve Güven, 2013:30).

Kadın girişimci, kendi adına bir işletme kuran veya sahip ortak sıfatıyla bir işletmeye dahil olan ve işiyle ilgili inisiyatifler alarak karar mekanizmasına katılan, girişiminden elde ettiği geliri yatırım ya da tasarruf için özgürce kullanma hakkına sahip olan bununla birlikte girişiminden doğacak tüm riskleri üstlenen kadınları tanımlamaktadır (Soysal, 2010:73-74). Kadın girişimciliği sonraki bölümde biraz daha geniş ele alınacaktır.

1.4. Kadın Girişimciliği

Kadınlar, geçmişten günümüze pek çok süreçte değişen teknoloji ve algılarla pek çok kez işgücüne dahil olmuşlardır. Bu oluşumun başlangıç noktası ve gelişim aşaması ise endüstri devrimi ile oluşmaya başlamakla birlikte, endüstri devrimi ile kadınlara yönelik iş gücü ihtiyacı artmaya başlamıştır. Kadınsı işlerle başlayan işgücü ihtiyacı, genellikle dokuma sektöründe kendini göstermeye başlamış ve kadının genel anlamda iş dünyasına girişi endüstri devrimi ile olmuştur.

Endüstri devrimi'nin getirdiği kadın işgücü ihtiyacı, 20. Yüzyılın başlarında iyice artmış ve çalışan kadın sayısı oldukça yüksek seviyeye ulaşmıştır. Burada önemli olan unsur ise, I. ve II. Dünya Savaş'larında pek çok erkek, savaflara gitmiş ve uzun süre savaşta kalmışlardır. Bu süreçte pek çok erkek savaştan dönerken, kimileri dönememiş, kimileri ise kol veya bacaklarını savaş meydanlarında bırakarak gelmişlerdir. Kadının zor durumlarda kendini gösteren emektar rolü, burada öne çıkmış ve kadınların işgücüne en çok dahil olduğu dönemler savaş dönemleri olmuştur. Ancak süreç sona erip evlerine sağ salim dönen erkekler, işgücünü tekrar eline alarak, kadınların arka saflarda kalmasına neden olmuştur. Yine de kadınların

büyük bir çoğunluğu, işgücünün nüfusuna bu dönemden sonra dahil olmaya başlamıştır.

1970'lerden beri büyük bir atılım içinde olan kadınlar, iş hayatında da ağırlıklarını her geçen gün artırarak hissettirmektedirler. 1970 ve 1980'lerde birçok engelle karşılaşan kadınlar, sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma, esnek çalışma saatleri vb. nedenlerle ücretli çalışan olmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak kendi girişimlerini kurmayı tercih etmişlerdir (Altınel, 1993: 35'den aktaran, Öztürk, 2016:33). Bu süreçte kendilerine eğitim, sanayi ve daha birçok alanda geliştiren kadınlar, girişimcilik ile tanışmaya yavaş yavaş başlamışlar ve bu anlamda iş dünyasında ve girişimcilikte kadınların adı sıkça duyulmaya başlamıştır.

Kadınların bu süreçten sonra iş dünyasında adları sıkça geçmiş ve kendilerini bu alan içerisine büyük emeklerle dahil etmişlerdir. Bu dahil etme ise, 20. Yüzyılın son safhalarına doğru kendini iyiden iyiye hissettirmiştir. Kadınların iş yaşamında deneyim kazanma, yüksek konumlara gelebileceklerini kanıtlama çabaları 1980'li dönemlere isabet etmekte olup, 1990'lı yıllar ise, kadınlara daha yüksek konumları ve erkek egemenliğindeki sektörlerde başarıyı vaat etmiştir. Yıllar ilerledikçe kadın girişimcilerin nitelik ve niceliklerinde artış olmuş ve birçok iş alanında kendilerinden söz ettirmeyi başarmışlardır (Özyılmaz, 2016:25).

1.4.1. Kadın Girişimciliğin Ortaya Çıkışı

Kadınların iş hayatı ile olan ilişkileri, endüstri devrimi ile başlamış ve bu süreçten sonra pek çok yaşanan olay sonucunda kadınlar iş hayatı konusunda kendilerini her geçen gün daha çok geliştirmişlerdir. Tarihsel süreç içerisinde çalışarak üreten erkeklerin yanında kadınların da emeğini kullanarak toplumların gelişmesine ve uygarlıkların yayılmasına katkıda buldukları bilinmektedir. Kadınların çalışma yaşamında yer almaları toplumsal kurumlarda yaşanan birtakım süreçlerin sonucudur. 1970'lerden bu yana toplumda her alanda büyük bir atılım ve aktiflik içerisinde olan kadınlar, özellikle çalışma hayatı içerisinde ağırlıklarını gittikçe artan bir oranda hissettirmeye başlamışlardır. Kadınlar; sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olabilme, esnek çalışma saatlerine sahip

olabilme, toplumda sosyal rollerinde değişiklik yaparak ağırlıklarını hissettirebilme, ücret ve maaşla çalışmak yerine kendi gelirlerini kendi işlerinden elde edebilme vb. nedenlerle büyük ölçüde kişisel gayretleri ile kendi işlerini kurma yolunu tercih etmektedirler. Tüm bu gayretler geçmişte erkek egemenliğinde görülen pek çok alanda kadınlara başarıyı vaat etmektedir (Şahin, 2006:289). 70’li yıllardan itibaren kadının yaşamdaki rolü değişmeye başladı ve bu noktada en etkili olan olgu eğitim oldu. Eğitim standartlarının artması ve kadınlarında eğitim alabilmesi konusunda hızlı gelişmelerin yaşanması ile kadınlar kendilerini daha özgüven sahibi hissettiler ve bu yaşantıya kendilerini de dahil ettiler.

1970–1980’li yıllar, teknolojinin hızla geliştiği, bu gelişmenin yarattığı sonuçların ve girişimcilikte kadınların da var olabileceğinin keşfedilmeye başlandığı yıllardır. Bu dönemlerde Taylorizm’den kopmalar başlamış ve sanayi çağına göre bilgi çağı kadınlara daha fazla girişimci olma fırsatını sunmuştur (Top, 2006: 21’den aktaran, Öztürk, 2016:33). Bilgi çağı olarak bahsedilen dönem boyunca, kadınların girişimcilik ile olan ilişkileri gelişti ve süreçte kadınların rolü belirgin olmaya başlamıştır.

Kadın girişimciliği eğitim ile büyük bir atılım gerçekleştirmiş olsa da, teknolojik olarak gelişen toplumlar, kadınlara daha çok değer vermeye başladı. Bununla beraber Avrupa Birliği ve daha birçok alandan verilen hibe fonları, kadın girişimciliğinin ortaya çıkmasında büyük etki oluşturdu. Kadın girişimciliği, ilk kez 1970’li yıllarda kullanılmaya başlansa da 1980’ler "Kadın girişimciliği on yılı" olarak anılmaktadır. Bugün ABD, kadın girişimciliğinde en önemli merkezlerden birini oluşturmaktadır. Kadınlar, erkeklere göre 2,4 kat daha çok iş yeri açmaktadırlar (Narin vd., 2006: 69’den aktaran, Köse, 2014: 29).

Kadınların erkeklere oranla daha çok iş yeri açmaları, Türkiye açısından dikkate alındığında da büyük bir örnek teşkil etmektedir. Günümüzde bile tuhafiyeye tarzında iş kolları için dükkan açan kadınların sayıları hiç de azımsanacak boyutta değildir. 70 ve 80’li yıllardan sonra ise bu konuda belirli yükselmeler olmuştur. Bunun sonucunda ise kadın girişimciliğinin başlangıcı, ufak tefek açılan dükkanlarla karşımıza çıkmaktadır.

Kadınların girişimcilik ile olan diğer bir bağı ise, evlerine destek olmaları ile karşımıza çıkmaktadır. Bunların bir diğer örneği, önceki bölümde bahsedildiği gibi, savaş dönemlerinde oluşmuştur. Savaş dönemlerinde evlerinde olmayan erkekler nedeniyle, kadınlar evlerini geçindirmek için kolları sıvamıştır ve bu suretle kadınların bu konuda etkin oldukları ortaya çıkmıştır. Son 30-40 yılda kadınların evlerine ek gelir getirme isteklerinde ise büyük bir artış oluştu ve bu artışta etkili olan ise, ülkenin ekonomik konudaki istikrarsızlıkları ve yetersizlikleri oldu. Peki, bu süreçte kadınların girişimci olarak kabul edilmeleri için neler gerekti? Özellikle ekonomik sıkıntılar yaşayan Türkiye’de, kadınlar ev ekonomisine farklı şekillerde katkı sağlamaktadırlar. Bu nedenle kadınların hangi koşullarda girişimci olarak kabul edileceği de yapılan tanımlara göre farklılıklar oluşturmaktadır. Kadın girişimciliğiyle ilgili tanımlarda aşağıdaki ortak noktalar sıralanabilir (Ecevit, 1993:19):

- Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işyeri olan,
- Bu iş yerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan veya işin sahibi olması sıfatı ile ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtımını, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran,
- İşle ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum veya kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya geliştirilmesine kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kişidir.

1.4.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği

Türkiye’de kadın girişimciliğinin gelişimi incelendiğinde Dünyanın geri kalanında olduğu gibi net tarihlerden bahsedemsek de ekonomik ve sosyal gelişmelerin etkilerinden hareketle bazı çıkarımlarda bulunmak mümkündür.

Dünyada özellikle de Avrupa’da Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarının etkisi kadınların kamusal alanlarda daha fazla yer almasına sebep olmuştur. Bu tarihlerden önce eve ait değerlerle ilişkilendirilen kadınlar, Birinci Dünya Savaşında erkeklerin yaptığı işlerin birçoğunu üstlenmişlerdir. Savaş sonunda erkekler işlerini yeniden ele alsalar da artık eski düzen bozulmuştur. İkinci Dünya Savaşı ise bozulan bu eski düzenin kadınların lehine yerleşmesi anlamında önemli bir başlangıç olmuştur (Giddens, 2005:388) Bu etkiler tüm dünyadaki kadın girişimciliği etkilediği gibi Türkiye’deki kadınları da en azından mental anlamda etkilemiş ve sosyal bir dönüşüm başlatmıştır. Diğer yandan önemli bir gelişme de 1980’lerde başlayan küreselleşme ve yeni-liberalizm akımıyla birlikte dünyada olduğu gibi Türkiye’de de küçük işletme girişimciliğinin desteklenmesidir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından işsizlik ve yoksulluk sorunlarının çözümü için bir kurtarıcı olarak görülen küçük işletmeler sanayi ve tarım sektörlerinin dışına taşan önemli bir alanı oluşturmaktadırlar. Bu alanlarda kadınların yetkinliklerinin daha fazla olması da onları iş dünyasına daha hızlı çekmeye neden olmuştur (Yetim, 2002:79).

Yukarıda bahsedilen gelişmeler elbette kadınların iş dünyasına girişleri için önemli gelişmeler olsa da kadınların çalışma hayatındaki oranları düşük düzeyde kalmaktadır. Türkiye’de kadınların ekonomik faaliyetlere katılımlarının sınırlı olması birçok farklı faktöre bağlı olsa da genel olarak aile içindeki rol, bu role bağlı tercihler ve aile içindeki ataerkil ilişkiler sınırlayıcı faktörlerin başlıca sebepleri olarak görülmektedir.

TÜİK tarafından gerçekleştirilen Hane Halkı İşgücü Araştırması sonuçlarına göre 2016 yılında, Türkiye’de 15 ve daha yukarı yaştaki istihdam edilenlerin oranı %46,3 olup bu oran erkeklerde %65,1, kadınlarda ise %28 olarak gerçekleşmiştir. (TÜİK, 2018).

TÜİK’in verileri göstermektedir ki kadınların eğitim durumları ile istihdama katılımları arasında doğru orantı mevcuttur. Kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe işgücüne daha fazla katıldıkları görülmektedir. Okuryazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %15,2; lise altı eğitilmiş kadınların işgücüne katılım oranı %27,2; lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %33,6; mesleki veya teknik

lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %41,4 iken yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %71,3 olmuştur (TÜİK, 2018).

Bu durumu detaylı olarak düşünecek olursak, kadınların erkeklerden daha çok özenli bir çalışma stratejisine sahip olduğunu görebiliriz. Kadınların eğitim almaları durumunda, zihinsel olarak girişimciliğe daha çok odaklandıkları görülebilmektedir ve bu oran %71,3 ile oldukça iyi bir orandır. Nitekim kadınların evlerinde oturdukları düşünüldüğünde, bu oranının yükseğe çıkması, kadınların işlerine olan saygılarını ortaya koymaktadır.

Kadınların çalışma yaşamları evlilik ve doğumla birlikte kesintiye uğrayabilmektedir. Türkiye'de kadınların işlerini terk etmelerindeki en büyük neden evlenmek ve çocuk sahibi olmaktır. Bu kesintiyi göze almak istemeyen kadınlar sosyal yaşamlarında ikilem yaşamakta ve tercih yapmak zorunda kalmaktadırlar. Bu işverenler açısından da istemeyen bir durumdur. Bugün birçok kadın işe girerken gebelik testine tabi tutulmakta ya da iş kanununun 17. maddesi uyarınca doğum sonrası işten çıkartılabilmektedir (Kutlu, 2006:71). Doğum konusuna kariyer açısından bakan kadınlar, soğuk olarak karşılamakta ancak, kariyer ve doğum ikilisini beraber götüren kadınların sayısı hiç de azımsanacak derecede değildir. Sonuç olarak, erkeklere işe başlamadan önce askerlik şartı koşulması, kadınlarda da doğum yapmama şeklinde şartlar sunulmaktadır. Ev işlerini de çalışma hayatıyla birlikte yürütmek zorunda olan kadınlar, bu nedenle çalışma hayatlarında çok fazla zorlanmaktadırlar. Bu nedenle belirtilen sebepler düşünüldüğünde, kadınların istihdama katılma oranları düşmektedir.

1.4.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar

İster erkek olsun ister kadın tüm girişimciler girişimcilik hayatı boyunca birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Kadınların ekonomik hayatın içine çekilmesi aile ilişkilerinin demokratikleştirilmesi, refah artışı, daha yaratıcı ve öz güvenli bireylerin yetiştirilmesi açısından önemlidir. Karar alan, yöneten ve risk alan kadınların bu sayede statüleri de yükselecektir. Kadın girişimciler, olaylara gösterdikleri farklı deneyim ve bakış açıları, yönetim stili, şirket yapısı, hizmet anlayışı ve teknoloji kullanımını gibi konularda farklılık yaratabilir, yeniliklere

kaynaklık edebilir. Dolayısıyla kadın girişimciliğine gösterilen bakış açısı da Türk toplumunun kadına bakış açısıyla orantılı olarak değişecektir (Özyılmaz, 2016:54). Aile ve çevre konusunda pek de şanslı olmayan kadınlar, bu suretle girişimcilik olgusunun içerisine kendilerini tam olarak atamamış olmaktadır. Erkek egemen bir toplumdan geldiğimizden dolayı da erkeklerde, kadınların evlerinde oturması gerektiğine dair bir düşünce olduğu için, bu durum kadınların önündeki bir başka zorluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, eğitim konusunda yeterli seviyeye gelmiş olan bir aileden doğan erkek ise, aile bireylerinin karakterlerinden etkilenmiş olacak ki, kadınlara karşı daha sert bakmıyor. Onların toplumda yer alması için daha fazla çaba sarf ediyorlar. Burada ortaya çıkan net olgu ise, eğitimin erkeklerin kadınlar üzerindeki baskıyı daha azalttığına yöneliktir.

Çelebi (1997) ise kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldığı sorunları üç kategori altında değerlendirmiştir;

- İş kurma aşamasındaki sorunlar; Sermaye temini, iş yeri arama, kiralama, mal temini, donanım, araç-gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler, acemilik, yalnızlık ve işi organize edememe, toplumsal önyargılar.
- İş kurulduktan sonra yaşanan sorunlar; Acemilik, tecrübesizlik, müşteriyle ilişkiyi geliştiremememe, iş yürütmede bilgisizlik, müşteri azlığı, parasızlık, yalnızlık, kadın olma, kendini kabul ettirme, personel bulma, piyasadaki sorunlar, ödemeler, senetler.
- Mevcut sorunlar; müşteri azlığı, resmi kuruluşlar, kalifiye eleman bulamama, ucuz hammadde ve mal temini, kaliteli hammadde-mal temini, enflasyon.

İş kurma aşamasında kadınlar, finansman sağlama konusunda pek çok anlamda geri kalmaktadır ve en çok bu noktada zorlanmaktadırlar. Çünkü kadınların ekonomik olarak bağımsız oldukları düşüncesi toplumda egemen olmadığından, finansman sağlayıcılar bu konuda yeterli geliri kadınlara sağlamamaktadırlar. Bu konuda gereken tecrübe ve donanım olmadığından dolayı, halk arasında söylenen “İşi çekip çevirmek” sözü, burada önemli bir anlam ifade etmektedir. Çünkü gerekli

olan tecrübeyi erkekler, diğer işletmelerden sağlarken, kadınlar bu konuda biraz kısır kalmaktadır.

Kadınların iş yerlerini kurduktan sonra elemanları bulma konusunda sıkıntı yaşadıkları ise aşikardır. Bunun başlıca nedeni ise, elemanların kadınların yönettikleri işletmeleri tercih etmemeleridir. Tecrübeli elemanlar, iş yerinin geleceğini düşündüğü için, kadın yönetiminde olan bir yerin gelişmeyeceği algısı hakim olmakta ve bu algı sonucunda tercih sırasında bu işletmeyi arka plana koymaktadırlar.

Dechant ve Al Lamky (2005:132) Bahreyn ve Umman'dan 10 Arap kadının iş kurma deneyimleri üzerine yaptıkları çalışmada nitel yöntemler kullanarak yarı yapılandırılmış görüşmelerle kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldıkları sorunları incelemiştir. Bu çalışmaya göre kadınların karşılaştıkları güçlükler şu alanlarda yoğunlaşmaktadır;

- Kültür, eğitim ve deneyim
- Sosyal pozisyon, sosyal ağlar ve sosyal normlar
- Finansal kaynaklar
- Aile bağıllığı
- Kadın girişimciliğinin doğası
- Motivasyon
- Girişimcilik özellikleri
- Hükümet desteği
- Yaşam yeri
- Akademik Derece ve Akademik Uzmanlaşmanın Elde Edildiği Ülke

1.4.4. Kadın Girişimcileri Destekleyen Ulusal Kuruluşlar

Ulusal açıdan bakıldığında, toplumumuzun kadın girişimciliği konusunda desteklenmesi için pek çok kuruluş bulunmaktadır ve bunlar ulusal veya uluslararası içerik taşıyan kuruluşlarda olabilmektedir. Türkiye’de de potansiyel ve mevcut girişimci kadınları desteklemek ve onlara yön vermek amacıyla kurulmuş kamu kurum ve sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır. Aşağıda kadın girişimcilere destek sağlayan ulusal kurum ve kuruluşlar alfabetik sırayla verilmektedir (Özyılmaz, 2016: 49-53):

- Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV)
- Kadın Girişimcileri Destekleme Derneği (KAGİDER)
- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)
- Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)
- Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA)
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK)
- Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGİAD)
- Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)
- Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

Kadın girişimciliğine yönelik pek çok ulusal kuruluş yukarıda sıralanmakta ve bu kuruluşlar; kadınların birlik ve beraberlik içinde hareket edebilmeleri, finansal açıdan desteklenebilmeleri, çevresel açıdan korunabilmeleri için pek çok alanda atılmış önemli adımlardır.

1.4.5. Kadın Girişimcileri Destekleyen Uluslararası Kuruluşlar

Gelişmekte olan ülkeler arasında olan Türkiye, devlet destekli pek çok kamu kurum ve kuruluşlarına ek olarak, pek çok özel sektörden de kadın girişimciliğine

yönelik destek almaktadır. Bu destekler hibe ve krediler olarak değişebilmesiyle beraber, eğitim programları ile de kadın girişimcilere fırsatlar sağlanmak istenmektedir. Bunun yanında uluslararası destekli pek çok kuruluşlar ve fonlar, gelişmekte olan ülkelerdeki kadın girişimciliğine önemli destek vermektedirler.

Türkiye’de, kadınların genel olarak buldukları yer, erkeklere nazaran daha geri planda kaldığı için, eğitim olarak istenilen seviyeye ulaşamadıklarından dolayı girişimciliğe gerekli adımı atamamışlardır. Çevresel, aile ve daha birçok faktör kadınlara engel olurken, bu engellerin ortadan kaldırılması için kadınlara destek amaçlı uluslararası birçok fon ve kuruluşlar faaliyete geçmişlerdir.

Geçmişten günümüze süregelen bir şekilde kadınlarla erkeklerin arasında büyük farklılığın olması durumu, uluslararası destekli ve ulusal pek çok kuruluşlarla kapatılmak istenmiştir. Nitekim kadınların daha çok tarım ve ikincil işlerde çalışmaları, ev işlerine bakmaları ve çocuk büyütme, onların daha fazla gelişmelerinin önüne geçmiştir. Ekonomik olarak bağımsız olamayan kadınlar, daha çok eşlerinin verdikleri paralarla kendilerini idare etmişlerdir. Bu nedendir ki uluslararası pek çok kuruluş kadın ve erkek arasındaki bu ölü alınamaz farkı kapatmak istemektedir.

Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ve ekonomik politikaları konusunda pek çok toplantı yapılmakta ve politikalar geliştirilmektedir. Ancak bu konuda şaşırtıcı olan taraf ise, kadınların gelişimleri ve ekonomik politikaların geliştirilmeleri gibi konularda, kadınların yer almaması oldukça absürt bir durum oluşturmaktadır.

Kadın girişimciliğinin geliştirilmesi için pek çok uygulama ve politika yürütülmekte ve burada kadınların yetenekleri ön plana çıkmaktadır. Kadınların, yaradılışından itibaren idare etme üzerine duyuları gelişmiş ve bu duyularını geçmişten itibaren yaşam alanları ve çocukları için kullanmışlardır. Toplumda eşlerini idare eden kadınlar bulunduğu için, erkeklerin arkasında kadınlar gizli bir güç olmuşlardır.

Kadınların iş dünyasında yeterince yönetsel roller alamamasının ilginç bir sonucu ise “girişimci” yönlerinin gelişmesidir. Kadınlar dünya ekonomisinin

%30'unu girişimci olarak yönlendirmektedirler. ABD'nde kadın girişimciler toplam ekonomik aktivitenin %38'ine hükmettiği ve yönettikleri firmaların yıllık satışlarının 3.6 trilyon Dolara, yaratılan istihdamın 27,5 milyon kişiye (toplam iş gücünün beşte biri) ulaştığı sonuçlarına ulaşılmaktadır (Şahin, 2006:81). Bu özelliklerinden dolayı gerekli destek verilmesi durumunda, kadınların girişimciliğe olan potansiyelleri gözler önüne serilecektir.

Girişimciliği geliştirme alanında dünya çapında veya bölgesel bazda faaliyet gösteren ve girişimciliğe destek veren çok sayıda kuruluş bulunmaktadır. Aşağıda belirtilen kuruluşlar kadın girişimcilerinde yararlanabileceği önemli yabancı kuruluşlardır (Öktem vd., 2007:53):

- Avrupa Yatırım Bankası (EIB),
- Avrupa Birliği Merkezleri (EIC),
- Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO),
- Dünya KOBİ Destekleme Derneği (WASME),
- Avrupa KOBİ Destekleme Derneği (UAPME),
- Uluslararası KOBİ Ağı (INSME),
- EUREKA (Avrupa Araştırma ve Koordinasyon Ajansı)

Uluslararası faaliyet gösteren kuruluşların sıralamasında, Türkiye'nin aday olduğu kuruluşlar dikkat çekmekte ve bu üyelikler sonucunda, kadın girişimciliği için gerekli olan hibe ve destekleri alınabilmektedir.

1.5. Girişimciler İçin Fon Alternatifleri

Girişimciler günümüzde çok çeşitli finans kaynağına sahiptirler. Girişimcilik alanında yaşanan gelişmeler bu alana güveni sağlamış ve sermaye sahibi gerçek ya da tüzel kişiler paralarını değerlendirmek için girişimcileri bir yatırım alanı olarak görmeye başlamışlardır. Girişimcilerin fon bulabilecekleri kaynaklar biçimsel ve biçimsel olmayan kaynaklar şeklinde ikiye ayrılabilir. Biçimsel kaynaklar genel olarak geleneksel ve belli bir kurumsallaşmış yapıya sahip fon kaynaklarıdır. Bunlar

bankalar, devlet kurum ve kuruluşları, kredi kuruluşları ve girişim sermayesi fonları şeklinde sıralanabilir. Biçimsel olmayan fon kaynakları ise daha çok gayri resmi ve nispeten yeni olan fon kaynaklarıdır. Bunlar kitlesel fonlama platformları, eş-dost, aile, arkadaş veya melek yatırımcı da denilen bireysel katılım yatırımcılarıdır. Aşağıda girişimcilik eko sistemi için önemli olan ve Türkiye’de de yeni yeni gelişen bazı fon alternatiflerine yer verilmiştir.

1.5.1. Risk Sermayesi

Günümüzde fon sağlamada kullanımı artan bir yol risk sermayesi şirketleriyle ortaklık kurmaktır. Risk sermayesi şirketleri, yüksek kâr ve büyüme potansiyeli gördükleri, piyasada tutulacak fikre sahip olduğunu düşündükleri girişimlerle ilgilenmektedir. Kuruluş aşamasında işletmeye ortak olarak fon sağlayan risk sermayesi şirketleri, işletme gelişip de kârlı duruma geldiğinde ortaklıktan ayrılarak, başlangıçta koydukları sermayeyi büyümeyle orantılı olarak fazlasıyla geri kazanmış olmaktadır. Çoğu risk sermayesi şirketi paranın yanında girişimlerin istenilen başarıyı elde etmesine katkı sağlayacak yönetsel, hukuki, mali vb birçok konuda danışmanlık da sağlarlar (MÜSİAD:119).

Girişim sermayesi genel olarak; dinamik, yaratıcı ve önemli ekonomik değerler üretme potansiyeli olan ancak finansal gücü yeterli olmayan genç ve hızlı büyüyen firmaların yatırım fikirlerini gerçekleştirmeye olanak tanıyan bir yatırım finansman biçimi olarak tanımlanabilir. Girişim sermayesi, öz kaynak yatırımdır. Sermayedar, şirkete borç verme yoluyla finansman sağlamak yerine ortak olmaktadır. Sermayedar hisse senedi aracılığıyla şirkete ortak olduğu için yönetime katılma hakkı da elde etmiş olmaktadır (Er vd., 2015:37).

1.5.2. Mikro Finansman

Mikro finans yoluyla yoksullukla mücadele hareketi, 1970’li yılların ortalarında o dönemde Bangladeş’in Chittagong Üniversitesi’nde Ekonomi Profesörü olan Muhammed Yunus tarafından başlatılmıştır (Bayraktutan ve Akatay, 2012:7). Mikro finansman, yoksul ve düşük gelir düzeyindeki kişi, aile ve mikro işletmelere sağlanan finansal hizmetlerdir. İş yapma fikri olup, gelir getirici bir faaliyette

bulunmak üzere, küçük bir başlangıç sermayesine ihtiyacı olan yoksullara imkan sağlamak amacıyla geliştirilen bir finansal destek yöntemidir (Er vd., 2015:45).

1.5.3. Kitlese Fonlama

Kitle fonlaması, girişimci bireylerin ve grupların -kültürel, sosyal ve kâr amaçlı- standart finansal araçlar olmaksızın interneti kullanan nispeten çok sayıda bireyden nispeten küçük katkılarda katkılarla girişimlerini finanse etme çabalarını ifade eder (Mollick, 2014:2). Bu finansman yönteminde girişimciler, interneti ve sosyal medyayı kullanarak, aile ve arkadaşlarının ötesinde, geniş bir kitleye ulaşmaya çalışarak, onlardan projeleri için fon talebinde bulunmaya başlamışlardır (Anbar, 2020:239).

1.5.4. Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık)

Türkiye’de bireysel katılım yatırımcısı (BKY) olarak tanımlanan ama dünyada ortaya çıkışı dolayısıyla “Melek yatırımcı” olarak da bilinen bir fon sağlama yöntemi daha vardır. Avrupa İş Melekleri Ağı -The European Business Angel Network (EBAN)- melek yatırımcıyı; “Kendi sermayesini aile ilişkisi olmayan, ağırlıklı olarak çekirdek ya da başlangıç aşaması firmalara doğrudan yatırım yapan yatırımcılar” olarak tanımlamaktadır (Aydın, 2015:114).

Melek yatırımcılar ise risk sermayesi kuruluşlarının yatırım yapamayacağı kadar erken evrede bulunan girişimlere, genellikle küçük miktarlarda (100.000 TL-1.000.000 TL) finansman ve bu finansmanla birlikte girişimcilere satış, pazarlama, insan kaynağı tedariki ve eğitimi, yönetim gibi hususlarda destek olan varlıklı şahıslardır (Er vd., 2015:40).

İKİNCİ BÖLÜM

BİREYSEL KATILIM YATIRIMCILIĞI

Bu bölümde bireysel katılım yatırımcılığı hakkında bilgi verilerek Türkiye'deki gelişimine değinilecektir. Ayrıca bireysel katılım yatırımcılığının amaçları açıklanacak ve bireysel katılım yatırımcıları için sağlanan desteklerin neler olduğuna değinilecektir.

2.1. Bireysel Katılım Yatırımcılığı

Dünyada melek yatırımcı olarak ifade edilen kavram, Türkiye'de Bireysel Katılım Yatırımcısı (BKY) olarak bilinmektedir (Er, Şahin ve Mutlu, 2015:39; Ulutürk Cinbiş, 2017:106). Melek kavramı, ilk Broadway'deki tiyatro gösterilerinin sürmesi için, beğendikleri oyuncularla tanışma fırsatını yakalamak için riskli yatırımlar yapan zenginleri ifade etmektedir (Özçelik ve Tekin, 2019:79; Karabayır vd., 2012:71; Kurnaz ve Bedük, 2017:28). Kişisel varlıklarını ve deneyimlerini başlangıç aşamasında olan girişimcilere aktaran, tavsiyeleri ya da geribildirimleriyle onlara katkıda bulunan ve yeni bir fikir geliştirmiş, fakat bunu gerçekleştirebilmek için yeteri kadar sermayesi olmayan girişimcilere, zor durumdaki firmalara, gelişimleri için finansman sağlayarak onlara şansla hayat veren yatırımcılardır (Kurnaz ve Bedük, 2017:28; Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2013: 68). Bu niteliklerinden dolayı New Hampshire Üniversitesi'nden finans profesörü William E. Wetzel 1981 yılında ilk kez melek yatırımcı kavramını bu tür yatırımcıları tanımlamak amacıyla kullanmıştır (Özçelik ve Tekin, 2019:79).

Yukarıdaki açıklamalar ışığında melek yatırımcıyı şu şekilde tanımlayabiliriz; tipik olarak, gayri resmi bir risk sermayedarı olarak hareket eden, kendi parasını doğrudan erken aşamadaki yeni girişimlere yatıran varlıklı bir kişiyi tanımlar (Wiltbank vd., 2009:116).

BKY'lerin vergi desteğinden yararlanabilmeleri ve işleri yürütebilmeleri için lisansa sahip olmaları gerekir, bu da deneyimli, yüksek gelirli kişilerde olabilmektedir, bu lisansların, beş sene geçerliliği olmakla birlikte, beş sene sonunda uzatılabilmekte veya yenilenebilmektedir. Yatırım yapılabilecek yerin niteliklerini;

TTK'ya bağılı anonim bir işletme olunmasına, en çok elli işçiyi çalıştırmasına, işletmenin aile bireyleriyle ilgisi olmaması, başka birileri tarafından yönetilmemesi ve devletin desteğini alacak sektörlerde bulunması gibi unsurlar belirler. En çok yirmi farklı belirsiz işletmelere kadar vergi desteği etrafında yatırım yapılabilmektedir (Sağlam, 2013:68).

BKY kararları, toplumsal, iktisadi ve bireysel faktörlere göre değişebilmektedir. Çünkü onlardan etkilenmektedir (Kurnaz ve Bedük, 2017:30). Mevduatını parasal destek, bilgi deneyimi aktarımı ve hem parasal destek hem de bilgi deneyimi aktarımı olarak sağlamaktadır (Bingöl ve Türkmen, 2016:361).

BKY, bireysel veya grup olarak hareket edebilen, deneyimi olan, üstesinden gelebileceğini düşündüğü yatırımı destekleyen, kendileri için girişim fırsatlarını takip eden, desteklediği alanlarda bilgi deneyimine sahip olan, maddi yatırımın yanı sıra manevi yatırım yapan işletmelerin yönetiminde aktif olmayı isteyen kişilerdir. Yaptığı işin içinde olmaktan çok hoşnutlardır. Yaşı 25-65 arasında girişimcilerden oluşmakta, yenilikçi işletmelere yardım etmekle birlikte, yönetme ve eğitim olarak da yardımcı olmaktadır. Bu işletmeleri istedikleri seviyeye getirdikten sonra onları yalnız bırakarak, başka projelerde ilgilenmeye başlarlar. Getirisi 100 bin doları geçmekte olup kendisine ait malvarlığı 1 milyon dolardan çok daha fazladır (Uçkun, 2009:124-125; Kurnaz ve Bedük, 2017:31-32). Girişimcilere, maddi-manevi yardımlar yapmaktadır (Aydın, 2015:114). Gözü kara, neticeyi sabırla bekleyebilme, netice başarılı olmasa bile buna hazır olabilmelilerdir (Canbaz ve Öztürk, 2019: 207). Maddi manevi destekte bulunduğu işletmelerin ilerlemesini planlar, istediklerini gerçekleştirme yolunda er ya da geç zirveye ulaşılmasını sağlayabilmektedirler (Acar ve Özenli, 2018: 603).

2.2. Bireysel Katılım Yatırımcılığının Amaçları

Melek yatırımcılar güvendikleri projelere sahip olan şirketlere belli oranda hisse alarak ortak olurlar. Bu riskli projelerin gelişmesi halinde şirketin ekonomisinin büyümesiyle birlikte kazanç elde ederler. Şirketler belli bir güce sahip olduktan sonra melek yatırımcılar çekilir ve şirket kendi ayaklarında durmaya başlar. Bu sayede girişimciliğin gelişmesini sağlar ve toplumsal olarak kalkınmaya katkı

sağlamaktadırlar. Tabiki bununla birlikte maddi ve manevi kaynak sağlanan bir projenin belli bir pazara sahip olamama veya batma ihtimali de bulunmaktadır. Bu durumda melek yatırımcı ekonomik olarak zarara uğrar lakin elde ettiği tecrübeler ile bir sonraki yatırımını hangi projeye yapması gerektiği hakkında bilgi sahibi olur (Kurnaz ve Bedük, 2017:30).

Melek yatırımcılıkta birlikte hareket önemli bir konudur. Yatırımcılar birlikte hareket ederek hem büyük bir maddi güç elde ederler hem de bilgi ve tecrübelerini paylaşarak daha etkili olurlar. Melek yatırımcılar farklı bölgelerden ve ülkelerden gelen start-up'ları sosyal ağ kurarak teknolojik araştırmaları yaptıktan sonra doğru yatırımlarla hareket ederek start-up'ın gelişmesine katkı sağlayarak ekonomik olarak kazanç elde ederler (Buyruk ve Akbaba, 2017:331).

Dünya üzerinde belli bir pazarı olan veya güvenilir melek yatırımcıların bir girişimcinin ekonomik olarak rahatlamasının yanında henüz başlangıçta girişiminin belli bir değere gelmesine katkı sağlar. Aynı zamanda pazarlama alanında ya da finansal alanda start-up'ların belli bir etkiye gelmesine fırsat sağlar (Buyruk ve Akbaba, 2017:332).

2.3. Türkiye’de Bireysel Katılım Yatırımcılığı

Türkiye’deki melek yatırımcılık ekosistemini yasal hale getirmek, yatırım alacak girişimcileri korumak ve bu ekosistemi teşvik edebilmek adına 15 Şubat 2013 tarihinde 28560 sayılı Resmi Gazete’de Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik yayımlanmıştır. Bu tarihten önce denetlenemeyen melek yatırımcılık devlet tarafından kontrol edilmek istenmiştir. Türkiye’de bireysel katılım yatırımcısı olabilmek için Hazine Müsteşarlığından lisans almak gerekmektedir. Bu lisansı alabilmek için ise bazı şartlar vardır. Bu şartlar bireysel katılım sermayesi hakkında yönetmeliğin 5. maddesinde şu iki ana madde üzerinde açıkça yazmaktadır: Bunlardan birincisi yüksek gelir veya servete sahip yatırımcılar, ikincisi ise tecrübeli yatırımcılardır. Hazine müsteşarlığı tarafından yönetmelikte yazan kurallara uyan yatırımcılar için 5 yıl kullanabileceği lisans çıkarılır. Çıkarılan bu lisans başka kişilere devredilemez ve başka insanlar tarafından kullanılamaz (Ceyhan, 2014).

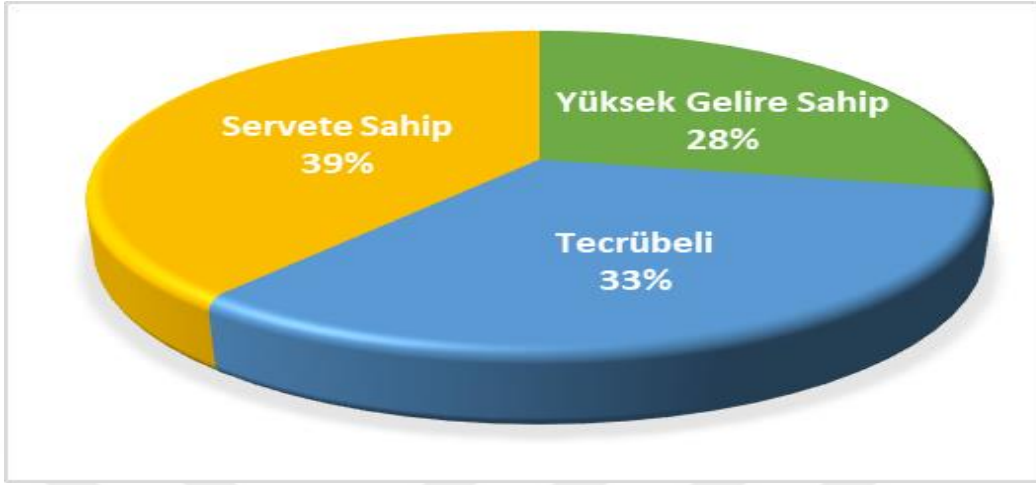
Türkiye’de bireysel katılım yatırımcılarının bir şirkete yapılacak olan yardımın alt sınırı 20.000 TL ve üst sınırı 1.000.000 TL’dir (Cezaoğlu, 2017:25).

Türkiye’de en fazla bireysel katılım yatırımcılığı yazılım hizmetleri, üretim ve paketlenme, gıda, makinalar, ulaştırma ve havacılık, otomotiv, inşaat ve mühendislik, bilgisayar ağı ve yazılım, profesyonel hizmetler ve danışmanlık, inşaat malzemeleri, tekstil ve moda sektörlerinde yapılmaktadır (Çerçi, 2014:149).

Bireysel katılım yatırımcıları, 4/1/1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun hükümlerine göre hesapladıkları hisselerin tutarlarının %75’ini yıllık beyannamelerine konu kazanç ve iratlarından hisselerin iktisap edildiği dönemde indirebilirler. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu ile Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı tarafından belirlenen araştırma-geliştirme ve yenilikçilik programları kapsamında vergi desteği için bakanlığa başvuru tarihi itibaren projeleri son 5 yıl içinde desteklenmiş kurumlara iştirak sağlayan bireysel katılım yatırımcıları için bu oran %100 olarak uygulanmaktadır. Ayrıca yıllık indirim tutarı 1.000.000 TL’yi aşmamaktadır (Resmi Gazete BKS Yönetmeliği, 2013).

Hazine ve Maliye Bakanlığının hazırladığı son BKS ilerleme raporuna göre (2019) Türkiye’de toplam 476 tane lisanslı bireysel katılım yatırımcısı bulunmaktadır. Verilen lisansların lisans sahiplerinin niteliklerine göre dağılımı incelendiğinde; tecrübeli yatırımcı sayısı 159, servete sahip yatırımcı 183, yüksek gelire sahip yatırımcı ise 134 kişidir. Niteliklere göre oranlar Şekil 2.1.’de gösterilmiştir.

Şekil 2.1. Lisans alanların niteliklerine göre dağılımı

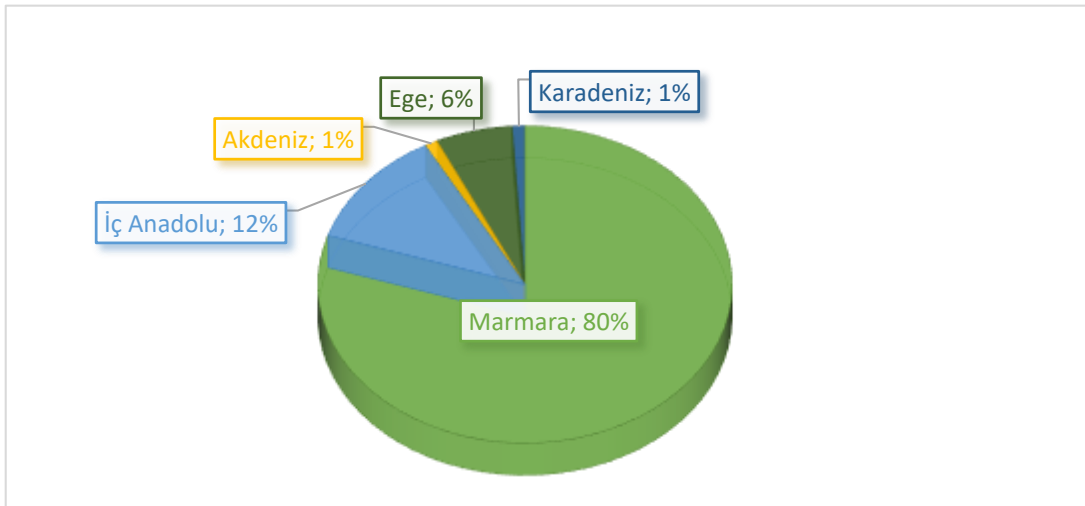


Kaynak: BKS İlerleme Raporu (2019)

Şekil 2.1'e göre Türkiye'de bireysel katılım yatırımcısı lisansına sahip

BKS ilerleme raporuna göre (2019) 2019 yılının ilk çeyreği itibari ile bireysel katılım sermayesi lisansı almış kişiler Türkiye'deki 5 bölgeye dağılmıştır. Şekil 2.2.'de de görüldüğü gibi lisans sahipleri %80 oran ile en çok Marmara bölgesinde, en az %1 oran ile Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde yaşamaktadırlar.

Şekil 2.2. Verilen Lisansların Bölgesel Dağılımı.

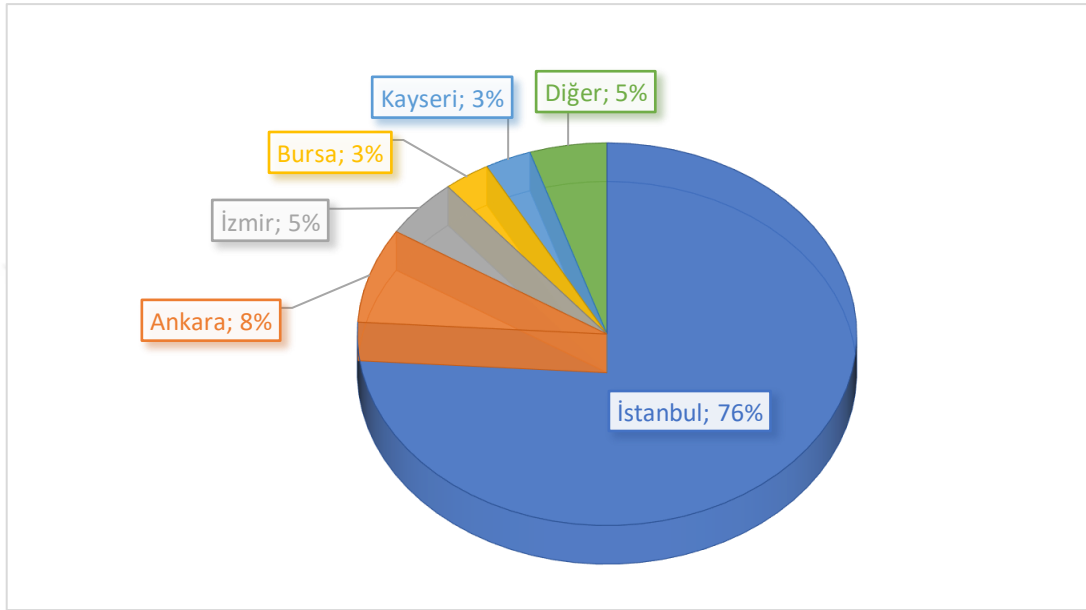


Kaynak: BKS İlerleme Raporu (2019)

Verilen lisansların illere göre dağılımı incelendiğinde ise en çok lisans verilen ilin %76 oran ile İstanbul olduğu görülmektedir. Bu ili %8 ile Ankara, %5 ile İzmir,

%3 ile Bursa ve Kayseri illeri takip etmektedir. Geri kalan 76 ilimiz lisanslı girişimcilerin sadece %5'ine sahiptir. Bu oranlar Şekil 2.3.'te gösterilmektedir.

Şekil 03. Verilen Lisansların İllere Göre Dağılımı.



Kaynak: BKS İlerleme Raporu (2019)

2013 yılının haziran ayında bireysel katılım sermayesi sistemi üzerinden ilk yatırım gerçekleştirilmiştir. Bugüne kadar yapılan yatırımlarda bireysel katılım yatırımcılar %10 hisse bedeli için ortalama 78.370,81 TL sermaye aktarmışlardır (BKS ilerleme raporu, 2019).

2.4. Devlet Desteğinden Yararlanmak İçin Uygulamaya İlişkin Süreç

Lisanslı BKY'nin vergi desteğinden yararlanabilmesi için yatırım yapılmadan önce aşağıda sayılan belgelerle birlikte BKY Ağı aracılığıyla Hazine Müsteşarlığı'na başvurusu gereklidir (KOSGEB, 2020):

- İş planı,
- Türk Ticaret Kanunu'na uygun şekilde girişim şirketinin faaliyet konusu, ortaklık yapısı, kayıtlı ve ödenmiş sermayesi ile mevcut ortaklarını ve diğer hususları içeren esas sözleşme taslağı,

- Girişim şirketi ortaklarının kimlik bilgileri ve özgeçmişi,
- BKY'nin ortaklık kurduğu girişimcilerle ilgili mevzuata aykırılık teşkil edebilecek akrabalık bağları bulunmadığını ve girişim şirketiyle ticari ilişkisinin olmadığını belirten taahhütname,
- Girişim şirketi ortaklarının, Hazine Müsteşarlığı'nın düzenlemelerine uyacaklarını belirten taahhütname,
- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu ile Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı tarafından belirlenen araştırma, geliştirme ve yenilikçilik programları kapsamında projesi son beş yıl içinde desteklenmiş bir girişim şirketine yatırım yapılması halinde %100 vergi desteğinden yararlanılması için ilgili kurumdan alınmış durumu tevsik eden belge.

Diğer yandan teşvik kapsamında yatırım yapılacak şirketin de bazı nitelikler taşıması gerekmektedir. Bu nitelikler şu şekilde belirlenmiştir (KOSGEB, 2020):

- Şirketin BKY'nin iştirakinden önceki son iki mali yıldaki net satışlarının yıllık 5.000.000 TL'den fazla olmaması,
- En fazla elli çalışanı bulunması,
- Şirketin, BKY'nin kendisine, eşine, kendisinin veya eşinin altsoyu ve üstsoyu ile üçüncü derece dahil yansoy hısımlarına ve kayın hısımlarına idaresi, denetimi veya sermayesi bakımından doğrudan veya dolaylı olarak bağlı bulunmaması ya da nüfuzu altında olmaması,
- Başka bir şirketin kontrolünde olmaması,
- Müsteşarlıkça belirlenen devlet desteği sağlanacak sektörlerde veya faaliyetlerde bulunması,
- Paylarının halka arz edilmemiş olması,

- BKY'ler şirketin hakim ortağı, diğer bir ifade ile %50'den fazla ortağı olamaz.

2.5. Bireysel Katılım Yatırımcılığı ve Kadın Girişimciliği

Daha önce bahsedildiği üzere bireysel katılım yatırımcılığı Türkiye’de yeni gelişen bir kavramdır. İş dünyasındaki erkek egemen yapı düşünüldüğünde zaten kadın girişimcilerin sayısının az olması, kadın girişimciler arasında da bireysel katılım yatırımcılığı kavramını duymuş olup buna ilgi duyma eğiliminde olan kadın girişimci sayısının az olması bu alanda ülke olarak daha fazla yol kat etmemiz gerekliliğini göstermektedir. Kadın melek yatırımcılar diğer adıyla bireysel katılım yatırımcılar üzerine yapılmış araştırmalar ve elde edilen sonuçlar bu alandaki yetersizliği gözler önüne sermektedir. Bu alanda yapılmış çalışmalardan bazıları şu şekildedir;

Yılmaz ve Yılmaz (2016) çalışmalarında Türkiye’deki iş kadınlarının melek yatırımcılık ekosisteminde nicelik olarak ne durumda olduklarını araştırmıştır. Yapılan çalışma 2016 yılında 79 milyona yaklaşan Türkiye nüfusu içinde 35 adet kadın melek yatırımcı olduğunu ve bu sayının toplam içindeki oranının %10 civarında olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca çalışmanın sonunda kadın yatırımcılarının sayısının neden bu kadar düşük olduğu ile ilgili tartışmaya yer verilmiştir. Çıkan sonuçta kadınların erkeklere göre risk alma düzeylerinin daha düşük olduğu ve bunu etkileyen 4 faktör olduğu ortaya koyulmuştur. Bu faktörler sırası ile biyolojik ve psikolojik faktörler, sosyal ve kültürel faktörler, ekonomik faktörler ve bilgi düzeyleri ile ilgili faktörler olarak sıralanmış ve açıklanmıştır.

Çerçi (2014) “Küresel Ölçekte Melek Yatırımcılığın Gelişiminin İncelenmesi” başlıklı çalışmasında melek yatırımcılığın nasıl ve nerede ortaya çıktığı, Avrupa’daki belli başlı ülkelerde melek yatırımcılığın ve Amerika’daki melek yatırımcılığın nasıl işlediği gibi konulara değinmiştir.

Tunç (2018) yaptığı çalışmada Dünyadaki melek yatırımcılık ile ilgili bilgilerin yanı sıra Türkiye’deki melek yatırımcılığın durumunu analiz etmiştir.

Çalışmada Türkiye’deki melek yatırım verilerini çalışmasında paylaşan Tunç, Hazine Müsteşarlığının ilerleme raporlarından faydalanmıştır. Sonuç olarak çalışmasında Türkiye’de melek yatırımcılığın geliştirilmesi konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Ulutürk Cinbiş (2017) yaptığı çalışmada Türkiye’deki akredite melek yatırımcı ağlarının gelişimini ve karakteristik özelliklerini analiz etmiştir. Bu çalışmada melek yatırımcı ağlarının kar yöntemleri, verdikleri hizmetler, misyonları ve ayrıca nerde, ne zaman, kimler tarafından kuruldukları gibi detaylara yer verilmiştir.

Yurt dışında da Türkiye’dekine benzer bir durum söz konusudur ve kadın melek yatırımcılara yönelik çalışma miktarı sınırlı sayıdadır.

Harrison ve Mason (2007) yaptıkları çalışmada girişimcilik finansmanında cinsiyetin önemli olup olmadığını kadın melek yatırımcılığı üzerinden araştırmışlardır. İngiltere’deki iş meleklerinin ayrıntılı bir analizine dayanan araştırma, piyasada aktif olan kadın yatırımcıların, erkek meslektaşlarından yalnızca sınırlı bakımdan farklılık gösterdiği sonucuna varmaktadır.

Sohl ve Hill (2007) “Kadınlar iş melekleri: Melek gruplarından görüşler” başlıklı çalışmalarında kadın meleklerin kadın girişimcilere yatırım yapma eğilimi olup olmadığı, kadınların melek yatırımcı olarak yer alması için temel teşvik ve motivasyonların neler olduğu gibi konular araştırılmıştır.

Becker-Blease ve Sohl (2011) “Cinsiyet Çeşitliliğinin Melek Grup Yatırımına Etkisi” başlıklı çalışmalarında 2000-2006 yılları arasında 183 adet melek grubun yatırım davranışları incelemiştir. Elde edilen kanıtlar cinsiyet çeşitliliğinin grup yatırım davranışının önemli bir göstergesi olduğunu ve gruptaki kadın meleklerin oranının yatırım olasılığı üzerinde doğrusal olmasa da olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Görüldüğü gibi bireysel katılım yatırımcılığı ile ilgili farklı yazarlar tarafından farklı konular araştırılmış ve literatüre yeni yeni veriler eklenmiştir. Bu çalışmada Konya’daki kadın melek yatırımcıların davranışları üzerine odaklanılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM ve BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde sırasıyla araştırmanın amacı, önemi, modeli, kapsamı ve sınırlılıkları ile araştırma sorusuna ve veri analiz yöntemine yer verilecek ayrıca araştırmanın son kısmında elde edilen bulgulara değinilecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın ana amacı; yeni yeni gelişmekte olan Bireysel Katılım Yatırımcılığı diğer adıyla Melek Yatırımcılık kavramına Konya'daki kadın girişimcilerin yaklaşımını anlamaktır. Ayrıca araştırmada melek yatırımcılık konusunda kadın girişimcilerin yatırım kararlarını nelerin etkilediği belirlenmeye çalışılmıştır.

Melek yatırımcılık Türkiye'de yeni gelişen bir kavramken kadın melek yatırımcılığı konusunda oldukça az sayıda çalışma yapılmıştır. Anadolu'daki kadın melek yatırımcılar üzerine yapılmış çalışmalar ise daha da kısıtlıdır. Fakat Türkiye'nin ekonomik olarak yapmak istediği atılımda ülkenin her yerindeki girişimcilerin önemi yüksektir. Buna giderek artan kadın girişimciler ve yatırımcılar da dahildir. Yapılan bu araştırma ile Anadolu'daki belli bir tecrübe ve sermaye birikimine sahip kadın girişimcilerin Melek yatırımcılığa yaklaşımları ortaya koyulmaktadır. Ayrıca yatırım niyeti olan kadın girişimcilerin yatırım için ne gibi kriterleri olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar Anadolu'da faaliyet gösteren kadın girişimcilerden yatırım almak isteyen genç veya yeni girişimcilere kılavuz olacaktır.

3.2. Araştırma Sorusu

Bu araştırma, lisanslı Bireysel Katılım Yatırımcısı olsun veya olmasın kadın girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığına yaklaşımları ayrıca bir girişimciye veya girişimci adayına yatırım yapma konusunda niyetlerine etki eden unsurları belirlemeye yönelik olarak hazırlanmaktadır.

Araştırmacı tarafından bu araştırma için 2 temel araştırma sorusu belirlenmiştir. Bunlardan ilki "Kadın girişimcilerin bireysel katılım yatırımcılığı

(melek yatırımcılık) hakkında ki görüşleri nelerdir?” şeklindedir. Bununla birlikte araştırmanın diğer sorusu “Kadın girişimlerin bireysel katılım yatırımcısı (melek yatırımcı) olma niyetlerini etkileyen faktörler nelerdir?” şeklindedir.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma zaman ve maliyet kısıtından dolayı Konya ilinde gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Konya Anadolu'nun ortasında ve doğu ile batı arasında bir geçiş niteliğindedir ve diğer Anadolu illerini anlamada yararlı olacağı düşünülmektedir. Diğer yandan Konya, Anadolu'daki iller arasında sanayisi gelişmiş sayılı illerden birisidir. Bu durum girişimcilik ekosisteminin oluşmuş olması dolayısıyla anlamlı veri elde etme açısından önemlidir. Fakat Anadolu'nun diğer şehirlerinde de bu araştırmanı benzeri yapılarak çıkan sonuçlar karşılaştırılmalı ve o zaman bir genelleme yapılmalıdır.

3.4. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırma kadın girişimciler üzerinde yapılmıştır. Bu yüzden kadın girişimcilere ulaşmada kolaylık sağlaması açısından ve alanında en aktif sivil toplum kuruluşlarından birisi olması sebebiyle Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) Konya şubesi üyeleri arasından belirlenen kadın girişimciler araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. KAGİDER, girişimcilik yoluyla kadının güçlenmesini hedefleyen bir sivil toplum kuruluşudur. Derneğin 350'den fazla üyesi mevcuttur (www.kagider.org.tr, 2021). Araştırma 1 Şubat 2020 ile 30 Eylül 2020 tarihleri arasında yürütülmüştür. Bu tarih aralığında belirlenen kadın girişimciler ile -telefonla aranarak randevu alınmak sureti ile- yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır.

Nitel araştırmalarda çalışma grubunu oluşturacak kişi sayısı diğer bir ifade ile örneklem sayısı hakkında çok farklı görüş mevcuttur. Yapılan incelemede ağırlıklı görüşün örneklem belirlemede kişi sayısından ziyade olguyu açıklayabilecek ve derinleştirebilecek katılımcıların varlığının önemi olduğu görülmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014:212). Bu kapsamda Guest ve arkadaşlarının (2006) yaptığı çalışma da dikkate alınarak katılımcıların tekrara düşmeleri sebebiyle araştırmanın çalışma

grubu için 13 kişinin yeterli olduğuna karar verilmiştir. Zira Guest ve arkadaşları veri doygunluğunu inceledikleri çalışmada 12 kişinin veri doygunluğu için yeterli olduğunu ortaya koymuşlardır (Guest, Bunce ve Johnson, 2006:74).

Mülakat gerçekleştirilen 13 kişilik katılımcı kar topu yöntemi ile belirlenmiş ve listedeki kişilerden kendini daha iyi ifade edenlerin kimler olduğu görüşülen katılımcılara sorularak ilerlenilmiştir.

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın konusu gereği elde edilmesi amaçlanan verilerin kalitesi ve derinliği nitel araştırma modeline daha uygundur. Bu yüzden araştırma yöntemi olarak nitel araştırma tekniğinden yararlanılmıştır. Verilerin elde edilmesinde kadın girişimcilerle gerçekleştirilen mülakat tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığı ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakat formu hazırlanırken literatür çalışmasına uygun, araştırma sorularını kapsayacak nitelikte sorular belirlenmiştir. Mülakat formuna son halinin verilmesi için alanında uzman 3 akademisyenin görüşlerine başvurulmuş ve onayları alınmıştır. Uygulanan mülakat formu Ek-1’de verilmiştir.

3.6. Veri Analiz Yöntemi

Araştırmada elde edilen veriler öncelikle metin formatına dönüştürülmüş ve araştırmacı tarafından yeteri kadar okunup önemli noktaların altı çizilmiştir. Daha sonra nitel araştırma tekniklerinden biri olan betimsel analiz tekniği kullanılarak veriler bölümlenmiş ve özetlenmiştir (Coşkun vd., 2015: 324). Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguların okuyucuya düzenlenmiş ve yorumlanmış şekilde sunulmasıdır. Betimsel analizde veriler, önceden hazırlanmış temalara göre düzenlenebileceği gibi, araştırma sırasında ortaya çıkan sorular ya da boyutlar da dikkate alınarak sunulabilmektedir. Bu çözümlemede, görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016:239).

3.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirlik

Nicel araştırmalarda geçerlilik, güvenilirlik ve güç analizleri sayısal göstergeler üzerinden kanıtlanmaktadır. Nitel araştırmalarda nicel araştırmalar gibi sayısal veriler üzerinden analizler yapılmadığından kesin geçerlilik ve güvenilirlik yöntemlerinden bahsetmek zordur (Başkale, 2016:23). Ancak nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik kavramları üzerinden kesin ölçüt olarak kabul edilmemekle birlikte araştırmacıların geneli tarafından kabul edilen birtakım görüşler bulunmaktadır (Arslan, 2019:103).

Örneğin Agar'a göre nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik yerine, inanılabilirlik, temsilin doğruluğu ve yazarın uzmanlığı gibi terimlerin kullanılması daha doğru olacaktır (Agar, akt. Krefting, 1991:215). İnanılabilirliğin sağlanması, araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu gibi ve olabildiğince tarafsız bir şekilde gözlemlemesi ya da sosyal bir olayı tüm gerçekliğiyle ortaya koymasıyla mümkün olabilmektedir (Yıldırım, 2010:81). Nitel bir araştırmanın objektifliği, onaylanabilir olup olmamasıyla ölçülebilir. Bu yöntem sonraki kişilerin de yapabilmesi için süreçlerin/aktivitelerin kaydedilmesini içerir (Başkale, 2016:25). Bu araştırmanın da onaylanabilirliği için tüm veriler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Talep edilmesi durumunda benzer araştırmalar yapacak başka araştırmacılar ile paylaşılacaktır.

Geçerlilik ve güvenilirlik sorununu aşmak adına temsilin doğru seçilmesi için üniversitedeki araştırmacıların yönlendirmesi ile kurumsal bir sivil toplum örgütüne gidilmiş ve oradaki yetkililerden aktif, faal ve kendini ifade edebilecek kadın girişimcilerin isimleri ve iletişim bilgileri alınmıştır. Bu sayede temsilin doğruluğu en yüksek düzeyde sağlanmıştır.

Son olarak geçerlik ve güvenilirliği sağlayacağı düşünülen yazarın uzmanlığı konusunda da araştırmacı gerekli adımları atmış ve kendisini hem kadın girişimcilik hem de nitel araştırma yöntemleri konusunda geliştirmiştir. Uzmanlardan nitel analiz teknikleri ve etkili mülakat teknikleri eğitimleri alarak ve kadın girişimciliği üzerine derin okumalar yaparak eksikliğini mümkün olduğunca kapatmış ve bu alanlarda yeteri düzeyde bilgi edinmiştir.

3.8. Bulgular

Bu bölümde araştırma sorularını cevaplamak için gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen verilere yer verilecektir. “Kadın Girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) Algısı ve Yatırım Niyetlerine Etki Eden Unsurların Belirlenmesi: Konya Hizmet Sektörü Örneği” konulu araştırmaya ait bulgular; kadın girişimcilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular ve bireysel katılım yatırımcılığı algıları ile yatırım niyetlerine etki eden unsurların neler olduğunu ortaya koyan bulgular olmak üzere iki kategoride paylaşılmıştır. Mülakat formunda yer alan 21 sorudan ilk 5 tanesi katılımcıları daha iyi tanımlayabilmek için onların demografik niteliklerini ortaya çıkarmaya yönelik sorulan sorulardır. Geri kalan 16 soru ise katılımcıların bireysel katılım yatırımcılığına yaklaşımlarını, bireysel katılım yatırımcılığı ile ilgili mevcut bilgilerini ve yatırım yapma niyetlerini ortaya koymaya yöneliktir.

Araştırmaya 13 kadın girişimci katılmıştır. Katılımcıların kendilerini daha rahat hissetmeleri ve sorulara içtenlikle, çekinmeden cevap verebilmeleri için kimliklerinin gizlenmesi uygun görülmüş ve bu durum kendileri ile de paylaşılmıştır. Araştırmada verilerin hangi veri kaynağına ait olduğunu takip edebilmek için katılımcılara 1’den 13’e kadar “Kadın Girişimci” kelimelerinin kısaltması olarak “KG” kodları verilmiştir. Kodlamada KG1-KG13 şeklinde bir sıralama yapılmıştır.

3.8.1. Katılımcılara Ait Bulgular

Bu başlık altında görüşme yapılan kadın girişimcilerin demografik ve kişisel özelliklerine ait bulgulara yer verilmiştir. Bu bulgular, çalışılan mevcut sektör, eğitim durumu, yıllık ortalama gelir, yaş ve iş dünyasındaki deneyimleri kapsamaktadır. Bu kapsamda katılımcılara ait demografik bulgular Tablo 1’de paylaşılmıştır.

Tablo 3.1. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Katılımcılar	Yaş	Eğitim Durumu	Sektör	Yıllık Ortalama Gelir
KG1	29	Lise	Giyim	2.000.000 TL
KG2	35	Üniversite	Giyim	70.000 TL
KG3	43	Üniversite	Otomotiv/Hizmet	100.000 TL
KG4	43	Lise	Gayrimenkul	50.000 TL
KG5	43	Üniversite	Lojistik	120.000 TL
KG6	38	Üniversite	Moda Tasarım	200.000 TL
KG7	38	Üniversite	Halı imalatı/Pazarlama	50.000.000 TL
KG8	45	Üniversite	Yiyecek İçecek	Belirtmek istemiyor
KG9	38	Üniversite	Mimarlık	100.000 TL
KG10	35	Üniversite (Yüksek lisans)	Tarım/Hizmet	180.000 TL
KG11	43	Üniversite	Medya organizasyon	Belirtmek istemiyor
KG12	41	Üniversite (Ön lisans)	Yiyecek İçecek	Belirtmek istemiyor
KG13	45	İlkokul	Tekstil/Düğün	100.000 TL

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun yani 12'sinin orta yaş grubunda olduğu sadece 1 katılımcının 30 yaş altında olduğu görülmektedir.

Katılımcılar eğitim durumları açısından incelendiğinde 13 katılımcıdan 10'unun üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcılardan 2'si lise ve 1'i de ilkokul mezunu olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcılar çoğunlukla hizmet sektöründe veya hem hizmet hem de imalat sektöründe birlikte çalıştıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların çok değişken gelirler elde ettikleri görülmektedir. Yıllık geliri 50 milyon olan kadın girişimciden yıllık geliri 50 bin TL olan kadın girişimciye kadar farklı gelir seviyelerinde girişimciler bulunmaktadır.

Fakat yıllık gelirin ekseriyetle (N=6) 100-200 bin TL bandında toplandığı görülmektedir. Katılımcılardan 3'ü yıllık ortalama gelirlerini söylemek istememiştir.

Katılımcıları daha yakından tanımak adına iş dünyasındaki deneyimlerine yönelik soruya verilen cevaplar Tablo 2'de paylaşılmıştır.

Tablo 3.2. Katılımcıların İş Dünyasındaki Deneyimleri

Katılımcılar	İş Dünyasındaki Deneyimleri
KG1	“Deneyimim bu sektör haricinde yok. Anneden gelen bir meslek. Lise, ortaokul çağlarından itibaren yazları annemin yanına gelerek öğrendiğim, lise bittikten sonra da bu işe gerçekten ciddi olarak atıldığım bir meslek. 3 yıldır da kendi firmam da yönetici olarak çalışıyorum.”
KG2	“Daha önce satış sektöründe bulundum, satış eğitimleri verdim, şimdi de işletmeci olarak devam ediyorum.”
KG3	“22 yıldan beri lastik sektöründeyim. İşletme fakültesini bitirdikten sonra muhasebeci olarak başladığım lastik firmasında daha sonra kademe kademe yükselerek en son kendi işyerimi açtım.”
KG4	“20 yıldan beri sadece bu sektörde çalıştım.”
KG5	“25 yaşından beri çalışıyorum. Çalışmadığım sektör kalmadı hemen hemen. Bulaşıkçılık yaptım, sonra kafem oldu. Daha sonra sigorta sektöründe hayat sigortası sattım. Sonra MNG inşaatın mühendisi olarak Dubai'de çalıştım. Çünkü Mühendislik Mimarlık Fakültesi jeoloji mühendisliği mezunuyum ben. Orada temelci yani kazıkçıydım aslında ben. Kazık işleri yapıyorduk orada. İki sene çalıştıktan sonra geldim MNG elemanı olduğum için MNG Kargo sektöründe çalışmam için bana bir teklifte bulundu. Ben bilmiyordum Kargo sektörünü, bilmediğim için de bana dediler ki biz bunu kolayca öğretebiliriz size. Yurtdışı satış müdürleri olarak çalıştım. Önce Kayseri'deki FedEx'te çalıştım daha sonra oradaki satışlarım yüksek olduğu için beni buraya (Konya) aldılar. Burada da çok yüksek cirolar yaptıktan sonra bütün rakiplerimin yanında çalışmaya başladım. 10 senedir 30 yaşından beri yapıyorum. Sonra burada ücretlerimizi alamayınca KOSGEB kurslarına giderek devlet desteği ile limited şirket kurup kendi işimize başladık.”
KG6	“Evimde başladım çanta ayakkabı satmaya. Çok kısa bir özet olacak olursa yeni girişimciler için; santimleri değil milimleri sayarak geldik geldiğimiz noktaya. Biz ticareti babamızdan öğrendik, çocuk yaştan beri onunla beraber ticaretin içindeydik. Ama babamın sektörü çok farklıydı. Halı mobilya satıyordu. Ama ablamla beraber işletiyoruz burayı, ablam Dilek Hanif'in (ünlü moda tasarımcısı) yanında 4 yıl çalıştıktan sonra burayı moda evi haline getirebildik.”
KG7	“Özel sektör olarak soruyorsanız ben eşimle birlikte 5 yıldan beri özel sektörde kendi işimi yapıyorum. Lisans olarak da branşım moda tasarım öğretmenliğidir. Ama şu anda biz onun ayrı bir eğitim gerektirmesinden dolayı kendi desinatörlerimizi dışarıdan temin edip desenleri kendimiz tasarlıyoruz. Eşime yardımcı olduğum konular finans, muhasebe aynı zamanda müşteri ilişkileri yönetimi gibi konulardır.”
KG8	“Üniversite hayatından sonra 2 yıl çalışma hayatım oldu. Daha sonrasında ayrıldım,

	bebekler olunca ayrılmak zorunda kaldım. Uzun süre çocukları büyütmek için iş hayatından uzak kaldım. Sonra şu an bulunduğum kooperatifin başkanı olarak 3 yıldır görev yapmaya başladım. Yani öncesinde ev hanımıydım diyebilirim.”
KG9	“Ben 2004 Selçuk üniversitesi Mimarlık fakültesi mezunuyum. 2004 yılından beri de aktif olarak çalışıyorum. Önce bir mimarlık ofisinde başladım çalışmaya. Orada 2 yıl proje çalıştım. Ondan sonra da bir inşaat firmasında şantiye deneyimi elde ettim. 10 yıldır da kendi ofisim var. 10 yıldır hem proje çiziyorum hem de çizdiğim projelerin uygulamasını yapıyorum.”
KG10	“Ben sektöre 2007 yılında başladım. Sektöre başlamanın çıkış noktası İstanbul. İstanbul'da sektörün en önemli firmalarından global bir şirket olan Eurodrip AŞ'de başladım. Asıl amaç staj yapmak, dosyayı tamamlamak doldurmak, bir şekilde iş dünyasının içinde temas etmiş olmaktı. Sonra orada ekiple çok güzel bir senkronizasyon oldu. O dönemde üniversite bitmişti tam yurtdışı planlar yapıyordum. Eurodrip firmasının Konya'da Bölge müdürlüğü açmasıyla burada 2 yıl personel 3 yıl yönetici olarak çalıştım. Firma doğrudan satış kararı alarak bayi ve bölge müdürlüklerinin kapatılmasına karar verdi. Ben de orada çalışan mühendis arkadaşım ile beraber kendi şirketimi kurdum. 2013 yılından bu yana faaliyet gösteriyoruz.”
KG11	“Üniversite yıllarından beri çalışıyorum, yaz tatillerinde mutlaka iş aradım kendime. 25 yıl olmuştur. Yazılım şirketinde ilk başladım işe, belki bu yüzden bu sektöre yakınım, ticaret yaptım. Görsel yönetmenlik yaptım, şimdi yine aynı işi yapıyorum. Görsel yönetmenlik grafik tasarımcılık yapıyorum. Dış ticaret işi yapıyorum.”
KG12	Daha önce gönüllü kuruluşlarda çalışıyordum, bu işi 5 yıldır yapıyorum.
KG13	“18-19 yaşlarında ekonomik sıkıntılardan dolayı çalışma hayatına başladım. Tek amacım para kazanmaktı. 24 yıldır çalışıyorum. İlk zamanlar çocuklar küçük olunca, evde ufak tefek satışlar yaptım. Sonra küçük bir işyeri kiraladım. Sonra bir daha açtım, bir daha açtım derken burası benim 13. iş yerim. Başarılı başarısız pek çok deneyimim oldu. 1 yıldır da bu işyerinde faaliyet gösteriyorum. Market işlettim, Hayvancılıktan tutunda üretip satılabilecek her işi yaptım diyebilirim. Çok komik şeyler de oldu içinde dondurma sattığım oldu, yılbaşında hindi sattığım oldu...”

Tablo 2’de “Bize kısaca iş dünyasındaki deneyimlerinizden bahsedebilir misiniz?” sorusuna katılımcıların verdiği cevaplar bulunmaktadır. Tablo 2 incelendiğinde katılımcılardan KG1, KG3, KG4, KG6, KG7, KG8, KG9, KG10, KG11 ve KG12 (N=10) tek bir sektörde ve iş kolunda deneyim sahibi olduklarını; doğrudan bu sektörde girişimci olduklarını ya da bir miktar deneyim elde ettikleri iş kolunda sonradan girişimde bulduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcılardan KG2, KG5 ve KG13 (N=3) ise birçok farklı sektörde deneyim sahibi olduklarını ve pek çok farklı iş kolunda çalıştıklarını “Çalışmadığım sektör kalmadı hemen hemen. Bulaşıkçılık yaptım, sonra kafem oldu. Daha sonra sigorta sektöründe hayat sigortası sattım. Sonra MNG inşaatın mühendisi olarak

Dubai'de çalıştım...” veya “...burası benim 13. iş yerim. Başarılı başarısız pek çok deneyimim oldu... Markette işlettim hayvancılıkta yaptım...” şeklinde ifade etmişlerdir.

Tablodan da anlaşılacağı üzere kadın girişimcilerin çoğunlukla ilk tecrübe ettikleri veya eğitimini aldıkları işlere bağlı kaldıkları ve bu alanın dışına çok fazla çıkmadıkları görülmektedir.

3.8.2. Katılımcıların BKY (Melek Yatırımcılık) Olgusuna İlişkin Farkındalık Düzeyleri

Katılımcıların Bireysel Katılım yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) olgusuna ilişkin bilgilerinin olup olmadığını ve böyle bir kavramı daha önce duyup duymadıklarını belirlemek için sorulan “Melek yatırımcılık/bireysel katılım yatırımcılığı kavramlarını daha önce duydunuz mu? Bu konuda neler biliyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar bu bölümde analiz edilmiştir. Tablo 3’te katılımcıların bu duruma ilişkin görüşleri yer almaktadır.

Tablo 3.3. Katılımcıların BKY Olgusuna İlişkin Farkındalık Düzeyleri

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Hayır duymadım, bu konuda hiçbir şey bilmiyorum”
KG2	“Duymadım ...bilmiyorum.”
KG3	“İlk defa duyuyorum, fikrim yok.”
KG4	“Hayır duymadım daha önce.”
KG5	“Duydum, televizyonda izlemiştim bir kere. İlginç projeleri olanlara destek veriyorlar. Eğer okeylerlse maddi olarak yardımcı oluyorlar. Ne kadar paraya ihtiyacın var diyor işte 100bin TL diyor, 100bin değil ama ben bunun 70bin TL’sine okey diyebilirim diyor.. TV de birkaç kez izledim.”
KG6	“İnanın bilmiyorum, ilk defa duyuyorum sizden.”
KG7	“Melek yatırımcılık kavramını biliyorum evet, duydum. Girişimcilik potansiyeline sahip gençlerimize ya da girişimcilerimize finansal destek sağlayan yatırımcılarımız. Aynı şekilde danışmanlık sağladığını da biliyorum melek yatırımcıların. İş takibi konusunda fiili aktif gösterdiklerini de biliyorum, kurulan şirket ya da yapılan yatırım üzerinde. Bunun dışında hisse payı alıyorlar mı o konuda net bir bilgiye sahip değilim”
KG8	“Hiç duymadım.”

KG9	“Duydum ama aşırı bilgim yok işin içinde olmama rağmen. Daha çok bilgilenmeye ihtiyaç var bu konuda.”
KG10	“...dediğim gibi aslında sizinle birlikte bir yankı yaptı bu bende. Belki daha önce de duydum ama bir algı oluşturmadı.”
KG11	“Duydum, yurt dışında çok fazla aslında ama Türkiye’de çok bilinen veya çok uygulanan bir yatırımcılık türü değil. Daha önce bir yatırımcıyla birlikte çalışmaya başladık o bizim önce mal varlığımızı çıkarmaya çalıştı, fikre ortak olmaya değil de mal varlığına ortak gibi düşünüyor...”
KG12	“Duymadım.”
KG13	“Hiç duymadım inanın.”

Tablo 3’te “Melek yatırımcılık/bireysel katılım yatırımcılığı kavramlarını daha önce duydunuz mu? Bu konuda neler biliyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır.

Katılımcılardan 2’si KG7 ve KG11 sorulan soruya tatmin edici cevaplar verirken, 2 katılımcı KG5 ve KG9 kavramı duydıklarını ama çok fazla bilgiye sahip olmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların (N=9) büyük çoğunluğu bireysel katılım yatırımcılığı veya melek yatırımcılık kavramlarını daha önce hiç duymadıklarını “*İnanın bilmiyorum, ilk defa duyuyorum sizden.*”, “*Hayır duymadım, bu konuda hiçbir şey bilmiyorum*” gibi sözlerle ifade etmişlerdir.

3.8.3. Resmi Bir Bireysel Katılım Yatırımcısı Olma Ya Da Bir Melek Yatırımcı Ağına Üye Olma Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların herhangi bir melek yatırımcı ağına üye olup olmadıklarını belirlemek ya da devletin sunduğu resmi bireysel katılım yatırımcısı olma imkandan yararlanıp yararlanmadıklarını öğrenmek için “*Resmi bir bireysel katılım yatırımcısı mısınız ya da bir melek yatırımcı ağına üye misiniz?*” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 3.4. Resmi Bir Bireysel Katılım Yatırımcısı Olma Ya Da Bir Melek Yatırımcı Ağına Üye Olma Durumlarına İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Değilim”
KG2	“Yok değilim”
KG3	“Hayır değilim, yeni duyuyorum.”
KG4	“Hiçbirine değilim.”
KG5	“Sadece KOSGEB’den kadın girişimci olarak destek aldım.”
KG6	“Değilim.”
KG7	“Herhangi bir kurumsal melek yatırımcılık üyeliğim yok şu anda”
KG8	“Yok.”
KG9	“Yok hayır.”
KG10	“Hayır değilim”
KG11	“Olmadım”
KG12	“Değilim.”
KG13	“Hayır.”

Tablo 4 incelendiğinde 13 kadın girişimciden hiçbirinin bir melek yatırım ağına üye olmadığı veya resmi bir bireysel katılım yatırımcısı olmadığı görülmektedir.

3.8.4. Yeni Girişimcilere Yatırım Yapma Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların yeni girişimcileri destekleme durumlarını belirlemek ve böylece melek yatırımcı vasıflarına sahip olup olmadıklarını tespit edebilmek için “Yeni girişimcilere yatırım yapıyor musunuz? Ya da daha önce yaptınız mı?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 5’te gösterilmektedir.

Tablo 3.5. Yeni Girişimcilere Yatırım Yapma Durumlarına İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Hayır hiç öyle bir şey yapmadım. Kendi işimiz olduğu için öyle bir şeye yönelmedik. Böyle bir konuyla karşılaşmadığımız için, bu konuda direkt cevap veremiyorum.”
KG2	“Yok yapmadım.”
KG3	“Yeni girişimcilere yatırım yapıyor muyum? Ön ayak olduğumu düşünüyorum. Yeni bir girişimci arkadaşımız daha var şu anda. O da tekstil üzerine çalıştığı için onlara da sadece ön ayak oluyorum. Yani nasıl söyleyeyim, girişimcilik anlamında, bir kadının da kendi işyerini açıp ayakta durabileceğini düşünmeleri için örnek olduğumu düşünüyorum zaten.”
KG4	“Hayır yapmadım.”
KG5	“Yok hiç olmadım.”
KG6	“Destek olmaya çalışıyoruz ama hiçbir şekilde yatırım yapmadık. Müşteri ağıımızı paylaşabiliyoruz, yol gösterebiliyoruz en fazla yapabileceğimiz bu.”
KG7	“Girişimcilik anlamında bir başkasının fikrini destekleyen bir yatırım yapmadık.”
KG8	“Üretim yapan bayanlara satış yapmalarına destek oluyoruz. Ortaklık olarak değil.”
KG9	“Yanımda çalışmak isteyenlere destek oluyorum. Girişimci için bir destek olmadım. Gelen de olmadı.”
KG10	“Yapıyorum nasıl yapıyorum. İş fikirleri veriyorum. İşe devam ettirdiğimiz yeni üniversite mezunlarını gerek proje olarak gerek maddi olarak gerek ürün olarak destekliyorum.
KG11	“Yatırım yapmadık ama dediğim gibi yeni nesille çok içli dışlıyız, her dönem farklı stajyerlerimiz var.”
KG12	“Yapmadım.” “...ben niye bir de millete para vereceğim? Ben neye güveneceğim? Ben hep güvendiğim insandan zarar gördüm.”
KG13	“Çok yapıyorum, diğer işimde çok evleri çalıştırıyordum. Evleri veya küçük iş yerlerini hayata geçirdik. Dedik ki size küçük atölyeler açalım bunların giderlerini ben karşılayayım. Siz yaptığınız işten bunları önce düşelim, makineler sizin olsun örneğin. Sonra bize iş yapmaya devam edin. Çünkü ben toplu iş ve ihale aldığım için bize çok kişi lazım. Ama o çok kişiyi de bir arada çalıştıramıyorsunuz. Hem yeterli durumunuz yok hem de SSK'dır diğer giderler bizi yoruyor. Yönetimde zorluk

	<p>yaşıyorum.”</p> <p>“Mesela biz marketi dediğiniz gibi açmıştık. Bir akrabamız var marketten anlıyor, küçük bir bakkalı var. Biz ona dedik ki biz size imkan sağlayalım marketi büyük açalım, işletmesi sizde olsun karı paylaşalım. Ortak olduk. O şekilde birçok işletmemiz var. Mesela çiftliği de o şekilde kurduk. Biz normalde hayvancılık işinden anlamıyoruz. Böyle bir projesi ve hayali olan, onlar da bizim yakınlarımız... işte bizim böyle bir hayalimiz var ama paramız yok gibi... biz öyle bir işe girdik. Onlar paralarını sonra kattılar, biz başlangıcı hazırladık. Onlar şu an çiftlikte devam ediyorlar biz ayrıldık. Hissemizi dışardan başka birine devrettik biz çıktık onlar devam ediyorlar. Zaten onların hayaliydi, bizim hayalimiz değildi.”</p>
--	---

Yeni girişimcilere yatırım yapma durumları hakkında bilgi veren Tablo 5 incelendiğinde katılımcılardan sadece KG13 yeni girişimcilere yatırım yapan ve aslında bir melek yatırımcı davranışı sergileyen tek kadın girişimcidir. Bu durumu; *“Bir akrabamız var marketten anlıyor, küçük bir bakkalı var. Biz ona dedik ki biz size imkan sağlayalım marketi büyük açalım, işletmesi sizde olsun karı paylaşalım. Ortak olduk.”* ve *“Biz normalde hayvancılık işinden anlamıyoruz. Böyle bir projesi ve hayali olan, onlar da bizim yakınlarımız... işte bizim böyle bir hayalimiz var ama paramız yok gibi... biz öyle bir işe girdik.”* cümleleri ile ifade etmiştir. Dolayısıyla KG13 için melek yatırımcı dememiz mümkündür.

Bu durumda 13 kadın girişimciden 1’i yeni girişimcilere yatırım yaparken 12’si yeni girişimcilere şu anda ve daha öncesinde yatırım yapmadığını ifade etmişlerdir.

Bu tabloda dikkat edilmesi gereken bir husus katılımcıların 6’sını oluşturan KG3, KG6, KG8, KG9, KG10 ve KG11 maddi olarak ya da ortaklık şeklinde bir girişimcilik yapmasalar da deneyim ve tecrübe aktarımı, ürün desteği, borç verme vb. konularda yeni girişimcileri desteklediklerini, onlara **ön ayak olduklarını** ifade etmişlerdir.

Örneğin KG6: *“Destek olmaya çalışıyoruz ama hiçbir şekilde yatırım yapmadık. Müşteri ağıımızı paylaşabiliyoruz, yol gösterebiliyoruz en fazla yapabileceğimiz bu.”* şeklinde bu durumu ifade ederken KG10: *“Yapıyorum nasıl yapıyorum. İş fikirleri veriyorum. İşe devam ettirdiğimiz yeni üniversite mezunlarını gerek proje olarak gerek maddi olarak gerek ürün olarak destekliyorum.”*. KG3:

“Yeni girişimcilere yatırım yapıyor muyum? Ön ayak olduğumu düşünüyorum.” şeklinde beyanda bulunmuşlardır.

Kadın girişimciler destek olmaya, önyak olmaya çalıştıklarını ifade etmeleri kültürel bir olgu olarak karşılıksız iyilik yapma anlamında anlaşılacağı gibi birlikte iş yapma alışkanlığının olmaması veya risk almaktan kaçınma olarak da düşünülebilir.

Bu kadın girişimcilere BKY'nin avantajları ve melek yatırımcılığın getirileri doğru bir şekilde anlatıldığında belki de gerçek anlamda melek yatırımcı olabileceklerdir.

3.8.5. Yatırım Kararı Almada Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların yeni girişimcilere yatırım yapma ya da yapmama kararlarının arkasındaki motivasyonu öğrenebilmek için “Yatırım yapma/yapmama kararı almanızda etkili olan faktörler nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 6’da gösterilmektedir.

Tablo 3.6. Katılımcıların Yatırım Kararlarında Etkili Olan Faktörler Hakkındaki Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	-
KG2	“Yani sermaye.”
KG3	“Şimdi yatırım yapmak istediğim sektörde öncelikle kişinin isteğinin ve arzusunun olmasını bekliyorum ben. Yani gerçekten bunu ben yaparım diyerek işe çıkmasını bekliyorum. Sektörden önce kişinin isteği, arzusu ve yapabilme gücü. Bir insan istekliyse yapabilir. İstekli değil de yöneliyorsa bir işe.. Ondan sonraki ikinci plana geçip o sektörü ayırabilirim. Sektör ayırmıyorum. Sadece o işi başarabilir mi? başaramaz mı? istekli mi? arzulu mu? Bunun için nasıl bir çabası var? Ne istiyor? Projesi ne? Onu dinliyorum öncelikle.”
KG4	-
KG5	“Olmam için çok iyi bir fikri olması lazım. Gelip bana kafe açacağım dese hadi git derim... Orijinal bir fikirle gelmesi lazım. ...bunlar girişimcilik değil. ...çok fazlalar.” “...herkesin yaptığı işi yapmaması lazım o kişinin.”
KG6	“Kendi belimizi ancak doğrultabildik, dediğim gibi santimleri değil milimleri saydık. Kadın girişimciler için yapabileceğimiz en fazla şey onlara dikişi öğretmektir. Meslek sahibi yapabilmektir. Bu anlamda da kişisel bazda çok

	yardımcı olduğumuza inanıyorum. Ama yatırım olarak ikinci bir mağaza ya da ikinci bir ortaklık hiç düşünmedik. Böyle bir teklif de gelmedi açıkçası.”
KG7	“Eşimle birlikte çalışıyoruz, bu konuda kararları ona bırakıyorum.”
KG8	“Ürünlerin kalitesine bakarım”
KG9	“Kimse gelmedi.”
KG10	“Sektör ve projeye olan inancım. Sektörel bazda o sektörün ülke standartlarında ve dünya standartlarında bir değerlendirilmesi lazım. Yani o global bakışla nerede? Sektörün bir adım sonrası ne? Bir de gerçekten o projeye inanıyor olmam lazım. O projeye inanmakta, aslında projenin kağıt üzerinde önüme konmasından ziyade, o yapan kişinin beni etkilemesi. Benim o ateşi almam lazım. “ <i>Evet ya bundan bu çıkar</i> ” demem lazım.”
KG11	“Bize bir fikirle gelen olsaydı belki düşünülebilirdi, değerlendirilebilirdi.”
KG12	“Güven.”
KG13	“Benim için durum şöyle; bir karar bir bilinç o dönemlerde hiç yok, yani sıfır. Sabah kalkıyorsunuz ne yapabilirim bugün kazanç olarak? Hep bunun üzerinde ilerledi. Maddi amaçlı yani.”

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların yatırım kararı almalarında çeşitli faktörlerin rol oynadığı görülmektedir. Katılımcı KG2 “Sermaye”nin yatırım kararında etkili olduğunu dile getirirken KG12 “Güven” konusuna vurgu yapmıştır.

KG6: “*Böyle bir teklif de gelmedi açıkçası.*” ve KG9: “*Kimse gelmedi.*” şeklindeki ifadeleri ile kendilerine yatırım konusunda teklif gelmediği için yatırım kararı almadıklarını dile getirmişlerdir.

Kadın girişimcilerin yatırım kararı almalarında öne çıkan en önemli unsurun **güzel bir iş fikri** olduğu görülmektedir. Katılımcıların 4’ü karşlarına iyi bir “Fikir” çıkmadığı için yatırım yapmadıklarını ifade etmişlerdir. KG5 bunu “*...çok iyi bir fikri olması lazım. Gelip bana kafe açacağım dese hadi git derim... Orijinal bir fikirle gelmesi lazım.*” şeklinde ifade ederken KG11 “*Bize bir fikirle gelen olsaydı belki düşünülebilirdi, değerlendirilebilirdi.*” şeklinde aktarmıştır.

Katılımcılardan 2’si bu konuda görüş bildirmemiştir.

Tablo 6’dan genç girişimcilerin iyi bir fikirle, istek ve arzulu olduklarını göstererek ve mümkün oldukça çok kadın girişimciye (KG3, KG5, KG6, KG8, KG9,

KG10, KG11, KG13) ulaşmaları halinde yarısından fazlasından (N=8) destek alma ihtimallerinin olduğu görülmektedir.

3.8.6. Katılımcılardan Yatırım Talep Edilmesi Durumuna İlişkin Bulgular

Katılımcılardan daha önce yatırım talep edilme durumu ve bu duruma katılımcıların tepkilerinin ne olduğunu öğrenmek adına kendilerine “*Size hiç yatırım talebiyle başvuran oldu mu?*” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 3.7. Katılımcılardan Yatırım Talep Edilme Durumuna İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Hayır olmadı.”
KG2	“Olmadı.”
KG3	“Hayır olmadı.”
KG4	“Olmadı.”
KG5	“Yok.”
KG6	“Hayır olmadı.”
KG7	“Hayır.”
KG8	“Yok.”
KG9	“Olmadı.”
KG10	“Çok fazla alıyorum ben böyle talepler. Gerek üniversitelerden gerek yeni mezunlardan, yeni jenerasyon değil sektörün içerisinde farklı bir iş yapalım, yatırım yapalım diyenlerden alıyorum.”
KG11	“Olmadı.”
KG12	“Olmadı.”
KG13	“...mesela çiftliği de o şekilde kurduk. Biz normalde hayvancılık işinden anlamıyoruz. Böyle bir projesi ve hayali olan, onlar da bizim yakınlarımız... işte bizim böyle bir hayalimiz var ama paramız yok gibi... biz öyle bir işe girdik.”

Tablo 7 incelendiğinde 13 katılımcıdan sadece 2 tanesi KG10 ve KG13 kendilerine yatırım talebiyle gelenler olduğunu dile getirmişlerdir. KG10 “*Çok fazla*

alıyorum ben böyle talepler. Gerek üniversitelerden gerek yeni mezunlardan, yeni jenerasyon değil sektörün içerisinde farklı bir iş yapalım, yatırım yapalım diyenlerden alıyorum.” şeklinde ifade ederken KG13 “...biz normalde hayvancılık işinden anlamıyoruz. Böyle bir projesi ve hayali olan, onlar da bizim yakınlarımız... işte bizim böyle bir hayalimiz var ama paramız yok gibi... biz öyle bir işe girdik.”

Fakat bu iki katılımcıdan KG10 gelen yatırım taleplerine cevap vermezken KG13 gelen talepleri değerlendirerek yatırım yaptığını ifade etmiştir.

Geri kalan 11 katılımcı kendilerine herhangi bir yatırım talebinin gelmediğini söylemişlerdir. Melek yatırımcı arayan genç girişimcilerin daha fazla kişiye ulaşma çabaları yatırım alma konusunda şanslarını artırabilecektir.

3.8.7. Katılımcıların Yatırım Yapacak Girişimci Araştırma Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların melek yatırımcılık kavramına yakınlıklarına ilişkin niyetlerini anlayabilmek adına kendilerine “Siz hiç yatırım yapmak için girişimci aradınız mı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 3.8. Katılımcıların Yatırım Yapma Niyetiyle Girişimci Araştırmalarına İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Hayır aramadık.”
KG2	“Yok aramadım.”
KG3	“Hayır aramadım. Şöyle söyleyeyim ben zaten 2 yıldır ticaret yapıyorum. O yüzden şu anda yeni olduğum için öyle hiçbir talepte bulunan ya da bulunduğum olmadı. İlerleyen yıllarda düşünürüm.”
KG4	“Hayır aramadım.”
KG5	“Yok hayır, hayır hiç aramadım.”
KG6	“Aramadım.”
KG7	“Öyle bir girişimim olmadı.”
KG8	“Yatırım yapmak değil de projelere katılıyoruz.”
KG9	“Hayır”

KG10	“Açıkçası bir girişim içerisinde bulunmadım. Birini bulayım da bir yatırım yapayım demedim. Bu şundan da kaynaklı olabilir. Öğrencilerle sık sık bir araya geliyoruz, projelerde bulunuyoruz, konferanslara katılıyoruz ya da gençlerle beraber bir şeyler yapıyoruz. Belki de onun içinde olduğum için ekstra arayış içine girmedim.”
KG11	“Fikir anlamında olmadı.”
KG12	“Aramadım.”
KG13	“...bir akrabamız var marketten anlıyor, küçük bir bakkalı var. Biz ona dedik ki biz size imkan sağlayalım marketi büyük açalım, işletmesi sizde olsun karı paylaşalım. Ortak olduk.”

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların neredeyse tamamına yakını (N=12) yatırım yapma niyetiyle girişimci araştırmadıklarını ifade etmişlerdir. İçlerinden sadece KG13 “...bir akrabamız var marketten anlıyor, küçük bir bakkalı var. Biz ona dedik ki biz size imkan sağlayalım marketi büyük açalım, işletmesi sizde olsun karı paylaşalım. Ortak olduk.” şeklindeki ifadesi ile yatırım niyetiyle girişimciler araştırdığını ortaya koymaktadır.

Tablo 8’de göstermektedir ki kadın girişimciler melek yatırımcılık kavramına çok yakın değildirler. Genellikle kendi işlerine odaklandıkları görülmektedir.

3.8.8. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişim Türlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların kadın girişimciler olarak ne tür girişimlere yatırım yapmak isteyebileceklerini belirleyebilmek adına kendilerine “Ne tür girişimlere yatırım yapmaya yakınsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 3.9. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişim Türlerine İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Kendi sektörümüz. Tabi.” “Tekstil üzerine ya da güzellik merkezi gibi, bu sektörün devamı gibi, gelinleri hazırlama gibi konulara”
KG2	“Tekstil, kendi sektörüm, onun dışında da spor, sağlık, spor kulüpleri”
KG3	“Şimdi söylediğim gibi sektör ayırmıyorum. Beni ikna etmesi ve onun başarabilmesi önemli. Şu sektör diye ayırmıyorum. O kişinin isteğe bağlılığı ve

	ondan sonraki projenin devamlılığı önemli benim için. Ben gıdayı yapmak istiyorum ama bana artı farklılığı ne? Dikkat çeken bir şey olması gerekiyor. Herkes hamburger dükkanı açıyor ama hamburger dükkanı açmasındaki farklılığı ne? Ben o farklılığı görmek istiyorum. O farklılığı yakalıyorsa örnek veriyorum, destek olacağıma inanıyorum.”
KG4	“Kendi işlerimle ilgili yatırımları yapmayı tercih ederim.”
KG5	“Kendi sektörüm, tabi.”
KG6	“Yine üretime yatırım yaparım. Anlamadığım bir şeye yatırım yapmam. Yine bu sektör olur. Yani anladığım bir şeye yatırım yaparım, anlamadığım bir şeye yatırım yapmam.”
KG7	“Yapacak olsam şu anda yazılım sektöründe yatırım yapmayı tercih ederim. Gıda sektöründe de yatırım yapmayı tercih ederim. Bayanlar için estetikte olabilir. Çünkü o da iyi bir pazarı olan ve zamansız bir yatırım. ...artık biz teknoloji çağında ilerliyoruz ve her şey yazılım şu çay bardağı, önümüze gelen her şey yazılım. Bu konuda iyi pazarlar yakalanabileceğini düşünüyorum.”
KG8	“Hep gıda sektöründe gidiyoruz ama farklı sektörler de istiyoruz.”
KG9	“Kendi sektörümüz ve kadın sektörü..., ...arkadaşımınla birlikte akıl aşındırıyoruz, butik, çocukla ilgili bir şeyler, ikinci bir sektöre ihtiyacımız var. Çünkü bir yer durduğunda bir yerin destek olması lazım.” “Çocuk ve kadın, eğitim ürünleri...” “Şu aralar sıfır atığa takmış durumdayım. Tükettiğimiz şeyler gerçek değil, organik değil, giydiğimiz her şey naylon, çocuklara yedirdiğimiz her şey plastiğin içerisinde, her şey paketli. O kadar değişik bir düzenin içine sokmuşlar ki bizi, biz de tabi ki farkında olmadan girmişiz onun içine. Ama şimdi çocuklar olduktan sonra kesinlikle insanın algıları değişiyor.”
KG10	“Amatör ruhunu görmem lazım, o heyecanını görmem lazım ve o heyecana kapılmayacağını da görmem lazım, kontrollü heyecan olacak. Cesaret olacak ama o cesaret cehalet olmayacak.” “İnsan çalıştığı sektöre çok daha aşınadır, belki diğer sektörlerle karşı körlük de oluşabiliyor. Ama en çok bulunmak istediğim yer teknolojik ürünler.”
KG11	“...yok farklı sektörler de olabilir. Dediğim gibi bir fikir vardır, hepimizde fikirler var ama, bazıları ne yazık ki biraz daha hayale yakın. Benim için ne kadar somut olduğu önemli.”
KG12	“Bayan ve çocuk alanına”
KG13	“Her türlü girişime. Şu anda elimizde 2 proje var, biri ihracata yönelik. Sonra bir de bir köpek maması ve kedi kumu ile ilgili bir projemiz var.”

Tablo 9 incelendiğinde katılımcıların yatırım yapmaya yakın hissettikleri girişim türlerinin 3 alana dağıldığı söylenebilir. Katılımcıların 5’i kendi sektörleri ile ilgili işlere yatırım yapmaya yakın hissetmektedir. Diğer yandan katılımcıların 2’si

farklı sektörlere yatırım yapmak istediğini dile getirmiş, 6'sı ise hem kendi sektörlerine hem de farklı sektörlere yatırım yapabileceklerini ifade etmiştir. Bu tablodan anlaşılacağı üzere kadın girişimciler farklı sektörlere açık olmakla birlikte büyük çoğunluğu “hem kendi sektörleri hem farklı sektörler” ile “sadece kendi sektörü” olarak ifadeler birlikte değerlendirildiğinde 11'i kendi sektörlerini işaret etmektedirler.

Örneğin KG4'ün “*Kendi işlerimle ilgili yatırımları yapmayı tercih ederim.*” ve KG6'nın “*Yine bu sektör olur. Yani anladığım bir şeye yatırım yaparım, anlamadığım bir şeye yatırım yapamam.*” şeklindeki ifadeleri kendi sektörlerini işaret etmektedir.

KG3'ün “*Şimdi söylediğim gibi sektör ayırmıyorum. Beni ikna etmesi ve onun başarabilmesi önemli. Şu sektör diye ayırmıyorum.*” veya KG13'ün “*Her türlü girişime. Şu anda elimizde 2 proje var, biri ihracata yönelik. Sonra bir de bir köpek maması ve kedi kumu ile ilgili bir projemiz var.*” İfadeleri kadın girişimcilerin sektör ayırmadan her sektöre yakın hissettiklerini göstermektedir.

KG8'in “*Hep gıda sektöründe gidiyoruz ama farklı sektörler de istiyoruz.*” ifadesi ve KG7'nin “*Yapacak olsam şu anda yazılım sektöründe yatırım yapmayı tercih ederim. Gıda sektöründe de yatırım yapmayı tercih ederim. Bayanlar için estetikte olabilir. Çünkü o da iyi bir pazarı olan ve zamansız bir yatırım.*” ifadesi farklı sektörlerde yatırım yapma isteklerini göstermektedir.

Yani kadın girişimcilere kendi sektörlerinde veya kendi sektörlerinin tamamlayıcısı bir sektörde iş yapacak projelerle gidildiği takdirde yatırım alma şansı oldukça yüksek olacaktır.

3.8.9. Yatırım Yapılabilecek Girişim Modelinde Aranılan Kriterlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların yaptıkları yatırımlarda ya da ileride yapabilecekleri yatırımlardaki girişim modelinde aradıkları kriterlerin neler olduğunu tespit edebilmek için kendilerine “*Yatırım yapıyorsanız ya da yapacak olsanız yatırım*

yapacağınız girişim modelinde ne tür kriterlere bakarsınız?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 3.10. Katılımcıların Girişim Modelinde Aradıkları Kriterlere İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Gelir modeli.”
KG2	“Ürün.”
KG3	“Her şeye dikkat ederim.”
KG4	“Her şeye bakarım”
KG5	“Hedef müşteri, bir de ne satacak ürün de önemli.”
KG6	“Kaliteye bakarım. Maliyeti düşük ama kar marjı yüksek olması mühim değil. Kaliteli bir ürün her zaman süreçte kazanır. An da kazanmayabilir ama süreçte muhakkak kazanır.”
KG7	“Fikirlere açık olup olmadığına bakarım. Yapılacak olan sektördeki yatırımın bize dönüşü nasıl olur onu değerlendirmek isterim.”
KG8	“Farklı ürünler tercihim, herkesin bilmediği bize özel... Yenilik önemli.”
KG9	“İhtiyaç mı diye bakarım öncelikle. İstek mi? İhtiyaç mı? insanların ihtiyaçlarını karşılamak lazım.”
KG10	“Öncelikle sektöre ne kadar vakıf, hedef müşteri ağını ne kadar analiz edebilmiş, hedef müşteri ağını ne kadar, ürünlerinde teknolojiyi ne kadar kullanabilir vaziyette? Yani gelişen çağa ayak uydurabiliyor mu uyduramıyor mu?”
KG11	“Fikrin çok cazip olması lazım. Gelecek vadeden bir fikir olduğuna inanmamız gerekli başta bu iş birliğine girmeden önce. Çok uçuk kaçık fikirlere de açık olabiliriz. İş yapacak bir fikir olması önemli. Neticede herkes hayal kurar ama bunu somutlaştırabiliyor mu?”
KG12	“Her şeye açığımdır.” “Kendini ispat etmiş işlere bakarım. Bana sağlam şeylerle gelmesi lazım.” “Şimdi manav da açacaksanız diğer manavlardan bir farkınız olacak. Diğerlerinden farkınız ne? Herkesin sizden alabilmesi için sizin farkınız ne? Onu ortaya koyması lazım.”
KG13	“Burada her şeyden önce tek bir şeye bakıyorum “kişi”. Tek “kişi”. O kişide o ışığı gördüysem... Zaten şu an burada da bir tane kızım var benim. O ışığa sahip. Yani benim 10 katım donanımda, operasyonda, zaman yönetiminde her şeyde çok iyi. Benim zaman yönetimim sıfır.” “...kişinin ahlaki ölçüleri çok önemli.”

Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların girişim modelinde dikkat ettikleri kriterlerin gelir modeli, ürün, iş fikrinin farklılığı, girişimci, hedef kitle ve teknoloji kullanımını olduğu görülmektedir.

KG8, KG11 ve KG12'nin girişim modelinde **fikrin farklılığına** ve **inovasyona** dikkat ettiklerini görüyoruz KG12 bu durumu “...şimdi manav da açacaksanız diğer manavlardan bir farkınız olacak. Diğerlerinden farkınız ne? Herkesin sizden alabilmesi için sizin farkınız ne? Onu ortaya koyması lazım.” şeklinde ifade etmiştir.

Diğer yandan KG2, KG5, KG6 ve KG9 iş modelinde **ürüne** odaklanmaktadır. KG6 “Maliyeti düşük ama kar marjı yüksek olması mühim değil. Kaliteli bir ürün her zaman süreçte kazanır.” şeklinde ifade kullanarak ürünün kalitesine dikkat çekmiştir.

KG1 ve KG7 yatırım yapmak için **gelir modeline** dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu konuda KG7 “...yapılacak olan sektördeki yatırımın bize dönüşü nasıl olur onu değerlendirmek isterim.” şeklindeki ifadesi ile bu durumun önemli olduğunu ifade etmiştir.

KG7, KG10 ve KG13 girişim modelinde **kişinin (girişimci)** önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Bu konuda KG13 “Burada her şeyden önce tek bir şeye bakıyorum “kişi”. Tek “kişi”. O kişide o ışığı gördüysem...” diyerek girişimcinin ışığına ve istekliliğine ve ahlakına dikkat ettiğini ifade etmiştir. KG10 ise “Öncelikle sektöre ne kadar vakıf, hedef müşteri ağını ne kadar analiz edebilmiş, ürünlerinde teknolojiyi ne kadar kullanabilir vaziyette? Yani gelişen çağa ayak uydurabiliyor mu uyduramıyor mu?” diyerek kişinin yapılacak işe hakim olup olmadığına dikkat ettiğini, iş modelinde kişinin fonksiyonunun kendisi için önemli olduğunu dile getirmiştir.

Tablo 10 bize kadın girişimcilerin girişim modelini değerlendirirken bunu girişimciden bağımsız yapmadıklarını, aynı zamanda fikrin farklı olmasını beklediklerini ve büyük oranda ürüne odaklandıklarını göstermektedir. Aynı zamanda girişimin gelir modelinin ne olduğu ve nasıl geri dönüşünün olacağını da dikkat edilen noktalardan biri olduğu görmekteyiz.

3.8.10. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişimci Profiline İlişkin Bulgular

Katılımcıların yatırım yapmaya yakın hissettikleri bir girişimci profili olup olmadığını tespit edebilmek adına kendilerine “*Ne tür girişimcilere yatırım yapmaya yakınsınız?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 3.11. Yatırım Yapmaya Yakın Hissedilen Girişimci Profiline İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Kültüre daha önem veririm ve daha böyle sahiplenici, işini gerçekten severek yapabilecek, çalışmayı seven birini tercih ederim.”
KG2	“Her şeye bakarım.”
KG3	“Birinci önceliğim projenin çok güzel ve kendi ışığının olması, kendi ışığını görmem. İkincisi tabii ki kadın.” “O işte bir daha önce tecrübesi olması gerekiyor, bu işi daha önce yapmış olması lazım. İkincisi işine aşık olması lazım. Ben her işe aşkla bakıyorum. Yani bu işi neden açmak istiyorsun? Sebebi ne?” “yaşı önemli değil, bana aşkla o işi nasıl anlatacağı önemli”
KG4	“kendi sektörüm olsa daha sağlıklı olur.” “Yetkinliğine bakarım.”
KG5	“benim sektörümde olması, ...kadınlar ne yapabiliyor butik açıp ya elbise satıyor, ya mantı yapıyorlar, başka bir şey gördün mü? ...güzellik salonu, o da yaptıkları bir şey değil. ...cinsiyet, sektör bir de azim, azimli olması.” “Kültürlü olması çok önemli, çünkü biz butik iş yaparız. ben hani kargocu olursa destek veririm dedim ya, çünkü gittiğin adam mal kabulde çalışan adam değil, dünyanın 100 ülkesini gezmiş adamlarla muhatap oluyorsun. E kültürlü birisi olmalısın ki adama malını satabilmelisin. İş iyi bilmesi lazım, bir de dil bilmesi lazım bizdeki girişimcinin. Şöyle ki karşı ülkede problem çıktığı zaman, karşı ülkeye İngilizce mail atması lazım. Teknik özellikleri iyi olması lazım. Yaş...? Eğitim...? ya lise mezunu...? yok o kadar takılmam. Ama yaş genç olmalı. Çünkü öğrenmeye açık oluyor gençler. Her şeyi öğretiyorsunuz. Büyük birini mesela 45 yaşında birini aldığım zaman diyor ki “ama şurada şu var.” Çok meraklı olacak bu işe. Ekmek parası olarak görmeli bu işi.”
KG6	“Ayrım yaparım. İstekli ve azimli olmasına bakarım. Başka hiçbir şey olmaz. İnsan istesin yeter. İnsan insandır. Keşke herkes aynı şekilde bakabilse dünyaya ama insanın gelişmesi için insana ihtiyaç varsa benim için Müslüman, Ermeni, Hristiyan, ben sadece kişisel olarak kendimi bağlarım. Ama iş yeri kuralları çerçevesindeyse; istekli ve azimli olması çalışmak için ya da yatırım yapmak için yeterlidir.”

KG7	<p>“Yapmış olduğu girişim konusunda beni ikna etmesi lazım. İkna kabiliyeti olması gerekiyor. Bana bir maliyet hesabı çıkarması gerekiyor. Bizim de finansal dönüşümüzü sağlamak adına ne kadar yatırım yapacağız? Nasıl ilerleyeceğiz? Onları düşünürüm herhalde?”</p> <p>“Başka milliyetlerden çalışmam diye bir şey yok. Etnik köken, cinsiyet hiçbir ayırım yapmam. Esneğim o konuda.”</p> <p>“Kişinin girişimci ruhlı olmasına bakarım. Birinin benim şöyle bir desteğe ihtiyacım var bana yatırım yapar mısınız? Demesi bile beni etkiler. Ama bununla birlikte tecrübesine bakarım.”</p>
KG8	<p>“Biz şu anda bile genç üniversiteli öğrencilere, dışarda çalışma fırsatı olmayan bayanlara yardımcı olmaya çalışıyoruz.”</p> <p>“İşi yapabilecek mi? cevher var mı? tecrübesiz olabilir ama nice gençler var ataklar, hayal dünyaları geniş o tarz yönlerine bakarız.” “...önceliğimiz bayanlar.”</p>
KG9	<p>“Teknik ve yetkinliğine bakarım. Bir de geçmişte neler yapmış ona bakarım. Ne kadar sabretmiş, dayanma gücü nerede? Çünkü girişimcilikte sabır, azim çok önemli.”</p>
KG10	<p>“...girişimcide işine hakim olup olmaması demek yanlış olur. Girişimci illaki hakim olamayacaktır. Hakim olabileceğine dair bir özgüveni var mı? buna bakarım. Sonuçta hiçbirimiz bu bilgileri doğuştan öğrenmiyoruz. Üzerine katlaya katlaya geliyoruz. Bir emare beklerim. O özgüven var mıdır? Duruşundan, bakışından, vizyonundan, konuşma tarzından. Ne kadar doğru bilmiyorum ama aile geleneklerini de çok irdelerim. Birlikte mi yaşıyorlar, çekirdek aileler mi bunlara bakarım. Bu neler getiriyor. Çekirdek ailede yaşayıp büyük ailede yaşamamış insanlar uyum problemi yaşayabiliyorlar, sabır problemi yaşayabiliyorlar. Ama büyük ailede yaşamış insanlar, sabır, uyum bu tarz problemler yaşamıyorlar.”</p>
KG11	<p>“Yok yapmam, ticaretin dili dini rengi yok.”</p>
KG12	<p>“Güven, bilgi, birikim, deneyim, karakter bunlar benim için önemli.”</p> <p>“Benim için ailesi çok önemli, annesi babası çok temiz, köklüyse, iyiyse o insandan kötü bir şey çıkmaz.”</p>
KG13	<p>“...kişinin ahlaki ölçüleri çok önemli. ...kişi gayreti, azmi ve kişiliği, ahlaki ölçüleri uyuyorsa benim için iş bitmiştir zaten.”</p> <p>“Şu anda benim burada Somalili bir ortağım var mesela, Hollanda'dan bir tane hissedarım var, hem inşaattayız. Ondan sonra İsveçli bir tane var. Yani yabancılarla ilgili daha da iyiyim, daha dürüstler.”</p> <p>“Bilgi, eğitim. Eğitim olmazsa hakikaten olmaz. Yani biz bunu daha önce uzun yıllar, 10 yıl falan diğer grupla denemiştik. Ben bunu şöyle baktığımda geçmişe mesela diyorum ki bayan evde eşi her gün dövmüş, pazar görememiş, o kadını alıp uğraşmışım. Oradan sonuç çıkaramıyorum. Yani psikoloji bitmiş, beden ruh sağlığı bitmiş. Oradan bir verim gelmiyor. Ne oluyor? günlük ihtiyaç görebiliyoruz. Ne oluyor? kendim, vicdanım rahat oluyor.</p> <p>“Kadın gerçekten vasıfsız yani. Ben onunla ne kadar yol alabilirim. Senin söylediğini zaten anlamıyor ki. Yani hayatı zaten küçük, küçük hayattan nasıl bir vizyon bekleyebiliriz? Kadına dersin ki Almanya nerede desem bilmez. Sen de</p>

	<p>diyorsun ki Almanya'ya ürün satacağım diyorsun. O kadar absürt bir durumdasın.”</p> <p>“Şimdi burada da senin yani sizin orda işte geldim, iş fikrim var, heyecanım var, uyuyamıyorum. Bu değil, katılması lazım. Adam gidecek önce restoran açacağız bulaşığından başlayacak. Bir ay bulaşık yıkayacak, bir ay başka bir şey yapacak, ondan sonra gelecek diyecek ki abla aşamaları şu. Her bulaşık yıkarken 10 tane bardak kırılıyor diyecek. Bana veriyile gelecek.”</p>
--	--

Tablo 11 analiz edildiğinde katılımcıların yatırım yapacakları girişimcide aradıkları niteliklerden bazılarının ön plana çıktığı görülmektedir. Buna göre katılımcılar yatırım yapmaya yakın hissettikleri girişimcide; **istek, azim, yetkinlik, kültürlü olma, yüksek hayal gücü, bilgi, özgüven, ahlak, karakter, tecrübe, işini sevmeye, ışığı olma, ikna kabiliyeti, vizyon, güven, ve eğitim** gibi konulara dikkat ettiklerini dile getirmişlerdir.

Buna göre girişimcide en çok aranan özelliklerin başında “**Yetkinlik**” gelmektedir. Yetkinlik Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre “gerekli olgunluğa erişmek” anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, 2020). İş dünyasında da bilgi, kabiliyet ve tecrübe bakımından bir işi yapabilecek düzeyde olma anlamında kullanılmaktadır. O yüzden bu anlamlara gelen söylemler de yetkinlik olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların 8’ini oluşturan KG3, KG4, KG5, KG7, KG8, KG9, KG12 ve KG13 yetkinliğin kendileri için önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Örneğin KG8: “*İş yapabilecek mi? cevher var mı?*” derken, KG12: “*...bilgi, birikim, deneyim...*” ifadelerini kullanırken ya da KG4 doğrudan: “*Yetkinliğine bakarım.*” derken yetkinliğe işaret etmişlerdir.

Katılımcılar tarafından ikinci öne çıkan nitelik **Azim**’dir. Katılımcılardan 5’i yatırım yapacakları girişimcinin azimli olmasını beklemektedirler. Azim TDK sözlüğüne göre “Bir işteki engelleri yenme kararlılığı” anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, 2020). Toplumda çalışkan olma, gayretli olma gibi durumlar da azim kelimesi yerine kullanıldığından bu manaya gelen kelimeler bağlamsal bakımdan Azim sözcüğü altında değerlendirilmiştir.

Katılımcılardan KG6: “*İstekli ve azimli olmasına bakarım.*” derken KG13: “*...kişi gayreti, azmi ve kişiliği, ahlaki ölçüleri uyuyorsa benim için iş bitmiştir zaten.*” ifadelerini kullanmış ve KG9: “*Ne kadar sabretmiş, dayanma gücü nerede?*”

Çünkü girişimcilikte sabır, azim çok önemli.” Şeklinde azimli olmanın kendileri için öneminden bahsetmişlerdir.

Katılımcılardan 2’si KG10 ve KG7 **Özgüvenin** kendileri için önemli olduğunu ifade etmişlerdir. KG7: *“Birinin benim şöyle bir desteğe ihtiyacım var bana yatırım yapar mısınız? Demesi bile beni etkiler.”* şeklinde bir ifade ile özgüvene gönderme yaparken KG10 *“Bir emare beklerim. O özgüven var mıdır? Duruşundan, bakışından, vizyonundan, konuşma tarzından.”* diyerek özgüven aradığını açıkça ifade etmiştir.

Tablo 11 analiz edilirken araştırmacının dikkatini çeken iki durum ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki katılımcılardan 2’sinin yatırım yapacağı girişimde **cinsiyete** dikkat edeceğini söylemesidir. KG3: *“Birinci önceliğim projenin çok güzel ve kendi ışığının olması, kendi ışığını görmem. İkincisi tabii ki kadın.”* diyerek KG8 ise *“...önceliğimiz bayanlar.”* Şeklinde bir ifade kullanarak yatırım yapacakları kişinin cinsiyetini dikkate alacaklarını ifade etmişlerdir.

İkinci ilgi çekici durum ise katılımcılardan 2’sinin birlikte çalışacakları girişimcinin **aile yapısına** dikkat edeceklerini söylemeleridir. KG10 *“Ne kadar doğru bilmiyorum ama aile geleneklerini de çok irdelerim.”* derken KG12 *“Benim için ailesi çok önemli, annesi babası çok temiz, köklüyse, iyiyse o insandan kötü bir şey çıkmaz.”* diyerek düşüncelerini ifade etmişlerdir.

3.8.11. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Girişimci Profiline İlişkin Bulgular

Kadın girişimcilerin melek yatırımcı olarak yatırım yapacakları girişimci profillerini daha iyi anlayabilmek adına daha önce sorulan *“Ne tür girişimcilere yatırım yapmaya yakınsınız?”* sorusunu tersten sorarak derinlemesine veri elde edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda katılımcılara *“Asla yatırım yapmam dediğiniz girişimci tipi/tipleri var mı?”* sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Tablo 12’de paylaşılmıştır.

Tablo 3.12. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Girişimci Profiline İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
--------------	---------------------

KG1	-
KG2	“Tembel olanlar”
KG3	“Maymun iştahlı, özenti insanları sevmiyorum. Yapamayacağı, bilmediği işte oradan da para kazanırım ben, o nasıl yapıyor diyen insanları sevmiyorum.”
KG4	“Fazla özgüvenli olan insanlar.”
KG5	“Zıp zıp, hop hop tip erkekler vardır. Gelir durumu iyi değildir ama iPhone taşır mesela. Sürekli dışarda kafelerde, instagramda resim veren tipler vardır mesela. O tip kişilere yatırım yapmam. Ama normal şuraya gelmiş bir aile çocuğuna, gözünde ışık görürsem yatırım yaparım.”
KG6	“Tembel insanlara yatırım yapamam, tembel ve bilgisiz insanlara yatırım yapamam. Araştırmaya kapalı, kendini geliştirmemiş insanlara yatırım yapamam.”
KG7	“Yok hayır.”
KG8	“Bilgisinden yararlanabilecek miyim ona bakarım, uyumlu olabilecek mi, takım çalışmasına uygun birisi mi ona bakarız genellikle?”
KG9	“Kafasında çok fikir olanla çalışmam. Bazılarında aşırı fikir var. Denge yok, uçlarda. Her şey çok fikir ama, hadi bir tanesini yapalım dediğinde yok. Fikir tamam ama uygulamaya geçelim dediğinde yok.”
KG10	“Böyle bir şey kesinlikle olamaz. Ahlaki bir problemini tespit etmediğim müddetçe hayır öyle bir kişisel ayırım, pozitif ayrımcılık, cinsel ayrımcılık, hiçbir şey olamaz. Ahlaki olarak düzdün olması yeterli.”
KG11	“Girişimci ile olabilir tabii, karakter önemli, tutarlı olanları tercih ederim.”
KG12	“50 tane iş değiştirmiş kişiler.”
KG13	“Tembel insana hiç yatırım yapmam. Böyle memnuniyetsiz ve şikayetçi. Hayatında ne olursa olsun şikayet ediyor. Beklentisi yüksek. Yani bazen diyorum ki hani siz şöyle mi düşünüyorsunuz? Ben her ayın sonu geleyim maaşımı alayım gideyim. Buraya ne katabilirim yok. İçinde enerjisi yok yani.” “...bencil kişi. Mesela ortaklığa doğru gidiyorsun. Diyor ki ben ne kazanacağım bu işten? Direkt kazanca odaklı. İşin iyiliğine, kalitesine ya bu benim için bir gelecek olur, bu bir merdivendir görüşü yok. Ben ne kazanabilirim?”

Tablo 12 analiz edildiğinde kadın girişimcilerin yatırım yapma konusunda çekimser davranacakları girişimci tipleri şu şekilde ortaya çıkmaktadır: **tembel, tutarsız, ukala, kötü karakterli, bilgisiz, gelişime kapalı, uyumsuz, memnuniyetsiz, yüksek beklentili, enerjisiz ve bencil.**

Bu konuda girişimcilerin en çok dikkat ettikleri ilk konunun **tutarsızlık** olduğu ortaya çıkmıştır. KG3, KG9, KG11 ve KG12, 4 katılımcı girişimcinin tutarsız

olması halinde yatırım yapmak istemeyeceğini ifade etmiştir. Bu soruya KG12 “50 tane iş değiştirmiş kişiler.” şeklinde bir cevap verirken, KG3 “Maymun iştahlı, özentili insanları sevmiyorum” şeklinde cevap vererek tutarsızlıktan haz etmediğini ifade etmiştir.

İkinci sırada yer alan ve 3’er katılımcı tarafından dile getirilen 2 olumsuz kişilik özelliği **tembellik** ve **ahlaki olmayan kişilik** yapısıdır. Sorulan soruya KG2 “Tembel olanlar”, KG6 “Tembel insanlara yatırım yapmam” ve KG13 “Tembel insana hiç yatırım yapmam” şeklinde tembel girişimcilere yatırım yapmak istemediklerini ifade etmişlerdir.

Öte yandan KG5 “Zıp zıp, hop hop tip erkekler vardır. Gelir durumu iyi değildir ama iPhone taşır mesela. Sürekli dışarda kafelerde...” diyerek, KG10 “Ahlaki olarak düzdün olması yeterli.” şeklinde bir ifade ile ve KG11 “karakter önemli” sözleri ile yatırım yapılmayacak girişimci profilinin ahlaka aykırı davranışlar sergileyen kişiler olduğu dile getirilmiştir.

3.8.12. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen İş Kollarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların melek yatırım için iş kolları açısından özel tercihlerinin olup olmadığını tespit edebilmek adına daha önce sorulan “Ne tür girişimlere yatırım yapmaya yakınsınız?” sorusunu derinlemesine analiz edebilmek adına “Asla yatırım yapmam dediğiniz iş kolu/kolları var mı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 13’te yer almaktadır.

Tablo 3.13. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen İş Kollarına İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Var evet, mesela turizmle ilgili şeylere yatırım yapmam.”
KG2	“Alkolle alakalı olanlar”
KG3	“Hayır hiç yok, her sektöre yatırım yaparım.”
KG4	“Yok.”
KG5	“Yemek sektörü, güzellik sektörü, kıyafet filan satıyorlar ya şimdi... Popüler olan hiçbir şey yapmam. Çünkü çok çabuk tüketilmeye mecburdur.”
KG6	“Kumarhane, kahvehane, otelcilik.”

KG7	“Şeye girmem mesela, hidrolik, tarım makinaları, sanayi, evet inanılmaz bir sektör var Konya’da. Çok fazla ihracat yapılıyor.”
KG8	“Çalışmam diyebileceğim bir sektör? Hiç düşünmedim açıkçası, yok gibi...”
KG9	“Benim bilmediğim bir sektöre girmem mesela. Sağlık sektörü benim hiç bilmediğim bir sektör. Güven problemim var herhalde. Sorumluluk alıyorsun ama neyin sorumluluğunu aldığını bilmiyorsun, kontrol edemiyorsun.”
KG10	“Hayır, butik kafeden tutunda patisseriesinden tutunda tarım sektörüne her şey olur.”
KG11	“Yani bunu hiç düşünmedim. Şuna yatırım yapmam buna yatırım yapmam diye. Ama şu iş yapmaz dediğimiz şeyler bile zamanla iş yapıyor. Zanaatkarlık mesela yok oldu ya. Geçen gün hobilere baktım, TV’de nalbant kadın geldi ev dekorasyonu için, demire çeşitli şekiller veriyor. Zamanla pirim yapacak onlarda.”
KG12	“Yok.”
KG13	“Emeği çok kazancı az işlere girmem. Üretim hep öyledir. Ama o işi satan hep daha fazla kazanmıştır.” “...aslında bir de şunu da yani tecrübe ettim, hani bilmediğim, çok hakim olmadığım, hani hiç kimse olmazsa kendim yapamayacağım bir işi de düşünmüyorum. Diyelim ki biz üç kişiyle bir işe girdik. Bu işi eğer onlar olmayınca ben yapamayacaksam o işi de yapmak istemiyorum. Yani o da benim için bir tercih sebebi.”

Tablo 13 incelendiğinde katılımcı kadın girişimcilerin bazılarının yatırım yapmayı tercih etmeyeceği iş/iş kolları belirlenmiştir. Tabloya göre katılımcılardan 6’sı KG3, KG4, KG8, KG10, KG11 ve KG12 yatırım yapma konusunda uygun görmedikleri herhangi bir iş ya da iş kolu **olmadığını** belirtmişlerdir. Bu durum kadın girişimcilerin neredeyse yarısının her türlü iş koluna yatırım yapabilecekleri, ön yargılarının olmadığı anlamına gelmektedir. Bu hususta KG10: “*Hayır, butik kafeden tutunda patisseriesinden tutunda tarım sektörüne her şey olur.*” derken, KG8: “*Çalışmam diyebileceğim bir sektör? Hiç düşünmedim açıkçası, yok gibi...*” şeklinde çalışmayacağı herhangi bir iş kolu olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 13’e göre katılımcılardan 7’si bazı iş kollarına girmek istemediklerini ifade etmişlerdir. Bu iş kolları; **turizm, otelcilik, alkol satışı, yeme içme, güzellik, giyim, kahvehane, sanayi ve üretim** olarak sıralanmaktadır.

Burada dikkat çekici nokta kadın girişimcilerden bazılarının **turizm ve otelcilik** ile ilgili ve **alkol satışı** ile ilgili iş kollarına yatırım yapmayacaklarını bildirmeleridir. Bu durum kadınların etkilendikleri kültürel normlardan ve içinde

yaşadıkları toplumdan etkilenmeleri ile ilgili olabilir. KG1: “*Var evet, mesela turizmle ilgili şeylere yatırım yapmam.*” derken KG6: “*Kumarhane, kahvehane, otelcilik.*” şeklinde bir sıralama yapmıştır. KG2 ise “*Alkolle alakalı olanlar*” şeklinde yatırım yapmayacağı iş kollarını ifade etmiştir. Bu düşünceye sahip katılımcılar toplam katılımcıların 3’ünü oluşturmaktadır.

Bir diğer önemli nokta ise katılımcılardan 2’sinin **sanayi ve üretim** alanlarında yatırım yapmaya gönüllü olmamasıdır. Bu hususta KG7: “*Şeye girmem mesela, hidrolik, tarım makinaları, sanayi, evet inanılmaz bir sektör var Konya’da.*” derken, KG13: “*Emeği çok kazancı az işlere girmem. Üretim hep öyledir. Ama o işi satan hep daha fazla kazanmıştır.*” diyerek üretimden ziyade perakendeciliğe daha sıcak baktığını ifade etmiştir.

Son olarak KG9: “*Benim bilmediğim bir sektöre girmem mesela. Sağlık sektörü benim hiç bilmediğim bir sektör. Güven problemim var herhalde. Sorumluluk alıyorsun ama neyin sorumluluğunu aldığını bilmiyorsun, kontrol edemiyorsun.*” şeklinde bir görüş beyan ederek bilmediği anlamadığı sektörlerle mesafeli olduğunu dile getirmiştir.

3.8.13. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Ürün Türlerine İlişkin Bulgular

Melek yatırımcı arayışlarında olan ve kadın girişimcilere yönelebilecek yeni girişimcilere kılavuzluk etmek ayrıca kadın girişimcilerin girişim tercihlerini daha iyi anlayabilmek için katılımcılara “*Asla yatırım yapmam dediğiniz ürün/ürünler var mı?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 14’te yer almaktadır.

Tablo 3.14. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Ürün Türlerine İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Hayır yok, ön yargımız yok.”
KG2	“Yine alkolle alakalı.”
KG3	“Hayır yok, farklı olduğu sürece her ürüne yatırım yapabilirim.”
KG4	“Yok.”
KG5	-
KG6	“Tekel, alkol, yasadışı her şey.”
KG7	“Ürün olarak düşünmem, yapacak olacağım yatırımın fırsat olup olmadığına bakarım. Ürün odaklı değilim o konuda. Sektör belirleyici olur. Yaptığım işte bir estetik var. Baktığımız zaman hidrolik sistemleri? Bence bir bayanın çalışacak olduğu bir sektör değil gibime geliyor.”
KG8	“Getirisi olabilecek ürünlere yöneliriz genellikle, getirisi yoksa o ürünü tercih etmem. Bana geri dönüşümü olabilecek mi ona bakarız.”
KG9	“Popüler bir şeyle gelirse kabul etmem herhalde. Gelip geçici sektörler var ya, bir an yıldızı çok iyi yani 3-5 aylık, 1 senelik 2 senelik ama sonra baktığımızda uzun süreli değil. O tip işler.”
KG10	“Yok.”
KG11	“Yok.”
KG12	“Zararlı ürünler, katkılı maddeler.”
KG13	-

Tablo 14 incelendiğinde bu soruya 11 katılımcı cevap vermiştir. Görüş bildiren katılımcıların 7’si yatırım için uygun görülmeyen bir ürün türü belirlemediklerini dile getirmişlerdir. Bu katılımcılar KG1, KG3, KG4, KG7, KG8 KG10 ve KG11 olarak sıralanmıştır. Bu konuda KG7: “*Ürün olarak düşünmem, yapacak olacağım yatırımın fırsat olup olmadığına bakarım. Ürün odaklı değilim o konuda.*” derken, KG3: “*Hayır yok, farklı olduğu sürece her ürüne yatırım yapabilirim.*” şeklinde görüş bildirmiştir.

Öte yandan kadın girişimcilerin 3’ü yine alkol ve zararlı ürünlerle ilgili gelecek projeleri geri çevireceklerini dile getirmektedirler. Bu konuda KG2: “*Yine alkolle alakalı.*” derken, KG6: “*Tekel, alkol, yasadışı her şey.*” diyerek Alkolle alakalı ürünlere yatırım yapmayacaklarını belirtmişlerdir. KG12 ise bu konuda

“Zararlı ürünler, katkılı maddeler.” ifadelerini kullanarak hassasiyetini dile getirmiştir.

Bunların dışında KG9: “Popüler bir şeyle gelirse kabul etmem herhalde. Gelip geçici sektörler var ya, bir an yıldızı çok iyi yani 3-5 aylık, 1 senelik 2 senelik ama sonra baktığımızda uzun süreli değil.” şeklinde bir görüş bildirerek bir an popüler olan ve geleceği olmayan ürünlere sıcak bakmadığını dile getirmiştir.

3.8.14. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Hedef Kitleye İlişkin Bulgular

Katılımcıların yatırım yaparken herhangi bir hedef kitle tercihlerinin olup olmadığını anlamak adına kendilerine “Asla yatırım yapmam dediğiniz hedef kitlesi var mı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 15’te yer almaktadır.

Tablo 3.15. Yatırım İçin Uygun Görülmeyen Hedef Kitleye İlişkin Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	“Yok.”
KG2	“Yok, hedef kitlesinde çok ayırım yapmıyorum.”
KG3	“Hiç düşünmedim, öyle bir şey yok.”
KG4	“Hayır, yok.”
KG5	“Gençler. Hayal dünyasındalar çünkü.”
KG6	“Hayır yok. Ama ne ürünü olduğunu bilmem lazım. İnsan ayıramayız.”
KG7	“Hayır yok.”
KG8	“Bütün tüketicilere hizmet veririz, o konuda bir sıkıntı yok.”
KG9	“Ben biraz faydacıyım herhalde, faydası olan her şeye yatırım yapabilir herhalde.”
KG10	“Yani sektör sektör değerlendiriyoruz. İnşaat, tarım, gıda hayvan vesaire. Hepsini alt alta yazıyoruz. Bunlar zaten ülkemizde hiçbir zaman “Asla”ya açık şeyler değil. 3 yıl birisi mükemmel olup 3 yıl berbat olabilir durumda. O yüzden dünyanın dengeleri önemli. O yüzden yok. Dünya dengesi içerisinde risksiz bir gruptaysa o sektör yatırım yaparım.”
KG11	“Yok. Yatırımcı böyle şeylere bakmaz aslında bence. İş potansiyeline, getirisine bakar.”
KG12	“Yok.”

KG13	<p>“Benim için kadınlar ve çocuklar. Benim yani yapmam dediğim, erkeklere yatırım yapmam. Erkek müşteri hedef kitlem yok yani.”</p> <p>“Erkeklere yatırım yapmam. Zaten koca bir düğün yapıyor adama alınan tek takım elbise mesela. Her şey kadın endeksli yürüyor. Çocuklar yeni dönemde biliyorsunuz hani kendi küçük oğlumdan da biliyorum. Her şey onlara endeksli. Yani bütün eğitiminden tutun da giyiminden her şeyine kadar ciddi para harcıyoruz. Ve biz de madem ki paraya talibiz, o zaman nereye harcandığımı ölçmek lazım.”</p>
------	---

Tablo 15 incelendiğinde katılımcı kadın girişimcilerin tamamına yakını (N=11) hedef kitle ayırmadıklarını karlı olduğu sürece tüm tüketici tiplerine hizmet verecek girişimlere yatırım yapabileceklerini ifade etmişlerdir. Örneğin bu konuda KG11: “*Yok. Yatırımcı böyle şeylere bakmaz aslında bence. İş potansiyeline, getirisine bakar.*” derken, KG8: “*Bütün tüketicilere hizmet veririz, o konuda bir sıkıntı yok.*” şeklinde bir ifadeye bulunmuştur. KG6: “*Hayır yok. Ama ne ürünü olduğunu bilmem lazım. İnsan ayıramayız.*” demiştir.

Bu hususta KG5 hedef kitle olarak **genç tüketicilere** yönelik yatırım yapmayacağını ifade ederken KG13 **erkek tüketicilere** yönelik işlere yatırım yapmayacağını dile getirmiştir. KG5 bu durumu “*Gençler. Hayal dünyasındalar çünkü.*” şeklinde ifade ederken, KG13 “*Erkeklere yatırım yapmam, ...her şey kadın endeksli yürüyor. Çocuklar yeni dönemde biliyorsunuz hani kendi küçük oğlumdan da biliyorum. Her şey onlara endeksli.*” diyerek hedef müşteri ayırt ettiğini belirtmektedir.

3.8.15. Katılımcıların Yatırım Koşullarına Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların melek yatırımcı olarak yatırım yapma durumlarını etkileyebilecek unsurlardan biri de dış çevre koşullarıdır. Gerek ekonomik, politik, teknolojik ve gerekse de sosyal çevrenin günümüz koşullarında yatırım yapmak için uygun olup olmadığının tespitine yönelik olarak “*Yatırım yapmanız için koşullar uygun mu? Sizi yatırım yapmaya isteklendirecek ne gibi düzenlemeler yapılmalıdır?*” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 16’da yer almaktadır.

Tablo 3.16. Yatırım Koşullarına Yönelik Görüşler

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
KG1	<p>“Şu dönemde uygun değil. Sadece artık şubelerimizle birlikte en az zararlı sezonu atlatmak. Önümüzü görebilmek. Şu anda yeni bir hedefe adım atacak gibi bir durum söz konusu değil.”</p> <p><i>28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra düşünceleri sorulmuştur;</i></p> <p>“...biraz kafama yattı, ilgimi de çekti, hatta sizden sonrada bunu internetten araştırmayı düşünüyorum, gerçekten çok merak ettim. Yani ilgimi çeken bir konu oldu. Kim istemez büyük olmayı?”</p>
KG2	<p>“Şu anda uygun değil.”</p> <p><i>28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra düşünceleri sorulmuştur;</i></p> <p>“Şimdi onları daha detaylı incelemem lazım, çok hakim olamadım açıkçası.”</p>
KG3	<p>“Bizim için yapılması gereken en güzel şey, tekrar hibelerin gelmesi gerekiyor. Yatırım yaptığım için çalışan sigortalarının devlet tarafından ödenmesi olabilir veya gelir vergisinden indirimler yapılabilir. Kira desteği yapılabilir. Ama girişimci için en önemli şey desteklerin geri gelmesidir.”</p>
KG4	<p>“Koşullar uygun değil.”</p>
KG5	<p>“Yatırım yapabiliriz tabi. Dediğim gibi marjinal, para kazandırabilecek, kendi de para kazanacak, bana da para kazandıracak...”</p> <p>“...şu an da koşullar uygun değil. Geçen sene büyümeyi düşünüyorduk. Ama bu kriz artık biz hiçbir yere para harcamamalıyız dedirtiyor. Bir daha herkes içeri kapanabilir. Temkinli yaklaşıyorum. Geçen sene inanın çok güzel projelerimiz vardı.”</p> <p>“Yatırım yapmaya isteklendirecek şey para. Senin kiranı, araba masraflarını vergini, yakıtını düşürülmesi gibi...”</p>
KG6	<p>“Hayır hiç de uygun değil. Şu an ekonomik olarak hepimiz dardayız.”</p> <p>“Çalışma koşulları düzenlenmeli, ekonomik olarak insan kendi borçlarından arınmalı. Akabinde yatırım yapılmalı. Sıfır parayla yola çıkılamaz. Ben bir 20bin TL vereyim ama o hiçbir şey koymasın mümkün değil. Sadece maddi benden mümkün değil.”</p> <p><i>28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra düşünceleri sorulmuştur;</i></p> <p>“Ben o kadar yükün altına giremem. Devlete vereyim vergimi devlet kime istiyorsa versin. Araştırsın ince ince ne yapacak ne iş yapacak...Mesela 100bin TL'nin 70'ini size verdim iş kurdunuz, siz de batırdınız. Olsun olur mu? Vergi vermedim. Vergimi tam vermedim. Ben devletten keseceğim paradan yatırım yapmak istemem açıkçası.”</p>
KG7	<p>“Niye olmasın ilerde kaynak bulursak yatırımlar yapabiliriz tabi ki.”</p> <p><i>28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra düşünceleri</i></p>

	<p><i>sorulmuştur;</i></p> <p>“Çok iyi çok güzel avantajları varmış sayıldığında. Çok güzel de farkındalık yaratıyorsunuz aynı zamanda. Biz melek yatırımcıları duyuyoruz neler yaptığını da biliyoruz ama aslında bu işin daha detaylı irdelenmesi gerekiyor. İnsanlar biraz da korkuyor açıkçası. Şu anda bu ekonomik krizden dolayı da yatırım yapmak ne kadar doğru? Kendi öz kaynağı olan firmalar kendine bile yatırım yapmak istemiyorlar.”</p> <p>“Aslında çok güzel bir avantaj bana kalırsa, bence güzel, tabiki %75 çok yüksek bir oran. 100 bin TL'nin %75'ine vergi muafiyeti, çünkü o her şekilde senin cebinden çıkacak, devlet orada herhalde bana vereceğine yeni kapılar açalım yeni yatırım fikri olan girişimcileri destekleyelim şeklinde düşünüyör bence çok güzel.”</p>
KG8	<p>“Destekler yeterli değil her ne kadar olursa olsun yeterli gelmeyecektir, hep daha fazlası daha fazlası diyeceğiz sonuçta.”</p>
KG9	<p>“Çok belirsizlikler var yani. Bu ekonomideki belirsiz haller insanları yatırım yapmaya düşündürüyor. Hiç hareket etmeyelim şu düzeni koruyalım mantığına gittik artık bir çoğumuz.”</p>
KG10	<p>“Ben hiç yararlanamadım bugüne kadar. Birçok devlet desteği oldu, konuşuldu. Hala yeri geliyor yerel ve uluslararası fuarlarda devlet desteklerinden bahsediyorlar. Ve girişimciler için de ben her bulunduğum platformda bunu yüksek sesle söylüyorum. Prosedürler fazlasıyla sıkıcı ve yoğun. Bir girişimcinin baş edemeyeceği şekilde bizler belki baş ederiz. Danışmanlara ulaşız. Onlardan yardım alırız. Mali analistler bulur onlardan yardım alırız. Ama bir girişimci bu adamlar ulaşamaz ki. Ulaşabilse bile maddi olarak onları tatmin edemez. O yüzden bu prosedürlerin hemen ortadan kalkması lazım. Biraz daha girişimcilerin önünün açılabilceği, illaki kontrole de tabi olan yeni sistemler getirilmesi lazım. Günün sonunda vazgeçiliyor.”</p> <p>Ben işimi kurmadan önce kendi mesailerimden feragat ederek işte girişimcilik sertifikaları aldım. Ama bir sonraki adım o iş planlarını hazırlamak, o onaylardan geçmek. Bir de maalesef ki maalesef şöyle bir durum var çok fazla samsasyonel yatırım projeleri var ama altı boş. Yani o kurumda ödenek olmayabilir. Yapılamayacak olması olabilir. Yani onun net konuşulması lazım. O yüzden girişimcilerin zamanını boşa harcamalarını engellemek lazım.”</p> <p><i>28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra düşünceleri sorulmuştur;</i></p> <p>“Özel sektör fazlasıyla acımasız. Ne kadar keyifli is bir o kadar da acımasız. Dolayısıyla burada hiçbir boşluk oluşturmamanız lazım. Her daim dolu dolu durabiliyor olmanız lazım. Dolayısıyla mevzu bahis işimizken işte ekstra sertifikalar alalım, her yede bulunalım, müsteşarlıkta zaman geçirelim gibi detaylara giremiyoruz. Bunlar için daha basit formüller neler geliştirilebilir bunların olması lazım.</p>
KG11	<p>“Yatırım amaçlı bakmadım hiç fikrim yok.”</p> <p><i>28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra düşünceleri sorulmuştur;</i></p> <p>“Cazip aslında evet. Yeterli ama prosedür çok uğraştırıyorsa çoğu firma desteklerden vazgeçiyor. Ama bunu kolaylaştırsalar daha güzel olacak bence.</p>

KG12	“Melek yatırımcılık bana sıcak gelmedi.”
KG13	28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra düşünceleri sorulmuştur; “Bu iyi bir şey (BKY desteği). Tabi tercih ederim, yani benim için mantıklı. Ben zaten bu işe gönüllüyüm, o yüzden benim işimi kolaylaştırır. Zaten ben bu işi yapıyorum aslında (Melek yatırımcılık). Bu var diye yapmıyorum zaten yapıyorum ama bu da gelirse daha iyi olur.”

Tablo 16 incelendiğinde koşulların uygun olup olmadığı ile ilgili soruya 13 katılımcıdan 10’u cevap vermiş ve 9’u **koşulların yeni yatırımlar için uygun olmadığını** dile getirirken katılımcılardan 1’i (KG11) bu konuda fikrinin olmadığını dile getirmiştir.

Koşulların uygun olmadığı konusunda KG9: “*Çok belirsizlikler var yani. Bu ekonomideki belirsiz haller insanları yatırım yapmaya düşündürüyor.*” derken, KG6: “*Hayır hiç de uygun değil. Şu an ekonomik olarak hepimiz dardayız.*” şeklinde bir ifade kullanmıştır. KG5 ise “*...şu an da koşullar uygun değil. Geçen sene büyümeyi düşünüyorduk. Ama bu kriz artık biz hiçbir yere para harcamamalıyız dedirtiyor.*” Diyerek koşulların uygun olmadığını dile getirmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de yeni yeni gelişmekte olan ve bu gelişmeyi daha da hızlandırmak adına devlet tarafından da teşviklerle desteklenen melek yatırımcılık kavramını kadın girişimciliği boyutunda ele alarak bir bakış açısı ortaya koymak bu araştırmanın temel amacı olmuştur. Bu anlamda araştırmacı tarafından özellikle Anadolu’daki kadın girişimcilerin durumu merak edilmiş ve bu yüzden Konya ili kapsamındaki kadın girişimcilerin melek yatırımcılık algıları ve yatırım niyetleri bu araştırma çerçevesinde incelenmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre araştırmaya katılan 13 kadın girişimcinin 12’si 30-45 yaş grubunda iken yalnızca 1’i 30 yaş altındadır. Çoğunluğunun (N=10) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Yıllık gelirleri açısından 50bin TL ile 50milyon TL arasında geniş bir skalada farklı gelir seviyelerinde oldukları görülmektedir. Ama 6’sı 100-200 bin TL bandında bir yıllık gelire sahiptir.

Kadın girişimcilerin iş dünyasındaki deneyimlerine bakıldığında 10’unun tek bir iş kolunda şimdiye kadar devam ettikleri girişimlerini de bu işkolunda yaptıkları, 3’ünün ise farklı farklı sektörlerde deneyim yaşadıkları görülmektedir. Bu durum kadın girişimcilerin iş alanlarından çok fazla çıkmak istemedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Kadın girişimcilerin sadece 2’si melek yatırımcılık ya da BKY hakkında yeterli denebilecek bilgiye sahiptir. 11’i melek yatırımcılık konusunda hiçbir bilgiye sahip değildirler. Pek çoğu daha önce bu kavramı hiç duymadığını dile getirmiştir. Bu durum kadın girişimcilerin sadece işlerine odaklandıkları ve girişimcilik anlamında yeni kavram ve gelişmelere kendilerini kapattıklarını göstermektedir.

Yukarıdaki bilgi eksikliğinden dolayı kadın girişimcilerin “*Resmi bir bireysel katılım yatırımcısı mısınız ya da bir melek yatırımcı ağına üye misiniz?*” sorusuna verdikleri yanıt olumsuz olmuştur. Katılımcıların tamamı bu konuda melek yatırım ağlarına üye olmadıklarını ve resmi bir BKY olmadıklarını ifade etmişlerdir. Fakat farkındalık düzeyleri artırılmış olsa ya da bilgi sahibi olsalar belki de bu konuda adımlar atabileceklerdir.

Bulgulara göre kadın girişimcilerden sadece 1'i yeni girişimcilere yatırım yapmaktadır. Geri kalan 12'sinin herhangi bir girişimci ile birlikte çalışmadıkları, kimseye yatırım yapmadıkları görülmektedir. Kadın girişimcilerin yeni girişimcilere yatırım yapmamaları aslında böyle bir taleple daha önce karşılaşmamış olmalarından da kaynaklanabilmektedir. Bazı kadın girişimciler ise yeni girişimcilere ön ayak olarak onları desteklemekte fakat resmi bir iş birliğine girmemektedirler. Bu durum bir nebze iyi olsa da girişimcilerin iş yükleri ve yoğunluklarından dolayı bir müddet sonra yeni girişimcilerle ilgilenme motivasyonları düşebilmekte ve yeni girişimciler kendi kaderlerine terk edilebilmektedir.

Kadın girişimcilerin yatırım kararı alma/almama konusundaki görüşleri incelendiğinde kendilerine teklifle gelen olmadığı ve güzel bir iş fikriyle karşılaşmadıkları görülmektedir. Diğer yandan 2 kadın girişimci sermaye konusuna vurgu yaparak yatırıma ayıracak sermayelerinin olmadığını dile getirmişlerdir. Bu sonuçtan iyi bir iş fikri ve makul sermaye istekleri ile kadın girişimcileri birer melek yatırımcıya dönüştürebilmek girişimcilerin elinde görünüyor denilebilir.

Kadın girişimcilerin 11'ine herhangi bir yatırım talebi ulaşmadığı görülmektedir. Bu talep olmadığı için de kadın girişimcilerin yatırım yapma düşüncesi tetiklenmemekte ve melek yatırımcılık faaliyetlerine girmedikleri görülmektedir. İyi bir iş fikri olup sermayesi olmayan yeni girişimci adaylarının yatırım için mümkün oldukça çok kadın girişimciye ulaşmaları onların bu konuda düşünmelerine ve belki de yatırım kararı almalarına neden olabilecektir. O yüzden olumsuz yanıt aldıklarında mutlaka bir başka kadın girişimciye gitmek ve amaca ulaşmaya kadar bu çabayı sergilemek yeni girişimcilerin misyonu olmalıdır.

Diğer yandan kadın girişimcilerin de yatırım yapmak adına yeni girişimciler aramadıkları görülmektedir. Araştırmaya göre kadın girişimcilerin 12'si girişim yapmak için bir girişimci aramadıklarını ve böyle bir niyete sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu duruma girişimcilik kavramının Türkiye'de yeni yeni gelişmesi başlıca etken olarak düşünülmektedir. Zira Türkiye'de girişimcilik adına atılan en büyük adımlardan biri olan ve bir bilinç oluşmasını sağlayan KOSGEB destekleri bile 2010 yılında başlamış bir uygulamadır. Bu araştırmanın yapıldığı yıl olan 2020

tarihinde uygulamanın 10. yılında olması ne kadar başlarda olduğumuzu göstermektedir. Yine BKY'leri ilgilendiren, Hazine ve Maliye Bakanlığınca 28560 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmeliğin 7 yıl önce yani 2013 yılında yayınlanmış olması da aslında girişimcilerin bu kavramlara uzak olmalarının sebepleri arasında gösterilebilir. Bu konuda daha fazla çaba ile girişimcilere ulaşılmalı ve bilinçlendirme çalışmaları yürütülmelidir.

Kadın girişimcilerin ne tür işlere yatırım yapmaya yakın olduklarını ortaya koymak için, onlara yöneltilen iki soruyu birlikte değerlendirmek daha doğru olacaktır. Bu sorular; “*Ne tür girişimlere yatırım yapmaya yakınsınız?*” ve “*Asla yatırım yapmam dediğiniz iş kolu/kolları var mı?*” sorularıdır. Asla yatırım yapmam dedikleri iş kolu birkaç sektörle sınırlı olsa da görüşmelerin geneli değerlendirildiği zaman kadın girişimcilerin aslında ağırlıklı olarak kendi sektörlerinde girişim yapmak istedikleri ve maceraya atılmak istemedikleri görülmektedir. Bu durumda kadın girişimcilere kendi uzmanlık alanlarında ve bu alana yakın iş kollarında yenilikçi ve yaratıcı fikirlerle geldiğinde bu fikirlere daha yakın hissedecekleri ve yatırım yapma niyetlerinin daha fazla olacağı sonucu çıkabilir. Kadın girişimcilerin yapacakları girişimler ile ilgili bir diğer önemli bulgu; kadın girişimcilerin toplumun hoş karşılamayacağı, kötü, günah ve ayıp olarak değerlendirilebilecek iş ve iş kollarına yatırım yapmaktan kaçınabilecekleridir. Kadınların kastettiği işler yasa dışı işlerden ziyade bar, kahvehane gibi kadınların çalıştırmasının uygun olmayacağı düşünülen yasal işlerdir. Bu durum kültürel normların ve sosyal baskının kadınların üzerinde daha fazla etkili olduğunu akıllara getirebilir.

Kadın girişimciler yatırım talebiyle önlerine konacak olan iş modelinde ürün başta olmak üzere, fikrin orijinalliğine/innovatif yönüne, gelir modeline ve girişimciye bakarak karar vermektedirler. Yani kararlarında dört unsur öne çıkmaktadır. Katılımcılar yukarıdaki bulgularla da paralel olarak öncelikle çıktı olarak ürünün ne olduğuna, faydalı (ihtiyacı karşılayan) bir ürün olup olmadığına ve kalitesine odaklanmaktadırlar. Diğer yandan kadın girişimciler sıradan bir girişimden ziyade yenilikçi (innovatif) iş modellerine yatırım yapmaya daha sıcak bakmaktadırlar.

Ayrıca katılımcıların yatırımın nasıl döneceğine yani gelir modelinin ne olacağına da dikkat ettikleri görülmektedir. Son olarak iş modelinde kişi ve kişinin rolüne vurgu yapılmaktadır. Kişi yani girişimci iş modelindeki kilit kaynaklara denk gelen ve işin devamlılığı için en çok öneme sahip yegane unsurdur. Yatırım talebiyle gelen girişimci o işe hakim mi? açık görüşlü mü? ve dürüst bir kişi mi? bazı kadın girişimciler için bu, iş modelindeki diğer unsurlardan daha önce gelmektedir.

Bu araştırmanın en önemli çıkarımlarından biri de kadın girişimcilerin melek yatırım yapmak için kendilerini yakın hissedecekleri girişimci profilinin resmini çizmektir. Bu kapsamda “yetkinlik” açık ara farkla en çok aranan kişisel özelliktir. Kadın girişimciler yatırım yapacakları girişimcinin yetkin olmasına; işi yapabileceği konusunda beceri, bilgi ve deneyimiyle kendilerini ikna edebiliyor olmasına önem vermektedirler. Diğer yandan bu yetkinliğin ortaya koyulup fayda yaratıyor hale gelebilmesi için kişide “azim” aranmaktadır. Katılımcıların bazıları tarafından girişimcinin kontrollü bir “özgüven” sahibi olması da beklenmektedir. Bulgular bazı katılımcıların çalışmak istedikleri girişimcinin de kendileri gibi kadın olmasını ve iyi bir aileye sahip olmasını beklediklerini göstermektedir. Diğer aranan özellikler ise şu şekildedir: işini seven, kültürlü, yüksek hayal gücüne sahip, ahlaklı, karakterli, ışığı/enerjisi olan, ikna kabiliyeti yüksek, vizyoner, güven veren ve eğitilmiş.

Diğer yandan katılımcıların özellikle ortaklık kurmak istemedikleri girişimci tipi tutarsız, tembel ve karakter veya ahlak bakımından zayıf girişimcilerdir. Girişimcide istemedikleri diğer olumsuz kişilik özellikleri ise şu şekildedir: ukala, bilgisiz, gelişime kapalı, uyumsuz, memnuniyetsiz, yüksek beklentili, enerjisiz ve bencil.

Elde edilen bulgulara göre birkaç istisna dışında kadın girişimciler bariz bir hedef kitle ayırımı yapmamakta ve her demografik özellikten tüketiciye yönelik ürünlere sıcak bakmaktadırlar.

Yine yatırım yapmak için insan sağlığına zarar verecek ve toplum tarafından hoş karşılanmayacak alkol vb. ürünler haricinde üründe özel bir beklenti içinde olmadıkları her türlü ürüne karlı ve farklı olduğu sürece yatırım yapabileceklerini ifade etmişlerdir.

Türkiye'deki yatırım koşullarının uygun olup olmadığı ile ilgili soruya cevap veren kadın girişimcilerin %90'ı halihazırda yatırım koşullarının uygun olmadığını dile getirerek yatırım yapacak ekonomik koşulların oluşturulması halinde yatırım yapmayı düşünebileceklerini ifade etmişlerdir.

Araştırmanın bulgularına dayanarak araştırmacı tarafından aşağıdaki öneriler sunulabilir:

- Kadın girişimcilerin farklı sektörlerde çalışmaması; risk almayı sevmedikleri ya da uzmanlaştıkları alanın dışına çıkmayı pek istemedikleri gerçeği farklı fırsatları kaçırmalarına sebep olabilmekte ve riski dağıtmak ya da girişimlerini büyütme adına bir engel olarak görülebilmektedir. Kadın girişimcilerin farklı sektörler ya da ikame ya da tamamlayıcı sektörler hakkında eğitilmeleri o sektörlerde girişimlerini kolaylaştırabilir. Bu konuda gerek sivil toplum örgütlerince gerekse de devlet aracılığı ile kadın girişimcilere yüz yüze ya da online eğitimler, seminerler düzenlenebilir. Bu durum aynı zamanda melek yatırımcılığa da ilgiyi artırabilecek bir ortam yaratabilir.
- Yine sivil toplum örgütleri, odalar, borsalar veya devlet kurumları kadın girişimcilere melek yatırımcılık kavramını ve BKY'lere sağlanan avantajları tüm boyutları ile anlatılmalıdır. Bu sayede melek yatırımcı sayısı artış gösterebilir ve BKY olma konusunda kadın girişimciler daha hevesli olabilirler.
- Yeni girişimciler özellikle Anadolu'da kadın melek yatırımcılar arıyorlarsa öncelikle onlara melek yatırımcılığı anlatmalı ve yatırım talebiyle pek çok kapıyı aşındırmalıdır. Çünkü kadın girişimlerin yatırım yapmama sebepleri incelendiğinde böyle bir taleple karşılaşmamış olmaları öne çıkmaktadır.
- Yukarıdaki önerinin devamı olarak; bir yandan yeni girişimcilik aşamasında girişimcilerin nereden başlayacaklarını bilememeleri ve kimden nasıl yatırım talep edecekleri konusundaki tecrübesizlikleri diğer yandan da kadın girişimcilerin yatırım talebi ile gelmesini beklemeleri bu konuda da kimi otoritelerin devreye girmesi gerektiğini işaret etmektedir. Anadolu'da da sıklıkla girişimci-yatırımcı etkinlikleri, fuarları vs. düzenlenerek bu buluşmalar sağlanabilir.

- Kadın girişimciler onları etkileyecek iş fikirlerine açık olacaklarını ifade etmektedirler. Bu yüzden yeni girişimcilerin doğru kadın girişimciye doğru projelerle giderek yatırım almaları mümkündür. Burada bütçe konusunda da onları çok zorlamamak ve uzlaşmacı olmak onların melek yatırımcılık dünyasına adım atmalarını sağlayacaktır.
- Anadolu'daki kadın girişimcilere yatırım için başvurmak isteyen girişimci adaylarının zaman ve emekten tasarruf etmek adına öncelikle fikirleri ile kadın girişimcinin çalışma alanlarının kesişip kesişmediğini kontrol etmeleri ya da diğer bir ifade ile fikirlerinin olduğu alanda girişimi olan kadın girişimcileri melek yatırımcı olarak belirlemeleri önem arz etmektedir. Çünkü fikir ne kadar karlı ya da gelecek vaat eden bir fikir olsa da kadın girişimcilerin iş kolunda değilse onları ikna etmek zor olabilecektir.
- Kadın girişimciler girişimlerde hassas davranmakta yasalara, topluma ve çevrelerine karşı sorumluluk hissetmektedirler. Bu kapsamda kadın girişimcileri etkileyerek yatırım almak isteyen genç girişimcilerin işleri ve ürünleri ile ilgili yasal ve toplumsal açıdan problem taşımadığı konusunda kadınları daha fazla ikna etmesi gerekmektedir.
- Yasa yapıcılar ve ilgili tüm paydaşlar yatırım koşullarını uygun hale getirecek politik adımlar atar ve bununla birlikte gerekli finansal destekleri sağarlarsa kadın girişimciler biraz daha cesur davranarak bilgi, birikim, iş ağları ve sermayeleri ile birlikte yeni girişimcilere ortak olabilecek ve onlara yatırım yaparak yeni girişimlerin Türkiye'ye kazandırılmasını sağlayabileceklerdir.

Son olarak konunun daha da derinlemesine araştırılması ve eksikliklerin kapatılabilmesi için gelecek araştırmacılara şu önerilerde bulunulabilir; bu araştırmanın benzeri aynı görüşme formu ile başta İstanbul olmak üzere batı şehirlerindeki kadın girişimciler üzerinde uygulanabilir ve farklılıklar ya da benzerlikler tartışılabilir. Yine aynı mülakat formu erkek girişimciler üzerinde de yapılarak aradaki farklar cinsiyet açısından incelenebilir. Aynı zamanda yatırım talepe edecek girişimci adaylarının erkek melek yatırımcıların beklentileri hakkında da fikir sahibi olmaları sağlanabilir.

KAYNAKÇA

ACAR, Pınar ve Beyhan Özenli (2018). “Girişimcilik Faaliyetlerinde Mentorluk Yönetiminin Yatırımın Gerçekleşmesi Üzerine Etkileri.” Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, sayı:17, 601-612.

AĞCA, Veysel ve Handan Deniz Böyükaslan. (2016). “Aile İşletmelerinde İç Girişimciliğin Sosyal Girişimciliğe Etkisi: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma”. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sayı:13, 200-220.

AHISKALIOĞLU, Şirin (2019). Aile İşletmelerinde Kültürün İç Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Trabzon İli Örneği. (Yüksek Lisans tezi), Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

AKMUT, Özdemir vd. (2003). **Girişimciler İçin İşletme Yönetimi**. Ankara: Gazi Kitabevi.

ALTINEL, Aypar (1993). Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli. Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Müdürlüğü. Ankara.

ANBAR, Adem (2020). “Girişimcinin Finansmanında Alternatif Bir Yöntem: Kitleleşel Fonlama”. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (88), 237-254.

ARIKAN, Semra. (2014). **Girişimcilik**. Ankara: Siyasal Kitabevi.

ARSLAN, Soner (2019). Fuar markası olmayı etkileyen faktörlerin marka imajına ve katılım kararlarına etkileri: Turizm Fuarları Örneği. (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

AYDIN, Nurhan. (2015). “Büyüme Potansiyeli Yüksek, Yenilikçi Girişimlerin Erken Aşama Finansmanı: Ciceksepeti.Com Örneği”. Akademik Bakış Dergisi, sayı:52, 111-125.

AYTAÇ, Ömer ve Süleyman İlhan (2007). “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı:18, 101-120.

BAŞAR, Mehmet (2013). “Girişimcilik ve Girişimcilik Süreçleri”. **Girişimcilik**, Ed. Yılmaz Ürper. 2019, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567 Açıköğretim Fakültesi Yayını. No: 824., 2-21.

BAYRAKTUTAN, Yusuf ve Merve Akatay (2012). “Kentsel Yoksulluk ve Mikro Finansman: Kocaeli Örneği”. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Sayı:24, 1-34.

BECKER-BLEASE, John R. and Jeffrey E. Sohl (2011). “The Effect of Gender Diversity on Angel Group Investment”. Entrepreneurship Theory and Practice, 35(4), 709-733.

BİNGÖL, Gözde ve Sibel Yılmaz Türkmen (2016). “Girişimciliğin Finansmanında Melek Sermaye ve Türkiye Uygulaması”. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 12(45), 357-373.

Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik (2013). T.C. Resmi Gazete (28560, 15 Şubat 2013).

BKS İlerleme Raporu (2019). 2019 Yılı Birinci Çeyrek, <<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/05/BKS-İLERLEME-RAPORU-1.Çeyrek.pdf>> Erişim: 22.12.2019

BOZGEYİK, Abdullah (2005). **Girişimcilere Yol Haritası**. İstanbul: Hayat Yayınları.

BOZKURT, Rüştü (2000). “Girişimci ve Rol Bilinci”. İş Fikirleri Dergisi, (12), s.86-94.

BUYRUK AKBABA, Ayşe Nur (2017). “Girişimcilikte Yeni Bir Kavram: Melek Yatırım ve Muhasebe İşlemleri”. The Journal of Academic Social Science Studies, 55, 329-341.

BÜYÜK, Özge (2014). **Girişimcilik Üzerine Notlar**. İstanbul: Paradigma Akademi Yayınları.

CANBAZ, Mehmet Fatih ve Doğan Öztürk (2019). “Melek Yatırımcılık Farkındalık Analizi: Afyonkarahisar Örneği”. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 6(12), 204-224.

ÇETİNKAYA BOZKURT, Özlem (2014). “Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesindebögrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi”, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt:3, Sayı:1, 27-47.

CEYHAN, Alaattin (2014). Gerçek Kişilerce Yapılan Bireysel Katılım Yatırımları ve Bireysel Katılım Yatırımlarının Gelir Vergisi Beyanında İndirim Müessesesi. Erişim: 05.04.2019, <<http://www.vergiraporu.com.tr/ReadArticle.aspx?Id=2a4d0d72-5d6d-4d74-9c18-ab75957d3f96>>

CEZAOĞLU, Seyit (2017). “Bireysel Katılım Sermayesi”. Orantı Dergisi. 6, 22-25.

CİCİ, Emine Nihan (2013). Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma, (Yüksek Lisans tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

CİN, Hatice ve Gülsevrim Yumuk Günay (2013). “Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri ile Duygusal Zekâları Arasında Ki İlişki: Edirne Örneği”, Girişimcilik Kalkınma Dergisi, 8:2, 7-32.

ULUTÜRK CİNBİŞ, Sinem (2017). “Türkiye'deki Akredite Melek Yatırımcı Ağlarının Gelişiminin ve Karakteristik Özelliklerinin Analizi”. İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi (1), 103-122.

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

ÇELİK, Adnan ve Tahir Akgemci (1998). **Girişimcilik Kültürü ve Kobiler**. Ankara:Nobel Yayın Dağıtım.

ÇELİKÖZ, Selen (2017). Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Destekleri Girişimcilik Eğitimi Alan Kadın Girişimcilerin Analizi. (Yüksek Lisans tezi), İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi.

ÇERÇİ, Alp Abdullah (2014). Küresel Ölçekte Melek Yatırımcılığın Gelişiminin İncelenmesi, (Yüksek Lisans tezi), İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÇETİN, Murat (2016). “Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği”. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21 (1), 1-25.

ÇOLAK, İpek (2017). Gelişmekte Olan Ülkelerde ve Ekonomilerde Yenilikçilik ve Girişimcilik: Türkiye-Arjantin Karşılaştırması, (Yüksek Lisans tezi), İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

COŞKUN, Recai, Remzi Altunışık ve Engin Yıldırım (2015). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı**. (8. Baskı), Sakarya: Sakarya Kitabevi.

ÇÖGÜRÇÜ, İclal (2016). “İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi”. Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Dergisi, sayı 35, 65-80.

DAL, Nil Esra ve Veysel Dal (2016). “Girişimci Pazarlama Kavramsal Bir Çalışma”. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 14, 42-63.

DAMAR, Arif (2015). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi’nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma, (Yüksek Lisans tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

DECHANT, Kathleen ve Asya Al Lamky (2005). “Toward An Understanding of Arab Women Entrepreneurs In Bahram and Oman. Journal of Developmental Entrepreneurship”. 10(02), 123–140.

DEMİRCİ, M. Kemal (Ed.) (2013). **İşletmecilik: Kuram ve Uygulama**. Ankara: Detay yayıncılık.

DURAN, Halit (2016). Devletin Girişimcilik Desteklerinin Türkiye Girişimcilik Ekosistemi Üzerine Etkisi, (Doktora tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ECEVİT, Yıldız (1993). “Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Ankara.

ER, Bünyamin, Yunus Şahin ve Mesut Mutlu (2015). “Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler”. Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, cilt:1, sayı:1, 31-54.

ERCAN, Salih ve İsmail Gökdeniz (2009). “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”. Bilig dergisi, sayı:49, 59-82.

ERSARI, Pınar (2015). Kadın Girişimcilerde Girişimcilik Özellikleri ve Liderlik Tarzlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, (Yüksek Lisans tezi), Kocaeli:Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KAYAALP ERSOY, Esmâ Görkem (2009). Yöneticilerin Dönüştürücü ve İşe Yönelik Liderlik Eğilimleri ile Kişilik Özelliklerinin İlişkisi: Bir Örnek Olay. (Doktora tezi), Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

FREDERICK Howard., Allan O’Connor ve Donald F. Kuratko (2016). **Entrepreneurship: Theory, Process, Practise**, 4. Edition, Australia, Cengage Learning Australia Pty Limited.

FUSFELD, Herbert I. (1986). **The Technical Enterprise: Present And Future Patterns**, Massachusetts: Ballinger Publishing Company.

GENÇ, Kurtuluş Yılmaz (2012). “The Response Of The Entrepreneurship To The Changing Business Environment: Strategic Entrepreneurship”, International Journal Of Economic And Administrative Studies, Cilt: 5, Sayı: 9, 71-84.

GENÇAY, Emre (2017). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Bir Araştırma, (Yüksek Lisans tezi), Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GIDDENS, Antony. (2005). **Sosyoloji**. Çev. Cemal Güzel. Ankara: Ayraç Yayınevi.

GÖÇMEN, Selin. (2007). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: İç Girişimcilik, (Yüksek Lisans tezi), Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GUEST, Greg, Arwen Bunce ve Laura Johnson (2006). “How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability”. Field Methods, 18(1), 59-82.

GÜNEY, Semra (2006), “Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt:1, Sayı:1, 25-43.

GÜNEY, Semra ve Arman Nurmakhamatuly (2007). “Kültürün Girişimciliğe Etkisi, Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürler Arası Araştırma”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 10 Sayı: 18, 62-86.

HARRISON, Richard T. and Colin M. Mason (2007). “Does Gender Matter? Women Business Angels and The Supply of Entrepreneurial Finance”. Entrepreneurship Theory and Practice, 31, (3), 445-472.

İSLAMOĞLU, A. Hamdi. ve Ümit Alnıaçık (2014). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, (4. Bs.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

İŞCAN, Ömer Faruk ve Erdoğan Kaygın (2011). “Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 3 Sayı: 2, 275-286.

KARABAYIR, Mehmet Emin vd. (2012). “Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığın Rolü: Türkiye’deki Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt 67, No. 2, 69-93.

KARAMAN, Onur (2018). *İktisadi Bir Bakışla Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans tezi), Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KAYA, Ali (2017). **Bilişim ve İletişim Çağında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi** (3. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.

KAYGIN, Erdoğan ve Bülent Güven (2013). **Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik**. İstanbul: Veritasakademi.

KELEŞ, Hatice Necla (2013). “Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi”. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt:13, Sayı:26, 23-43.

KOH, Hian Chye (1996), “Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics, A Study Of Hong Kong Mba Students”, *Journal Of Managerial Psychology*, Cilt: 11 Sayı: 3, 12-25.

KOSGEB (2020). Bireysel Katılım Sermayesi Sistemi. <<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/5667/bireysel-katilim-sermayesi-sistemi>>, Erişim:29.06.2020

KÖSE, Zeynep (2014). *Turizmde Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği Beypazarı Örneği*, (Yüksek Lisans tezi), Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KREFTING, Laura (1991). “Rigor in Qualitative Research: The Assessment of Trustworthiness”. *The American Journal of Occupational Therapy*, Volume: 45 Number:3, 214-222.

KURNAZ, Gazi ve Aykut Bedük (2017). “Türkiye’de ve Dünyada Melek Yatırımcılık”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 20(1), 27-40.

KUTLU, Özlem (2006). *Türkiye’de Kadın Girişimciliği*, (Yüksek Lisans tezi), Ankara: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

LOWE, Robin and Sue Marriott (2006). **Enterprise: Entrepreneurship And Innovation: Concepts, Contexts And Commercialization**. Oxford: Butterworth-Heinemann,

MARANGOZ, Mehmet (2018). **Girişimcilik** (5. Basım), İstanbul: Beta Yayınevi.

MCFARLANE, Julie. (2016). **Economic Theories of Entrepreneurship**. Arshed, N. & Danson, M. (ed). Oxford: Goodfellow Publishers.

MOLLICK, Ethan. (2014). “The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study”. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.

MUNGAN, Seylan (2013). Kadın Girişimcilik Değerleri İle Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü, (Yüksek Lisans tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

MURIEL, Orhan ve Don Scott (2001), “Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model”, *Women in Management Review*, Vol: 16, No: 5, 232-247.

MÜSİAD (2008). Girişimcinin Yol Haritası. <https://www.musiad.org.tr/uploads/yayinlar/arastirma-raporlari/pdf/girisimcinin_yol_haritasi.pdf> Erişim 13.10.2020

NARİN, Müslüme, Akın Marşap ve Mehmet Ali Gürol (2006). "Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma", *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 1, 65-78.

ODABAŞI, Yılmaz vd, (2005). **Girişimcilik**. Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 824, Eskişehir Haziran.

ÖĞÜT, Adem, Hasan Bülbül ve Nahit Yılmaz (2006). “Stratejik Yenilenme Aracı Olarak Kurumsal Girişimcilik ve Bu Süreçte Yenilikçiliğin Önemi”. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi. Bişkek*. 83-89.

ÖKTEM, Mustafa Kemal, Mehmet Devrim Aydın ve Serdar Ekinci (2007). “Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma”, *Sosyoekonomi*, 2007-1, 47-76.

ÖZAR, Şemsa (2005). *Gap Bölgesi’nde Kadın Girişimciliği*, Gap-Gidem Yayınları, Nurel Matbaacılık: Ankara.

ÖZÇELİK, Gülizar ve Erol Tekin (2019). “Melek Yatırımcıların Değer Katan Rollerini: Türk Melek Yatırımcılar Üzerine Araştırma”. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* (5), 77-97.

ÖZDEVECİOĞLU, Mahmut ve Mustafa Karaca (2015). **Girişimcilik Girişimci Kişilik Kavram ve Uygulama**, Konya: Eğitim Yayınevi.

ÖZKAN, Berna (2011). Kadın Girişimciler; Girişimciliğin İş Yaşamı-Aile Yaşamı Dengesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Uygulama, (Yüksek Lisans tezi), İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÖZKUL, Gökhan ve Murat Ali Dulupçu (2007). “Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme” *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2, 67-92.

ÖZTÜRK, Meryem Demet (2016). Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri, (Yüksek Lisans tezi), İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÖZYILMAZ, Ahmet Merih (2016). Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma, (Yüksek Lisans tezi), Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SAĞLAM, Haluk (2013). “Batı Akdeniz İş Melekleri Ağı”. Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi Ayrıntı, 1 (5), 65-68.

SALİK, Neşe. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği, (Yüksek Lisans tezi), Kars: Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SOHL, Jeffrey E. ve Laura Hill (2007). “Women Business Angels: Insights From Angel Groups”, Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance, 9, 207-222.

SOYSAL, Abdullah (2010). “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma”. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan, 5(1), 71-95.

SOYŞEKERCİ, Serhat (2013). **Uygulamalar ve Şirket Örnekleriyle Girişimcilik**, İstanbul: Kriter Yayınevi.

ŞAHİN, Esen; (2006), “Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 287-309.

ŞİMŞEK, Osman (2009). “Modern Girişimcilik Zihniyeti ve Sanayi – Kültür Bağlamında Türk Girişimciliğinin, Sosyo-Kültürel Temelleri (Ahilik-Tasavvuf Modellemesi)”. Uluslararası Davraz Kongresi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, 1138-1160.

T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı (2019). BKS İlerleme Raporu Şubat Sayısı. <<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/05/BKS-%C4%B0LERLEME-RAPORU-1.%C3%87eyrek.pdf>>, Erişim 11.04.2020.

T.C. Resmi Gazete (2013). Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik. <www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/02/20130215-2.htm>, Erişim 11.04.2020.

TOKUCU, Funda (2018). Yaratıcılık ve Girişimcilik İlişkisi: Kafkas Üniversitesinde Bir Araştırma, (Yüksek Lisans tezi), Kars: Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TOP, Seyfi (2006). **Girişimcilik Keşif Süreci**. İstanbul: Beta Yayınevi.

TUNÇ, Kadir Can (2018). Melek Yatırım Modelinin Türkiye’de Ortaya Çıkışı ve Gelişimi, (Yüksek Lisans tezi), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TÜİK (2018). İstatistiklerle Kadın, 2018, <<https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?jsessionid=rycxfL1BwpQshJKW W282z3pTPLf2GGpYKKL4hGdf6Pp4WIC0yFfP!-1259035734?id=30707>>, Erişim 13.12.2019

Türk Dil Kurumu (2020), www.sozluk.gov.tr, Erişim 13.10.2020

UÇKUN, Nurullah (2009). “KOBİ’lerin Finansal Sorunlarına Melek Sermaye Çare Olabilir mi?”, MUFAD Journal, sayı: 41, 121-131.

ULUCAN, Serhat (2015). Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. Ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama, (Yüksek Lisans tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ULUKÖY, Metin, Celalettin Demireli ve Vasfi Kahya (2013). “KOSGEB Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması”. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, cilt: 8 sayı:2, 79-96.

WILTHBANK, Robert vd. (2019). “Prediction and control under uncertainty: Outcomes in angel investing”. Journal of Business Venturing, 24, 116–133.

www.kagider.org (2020). “KAGİDER Hakkında”. <<https://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda>>, Erişim: 09.02.2021

YALÇIN, Fatih (2018). Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik Sermayelerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi, (Yüksek Lisans tezi), Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

YETİM, Nalan (2002). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”. Ege Academic Review, 2 (2), 79-92.

YILDIRIM, Ali ve Hasan Şimşek (2016). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri** (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık

YILDIRIM, Kasım (2010). “Raising the Quality in Qualitative Research, Elementary Education Online”, 9(1), 79-92.

YILMAZ, Cihan, ve Ayşen Yılmaz (2016). “Melek Finansman İçinde Kadın Yatırımcıların Yeri: Kadınlar Melek Midir?”, Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sayı:3, 185-199.

ZHAO, Fang (2006), **Entrepreneurship And Innovations in E-Business: An Integrative Perspective**, Idea Group Publishing.

EKLER

EK-1

Mülakat Tarihi :
_____**MÜLAKAT FORMU**Mülakat Yeri :

1. Adınız soyadınız:

Mülakat Süresi :

2. Sektörünüz:

3. Eğitim Durumunuz:

4. Yıllık ortalama geliriniz:

5. Yaşınız:

6. Bize kısaca iş dünyasındaki deneyimlerinizden bahsedebilir misiniz?

7. Melek yatırımcılık/bireysel katılım yatırımcılığı kavramlarını daha önce duydunuz mu? Bu konuda neler biliyorsunuz?

8. Resmi bir bireysel katılım yatırımcısı mısınız ya da bir melek yatırımcı ağına üye misiniz?

9. Yeni girişimcilere yatırım yapıyor musunuz? Ya da daha önce yaptınız mı?

10. Yatırım **yapma/yapmama** kararı almanızda etkili olan faktörler neydi?

11. Size hiç yatırım talebiyle başvuran oldu mu?

12. Siz hiç yatırım yapmak için girişimciler aradınız mı?

13. Ne tür girişimlere yatırım yapmaya yakınsınız? (*Kendi sektörü-farklı sektör, hizmet-somut ürün, teknolojik ürün-teknolojik olmayan ürün vb.*)14. Yatırım yapıyorsanız ya da yapacak olsanız yatırım yapacağınız girişim modelinde ne tür kriterlere bakarsınız? (*ürün, teknoloji, gelir modeli, hedef müşteri, vb.*)15. Ne tür girişimcilere yatırım yapmaya yakınsınız? (*sektör, cinsiyet, milliyet vb.*)

16. Yatırım yapıyorsanız ya da yapacak olsanız yatırım yapacağınız girişimcide ne tür kriterlere bakarsınız? (*Demografik? Kültürel? Teknik? Yetkinlik? vb.*)
17. Asla yatırım yapmam dediğiniz girişimci tipi/tipleri var mı?
18. Asla yatırım yapmam dediğiniz iş kolu/kolları var mı?
19. Asla yatırım yapmam dediğiniz ürün/ürünler var mı?
20. Asla yatırım yapmam dediğiniz hedef kitlesi var mı?
21. Yatırım yapmanız için koşullar uygun mu? Sizi yatırım yapmaya isteklendirecek ne gibi düzenlemeler yapılmalıdır? (*28560 sayılı yönetmeliğin 5. ve 6. maddeleri okunduktan sonra bu soru sorulmuştur.*)



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öz Geçmiş

İlk, orta ve lise eğitimini Isparta'da tamamlayan Arslan 2006 yılında Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünü kazanarak burada bir yıl hazırlık eğitimi görmüş daha sonra Isparta Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümüne geçiş yapmıştır.

Anadolu Üniversitesi İşletme fakültesinden 2011 yılından mezun olan Arslan 2016 yılında Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında yüksek lisans eğitimine başlamıştır. Bu eğitimini 2021 yılında tamamlamıştır. Evli ve iki çocuk annesidir.