

## Küçük İşletme Sahibi Genç Girişimcilerin İşlerini Büyütmeye Yönelik Stratejileri

Mine KÜÇÜKLER\*  
İbrahim YILDIRIM\*\*

DOI: <https://doi.org/10.31006/gipad.1280988>

### Öz

*Toplumun istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ve bu ihtiyaçların giderilmesine yönelik yatırımlar gerçekleştirilerek gelir, istihdam ve kalkınma sağlayan küçük girişimlerin önemi her geçen gün daha da hissedilmektedir. Çalışmada, Gaziantep ilindeki genç girişimcilerin sahip oldukları küçük işletmelerini büyütmeye yönelik gerçekleştirdikleri stratejileri ve büyüme esnasında karşılaştıkları sorunları tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma nitel araştırma desenlerinden, olgu bilim desenine dayalı olarak yürütülmüştür. Örneklem seçiminde, maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde MAXQDA programından yararlanılarak içerik analizi yapılmıştır. Analiz sonucu girişimcilerin işlerini büyütmek isteme nedenleri yüksek kâr elde etme ve saygınlık kazanma ihtiyacı olarak tespit edilmiştir. Girişimciler için sermaye kaybının büyük bir risk olduğu sonucuna ulaşılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Küçük işletmeler, girişimci, genç girişimci, büyüme stratejileri.

## Strategies of Young Entrepreneurs Who Own Small Businesses to Grow Their Jobs

### Abstract

*The importance of small initiatives that provide income, employment and development by making investments to determine the wishes and needs of the society and to meet these needs is further felt with each passing day. In this study, it is aimed to determine the strategies of young entrepreneurs in Gaziantep to expand their small businesses and the problems they face during growth. The research was carried out based on qualitative research designs and factory science pattern. In the sample selection, maximum diversity sampling technique was preferred. Within the scope of the research, semi-structured interview form was used as a data collection tool. Content analysis performed by using the MAXQDA program for the analysis of the obtained data. As a result of the analysis, the reasons for entrepreneurs to want to expand their businesses were determined as the need to earn high profits and gain prestige. It has been concluded that capital loss is a great risk for entrepreneurs.*

**Keywords:** Small businesses, entrepreneur, young entrepreneur, growth strategies.

\*ORCID Öğr. Gör. Dr. Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, mgungor@kilis.edu.tr

\*\*ORCID Prof. Dr., Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ibrahim.yildirim@hku.edu.tr

## Extended Abstract

**Background:** Entrepreneurship, whose contribution to the development and growth of the national economy is undeniable, undertakes an important tool for countries in creating production -based structure and reducing dependence on the economy. The importance of small initiatives that provide income, employment and development by making investments to determine the wishes and needs of the society and to meet these needs is further felt with each passing day. In order to improve its current position in the sector and to increase its profit, businesses who want to develop and grow more by relying on their current assets and abilities have to develop some strategies to grow with globalization. Small enterprises are expected to have the desire to grow and eliminate the risk of seizure or extinction by other enterprises. In addition, small enterprises in developing countries are expected to have a clear strategy to become a global player. It is inevitable that businesses need to develop growth when they are accepted that they are living beings.

**Research Purpose:** In the study, to determine the reasons and growth objectives of young entrepreneurs in Gaziantep province to grow, to determine whether they have a strategy to achieve these objectives, if they have growth strategies, identify which to reveal the importance of growth strategies and aimed to determine the problems they face in growth.

**Methodology:** In this study, the research was carried out based on qualitative research patterns and qualitative research patterns in order to detect the strategies of young entrepreneurs in Gaziantep to enlarge their small businesses and the problems they face during growth. In the sample selection, maximum diversity sampling technique was preferred. 20 selected young entrepreneurs who have a job in Gaziantep and who are not over 40 years of age have been reached. Content analysis was performed in the analysis of the data obtained by using the Maxqda program.

**Findings:** Participants consist of 15 men and 5 women. The reasons why entrepreneurs want to grow their work have been determined as the need to make high profits and gain respectability. Looking at the risks faced by entrepreneurs, the participants stated that capital loss is a major risk. They also stated that growth is already a risk. When the opinions of participants about the risks faced by the participants for female and male entrepreneurs were examined, it was determined that the loss of capital and lack of knowledge constitutes the greatest risk. They stated that being a woman also constitutes a risk. While 15 entrepreneurs were thinking of expanding the participants, 5 entrepreneurs stated that they did not think in the current market conditions period. In order to enlarge entrepreneurs, entrepreneurs have preferred the most preferred ways of diversification, internationalization, branches opening, capacity increase, machine purchase and franchising ways. It has been found that entrepreneurs want to have the most sufficient capital in order to grow.

Finally, it was found that most important feature that entrepreneurs should have is hard work. Afterwards, it was concluded that entrepreneurs have technical capabilities, high motivation, do your favorite job, not giving up, taking risks, innovation and business ethics.

**Conclusions:** Turkey's current situation should be analyzed and the economic environment should be ready while directing young entrepreneurs to investment in order to support young entrepreneurship. Low -cost supportive resources and comfortable repayment conditions should be provided to young entrepreneurs. Uncertainties in market conditions should be eliminated and/or a sense of trust should be given to the investor. Small enterprises should increase competitiveness and increase their productivity. Both in the country's market and international markets, enterprises should be supported by strategies, and the necessary training, technical information and consultancy services should be provided in the field of investment, production and marketing-selling.

## 1. Giriş

Ülke ekonomisinin kalkınmasında ve büyümesinde katkısı yadsınamaz olan girişimcilik, ülkelerin üretime dayalı bir yapı oluşturmasında ve ekonomide dışa bağımlılığı azaltmada önemli bir araç görevini üstlenmektedir. Özellikle küçük işletmelerin katkısı bu anlamda önemlidir. 2020 yılının Aralık ayında Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) tarafından yayınlanan KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler)'lere ait rapora göre sanayi ve hizmet sektörlerinde 2019 yılı sonu itibarıyla 3 milyon 221 bin girişim faaliyet göstermektedir. Ayrıca KOBİ'ler 2019 yılında toplam girişim sayısının %99,8'ini, istihdamın %72,4'ünü, personel maliyetinin %51,8'ini, cironun %50,4'ünü, üretim değerinin %44,1'ini ve faktör maliyetiyle katma değer %44'ünü oluşturduğu belirlenmiştir (data.tuik.gov.tr). Bu bağlamda değerlendirildiğinde küçük işletmeler ülke ekonomisinin can damarı olarak nitelendirilebilir. Ülke ekonomisine vergi, yatırım, istihdam, üretim ve ihracat gibi fayda sağlayan küçük işletmeler, coğrafi açıdan farklı bölgelere dağılarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak ve sosyal dengenin ve istikrarın da önemli aktörleri olarak rol almaktadırlar.

İşletmeler sektördeki mevcut konumunu geliştirebilmek ve karını arttırabilmek için halihazırdaki varlık ve yeteneklerine de güvenerek daha fazla gelişmek ve büyümek istemektedirler (Tengilimoğlu vd., 2020: 53). Küreselleşmeyle birlikte küçük işletmeler büyümek için bazı stratejiler geliştirmek zorundadırlar. Küçük işletmelerin başka işletmeler tarafından ele geçirilme veya yok olma riskini ortadan kaldırma ve büyüme isteğine sahip olmaları beklenmektedir. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerdeki küçük işletmelerin küresel bir oyuncu olması için net bir stratejisinin olması beklenmektedir (Li ve Tan, 2004: 195).

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) tarafından küçük işletmeler " İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri yüzyirmibeş milyon Türk Lirasını aşmayan mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimler veya girişimler " olarak tanımlanmıştır. Bu ekonomik girişimleri de ortaya çıkaran genç girişimcilerdir. Türkiye'de on yıllardaki işletmelere baktığımızda önce küçük işletme olarak başlayıp sonrasında birer büyük/global şirketlere (PayPad, Yemek Sepeti, Onedio, Trendyol, Ay Yapım, vb.) dönüştüklerini görülmektedir. Ayrıca küçük işletmeler değişime ve dönüşüme açık oldukları gibi, hızla değişen piyasa şartlarına daha çabuk ve kolay uyum sağlamaktadırlar. Yönetiminin kolaylığı hızlı ve etkili karar alınmasına olanak vermektedir. Küçük işletmelerin esnekliği tüketici ihtiyaçlarını dikkate alarak özel zevklere göre üretim yapabilmelerine olanak vermektedir (Şimşek ve Çelik, 2014: 31).

İşletmeler yaşamlarının devamı ve rekabet avantajı sağlayabilmeleri için gelecekte yapması ve yapmaması gereken iş ve faaliyetlerle ilgili temel stratejiler geliştirmektedirler. Temel stratejik faaliyetler mevcut iş tanımını değiştirerek veya faaliyetlerin oluşumunun hızlandırılması veya yavaşlatılması şeklinde uygulanmaktadır. Bu stratejileri hayata geçirebilmek için işletmeler, büyüme küçülme, durağan ve karma stratejiler uygulamaktadır. Çevresel faktörlerin etkisi gelişen ekonomilerde olduğu gibi bizim ülkemizde de son derece önemlidir. Hem karmaşık hem de hızlı bir şekilde değişime uğramaktadır. Bu durum belirsizliği de beraberinde getirmektedir. Bu tarz ekonomilerde işletmelerin çoğu rekabet edebilmekten ziyade ayakta kalmaya çalışmaktadırlar. Bu ortamlarda işletmenin yaşamını sürdürebilmesi uyguladıkları stratejilerin etki derecelerine bağlı olmaktadır (Ülgen ve Mirza, 2013: 52). İşletmeler yaşamlarını sürdürebilmelerinin yanı sıra zorlu rekabet şartlarında başarılı olabilmeleri için doğru stratejiler uygulamaya çalışmaktadırlar. Farklı ve çok sayıda amaçları olan işletmeler de iyi sonuçlar elde edebilmek adına farklı stratejiler geliştirmek zorundadırlar.

İşletmelerin birer canlı varlık oldukları kabul edildiğinde onlarında büyümeye gelişmeye ihtiyaç duyması kaçınılmazdır. İşletme yöneticileri, farklı sebeplerle büyümeyi düşünmektedirler. Bunlar, küresel düzeyde büyük işletmelerle rekabet edebilmek, hızla değişen çevre koşullarındaki belirsizliklerin sunduğu fırsatları değerlendirebilmek ve tehditlerin farkına varıp başa çıkabilme isteğidir. Ayrıca işletmeler yeterli finansman kaynağına ulaştığında büyümeye yönelmektedirler. Girişimci veya yönetici için büyümek, güç, statü ve saygınlık kazanmanın temel koşulu olarak görülmektedir.

İşletmelerin en uygun büyüklüğü (optimal) saptayabilmesi hem yöneticiler hem de çalışanlar için de önemlidir. İşletmeler stratejik olarak büyümeyi iç ve dış büyüme olmak üzere temelde iki biçimde gerçekleştirmektedir.

Mevcut faaliyetler geliştirilerek iç büyüme gerçekleşir. İşletmeler sahip oldukları kaynaklarının kapasitesini gözeterek iç büyümeye girişirler. Bu süreci iyi yönetebilmek için, yeni finansman kaynakları ihtiyacı doğmaktadır. İşletmeler borçlanma, oto finansman veya yeni sermaye bulma yöntemlerini uygulamaktadır (Şimşek ve Çelik, 2014: 40). Yeterli kaynak bulunduğu, üretim kapasitesi artırılarak pazar genişletilir veya yeni pazar aranabilir. İç büyüme kendi içerisinde, aynı üretim dalında, faaliyet genişleterek *yatay büyüme* ve işletme ana faaliyet alanının dışına çıkarak faaliyete geçerek *dikey büyüme* şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Yatay büyüme, Ürün Farklılaştırma, Pazar Farklılaştırma ve pazara nüfuz etme biçiminde uygulanmaktadır. Dikey büyüme geriye doğru dikey büyüme ve ileri doğru dikey büyüme olmak üzere iki farklı şekilde gerçekleşir.

İç kaynakların yetersiz geldiği durumda dış kaynakların kullanıldığı dış büyüme, genellikle iki veya daha fazla işletmenin birleşmesiyle gerçekleşmektedir (Şimşek ve Çelik, 2016: 58). Dış büyüme yönteminde, tam birleşme (merger)/ şirket evliliği, satın alma yöntemi, ortak yatırım, stratejik ittifaklar (lisans anlaşması, satış yetkisi verme/ acentacılık) üretim imtiyaz hakkı verme, dış kaynaklardan yararlanma (tedarikçileri veya bayileri ortak etme, taşeronlaştırma, fason İmalat), yönetim anlaşmaları, benchmarking, anahtar teslim ve yap- işlet-devret modelleri kullanılmaktadır.

Büyüme, işletmenin doğasında bulunmaktadır. Ancak dengeli ve sürekli büyüyen dinamik işletmelerde büyüme, işletmelerin gelişimi yönünden olumlu kabul edilirken, bazı işletmelerde de büyümenin getirdiği riskler nedeniyle büyümek istemezler. Belirli düzeyde risk, şirket yönetiminin doğasında vardır ancak işletmenin başarısıyla ilgili olarak risk, olumsuz bir durumun yaşanma olasılığını ve bunun sonuçlarını ifade etmektedir. İşletmenizin zayıf yönleri veya iç riskleri hedeflerinize ulaşmayı zorlaştırmaktadır. Dış riskler, rakiplere, çevresel değişikliklere veya ekonomideki değişikliklere bağlı olarak işletmenin karşı karşıya olduğu tehditleri içerebilmektedir.

Kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve varlıkları bir araya getiren ve işletmelere mevcut değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan kişi girişimci olarak adlandırılmaktadır (Güney, 2008: 56). Çalışmada üzerinde durulan genç girişimcilerin işlerini, büyüme stratejilerinden kendine uygun olanı/olanları belirlemek, büyüme gerçekleştirip hem ülke ekonomisinin gelişmesine hem de kendi refahlarına katkı sağlamak isteyip istememelerini tespit etmek ve genç girişimcilerin büyümek isterken karşılaştıkları risklerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Genç girişimcilerin sahip olduğu küçük işletmelerin büyüme istekleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğine bu araştırmaların çoğunlukla üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi (Naktiyok ve Timuroğlu,2009; Uygun vd., 2012; Karıman ve Eliöz, 2018; Çelik ve Gölpek Karababa, 2018) girişimcilik özellikleri (Bozkurt ve Alpaslan, 2013; Başar ve Büber, 2012), girişimcilik çeşitleri (Bayram ve Kaya Harmancı, 2018), iç girişimcilik (İçerli vd.,

2011), liderlik (Esmer ve Dayı, 2017; Ersarı ve Naktiyok, 2020; Akca, 2020; ) inovasyon (Telli, 2020) stratejik yönetim (Altuntaş, 2014) ve kadın girişimci (Soysal, 2013; Uluköy ve Bayraktaroğlu, 2014) konuları ile ilişkilendirilmiştir.

## 2. Metodoloji

Bu çalışmada nitel araştırma tercih edilecek olması sebebiyle araştırma evreni içinde Gaziantep ilinde iş sahibi olan ve 40 yaşını geçmeyen geniş meslek gruplarını temsilen seçilmiş 20 genç girişimciye ulaşılmıştır. Buna istinaden araştırmanın örneklem seçiminde, katılımcılar hakkında daha kapsamlı bilgiye ulaşabilmek için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme tercih edilmiştir.

Genç girişimcilere yönelik detaylı bilgi edinmek için nitel araştırma desenlerinden “olgu bilim” kullanılmıştır. Olgu bilim deseni ile bireylerin bir olguya ilişkin yaşantılarını, algılarını ve bunlara yükledikleri anlamlar ortaya çıkarılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:85). Araştırma sadece Gaziantep ilindeki genç girişimcilere yönelik görüşleri ile sınırlı olup diğer illeri kapsamamaktadır.

İlk olarak ilgili literatür taraması yapılmış ve açık uçlu görüşme soruları hazırlanmıştır. Araştırmanın amacına uygun şekilde yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Hazırlanan görüşme formu ile veri toplamak için katılımcı grubu belirlenmiştir. Katılımcılarda gönüllülük esasına dikkat edilerek, araştırmanın amacı aktarılmış ve verecekleri bilgilerin tamamen bilimsel amaçlı kullanılacağı bilgisi iletilmiştir. Katılımcılara, görüşmenin yaklaşık olarak 20-25 dakika süreceği ve görüşmeyi istedikleri anda bitirebilecekleri konusunda bilgilendirilmiştir. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılmıştır.

Bu araştırmanın temel amacını ortaya koymak olarak belirlenen aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. İşinizi büyütmeyi düşünür müsünüz, niçin?
2. İş büyütmenin riskleri var mıdır?
3. İşinizi hangi yollarla büyütmeyi düşünürsünüz?
4. İşinizi büyütme için hangi imkânlarla sahip olmayı düşünürdünüz?
5. Size göre bir girişimcinin hangi özelliklere sahip olmalıdır?

Görüşmeler yapıldıktan sonra yazıya dökülen veriler katılımcılara gönderilerek geri dönütler alınmıştır. Araştırmanın geçerliği açısından betimlemelere yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Sektör	Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Sektör
K 1	Erkek	33	Restoran	K 11	Erkek	35	Restoran
K 2	Kadın	31	Restoran	K 12	Erkek	28	Tekstil
K 3	Erkek	30	Zirai İlaç	K 13	Erkek	40	Gıda Toptancısı
K 4	Erkek	36	Tekstil	K 14	Erkek	23	Tekstil
K 5	Kadın	28	Kuaför	K 15	Erkek	28	Oto Galeri
K 6	Kadın	40	Çeyiz	K 16	Erkek	40	Mühendislik
K 7	Erkek	30	Gıda Toptancısı	K 17	Kadın	34	Eğitim
K 8	Kadın	37	Restoran-Kafe	K 18	Erkek	21	Gıda İthalat/İhracat
K 9	Erkek	40	Tekstil	K 19	Erkek	23	İlaç
K 10	Erkek	35	Halı	K 20	Erkek	39	Fabrika

## 2.1. Veri Analizi

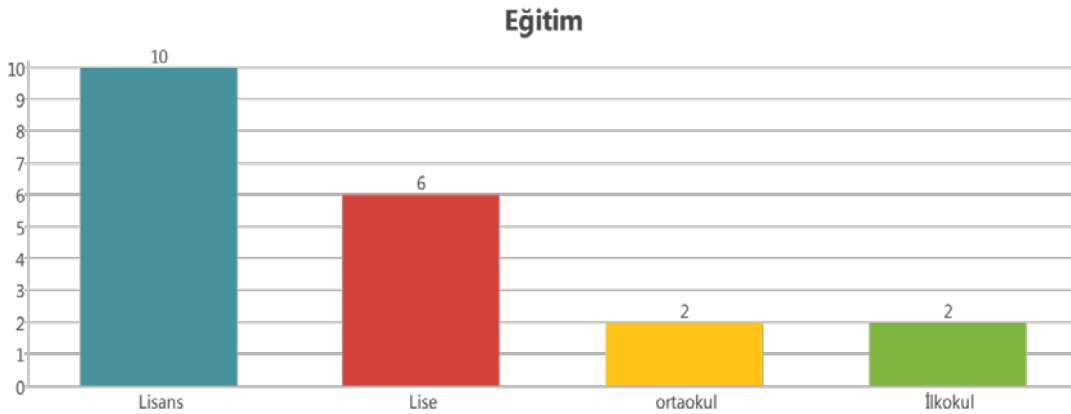
Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde içerik analizi yapılarak açık kodlama yöntemine başvurulmuştur. İçerik analizinde elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılmış ve MAXQDA programı kullanılmıştır. Oluşan metinler satır satır birkaç kez okunup, görüşme formundaki sorular da dikkate alınarak kodlamalar oluşturulmuş, daha sonra kodlar bir araya getirilerek ortak yönleri tespit edilerek araştırma bulgularına ulaşılmıştır. Bulgularının ana hatlarını oluşturacak temalar (kategoriler) ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada geçerlilik ve güvenilirlik sağlamak amacıyla görüşme formu hazırlanırken uzman görüşü alınarak kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Görüşme sonrasında katılımcılara görüşlerinin yer aldığı formlar gönderilmiş ve formda yer alan bilgilerin ve görüşlerin kendilerine ait olup olmadığına dair geri dönütler alınmıştır. Analizdeki verilerin kodlanması iki farklı araştırmacı tarafından kodlanarak karşılaştırılarak çalışmanın güvenilirliği sağlanmıştır.

## 3. Bulgular

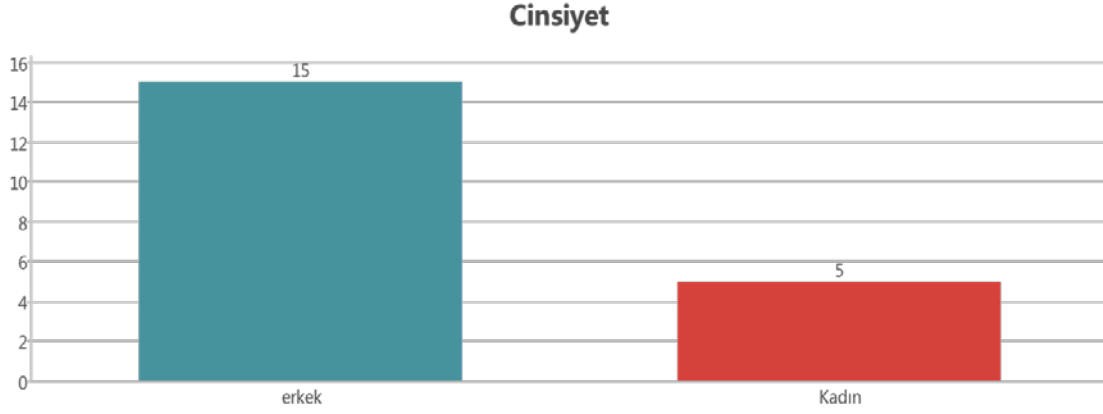
Bu bölümde, katılımcılara ait belge temelli frekanslar ve araştırma kapsamında cevaplanması düşünülen araştırma sorularına ilişkin analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Katılımcıların eğitim seviyelerine bakıldığında, 10 katılımcı lisans, 6 katılımcı lise, 2 katılımcı ortaokul ve 2 katılımcının ilkokul seviyesinde eğitim aldığı tespit edilmiştir. Elde edilen veriler Grafik 1’de sunulmuştur.



**Grafik 1.** Katılımcıların eğitim durumlarının belge temelli frekans grafiği

Katılımcılar 15 erkek ve 5 kadından oluşmaktadır. Elde edilen veriler Grafik 2’de gösterilmiştir.



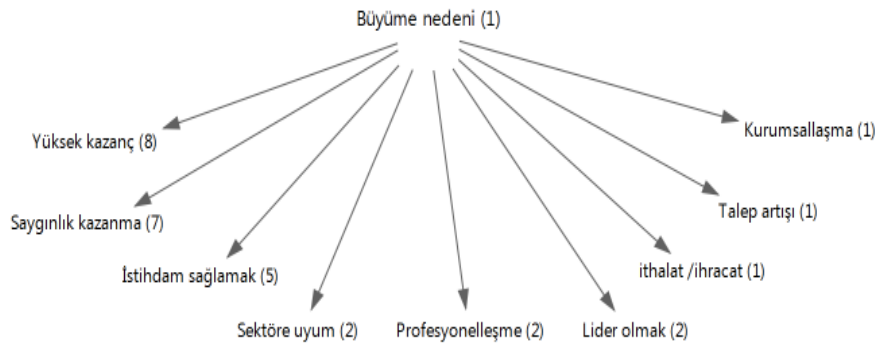
**Grafik 2.** Katılımcıların cinsiyetlerinin belge temelli frekans grafiği

Araştırma kapsamında cevaplanması düşünülen araştırma sorularına ilişkin analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

### 3.1. İşletmenizi büyütmeyi düşünür müsünüz? Neden?

Araştırmanın ilk problemi olan “İşletmenizi büyütmeyi düşünür müsünüz?” sorusuna yanıt aranmıştır. 15 katılımcı işletmelerini büyütmeyi düşündüklerini 5 katılımcı ise bu dönemde düşünmediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılarımızdan K12 “Ülkemiz ve dünyamızda gerçekleşen olaylar (döviz kurlarında ki dalgalanmalar, yüksek faiz oranları, pandemi vb.) sebebiyle önümüzdeki birkaç yıl işimizi büyütme konusunda pek cesaret sahibi değiliz” şeklinde durumunu ifade etmiştir.

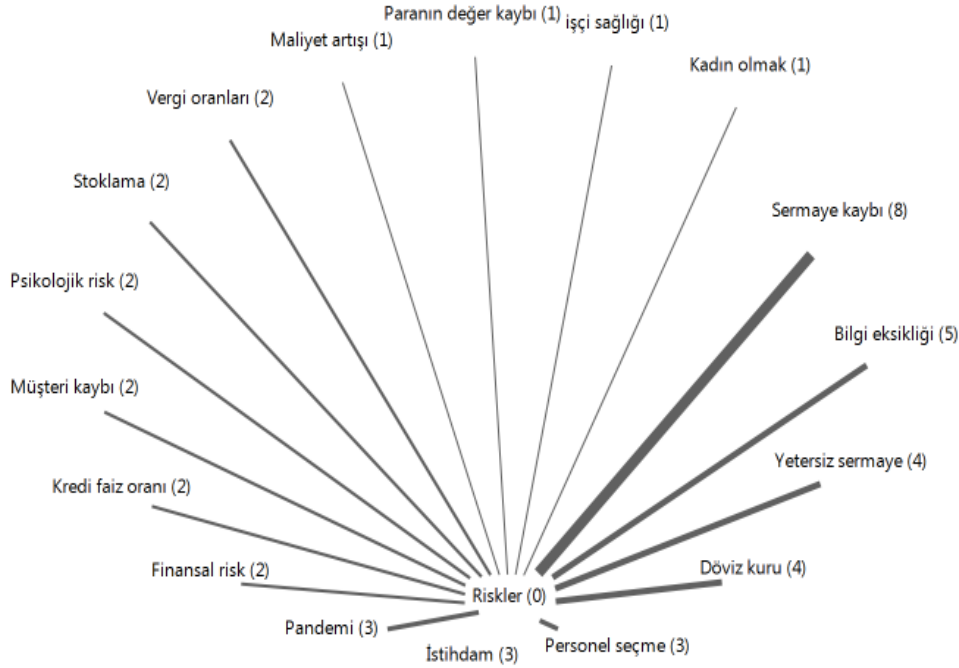
Araştırmanın ilk sorusu doğrultusunda “İşinizi büyütme istemenizin nedeni nedir?” sorusuna yanıt aranmıştır. Elde edilen veriler Şekil 1’de sunulmuştur.



**Şekil 1.** İşletmeyi büyütmenin sebepleri

Şekil 1’de görüldüğü üzere katılımcılar büyüme nedenlerini; Yüksek kazanç elde etme, saygınlık kazanma ihtiyacı, istihdam sağlama isteği, sektördeki gelişime ayak uydurmak, pazarda lider olma isteği, profesyonelleşme ve kurumsallaşma isteği, talep artışını karşılayabilme ve ithalat- ihracat yapabilmek olarak belirtmişlerdir.

Katılımcılarımızdan K3 “Daha çok istihdam yaratabilmek için ülke ekonomisine katkı sağlamak için” büyümeyi tercih ettiğini dile getirirken, K6 ise “İşimin sürekli gelişen bir iş olduğunu düşünüyorum” ifadelerini kullanmıştır.



Şekil 2. Girişimcilerin Karşılaştıkları Riskler

Görüşmeler esnasında katılımcılardan K7 “Gatem de en büyük iş yerine sahip kişilerden birisiyim ama bana ufak geliyor. Büyük yere geçtiğin zaman ister istemez daha büyüyorsun. Niçin daha büyüyorsun? Örnek verecek olursak size normalde bir kamyon mal geliyor ama büyüdükçe 5 kamyon mal gelecektir” ifadelerini kullanarak büyümenin belirli bir seviyeden sonra zorunluluk haline dönüşeceğini belirtmiştir.

### 3.2. İş büyütmenin riskleri var mıdır?

Araştırmanın 2. Problemi olan “İş büyütmenin riskleri var mıdır?” sorusuna yanıt aranmıştır. Katılımcıların en çok ifade ettiği riskler ile kodlar Şekil 2’de sunulmuştur.

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ışığında girişimcilerin karşılaştığı riskleri; iç riskler, dış riskler ve girişimciden kaynaklanan riskler olarak 3 kategori altında derlenmiştir. Kategorilere ait bilgiler Tablo 2’de gösterilmiştir.

İç riski oluşturan katılımcıların en çok sermaye kaybının risk olduğunu belirtmişlerdir. Bu kategori; “yetersiz sermaye (4), personel seçme (3), istihdam (3), stoklama(2), işçi sağlığı (1)” kodlarından oluşmaktadır. Dış riskler kategorisinde ise; döviz kurunun en fazla risk oluşturduğu ifade edilmiştir. Bu kategori de ise; “pandemi (3), kredi faiz oranı (2), müşteri kaybı (2), vergi oranları (2), maliyet artışı (1), pazarın değer kaybı (1)” şeklindedir. Girişimciden kaynaklanan riskler kategorisinde katılımcılar “bilgi eksikliği”nin büyük risk oluşturduğunu ve “finansal risk (2), psikolojik risk (2) ve kadın olmak (1)” şeklinde ifade edilmiştir.



Riskler		
<b>İç Riskler</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Personel Seçme</li><li>- Stoklama</li><li>- İşçi Sağlığı</li><li>- Sermaye Kaybı</li><li>- Yetersiz Sermaye</li><li>- İstihdam</li></ul>	<b>Dış Riskler</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Pandemi</li><li>- Kredi Faiz Oranları</li><li>- Müşteri Kaybı</li><li>- Vergi Oranları</li><li>- Maliyet Artışı</li><li>-Paranın Değer Kaybı</li><li>- Döviz Kuru</li></ul>	<b>Girişimciden Kaynaklanan Riskler</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Finansal</li><li>- Psikolojik</li><li>- Kadın olmak</li><li>-Bilgi Eksikliği</li></ul>

**Tablo 2.** Girişimcilerin Karşılaştıkları Risklerin Kaynakları

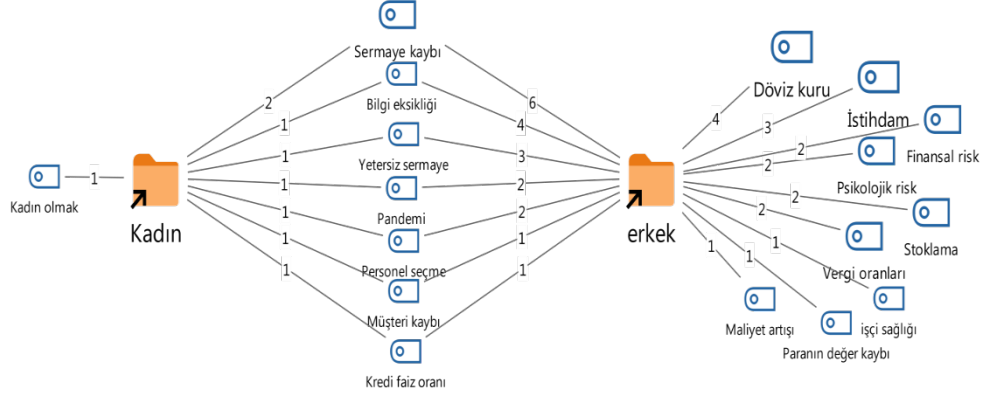
Görüşmeye katılan girişimciler karşılaştıkları risklerle ilgili yaşadıklarını problemleri ifade etmişlerdir. Bu koda ilişkin görüşünü belirten K9 “*Bazı firmalar sistemlerini tam olarak sağlayamadığında kontrol kaybı olabiliyor. Büyürken sistemi tam olarak oturtamazsanız eski sistemde çöker başarısız olursunuz.*”, şeklinde ifade ederek işletmenin her anlamda risklere hazırlıklı olması gerekliliğini vurgulamıştır.

K1 kodlu katılımcımız, “*Son yıllarda Türkiye’de döviz kurunun kısa vadede çok hızlı artıp azalması ve bu durumun getirisi olan güvensizlik, insanın işletmesini büyütmek için atacağı her adımı iki kere düşünmesine sebep oluyor*” şeklinde görüş bildirmiş ve bu durum döviz kurunun tahmin edilemez bir şekilde inip çıkmasının yatırımlar açısından olumsuzluk oluşturmasına sebep olduğu ifade edilmiştir. Benze şekilde katılımcılarımızdan K17 “*yurt dışına vereceğimiz malın döviz kuruna göre yükselip artmasından dolayı maddi konuda bir risk oranı vardır*” şeklinde görüşünü dile getirmiştir.

Bu olumsuz görüşlere karşın K2 kodlu katılımcımız “*risk alarak işimi büyütüp hayallerime kavuşmayı çok isterim*” diyerek aslında girişimcilikte büyümenin kendisinin risk olduğunu ifade etmiştir. Benzer şekilde katılımcı K4 “*Bence hiçbir girişimci olduğu yerde saymamalı, her zaman bir adım atmalı ve risk almalıdır*” şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Katılımcıların karşılaştığı risklere ait görüşlerin kadın ve erkek girişimciler açısından farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Kadın ve erkek katılımcılar riskleri; sermaye kaybı, bilgi eksikliği yetersiz sermaye, pandemi, personel seçme ve kredi faiz oranları olarak ifade etmişlerdir. Ancak yalnızca erkek katılımcılar risklere ek olarak döviz kuru, istihdam, finansal, psikolojik, stoklama, vergi oranları, işçi sağlığı, paranın değer kaybı ve maliyet artışını da eklemişlerdir. Elde edilen bu veriler Şekil 3’te sunulmuştur.

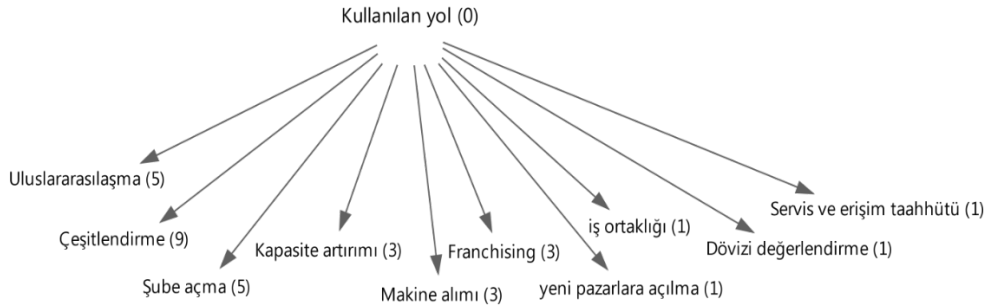
Kadın katılımcılardan K6, “*kadın olmanın*” da bir risk oluşturduğunu ifade etmiştir. K6 “*Sanırım zorlandığım tek konu bir kadın olarak evimi ve işimi aynı anda idare edebilmektir. Çalışma saatleri olsun kendime zaman ayırma konusunda olsun ister istemez zorlanıyorum. Bazen siparişi yetiştirebilmek için pazar günleri bile çalıştığım zamanlar oluyor.*” Şeklinde ifade etmiştir. Bu doğrultuda kadın girişimcilerin zaman yönetimi ve roller arası çatışma yaşadığını ve bunun da bir risk olabileceği ifade edilebilir. Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. Kadın erkek açısından riskler

### 3.3. İşinizi hangi yollarla büyütmeyi düşünüyorsunuz?

Araştırma problemlerinde 3.'sü olan “İşinizi hangi yollarla büyütmeyi düşünüyorsunuz?” sorusuna yanıt aranmıştır. Elde edilen verilere göre girişimciler işlerini büyütme istediklerinde; çeşitlendirme (9), uluslararasılaşma (5), şube açma (5), kapasite artırımı (3), makine alımı (3), franchising (3), yeni pazarlara açılma (1), iş ortaklığı (1), döviz değerlendirme (1) ve servis ve erişim taahhüdü (1) yollarını kullandıklarını veya kullanabileceklerini dile getirmişlerdir. Elde edilen veriler şekil 4’te gösterilmiştir.



Şekil 4. İş büyümenin yolları

Katılımcılar kullandıkları veya kullanmak istedikleri yolları ifade etmişlerdir. K16 kodlu katılımcımız “Daha büyük şirketlerle Türkiye çapında örneğin holdinglerle iş olarak büyütmeyi düşünüyorum. Aynı zamanda bunun için çabalıyorum. Bunun için sık sık şehir dışlarına çıkıp büyük ihalelere girerek, holdinglerin ve anonim şirketlerin işini alarak işimi daha da büyütme çaba çalışıyorum” ifadeleriyle büyük şirketlerle iş ortaklığı yaparak büyümeye çalıştığını ifade etmiştir.

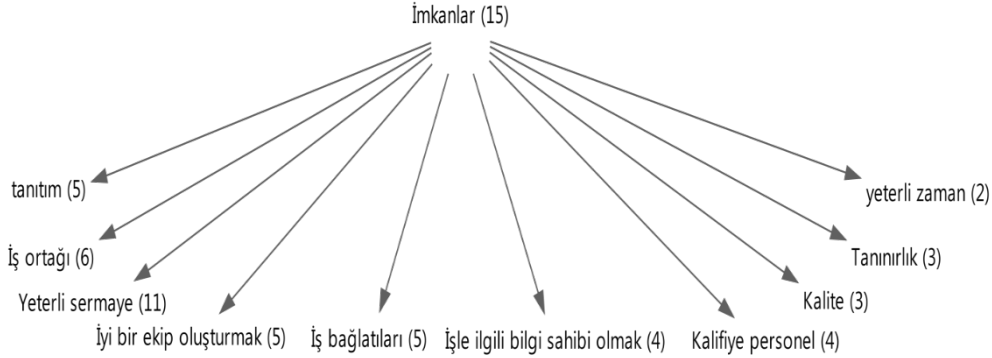
K10 kodlu katılımcımız “Servis ve erişim taahhüdü ile büyütmeyi düşünüyorum. Halı sektöründeyiz, pandeminin etkisi ile iş seyahatleri çok kısaldı ve tahminlere göre minimum 2022 ortasına kadar devam edecek ve sonrasında da sınırlı olacak. Bu noktada devreye girip yurtdışı müşterilerin birden fazla fabrika ve ürüne ulaşılabilirliğini sağlayıp onlar için doğru satın alma ve sevk organizasyonlarını sağlamayı yapmayı düşünürdüm” şeklindeki ifadesiyle pandeminin olumsuz etkilerine değinerek servis ve erişim taahhüdünün en doğru karar olduğunu belirtmiştir.

Bazı girişimcilerimiz sadece tek bir yol kullanmak yerine farklı yollarla büyümeyi sağlamışlardır. K9 kodlu katılımcımız “O zamanlarda ürettiğimiz çuvallara çok fazla talep vardı. Fakat iş yerimiz bunu karşılayamıyordu. 9000 m2 kare yerimiz vardı. 25000 m2 yer aldık. Onu da borçlanarak aldık. Bu sayede hem müşteriyi memnun ettik hem de üretim kapasitemizi artırmış olduk” ifadeleriyle kredi kullanarak kapasite artırımını sağlamış ve bu şekilde büyüdüğünü belirtmiştir. Aynı şekilde K13 kodlu katılımcımız “Büyütme aşamasında daha çok insana ulaşip daha çok mal satmak için işimi de daha büyültmek için bir şirket kurmaya karar verdim bu şirketle birlikte daha çok insana ulaştım daha çok satış yapmaya başladım gelirim artmaya başladı. Kazandığım para ile bir arazi alıp 10 tonluk mısır kapasitesine sahip depolar yaptım aldığım mısırı hem burada bir yıl muhafaza edip daha sonrasında yüksek bir fiyata satmaya başladım hem de daha çok fabrikaya daha çok mal satmaya başladım. Kazandıkça parayı ilgili olduğum alanlara bölmeye başladım mesela bir petrol aldım mazotu çiftçilere satıyorum onlarda çok fazla alıyorlar petrol zaten yol üstünde günde yaklaşık bin kamyon geçiyor onların belli bir kısmı alıyor bu durumda ben sadece tek bir işe yönelmemiş oldum bazen tarlada ektiğim üründen gelir elde edemiyorum ama petrolden elde ediyorum ya da mısırı satarak elde ediyorum” şeklinde hem çeşitlendirme hem de kapasite artırımını sağlamıştır.

K5 kodlu katılımcımız ise “yurt dışında henüz bir işim yok ama kurmak en büyük hayallerimden biri.” ifadesini kullanarak uluslararası çalışmak istediğini belirtmiştir.

### 3.4. İşinizi büyütme için hangi imkânlarla sahip olmayı düşünürdünüz?

4.Problemimiz olan hangi imkânlarla sahip olduğunuzda işinizi büyütme düşünürdünüz sorusuna katılımcıların yanıtlarına bakıldığında; yeterli sermaye (11), iş ortağı (6), iyi bir ekip oluşturmak (5), iş bağlantıları (5), tanıtım (5), iş ile ilgili bilgi sahibi (4), kalifiye personel (4), kalite (3), tanınırlık (3), yeterli zaman (2) şeklinde veriler elde edilmiştir. Bu veriler şekil 5’te sunulmuştur.



Şekil 5. Hangi imkânlarla sahip olmayı düşünürsünüz

Katılımcıların sahip olmak istedikleri imkânlarla ilgili görüşleri incelendiğinde katılımcılardan en fazla değinilen “yeterli sermaye” imkânına sahip olmakla ilgili görüş belirten katılımcılardan K19 kodlu girişimci “Şu zamanda paranın açamayacağı hiçbir kapı yok bana göre. Sonra ise önceden de hep bahsettiğim gibi benim işim teknik ve bilgi gerektiren bir iş. Bu işi büyütme için ikinci önemli olan şey zekâ ve bilgi. Sonrasında ise işi büyütme için beraber iş yapabileceğiniz firmalarla, şirketlerle görüşmeniz gerekir”, K20 “Hem maddi kaynaklara hem de uluslararası şirketlerle ilişkilere ihtiyacımız var”, K1 “Öncelikle açmayı düşündüğüm ilk şube için maddi olarak elimde yeterli bir sermayenin olması gerektiğini düşünüyorum”, K2 “İşimi büyütme için öncelikle maddi anlamda rahat olmam kendimi ailemi rahat geçindirebilmem ve borç, riskin altına kaygısız bir şekilde girebilmem gerekir” K8 “Bu girişim

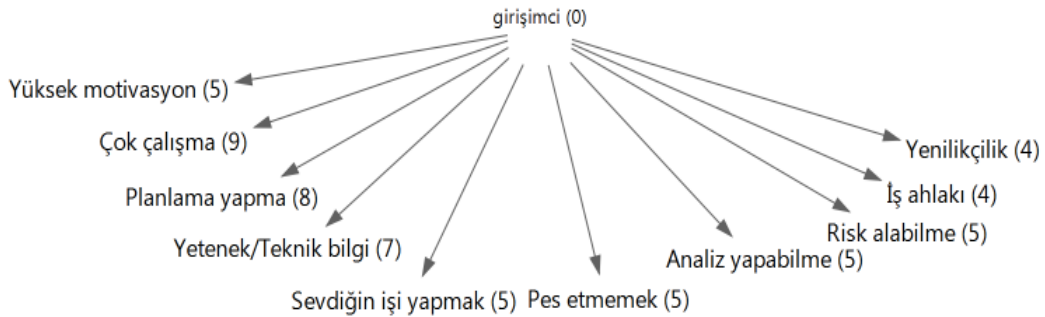
için tek gereken şey maddi destektir”, K11 “İşimi büyütmek için belli miktarda sermayeye ve zamana sahip olmayı düşünürdüm. Oraya çok fazla zaman ayırmam gerekecektir yeni bir yer ve yeni müşteriler kendimizi tanıtılabilmek için” ve K17 “Kuracağımız işin büyüklüğüne göre uygun bir sermaye olması bununla birlikte giderlerin toplanması ve ona göre bir bütçe oluşturulmasıdır. Sermaye işin büyüklüğü açısından olmazsa olmazdır” şeklinde fikirlerini sunmuşlardır.

Araştırmada 6 katılımcı iş ortağına sahip olmakla ilgili görüş sunmuştur. Bu duruma ilişkin katılımcılardan K16 “Abim benden daha zeki ve daha çok çevresi olduğu için ona ihtiyacım oldu. Abimle ortak olmak için de X şirketini kurdum”, K7 “Genç iseniz, bir yetişkin ile ortak olmanızı öneririm. Benim ortağım en önemli şansım amcamdır. Gençlerin enerji ve tutkusu, yetişkinlerin sabır, sermaye ve tecrübe gibi kaynaklarıyla birleşince başarılı girişimcilik öyküleri ortaya çıkar. İki genç ortak olduğunda bence genellikle başarısız oluyorlar. Çünkü genelde ikisinin de parası ve tecrübesi yetersiz oluyor”, K17 “Bu dönemde güveneceğimiz birilerini bulmak her zaman kolay olmuyor.” şeklinde düşüncelerini ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılarımız iş ortağı olarak genellikle aile bireylerinde yardım aldıklarını ifade etmişlerdir.

K4 kodlu girişimimiz ise “Öncelikle işle ilgili herşeyi bilmek gerekir. Haberler izlenmeli, piyasadaki durum araştırılmalı ve ekonomideki durumlara karşı plan yapılmalıdır. Tehditler ve zorlukları yakından takip etmeye çalışırım ki herhangi bir krizle karşılaşırsam krizi yönetebileyim” görüş belirterek bir işle ilgili gerekli bilgilere sahip olmanın önemine değinmiştir.

### 3.5. Size göre bir girişimci hangi özelliklere sahip olmalıdır?

Katılımcıların bir girişimcide olması gereken özelliklerle ilgili görüşlerine baktığımızda; çok çalışma (9), planlama yapma (8), yetenek/teknik bilgi (7), yüksek motivasyon (5), sevdiğin işi yapmak (5), pes etmemek (5), analiz yapabilme (5), risk alabilme (5), iş ahlakı (4) ve yenilikçilik (4) özelliklerine sahip olması gerektiğini belirtmişlerdir. Elde edilen veriler şekil 6’te gösterilmiştir.



Şekil 6. Girişimcide olması gereken özellikler

## 4. Sonuç ve Öneriler

Çalışmada Gaziantep ilindeki genç girişimcilerin sahip oldukları işletmelerini büyüme iten nedenleri ve büyüme amaçlarını belirlemek, bu amaçlarını gerçekleştirmek için bir stratejilerinin var olup olmadığını tespit etmek, büyüme stratejileri var ise hangi büyüme stratejilerini uyguladıklarını saptamak, büyüme stratejilerinin önemini ortaya koymak ve büyümede karşılaştıkları sorunları tespit etmek amaçlanmıştır. Elde edilen veriler;

girişimcilerin işletmelerini büyütme isteme sebepleri, girişimcilerin karşılaştıkları riskler, işletmelerini büyütmenin yolları, hangi imkânlarla sahip olmayı istedikleri ve girişimcide bulunması gereken özellikleri hususunda bulgulara dönüştürülmüştür.

Katılımcılardan 15 girişimci işletmelerini büyütme düşünürken 5 girişimci mevcut piyasa şartlarına varken dönemde ifade etmişlerdir. Girişimcilerin işletmelerini büyütme isteme sebepleri ağırlıklı olarak yüksek kazanç elde etme ve saygınlık kazanma ihtiyacı olarak tespit edilmiştir. Girişimcilerin karşılaştıkları risklere bakıldığında katılımcılar sermaye kaybının büyük risk olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca büyümenin zaten bir risk olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların karşılaştığı risklere kadın ve erkek girişimci açısından görüşler incelendiğinde, sermaye kaybı ve bilgi eksikliğinin en çok risk oluşturduğu belirlenmiştir. Ayrıca kadın olmanın da bir risk olarak görülmektedir. Bu bulgu Soysal'ın (2010) yapmış olduğu çalışma ile örtüşmektedir. Girişimcilerin işletmelerini büyütme için çeşitlendirme, uluslararasılaşma, şube açma, kapasite artırımı, makine alımı ve franchising yollarını en fazla tercih ettikleri tespit edilmiştir. Girişimciler büyüebilmek için en fazla yeterli sermayeye sahip olmayı istedikleri tespit edilmiştir.

Son olarak girişimcide bulunması gereken özelliklerin en başında çok çalışmanın yer aldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Daha sonra ise girişimcilerin teknik yeteneklere sahip olması, yüksek motivasyon, sevdiği işi yapmak, pes etmemek, risk alabilme, yenilikçilik ve iş ahlakına sahip olması beklendiği sonucuna varılmıştır.

## Öneriler

Türkiye'nin mevcut durumu analiz edilerek ve genç girişimciliğin desteklenmesi için çeşitli öneriler sunulmuştur;

- Türkiye'de genç girişimci yatırıma yönlendirilirken ekonomik ortamın da hazırlanmasının büyük önemi olduğu görülmüştür.
- Genç girişimcilere düşük maliyetli destek mali kaynaklar ve rahat geri ödeme koşulları sağlanmalıdır.
- Pazar koşullarındaki belirsizlikler ortadan kaldırılmalı ve/veya yatırımcıya güven duygusu verilmelidir.
- Küresel ortamda güçlü bir rol üstlenilebilmesi için ülkemiz ekonomisinin güçlü ve sürdürülebilir olmasının anahtarı olan küçük işletmelerin, rekabet gücü artırılmalı, verimlilikleri yükseltilmelidir.
- Uluslararası pazarlara girişler, stratejilerle desteklenmeli, yatırım, üretim ve pazarlama-satış alanında gerekli eğitim, teknik bilgi ve danışmanlık hizmetleri sunulmalıdır.

## Kaynaklar

- Akca, M. (2020). Girişimcilikten girişimci liderliğe. *International Anatolia Academic Online Journal Social Sciences Journal*, 6 (2) , 80-89.
- Altuntas, G. (2014). The Relationship Between entrepreneurship and strategic management: A New model and test of strategic entrepreneurship. *Research Journal of Business and Management*, 1(2) , 103-129.
- Başer, H. ve Büber, R. (2012). İş kurma amacı olan adayların girişimcilik özelliklerinin ölçülmesi: Aydın İli'nde bir uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-143.
- Bayram, A. ve Kaya Harmancı, Y. (2018). Girişimciliğe farklı bir bakış: Hibrit girişimcilik. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3) , 1827-1836.

- Bozkurt, Ö. Ç., ve Alparılan, A. M. (2013). Girişimcilerde bulunması gereken özellikler ile girişimcilik eğitimi: Girişimci ve öğrenci görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Çelik, M. ve Gölpek Karababa, A. (2018). Girişimcilik niyetlerinin demografik faktörlere göre incelenmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 13(1) , 57-67.
- Ersarı, G. ve Naktiyok, A. (2020). Yöneticilerin girişimci liderlik davranışlarının işletme performansına etkisinde farklılaştırma stratejisinin aracı rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19th International Business Congress Special Issue.
- Esmer, Y. ve Dayı, F. (2017). Entrepreneurial leadership: A theoretical framework. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2) , 112-124.
- Güney, S., (2008). Girişimcilik-Temel kavramlar ve bazı güncel konular. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- İçerli, L., Yıldırım, M. H. ve Demirel, Y. (2011). Kobilerde iç girişimciliğin incelenmesine yönelik bir araştırma: Aksaray örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2) , 177-187.
- Karıman, E. ve Eliöz, M. (2018). Girişimci eğilimi göstermeyen üniversite öğrencilerinin girişimcilik potansiyelinin araştırılması. *Ondokuz Mayıs University Journal of Education Faculty*, 37(2) , 195-209.
- Li, H.H.JK ve Tan, K.H (2004) SMEs business growth model: A medium to big effort. *Int. J. Management and Enterprise Development*, 1(3), 195-207.
- Soysal, A. (2010). Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.
- Soysal, A. (2013). Kırsal alanda kadın girişimciliği: Türkiye için durum değerlendirmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1) , 163-190.
- Şimşek, M.Ş. ve Çelik, A. (2014). *Genel işletme*. Eğitim Yayınevi.
- Şimşek, M.Ş. ve Çelik, A. (2016). *İşletme bilimine giriş*. Eğitim Yayınevi.
- Telli, S. G. (2020).Girişimci yenilikçi üniversite. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 3(1) , 44-48.
- Tengilimoğlu, D., Atilla, E. A., ve Bektaş, M. (2020). *İşletme yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Timuroğlu, M. K. ve Çakır, S. (2014). Girişimcilerin yeni bir girişim yapma niyetlerinin risk eğilimi ile ilişkisi alma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 119-136.
- Uluköy, M. ve Bayraktaroğlu, S. (2014). Ataerkil toplumlarda kadın girişimcilerin uğradıkları baskıların incelenmesine yönelik bir alan araştırması. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 12(24), 356-369.
- Uygun, M., Mete, S. ve Güner, E. (2012). Genç girişimci adayların girişimcilik eğilimi ve girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 145-156.
- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kucuk-ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2019-37548> (Erişim tarihi: 17.08.2021).