



Erasmus+

Mesleki Eğitim Alanında Stratejik Ortaklıklar
Yenilikçilik ve İyi Uygulamaların Alışverişi için İşbirliği KA2
2015-1-RO01-KA202-015094



CO-OP Empowering for Youth

*Girişimcilik Alanında Yenilikçilik ve İyi Uygulamaların Alışverişi için İşbirliği
Projesi*

Girişimcilik Ortamı Üzerine Yerel Araştırma Faaliyeti

Ortak Sonuç Raporu

İçerik

Özet.....	2
Metodolojik Notlar.....	5
1. Giriş.....	6
1.1 Ortak Ülkelerdeki Mevcut Durum	6
1.2 Ülkelerde Girişimciliğin Yasal Çerçevesi Ve Genç Girişimciler Özelinde Yeni İş Kuranlara Yönelik Mevcut Destek Politikaları Ve Araçları.....	8
2. Genç İşsizler Hedef Gurubuna Uygulanan Araştırma Anketlerinin Değerlendirilmesi.....	12
2.1 Katılımcı Gençlerin Profilleri ve Karakteristik Özellikleri.....	12
2.2 Eğitim ve Yeniden Eğitim Kursları.....	26
3. Son 12 Ay İçinde (2015 yılında) Kurulan İşletmelere Yönelik Uygulanan Anketin Değerlendirilmesi	31
3.1 Niceliksel Analiz.....	31
3.2 Niteliksel Analiz.....	34
3.3 Girişimcilik alanında destekler sunan kuruluşların niteliksel analizi.....	37
4. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere uygulanan araştırma anketlerinin değerlendirilmesi.....	38
4.1. Niceliksel Analiz.....	38
4.2. Niteliksel Analiz.....	40
5. Öneriler.....	44
6. Kaynaklar.....	46

ÖZET

CO-OP Projesi, yeni kurulan işletmeler (girişimler) hakkında çalışmalar yaparak ve bu çalışmalarda edinilen bilgileri paylaşarak, özellikle genç işsizlerde girişimcilik eğiliminin geliştirilmesi için, onlara teknik destek, eğitim ve danışmanlık sunacak araçlar geliştirmeyi ve bu yenilikçi araçların transferini sağlamayı amaçlar.

AB genelinde 15-24 yaş arası 5 milyondan fazla işsiz genç bulunmaktadır bu da yüzde 21,9'luk bir işsizlik oranına tekabül etmektedir. Bu nedenle CO-OP ortakları Avrupa Komisyonu tarafından "rekabetçiliği ve büyümeyi tetikleyecek anahtar beceri" ve "toplumun genel refah düzeyine" katkı sağlayacak temel unsurlardan biri olarak nitelendirilen girişimcilik olgusuna yeni yaklaşımlar getirmektedir.

Bu alandaki son durum da iç açıcı değildir. OECD verilerine göre Avrupa'da açılan küçük ölçekli yeni işletmelerin üçte biri, yönetim eksikliği, mali kaynak yetersizliği gibi nedenlerle kuruldukları ilk yılın sonunda varlıklarını devam ettirememektedir. Buna bağlı olarak Avrupa Komisyonu küçük ölçekli girişimlerin başarı oranını iyileştirmek amacıyla 2000 yılından itibaren yeni girişim fikirlerinin "iş küvezleri" yaklaşımıyla olgunlaştırılmasını tavsiye etmektedir.

CO-OP Projesinin ilk aşamasında, 6 ortak kurumun ülkelerinde girişimcilik ortamının ekonomik ve yasal durumu, girişimcilere sunulan destek mekanizmaları ve genç işsizlerin işgücü piyasasına erişimlerindeki mevcut durum gibi konuların tespiti amacıyla bir araştırma faaliyeti yürütülmüştür.

Bu rapor 6 farklı ülkede yürütülen bu araştırmada elde edilen verilerin özetini sunmanın yanında, ülkeler arasındaki mevcut durumun farklılıkları ve benzerliklerinin bir kıyaslaması niteliğini de taşır.

Projenin ilk fikri çıktısı (intellectual output) bu rapor, (a) 18-30 yaş arası genç işsizlere, (b) kurulma sürecini tamamlamış ve işlevsel girişimler ile girişimcilik alanında çeşitli hizmetler/destekler sağlayan kamu ve özel sektör kurumlarına ve (c) son 12 ay (2015 yılı içerisinde) içinde 6 ortak kurumun ülkelerindeki – Romanya, Fransa, Türkiye, İtalya, İspanya ve Slovakya – belirlenen bölgelerde kurulan küçük ve çok küçük ölçekli genç işletmelere uygulanan üç farklı araştırma anketinin uygulanması ile yürütülen bir araştırma faaliyetinin sonucudur.

Yürütülen araştırma faaliyetin başlıca amaçları şunlardır:

- Projenin ilerleyen aşamasında girişim faaliyetlerini ve işgücü piyasasına girişi kolaylaştırma amacıyla özel bir eğitim programı dahilinde gerçekleştirilecek pilot uygulamaya alt yapı oluşturabilmesi için, araştırma kapsamına alınan ve kendi iş fikrini hayata geçirme düşüncesi olan genç işsizlerin eğilimleri ile ülkelerdeki mevcut girişimcilik çerçevesi (bilgi ve destek hizmetleri, gerekli belgelendirmeler, yeterlilikler, zorunlu yükümlülükler vb.) hakkında genel bilgi edinme;

- İş küvezi hizmeti veren kurumların karşılaştıkları sorunlar ve güçlükler ile girişimlerin temel başarısızlık sebeplerini ve mali kolaylıklar, bankacılık/kredi olanakları, finansal destekler vb. konulardaki ihtiyaçlarını tespit etme ve dahi girişimcilik destek alanında faaliyet gösteren kurumların türleri ve sundukları hizmetler hakkında bilgi derleme;
- Küçük ve Çok Küçük Ölçekli İşletmelerin güçlü ve zayıf yönlerini ve kalkınma hipotezlerini belirleme ve ayrıca yeni girişimlerin uygulanabilirliği ve sağlığı açısından hayati önem arz eden bileşenler ile yeni girişimcilerin bu anlamda karşılaştığı sorunları tespit etme;



Projenin İtalyan ortağı olan ve araştırma faaliyetlerini koordine eden (planlama, anket hazırlama/düzenleme, derlenen bilgileri raporlandırma) **Promidea**, toplamda **50 genç işsiz, 20 son 12 ay içinde kurulan işletme ve 21 küçük ve çok küçük ölçekli işletmeye** araştırma anketlerini uyguladı.

Projenin koordinatör ortağı **Pro vocatie** (Romanya) toplamda **63 genç işsize, 15 son 12 ay içinde** faaliyete başlayan işletme ve girişimciliğe destek veren kuruluşa, **20 küçük ve çok küçük ölçekli işletmeye** araştırma anketlerini uygulamıştır.

Slovak ortak Agentura RRI araştırma kapsamında, **54 genç işsiz, 20 son 12 ay içinde** kurulan işletme ve girişimcilik destek kurumları ile **21 küçük ve çok küçük ölçekli işletmeye** ulaşmıştır.

İspanyol ortak **Red2Red** toplam **50 genç işsiz, 20 son 12 ay içinde** kurulan işletme ve girişimcilik destek kurumları ile **20 küçük ve çok küçük** ölçekli işletmeyle araştırma faaliyetlerini gerçekleştirmiştir.

COOP Projesinin Türkiye'den ortağı olan Kocaeli Valiliği (AB ve Dış İlişkiler Bürosu) ise araştırma kapsamında **50 genç işsiz** girişimci adayı, **14 son 12 ay içinde** kurulan işletme, **7 girişimcilik desteği** sunan kurum ve **20 küçük ve çok küçük** ölçekli işletmeye ulaşmıştır.

Son olarak projenin Fransız ortağı **Petra Patrimonia** toplamda **58 genç işsiz, 20 son 12 ay içinde** kurulan işletme ve girişimcilik destek kurumu, **4 adet de küçük ve çok küçük** ölçekli işletme ile araştırma faaliyetlerini yürütmüştür.

Son 12 ay içinde (2015 yılı içerisinde) kurulan yeni işletmeler ile girişimcilik alanında yeni kurulan işletmeler ve girişimci adaylarına yönelik çeşitli hizmetler ve destekler sunan kurumlara yönelik uygulanan ikinci grup anketten elde edilen verilere ilişkin uygulanan yöntem hakkında bir açıklama yapmak gereklidir. İki farklı hedef grup için iki bölümden oluşan tek bir anket uygulanmıştır.

COOP Projesi nispeten küçük ölçekli bir proje olduğu için hedef bölgelerde yürütülen araştırma faaliyetlerinde uygulanan anket sayısı çok yüksek değildir. Araştırma kapsamında ulaşılan kişilerin toplam sayısı toplam 521'dir. Bu rakam da proje tasarlama aşamasında ön görülen rakamın üzerindedir.

METODOLOJİK NOTLAR

Araştırma raporu her ortak kurumun kendi ülkesinde belirlenen uygulama alanında uyguladığı anket çalışmalarının sonuçlarının kıyaslanması ile hazırlanmıştır. Üç farklı hedef guruba uygulanan üç anket (Genç İşsizler; Yeni Kurulan İşletmeler ve Girişimcilik Destek Kurumları; Küçük ve Çok Küçük Ölçekli İşletmeler) ankete katılanlardan olabilecek en fazla sayıda cevabı/geribildirim almak ve proje hedefleri doğrultusunda uygun bilgiler elde etmek amacıyla yapısal formatta sorulardan hazırlanmıştır.

Anketlerdeki sorular elde edilmek istenen bilgilere göre işlevsel bir sıra ile dizilmiştir ve işlevsel açısından birbirine bağlantılı sorulardır. Bu sayede, örneğin, anket uygulanan genç işsizlerin sahip oldukları niteliklere ilişkin verdikleri cevaplar, bu gençlerin eğitim süreci yaşama ve profesyonel nitelikler kazanma yönündeki motivasyonlarıyla ilgili verdikleri geribildirimleri daha iyi kavramamıza ve yorumlamamıza yardımcı olmuştur. Aynı şekilde, yeni işletmelerin rekabetçiliğe ilişkin verdikleri cevaplar referans pazar ile kıyaslandığında aynı işletmenin ait olduğu ekonomik sektörün analiz edilmesi ile kendilerini daha iyi tanımlamıştır.

Her üç anket de çok basit bir sınıflandırma sorusu ile başlar ve kademeli olarak karar verme yeteneği ve/veya kişisel doğalarına ilişkin güdüleri ölçümleyen daha karmaşık sorulara doğru ilerler. Anketler "Tanımlayıcı" bir rapor mantığına göre hazırlanmıştır. İş kurma süreçlerindeki belirli açılma/kapanma gerçekliklerinin ve girişimcilik yeteneğinin/kapasitesinin analiz edilmesi, ölçülmesi ve değerlendirilmesi için veri toplanması amaçlanmıştır. COOP anketleri bu bakımdan genel anlamda gerçek birer istatistiksel araç olarak değerlendirilemez. Toplam ulaşılan kişi sayısı ve ülke başına ulaşılan kişi sayısı temsili örnek teşkil edecek ölçüde fazla değildir. Diğer yandan hedef kitle açısından da istatistiksel değerlendirme yönünde farklılıklar mevcuttur. Üç hedef kitle birbirinden farklıdır ve her gurup içerisinde heterojen bir yapı vardır. Örneğin genç işsizler hedef gurubunu ele alacak olursak, daha önce bir iş deneyimi olanlar veya olmayanlar olduğu gibi belirli bir profesyonel yeteneğe sahip olan ve olmayan katılımcılar ya da yapısal ve net bir motivasyona sahip olanlarla kadar herhangi bir iş fikrine sahip olmayanlar söz konusudur. Benzer farklılıklar diğer hedef guruplar için de geçerlidir (tarımsal işletmeleri ileri düzey teknik servis firmaları vb.).

1. GİRİŞ

1.1 Ortak Ülkelerdeki Mevcut Durum

İSPANYA

2014 yılı Eurostat verilerine göre, İspanya'da 15 -64 yaş arası vatandaşların istihdam oranı, 2007 yılında %66 iken sert şekilde düşerek %56 olarak belirlenmiştir. Aynı eğilim 2015'in son çeyreğinde zirve yaparak %26.9' ulaşan ve %20.9'a gerilemekle birlikte, bölgeler arası farklılıklar da göz önünde bulundurulduğunda hala çok yüksek olan işsizlik oranında da görülmektedir. Esasen, ülkenin güneyindeki bölgelerde (Andalusia, 29.8%) işsizlik oranı kuzeye göre (Bask Bölgesi, 12.9%) daha yüksektir. İspanyol ekonomisi ticaret, taşımacılık, konaklama gibi hizmet sektörlerinin tahakkümündedir. İstihdamın %79'unu kapsayan kamu idaresi; sonrasında %12 ile imalat sanayi ve en az paya sahip olan tarım sektörü gelmektedir. **İş gücünün %83'ü özel sektörde kalan %17'si ise kamuda istihdam edilmiştir.** 2015'in son çeyreğinde 16-29 yaş arası aktif genç işsizlik oranı da %35'e tekabül eder.

ROMANYA

Romanya'da aktif nüfus 9.17 milyondur ve bu nüfusun yarısından fazlası (%56.8) erkektir. Genç nüfus ise toplam nüfusun %72'sini kapsar ve yarısından fazlası (%60.2) kırsal alanda yaşar. Ülkedeki istihdam verilerine göre **en büyük istihdam payı (%29) 35-44 yaş arası vatandaşlara aittir. Bunu % 24.1 ile 25-34 yaş aralığı izler. Genç Rumenler ise toplam istihdamın sadece %5.9'unu oluşturur.** İstihdam edilen nüfusun %52'si ortaöğretim ve mesleki eğitim mezunuyken, %18.7'si üniversite derecesine sahiptir. %24.9'u da ilk veya orta öğretimi tamamlayamayan ya da hiç eğitim olmayan nüfustan oluşur.

Hizmet sektöründe istihdam edilenler toplam istihdamın %57.9'una; imalat ve yapı sektöründekiler %39'una; tarım sektöründekiler ise %3.1'ine tekabül eder. Çalışan kesimin dağılım verilerine bakıldığında büyük bir çoğunluğun (%98.6) sürekli istihdam içerisinde yer aldığı görülür. Ülkedeki 25-29 yaş aralığındaki gençlerin işsizlik oranı Avrupa geneli istatistiklerine yakın değerinde %17.9'dur

SLOVAKYA

Slovakya, Avrupa ülkeleri arasında genç istihdamı konusunda ilk sıralardaki ülkelerden biridir. Eurostat verilerine göre istihdam oranı 2014'te %61 iken Slovak İstatistik Kurumunun resmi verilerine göre bu oran %65'tir. Aynı yıl ülkedeki **işsizlik oranı %12.3 olarak belirlenmiş ve bu kesimin %31'ini 29 yaş altı gençler oluşturmuştur.**

Ulusal ekonomideki baskın sektörler (çalışan sayısına göre) başta otomotiv, mühendislik ve kimya olmak üzere imalat sanayi (390.000 çalışan); perakende ve toptan satış sektörü (196.000 çalışan); eğitim sektörü (131.000 çalışan); kamu sektörü (119.000 çalışan); sağlık ve sosyal hizmetler sektörüdür (98.000 çalışan). 2014 yılında istihdam içinde bulunan toplam 1.199.586 kişiden özel sektörde istihdam edilenlerin oranı %67.8 olarak hesaplanmıştır. Slovakya'da **KOBİ'ler, aktif işgücünün %72.7'sine istihdam yaratarak ve %53.3'lük bir katma değer payını üreterek ekonominin hayati gücünü temsil etmektedir.** 2014 yılında ülkede aktif olarak faaliyet gösteren 565.241 küçük ve orta ölçekli işletme bulunmaktadır. Bunların %96.9'u ise çok küçük ölçekli (0-9 çalışan); %2.5'i küçük ölçekli (10-49 çalışan) ve %0.5'i de orta ölçekli (50-249 çalışan) işletmelerdir. Bu girişimlerden 195.727'si hukuki tüzel kişiliğe sahip (%34.6), 337.182'si kendi işini kuran, 24.483'ü serbest çalışan ve 7.849'u da bağımsız çiftçilerden oluşur (toplam %65.4). Kendi işini kurmuş olan girişimcilerin çeyreğinden fazlası ticaret sektörlerinde, %22.8'i yapı sektöründe ve %16.4'ü de imalat sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Kendi işinde çalışanların %72.6'sı erkek iken %27.4'ü kadınlardan oluşur (AB geneli kadın oranı %31.6). Yine kendi işini kuranların %12.9'u 30 yaşının altındaki genç girişimcilerdir.

FRANSA

64.2 milyonluk nüfus ile **Fransa, Euro bölgesinde işsizlik oranı yükselişte olan tek ülkedir.** 2015 yılının 3. çeyreğinde işsizlik oranı aktif nüfusun %10.6'sına yükseldi. **Mevcut durumda, hizmetler sektörü ülkenin ekonomisinin temel dayanağını oluşturur. GSYH'nin %70'i bu sektörden kaynaklanır.** Dahası Fransa yüksek eğitilmiş bir iş gücüne ve çalışanlar arasında fen/bilim alanı mezunları açısından Avrupa'nın en yüksek binde oranına sahiptir.

Fransa'da işletmeler beş temel sınıfa ayrılır:

- **Ticari ya da imalat sanayi** (dükkanlar, kafeler, fabrikalar...);
- **Alım Satım/Zanaat işletmeleri** (yapı firmaları, el işleri...);
- **Bağımsız / serbest çalışanlar** (bağımsız çalışıp çeşitli hizmetler sunanlar);
- **Ticari Ajanslar** (üçüncü bir şirket adına çalışan araçlar);
- **Tarım İşletmeleri**

Fransa'da bir işletme kurmak ve faaliyete geçirmek için gerekli yasal şirket türü Şahıs Şirketi (*Entreprise Individuelle*) olabilir ve bu şirketler EURL ve SARL olarak kısaltmalarla ifade edilir. Bilinen Limited Şirketi formu ise EURL olarak ifade edilir (*Entreprise individuelle à responsabilité limitée*).

Ülkedeki 3 milyon işletmenin %95'i maaşlı çalışanların %20'sini istihdam eden çok küçük ölçekli işletmelerdir. Büyük ölçekli işletmeler iş gücünün %25'ini, küçük ve orta ölçekli işletmeler ise işgücünün (sırasıyla) %29 ve %26'sını istihdam eder.

2014'ün ilk yarısında hayata geçirilen yeni işletmeler (öz-girişimci sistemi biçimi dışında), çoğunlukla özel sektör çalışanları ve istihdam dışında kalan işsizler tarafından kurulmuştur. Bu işletmeler genel olarak yerel düzeyde, ticaret, yapı ve özel bilimsel teknik iş sektörlerinde faaliyet göstermektedirler.

TÜRKİYE

2015 yılı OECD raporuna göre (2015 İstihdam Görünümü), aynı yılın ilk çeyreğinde %50.1'lik rakamla Türkiye'nin istihdam oranı OECD ortalamasının altında kalmıştır. Diğer yandan işsizlik oranı ise %10.1 ile %7'lerde olan OECD ortalamasının üstündedir.

Aynı zamanda ülkedeki **"istihdam, eğitim veya öğretim içinde yer almayan"** (NEET) gençlerin oranı son yıllarda belirgin şekilde azalsa da %28.4 ile OECD ülkeleri arasında en yüksek değerde seyretmektedir.

Ülkede 22.920.000'i özel sektörde 3.528.000'i de kamuda istihdam edilmiş toplam 26.448.000 aktif çalışan mevcuttur.

Türkiye ulusal ekonomisine yön veren başlıca sektörler şunlardır:

- Tekstil ve Hazır Giyim
- Otomotiv
- Çelik
- Kuyum
- Kimya Endüstrisi

İstihdam bakımından, Türkiye'de 25-64 yaş arası kişilerin %50'si maaşlı bir işe sahiptir. Bu oran OECD ortalamasında %65'tir. Aynı zamanda, 25-64 yaş arası yetişkinlerin sadece %34'ü ortaöğretimi tamamlamıştır. Bu rakam da %74 olan OECD ortalamasının çok altındadır.

TÜİK verilerine göre Türkiye'de 2014 yılı sonu itibarıyla girişimlerin en fazla faaliyet gösterdiği sektörler sırasıyla %39,9 ile toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı, %15,6 ile ulaştırma ve depolama, %12,6 ile imalat sanayi sektörleridir. Bununla birlikte imalat sanayi %27,1 ile istihdam ve %34,8 ile katma değer yaratılmasında ilk sırada yer almıştır. Büyüklük grubuna göre 1-19 kişi çalışanı olan girişimlerin %40,5'i toptan ve perakende ticaret sektöründe faaliyet gösterdi. Bu büyüklük grubunda bulunan girişimlerin

toptan ve perakende ticaret sektöründeki istihdam payı %36,5, faktör maliyetiyle katma değer payı %34,4 olarak gerçekleşmiştir.

İmalat sanayi sektörü ise 250 ve daha fazla kişi çalışan girişim sayısına göre %36,6, istihdama göre %33,7 ve katma değere göre %40,8 ile en yüksek paya sahiptir. 1-19 büyüklük grubu dışındaki bütün gruplarda imalat sanayi daha büyük paylara sahiptir.

İTALYA

2015 yılında İtalya'daki ekonomik durum önceki yıllara göre hafif bir ilerleme göstermiş ve **son 12 ayda yaklaşık 400.000 yeni girişim meydana gelmiştir**. Ancak ülkede iş yapanlar için ekonominin gösterdiği belirsizlikler ekonomik reformların (işgücü piyasasından vergi sadeleştirilmesine) aciliyetini göstermektedir ki bu reformlar sayesinde yeni yeni girişimlerin ortaya çıkışı kolaylaşabilsin. **İtalya'da 10 kişiye kadar eleman çalıştıran ve yıllık cirosu 2 milyon Avroya kadar olan işletmelerin sayısı 4.100.000 civarındadır** ve bu rakam toplam firmaların %95'ini oluşturarak toplam tarım dışı özel sektör istihdamının %47'sini kapsamaktadır. AB geneli ile kıyaslandığında bu konudaki AB ortalamasının %39 olduğu görülür. Ülkede çok küçük ölçekli işletmelerin sayısı son on yılda hem sayısal hem oransal açıdan artış göstermiştir. **İtalya'nın çok küçük ölçekli işletmelerin yoğunluğu ve sayısı bakımından rekoru elinde tuttuğu söylenebilir**.

İki yıllık düşüşün ardından, İtalyan istihdam oranı 2015'te %0,4'lük istihdam edilen kişi sayısında ve %0,2'lik istihdam oranında artış göstererek %55.7 oldu. Her ne kadar istihdam oranı halen düşük seyretse ve bölgeler arası şiddetli farklılıklar devam etse de, **ülkenin orta ve kuzey kesimlerindeki istihdam oranı artış göstermiş; ancak ülkenin güney kesiminde mevcut ekonomik krizin başlangıcından bu yana yarım milyon kişi istihdam dışında kalmıştır (-%9,0)**. Kriz sürecinden kaynaklanan diğer bir olumsuz sonuç da genç istihdamında görülen sert düşüştür. **2008 -2015 arası dönemde, 35 yaş altı istihdam edilen gençlerin sayısı yaklaşık 2 milyon kişi azalmıştır (-%27)**.

Eğitim krize karşı koruyucu bir etmen olarak halen anahtar bir rol oynar. Gerçekten de, tüm eğitim seviyelerindeki insan guruplarında genel bir istihdam düşüşü görülse de, yüksek öğretim mezunları için bu düşüş daha yumuşak düzeydedir. Doktora derecesine sahip kişilerin işgücü pazarına daha kolay erişim sağlayabiliyor olması eğitim niteliği taşımanın önemini kanıtlamaktadır.

1.2 Ülkelerde Girişimciliğin Yasal Çerçevesi Ve Genç Girişimciler Özelinde Yeni İş Kuranlara Yönelik Mevcut Destek Politikaları Ve Araçları

İSPANYA

2015 yılı itibariyle İspanya'da toplam 3.119.310 işletme mevcuttur. Bunların %99.8'i küçük ve orta ölçekli işletmelerden (KOBİ) oluşur ve perakende ticaret, yapı işleri, toptan satış ve kara taşımacılığı gibi sektörlerde faaliyet gösterirken toplada kendi işinde çalışan kesimin %35'ini oluştururlar. İspanya'da girişimcilikle ilgili yasal çerçeve genel hatlarıyla üç temel kanun ile belirlenmiştir. En yakın olanı 9 Eylül 2015 tarihli 31/2015 sayılı kanun, 11/2013 ve 14/2013 sayılı kanunlarda belirtilen hükümleri yeniden düzenler ve girişimciler ile dezavantajlı kesimlerin çıkarlarını genişleterek girişimcilik ve iş kurma tedbirlerini teşvik eder.

İspanya'da çoğunlukla KOBİ'lere finansal destekler sağlayan kamu kurumları sistemi, ülkede yatırım fonları sağlayıp likidite ihtiyaçlarına cevap vererek halihazırda KOBİ'lere ve kendi işini kuran bireylere destek veren ICO kurumu tarafından oluşturulmuştur. Başka bir destek mekanizması da her bir bölgesel yönetiminde bulunan ve şu anda yapısal olarak girişimciliğin teşvik edilmesini öncelik edinmiş Bölgesel Kalkınma Ajansları tarafından sunulmaktadır (yatırım destekleri, Bölgesel Kalkınmanın teşviki, endüstriyel ve teknolojik altyapının geliştirilmesi, işletmelerin uluslararasılaşması ve finans kaynakları danışmanlığı).

İspanya’da genç işsizliği hem politikacılar hem de devlet açısından temel sorundur. Bu bakımdan, 2013 yılında İstihdam ve Sosyal güvenlik Bakanlığı, nitelikli ya da niteliksiz iş gücü, nitelikli olan ve iş hayatının ilk adımını atmayı bekleyenler, para yardımı alan işsizler ve 18-29 yaş arası gençlere yönelik çeşitli hüküm, araç ve tedbiri içeren “Genç Girişimciliği ve İstihdamı Stratejisini” yürürlüğe koydu.

ROMANYA

Romanya’da şirket türleri 31/1990 sayılı kanun ve bu kanuna ilişkin yasa değişiklikleri ile düzenlenmiştir. Buna göre işletme türleri şunlardır: Kamu Limited Şirketleri; Hisseli Limited Şirketleri; Limited Şirketler; Kooperatifler; Yetkilendirilmiş Gerçek Kişiler; Şahıs Şirketleri; ve Aile İşletmeleridir.

Romanya Hükümeti 2016 yılı için Ekonomi Bakanlığı aracılığıyla küçük ve orta ölçekli işletmelerin desteklenmesi ve genç girişimcilerin finanse edilmesi için 159.5 milyon Rumen Leyi bütçe ayırmıştır.

Genç nüfusa bakıldığında, kendi işini kurmak isteyen 25-29 yaş arası gençlerin oranı %30’dur ve bu oran büyüme eğilimindedir. Bu bağlamda, 2013-2020 Programlama döneminin ikinci aşamasında, iş kurmak isteyen gençlere yeni oluşturulan 2014-2020 İnsan Kaynakları Operasyonel Programı (POCU) kapsamında finansal destekler sunulacaktır. Bu program iki özel alt programdan oluşur:

1. SRL-D Programı: genç insanların girişimde bulunduğu çok küçük ölçekli (mikro) işletmelerin kurulması ve geliştirilmesi ile aynı zamanda bu gençlerin özel sektör ekonomi ortamına katılımlarını sağlamak için girişimcilik becerilerinin geliştirilmesi amacıyla oluşturulmuştur.
2. START Programı: Gençlerin girişimcilik becerilerinin geliştirilmesi ve onların finans kaynaklarına erişimlerinin kolaylaştırılmasını amaçlayan programdır. Ancak bu program sadece iki yıldan fazladır faaliyet göstermekte olan küçük ölçekli işletmeleri kapsar.

SLOVAKYA

Slovakya’da Ekonomi Bakanlığı ulusal düzeyde küçük ve orta ölçekli işletmelerin girişimcilik ortamına yönelik politikalar geliştirme ve uygulamadan sorumlu mercidir. Bakanlık KOBİ’lere 1993te kurulan KOBİ Kalkındırma Ulusal Ajansı, Bölgesel Danışmanlık ve Bilgi Merkezleri Ulusal Ağı (RCIC) ile 1993’ten bu yana yoğun şekilde işsizleri girişimciliğe hazırlama faaliyetleri yürüten İş ve Yenilikçilik Merkezleri (BIC) aracılığıyla destekler sağlar. Bu çalışma ağını bütünlüyle nitelikte, genç girişimci adaylarına geri ödemesiz hibe destekleri sağlayan iş kurumları da mevcuttur. Ülkede girişimcilik kültürünün oluşturulması ve teşvik edilmesi konusunda çalışmalar yapan diğer bir kurum da hükümet ve ilgili bakanlıklarla işbirliği içinde çalışan Slovak Öz-İstihdam Kuruluşudur.

Genç girişimcilerin ve iş kuranların finansal desteklenmesi bakımından, işgücü pazarına erişimin desteklenmesi ve iş kurlmaların teşvik edilmesi amacıyla çok çeşitli araçlar ve mekanizmalar uygulanmaktadır. Bunlardan başlıcaları: lise ve yüksekokul mezunları için mezun alıştırma programları; mevcut şirketler ile yeni iş alanları yaratmayı teşvik ederek gençler için istihdam olanakları oluşturmayı amaçlayan programlar; 29 yaş altı gençlerin istihdama kazandırılmasını hedefleyen yeni iş alanları yaratma ulusal projesi; 25 yaş altı gençler tarafından hazırlanan yenilikçi iş planlarına için finansal destek sağlayan işletme açma girişimleri ve yeni faaliyete geçen işletmeler için kuruluş giderlerinin bir kısmını karşılayan iş yaratma ve öz-istihdam teşvikleridir.

FRANSA

Fransız Hükümeti son yıllarda girişimciliğin ve yeni işletmelerin teşvik edilmesi amacıyla beş farklı tedbiri uygulamaya koymuştur:

- Yeni açılan işletmeler için vergi teşvikleri;

- Kamu ve özel sektör destekleri, özellikle dijital firmaların büyümesi ve desteklenmesi amacıyla tasarlanan “La French Tech” şemsiye programı çerçevesindeki iş hızlandırma ve kuluçka merkezleri aracılığıyla sağlanan destekler;
- Yeni yürürlüğe giren kitlesel-fonlama mevzuatı;
- Uygun mevkili bir teşebbüsün ya da ortak bir temanın etrafında bir ekosistem oluşturmak ve yeni kurulan işletmeleri aynı etkileşim alanındaki mevcut KOBİ’ler ya da diğer girişimcilerle ve daha büyük ölçekli şirketlerle irtibatlandırmak amacıyla oluşturulmuş sayıları 71’e ulaşan Mükemmeliyet Merkezleri veya Fransız Rekabetçilik Kümeleri;
- Fransız olmayan girişimcileri, işlerini Paris’te kurmaları ve Fransız Dijital Ekonomi Bakanlığı tarafından fonlamaları konusunda teşvik etmek için yeni oluşturulmuş bir vize paketi olan, “French Tech Ticket” uygulaması.

Genç işsizler konusunda, 2016 Nisan ayı itibarıyla %23.50 olan Fransız genç işsizlik oranını göz önünde bulundurularak, “Bakanlıklar Arası Gençlik Komitesi” (Comité interministériel de la Jeunesse) tarafından 21 Şubat 2013’te, amacı çeşitli program ve tedbirlerle gençlerin işgücü pazarına erişimini teşvik etmek olan yeni bir “Öncelik: Gençlik” politikası benimsenmiştir. Bu tedbirlerden bazıları şunlardır:

- Daha deneyimli çalışanlarıyla birlikte genç insanları da istihdam eden şirketlere yönelik bir sübvansiyon olan “Nesil Sözleşmesi”;
- Özellikle sosyal ve kapsayıcı (üçüncü sektör ekonomisi) ekonomisinde, mikro kredi, borçlanma ve garanti fonlarına erişim aracılığıyla genç girişimlerinin/işletmelerinin yaratılması;
- Gençlerin istihdam edilebilirliğini arttırmak amacıyla, yükseköğretim kurumları, Fransız kamu istihdam servisi ve iş dünyası müdahilliğiyle oluşturulmuş ortaklıklar ve çalışma ağları;
- Belirlenmiş öncelik alanlarındaki genç insanlara yönelik ayrımcılıkla mücadele amacıyla uygulanan 10 farklı alandaki 3 yıllık pilot program ile 2.000 kişilik istihdam için sosyal güvenlik giderlerinin azaltılması sistemi.

TÜRKİYE

Türkiye’de işletmelerin kurulması hakkındaki uygulamalar Türk Ticaret Kanunu (TTK) ile düzenlenir. TTK kapsamında belirlenen işletme türleri tüzel kişiliği olan ve tüzel kişiliği olmayan işletmeler olabilir. Tüzel varlıklı işletmeler, anonim şirketleri, limitet şirketler (sınırlı sorumlu şirket) ve kooperatif şirketler şeklinde teşekkül edilirken, tüzel kişiliği olmayan (kurumsal olmayan) işletme türleri ise Kolektif Ortaklıklar ve Komandit şirketlerdir.

Ülkede girişimcilik ortamının geliştirilmesi görevi çeşitli ulusal, bölgesel ve yerel kurumlar ve ağlar tarafından yürütülmektedir. Bunlardan başlıcaları:

- Başbakanlık bünyesinde faaliyet gösteren Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı;
- Türkiye’de KOBİ politikası yürütmede başlıca kurumlardan olan ve girişimcilere izleme, stratejik yol haritası geliştirme, uygulama desteği ve gözlemleme gibi hizmetler sunan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB);
- Ülkenin bölgesel kalkınma politikasını yürütmek üzere 26 bölgede kurulmuş olan Kalkınma Ajansları;
- Girişimciliği teşvik etmek ve kolaylaştırmak için çeşitli operasyonel programlar yürüten Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve bağlı alt birimleri, enstitüleri ile;
- Özellikle bilimsel ve teknolojik sektörlerde faaliyet gösteren çeşitli AR-GE merkezleridir.

Ülkedeki genç girişimciliğinin ve istihdamının ilerletilmesi ve teşviki noktasında Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti çeşitli tedbirler ve politikalar yürütmektedir. Bu kapsamda 2011 yılında Birleşmiş Milletler ortak programı çerçevesinde “Ulusal Genç İstihdam Eylem Planı” kabul edilmiştir. Ayrıca çeşitli kurum, kuruluşlar da özellikle genç istihdamı ve genç girişimciliği odaklı özel program, mekanizma ve araçlar geliştirmişlerdir. Bu uygulamalar arasında:

- Genç insan kaynaklarının nitelikli istihdam olanaklarına geçiş süreçlerini kolaylaştırma amaçlı düzenlenen üniversite mezunları için staj eğitim programları;
- Kamusal alanda bir dizi yaygın eğitim olanakları sunan hizmet içi eğitim ve mesleki eğitim programları;
- Hem istihdam veya eğitim dahilinde olmayan gençler hem de istihdam içindeki profesyonellere yeniden niteliklendirme veya yüksek niteliklendirme eğitim programları uygulayan Mesleki Eğitim Merkezleri;
- Daha önce girişimcilik ya da iş deneyimi olmayan gençlere yönelik İŞKUR tarafından yürütülen İşbaşı Eğitim Programı;
- Kalkınma Ajansları tarafından bölgelerin ihtiyaçlarına göre çeşitlenen genç istihdam ve girişimcilik destek programları ile;
- Çeşitli sivil toplum kuruluşlarının, ticaret odaları, sanayi odaları gibi meslek kuruluşlarının ve girişimcilik konusunda faaliyet gösteren destek ve hizmetler sunan kurum/kuruluş ve firmaların başı çektiği özel girişimcilik ve istihdam programları sayılabilir.

İTALYA

İtalya’da iş kurma süreçlerinin ve mevcut işletmelerin desteklenmesi görevi Ekonomik Kalkınma ve Çalışma Bakanlığının uhdesindedir. Bu alanda geliştirilen yerel ve bölgesel politikalar ulusal hükümetin görüşüne sunulur: Bu politika uygulamaları geniş ya da dar kapsamlı olabileceği gibi bölgenin ekonomik erişilebilirliğine bağlı olarak çeşitli öneriler de içerebilir. Ülkede yeni işletmelerin kurulması bakımından yürütülen politika ve uygulamalar şunlardır:

- 185/2000 sayılı kanunun girişimcilikle ilgili olan I. Maddesi; kendi işini kurmak isteyen 35 yaş altı gençlerin ve kadınların edinebileceği teşvik destekleriyle ilgili kuralları belirtir.
- 221/2012 sayılı kanun “Büyüme 2.0 Hükümü” olarak isimlendirilen politikanın uygulanmasına ilişkin kanun; Bu kanun İtalyan hukuk ve yasama sisteminde ilk defa yenilikçi şirket ve yenilikçi girişim (yeni işletme) terimleri kullanılmıştır.
- 33/2015 sayılı kanun ile değiştirilmiş ve düzenlenmiş olan “Yoğunlaştırılmış Yatırım” hükmü; “Yenilikçi” niteliğiyle kurulan işletmelere yönelik mevcut tedbirler yenilikçi KOBİ’lere (örn: teknolojik yenilik alanında faaliyet gösteren bütün KOBİ’ler) uyarlanmıştır.
- “Smart & Start Italy” uygulaması; ülke genelindeki yenilikçi işletmelere hibe destekleri sunar.

İtalya’daki istihdam tedbir ve uygulamalarına bakıldığında, genç istihdamını ve girişimciliğini destekleyen araçlar şunlardır:

- Meslek Sözleşmesi; işgücü sisteminde sürekli istihdam edilmesine ve sosyal harcamaların azaltılmasına dayalı reform paketidir.
- “Genç Güvence” programı; gençleri istihdam eden işletmelere sözleşme türüne göre (vadeli sözleşme ya da belirsiz süreli sözleşme) çeşitli faydalar ve teşvikler sağlayan politika uygulamasıdır.
- Staj – işbaşı öğretim sistemi; hibe destekli mesleki eğitim süreçleri ve danışmanlık programları, iş dünyası hakkında bilgi edinme ve işgücü pazarına girmek/yeniden girmeyi kolaylaştıran yeni beceriler kazanma olanağı sunan tekamül ve yeniden tekamül eğitim programlarıdır.

2. GENÇ İŞSİZLER HEDEF GURUBUNA UYGULANAN ARAŞTIRMA ANKETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1 Katılımcı Gençlerin Profilleri ve Karakteristik Özellikleri

COOP Projesi başlangıçta 18-25 yaş arası eğitim hayatı devam eden veya profesyonel nitelikte eğitim almış istihdam dışında kalan gençlere odaklanmayı planlamıştır. Uygulama aşamasında daha fazla kişiye erişebilmek için yaş aralığı 18-30 olarak güncellenmiştir. Altı farklı ülkede anket uygulanan toplam genç sayısı 327'dir. Aşağıdaki tabloda her bir ortak tarafından dağıtılan ve cevaplandıktan sonra geribildirim alınan anket katılımcı sayıları gösterilmiştir.

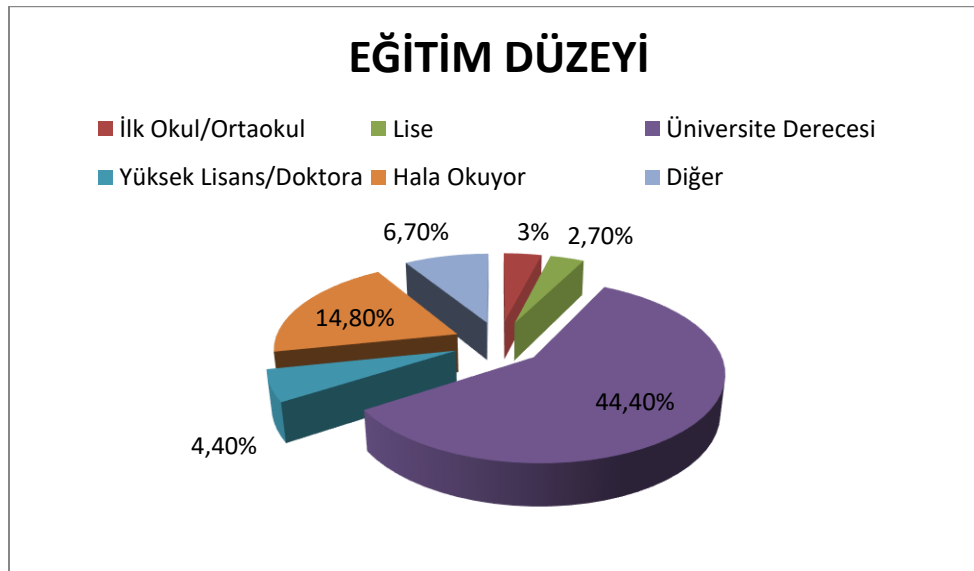
No.	ORTAK KURUM	ÜLKE	DAĞITILAN ANKET SAYISI	TOPLANAN ANKET SAYISI
1	PRO VOCATIE	ROMANYA	150	63
2	PROMIDEA	İTALYA	50	50
3	AGENTURA	SLOVAKYA	52	54
4	KOCAELİ VALİLİĞİ (AB DIŞ İLİŞKİLER BÜROSU)	TÜRKİYE	80	50
5	PETRA PATRIMONIA	FRANSA	60	60
6	RED2RED	İSPANYA	50	50

İSTİHDAM DIŞINDA KALAN GENÇLERİN PROFİL TANIMLAMASI

COOP araştırmasının sonuçlarına göre araştırmaya katılan gençler temel olarak heterojen bir görünüm sergiler. Büyük bir çoğunluk Üniversite mezunudur (%44,4) ya da en azından lise diplomasına (%26,7) sahiptir. Ancak üniversite mezunu olanların tam olarak hangi alanda eğitim gördüklerini tespit etmek biraz güçtür çünkü ülkelere göre eğitimsel altyapı ve işgücü pazarının doğası farklılık gösterebilmektedir.

EĞİTİM

Grafik 1: Altı ortak Avrupa ülkesinde anket uygulananların eğitim düzeyi kıyaslaması



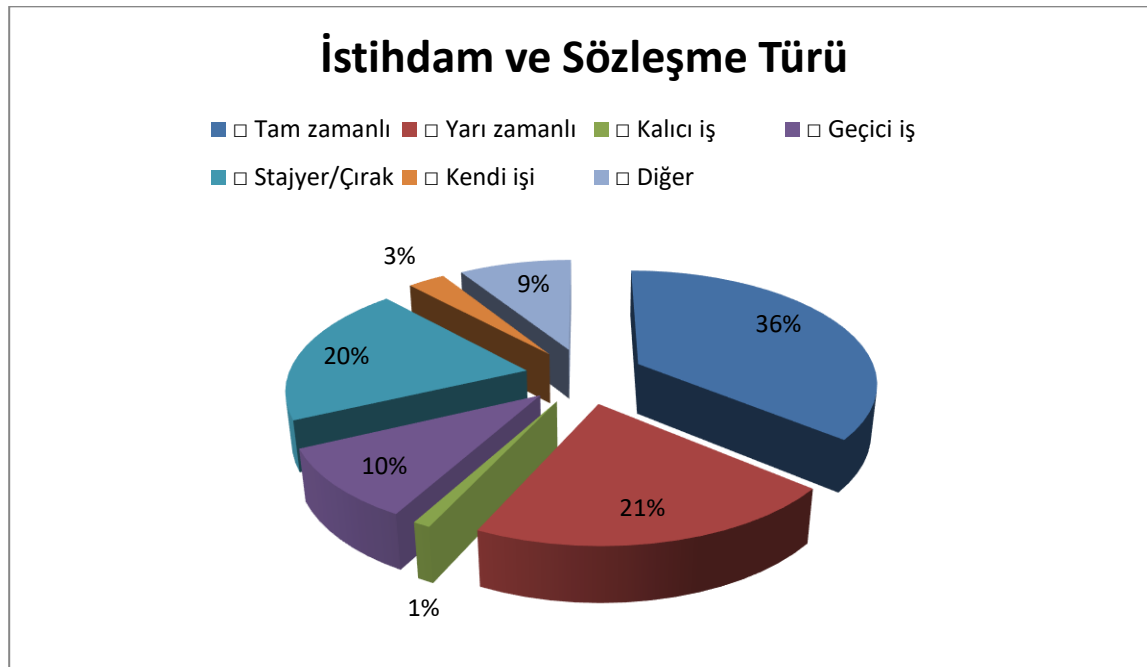
Kaynak: COOP Araştırması

Eğitim durumu ele alındığında, elde edilen değerler bariz şekilde heterojendir. Katılımcı çoğunluğu sosyal bilimler ve ekonomi/finans alanında eğitim görmüştür ve teknik/mühendislik faaliyetleri üzerine fikirleri mevcuttur.

Bir iş kurmak için açıkça sadece girişimciliğe karşı bir eğilim sahibi olmanın yanında aynı zamanda bir diploma ve derece ile kanıtlanabilecek çeşitli temel becerilere de sahip olmak gereklidir. Dahası ikinci bir diplomaya ya da üniversite derecesine sahip olmak belirlenen ekonomik sektöre ilişkin uzmanlığın daha etkin şekilde uygulanmasını/geliştirilmesini temin eder.

Altı farklı Avrupa ülkesinde yürütölen araştırma temelinde, araştırmaya katılanların %69'u geğmişte bir çalışma deneyiminin olduğunu belirtti. Geğmiş iş deneyimleri açısından da katılımcıların yaklaşık %25'i tam zamanlı, %15'i yarı zamanlı, %14'ü ise stajyer/öğrenci sözleşmesi ile çalıştığını beyan etmiştir.

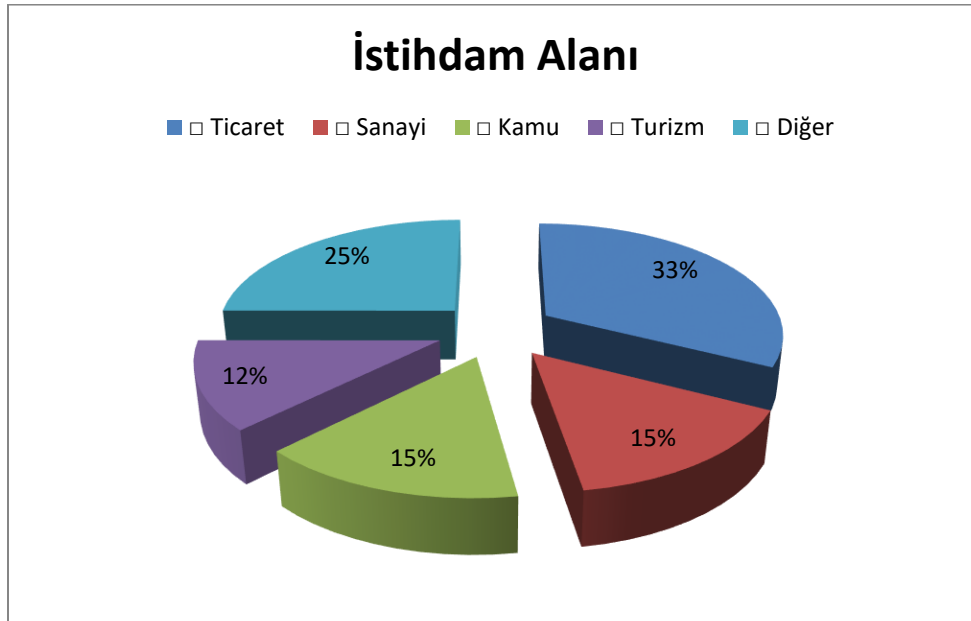
Grafik 2: Geğmiş iş deneyimi durumu (6 ülke toplam)



Kaynak: COOP Araştırması

İŞ DENEYİMİ: İSTİHDAM TÜRÜ VE ALANI

Grafik 3: Geçmiş iş deneyimi istihdam alanı durumu (6 ülke toplam)



Kaynak: COOP Araştırması

Genç katılımcıların önceki iş deneyimleri elbette ileriye dönük olumlu bir etmendir. Girişimcilik becerileri bağlamında araştırmaya katılan gençlerin potansiyel bir değerlendirmesi şayet geçmişte edindikleri iş deneyimleri göz önünde bulundurulmazsa başarısız olabilir. Esasen, sözleşme türünü (tam zamanlı, karma şartlı, stajyer vs.) ve çalışılan ekonomik sektörü bir kenara bırakırsak, bir iş deneyimi sahibi olmak gençlere şirket, organizasyon yapısı, üretim süreçleri, girdi, çıktı, yönetim esasları, tedarikçiler ve alıcılarla ilişkiler gibi birçok konuda genel bir fikir sahibi olma olanağı sunar. Potansiyel girişimci de bu iş deneyimi süresince sadece işletmenin yapısına odaklanmakla kalmaz aynı zamanda elzem hususları tespit eder ve potansiyel ilerlemeleri keşfeder.

GİRİŞİMCİLİK ALTYAPISI VE DENEYİMİ

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre gençlerin daha önceki süreçlerdeki girişimcilik deneyimlerine ilişkin veriler tatmin edici değildir. Toplam kitlenin sadece %30'u genel anlamda ticaret (%33) ve kişisel bakım ya da destek hizmetleri olarak nitelendirilebilecek hizmet sektöründe (%26) faaliyet gösteren bir girişim deneyimi yaşamıştır.

Yeni bir girişim faaliyetine başlama motivasyonu bakımından elde edilen oran seçenekler arasında genel anlamda eşit bir dağılım gösterir

Grafik 4: Kendi işini kurma motivasyonu kıyaslaması (6 ülke genel)



Kaynak: COOP Araştırması

GİRİŞİMCİ OLMAK İÇİN MEVCUT İLGI DURUMU

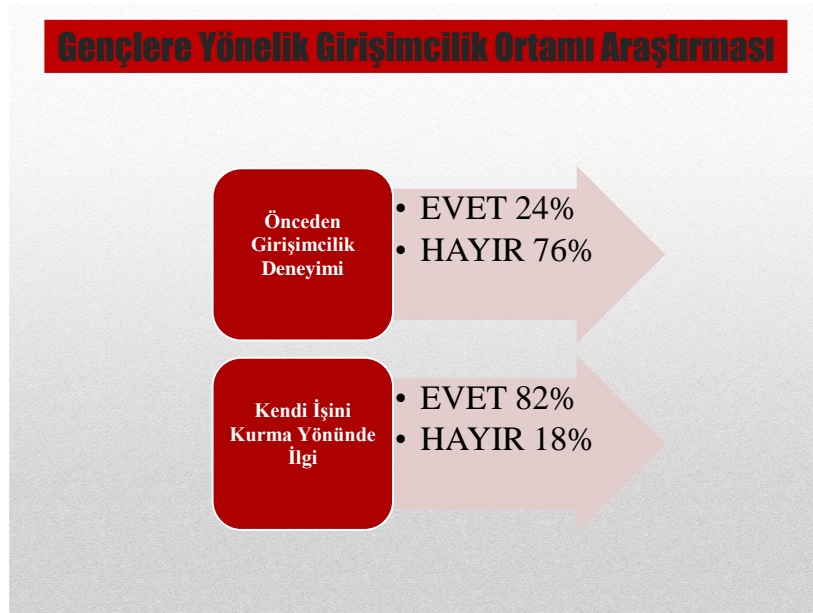
Araştırmaya katılan gençlerin önümüzdeki süreçte girişimci olma yönündeki mevcut ilgi durumu hakkındaki veriler ise daha olumlu bir tablo çiziyor. Kitlenin %82'si girişimci olma konusuna olumlu bakıyor. Bunlarda %29'u ticaret ve %31'i de insan kaynakları yönetimi, iletişim, araştırma, BİT, spor ve sağlık, eğitim gibi hizmet sektörlerini tercih ettiklerini belirtmiştir.

Kıyaslamalı olarak, aşağıdaki tablolarda gösterildiği üzere, katılımcılardan daha önceki iş kurma deneyimi olanlar küçük bir kesimi oluşturur ve bu işler kişisel şartlar, yönetimsel ya da çevresel etmenler gibi (kaynak ya da sermaye eksikliği; işi büyütme, sürdürme, yenileme için destek yetersizliği; deneyim eksikliğinden kaynaklı kötü yönetim; niteliksiz çalışanlar; Pazar zayıflığı; talep azlığı, müşteri eksikliği vb.) çeşitli sebeplerle ölçülemeye yetersiz bir süre devam etmiş ve kesintiye uğramıştır.

Bu durumun aksine önümüzdeki süreçte girişimci olmaya yönelik eğilim ve niyet bakımından tablo çoğunlukla pozitif yöndedir. Kendi iş fikrini test etme ya da mevcut aile işletmesini devam ettirme ile yeniden işgücü piyasasına girmek isteyenlerin oranı oldukça yüksektir.

Araştırmada elde edilen ilginç bir bulgu da; daha önce girişim deneyimi olan kişilerin çoğunluğunun farklı bir sektörde de olsa yeniden başlamak istemeleridir.

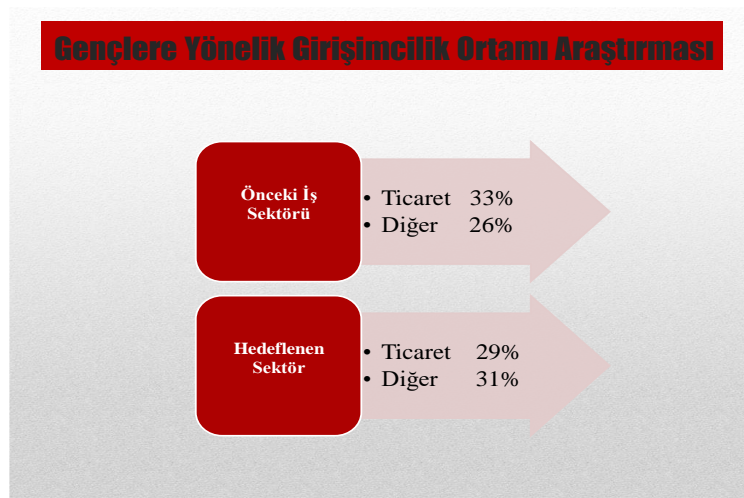
Grafik 5: Geçmiş girişimcilik deneyimi ve kendi işini kurma ilgisi kıyaslaması



Kaynak: COOP Araştırması

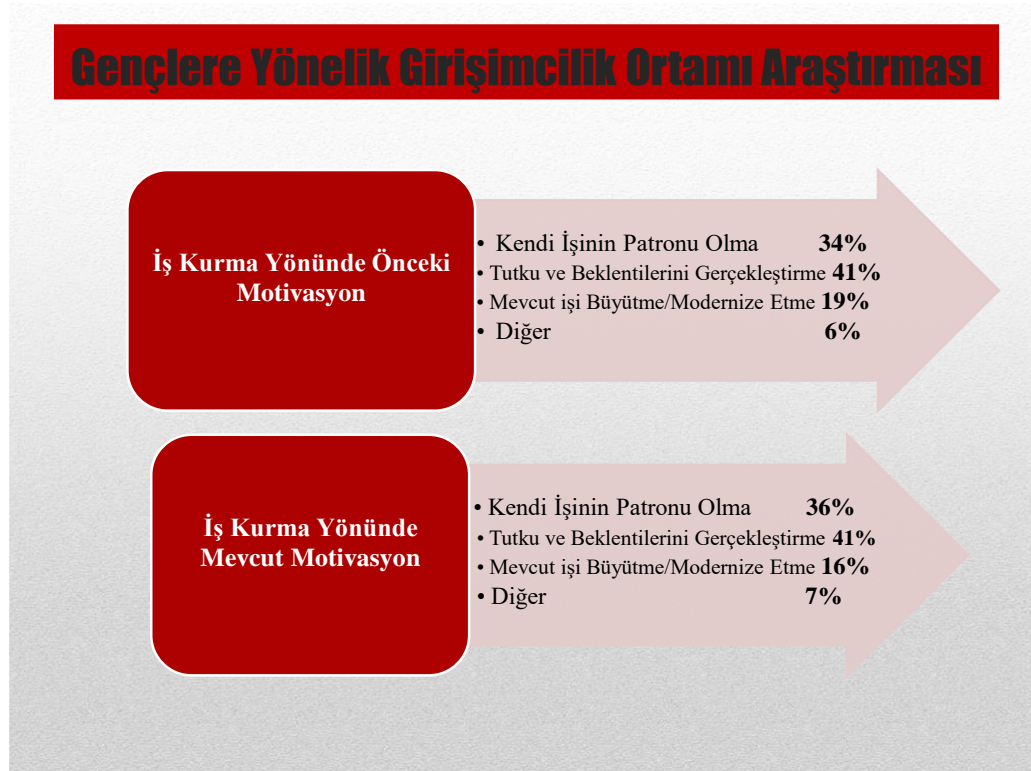
Daha önceki deneyimlerle ilgili veriler ile iş kurma (girişimcilik) eğilimi gösterenler hakkındaki verilerin kıyaslaması benzer bir sonuç vermektedir. Her iki durumda da kitlenin çoğunluğu şahsi iş fikirleri için öncelikle ticari sektörleri, takiben de temel olarak sosyal hizmetler, sağlık, iletişim ve eğitim gibi alt başlıklardan oluşan genel bir “Diğer” seçeneğini tercih etmiştir/etmektedir.

Grafik 6: Geçmiş deneyimler ve mevcut beklentiler bakımından iş sektörü tercihi kıyaslaması



Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 7: İş kurma yönünde daha önceki motivasyon ve mevcut motivasyon kıyaslaması

**Kaynak: COOP Araştırması**

Önceden kendi işini kuranların motivasyonları (7) ve Kendi işini kurma niyetindekilerin mevcut motivasyonları (8) özetleyen tablolar, ticaret sektöründeki daha önceki iş deneyimi yüzdesinin beklentiler bakımından sektör seçiminden farksız şekilde geçmiş ve gelecek motivasyonlarını gösteren yüzdelerle kıyaslanabilir olduğunu göstermektedir.

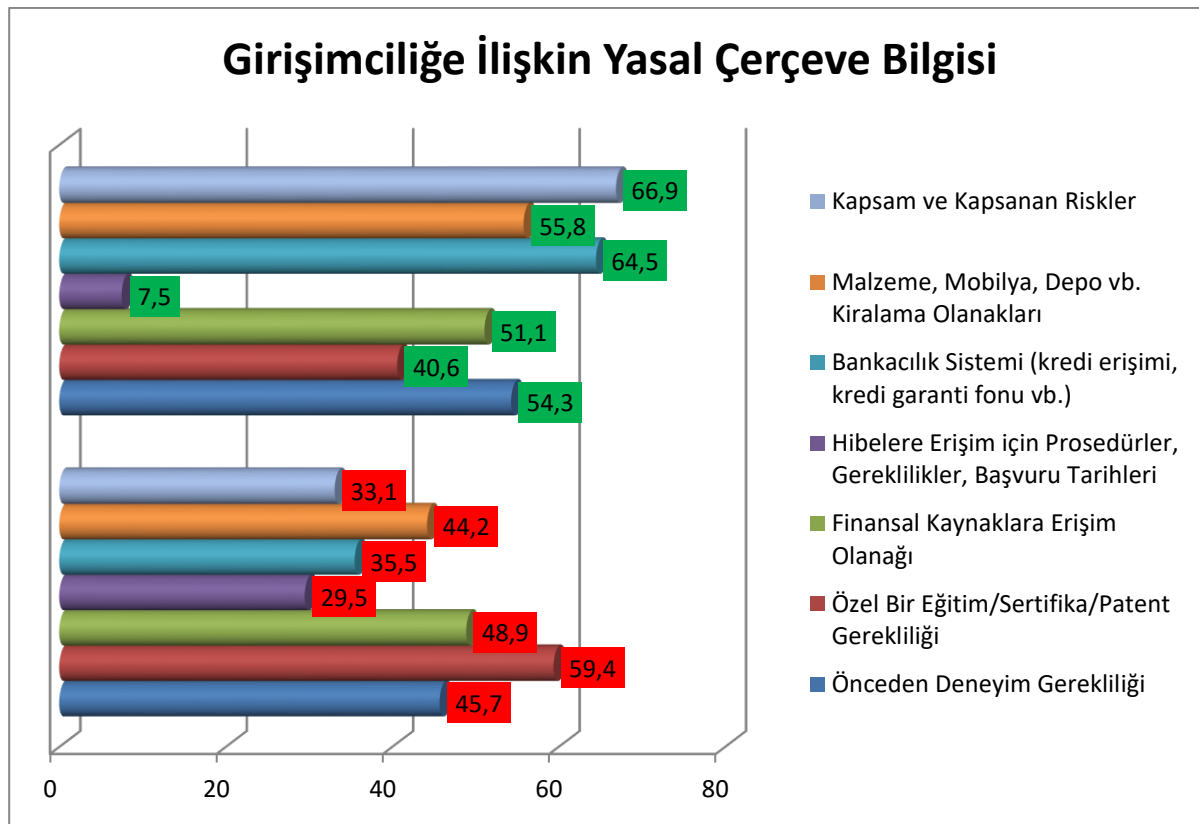
Ticaret sektörünün tercih edilmesi, bir bakıma kişilerin kendi tutku ve beklentilerini gerçekleştirme motivasyonu ile ve aynı zamanda yine üretken olan öznel büyümeyi gerçekleştirmeye yönelik geçmiş ve gelecek motivasyonları ile kıyaslanabilir niteliktedir. Önceki iş deneyimleri açısından belirli bir sektör seçimi ve beklentiler doğrultusunda çalışma durumu mevcut bir işletmenin büyütülmesi ve/veya modernize edilmesi amacıyla kesişmektedir.

EĞİLİM ANALİZİ

Araştırmanın yürütüldüğü ülkelerdeki katılımcıların verdiği cevaplar arasında ortak nokta özelliği taşıyan konular arasında aşağıdakiler öne çıkmaktadır:

1. Girişimcilik/iş kurma alanında gerekli yeterlilik/niteliklere sahip olma ve kendi işini kurmaya yönelik beslenen güdü arasındaki eşitsizlik (iş kurma yönünde niyet beyanında bulunanlardan sadece %2'sinin bu alanda yeterli eğitimi mevcuttur);
2. Katılımcılardan herhangi bir özel alanda eğitimi olmadığını belirtenlerden çoğunluğunun bir iş kurma açısından gerekli çerçeveye (yasal, idari, mali vb.) hakim olduğunu beyan etmesinden kaynaklanan muğlak durum.

Grafik 8: Girişimciliğe İlişkin Yasal Çerçeve Bilgisi



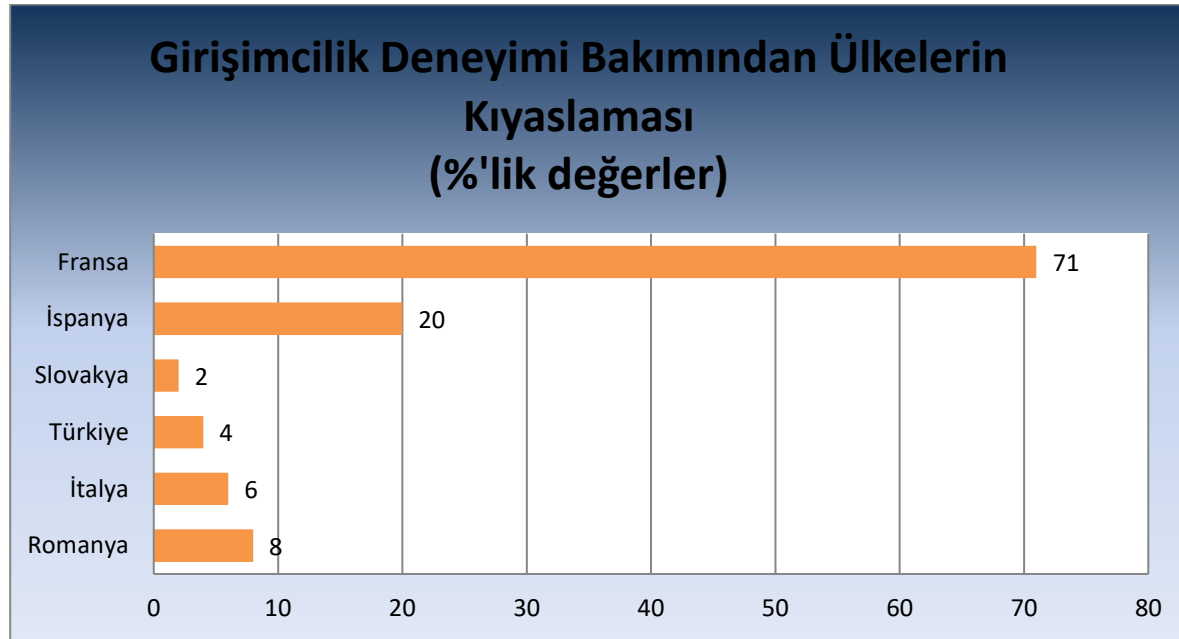
Kaynak: COOP Araştırması

Araştırmaya katılan gençlerin sahip oldukları iş fikirleri ve tamamlanması gereken zorunlu işler konusundaki farkındalık düzeylerine ilişkin veriler daha pozitif seyir göstermektedir. Katılımcılar, üretilecek ürün/hizmetin tanımı; coğrafi konum; zorunlu yasal işlemler hakkındaki sorulara EVET yanıtı vermişken referans pazara ilişkin sorulara verilen cevaplar ise eşit şekilde bölünmüştür. İşletmenin kurulması için mekana sahip olma ve profesyonel bir girişimcilik danışmanlığı alma konusundaki cevaplar ise tamamen olumsuz yöndedir.

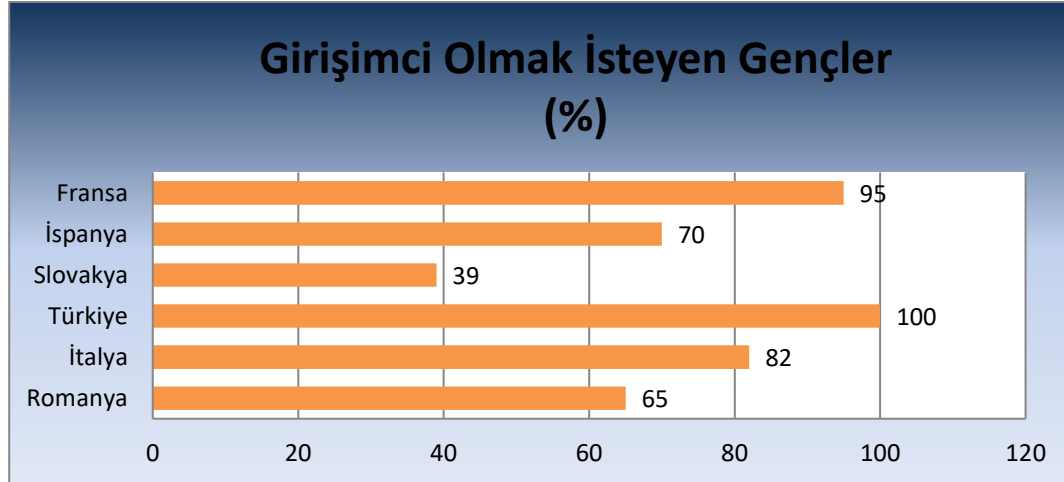
HALİHAZIRDA TAMAMLANAN YÜKÜMLÜLÜKLER		
	EVET	HAYIR
Üretilcek ürün / Sunulacak hizmetin tanımı	57,20%	42,80%
İş kurma için zorunlu prosedürlerin (herhangi birinin) tamamlanması	53,60%	46,40%
Genel anlamda referans Pazar hakkında bilgi	49,60%	50,40%
İş yeri açmak için bir mekana sahip olma	12,80%	87,20%
İş Kurma sürecinde destek almak için profesyonel bir Girişimcilik danışmanıya münasebet	17,00%	83,00%
İşin kurulacağı coğrafi konum	69,50%	30,50%

Daha önce bir girişimcilik deneyimi olan araştırma katılımcısı sayısı bakımından proje ortağı ülkeler arasında yapılan değerlendirmesinde açıkça göze çarpan yüzdeler iki veri Fransa ve Slovakya'daki sonuçlardır. Esasen, Fransa 6 ülke arasında daha önce girişimcilik deneyimi yaşamış olan en yüksek genç potansiyel girişimci oranına sahipken Slovakya en düşük orana sahiptir.

Grafik 9: Proje Ortağı 6 ülkede girişimcilik deneyimi olan gençlerin oranı



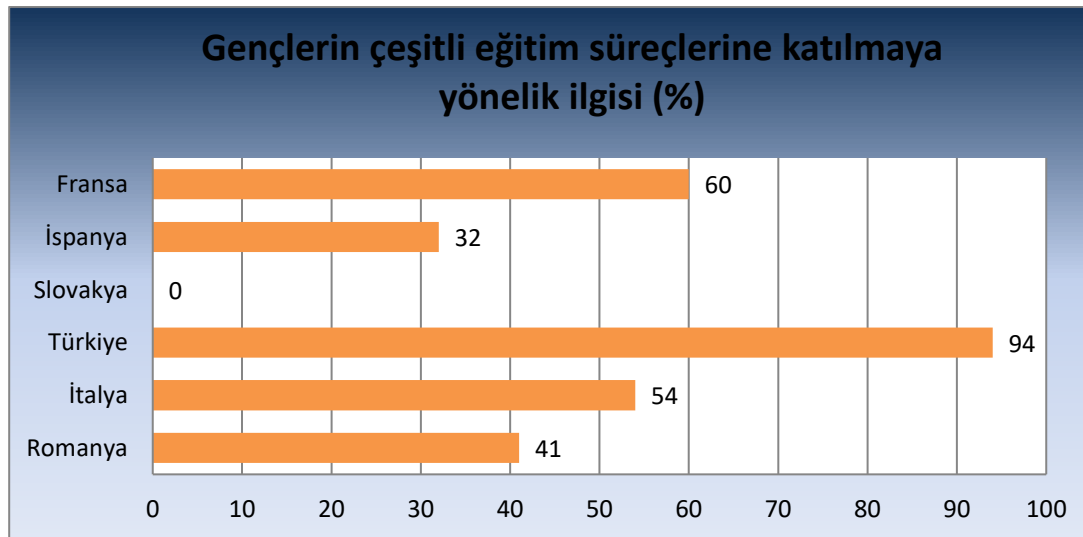
Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 10: Proje Ortağı 6 ülkede gelecekte potansiyel girişimci kıyaslaması

Kaynak: COOP Araştırması

Ülkelerdeki girişimci olmak isteyen gençlerin verilerini gösteren grafik ortak ülkeler arasındaki kıyaslamalarda en yüksek ya da en düşük verilerin keskin olmadığına altını çizmektedir. Bu bakımdan görünürde Slovakya'nın oranı düşük olsa da diğer ortak ülkelerdeki oranlar genel girişimcilik eğilimi oranını yüksletmektedir.

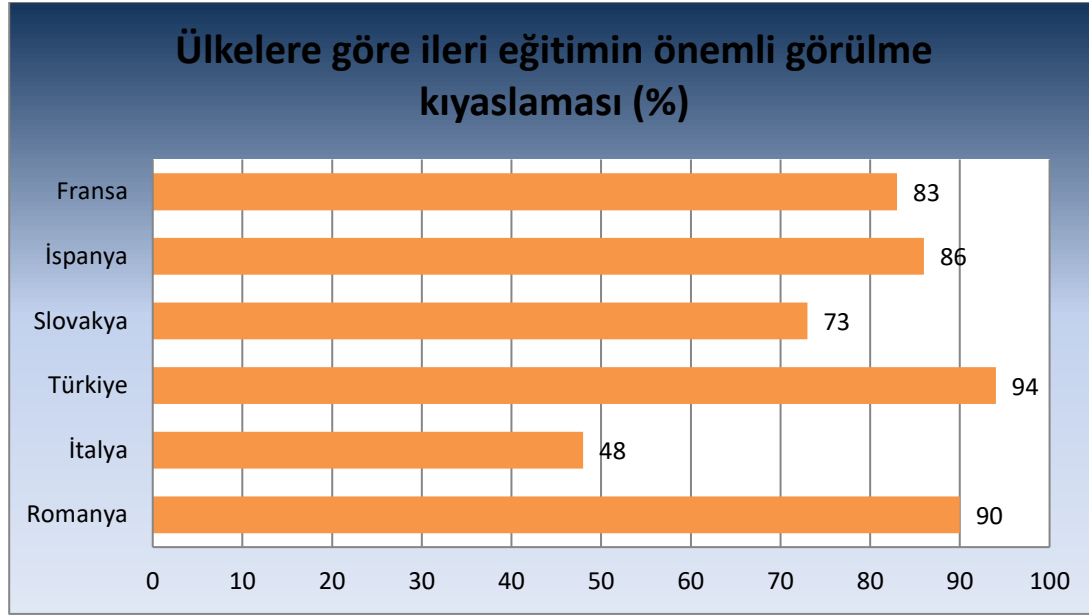
Türkiye'deki veriler hakkında biraz daha detay vermek gerekirse; grafiklerdeki veriler kıyaslandığında sadece 2 kişinin girişimcilik deneyimi olduğu ancak bu iki kişi de dahil bütün genç katılımcıların ilerleyen süreçte kendi işlerini kurmayı planladıkları sonucu ortaya çıkar. Bunun sebebi, Türkiye'de araştırma katılımcısı gençlerin tamamının 2015 yılında Bölgesel ya da il düzeyinde faaliyet gösteren Ajanslar tarafından sunulan girişimcilik eğitimlerine katılanlardan seçilmiş olmasıdır¹

Grafik 11: Ortak ülkelerdeki katılımcı gençlerin çeşitli eğitim süreçlerine katılmaya yönelik ilgisi

Kaynak: COOP Araştırması

¹ Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA) ve İŞKUR İl Müdürlüğü

Grafik 12: Ortak ülkelerdeki hedef kitlenin eğitimin önemi konusundaki düşünce eğilimi



Kaynak: COOP Araştırması

Eğitim kurslarına ve profesyonel nitelik kazandırma eğitimlerine katılmaya yönelik genç girişimci adaylarının ilgisini gösteren grafik yine Türkiye'deki katılımcılar açısından yüksek bir değer sergiler. Bu oran, teorik açıdan eş zamanlı ve sürekli bir eğitim/güncel doanım olmaksızın girişimciliğin mümkün olmadığı gerçeği göz önüne alındığınad bir anlamda önceki verileri de kuvvetlendirmektedir. Diğer tüm yüzdeler değer içeren ve genel anlamda pozitif seyir izleyen veriler açısından da araştırma katılımcısı gençlerin yüksek öğretim düzeyinde oldukları gerçeğini göz önünde tutmak gerekir. Sadece İspanya'dan elde edilen veriler görünürde eğitimin önemine ilişkin bakış açısı kıyaslamasında muğlak kalmaktadır.

FRANSA

"Anket cevaplayanların büyük çoğunluğu iler düzey eğitimi önemli olarak nitelendirir (%83) ve %60'ı da daha iyi bir iş bulmalarında faydalı olacağına ikna olmuş şekilde çeşitli kurslara katılmayı planlamaktadır. Ancak katılımcılardan çok azı teori temelli kurs/eğitimleri tercih eder. Katılımcıların üçte biri teorik ve uygulamalı yaklaşımlar arasında dengeli dağılım olan kursları tercih etmektedir."

İTALYA

"Nitelik kazandırma ve yenileme eğitimlerine katılım karmaşık ve rekabetçi olan küresel pazara erişimde faydalı bir araç olabilir. Bu açıdan katılımcıların çoğunluğu eğitim faaliyetlerinin faydalılığında ve daha iyi istihdam olanaklarına erişimde kolaylaştırıcı olduğunda hem fikirdir".

TÜRKİYE

Türkiye'deki analizlerde altı çizilmesi gereken önemli bir husus: "Araştırmada hedef alınan gençlerden %76'sı (38 kişi) bir işletme açmak ve idame ettirmek için çeşitli gereksinimleri tamamladıklarını (yetki belgesi, sertifika, profesyonel uygulama vb.) ifade etmiştir. %40'ı ise 2015 yılının ikinci yarısında girişimcilik üzerine bir eğitim programına katılmıştır".

GENÇ GİRİŞİMCİ ADAYLARININ İŞ FİKİRLERİ VE İHTİYAÇLARI

Genç girişimci adaylarına yönelik etkin bir eğitim ve danışmanlık programı uygulamak için, bu eğitim içeriğinin gençlerin gerçek ilgi alanları ve ihtiyaçlarına göre tasarlanması gerekir. Bu nedenle COOP projesi araştırma faaliyetleri süresince istihdam dışında kalan genç yetişkinlerin ortak ihtiyaçları ve beklentilerine odaklanmıştır.

Özetle, altı ülkede de ortak olarak göze çarpan aşağıdaki dört husustur:

1. Anahtar danışmanlık hizmetleri (Türkiye)
2. Eğitim/ gelişim kurslarına yönelik ilgi (Türkiye, İspanya, Romanya, İtalya)
3. Yatırım bilgisi ve danışmanlığı (İspanya, İtalya)
4. Finansal hizmetler ihtiyacı (İspanya)

Slovakya'daki analizde gençlerin ihtiyaçları hedef kitle bazında değil gençlerin iş kurmak için net olmayan bir iş fikrinden yola çıkarak çeşitli danışmanlık ve bilgi hizmetlerine ihtiyacı olması sebebiyle genel ve yasal bilgi eksikliği açısından değerlendirilmiştir. İtalyan katılımcıların çoğunluğundan görüldüğü üzere, gençler karma bir hizmet çözümüne (eğitim ve bilgi; bilgi ve danışmanlık; danışmanlık ve eğitim) ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir.

Yukarıda listelenen ihtiyaçlar esasen daha önce girişimcilik deneyimi olan katılımcıların başarısızlık sebeplerini de göstermektedir. Hemen hemen bütün katılımcıların kendi durumlarının farkında olduğu ve çoğunluğunun da gelecekte nerede olmak istediklerine ilişkin uzgörülerini olduğu görülmektedir. Ancak buradaki sorun o noktaya nasıl ulaşacakları, sırasıyla hangi adımları atamaları gerektiği konusunda net bir bilgileri olmamasıdır.

Gelecek konusuna değinmişken, aslında bir iş fikri olduğunu belirten araştırma katılımcılarının çoğunluğu iş kurma konusunda daha etkin destek ve rehberlik hizmetlerine, özetle danışmanlık, bilgi erişimi ve eğitim olanaklarına, ihtiyaçları olduğunu ifade etmiştir.

İhtiyaç duyulan özel hizmet alanlarıyla ilgili grafiği yorumlamadan evvel, genel anlamda işletmelerin desteklenmesi ihtiyacı hakkındaki grafiğe dikkat çekmek isteriz. İş kurma aşamasında çeşitli destek ve hizmetlere ihtiyaç duyduğunu belirtenlerin %87,5 ile oldukça olumlu bir görünüm sergileyen yüzdelik oranı

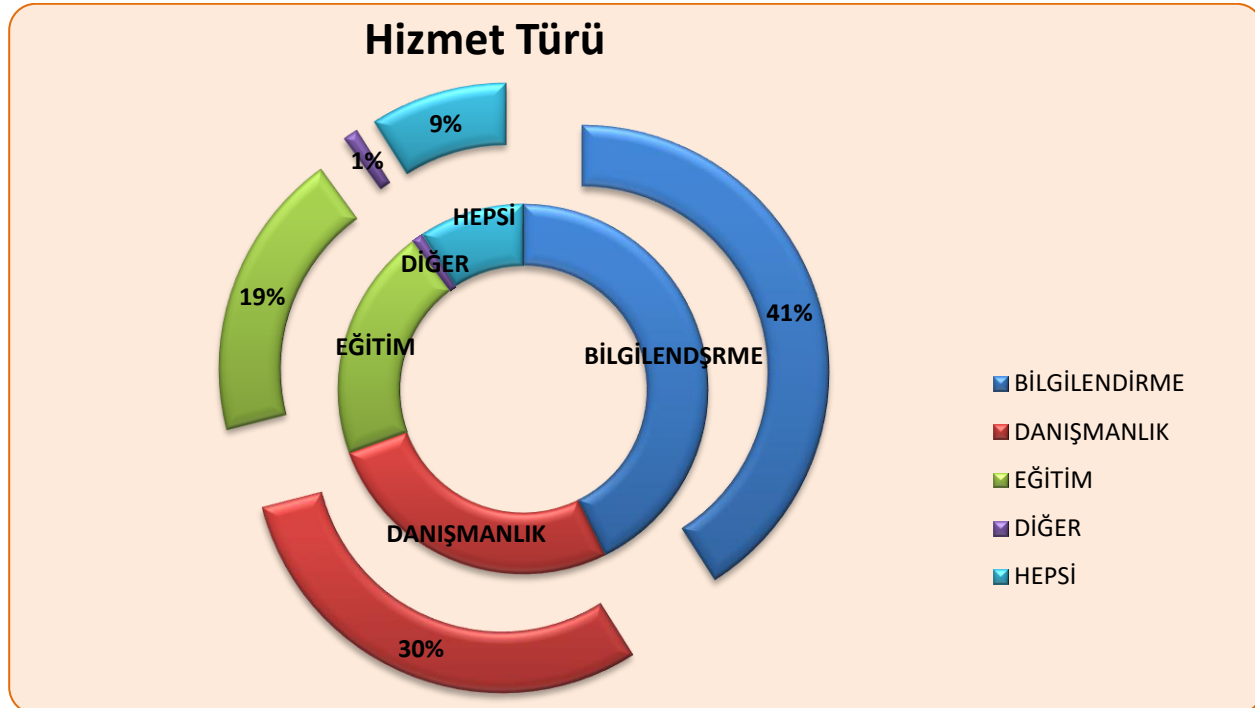
tersine bir bakış açısıyla katılımcıların %12,5'inin iş kurarken herhangi bir desteğe ihtiyaç duymadığı anlamına gelir. Bunu sebepleri arasında, azınlıkta kalan bu katılımcıların arka planlarında bir şirket gurubunun bulunması, çeşitli resmi tanımlanmış hizmetlerin/eğitimlerin daha önceden tamamlanmış olması gibi çeşitli açıklamalar bulunmaktadır.

Grafik 13: hizmet/destek ihtiyacı



Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 14: Gençlerin ihtiyaç duyduğu hizmet ve destekler

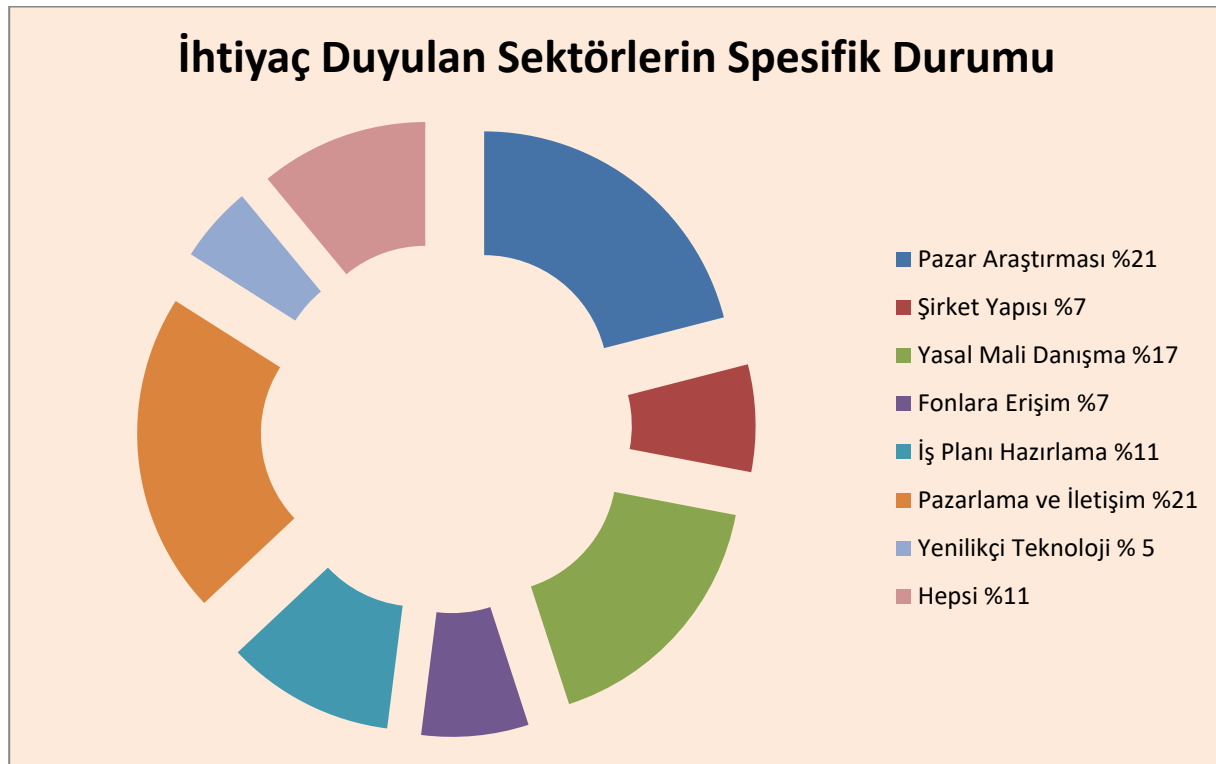


Kaynak: COOP Araştırması

Birden fazla hizmete ihtiyaç duyan katılımcıların %9'u hala tam olarak yapılandırılmamış olan bir iş fikri beyan etmektedir: iş fikri mevcuttur ancak bu fikri gerçek bir işletme projesine dönüştürmede kullanılacak çeşitli araçların eksikliği çekilmektedir. Katılımcılar tarafından dile getirilen diğer ihtiyaç hizmetleri belirli ihtiyaçlara yönelik belirli taleplerden ibarettir.

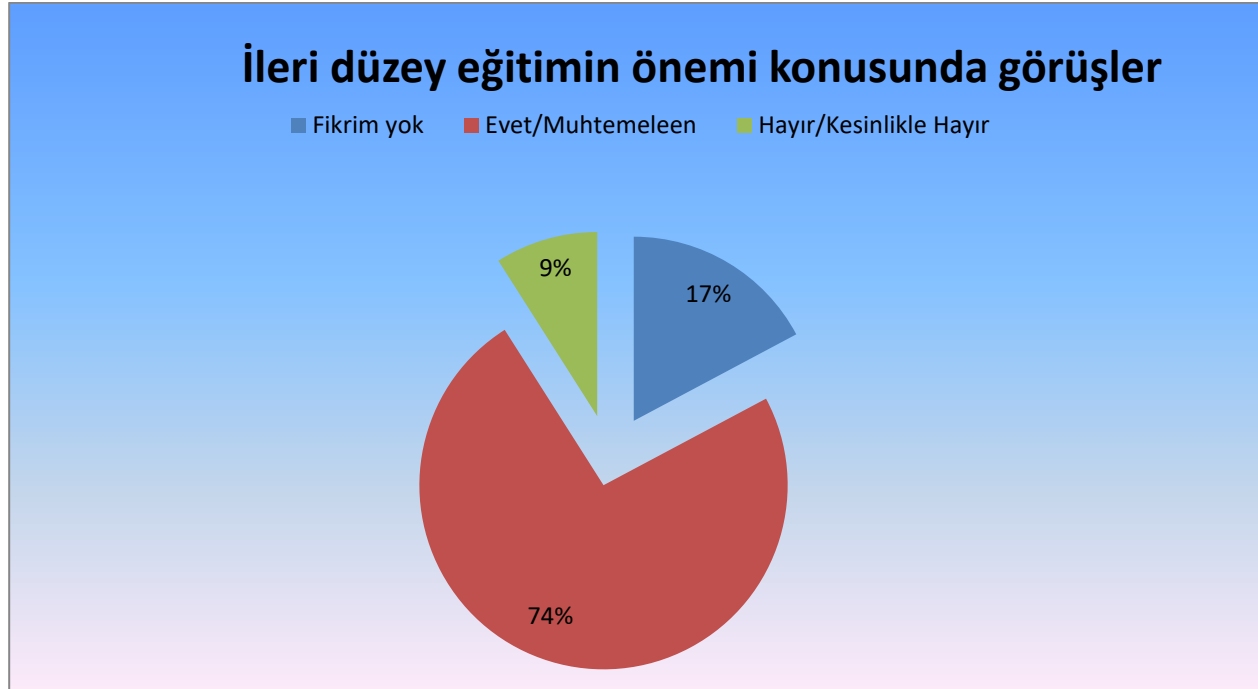
Bu açıdan, eğitim hakkındaki veriler her ortak ülkede elde edilen ve yukarıdaki grafiklerde özetlenen veriler ile tam olarak eşdeğerdir. Veriler, belirtilen ekonomik sektör/üretim süreçlerine ilişkin çeşitli teknik uzmanlık becerilerini edinmenin; özel yasal düzenlemeler ve/veya ekonomik/finansal konulardaki anahtar bilgilendirmenin; yeni palazlanan işletmenin doğası açısından pazarlama stratejileri odaklanmanın önemini vurgulamaktadır. Genç girişimci adaylarının girişimcilik alanındaki desteklenme deneyimleri konusuna elde edilen ilk bulgu araştırmaya katılanların çoğunun mevcut genç ve sosyal girişimci destek mekanizmaları ya da kamu/özel destek inisiyatiflerinden haberdar olmadıklarıdır. Diğer sebeplerin yanında, bu durum genel olarak alandaki hizmetlerin görünürlük/bilinirlik ve yeterli tanıtım faaliyeti eksikliğinden kaynaklanabilir. İkinci bulgu olarak da, bu tür destek araçlarından haberdar olan genç girişimci adaylarından çoğunun belirtilen araçların/mekanizmaların verimli ve yararlı olmadığını düşünmeleri belirtilebilir.

Grafik 15: İhtiyaç Duyulan Hizmetlerin Sektörel Spesifik Durumu



Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 16: İleri Eğitime Verilen Önem



Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 17: Katılımcıların farklı/ileri bir eğitim sürecine girme planları/niyetleri



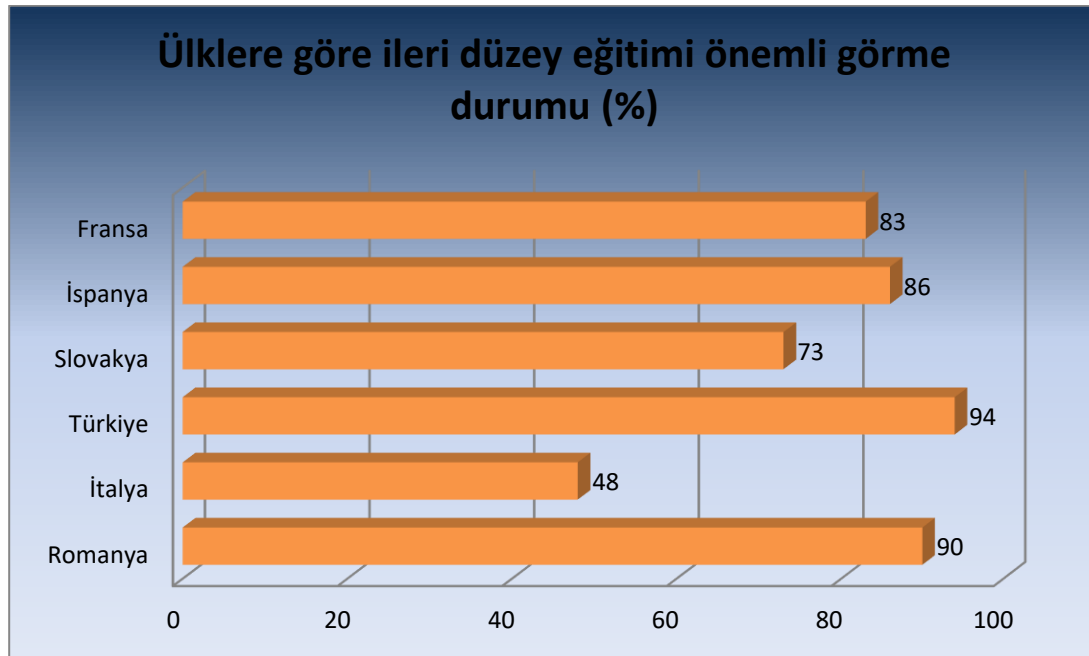
Kaynak: COOP Araştırması

Yükseköğretimin önemi hakkındaki görüşleri yansıtan oranlar olumlu anlamda oldukça yüksektir. Anket cevaplayan gençlerin hemen hemen %90'ı iş fikirleri uygulanabilir olsun ya da olmasın veya iş fikirleri iş gücü pazarına girebilecek kadar gerçekçi olsun ya da olmasın sürekli bir eğitim sürecine girmenin önemli olduğunu düşünmektedir. Gençler için eğitilmiş olmak büyüme fırsatı, edinilen becerilerin geçerli kılınması ve mevcut yeterliliklerin güçlendirilmesi anlamı taşır.

2.2 Eğitim ve Yeniden Eğitim Kursları

Yenileme eğitimlerine katılma ihtiyacı açısından genç katılımcılar arasında yenileme eğitim süreçlerinin faydalılığı hakkında genel anlamda net bir fikir birliği görülmemektedir. Aşağıdaki grafikte görüldüğü üzere, katılımcıların çoğunluğu farklı bir eğitim ya da kendi alanlarında yenileme eğitimi sürecine girmenin önemli olduğunu düşünmekle birlikte bu tür kursların iş fikirlerini hayata geçirmede ya da genel anlamda daha iyi bir istihdam pozisyonuna erişmede yardımcı olup olamayacağı konusunda emin olamamaktadırlar. Bu kararsızlık hedef kitlenin yenileme eğitim süreçleri olanakları ve bu eğitimlerin gerçekçi faydaları hakkında düşük farkındalık düzeyinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

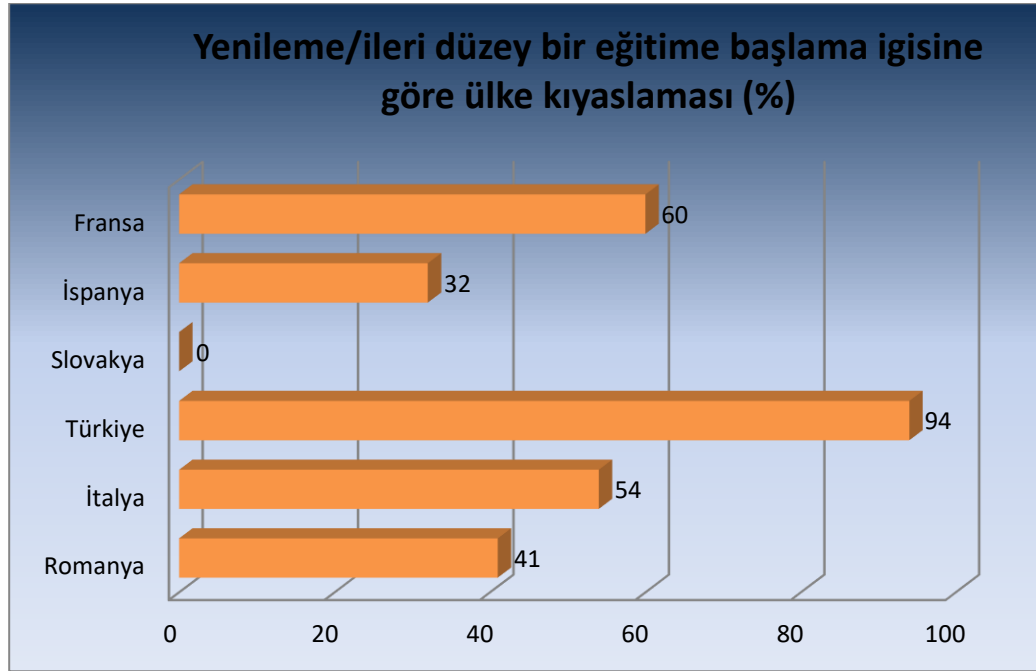
Grafik 18: Ülkelere göre ileri düzey eğitime bakış durumu kıyaslaması



Fransa, İtalya ve Türkiye'deki katılımcıların büyük çoğunluğu bir tür yenileme eğitimi süreçlerine katılmayı planladıklarını belirtmiştir. İspanya'daki durum daha karmaşıktır çünkü çoğu katılımcı önümüzdeki süreçte bir eğitim kursuna katılmayı düşünmediğini, bu tarz kurslara katılmada herhangi bir katma değer görmediklerini

belirtmiştir. Aynı durum Romanya'daki araştırmada da karşımıza çıkar. Rumen katılımcıların yarısından azı bir nevi yenileme eğitim sürecine katılmayı düşündüğünü beyan etmiştir.

Grafik 19: Katılımcıların ileri düzey veya yenileme eğitim süreçlerine katılma ilgisi

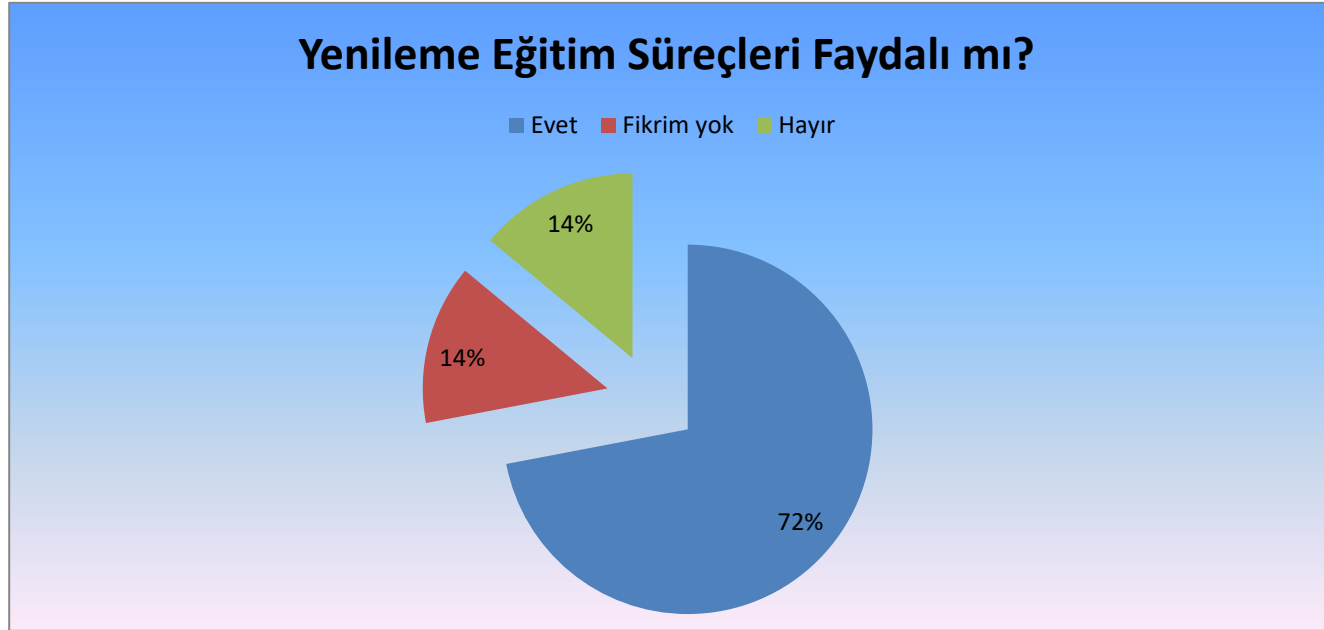


Bununla birlikte, araştırmaya katılanların çoğunluğunun daha önce herhangi bir yenileme eğitimine katılımla ilgili bir deneyimi olmadığını da altını çizmekte fayda görülmüştür (Romanya'da %83, Slovakya'da %80, İtalya'da %69 ve İspanya'da %54). Bu husus da gençlerin benzer yenileme eğitim süreçlerinin yararlılığı konusundaki kararsızlığını açıklar niteliktedir. Diğer taraftan, Fransız ve Türk katılımcı çoğunluğunu bu açıdan deneyimli olduğu söylenebilir. Fransız katılımcıların çoğunluğu (%60) girişimcilik alanında bir yeterlilik/sertifika/nitelik sahibi olduğunu beyan etmiş; hatta %40'ından fazlası son 6 ayda ve öncesinde tamamlanmış bir tür eğitim kursuna katıldığını, %19'u da bu tür bir eğitimi bir yıldan önce bir sürede tamamladığını belirtmiştir²; Türkiye'de de katılımcıların hemen hemen tamamı işletme yönetimi, girişimcilik vb alanlarda son bir yıl içinde bir eğitim kursuna katıldığını beyan etmiştir. Bu nedenle "katılımcı kitlenin yenileme eğitimleri açısından genel cevap verme eğilimi olumlu bir çizgi izlemektedir³.

² Ref. Sayfa 11 Fransa Raporu

³ Ref Sayfa 17 Türkiye Raporu

Grafik 20: Yenileme Eğitimlerinin Faydalılığı Hakkındaki Görüşler

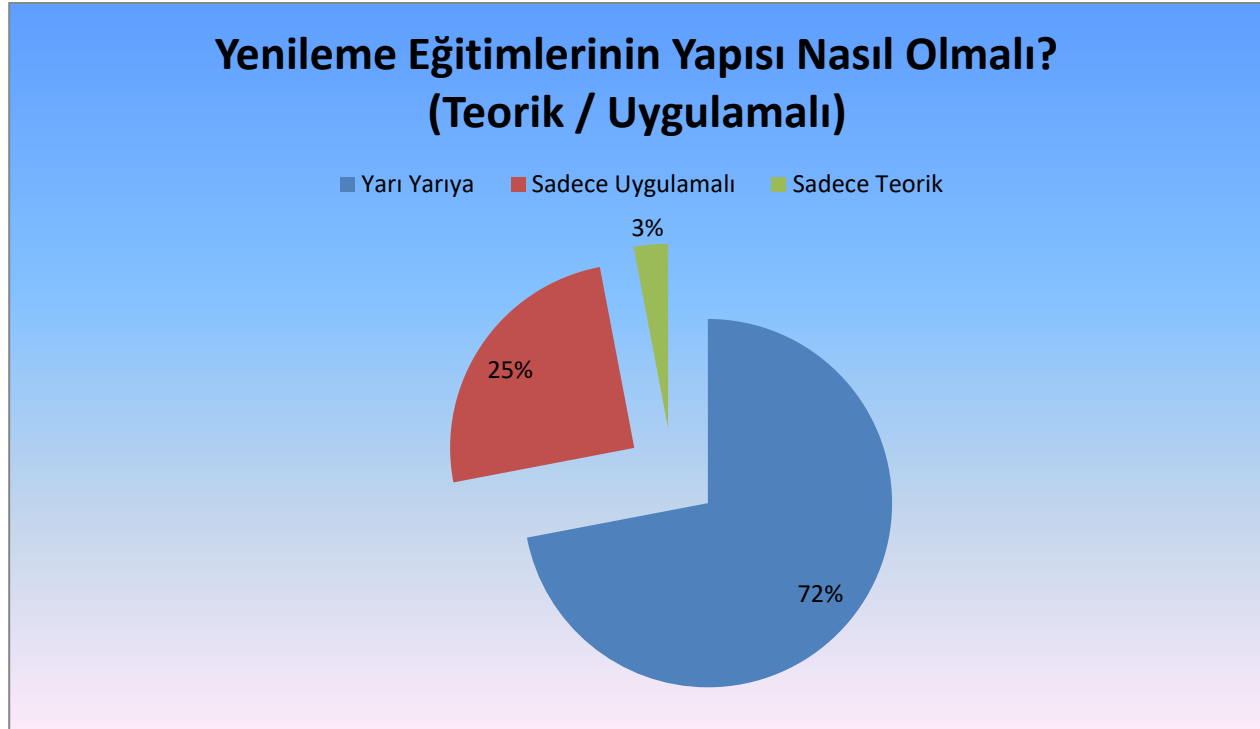


Kaynak: COOP Araştırması

Bütün ortak ülkelerde ortak veri olarak göze çarpan diğer bir konu da belirli/özgü eğitim kurslarına katılımın erişilebilirliğidir. Katılımcı gençlerin %72'si bu tür eğitim süreçlerinin erişilebilir olduğunu ve bu eğitimlere katılmayı düşünmektedir. Sadece %14'lük kesim henüz kararsız olduğunu belirtirken diğer %14'lük kesim ise herhangi bir eğitim sürecine/kursuna katılmayı düşünmediğini beyan etmiştir.

Ancak bu eğitim süreçlerinin yapısı ile ilgili cevapları gösteren aşağıdaki grafikteki veriler bir önceki soruya verilen cevaplar ve katılımcıların genel özellikleri (profilleri) göz önüne alınmadığında yorumlaması güç olabilir. Aynı zamanda, proje ortaklarının kendi hedef kitleleri tarafından belirtilen beklenti ve ihtiyaçlar nezdinde katılımcılar tarafından bu tür eğitimlerin planlamasında ve uygulanmasında izlenmesi beklenen yöntemin de göz önünde bulundurulması gereklidir. Esasen bir tür yenileme eğitim sürecine girmeyi düşünen katılımcılar arasından sadece %3'lük dilim eğitimin teorik yapısına vurgu yapmıştır. Kalan büyük çoğunluk ise ya teorik ve uygulama karışımı bir eğitim (%25) veya tamamen uygulamaya yönelik bir eğitimin daha verimli olacağını dile getirmiştir (%72).

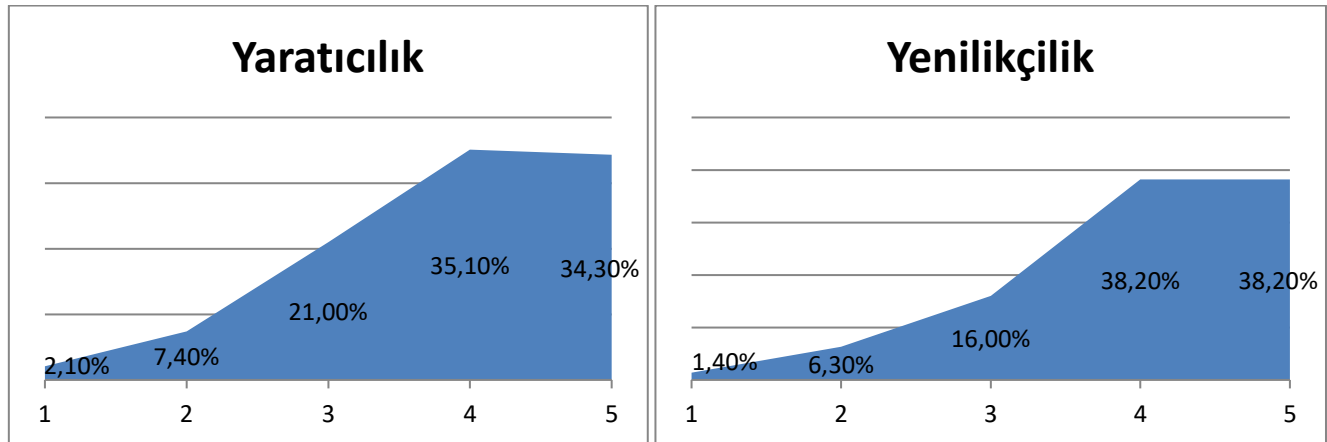
Grafik 21: Teorik ve uygulamalı olarak yenileme eğitimlerinin içeriği hakkındaki görüşler



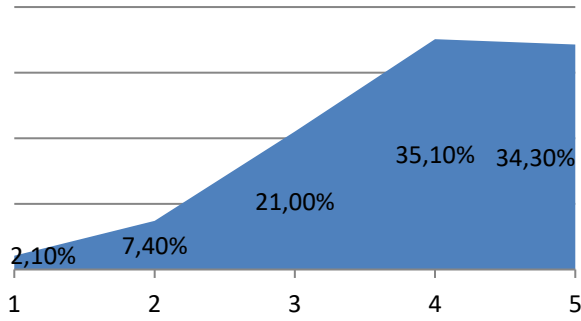
Kaynak: COOP Araştırması

Aşağıdaki grafik öz değerlendirme konusunda araştırmaya katılan gençlerin bütün ortak ülkelerdeki genel görüşlerini yansıtır. Bazı değerlendirme başlıklarında oran oldukça yüksektir. Bu durum da aslında gençlerin iş kurma faaliyetlerine olan ilgisi ya da ihtiyaç duydukları destek hizmetleri verileriyle de oldukça uyumludur.

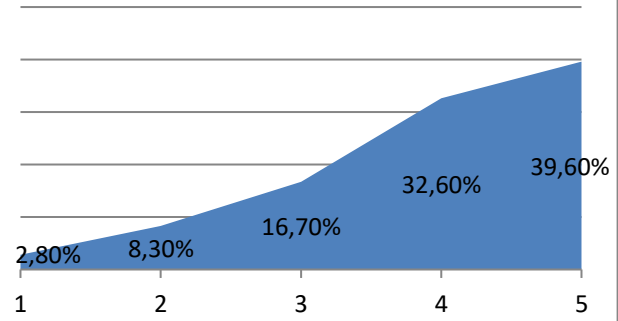
Grafik 22: Hedef kitlenin çeşitli başlıklarda kendi yeterliliklerine ilişkin öz-değerlendirmeleri



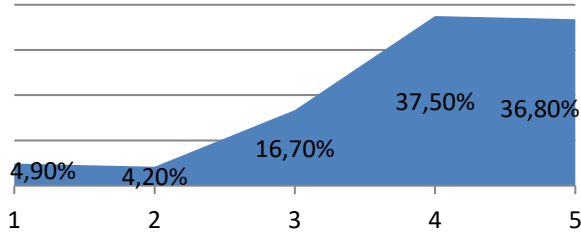
Takım Çalışması



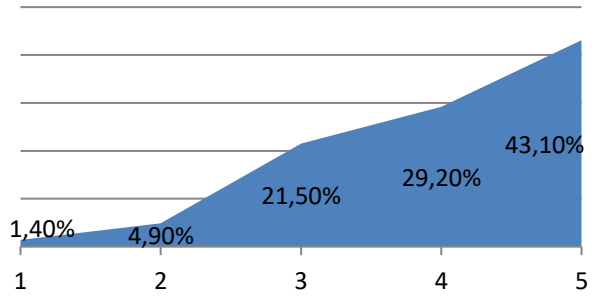
Öz-güven



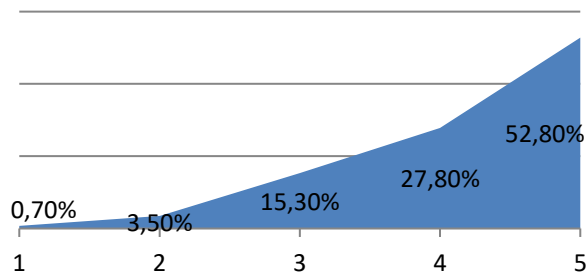
Problem Çözme Yeteneği



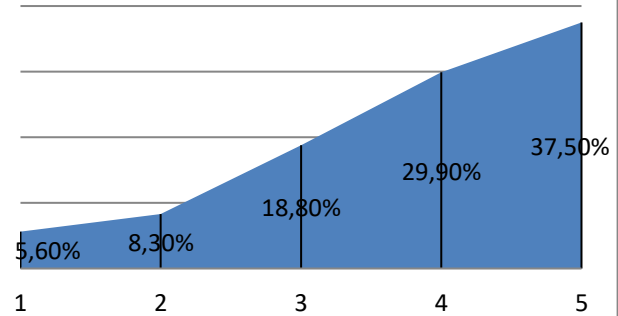
Risk Alma Yeteneği



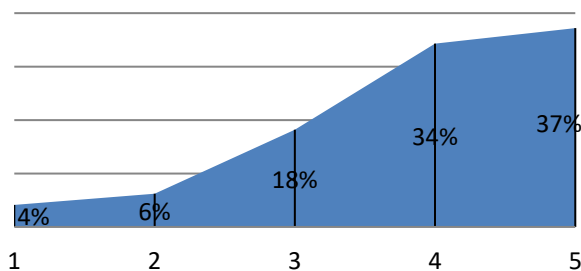
Sorumlulukları Yerine Getirme



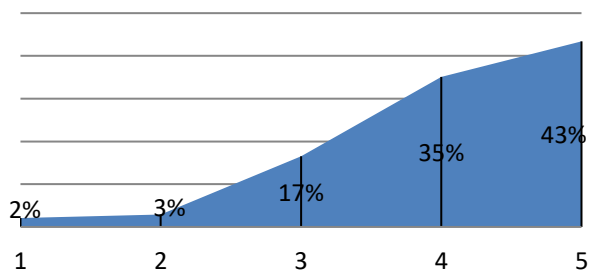
Ekonomik Algı Yeteneği



Liderlik



Karar Verme Yeteneği



Kaynak: COOP Araştırması

Katılımcıların bireysel karakteristikleri temelinde, sadece Türkiye'deki katılımcılar, diğer 5 ülkedeki katılımcı kitleye kıyasla ankette yer alan yeterlilik gereksinimi sorularına ilişkin kendileri hakkında çok güçlü ve olumlu bir öz-değerlendirme beyan ederek öne çıkan katılımcı gurubunu temsil eder.

Romanya'da katılımcıların büyük çoğunluğunun kendilerini yenilikçi ve yaratıcı hissettikleri, ekip içinde çalışabileceklerini, risk ve sorumluluk alabileceklerini ve öz-güvenlerinin yüksek olduğunu düşündükleri ancak İspanya örneğinde olduğu gibi ekonomik algı bakımından yetersiz hissettikleri tespit edilmiştir. Fransız katılımcıların çoğunluğunun ise kendi öz-değerlendirmelerini daha dengeli şekilde yaptığı, yaratıcılık ve yenilikçilik algısı, ekip çalışması ve risk alma kapasitesi açısından daha yüksek değerlendirme yaptıkları görülmüştür. Diğer değerlendirme başlıkları (öz-güven, problem çözme yeteneği, karar verme yeteneği ve liderlik) ise durum genellikle iyi, çok iyi ve mükemmel seçenekleri arasında eşit şekilde dağılım göstermektedir. Sadece Slovak katılımcı kitlenin daha ihtiyatlı bir öz-değerlendirme çizgisi izlediği tespit edilmiştir. Sonuç olarak bütün ülkeler ele alındığında genç katılımcıların büyük çoğunluğunu öz-değerlendirme çizelgesi temelinde her bir değerlendirme başlığı için oldukça yüksek değerler işaretlediği ancak bunun istisnası değerlendirme unsurlarının ise sorumluluk alma, liderlik ve karar verme yeteneği başlıkları olduğu görülmüştür.

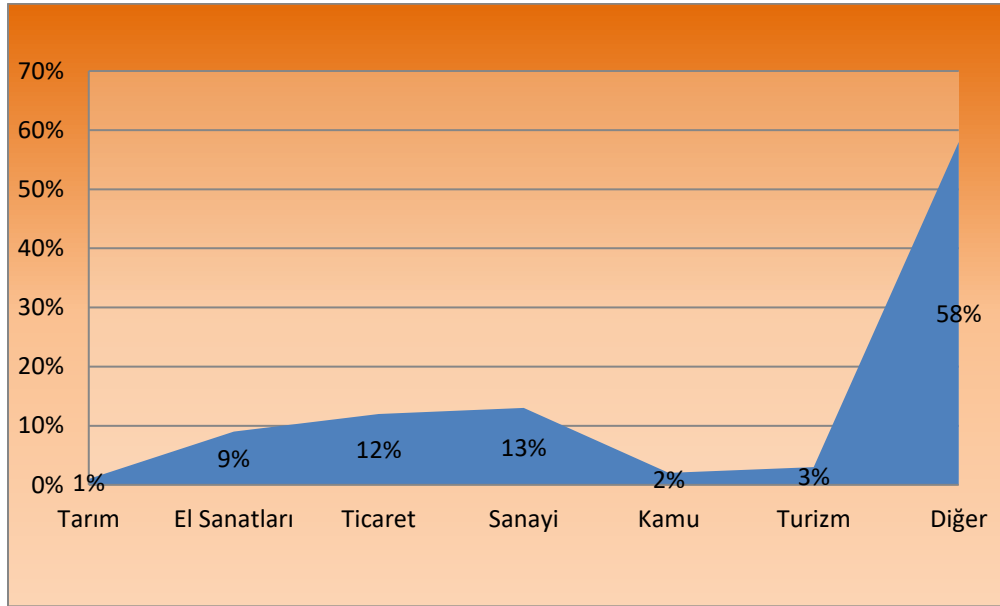
Araştırma faaliyetlerine katılan gençlerin kendi gerçek yeterlilik durumlarını tam olarak idrak edip etmediğini ve dolayısıyla belirtilen özelliklerin gerçekten bu derece yüksek olup olmadığını net olarak tanımlamak imkansızdır. Her halde, genç girişimci adayları açısından bu tür yeterliliklerin belgelendirilmesi ve nesnel olarak kabul edilir hale getirilmesi başarılı bir girişimcilik olgusunun meydana gelebilmesi için önemli bir başlangıç noktası olacaktır.

3. SON 12 AY İÇİNDE (2015 YILINDA) KURULAN İŞLETMELERE YÖNELİK UYGULANAN ANKETİN DEĞERLENDİRİLMESİ

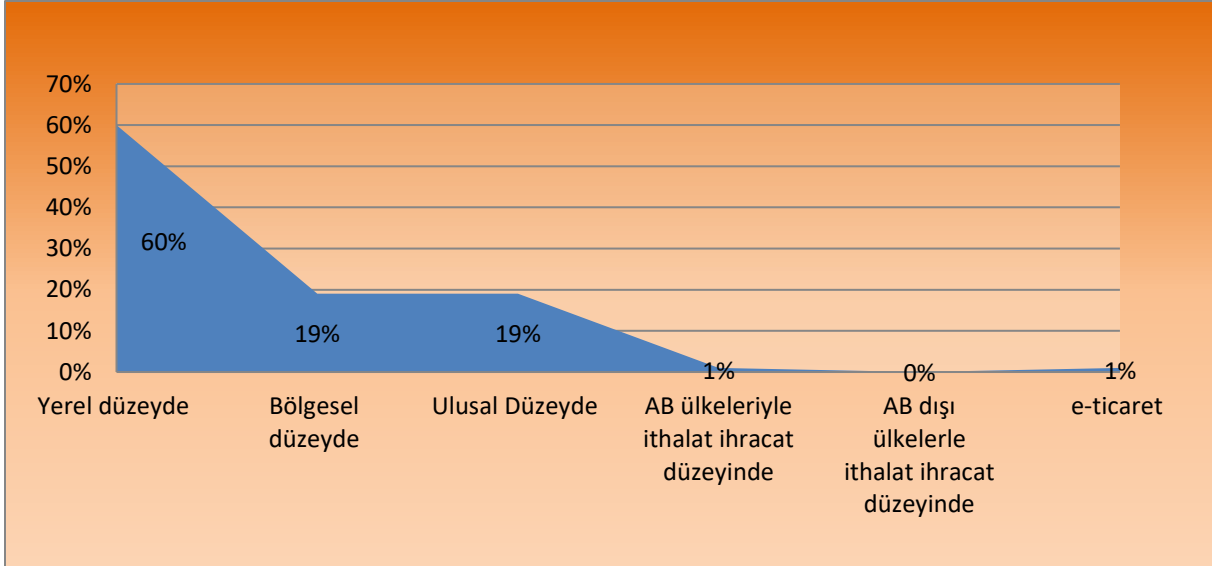
3.1 Niceliksel Analiz

Ortaklar tarafından ulaşılan işletme sayısı.

Ülke	Doldurulan anket sayısı
Romanya	20
İtalya	12
Türkiye	13
İspanya	9
Slovakya	15
Fransa	20

Grafik 23: Araştırmaya katılan yeni işletmelerin sektörel dağılımı

Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 24: Araştırmaya katılan işletmelerin ürün/hizmet sunum düzeyleri

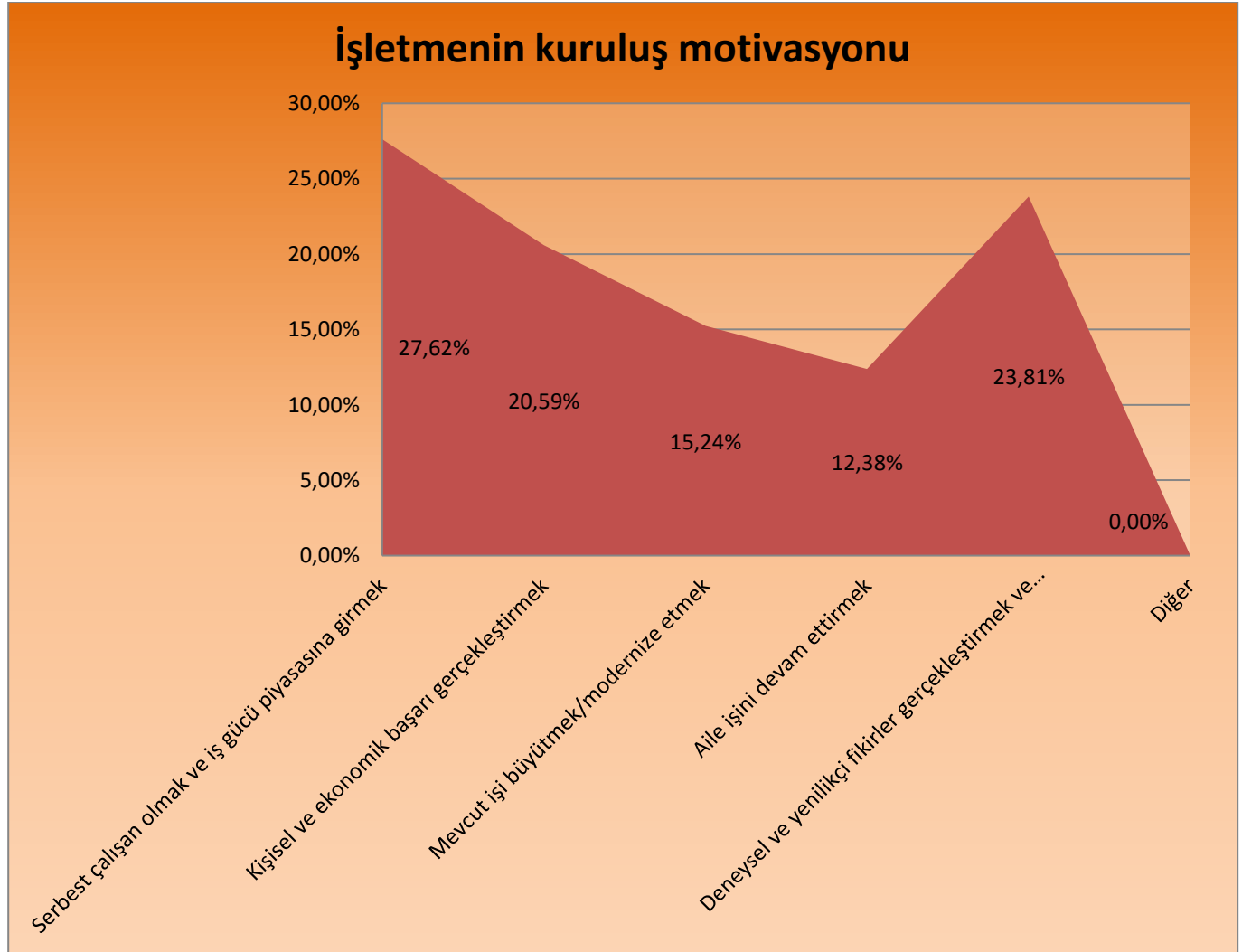
Kaynak: COOP Araştırması

Araştırma kapsamında ulaşılan işletmelerin geneli yerel düzeyde faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte bölgesel ve ulusal düzeyde faaliyetleri olan işletme sayısı da yüksek sayılabilir. Çok az sayıda işletme Avrupa düzeyinde, üçüncü ülkelerle ya da e-ticaret yoluyla faaliyetlerini yürütmektedir. Bu düşük oran muhtemelen araştırma kapsamında daha çok şahıs şirketlerine ulaşılmış olması ile ilişkilendirilebilir. Esasen, küçük üretim, tarım ve el sanatları sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin küresel bir boyut kazanması çok rastlanılan bir

durum değildir. Bu nedenle yeni kurulan bir işletme için yerel düzeyde faaliyet çapı tercih etmesi mutlaklıdır. Genelde, sadece ileri teknoloji temelli çalışan şirketler kuruluştan birkaç yıl sonrasında küresel bir boyut kazanabilirler.

COOP Proje araştırması kapsamında erişilen ve görüşlerine başvurulmuş işletmeler arasında ileri teknoloji alanında faaliyet gösteren firma sayısı da yok denecek kadar azdır.

Grafik 25: Girişimcilik Motivasyonu



Kaynak: COOP Araştırması

Girişim faaliyetine başlarken girişimcinin motivasyonu ile ilgili soruya verilen yanıtlardan iş gücü pazarına erişme güdüsü ve kendilerini kişisel ve ekonomik açıdan gerçekleştirme arzusu kategorilerini seçenler büyük dilimi (%49) temsil eder. Bu iki seçeneğin ardından da %23 ile deneysel bir iş fikrinin test edilmesi güdüsü gelir. Verilen ikinci yüzdeler oran açık bir şekilde şirketin ait olduğu sektör ile bağdaştırılabilir. Sonuçlara göre sadece %12'lik kesim bir aile şirketini/geleneğini devam ettirme eğilimi göstermiştir.

3.2 Niteliksel Analiz

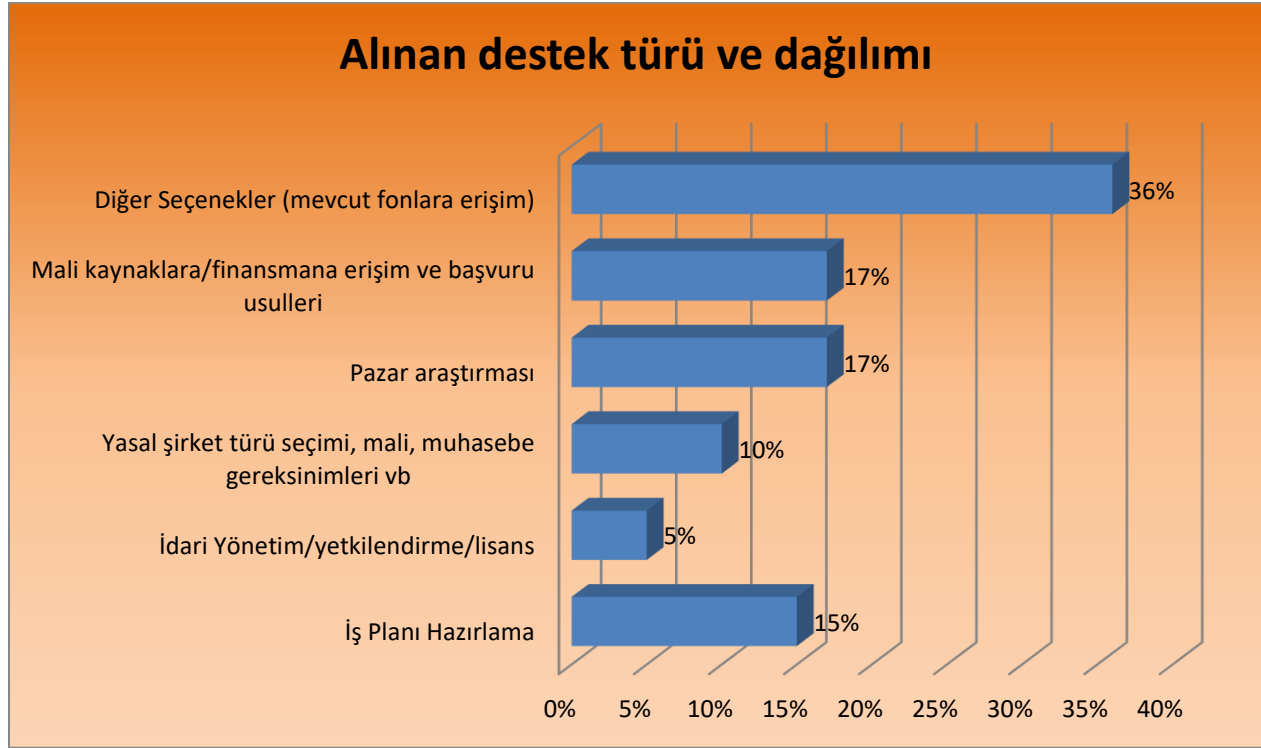
Grafik 26: İş fikrinin geliştirilmesi faaliyetleri



Kaynak: COOP Araştırması

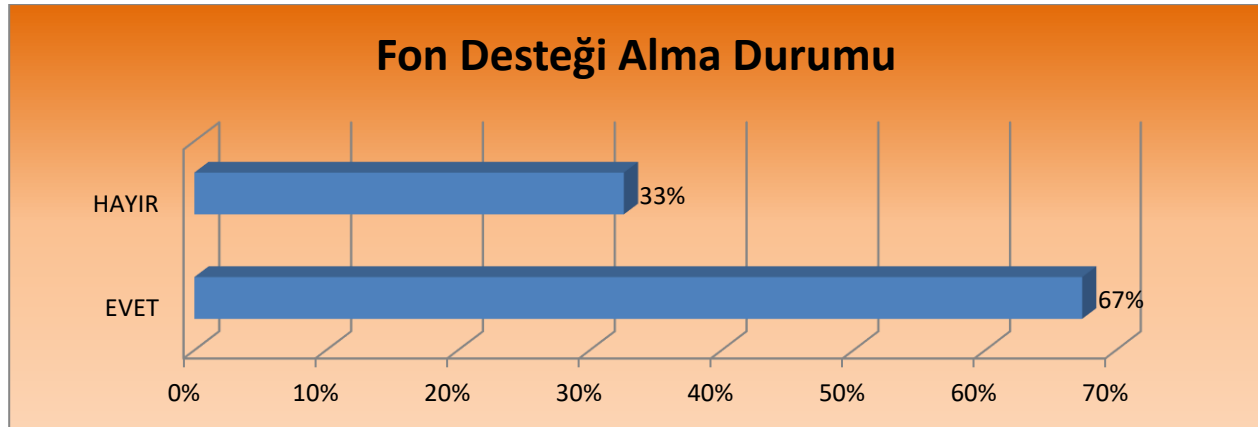
Araştırma hedef kitlesinin sadece %1'lik kesimi iş kurma sürecinde tüm formalitelerle ilgilenmesi için profesyonel bir danışman ile çalışmıştır. Azdan çoğa doğru ikinci ve üçüncü sırada ise toplam %34'lük oranla girişimcilik noktasında çeşitli kurum ve kuruluşlardan tavsiye talebinde bulunan ya da girişimcilikle ilgili bir eğitime katılanlar yer alır. Tamamen kendi fikri olarak ve ortaklarıyla birlikte iş fikrini hayata geçirdiğini belirtenlerin oranı ise %32'dir. Kalan dilim ise küçük yüzdeler halinde diğer seçeneklere dağılmıştır (Pazar araştırması, iş planı geliştirme vb.).

Grafik 27: İşletme tarafından alınan spesifik destek türü



Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 28: Çeşitli kaynaklardan fon desteği alan işletmeler



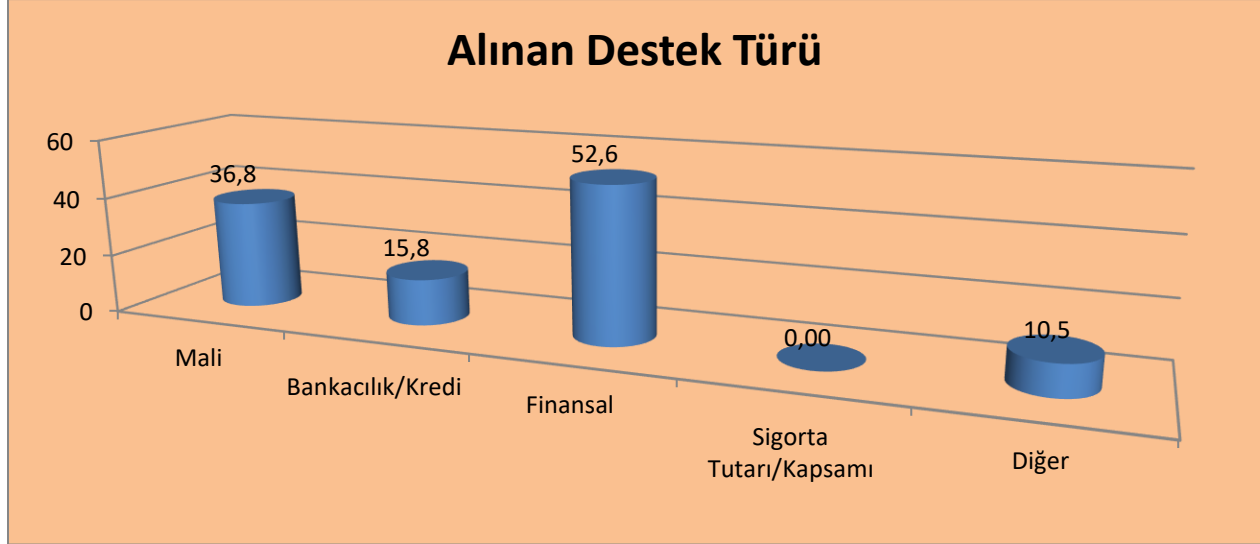
Kaynak: COOP Araştırması

Anketteki fonlama ile ilgili soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde, işletmelerin çoğunluğunun öz finansman kaynakları ile kurulduğu görülmektedir. İkinci sırada gelen fonlama şekli ise kamu fonlarıdır. Araştırmaya katılan Rumen işletmelerin tamamı ile İtalyan işletmelerin yarısı kamu fonlarından faydalanarak kurulmuştur. Fransa araştırmasında özellikle dikkat çeken husus katılımcı işletmelerin %53'ünün "iş küvezi" olarak nitelendirilen kurumlardan ve CAE kooperatiflerinden aldığı fon destekleri ile kurulmuş olmasıdır. Korsika'da kamu fonları yeni iş kurma açısından erişilebilir destek mekanizmaları olarak nitelendirilmiştir.

Araştırma raporu, (benimsenen farklı yaklaşımlara ve uygulanan farklı standartlara odaklanarak) incelenen bölgelerde halihazırda mevcut olan hizmetleri kapsamlı bir şekilde incelemek ve yeni iş projelerinin

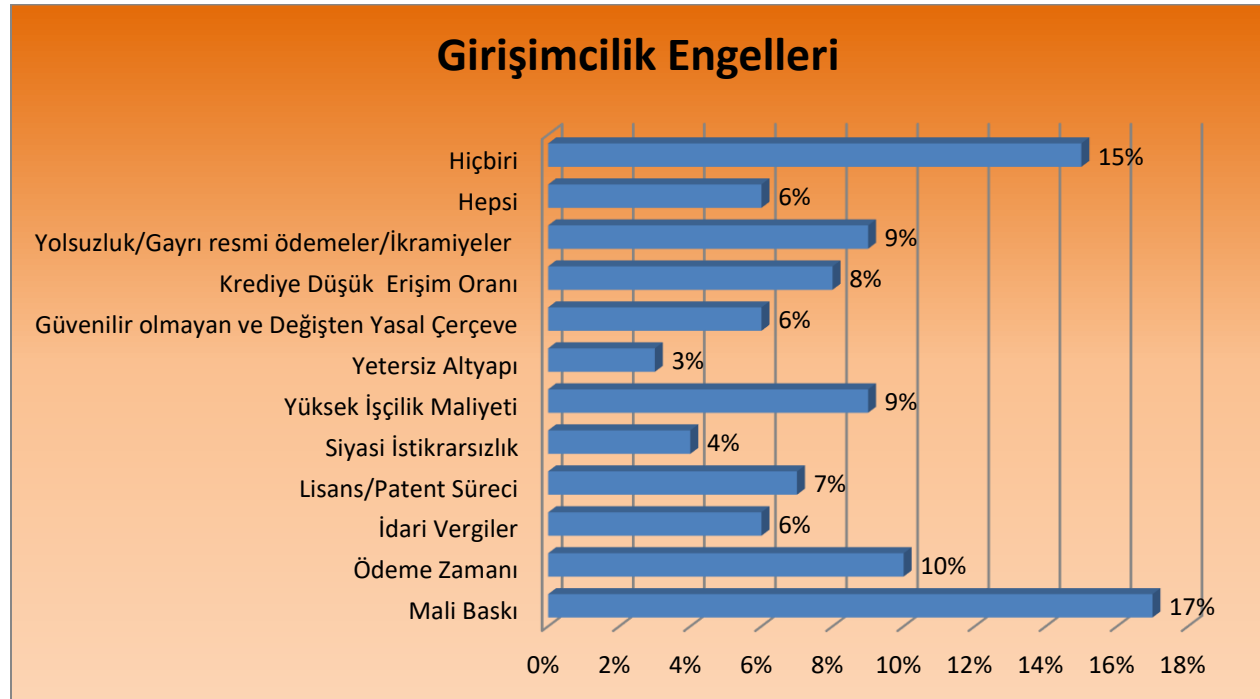
başlatılmasını desteklemek için uygulanacak diğer olası çözümleri sağlamak için, teşvikler ve işletme başlangıcı için diğer olanaklarla bağlantılı olarak, iş kurma aşamasında karşılaşılan güçlükler ile işletmenin ilk bir yılındaki güçlükleri analiz ve mukayese etmektedir.

Grafik 29: İşletme tarafından alınan spesifik destek türü



Kaynak: COOP Araştırması

Grafik 30: Yeni bir girişimin/işletmenin yürütülebilirliği açısından karşılaşılan sorunlar



Kaynak: COOP Araştırması

Genel anlamda, katılımcı şirketler tarafından tanımlanan işlevsellik önündeki engeller "**Dış finansmana** (banka kredileri) **daha kolay erişim**"; "**Yeni kurulmakta olan işletmeler için daha düşük faiz oranları ile fonlama olanaklarının kurulması**"; "**Girişimcilere daha etkili kamu yardımı, rehberlik ve destek mekanizmaları**" ve "**Yetkililer tarafından girişimci adaylarının ihtiyaçlarına yönelik daha yardımsever tutum**" konularıyla ilişkilidir.







Ortaya konan ihtiyaçlar temelde iki tanedir. Slovak ortak tarafından altı çizilen birincisi, Melek Yatırımcı modelini bir finansman modeli olarak teşvik edilmesi ihtiyacı ve ilintili görev ve menfaatlerin yanı sıra yeni kurulan şirketlerin piyasaya girmesine ve piyasada kalmasına izin veren tüm ilgili işletme usullerinin önemidir. İkinci ihtiyaç duyulan husus ise Türk ortak tarafından tespit edilmiştir. Buna göre girişimciler fonlama olanaklarının ve araçlarının girişimciliği destekleme konusundaki etkisinin KOSGEB ve Kalkınma Ajansları gibi etkin kurumlar aracılığıyla artırılmasına ihtiyaç duymaktadır.

Genel olarak, mali baskı unsuru en yüksek yüzde değerini temsil etmektedir. Her bir ülkede elde edilen rakamlar / oranlar farklı olmakla birlikte, vergi yükünün azaltılması girişimcilerin ortak bir beklentisi olarak göze çarpmaktadır. Benzer şekilde, ancak farklı ülkeler arasında farklı oranlara sahip olarak, yerel bağlamın altyapı yetersizliği, yeni kurulan işletmelerin işlerliği için çapraz ve ortak bir engel olarak öne çıkmaktadır.

3.3 Girişimcilik alanında destekler sunan kuruluşların niteliksel analizi

Araştırmaya katılan toplam girişimcilik destekçisi kuruluş sayısı 51'dir. Ükelere göre dağılım şu şekildedir:

Ülke/Girişimcilik Destek Kuruluşları sayısı

Romanya		0
İtalya		8
Türkiye		10
İspanya		11
Slovakya		5
Fransa		18

Araştırmaya katılan kuruluşların geri bildirimlerine göre karşılaşılan temel sorunlar ve ihtiyaçlar şu şekilde listelenebilir:

- İş faaliyetinin ilk yılını yönetmek için kaynak yetersizliği; Girişimciliğe adım atmak için başlangıç maliyetlerinin karşılanması için kaynakların kullanılabilirliğinin düşük olması; (Fransa, İtalya, Romanya, İspanya ve Çek Cumhuriyeti'nde tespit edilmiştir)
- İç ve dış pazarların sürdürülebilir olmaması (Fransa, İtalya, Romanya ve Çek Cumhuriyeti'nde tespit edilmiştir)

- Potansiyel rakipler ve müşteri grupları açısından referans pazarın gerekli araştırma ve analiz eksikliği, (Fransa, Belçika ve İtalya'da tespit edilmiştir)
- Faaliyetin stratejik önem taşıyan ilk ayları boyunca her şeyden önce mali yönetim ve gelir-gider dengesine ilişkin sonuçlarla bakımından yeni girişimcilerin, özellikle gençlerin yetersiz nitelik ve hazırlanma düzeyi; (Fransa, İtalya ve İspanya'da tespit edilmiştir)
- Fonlar ve maddi faydalanma olanakları ile girişimciliğin finansmanı için mevcut kaynaklara erişim güçlüğü (Fransa, İtalya, Romanya ve İspanya'da tespit edilmiştir)
- Müşteri eşik kitlesine erişimde başarısızlık (Fransa, İtalya, Romanya ve İspanya'da tespit edilmiştir)

4. KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERE UYGULANAN ARAŞTIRMA ANKETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1 Niceliksel Analiz

Ülkelere göre araştırma kapsamında ulaşılan işletme sayıları

Ülke	İşletme Sayısı
Romanya	20
İtalya	20
Türkiye	20
İspanya	20
Slovakya	21
Fransa	4

Toplamda 105 işletme

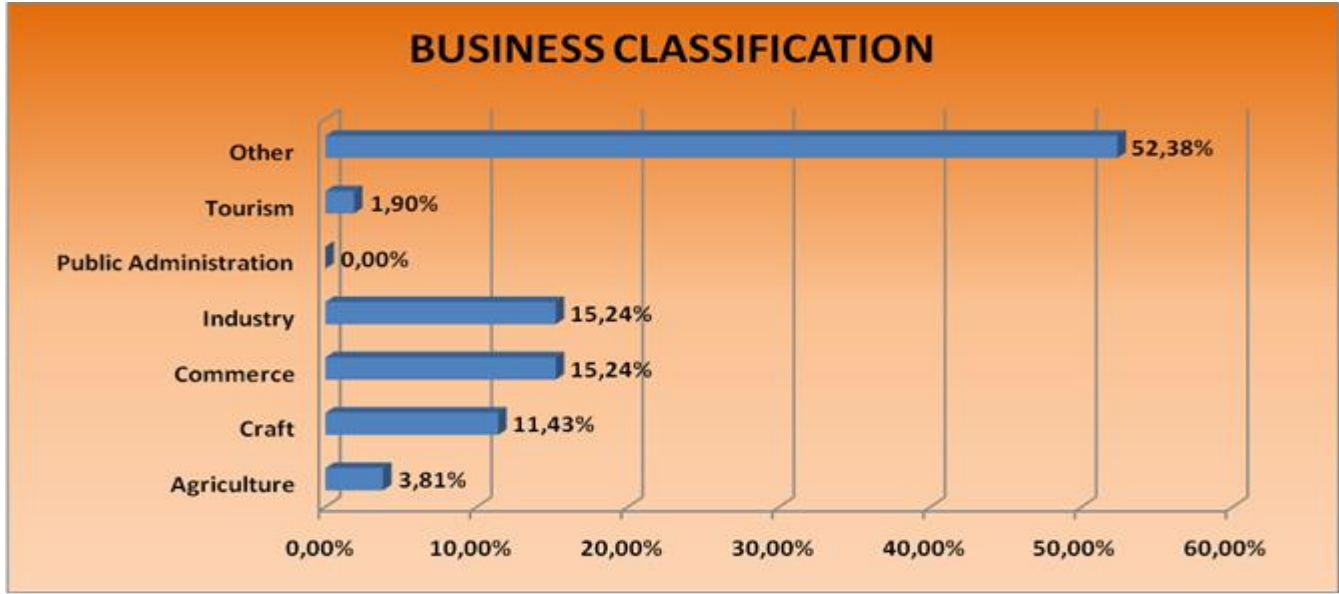
Araştırmaya katılan firmaların faaliyet gösterdikleri sektörler:

SINIFLANDIRMA

Sektör	İşletme Sayısı	% oran
Tarım	4	3,81
El Sanatları	12	11,43
Ticaret	16	15,24
Sanayi	16	15,24
Kamu	0	0,00
Turizm	2	1,90
Diğer	55	52,38

Toplamda 105 işletme araştırma kapsamına alınmıştır.

Grafik 31 Referans İş Sektörleri



Kaynak: COOP Araştırması

Metodolojik notlar bölümünde açıklandığı üzere, temas kuran ve seçilen işletmeler farklı iş alanlarındandır. Aşağıdaki tablo, ankete katılan şirketlerin farklı sektörler arasındaki sayısal ve yüzde değerleri dağılımını göstermektedir. Görüldüğü gibi, turizm ve tarım sektöründeki şirketler son sırada (sırasıyla% 2 ve% 4) sırada yer alırken, imalat sanayi ve ticaret sektöründeki şirketler ankete katılan örneklemin en büyük payını temsil etmektedir. Aşağıdaki tablo, bu işletmeler kümesinin yanıtları ile yeni şirketler tarafından aynı sorulara verilen cevaplar arasında bir kıyaslama yapmayı mümkün kılmaktadır. Avrupa ve Avrupa dışındaki pazarlarda faaliyet gösteren anket katılımcısı küçük ve çok küçük ölçekli işletmelerin sayısı, yeni kurulanlara kıyasla daha dikkat çekicidir ve bunların % 5'inde bir e-ticaret kanalı kullanılmaktadır. Karşılaştırmalı analiz açısından referans sektör ne olursa olsun (ticaret, imalat, hizmetler), bir yıldan uzun bir süredir faaliyette olan küçük ve çok küçük ölçekli işletmelerin yeni başlayanlara kıyasla piyasada kalma ve orta/uzun vadede gelişme şansının daha yüksek olduğunu görüyoruz.

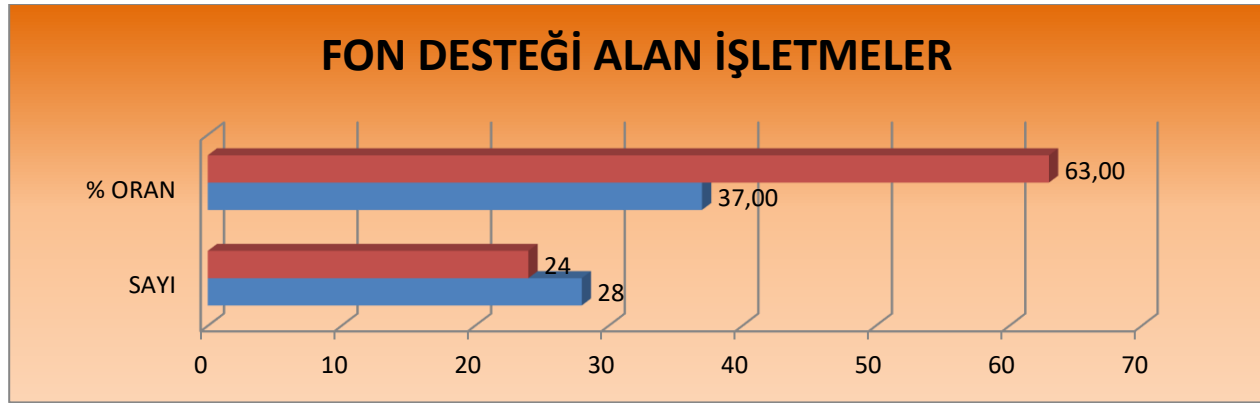
İşletmelerin Faaliyet Düzeyleri

Düzy	İşletme Sayısı	% oran
Yerel düzeyde	44	29
Bölgesel düzeyde	27	18
Ulusal düzeyde	42	28
AB ülkeleriyle ihracat-ithalat	16	10
AB dışı ülkelerle ihracat-ithalat	16	10
e-Ticaret	7	5

4.2 Niteliksel Analiz

İşletmelere herhangi bir finansman desteği alıp almadıkları sorulduğunda, ankete katılan işletmelerden 38 tanesi bu soruyu cevapladı ve bunların 24'ü iş kurma sürecinde bir miktar finansman veya mali yardım ve hibe desteği aldığını belirtti.

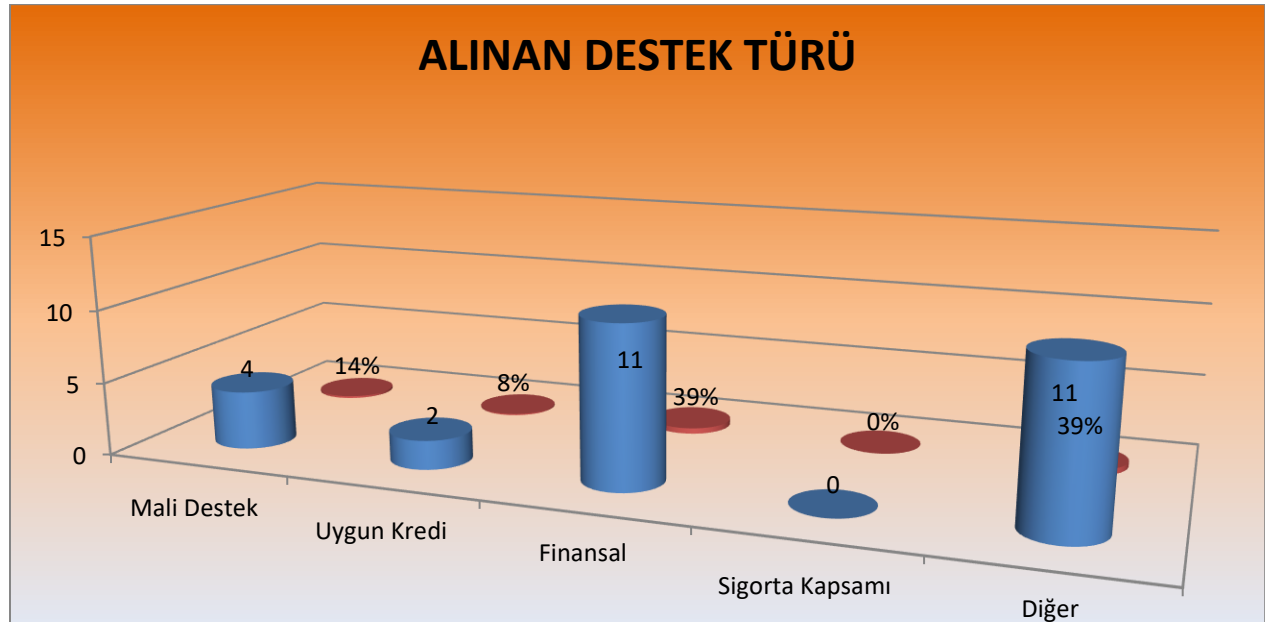
Grafik 32: Fon desteği alan işletmelerin sayısal ve oransal (%) durumu



Kaynak: COOP Araştırması

Sözü geçen 24 şirket tarafından edinilen faydalar başlıca mali, bankacılık ve vergi (24'ün 4'ü) avantajlarından oluşmaktadır. Kalan 11 yanıt oldukça farklı cevaplar içermektedir.

Grafik 33: İşletmeler tarafından alınan desteklerin sayısal ve oransal (%) durumu



Kaynak: COOP Araştırması

Şu ana kadar herhangi bir fon desteği almamış olan işletmelere, bu tarz destekler için başvuru yapma niyetleri olup olmadığı sorulduğunda aşağıdaki cevaplar alınmıştır:

FON DESTEĞİ ALMAK İSTEYEN İŞLETMELER		
	SAYI	YÜZDELİK ORAN
EVET	27	40%
HAYIR	41	60%

Fon başvurusu niyetiyle ilgili olarak, hemen hemen % 60 katılımcı yatırım politikalarının uygulanmasında (kendi kendini finanse etme, kârın yeniden yatırılması, vb.) bağımsız hareket etmek istedikleri için fon desteklerine başvurmayı planlamadıklarını belirtmiştir.

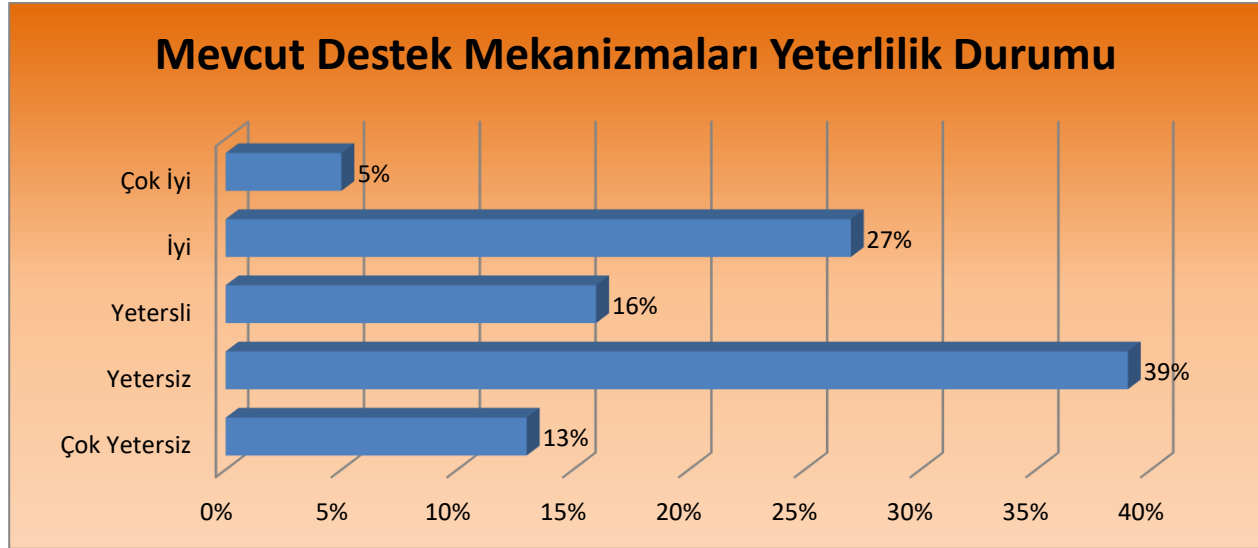
Verilerin niteliksel analizi, henüz sağlanmamış olan ne tür sübvansiyonların ve / veya yardımların işletmeler tarafından işleri için faydalı kabul edildiğini göstermektedir. Bununla birlikte, sadece İtalyan ve İspanyol işletmeler, belirli yerel programları ve destek / finansman sağlayan ulusal kurumları belirterek yanıt vermişlerdir:

- PIA INNOVAZIONE veya ATTIVA L'INNOVAZIONE programlarına erişim (Özgün İtalyan programları);
- Alternatif enerji kaynakları ile eğitim ve yenilikçilik için fon destekleri edinme (İtalya);
- Kamu idaresi ve vergi rasyonalizasyonu konusundaki işlemlerin sadeleştirilmesi talebi (İspanya);
- Yurtdışı fuarlara katılım ve danışmanlık almak için destekler, CEO ve sosyal ağlarda eğitim (İspanya);
- Ar-Ge için Finansman / Teşvikler (İspanya);
- Yeni pazarlara açılma (İspanya);
- Sosyal güvenlik katkı paylarını azaltmaya yönelik yardımlar, mali yardımlar, faizsiz krediler (İspanya);
- Uluslararasılaşmaya, Ar-Ge'ye ve geri ödemeli finansmana yönelik teşvik ve destekler (İspanya);
- İşgücü piyasasına destek (İspanya);
- Makine/ekipmanlar için hibeler (İspanya)

Toplam katılımcı kitlenin % 39'u, **ticari faaliyetleri destekleyen mevcut hizmetler** ile ilgili olarak olumsuz bir görüş (*yetersiz*) bildirmiştir. Bu hizmetlerin özgüllüğü çok heterojen olup altyapı, lojistik ve vergi mevzuatı yönlerini içermektedir. Bunun aksine, örneklemin sadece% 5'i çok olumlu bir değer (*çok iyi*) işaretlemiştir.

Ankete katılanların, **şirketlere yönelik mevcut destek ve rehberlik hizmetlerinin** değerlendirilmesiyle ilgili olarak verdikleri yanıtlar şu şekildedir:

Grafik 34: Mevcut destek mekanizmalarının verimliliği hakkındaki görüşler



Kaynak: COOP Araştırması

Bununla birlikte, İtalyan bir işletme tarafından gündeme getirilen konunun dikkate alınması gerekiyor - destek hizmetlerinin etkinliği maliyetlerine bağlıdır; bu anlamda maliyetler desteğin kalitesi ölçüsünde artar ve bu onları erişilmez hale getirir.

Bir sonraki tablo ise:

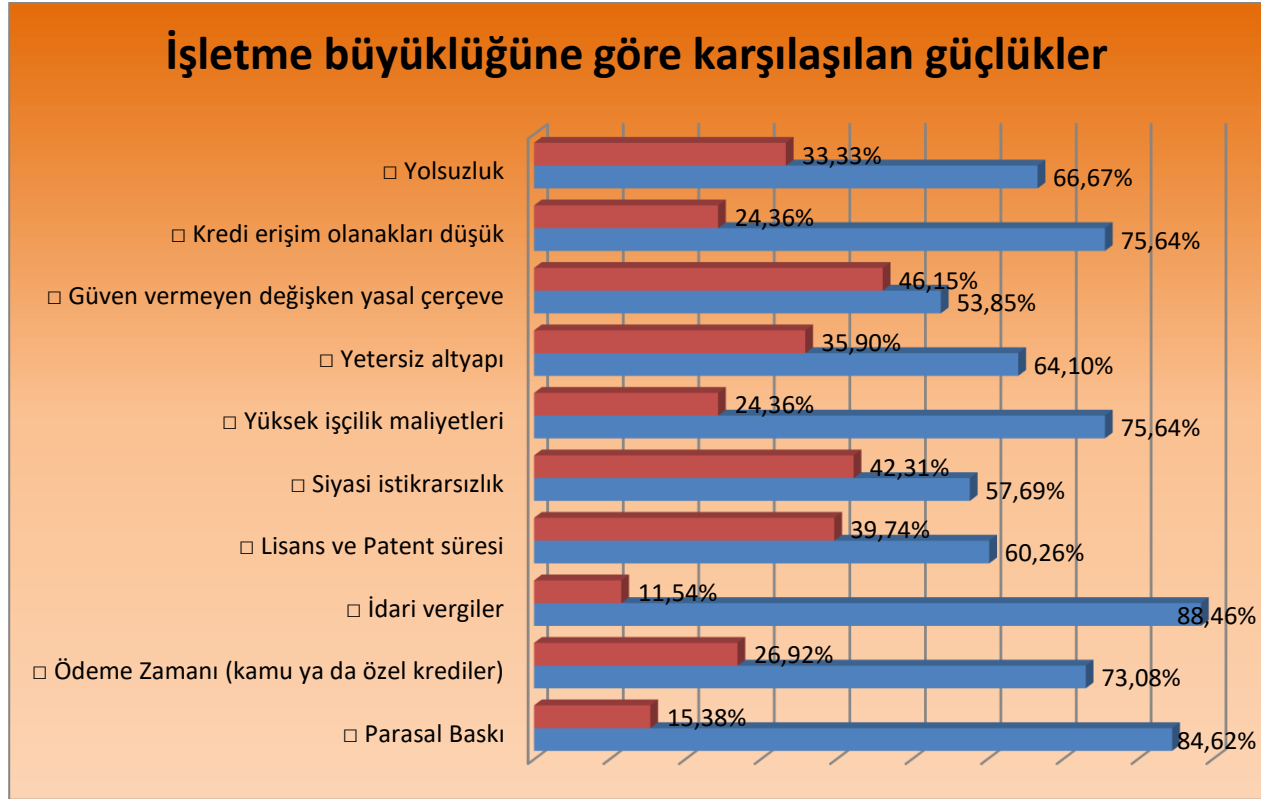
- Şirket tarafından algılanan engelleri ve
- Şirketlerin boyutlarıyla ilgili karşılaştıkları güçlükleri göstermektedir.

Ankete katılanların büyük çoğunluğunun şirketin büyüklüğüne bağlı olarak en büyük engel mahiyetinde vergi yükünü (mali baskıyı) vurgulaması şaşırtıcı bir durum değildir. Bu bağlamda daha belirgin bir gösterge, idari ücretleri şirketin büyüklüğü ile ilgili ilave bir engel olarak nitelendiren toplam katılımcıların % 88,46'sı tarafından verilmektedir.

Çoktan seçmeli soru, vergiler, vergi yükü, işçilik maliyetleri ve krediye erişim öğelerinden oluşur. Diğer bir husus da hem kamu hem de özel sektör müşteriler tarafından ödemelerinin zamanında yapılmasıdır.

Sonuç olarak, ekonomik ve finansal konular ankete katılan şirketler için en büyük önem ve endişe verici konular olarak öne çıkmaktadır.

Grafik 35: İşletmeler tarafından karşılaşılan güçlüklerin grafiksel görünümü



Kaynak: COOP Araştırması

ÖNERİLER

Bu araştırma çalışmasında uygulanan anketler ve bu Raporda sunulan sonuç verileri, farklı yerel bağlamlarda faaliyet gösteren çok küçük, küçük ve orta ölçekli işletmelerin karşılaştıkları başlıca güçlükler ve kendi işlerini kurma niyetindeki gençlerin kararının altında yatan temel motivasyonları hakkında genel bir bakış sunmayı amaçlamaktadır.

Bu araştırma raporu, toplanan verileri ortak ülkeler arasındaki bazı farklılık ve / veya benzerlikleri vurgulayarak karşılaştırmalı bir analiz sağlamak ve olası önerileri ortaya koymak amacıyla sunulmaktadır.

GENÇ GİRİŞİMCİ ADAYLARI

Genç katılımcılara uygulanan anketlerin değerlendirilmesi, tüm ülkeler için bazı ortak ve kesitsel verileri ortaya çıkarmaktadır. İlk bakışta çelişkili görünebilecek bu verilerin kapsamlı bir analizi, referans hedef grupların ihtiyaçlarının tespit edilmesine olanak tanır.

Ankete katılan gençler yüksek bir eğitim profiline sahiptir. Heterojen ve farklı diploma ve mezuniyet derecesi tipolojilerine sahip olsalar da yüksek bir mezuniyet yüzdesi mevcuttur.) Geçmiş iş tecrübesi rakamları (okul/iş programları, stajyerlik, eğitim, sabit süreli veya sürekli istihdam gibi tüm öge kategorilerinde) umut verici olmasa da çoğu durumda gençler daha ileri eğitim/mesleki kurs görme konusunda isteksizlik göstermektedirler. Aynı zamanda, iş fikirlerini uygulamak için rehberlik hizmetleri de dahil bir dizi hizmete ihtiyaç duyduklarını da belirtmektedirler. Bu açıdan, en belirgin tehdit, iş kurma sürecine öncül olan bazı temel özellikler ile gerekli rehberlik ve danışmanlık hizmetlerini birleştirerek gençlerin kendi iş fikirlerini düzgün şekilde bağlaştırmaktır:

- Genç girişimci olma ve girişimci becerilere sahip olma konusundaki gerçek motivasyonlar (otorite, problem çözme, karar verme, ekonomik farkındalık, yenilikçilik, yaratıcılık, öncelik ruhu, liderlik);
- İş fikrinin sağlamlığı ve yapılabirliği;

Bu bağlamda COOP araştırma ekibi olarak, orta öğretim okullarında bir iş yaratma/girişimcilik modülünün etkinleştirilmesini ve danışmanların, eğitmenlerin ve başarılı olmuş genç girişimcilerin katılımıyla etkileşimli dersler/konferanslar düzenleyerek üniversitelerde rehberlik ve bilgilendirme danışmanlığına mali kaynak aktarılmasını bir öneri olarak sunuyoruz.

ÇOK KÜÇÜK, KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER

Ankete katılan küçük ve orta ölçekli işletmeler, ekonomik durum hakkında kayda değer bir belirsizlik ve endişe eğilimi göstermekte; gerekli ve sürdürülebilir nitelikte bir yenilikçilik ve değişim sürenine karşı güçlü engellerin varlığından şikayet etmektedir. Tarafsız olsun ya da sadece algısal olsun bu engellerin tamamı dışsal etmendir ve genellikle firmaların uyması gereken vergi, kredi veya idari ve düzenleyici gereklilikleri ifade ederler. Bu bakış açısıyla, tespit edilen engellerin işletme faaliyetleri üzerindeki gerçek etkisini tam olarak anlamaya çalışarak işletmeye özgü kişiselleştirilmiş danışmanlık hizmetlerinin sunulması ve şirket içindeki diğer kritik unsurların

(kalkınma planları, personel eğitimi, üretim süreçlerini optimize etme, teknolojik yenilik vb.) ortaya konması uygun olacaktır

YENİ KURULAN İŞLETMELER

Anketlerin analizinden çıkarılan en belirgin özellik, araştırma kapsamına alınan Avrupa'da yeni kurulmuş işletmelerin dağıtım ve pazarlama kanalları hakkındadır. Küresel pazarda faaliyet göstermeye karar veren yeni girişimlerin yüzdesi gerçekten düşüktür. Ankete katılan işletmeler ve farklı iş sektörlerindeki örneklem grubun karakterini detaylı incelemeksizin (metodolojik notlar kısmında belirtilmiştir), öneriler açısından e-ticarete yatırım yapan ve / veya ulusal ya da uluslararası fuarlara ve pazarlara katılmayı planlayan işletmelere - özellikle de yeni kurulan girişimlere – tahsis edilen mevcut fonlama araçlarının ve olanaklarının uygulanmasının ne derece önemli ve gerekli olduğunu vurgulamak gerekir. Bu durum, işletmeler açısından yalnızca referans bölgelerinin dışından yeni müşterilerin kazanılması için değil aynı zamanda çalışma ağlarının, işbirliklerinin, ortaklıkların oluşturulması ve piyasanın dayattığı kesintisiz değişikliklere hızlı yanıt vermek açısından da önemlidir.

Kaynaklar

EK 1: Ülke Raporu Romanya

EK 2: Ülke Raporu İtalya

EK 3: Ülke Raporu İspanya

EK 4: Ülke Raporu Slovakya

EK 5: Ülke Raporu Türkiye