



**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

GİRİŞİMDE KADIN GÜCÜ

SOSYAL ETKİ ANALİZİ



GİRİŞİMDE KADIN GÜCÜ PROJESİ SOSYAL ETKİ ANALİZİ

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	2
2. YÖNETİCİ ÖZETİ.....	8
3. METODOLOJİ	10
3.1. Araştırma Tasarımı.....	11
3.2. Nicel Anketler ve Ölçüm Planlaması.....	11
3.3. Nitel Veri Toplama: Odak Grup Görüşmeleri	12
3.4. Analiz Süreci.....	12
3.5. Sosyal Etki Göstergeleri ve Tematik Kategoriler.....	12
3.6. Raporlama ve Görselleştirme.....	13
3.7. Sosyal Getiri Ölçümü (SROI) Yaklaşımı	13
3.8. Etik İlkeler ve Katılımcı Güvenliği.....	13
4. BULGULAR	14
4.1. Nicel Bulgular	15
4.1.1. İlham Buluşmaları	15
4.1.2. Saha Eğitimleri	28
4.1.3. Çevrimiçi Eğitimler.....	42
4.2. Nitel Bulgular	111
4.2.1. Mentörlük Programı Ve Ödül Alan Kadınlar	111
5. SONUÇLAR	119
5.1. Kadınların Güçlenme ve Özgüven Düzeyleri Artmıştır	120
5.2. Kriz Anlarını Yönetme ve Karar Alma Yetkinlikleri Gelişmiştir	120
5.3. Dijital Okuryazarlık ve Teknoloji Kullanımında Belirgin Bir Artış Sağlanmıştır	120
5.4. Girişimcilik Motivasyonu ve Hazırlık Düzeyi Yükselmiştir	120
5.5. Eğitim Sonrası İstihdam Arayışı ve Başvuru Oranları Artmıştır.....	120
5.6. Girişimcilik Araçlarının Günlük Yaşama Entegrasyonu Sağlanmıştır	121
5.7.Kadınların Sosyal Hayata Katılımında Dijital Araçlar Aracılığıyla Artış Yaşanmıştır	121
5.8. Rol Model Etkisi ve Toplumsal Aidiyet Gelişmiştir.....	121
5.9. Eğitimlerde Edinilen Bilgiler, İş ve Girişimcilik Başvurularında Doğrudan Kullanılmıştır.....	121
6. ÖNERİLER	122
6.1. Eğitim İçerikleri İş ve Girişim Fırsatlarına Yönelik Daha Zenginleştirilebilir.....	123
6.2. Kırsal Bölgelerde Yaşayan Kadınlar için Daha Yaygınlaştırılmış Destek Modelleri Sunulabilir	123
6.3. Dijital Okuryazarlık ve E-Ticaret Eğitimleri Derinleştirilerek Güçlendirilebilir	123
6.4. Mentörlük Programları Süreklilik Kazanarak Daha Fazla Kadına Ulaştırılabilir	123
6.5. Eğitim Sonrası Takip ve Gelişim Destekleri ile Etki Daha Kalıcı Hale Getirilebilir.....	123
6.6.Yerel İşverenlerle Daha Güçlü Bağlantılar Kurularak Kadınlar İçin Yeni Kapılar Açılabilir.....	124
6.7. Kadınlar Arası Dayanışma Ağları ve İletişim Platformlarıyla Etkileşim Artırılabilir.....	124
6.8. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitimleri Yerel Bağlamlarla Daha Duyarlı Hale Getirilebilir	124
6.9. Sosyal Etki Göstergeleri Kurumsal Hafızaya Dahil Edilerek Süreçler Güçlendirilebilir.....	124

GİRİŞİMDE KADIN GÜCÜ PROJESİ SOSYAL ETKİ ANALİZİ



Araştırma & Yazar

Fırat Yılmaz
Sedanur Nalbantbaşı

Yayın & Editoryal Hazırlık

Azize Şen Birtane
Nazan Butuner

Grafik Tasarım

Sinan Şimşek
Alev Yıldırım

İletişim

Adres:
Çatma mescit, Refik Saydam Cad.
Akarca Sok. No: 41, 34487
Beyoğlu / İstanbul

T:+90 (0212) 251 73 00
F:+90 (0212) 251 58 77
E: info@turkkonfed.org
W: www.turkkonfed.org



**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

1. GİRİŞ

1. GİRİŞ

Girişimde Kadın Gücü Projesi, Türk İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) yürütücülüğünde ve Türkiye İş Bankası'nın desteğiyle 2021 yılında hayata geçirilmiştir. Proje, girişimci kadınların dijital dönüşüme uyum sağlayarak işlerini geliştirmelerine, sürdürülebilirlik sağlamalarına ve ekonomik alanda güç kazanmalarına katkı sunmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda kadınlar arasındaki iş birliğini teşvik eden yapısıyla, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık yaratmayı da hedeflemektedir. Türkiye'nin 81 ilini kapsayan geniş bir erişim ağıyla, hem sosyal hem ekonomik etkiler üreten bir destek mekanizması olarak tasarlanmıştır.



Sosyal etki analizine temel oluşturmak amacıyla 2024 yılında kapsamlı bir veri toplama süreci yürütülmüştür. Bu süreçte; çevrim içi eğitimlere, yüz yüze etkinliklere ve destek programlarına katılan girişimci kadınlara yönelik nicel ve nitel veri toplama araçları geliştirilmiştir. Uygulanan anket formları, bilgi testleri ve odak grup görüşmeleri aracılığıyla kadınların proje deneyimleri çok boyutlu olarak değerlendirilmiştir. Tüm veri toplama süreci, katılımcı odaklı ve ihtiyaca duyarlı bir şekilde yürütülmüştür.

Proje kapsamında yer alan 18'in üzerinde çevrim içi eğitim için yapılandırılmış bir memnuniyet ve etki anketi geliştirilmiş; bu anket aracılığıyla toplam 1490 girişimci kadından veri toplanmıştır. Anketlerde, demografik bilgilerle birlikte eğitim içeriklerinin bilgi-beceri kazandırma düzeyi, girişimcilik motivasyonu, istihdam olanakları, teknoloji kullanımı ve psikolojik güçlenme gibi başlıklar yer almıştır. Ayrıca toplumsal cinsiyet eşitliği farkındalığını ölçen özel bir bölüm de eklenmiştir. Böylece her bir eğitim sonrası yalnızca memnuniyet değil, öğrenme çıktıları da analiz edebilmiştir.

Bu anketlerin yanı sıra, her bir eğitim için 3'er sorudan oluşan bilgi testleri hazırlanarak, eğitimin bilgi düzeyine etkisi ölçülmüştür. Ayrıca yüz yüze gerçekleştirilen saha eğitimleri sonrası katılımcılara yönelik ayrı bir değerlendirme anketi uygulanmıştır. Kadın buluşmaları gibi sosyal etkileşim odaklı etkinliklerin etkisini ölçmek amacıyla da kısa formlar aracılığıyla veri toplanmıştır. Bu araçlar, proje çıktılarının sadece teknik değil sosyal etkisini de değerlendirmeyi mümkün kılmıştır.

Bulguların nitel yönünü derinleştirmek amacıyla, mentörlük desteği alan girişimci kadınlarla ve ödül alan (iş geliştirme hibesi, kredi desteği, Silikon Vadisi ziyareti) girişimcilerle iki ayrı odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler aracılığıyla girişimci kadınların destek süreçlerine dair öznel deneyimleri, karşılaştıkları güçlükler, dönüşüm alanları ve gelecek hedefleri detaylı biçimde ortaya konmuştur. Odak grup bulguları, anket ve test verileriyle birlikte ele alınarak bütüncül bir sosyal etki değerlendirme modeli oluşturulmuştur. Bu rapor, söz konusu değerlendirmelerin ışığında proje çıktılarının analizini yapmakta ve gelecek dönemler için stratejik öneriler sunmayı hedeflemektedir.





**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

2. YÖNETİCİ ÖZETİ

2. YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu rapor, “Girişimde Kadın Gücü” projesine katılan kadınların eğitimler sonrası yaşadıkları dönüşümü ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Türkiye genelinde farklı illerden toplam 1.490 katılımcı kadının yanıtladığı anket verileri doğrultusunda, eğitimin kadınların kişisel, dijital ve girişimcilik kapasitelerine etkisi değerlendirilmiştir. Kadınların güçlenmesi, özgüven kazanımı, teknolojiye uyum ve iş yaşamına hazırlık gibi başlıklarda önemli gelişmeler gözlemlenmiştir.



Katılımcı

1490



Cinsiyet

Kadın



Konum

Türkiye

Katılımcıların %65'i eğitim sonrası kendini daha güçlü hissettiğini belirtmiş, %66'sı ise öz güveninde artış yaşadığını ifade etmiştir. Kriz anlarını yönetme becerilerinde gelişim olduğunu düşünenlerin oranı ise %66,7 olmuştur. Bu oranlar, kişisel güçlenme ve psikolojik dayanıklılık açısından eğitimlerin olumlu katkı sunduğunu göstermektedir.

Dijital becerilerde de dikkat çeken gelişmeler yaşanmıştır. Katılımcıların %67,6'sı dijital okuryazarlık becerilerinin arttığını belirtirken, %66,7'si teknoloji kullanım becerilerinin geliştiğini ifade etmiştir. Eğitimlerin ardından %63,6'lık bir kesim teknoloji alışkanlıklarının değiştiğini söylemiş; bu da dijital dönüşüme uyumun arttığını göstermektedir.

Teknolojiye olan ilgi ve katılım da yükselmiştir. Katılımcıların %71,3'ü günlük yaşamda teknolojiyle daha fazla ilgilendiğini, %65,8'i ise teknoloji kullanımının sosyal yaşama katılımını artırdığını belirtmiştir. Bu göstergeler, eğitimlerin dijital kapsayıcılığı artırıcı bir rol oynadığını kanıtlamaktadır.

Eğitimlerin istihdama katkısı da öne çıkmaktadır. Kadınların %67,7'si aldıkları eğitimlerin iş bulma sürecinde faydalı olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca %81,1'lik bir oran eğitimlerden sonra yeni bir iş başvurusu yaptığını belirtmiş, bu da eğitimlerin istihdama yönelik cesaret verici etkisini göstermektedir.

Girişimcilik alanında ise oldukça güçlü sonuçlar elde edilmiştir. Kadınların %78,9'u eğitimden sonra girişimcilik motivasyonunun arttığını söylemiş, %66,6'sı öğrendiği girişimcilik araçlarını gündelik yaşamında uygulamaya başladığını belirtmiştir. %69,8'i ise bu eğitimlerle farkında olmadığı iş fırsatlarını keşfettiğini ifade etmiştir.

Eğitimlerin kadınların çalışma hayatı motivasyonuna da doğrudan etkisi olmuştur. Katılımcıların %71,1'i eğitimlerin genel motivasyonunu artırdığını belirtmiş, %65,5'i kendini girişimcilik için “çok hazır” hissettiğini söylemiştir. Bu oranlar, kadınların özgüven kazandıkça harekete geçme eğiliminin güçlendiğini ortaya koymaktadır.

Girişimci kadınların rolü ve dijital araçların etkisi de oldukça belirgin olmuştur. Katılımcıların %67,5'i girişimci kadınlardan ilham aldığını ifade ederken, %67,9'u sosyal medya ve e-ticaret platformlarının motivasyonlarını artırdığını belirtmiştir. Bu da rol model etkisinin ve dijital araçların girişimcilik yolculuğundaki önemini vurgulamaktadır.

Genel olarak, bu analiz, Girişimde Kadın Gücü Projesi'nin kadınlar üzerinde çok yönlü ve güçlü bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. Hem kişisel hem de dijital ve girişimcilik alanlarında gözlemlenen gelişmeler, kadınların kendilerine daha fazla güven duyduklarını, daha fazla risk alabildiklerini ve toplumsal hayata daha aktif katıldıklarını göstermektedir.



**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

3. METODOLOJİ

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırma Tasarımı

Bu araştırma, “Girişimde Kadın Gücü” Projesi’nin kadınların güçlenmesi, dijital okuryazarlıklarının gelişimi ve girişimcilik kapasiteleri üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla karma yöntem (mixed-method) yaklaşımıyla tasarlanmıştır. Araştırma süreci, hem nicel hem de nitel veri toplama araçlarını içerecek şekilde yapılandırılmış; çok boyutlu etki alanlarının sistematik biçimde ölçülmesi hedeflenmiştir.



3.2. Nicel Anketler ve Ölçüm Planlaması

Araştırmanın nicel boyutu için özel olarak geliştirilen yapılandırılmış anket formu, proje kapsamında eğitim almış toplam 1.490 girişimci kadına uygulanmıştır. Anket; eğitim memnuniyeti, özgüven düzeyi, kriz yönetimi becerileri, dijital araç kullanım alışkanlıkları, iş başvurusu motivasyonu ve girişimcilik hazırlığı gibi tematik başlıklar altında toplam 30’den fazla kapalı uçlu soru içermektedir. Soruların büyük çoğunluğu 3’lü ve 5’li Likert tipi ölçeklerden oluşmaktadır. Anketlerin uygulanması çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir.



3.3. Nitel Veri Toplama: Odak Grup Görüşmeleri

Araştırmanın nitel boyutunda, projenin farklı aşamalarından geçmiş girişimci kadınlarla iki ayrı odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. İlk odak grup, mentörlük desteği alan 5 farklı kadın profilden oluşurken; ikinci grup, proje kapsamında ödül (Silikon Vadisi ziyareti, kredi desteği vb.) alan girişimcilerle yapılmıştır. Görüşmeler, proje çıktılarının bireysel düzeyde nasıl deneyimlendiğine ve eğitimlerin davranışsal etkilerine odaklanmıştır.

3.4. Analiz Süreci

Nicel veriler SPSS ortamında analiz edilmiştir. Verilerin frekans, yüzde dağılımları üzerinden betimsel istatistikleri çıkarılmış, gerektiği durumlarda tematik gruplamalar yapılmıştır. Nitel veriler ise içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek, öne çıkan temalar ve katılımcı deneyimleri sınıflandırılmıştır. Elde edilen bulgular, sayısal sonuçlarla desteklenmiş şekilde rapora yansıtılmıştır.

3.5. Sosyal Etki Göstergeleri ve Tematik Kategoriler



Bu temalar hem anket soruları hem de nitel verilerle örtüşecek şekilde analiz planına entegre edilmiştir.

3.6. Raporlama ve Görselleştirme

Veri analizinden elde edilen tüm bulgular, görsellerle (grafikler, yüzdeler tablolar, tema kutuları) desteklenerek raporlaştırılmıştır. Özellikle yöneticiler için özet bilgilerin yer aldığı tablolar ve infografikler oluşturulmuştur. Raporlama dili sadeleştirilmiş, farklı okur gruplarının da erişebileceği şekilde yapılandırılmıştır.

3.7. Sosyal Getiri Ölçümü (SROI) Yaklaşımı

Araştırma çıktılarının sosyal değerini daha iyi yansıtabilmek için, sosyal etki değerlendirmesi SROI (Social Return on Investment) ilkelerine göre çerçevelendirilmiştir. Eğitimlerin dijital becerilerdeki gelişim, istihdam başvurusundaki artış ve girişimcilik motivasyonundaki yükselme gibi çıktıları, sosyal yatırımın geri dönüşü olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu çerçeve, elde edilen bulgulara niteliksel değer katarak raporun etki odaklı boyutunu güçlendirmiştir.

3.8. Etik İlkeler ve Katılımcı Güvenliği

Tüm araştırma süreci, katılımcıların gönüllü onamı doğrultusunda ve anonimlik ilkesi gözetilerek yürütülmüştür. Verilerin korunması ve kişisel bilgilere erişimin engellenmesi açısından gerekli tüm dijital ve organizasyonel önlemler alınmıştır.



**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

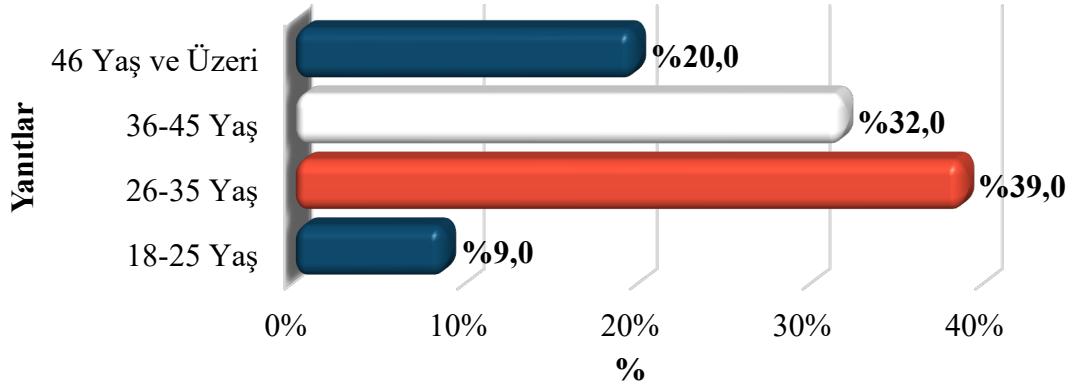
4. BULGULAR

4. BULGULAR

4.1. Nicel Bulgular

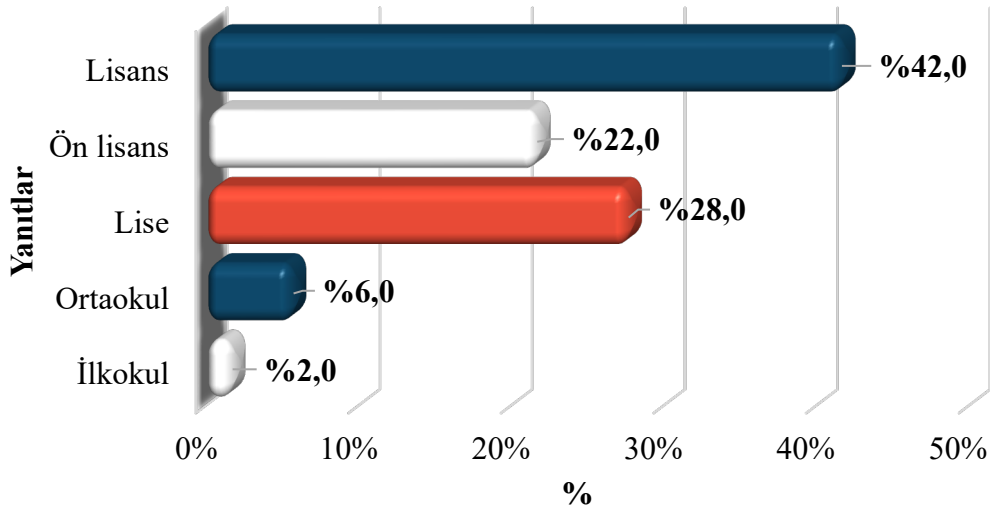
4.1.1. İlham Buluşmaları

Şekil 1: Yaşınız



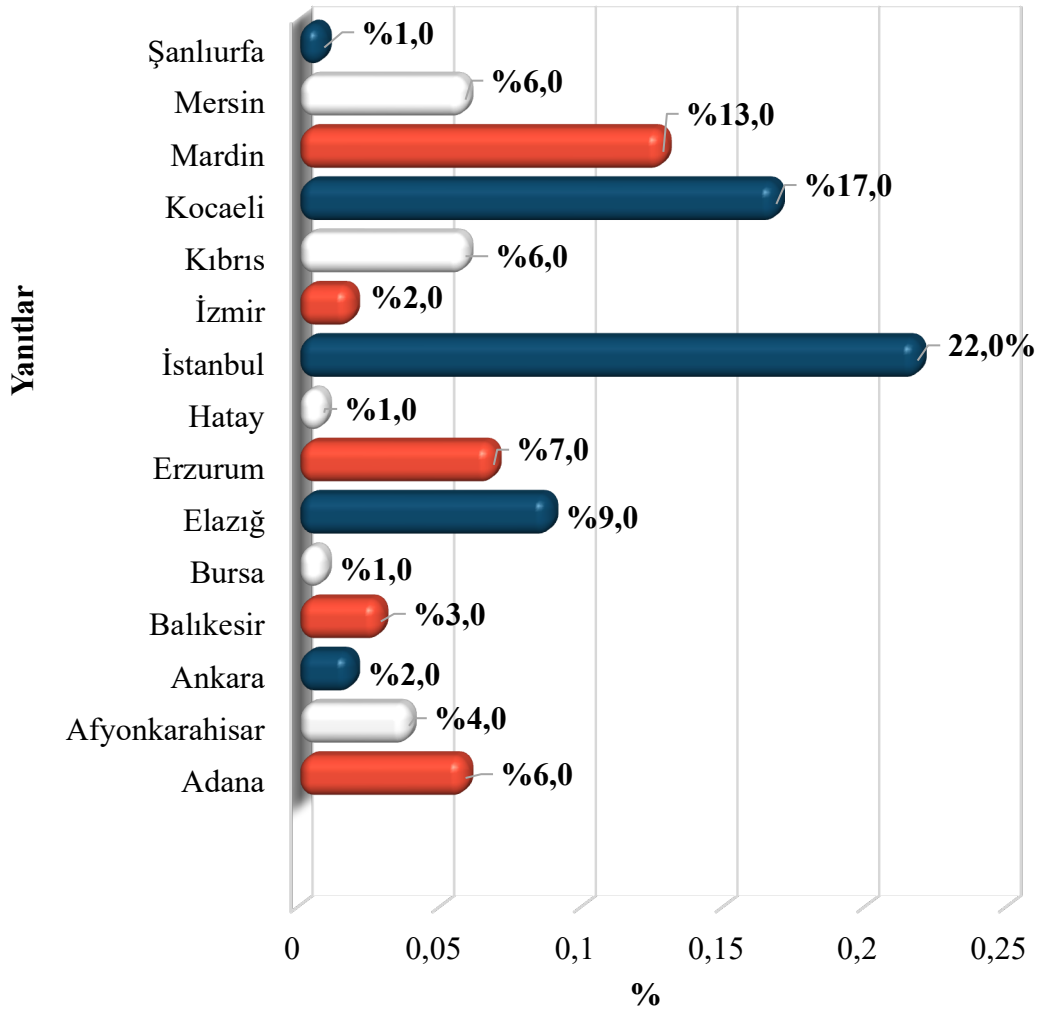
Katılımcıların %39,0'ı 26–35 yaş, %32,0'si 36–45 yaş, %20,0'si 46 yaş ve üzeri, %9,0'u ise 18–25 yaş aralığındadır. Bu dağılım, programa en yüksek ilgiyi orta yaş grubunun gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, etkinliğin özellikle mesleki ve kişisel gelişim açısından aktif bir dönem olan orta yaş grubuna önemli katkılar sağladığını göstermektedir.

Şekil 2: Eğitim Durumunuz



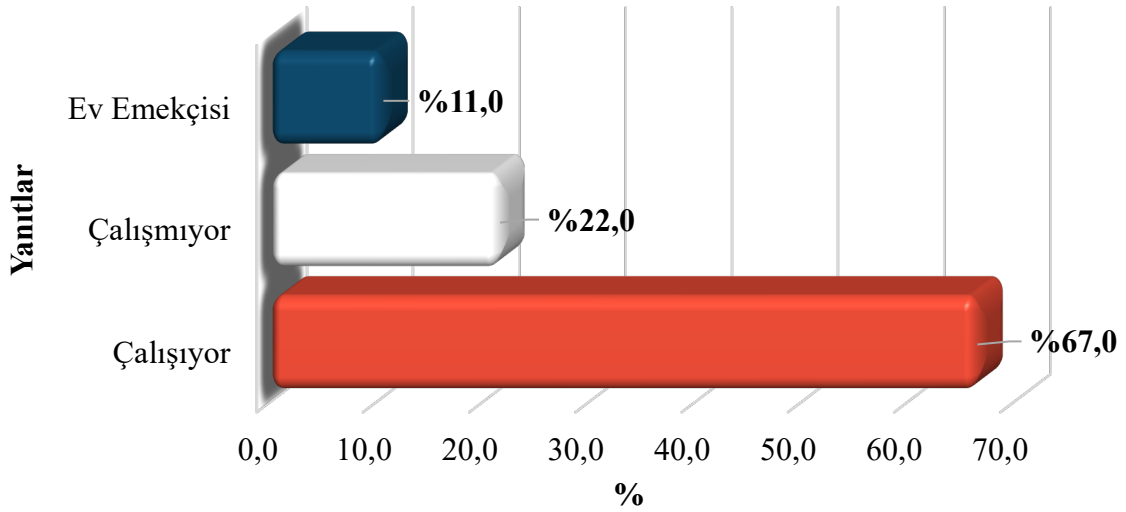
Katılımcıların %42,0'si lisans, %28,0'i lise, %22,0'si ön lisans mezunudur. Farklı eğitim seviyelerinden bireylerin katılım sağlaması, etkinliğin her kesime hitap eden bir yapıda olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle lisans eğitim seviyesindeki katılım oranı, programın akademik bilgi altyapısı güçlü bireyler için olduğu kadar daha farklı eğitim düzeyindeki katılımcılar için de öğrenme fırsatı sunduğunu göstermektedir.

Şekil 3: Buluşmaya katıldığınız şehir



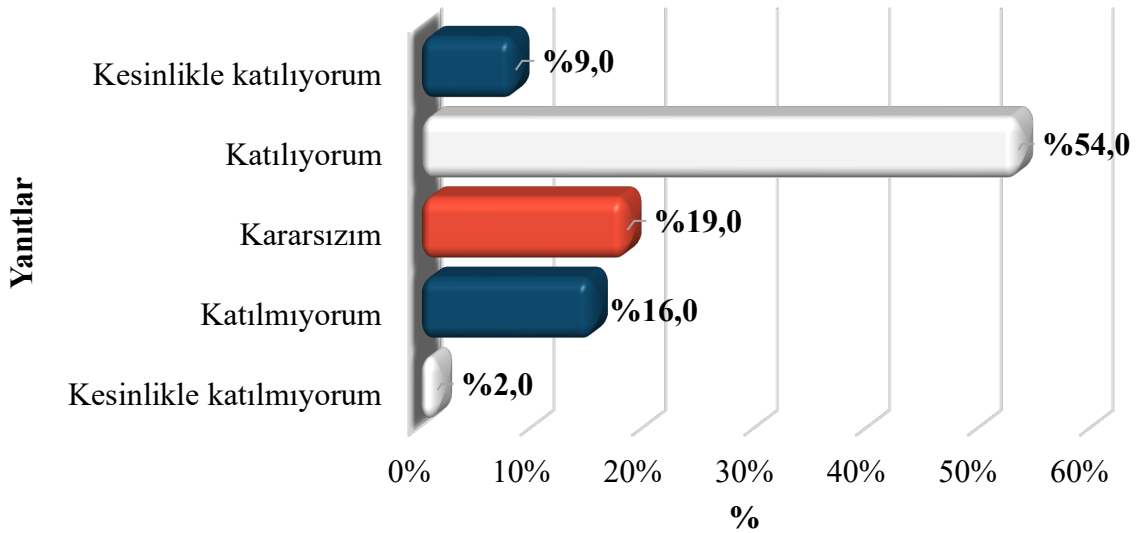
Katılımcıların %22,0'si İstanbul, %17,0'si Kocaeli, %9,0'u Elazığ'dan katılım göstermiştir. Bu tablo, etkinliğin hem metropol kentlerde hem de farklı bölgelerde ilgi gördüğünü ve coğrafi çeşitlilik sağladığını ortaya koymaktadır. Bölgesel çeşitliliğin yüksek olması, programın ulusal ölçekte erişilebilirliğinin ve kapsayıcılığının güçlü bir göstergesidir.

Şekil 4: Çalışma Durumu



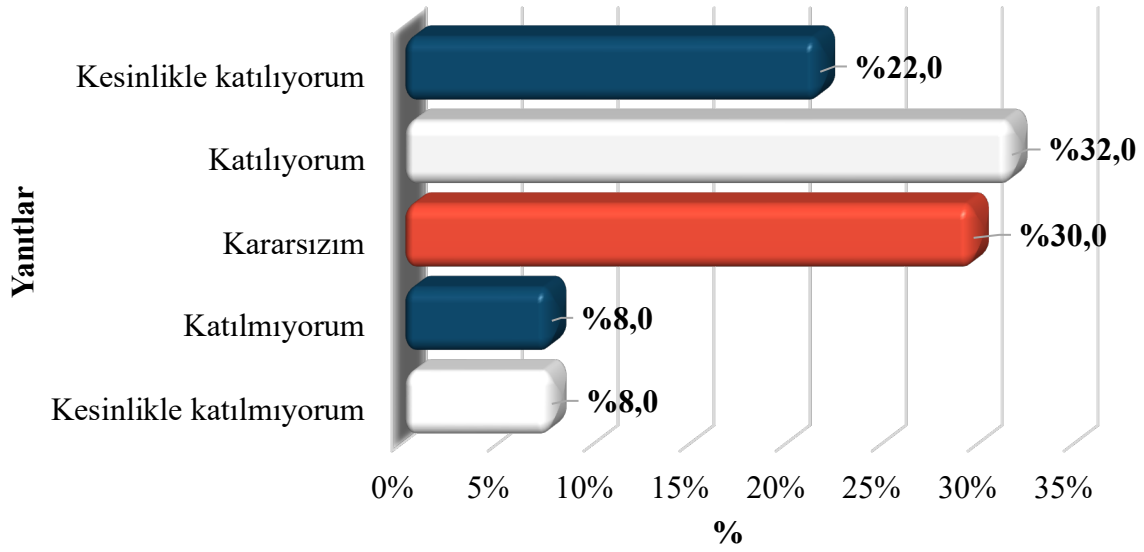
Katılımcıların %67,0'si çalışmakta, %22,0'si çalışmamakta, %11,0'i ev emekçisidir. Çalışan bireylerin yüksek katılım oranı, etkinliğin profesyonel gelişim açısından değerli bulunduğunu göstermektedir. Ayrıca çalışmayan ve ev emekçisi olan katılımcıların da belirli bir düzeyde etkinliğe ilgi göstermesi, programın istihdamda yer almayan bireylerin kişisel gelişimlerine de olumlu katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 5: Etkinlik süresi benim için yeterliydi.



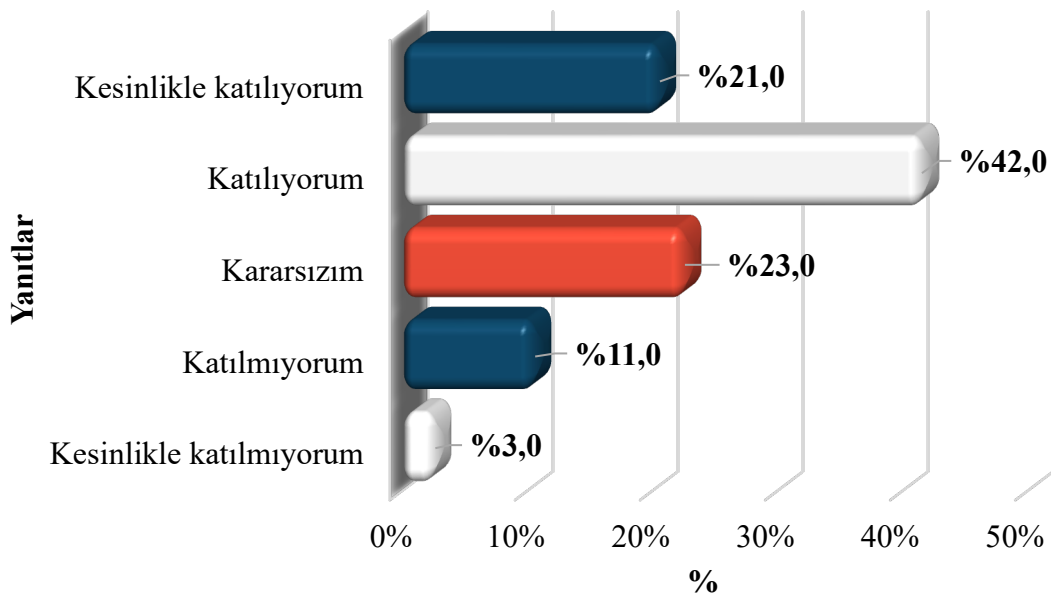
Katılımcıların %63'ü etkinlik süresini yeterli bulmuştur. Bu oran, sürenin büyük ölçüde beklentileri karşıladığını göstermektedir. Ancak %18 oranında olumsuz görüş (%2 kesinlikle katılmıyorum, %16 katılmıyorum) bulunması, bazı katılımcıların etkinliği ya fazla kısa ya da fazla uzun bulduğunu düşündürmektedir. Özellikle %19'luk kararsız grup, sürenin farklı öğrenme hızlarına göre daha esnek hale getirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Şekil 6: Etkinlikte sunulan içerikler benim için faydalıydı.



Katılımcıların %54'ü içerikleri faydalı bulurken, %16 olumsuz görüş bildirmiş, %30'u ise kararsız kalmıştır. Olumlu görüşlerin çoğunlukta olması etkinliğin işlevselliğini gösterse de, üçte bir oranında kararsızlık olması içeriklerin yeterince pratik ya da kişisel beklentilerle uyumlu olmadığını düşündürmektedir. Katılımcıların ihtiyaçlarının çeşitliliği göz önüne alındığında, içeriklerin farklı gruplara hitap edecek şekilde yeniden tasarlanması faydalı olabilir.

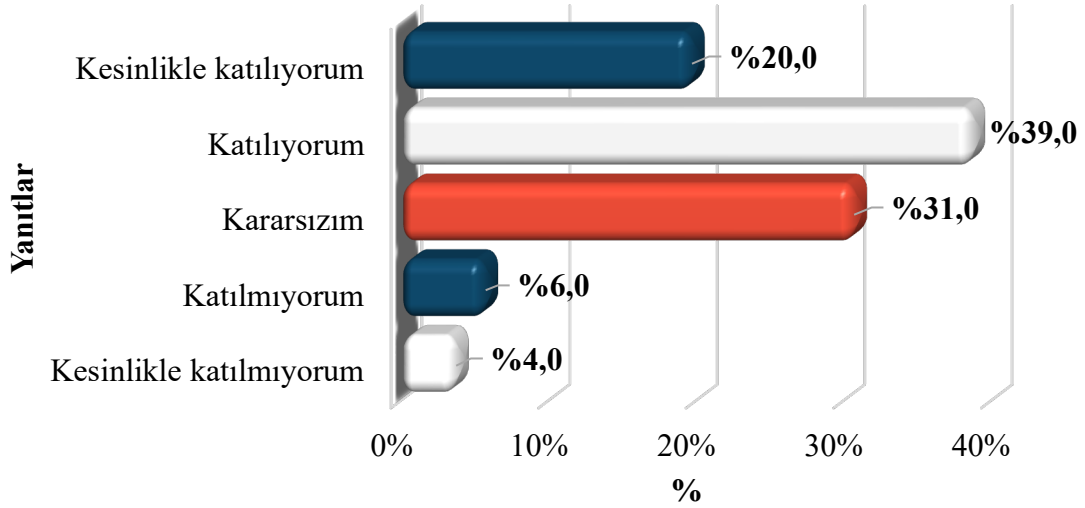
Şekil 7: Etkinlik sırasında kullanılan materyaller benim için yeterliydi.



Katılımcıların %63'ü materyalleri yeterli bulmuştur. Ancak %23 kararsız ve %14 olumsuz yanıt, görsel-işitsel desteklerin veya uygulama materyallerinin daha zenginleştirilmesi

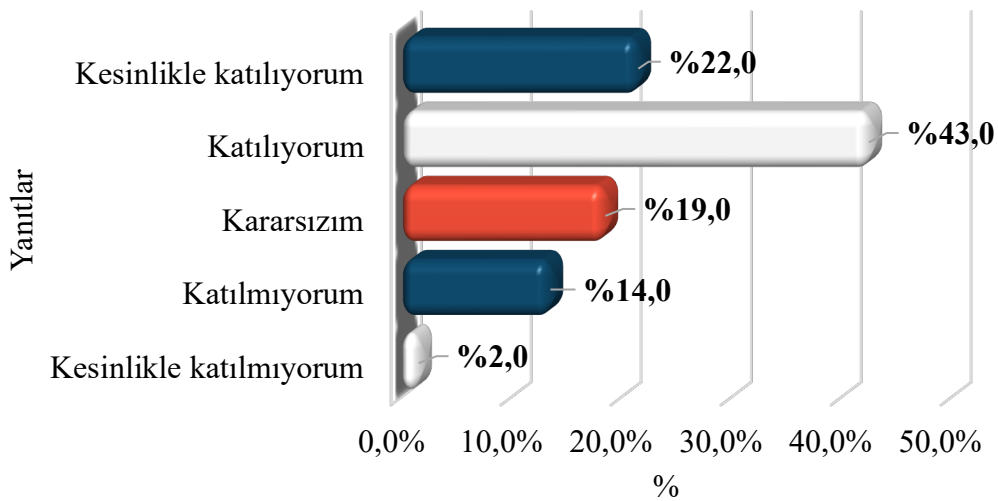
gerektiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların öğrenme biçimlerinin farklı olması, materyal çeşitliliğine olan ihtiyacı artırmaktadır.

Şekil 8: Etkinlikten sonra kendimi yeterince motive hissettim.



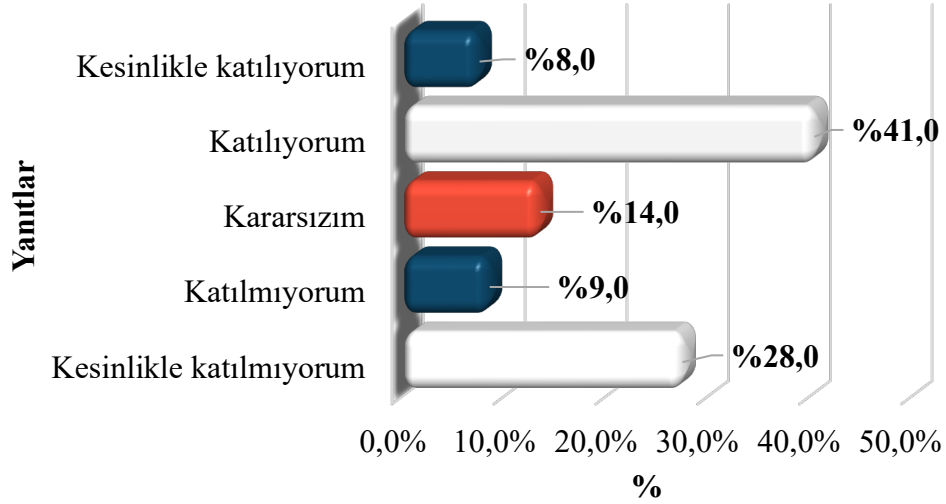
Katılımcıların %59'u etkinlik sonrası motive hissettiğini belirtmiştir. Ancak %31 kararsız grubun varlığı, motivasyonun tüm katılımcılara eşit şekilde yansımadığını göstermektedir. Bu durum, etkinliklerde bireysel ilgi ve geri bildirim mekanizmalarının güçlendirilmesi gerektiğini düşündürmektedir.

Şekil 9: Etkinlikler sonrası kendi bilgi birikimimin arttığını düşünüyorum.



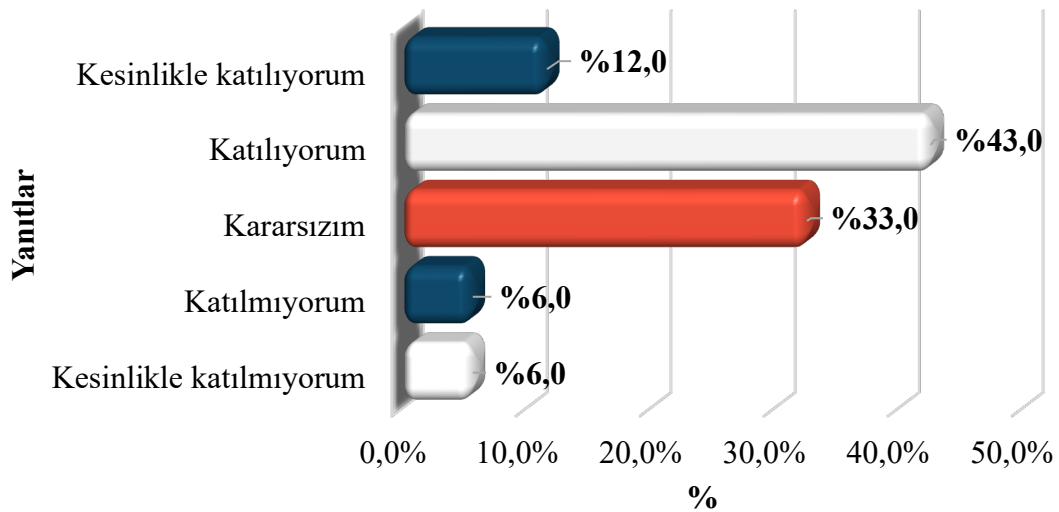
Katılımcıların %65'i bilgi birikimlerinin arttığını belirtmiştir. Bu oran, etkinliğin bilgi aktarımı konusunda güçlü olduğunu göstermektedir. Ancak %16 olumsuz ve %19 kararsız yanıt, içeriklerin bazı katılımcılar için beklentileri karşılamadığını işaret etmektedir.

Şekil 10: Etkinlik sırasında yeni bir sosyal çevre kazandığımı düşünüyorum.



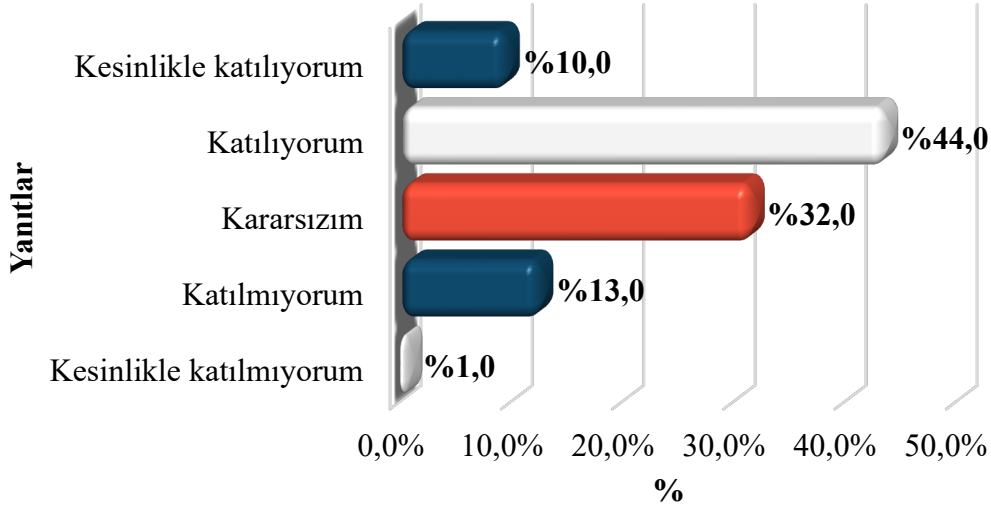
Katılımcıların yarısına yakını (%49) yeni bir sosyal çevre kazandığını belirtmiştir. Ancak %37 olumsuz yanıt ve %14 kararsızlık, sosyal etkileşim boyutunun güçlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu bulgu, etkinlik sırasında tanışma aktiviteleri veya grup çalışmaları gibi daha fazla sosyal bağ kurmayı teşvik eden yöntemlerin faydalı olabileceğini ortaya koymaktadır.

Şekil 11: Etkinlik sonrası daha iyi iletişim kurma konusunda istekliyim.



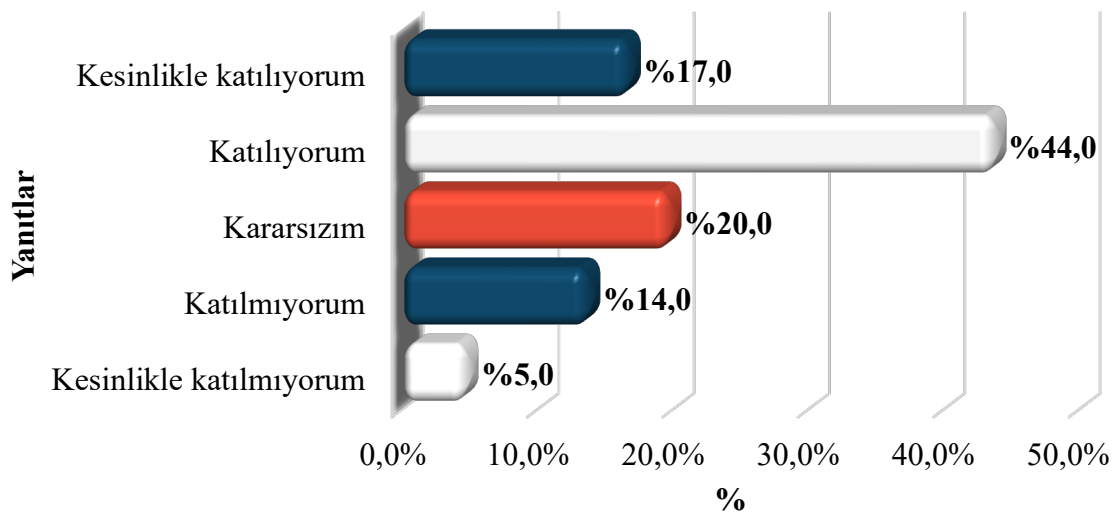
Katılımcıların %55'i iletişim kurma istekliliği kazandığını belirtmiştir. Bu oran önemli olmakla birlikte, %33 kararsızlık katılımcıların bir bölümünün iletişim yöneliminde belirgin bir değişim yaşamadığını göstermektedir.

Şekil 12: Etkinlik sosyal yaşantımda olumlu değişimler yaşamama olanak sağladı.



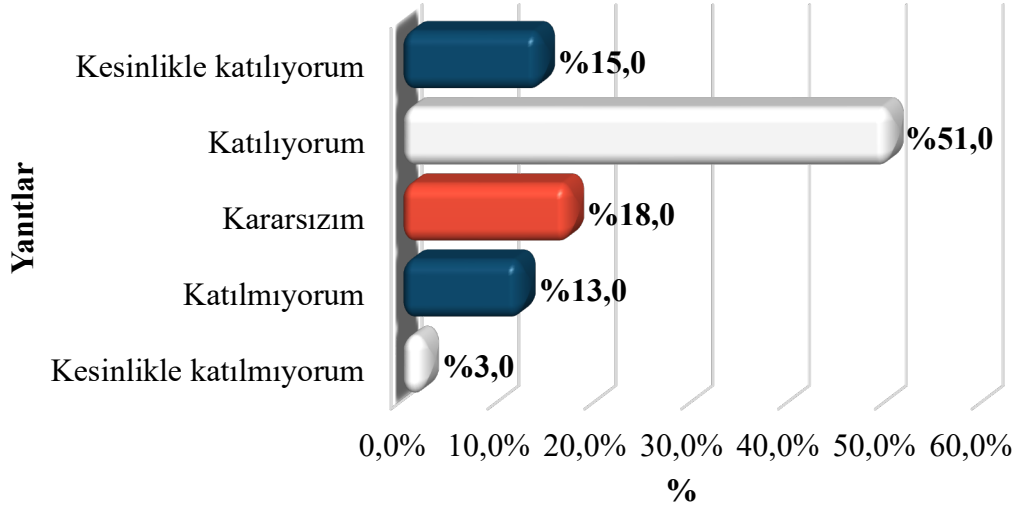
Katılımcıların %54'ü sosyal yaşantılarında olumlu değişim yaşadıklarını ifade etmiştir. Ancak %32 kararsız grubun varlığı, etkinin kişiden kişiye farklılaştığını göstermektedir. Bu sonuç, sosyal etkiyi artırmak için etkinlik sonrası sürdürülebilir desteklerin gerekli olduğunu düşündürmektedir.

Şekil 13: Etkinlik sonrası toplumsal konularla ilgili farkındalığım arttı.



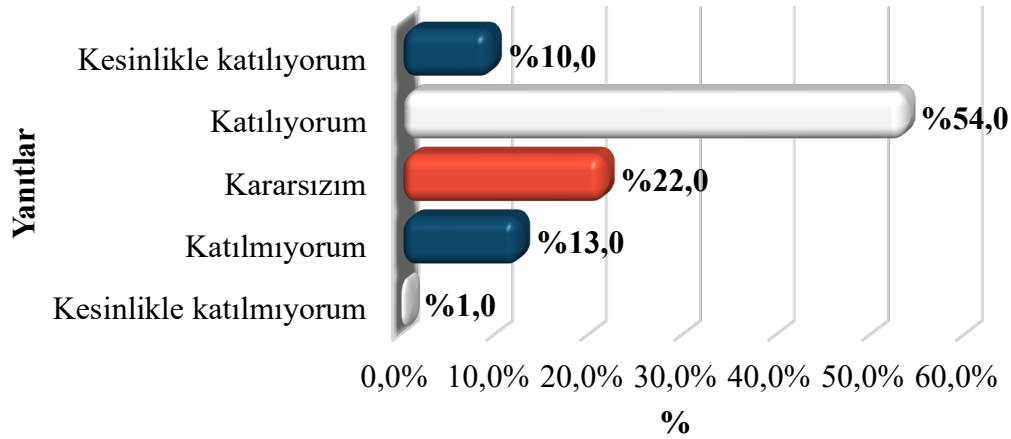
Katılımcılar %61 oranında olumlu görüş, etkinliğin toplumsal farkındalık kazandırmada etkili olduğunu göstermektedir. Ancak %19 olumsuz görüş, bazı katılımcıların bu katkıyı hissetmediğini ortaya koymaktadır.

Şekil 14: Etkinlik sonrası toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili farkındalığım arttı.



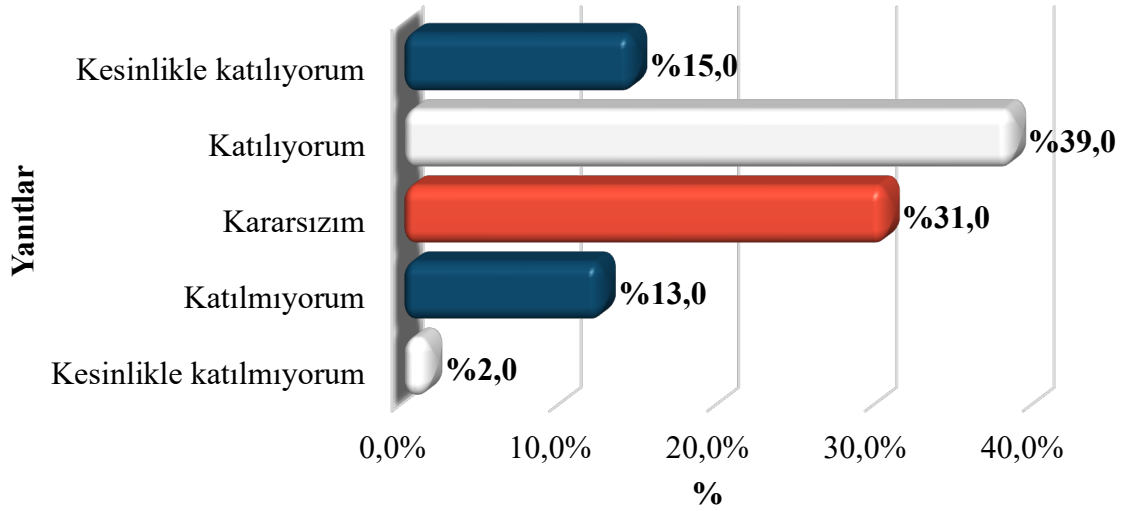
Etkinliğe katılanların %66,0'ı, toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki farkındalıklarının arttığını ifade etmiştir. Bu oran, etkinlik içeriklerinin toplumsal cinsiyet perspektifini başarılı bir şekilde aktardığını göstermektedir. Katılımcıların yalnızca %16,0'ı bu konuda olumsuz görüş bildirirken, %18,0'lık bir kararsızlık oranı da dikkat çekmektedir. Etkinlik, toplumsal cinsiyet eşitliğine dair bilinç kazandırmada güçlü bir etki yaratmıştır. Bu etki, özellikle kadınların toplumsal konumlarını sorgulama, haklarını tanıma ve daha adil bir iş ve yaşam alanı talep etme süreçlerini destekleyici bir zemin oluşturabilir.

Şekil 15: Etkinlik sonrası özgüvenim arttı.



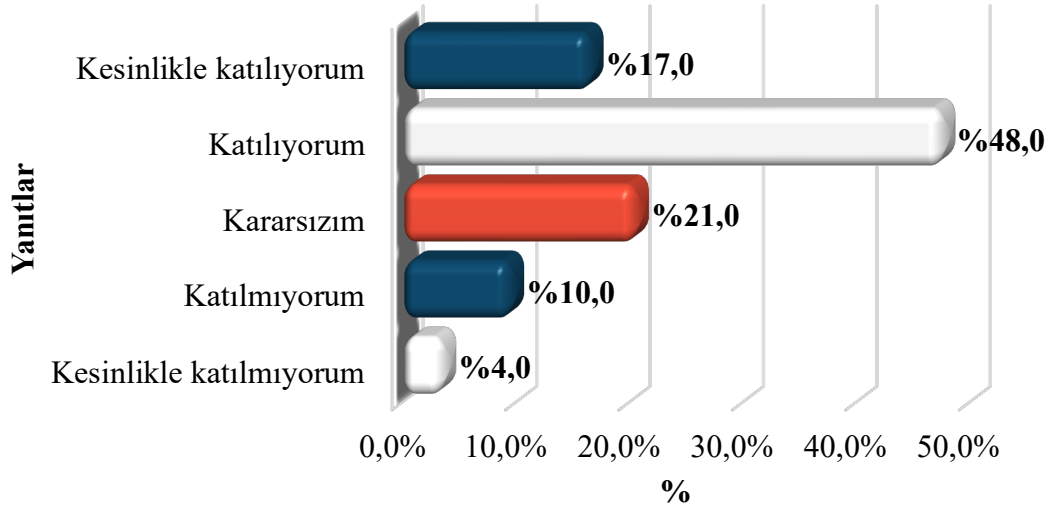
Katılımcıların büyük çoğunluğu etkinliğin özgüven kazandırıcı bir etki oluşturduğunu ifade etmiştir. Özellikle olumlu yanıtların %50'yi geçmesi, etkinliğin bireysel güçlenme açısından etkili olduğunu göstermektedir. Ancak %22,0'lık kararsız grup, bazı bireylerin bu kazanımı tam olarak hissedemediğini düşündürmektedir.

Şekil 16: Etkinlik benim için oldukça ilham vericiydi.



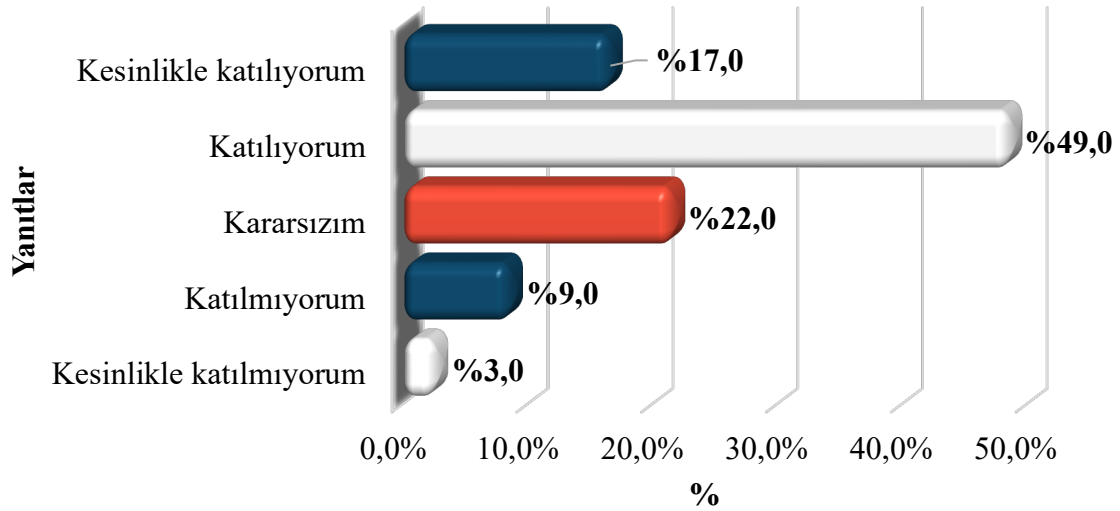
Katılımcılarda %54,0'ı olumlu görüş sağlamıştır. Bu durum etkinliğin katılımcılara ilham verdiğini göstermektedir. Ancak %31,0 kararsız ve %15,0 olumsuz görüş, ilham etkisinin sınırlı kaldığını düşündürmektedir. Bu sonuç, daha güçlü rol modellerin veya başarı hikâyelerinin paylaşılmasının faydalı olabileceğini ortaya koymaktadır.

Şekil 17: Etkinlik sonrası stres yönetme becerim üzerinde olumlu gelişme yaşadım.



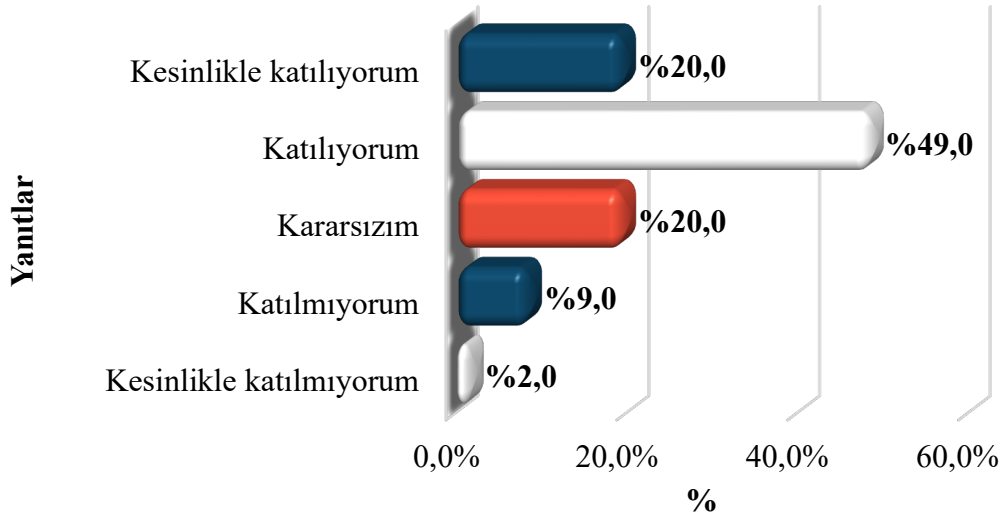
Katılımcıların %65'i stres yönetiminde gelişim yaşadığını ifade etmiştir. Bu bulgu önemli olmakla birlikte, %21 kararsız ve %14 olumsuz görüş, stresle başa çıkma konusunun daha uygulamalı yöntemlerle desteklenmesi gerektiğini göstermektedir.

Şekil 18: Etkinlik kişisel hedeflerimi belirlemede bana yardımcı oldu.



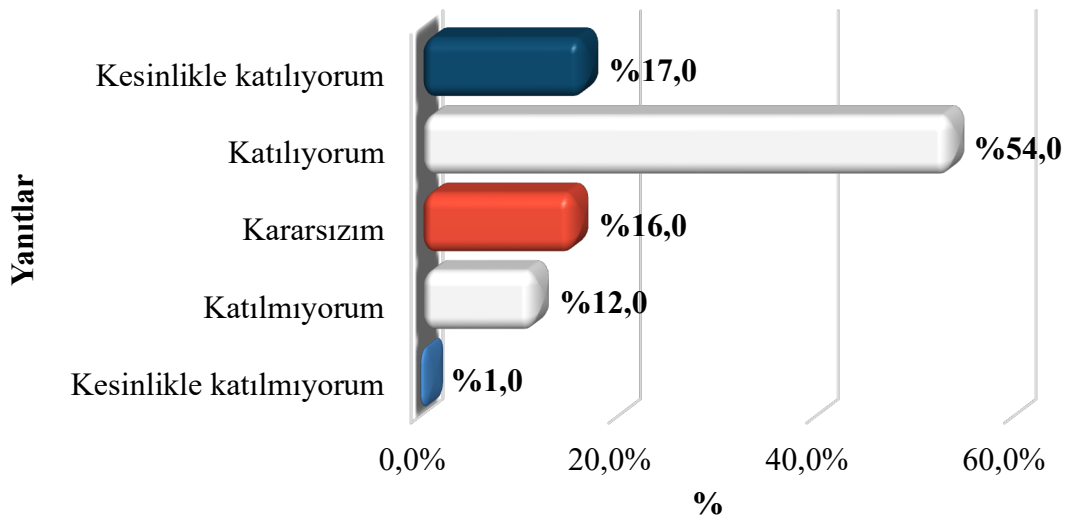
Etkinliğin bireysel farkındalık ve hedef belirleme açısından önemli bir etkisi olduğu görülüyor. Katılımcıların %66'sı etkinliğin kişisel hedeflerini belirlemelerine yardımcı olduğunu belirtmiştir. Ancak %22 kararsızlık, bazı bireylerin daha fazla yönlendirme ve rehberlik ihtiyacı duyduğunu göstermektedir. Hedef belirleme atölyeleri veya birebir mentörlük uygulamalarıyla bu etki pekiştirilebilir.

Şekil 19: Etkinlik sonrası kendimi daha güçlü hissettim.



Katılımcıların çoğunluğu, etkinlik sonrası kendilerini daha güçlü hissettiğini belirtmiş. Bu, psikolojik güçlenme ve öz farkındalık açısından etkinliğin pozitif bir etki yarattığını gösteriyor. %69 oranında olumlu görüş, etkinliğin katılımcıların kişisel güç algısına katkı sunduğunu göstermektedir. Ancak %20 kararsız ve %11 olumsuz görüş, etkilerin kişisel farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır.

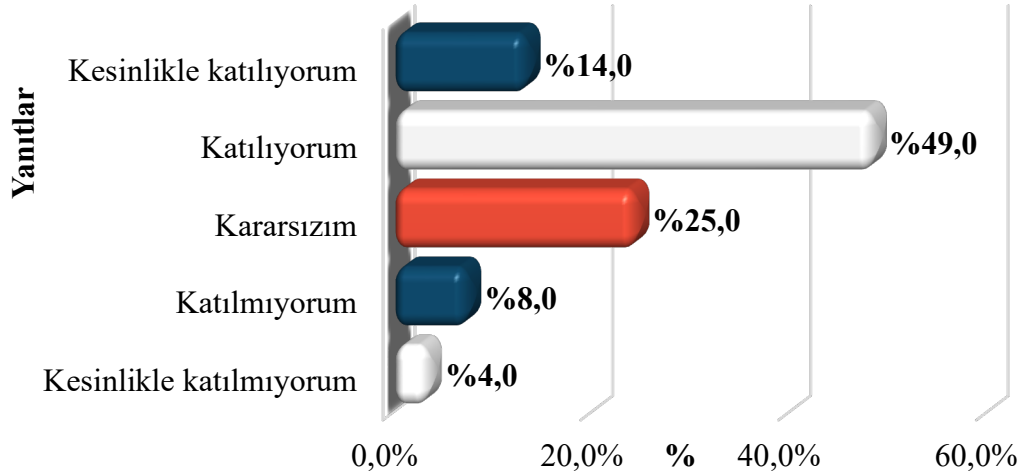
Şekil 20: Bu etkinlik sonrası benzer etkinliklere katılma isteğim arttı.



Katılımcıların %71'i benzer etkinliklere katılmak istediğini belirtmiştir. Bu oran, etkinliklerin sürdürülebilirlik açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

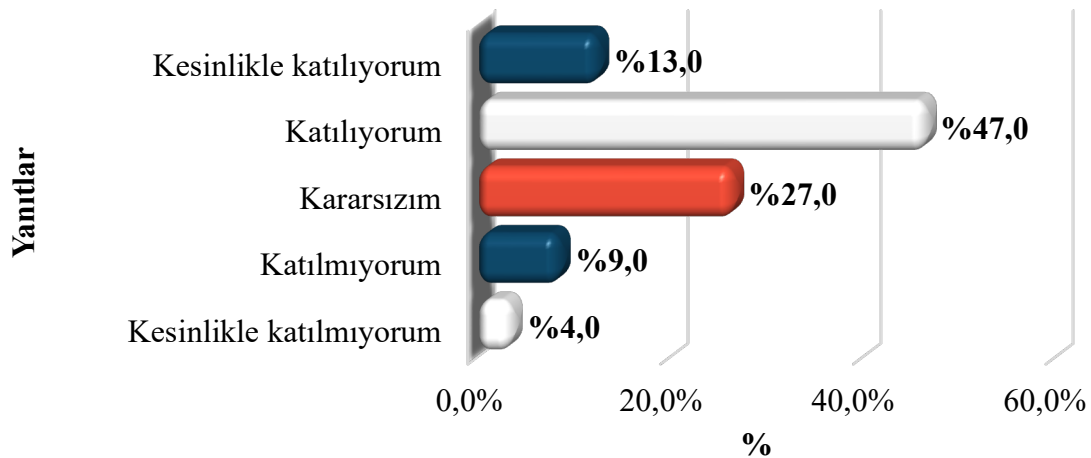
Bu, programın ilgi çekici ve tekrar edilmesi istenen bir deneyim sunduğunu gösteriyor. Katılım motivasyonunu artırmak için bu gibi etkinliklerin periyodik olarak sürdürülmesi önerilebilir.

Şekil 21: Etkinlik sonrası kadınlara yönelik sosyal sorumluluk projelerinde görev almak isterim.



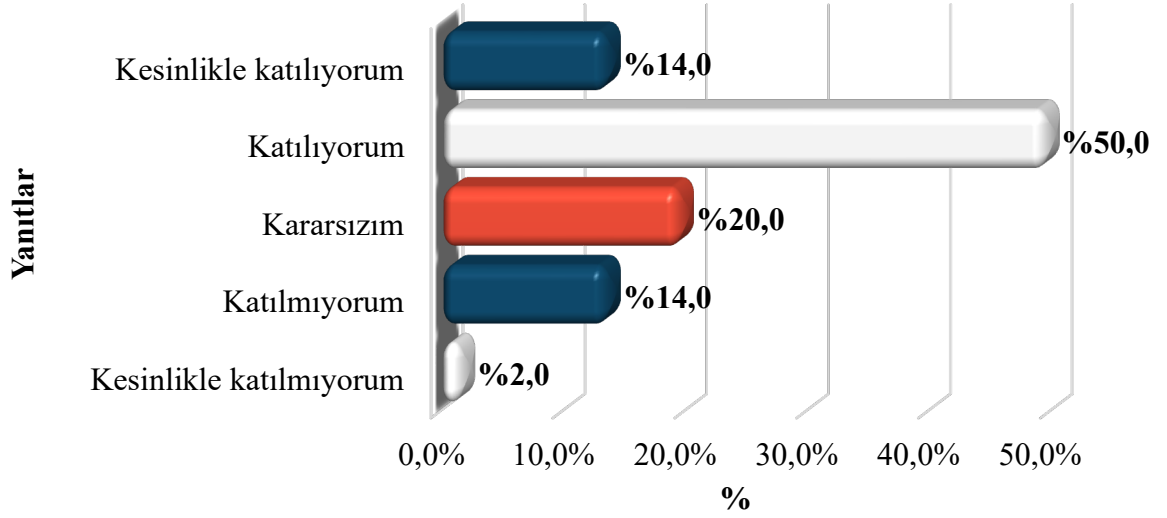
Katılımcıların %63'ü bu tür projelere katılmak istediğini belirtmiştir. Katılımcıların yaklaşık üçte ikisi, etkinlik sonrası kadınlara yönelik sosyal sorumluluk projelerine aktif olarak katılma isteğini dile getiriyor. Bu, sosyal katılımın ve gönüllülük bilincinin güçlendiğini göstermektedir. Kararsız %25,0'lık grup için rol modeller ve yönlendirme mekanizmaları (mentörlük gibi) geliştirilebilir.

Şekil 22: Etkinlik iş hayatımdaki beklentilerimi değiştirdi.



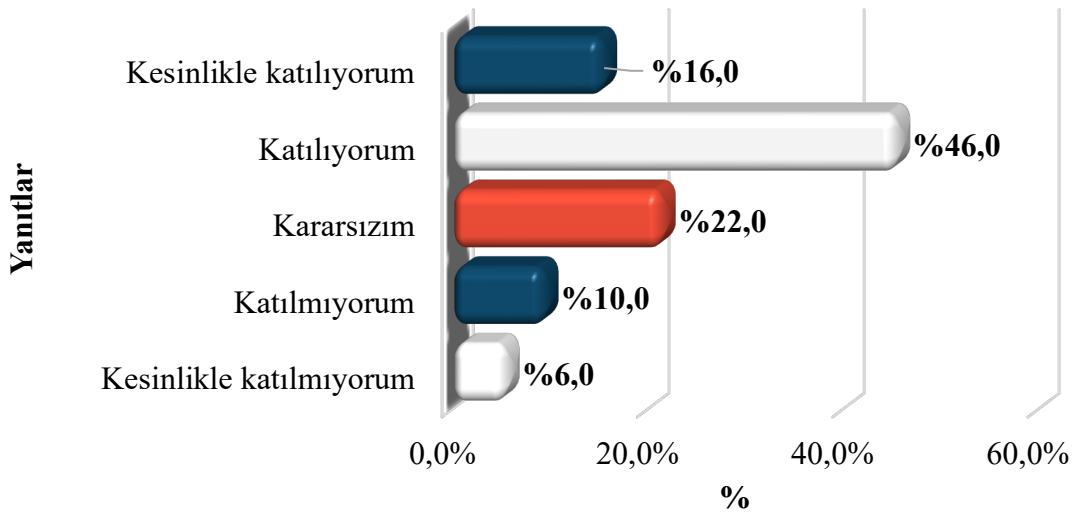
Katılımcıların %60'ı etkinliğin iş hayatı bakış açılarını etkilediğini belirtiyor. Özellikle kariyer hedeflerini sorgulama, motivasyon ve ilham alma açısından etkili olduğu söylenebilir. Kararsız %27'lik kesim, etkinliğin bu yöndeki etkisini tam değerlendirememiş olabilir, bu kitle için etkinlik sonrası mentörlük önerilebilir.

Şekil 23: Etkinlik sonrası benzer konularda çalışmaya devam edeceğim.



Katılımcıların %64'ü, etkinlikte ele alınan konulara ilgi göstermeye devam edeceklerini ifade ediyor. Bu, hem ilgi düzeyinin hem de sürdürülebilir etki potansiyelinin yüksek olduğunu gösteriyor. Kararsızlar için sürdürülebilir içerikler (bülten, atölye, podcast vb.) ile temas devam ettirilebilir.

Şekil 24: Bu tür etkinliklerin, kadınların iş hayatında yer almaları üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu düşünüyorum.

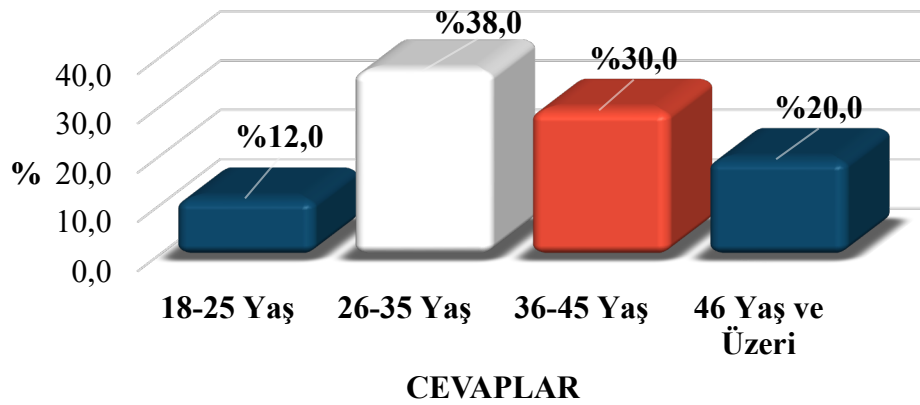


Katılımcıların %62'si bu tür etkinliklerin kadınların iş hayatına katılımı ve iş yaşamı motivasyonu açısından olumlu etkisi olduğunu belirtiyor. Bu, etkinliğin kadınların kariyer yolculuklarını destekleme potansiyeline işaret ederken; %22'lik kararsız kitle, uzun vadeli etkiyi gözlemleyebilmek için yeniden desteklenebilir. Özellikle katılımcıların bireysel başarı hikâyeleriyle bu algı daha da güçlendirilebilir.

4.1.2. Saha Eğitimleri

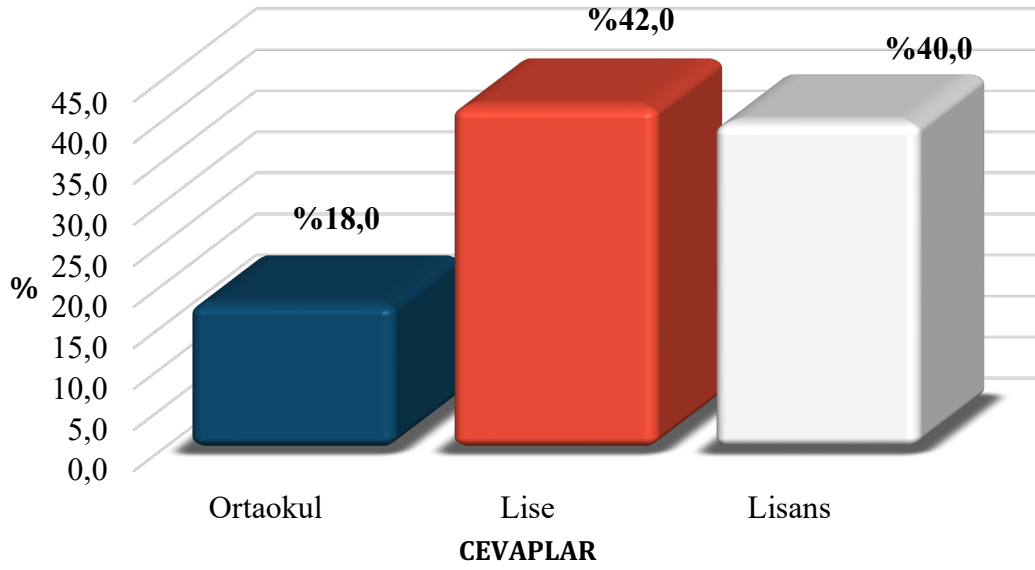
4.1.2.1. Demografik Sorular

Şekil 1: Yaşınız



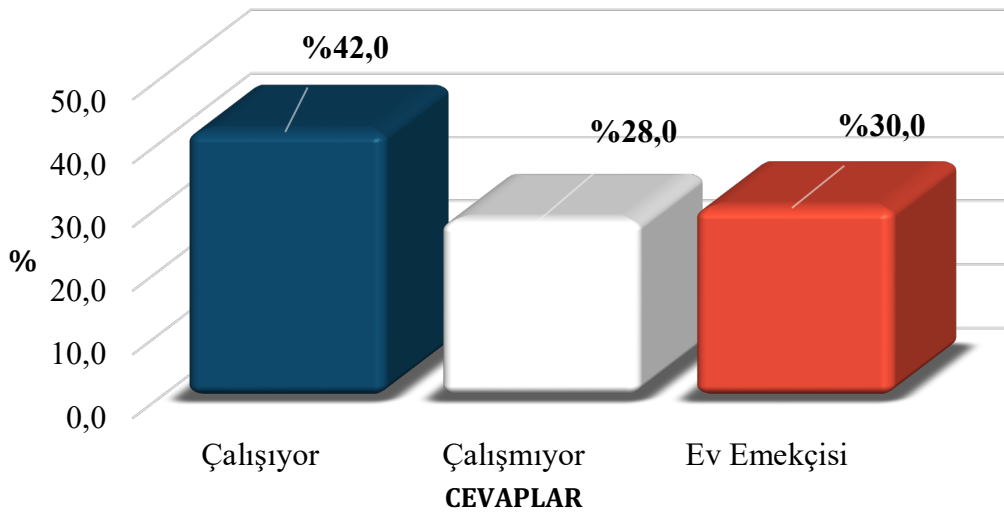
Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde, en yüksek temsil oranının %38 ile 26-35 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Bunu %30 ile 36-45 yaş, %20 ile 46 yaş ve üzeri ve %12 ile 18-25 yaş grubu takip etmektedir. Bu bulgular, örneklemin büyük oranda 26-35 yaş aralığındaki bireylerden oluştuğunu ortaya koymaktadır. Bu yaş aralığı, genellikle iş yaşamında aktif olarak rol alan, üretkenlik düzeyi yüksek ve dijital dönüşüme açık bireyleri kapsadığı için, özellikle iş gücü, kurumsal davranışlar veya teknoloji kullanımı gibi alanlardaki araştırmalar açısından anlamlı bir örneklem yapısı sunmaktadır.

Şekil 2: Eğitim Durumunuz



Eğitim durumu açısından katılımcıların %42'si lise, %40'ı lisans, %18'i ortaokul mezunudur. Bu sonuç, saha eğitimlerinin hem ortaöğretim hem de yükseköğretim mezunlarına hitap ettiğini ortaya koymaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe katılım oranlarının arttığı görülmektedir.

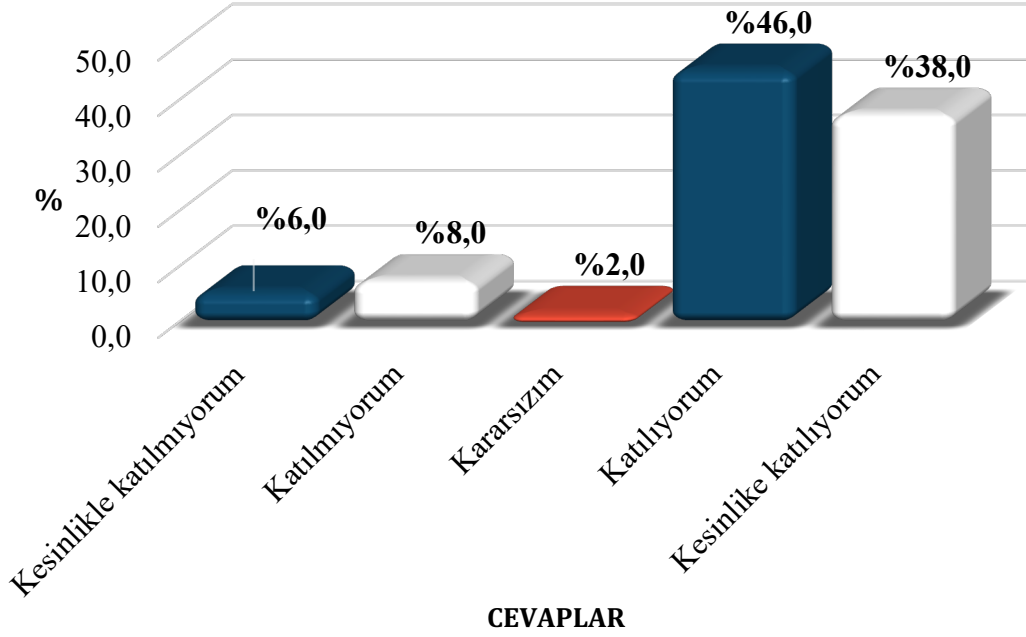
Şekil 3: Çalışma Durumu



Meslek dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %42'sinin çalışıyor, %30'unun ev emekçisi, %28'inin ise çalışmıyor olduğu tespit edilmiştir. Bu dağılım, saha eğitimlerinin hem aktif iş yaşamında bulunanlar hem de iş yaşamına katılmayan bireyler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Özellikle ev emekçisi oranının dikkat çekici şekilde yüksek olması, eğitimlerin toplumsal katılım açısından önemli bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

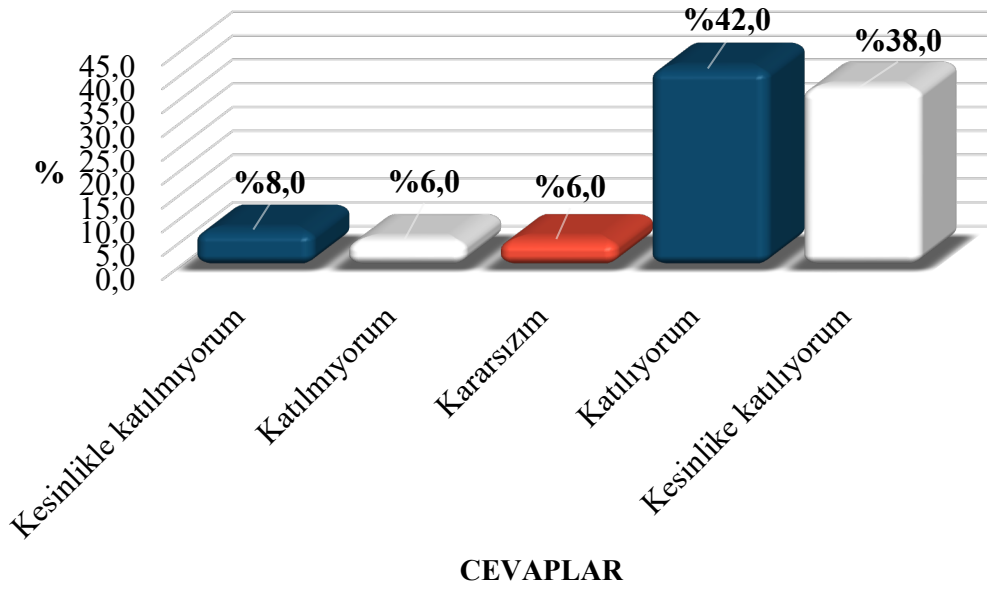
4.1.2.2. Genel Değerlendirme Soruları

Şekil 4: Etkinlik süresi benim için yeterliydi



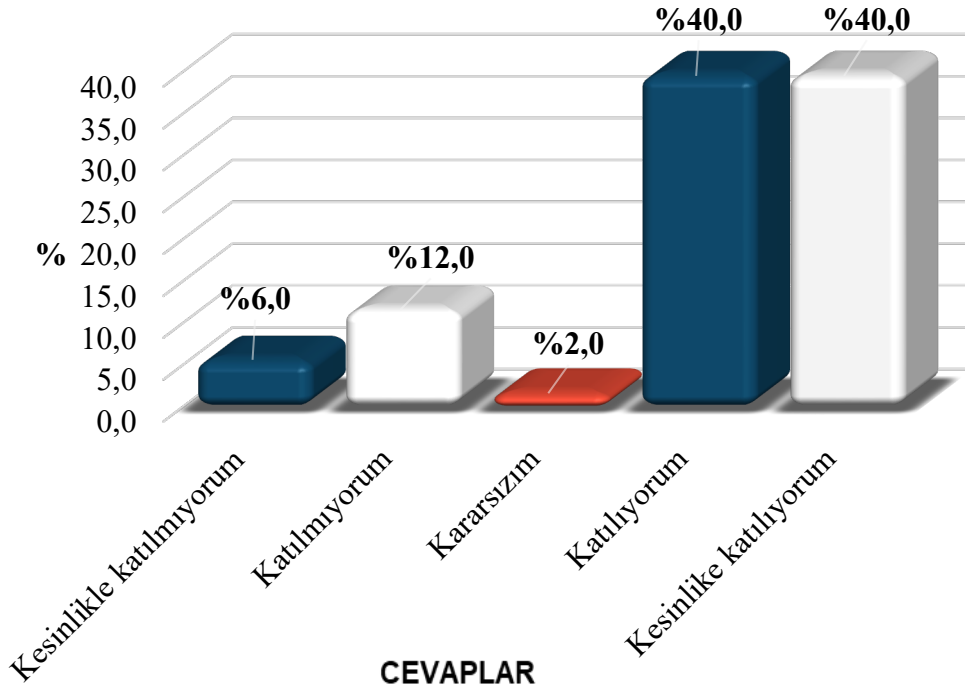
Katılımcıların %84'ü etkinlik süresini yeterli bulduğunu belirtirken, %14'ü olumsuz görüş bildirmiş, %2'si kararsız kalmıştır. Bu oranlar, etkinliğin zaman yönetimi açısından büyük ölçüde katılımcı beklentilerini karşıladığını göstermektedir. Bu durum, etkinliğin içerik yoğunluğu ile süresi arasında sağlıklı bir denge kurulduğunu ve katılımcıların dikkati dağılmadan, verimli bir öğrenme süreci geçirdiğini düşündürmektedir. Süreyi yetersiz bulan küçük bir kesimin varlığı ise, katılımcı profiline göre farklı ihtiyaçların olabileceğine işaret edebilir. Bu anlamda, bazı katılımcıların daha uzun süreli ya da modüller halinde yapılandırılmış eğitimlerden daha fazla fayda görebileceği değerlendirilebilir. Yine de genel tablo, zaman yönetimi açısından başarılı bir planlama yapıldığını ortaya koymaktadır.

Şekil 5: Etkinlikte sunulan içerikler benim için faydalıydı.



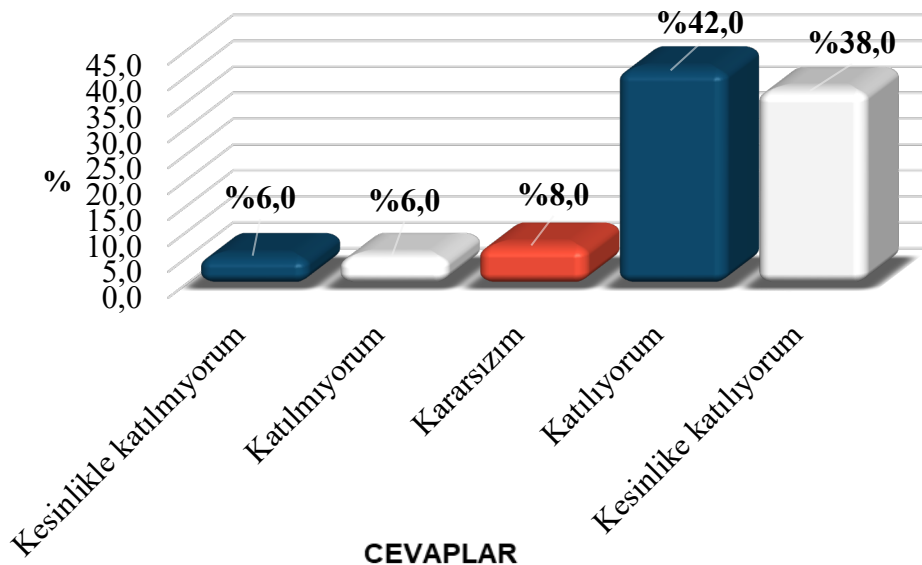
Etkinlikte sunulan içeriklerin faydalı bulunduğu oran %80'dir. Bu sonuç, içeriklerin büyük ölçüde faydalı bulunduğunu ancak küçük bir katılımcı grubunun beklentilerinin tam anlamıyla karşılanmadığını ortaya koymaktadır. Bu, içeriğin hem bilgi düzeyi hem de sunum biçimi açısından etkili tasarlandığını düşündürmektedir. Olumsuz görüş bildirenler %14, kararsız kalanlar ise %6'dır. Ancak %14,0'lık bir kesimin içeriği faydasız bulunduğunu belirtmesi, farklı bilgi seviyelerindeki bireylerin beklentilerinin her zaman karşılanamayabileceğini gösterir. Bu da, eğitim öncesinde katılımcı profiline yönelik ihtiyaç analizi yapılmasının ve içeriklerin daha modüler veya esnek kurgulanmasının önemine işaret etmektedir. Genel olarak bakıldığında ise, içerik kalitesinin katılımcıların çoğunluğu tarafından olumlu değerlendirilmiş olması, etkinliğin öğrenme hedeflerini büyük oranda gerçekleştirdiğini göstermektedir.

Şekil 6: Etkinlik sırasında kullanılan materyaller benim için yeterliydi.



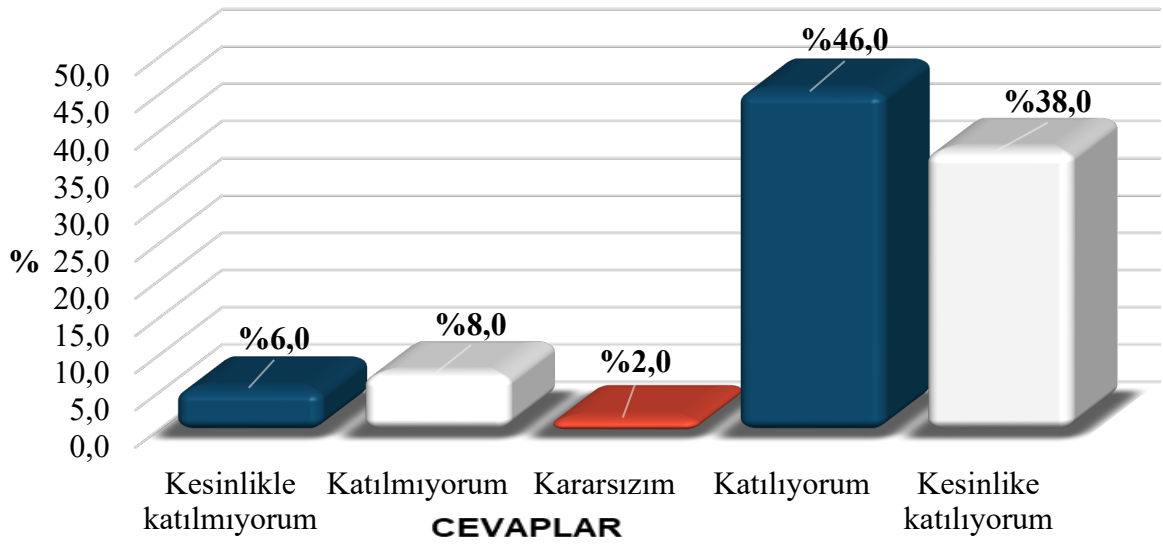
Katılımcıların %80,0'ı etkinlik sırasında kullanılan materyalleri yeterli bulmuştur. Bu sonuç, eğitimin destekleyici araçlarla güçlendirildiğini ve öğrenme sürecine olumlu katkı sağladığını göstermektedir. Olumsuz görüş bildiren %18'lik kesim ise, materyallerin niteliği veya çeşitliliği konusunda bazı iyileştirmelere ihtiyaç duyulabileceğine işaret etmektedir. Genel tablo değerlendirildiğinde, materyal kullanımı konusunda başarılı bir uygulama gerçekleştirilmiştir.

Şekil 7: Etkinlikten sonra kendimi yeterince motive hissettim.



Katılımcıların %80,0'i etkinlik sonrasında kendilerini motive hissettiklerini belirtmiştir. Bu durum, eğitimin sadece bilgi kazandırmakla kalmayıp, aynı zamanda katılımcıların içsel motivasyonlarını da desteklediğini göstermektedir. Öte yandan, %20'lik bir kesimin kararsız veya olumsuz yanıt vermesi, bazı bireyler için içerik veya sunum yöntemlerinin duygusal olarak yeterince etkileyici bulunmamış olabileceğini düşündürmektedir. Yine de genel eğilim oldukça olumlu ve motivasyonel açıdan başarılıdır.

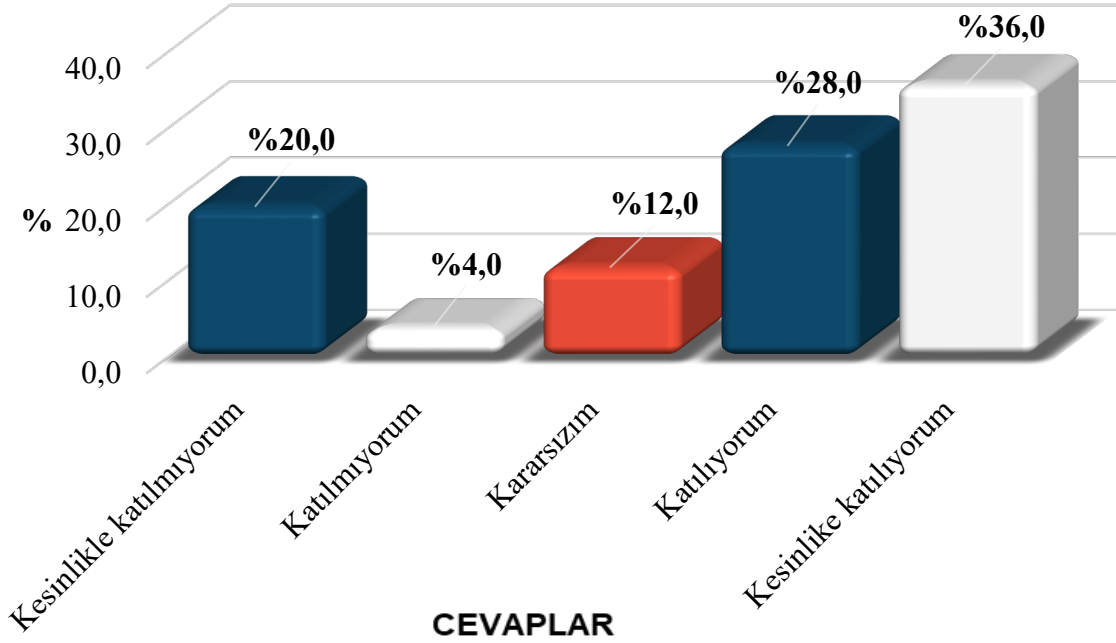
Şekil 8: Etkinlikler sonrası kendi bilgi birikiminin arttığını düşünüyorum.



Katılımcıların %84,0'ü etkinliklerin bilgi birikimlerini artırdığını belirtmiş; yalnızca %16,0'ı bu konuda olumsuz ya da kararsız kalmıştır. Bu yüksek oran, eğitimlerin içeriğinin bilgi aktarımı açısından etkili olduğunu göstermektedir. Eğitim, katılımcıların bilgi düzeylerinde fark edilir bir artışa yol açmış ve öğrenme hedeflerini desteklemiştir.

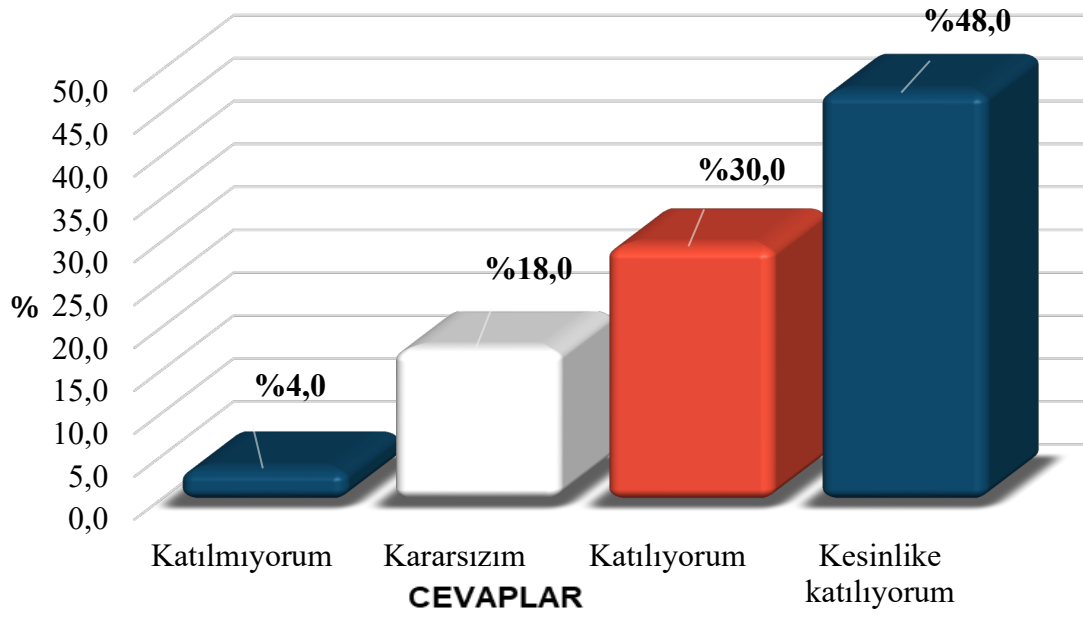
4.1.2.3. Dijital Pazarlama ve Global Pazaryerleri Eğitimi

Şekil 9: Dijital pazarlama eğitimi, pazarlama stratejilerimi geliştirmeme yardımcı oldu.



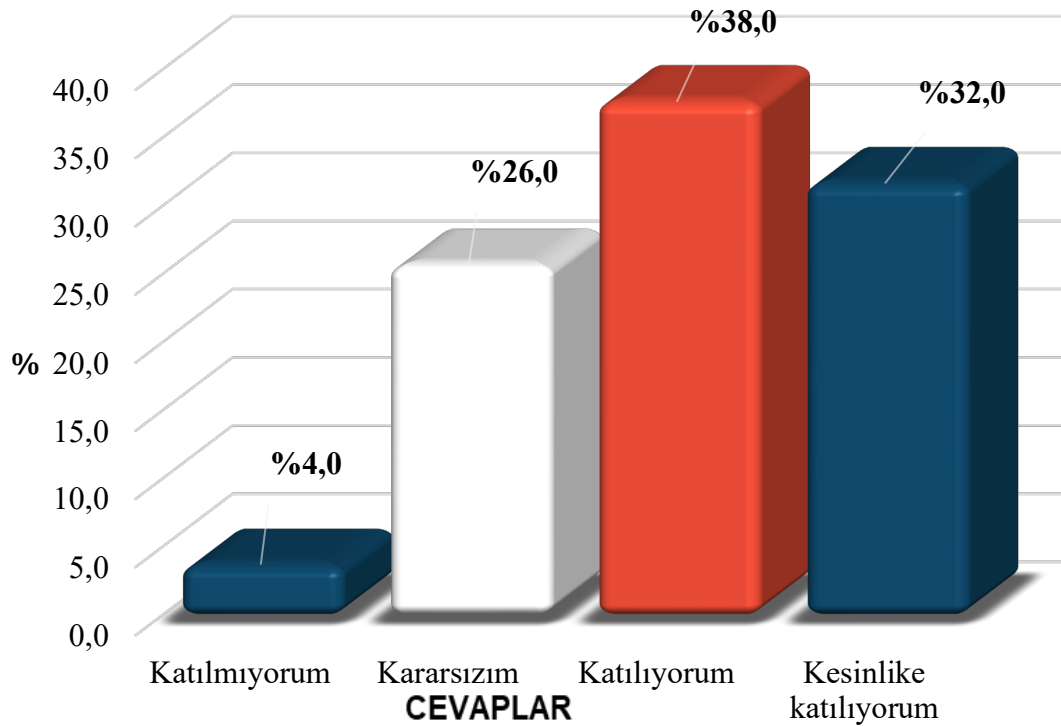
Katılımcıların %64,0'ü (%28,0 katılıyorum, %36,0 kesinlikle katılıyorum) dijital pazarlama eğitiminin pazarlama stratejilerini geliştirmeye katkı sağladığını ifade etmiştir. Bu oran, eğitimin doğrudan uygulamaya dönük bilgi sunduğunu ve katılımcıların mevcut ya da planladıkları iş faaliyetlerinde stratejik bir farkındalık kazandığını göstermektedir. Ancak %36,0'lık bir kesimin (%20,0 kesinlikle katılmıyorum, %4,0 katılmıyorum, %12,0 kararsızım) bu katkıyı yeterli bulmaması veya kararsız kalması, eğitim içeriğinin hedef kitleye göre yeniden yapılandırılabilmesine işaret etmektedir. Bu bağlamda, eğitimlerde daha fazla örnek olay, uygulamalı bölüm ve katılımcı profiline uygun içerikler sunularak memnuniyetin artırılması mümkün olabilir.

Şekil 10: Eğitim sonrası bir global pazaryerine üye olmayı düşünüyorum.



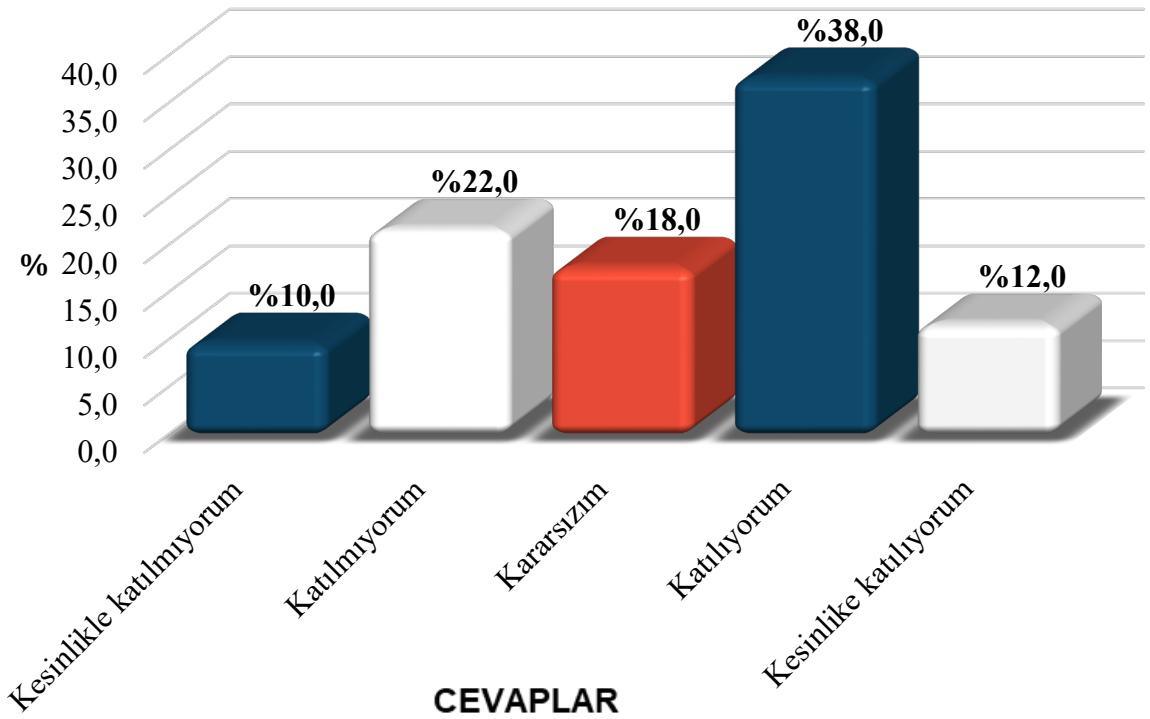
Eğitime katılan bireylerin %78,0'i ("katılıyorum" %30, "kesinlikle katılıyorum" %48) global bir pazaryerine üye olmayı düşündüğünü belirtmiştir. Bu, eğitimin dijital girişimcilik, e-ticaret ya da küresel pazarlara erişim konularında etkili bir farkındalık ve cesaret yarattığını gösteriyor.

Şekil 11: Global pazaryerleri eğitiminde müşteri bulmak için verilen stratejilerin benim için yeterli olduğunu düşünüyorum.



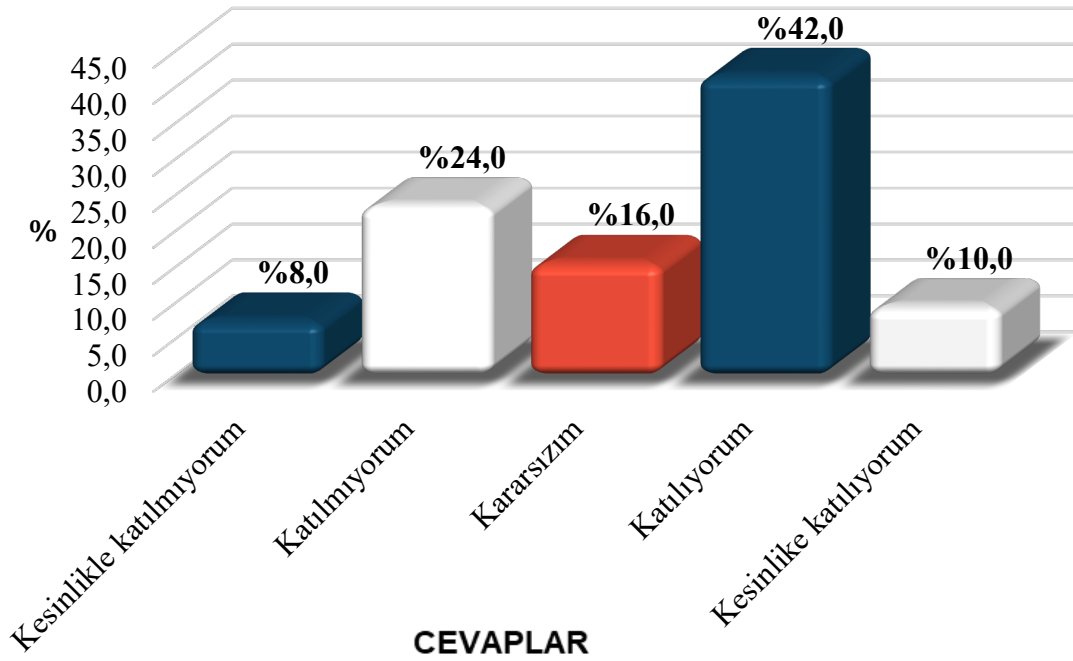
Katılımcıların %70,0'i (katılıyorum %38,0 ve kesinlikle katılıyorum %32,0) eğitimde sunulan müşteri bulma stratejilerini yeterli bulduğunu belirtmiştir. Bu oran, eğitimin içeriğinin pratik, uygulanabilir ve hedef kitleye uygun olduğuna dair güçlü bir göstergedir. Ancak %26,0'lık kararsız bir kesim, stratejilerin yeterliliği konusunda tam olarak ikna olmamış görünmektedir. Bu oran, özellikle örneklerin çeşitliliği, sektörlere göre uygulama farklılıkları veya kişisel iş modellerine uygunluk açısından bazı eksik algıların olduğunu düşündürülebilir. Bu gruba yönelik uygulamalı örnekler, başarı hikâyeleri ya da bireysel danışmanlık desteğiyle güven artırılabilir.

Şekil 12: Bu eğitimden sonrası global pazarlarda satış yapma motivasyonum arttı.



Eğitim sonrası katılımcıların %50'si global pazarlarda satış yapma motivasyonlarının arttığını belirtmiştir. Buna karşılık %32'si bu motivasyonu hissetmediğini ifade etmiştir. Özellikle “kesinlikle katılmıyorum” yanıtı veren %10'luk kesim, eğitimin bazı grupların ihtiyaçlarına hitap etmede yetersiz kalabileceğine işaret etmektedir. Bu sonuç, eğitimde sunulan örneklerin sektörel çeşitlilik açısından daha kapsayıcı hale getirilmesi gerektiğini düşündürmektedir.

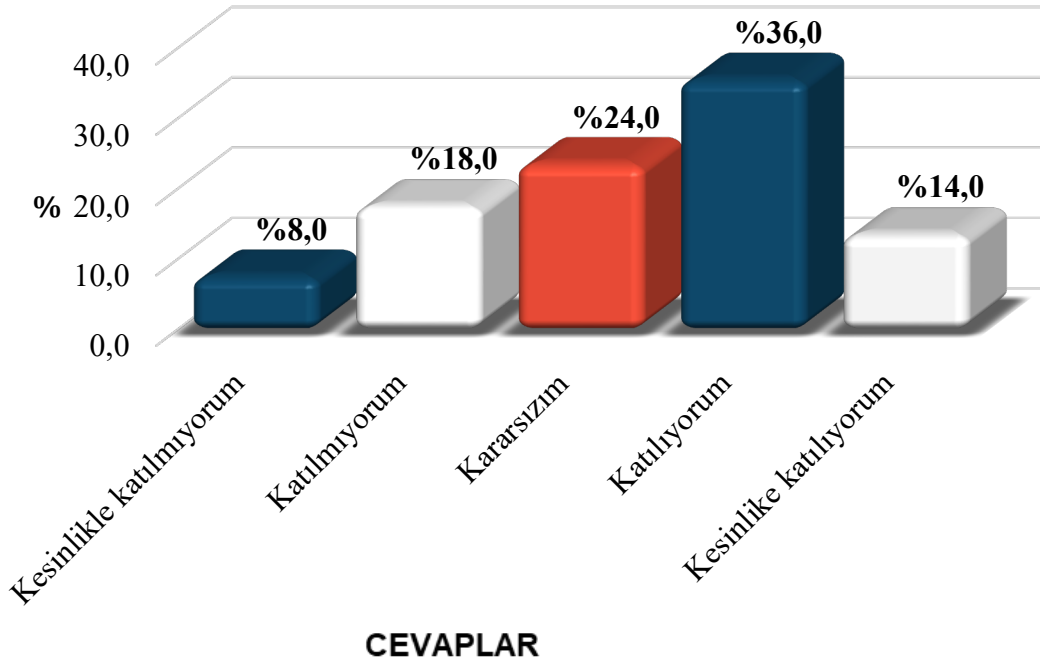
Şekil 13: Eğitimde kullanılan dijital pazarlama örnekleri bana oldukça uygundu.



Katılımcıların %52'si eğitimde kullanılan dijital pazarlama örneklerini kendine uygun bulmuştur. Ancak %32'si bu örneklerin yeterli olmadığını belirtmiş, %16'lık kesim ise kararsız kalmıştır. Bu durum, örneklerin bazı sektörlerle veya seviyelere hitap etmekte yetersiz kaldığını göstermekte; örnek çeşitliliğinin artırılması ve daha farklı girişim alanlarına yönelik örnekler sunulması gerektiğine işaret etmektedir.

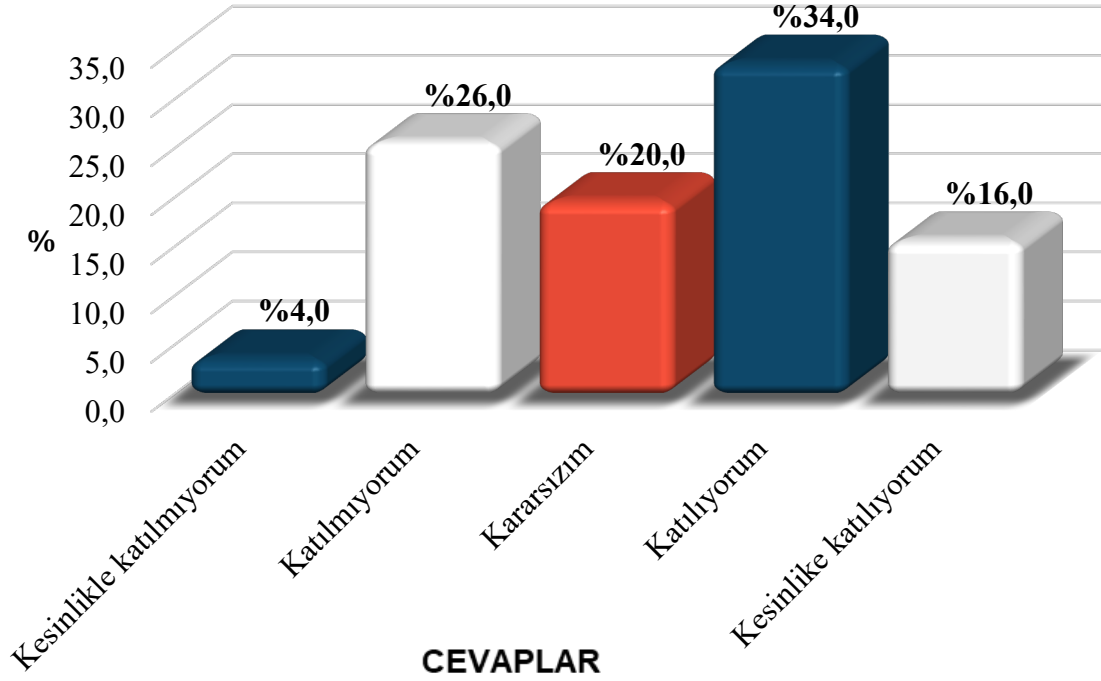
4.1.2.4. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitimi

Şekil 14: Toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimi, bu konuya olan farkındalığımı arttırdı.



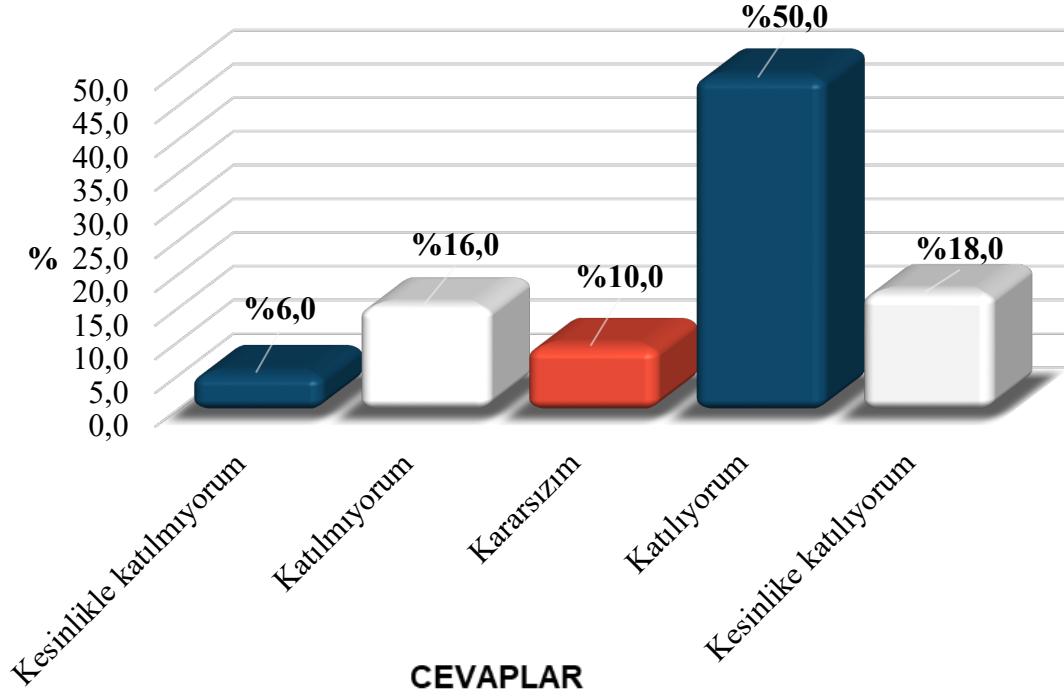
Katılımcıların yarısı %50 toplumsal cinsiyet eşitliği eğitiminin farkındalıklarını artırdığını ifade etmiştir. Özellikle %14,0'lık bir kesimin bu etkiyi “kesinlikle” hissetmesi, eğitimin önemli bir bölüm üzerinde güçlü bir etki yarattığını göstermektedir. Kararsızların oranı %24 bu konuda daha fazla zamana veya örneğe ihtiyaç duyduklarını düşündürebilirken, genel olarak eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık kazandırma yönünde olumlu bir katkı sağlamıştır.

Şekil 15: Eğitim sonrası kadınların iş hayatındaki rollerine dair bakış açımında olumlu bir değişiklik meydana geldi.



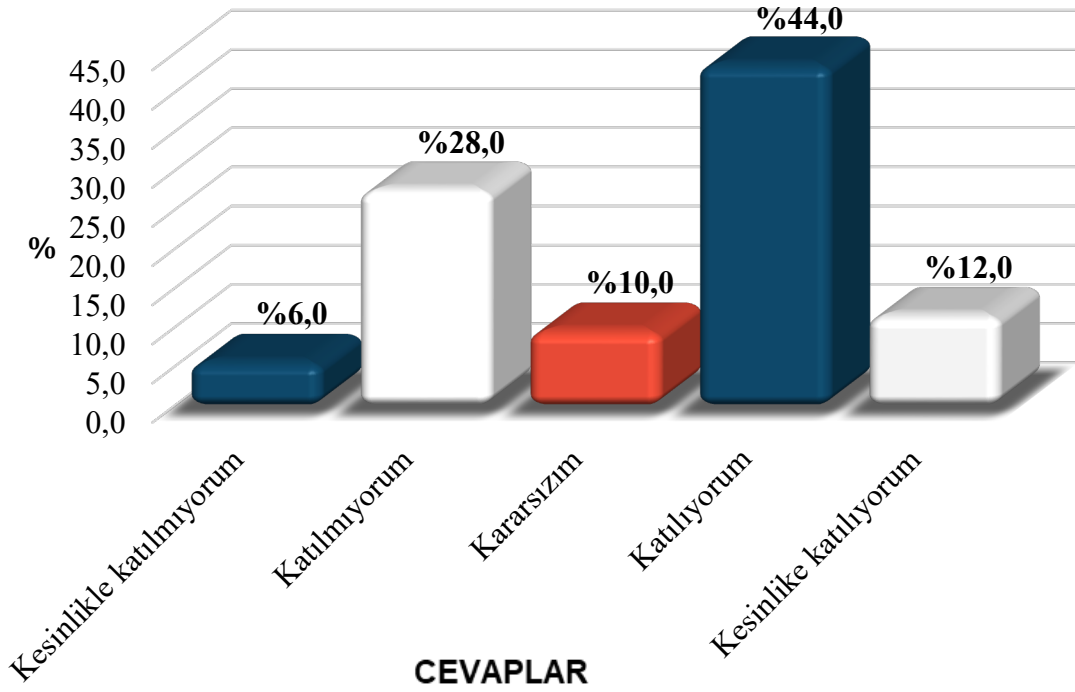
Katılımcıların yarısından fazlası (%50), eğitimin kadınların iş hayatındaki rolüne ilişkin bakış açılarında olumlu bir değişim yarattığını belirtmiştir. Özellikle %16'lık bir kesimin “kesinlikle katılıyorum” demesi, eğitimin güçlü bir farkındalık etkisi oluşturduğunu göstermektedir. Kararsız ve olumsuz yanıt veren katılımcıların varlığı ise, bu alanda daha derinleştirici içeriklerle desteklenmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte, genel olarak eğitim önemli bir zihinsel dönüşüme zemin hazırlamıştır.

Şekil 16: Eğitim sonrası toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda çevremle daha fazla konuşmaya başladım.



Katılımcıların %68,0'i, eğitim sonrası toplumsal cinsiyet eşitliği konusunu çevresiyle daha fazla konuşmaya başladığını belirtmiştir. Özellikle %18'lik "kesinlikle katılıyorum" yanıtı, eğitimin sosyal etkileşim ve farkındalık yayılımı açısından etkili olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, eğitimin yalnızca bireysel farkındalık yaratmakla kalmayıp, toplumsal düzeyde paylaşım ve etkileşimi de teşvik ettiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 17: Eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği savunuculuğu yapmama beni teşvik etti.

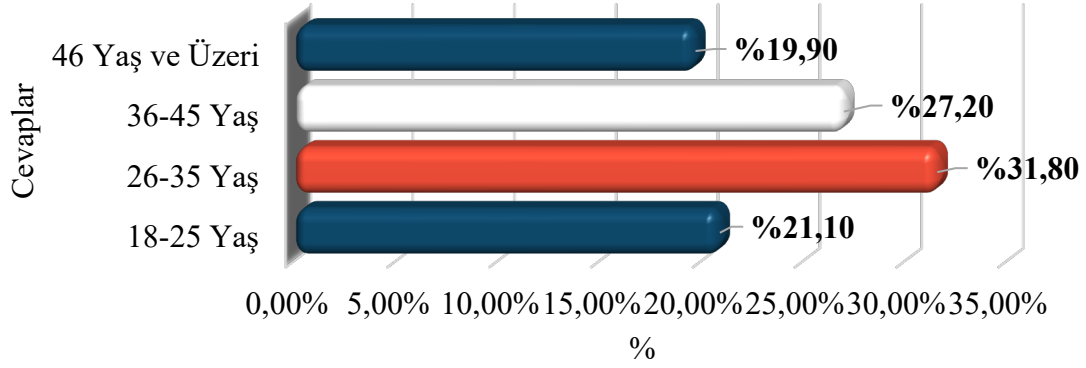


Katılımcıların %56'sı, eğitimin toplumsal cinsiyet eşitliği savunuculuğu yapma konusunda kendilerini teşvik ettiğini belirtmiştir. Özellikle %12'sinin “kesinlikle katılıyorum” demesi, eğitimin sadece bilgi kazandırmakla kalmayıp harekete geçirici bir etki yarattığını göstermektedir. Bu sonuç, eğitimin savunuculuk bilincini destekleyen önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır.

4.1.3. Çevrimiçi Eğitimler

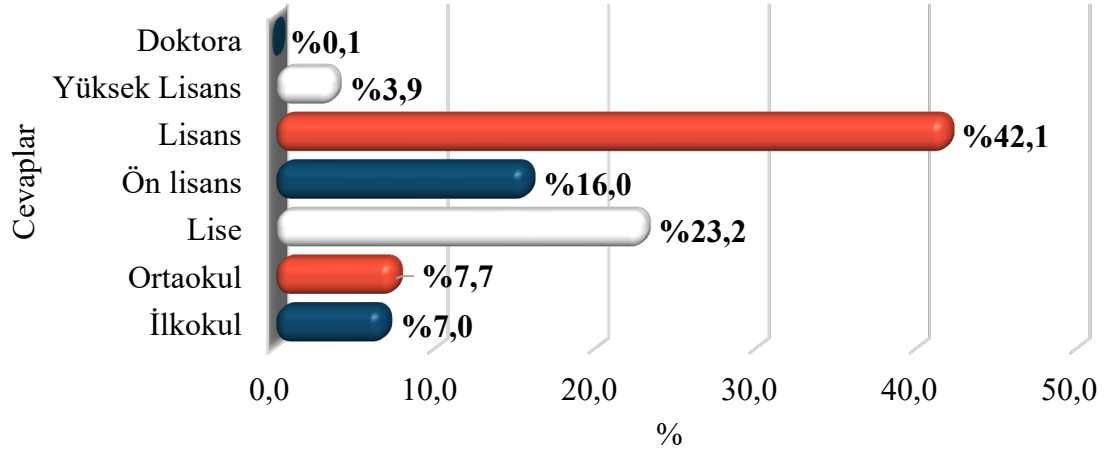
4.1.3.1. Demografik Sorular

Şekil 1: Yaşınız



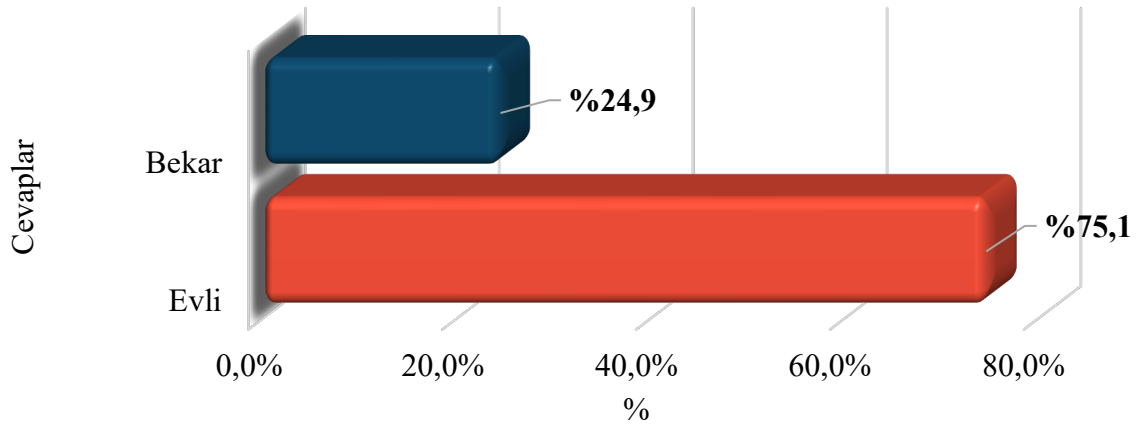
Sunulan çubuk grafiğinde katılımcıların yaş gruplarına göre yüzdelik dağılımları gösterilmektedir. Elde edilen verilere göre; en yüksek katılım 26-35 yaş grubundan gelmiş olup, bu grup toplam katılımcıların %31,80'ini oluşturmaktadır. İkinci sırada 36-45 yaş grubu yer almakta ve bu grup %27,20 oranında temsil edilmektedir. 18-25 yaş grubundaki katılımcılar %21,10 oranında yer alırken, En düşük temsil oranı 46 yaş ve üzeri grubunda görülmekte, bu grup yalnızca %19,90'lık bir oranla temsil edilmektedir.

Şekil 2: Eğitim Durumunuz



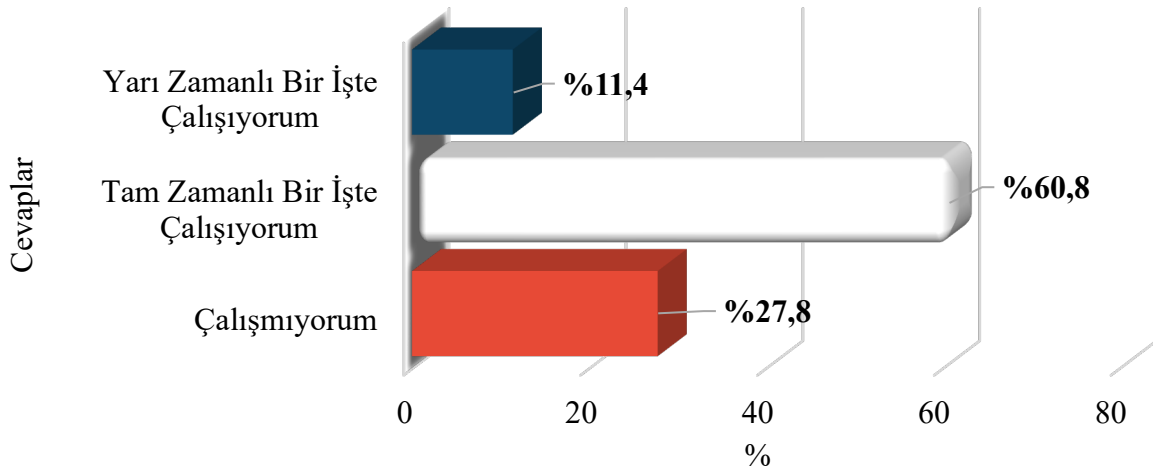
Katılımcıların büyük çoğunluğu lise ve üzeri eğitim düzeyine sahip olup, özellikle lisans mezunları %42,1 gibi yüksek bir oranla öne çıkmaktadır. Lise mezunları %23,2 ve ön lisans mezunları %16,0 ile dikkat çekerken, yüksek lisans yapanların oranı %3,9'dur. Bu dağılım, projenin eğitim içeriğinin geniş bir akademik tabana hitap ettiğini ve özellikle üniversite mezunu kadınların projeye yoğun ilgi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Eğitim seviyesi yüksek katılımcıların çoğunlukta olması, verilen içeriklerin daha derinlemesine anlaşılmasına ve etkisinin artmasına katkı sağlamaktadır.

Şekil 3: Medeni Durumunuz



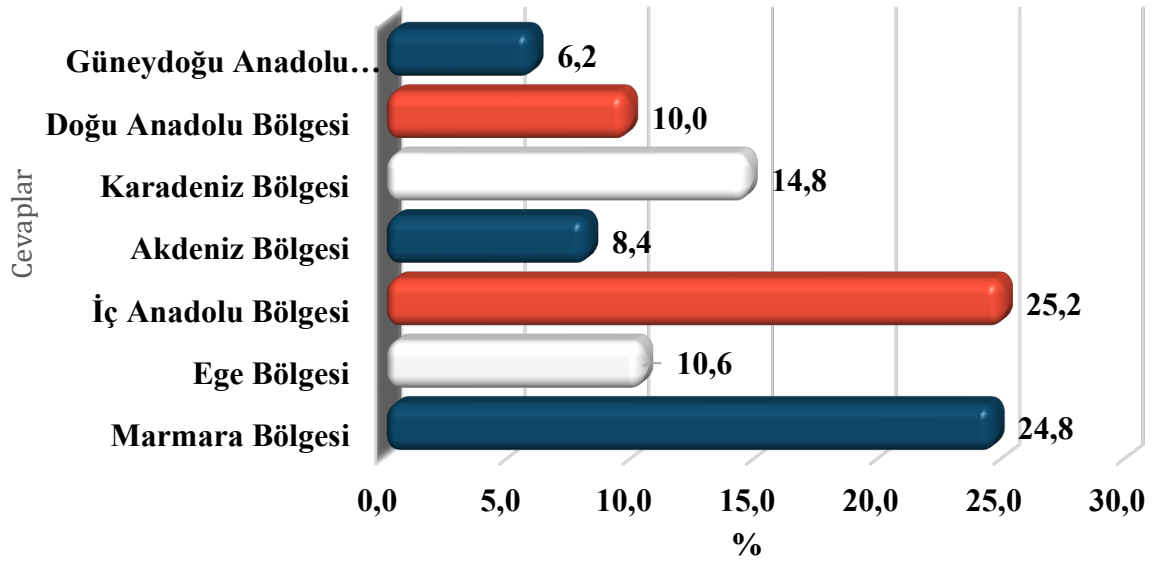
Katılımcıların büyük çoğunluğunu evli bireyler oluşturmaktadır (%75,1). Bu oran, projeye katılanların büyük kısmının aile yaşamı içerisindeki sorumluluklarla eş zamanlı olarak bu tür eğitim ve gelişim faaliyetlerine dahil olduğunu göstermektedir. Bekar katılımcı oranı ise %24,9'dur. Bu dağılım, programın farklı yaşam evrelerinden bireylere ulaşabildiğini ve özellikle evli kadınların dijital beceri ve girişimcilik alanlarında kendilerini geliştirme isteğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4: Çalışma Durumunuz



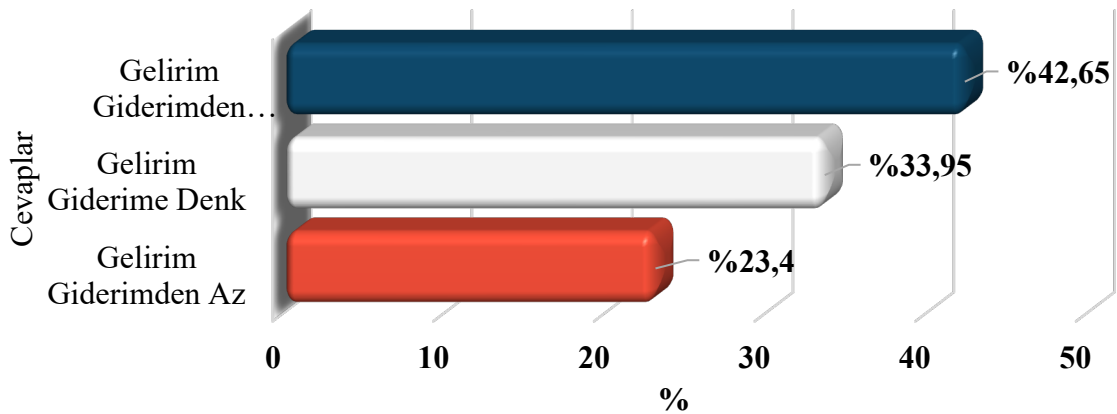
Katılımcıların %60,8'i tam zamanlı bir işte çalıştığını belirtirken, %11,4'ü yarı zamanlı çalışmaktadır. Buna karşılık %27,8'lik önemli bir kesim ise çalışmamaktadır. Bu dağılım, eğitime katılanların büyük kısmının aktif iş yaşamında olduğunu, ancak aynı zamanda iş gücüne katılım potansiyeli olan önemli bir grubun da bulunduğunu göstermektedir. Bu durum, programın hem çalışan kadınlara hem de istihdama katılmak isteyenlere hitap ettiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 5: Yaşadığınız Bölge



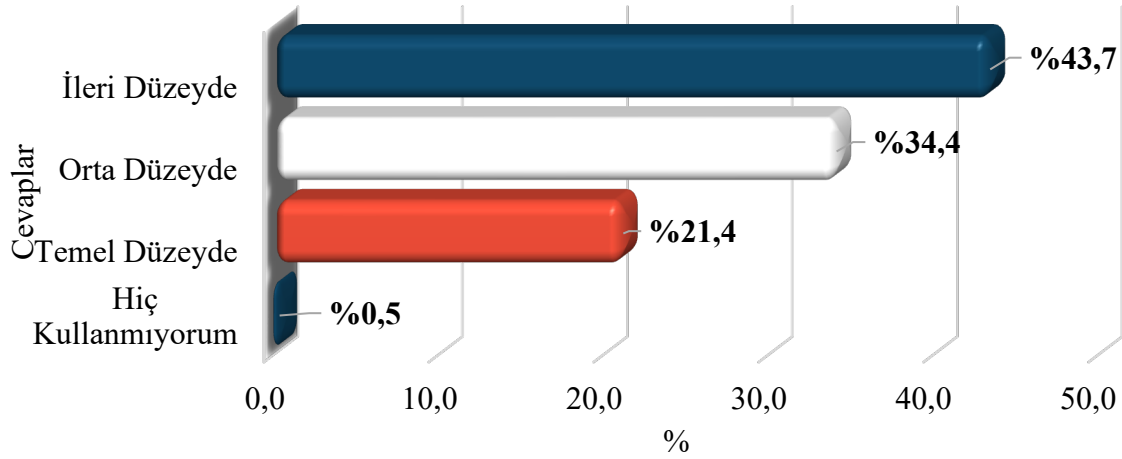
Grafikte yer alan bulgulara göre katılımcılar, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesine göre sınıflandırılmış ve her bir bölgedeki katılım oranları yüzdelik olarak verilmiştir. En yüksek katılım oranı, toplamın %25,2'si ile İç Anadolu Bölgesi'nden gelmektedir. Marmara Bölgesi, %24,8 ile ikinci sırada yer almakta ve neredeyse İç Anadolu Bölgesi ile eşdeğer bir temsil oranına sahiptir. Üçüncü sırada Karadeniz Bölgesi (%14,8) yer alırken, onu Ege (%10,6) ve Doğu Anadolu (%10,0) bölgeleri takip etmektedir. Akdeniz Bölgesi, %8,4 ile nispeten daha düşük temsil edilirken, en düşük oran %6,2 ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne aittir.

Şekil 6: Gelir Durumunuz



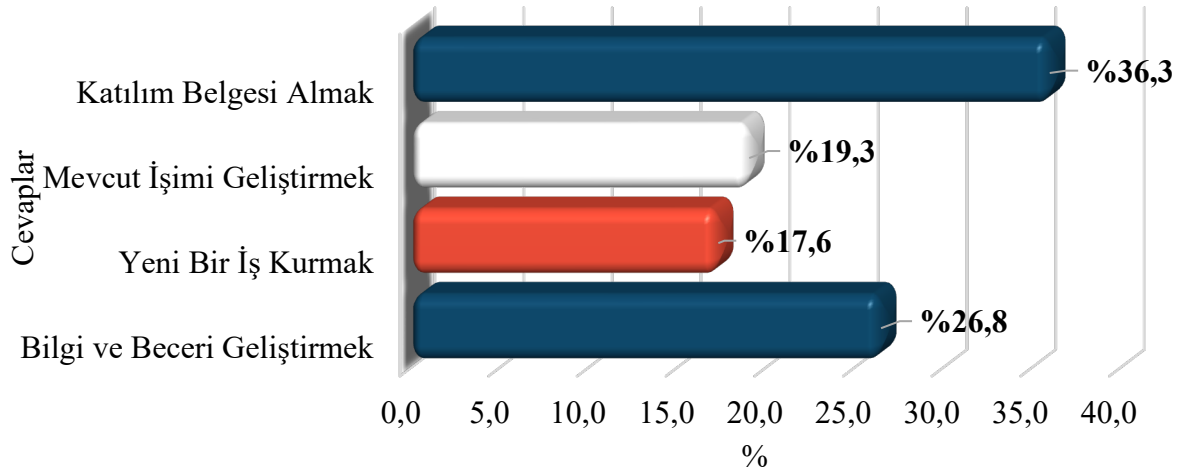
Katılımcıların gelir durumlarına ilişkin veriler, önemli bir çoğunluğun %42,65 gelirinin giderinden fazla olduğunu ortaya koyarken, %33,95'i gelir-gider dengesinin eşit olduğunu, %23,4'ü ise gelirinin giderinden az olduğunu ifade etmiştir. Bu dağılım, eğitimlere katılan bireylerin ekonomik çeşitliliğe sahip olduğunu, ancak genel olarak finansal olarak kendini idare edebilen bir katılımcı profili bulunduğunu göstermektedir. Özellikle ekonomik gücünü artırmak isteyen gruplar için sunulan destekleyici içerikler, bu profilin ihtiyaçlarıyla örtüşmektedir.

Şekil 7: Dijital araç ve platform kullanım düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?



Katılımcıların dijital araç ve platform kullanım düzeyi oldukça yüksek bir dağılım göstermektedir. Verilere göre katılımcıların %43,7'si kendini “ileri düzeyde”, %34,4’ü ise “orta düzeyde” kullanıcı olarak tanımlamaktadır. Bu da toplamda %78,1’i dijital araçlara hâkim olduğunu göstermektedir. Temel düzeyde kullanım oranı %21,4’te kalırken, “hiç kullanmıyorum” diyenlerin oranı %1’in altındadır. Bu sonuçlar, dijital tabanlı eğitimlerin ve platformların etkin bir şekilde benimsenebileceğini ve katılımcıların dijital içerikleri uygulamaya dökme konusunda yeterli yetkinliğe sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

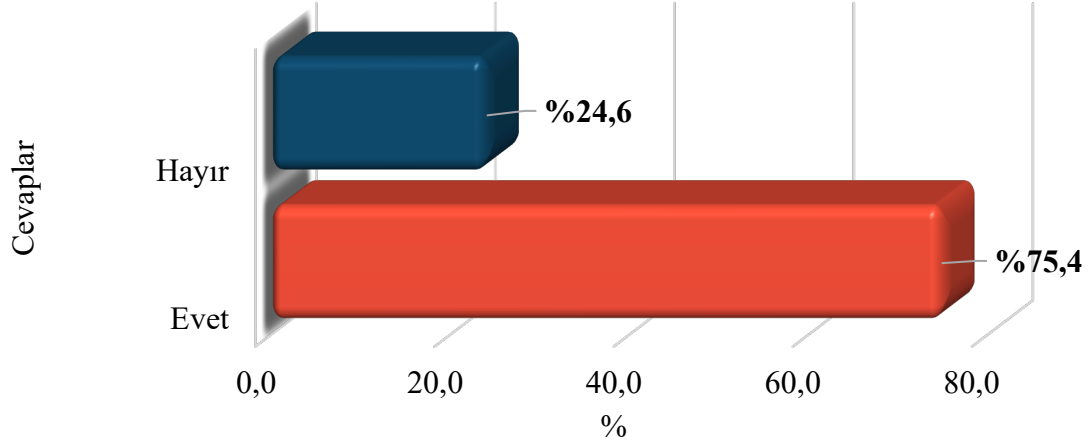
Şekil 8: Eğitimlere katılma motivasyonunuz nedir?



Eğitimlere katılımda en yüksek motivasyon kaynağı %36,3 ile “Katılım Belgesi Almak” olurken, bu durumu %26,8 ile “Bilgi ve Beceri Geliştirmek” takip etmektedir. Katılımcıların %19,3’ü mevcut işini geliştirmek, %17,6’sı ise yeni bir iş kurmak amacıyla eğitimlere dahil olmuştur. Bu dağılım, katılımcıların hem kısa vadeli somut kazanımlara (belge) hem de uzun vadeli gelişim hedeflerine önem verdiklerini göstermektedir. Özellikle girişimcilik ve kariyer gelişimi motivasyonlarının dikkat çekici düzeyde olduğu görülmektedir.

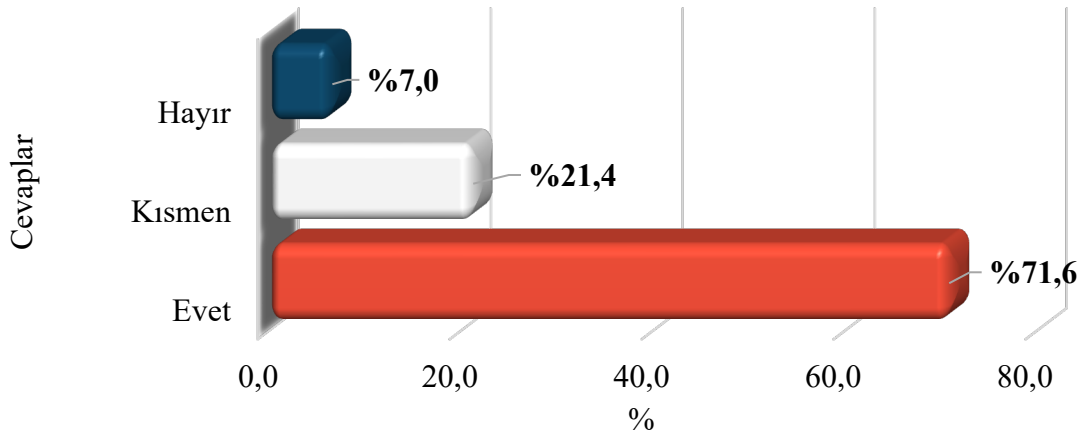
4.1.3.2. Eğitim Katılımı ve Memnuniyeti Anketi

Şekil 9: Eğitim materyallerine kolayca erişim sağlayabildiniz mi?



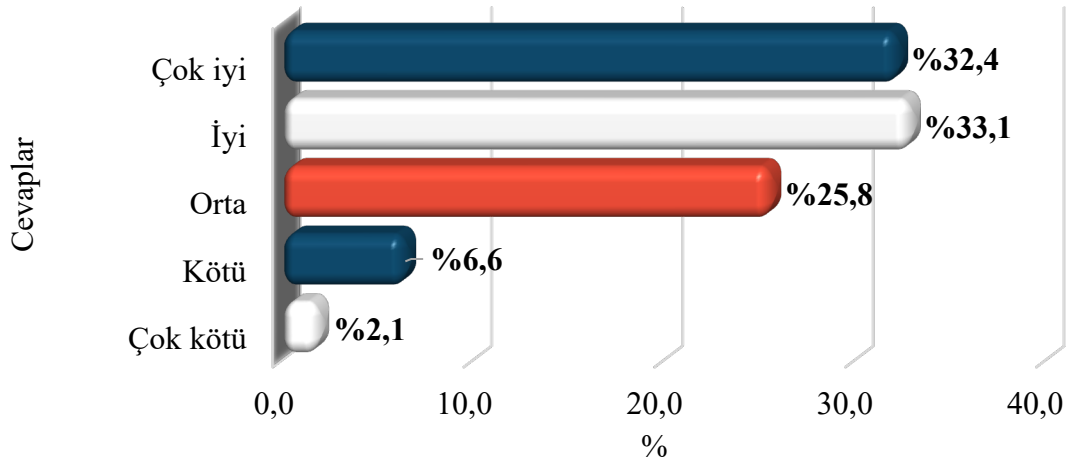
Katılımcıların %75,4'ü eğitim materyallerine kolayca erişim sağlayabildiğini belirtmiştir. Bu yüksek oran, içeriklerin genel olarak erişilebilir olduğunu gösterirken; %24,6'lık "hayır" yanıtı ise, özellikle dijital okuryazarlık seviyesi düşük veya teknik engellerle karşılaşan bir kesimin varlığına işaret etmektedir. Bu durum, erişim eşitliğini artırmak için platformların daha kullanıcı dostu hale getirilmesi ve teknik destek olanaklarının güçlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Şekil 10: Eğitim sırasında verilen bilgilerin kolay anlaşılabilir olduğunu düşünüyor musunuz?



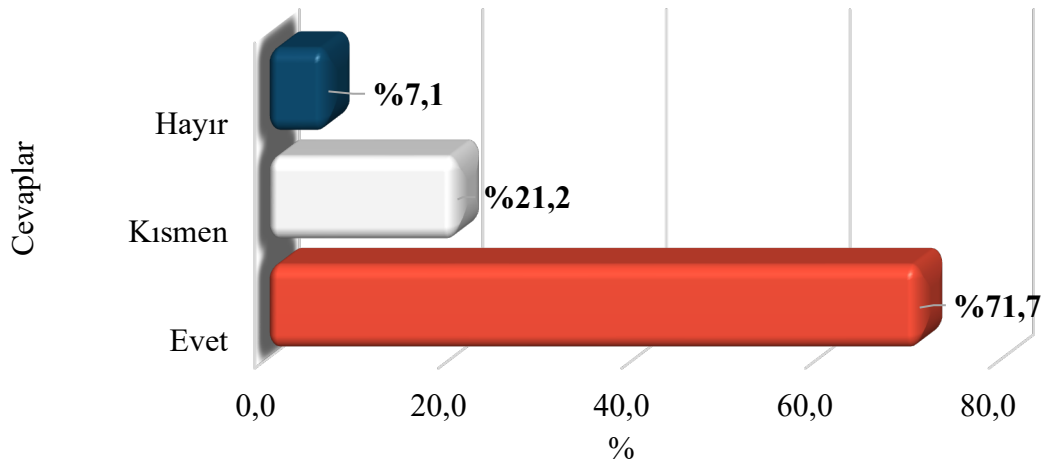
Katılımcıların %71,6'sı eğitim sırasında verilen bilgilerin kolay anlaşılabilir olduğunu ifade etmiştir. %21,4'lük bir kesim bilgileri kısmen anlaşılır bulurken, yalnızca %7,0'ı bilgilerin anlaşılır olmadığını belirtmiştir. Bu sonuç, eğitim içeriklerinin genel olarak açık ve anlaşılır bir yapıya sahip olduğunu gösterirken; özellikle "kısmen" diyen katılımcıların oranı, içeriklerin daha sadeleştirilmesi veya örneklerle desteklenmesinin faydalı olabileceğine işaret etmektedir.

Şekil 11: Eğitimcilerinizin konuya hakimiyetini nasıl değerlendiriyorsunuz?



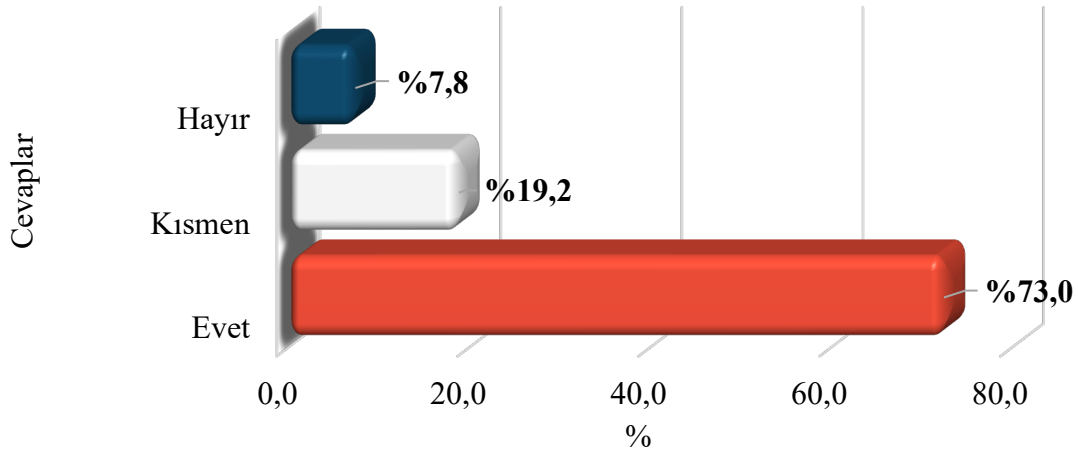
Katılımcıların büyük bir kısmı eğitimcilerin konuya hâkimiyetini olumlu değerlendirmiştir. Verilere göre, katılımcıların %33,1'i eğitimcileri "iyi", %32,4'ü ise "çok iyi" olarak değerlendirmiştir. Bu oranlar toplamda %65,5'e ulaşarak, her üç kişiden ikisinin eğitimci performansından memnun kaldığını göstermektedir. Orta düzeyde değerlendirme yapanların oranı %25,8 iken, olumsuz değerlendirmeler oldukça düşük düzeyde kalmış (%8,7). Bu sonuçlar, eğitimcilerin alandaki bilgi ve deneyim düzeyinin genel anlamda katılımcı beklentilerini karşıladığını ortaya koymaktadır.

Şekil 12: Eğitim sırasında verilen bilgilerin kolay anlaşılabilir olduğunu düşünüyor musunuz?



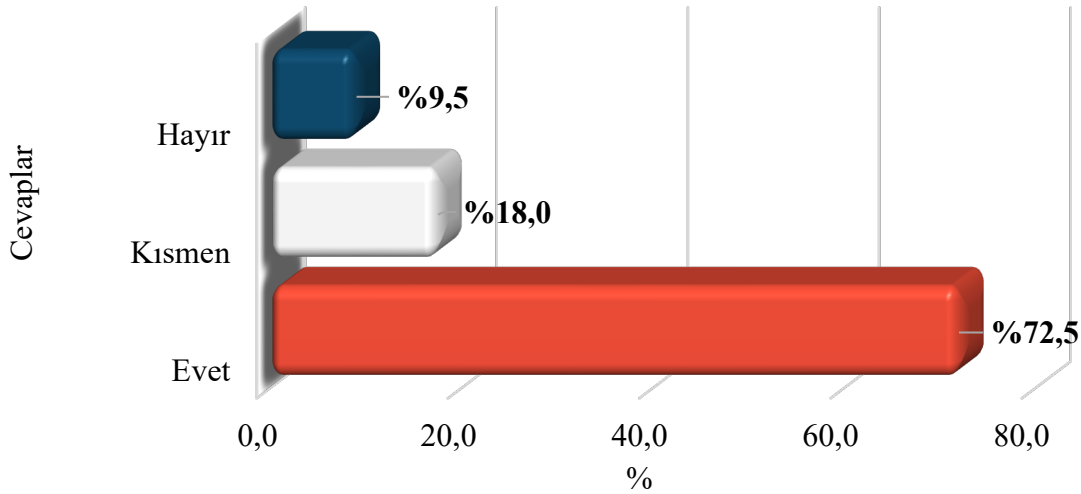
Katılımcıların büyük çoğunluğu %71,7 eğitim sırasında verilen bilgilerin kolay anlaşılabilir olduğunu belirtmiştir. "Kısmen" diyenlerin oranı %21,2 ile daha sınırlı bir kesimi oluştururken, yalnızca %7,1'lik bir grup bilgilerin anlaşılmasında zorluk yaşadığını ifade etmiştir. Bu veriler, içeriklerin açık, sade ve hedef kitleye uygun şekilde aktarıldığını göstermekte; aynı zamanda eğitim materyallerinin erişilebilirliğini ve anlatım dilinin etkinliğini doğrulamaktadır.

Şekil 13: Eğitim içeriklerinin ihtiyaçlarınıza yönelik olduğunu düşünüyor musunuz?



Katılımcıların büyük çoğunluğu %73,0'ı eğitim içeriklerinin kendi ihtiyaçlarına uygun olduğunu belirtmiş, bu da programın hedef kitleyle yüksek oranda örtüştüğünü göstermektedir. Katılımcıların yalnızca %7,8'i içerikleri yetersiz bulurken, %19,2'ü kısmen fayda sağladığını ifade etmiştir. Bu sonuçlar, eğitimlerin hem kapsam hem de içerik açısından geniş bir kitleye hitap ettiğini ve ihtiyaç duyulan alanlara odaklandığını göstermektedir.

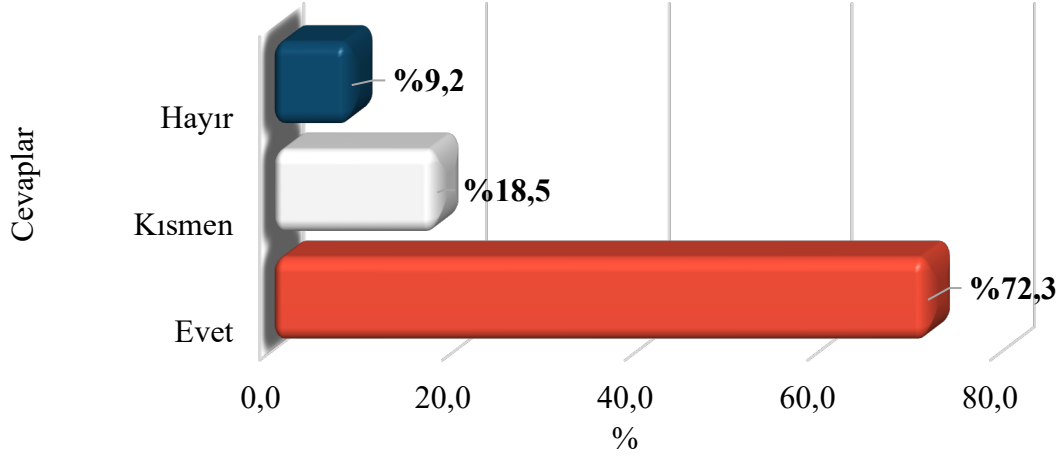
Şekil 14: Eğitimden öğrendiklerinizi iş veya girişimcilik hayatınızda kullanabilecek misiniz?



Katılımcıların %72,5'i eğitimden edindikleri bilgileri iş veya girişimcilik hayatlarında doğrudan kullanabileceklerini belirtirken, %18,0'ı bu bilgileri kısmen kullanabileceğini ifade etmiştir. Sadece %9,5'lik bir kesim öğrendiklerini uygulamaya dökme konusunda olumsuz görüş bildirmiştir. Bu sonuçlar, verilen eğitimlerin pratik yaşama aktarılabilirliğinin oldukça yüksek olduğunu ve katılımcılar nezdinde mesleki ya da girişimsel katkı sağlama potansiyelinin güçlü olduğunu göstermektedir.

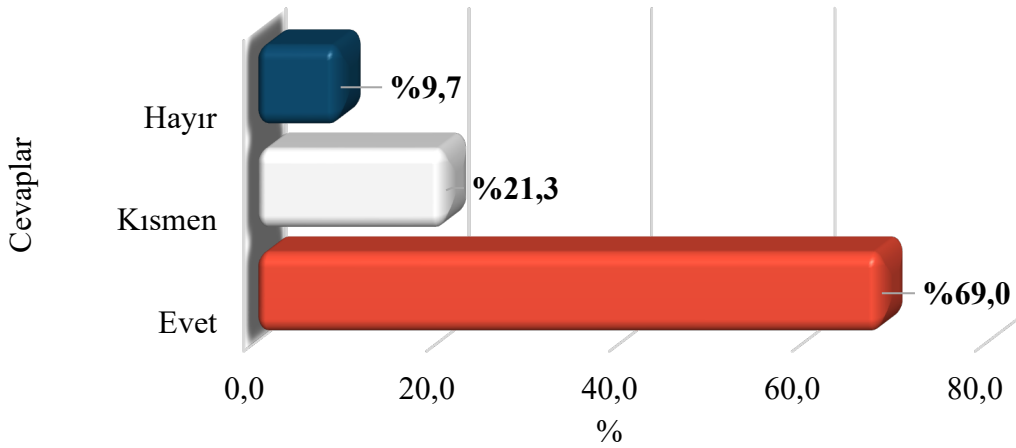
4.1.3.3. Eğitimlerin Bilgi ve Beceri Kazandırma Etkisi

Şekil 15: Aldığınız eğitimin bilgi düzeyinizi arttırdığını düşünüyor musunuz?



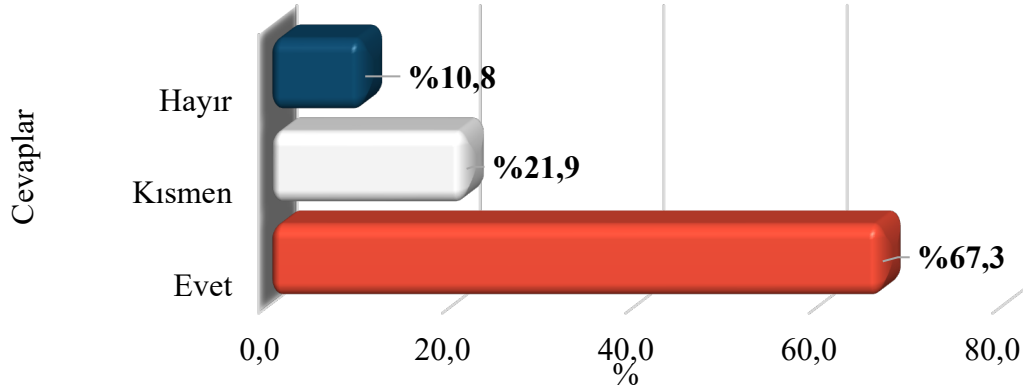
Katılımcıların büyük çoğunluğu %72,3'ü, aldıkları eğitimin bilgi düzeylerini artırdığını ifade etmiştir. Bu sonuç, sunulan içeriklerin büyük ölçüde bilgilendirici ve katılımcıların bilgi ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %18,5'i kısmen fayda sağladığını belirtirken, sadece %9,2'si eğitimin bilgi düzeyine katkı sunmadığını düşünmektedir. Bu veriler, genel olarak eğitimin içeriğinin katılımcıların öğrenme hedeflerine uygun tasarlandığını ve etkililiğinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 16: Eğitim içerikleri, pratik beceriler kazanmanız için yeterli miydi?



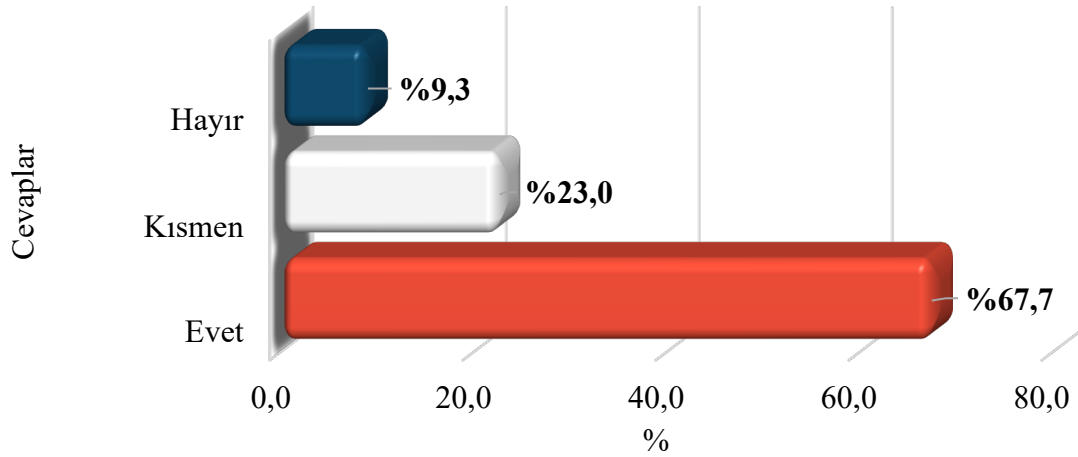
Katılımcıların %69,0'u eğitim içeriklerinin pratik beceriler kazandırma açısından yeterli olduğunu belirtmiştir. "Kısmen" yanıtı veren %21,3'lük kesim ise belirli alanlarda daha fazla uygulama ya da örneğe ihtiyaç duyduğunu ima etmektedir. Sadece %9,7'lik bir katılımcı grubu içerikleri yetersiz bulmuştur. Bu sonuçlar, uygulamaya dönük içeriklerin genel olarak işlevsel olduğunu; ancak daha fazla örnek, vaka analizi ya da simülasyonla desteklenmesinin verimliliği artırabileceğini göstermektedir.

Şekil 17: Eğitim sırasında öğrendiğiniz bilgileri iş veya günlük hayatınızda uygulayabiliyor musunuz?



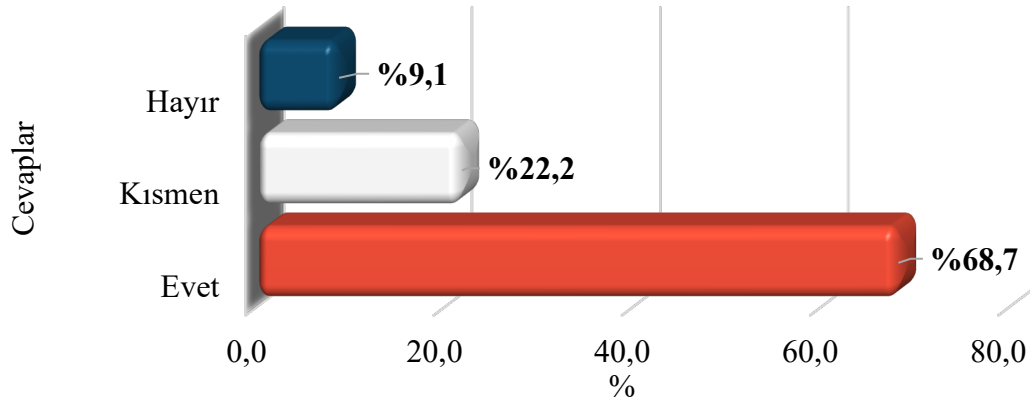
Katılımcıların %67,3'ü eğitim sırasında edindikleri bilgileri doğrudan iş ya da günlük yaşamlarında uygulayabildiklerini belirtmiştir. %21,9'luk bir kesim bilgileri kısmen uygulayabildiğini ifade ederken, yalnızca %10,8'lik bir grup edindikleri bilgilerin pratik kullanımda yetersiz kaldığını belirtmiştir. Bu veriler, programın hayata geçirilebilir, uygulamaya dönük içeriklere sahip olduğunu ve katılımcıların büyük çoğunluğunun bu bilgileri yaşamlarına entegre edebildiğini göstermektedir.

Şekil 18: Eğitimlerin sonunda kendinizi daha donanımlı hissettiniz mi?



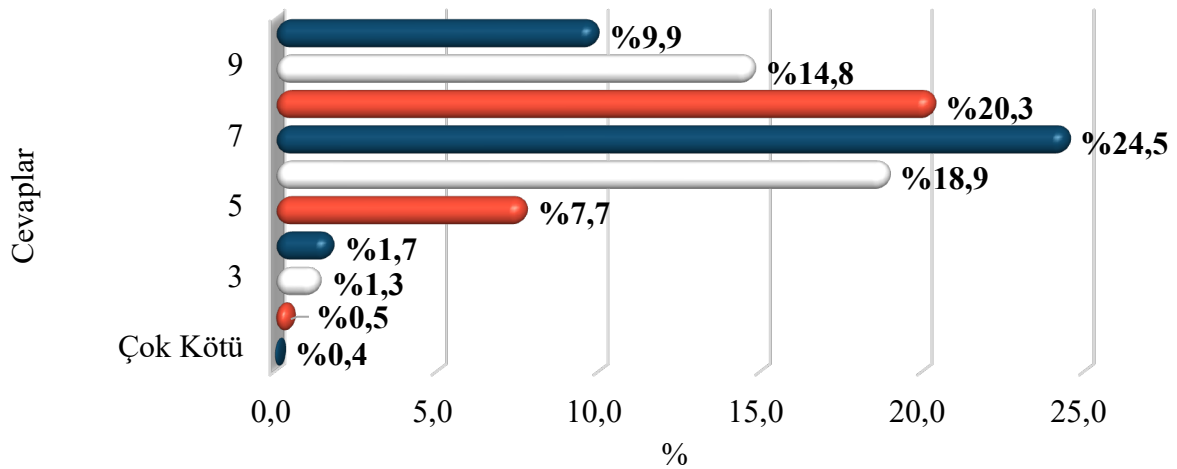
Katılımcıların %67,7'si eğitimler sonrasında kendilerini daha donanımlı hissettiklerini belirtmiştir. %23,0'ü kısmen bu duyguyu yaşadığını ifade ederken, yalnızca %9,3'lük bir kesim kendini donanımlı hissetmediğini belirtmiştir. Bu sonuçlar, programın bireylerin kişisel ve mesleki gelişimlerine katkı sağladığını, özgüvenlerini artırarak kendilerini daha yetkin hissetmelerine olanak tanıdığını ortaya koymaktadır.

Şekil 19: Eğitimler, problem çözme yeteneğinizi geliştirdi mi?



Katılımcıların %68,7'si eğitimlerin problem çözme yeteneklerini geliştirdiğini belirtmiş, %22,2'si ise kısmen katkı sağladığını ifade etmiştir. Bu oranlar, programın katılımcılara yalnızca bilgi sunmakla kalmayıp, aynı zamanda analitik düşünme ve çözüm üretme gibi beceriler kazandırmada da etkili olduğunu göstermektedir. Sadece %9,1'lik bir kesim eğitimlerin bu alanda yetersiz kaldığını düşünmektedir; bu da genel memnuniyetin yüksek olduğunu ve programın bilişsel gelişime katkı sunduğunu ortaya koymaktadır.

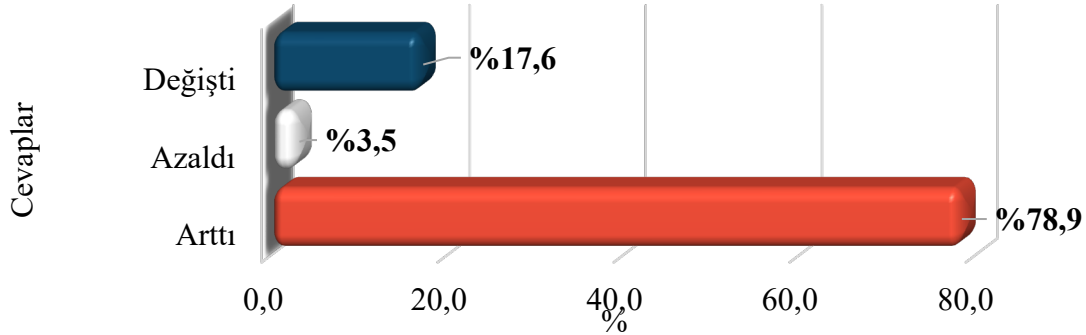
Şekil 20: Eğitim memnuniyet düzeyinizi belirtiniz?



Eğitim memnuniyet düzeyi ölçeğinde katılımcıların %24,5'i memnuniyetini 7 puan olarak belirtirken, %20,3'ü 8, %14,8'i 9 ve %9,9'u 10 puan vermiştir. Bu dağılım, katılımcıların büyük çoğunluğunun orta-üst düzeyde bir memnuniyet yaşadığını ve eğitimden genel olarak olumlu izlenimlerle ayrıldığını göstermektedir. Düşük puan veren katılımcıların oranı oldukça sınırlı olup (%3,9), genel memnuniyet eğilimini etkileyecek düzeyde değildir. Bu sonuçlar, eğitimlerin genel kabul gördüğünü ve katılımcı beklentilerinin büyük ölçüde karşılandığını ortaya koymaktadır.

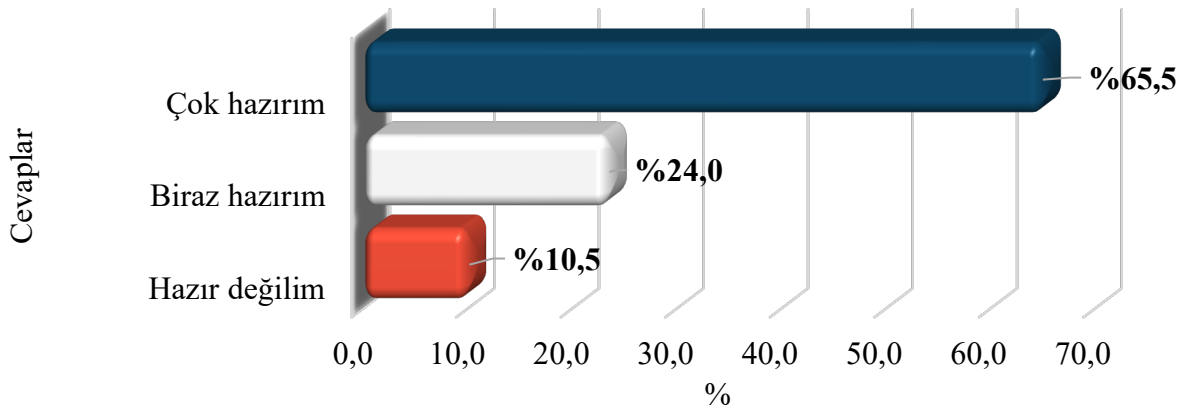
4.1.3.4. Girişimcilik Motivasyonu Anket Soruları

şekil 21: Eğitimlerden sonra girişimcilik motivasyonunuz nasıl değişti?



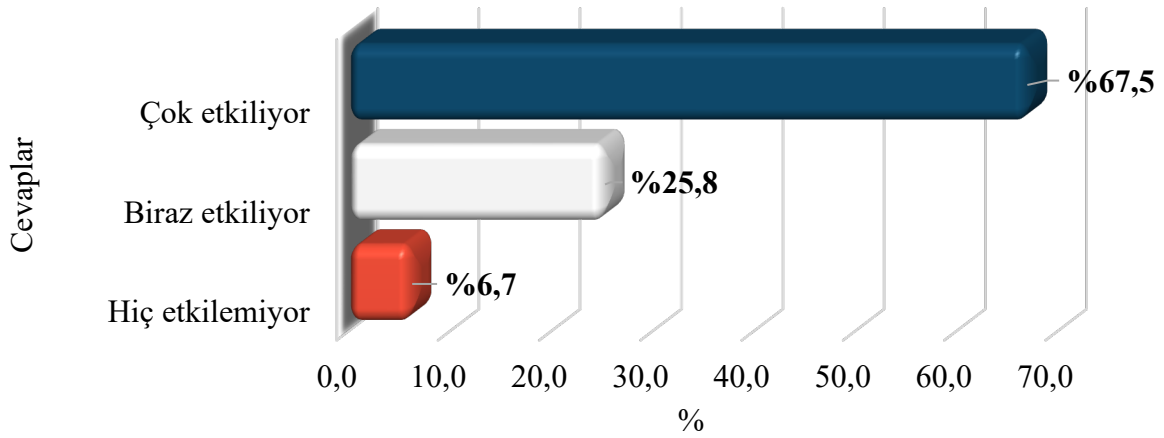
Eđitimlerin katılımcıların giriřimcilik motivasyonu üzerindeki etkisi oldukça olumlu olmuřtur. Katılımcıların %78,9'u eđitim sonrasında giriřimcilik motivasyonlarının arttıđını belirtmiř, bu da programın ilham verici ve cesaretlendirici bir etkisi olduđunu gostermektedir. Motivasyonunun azaldıđını belirtenlerin oranı ise sadece %3,5 ile oldukça dűřűktűr. %17,6'lık bir kesim ise motivasyon düzeyinde farklı bir deđiřim yařadıđını ifade etmiřtir. Bu sonuřlar, eđitimlerin giriřimcilik potansiyelini destekleme konusunda bűyűk ۆlűűde bařarılı olduđunu ortaya koymaktadır.

şekil 22: Girişimcilik için kendinizi ne kadar hazır hissediyorsunuz?



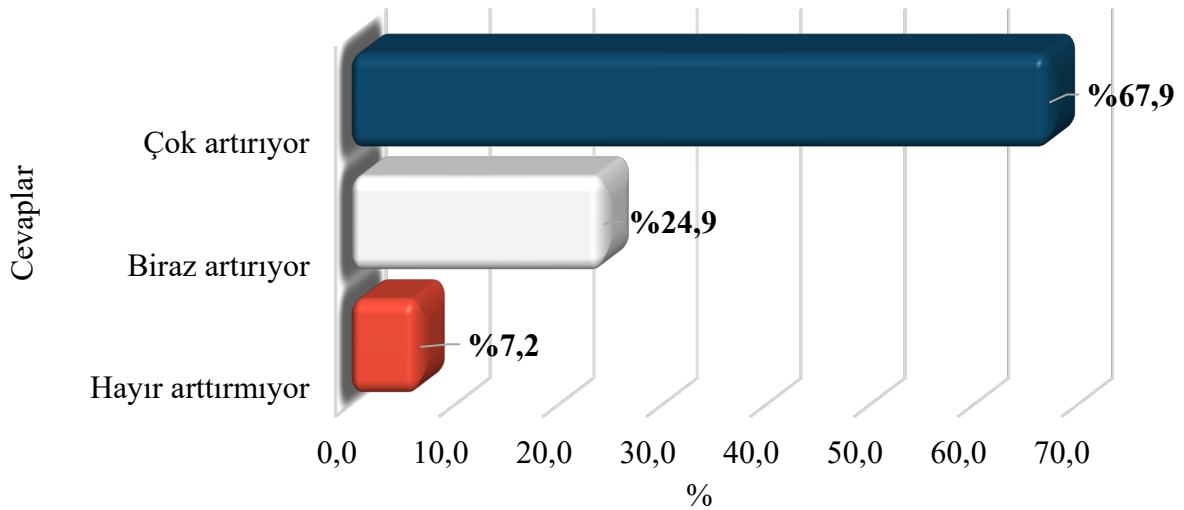
Sunulan ubuk grafiđine gűre, katılımcıların bűyűk bir çođunluđu %65,5'i giriřimcilik iřin kendini "ok hazır" hissettiđini ifade etmiřtir. Bu durum, eđitimlerin yalnızca bilgi aktarımıyla kalmayıp katılımcıların ۆzgűvenini ve eyleme geçme kapasitesini de ۆnemli ۆlűűde desteklediđini gostermektedir. Katılımcıların %24,0'ű "biraz hazır" olduđunu belirtirken, yalnızca %10,5'i kendini giriřimciliđe hazır hissetmediđini dile getirmiřtir. Bu oran, eđitimin ardından dahi kendine gűven eksikliđi yařayan kűűk bir kesimin olduđunu ancak genel hazırlık düzeyinin oldukça yűksek olduđunu ortaya koymaktadır. Genel olarak veriler, programın katılımcıların giriřimcilik yolculuklarına bařlamaları iřin gűçlű bir temel oluřturduđunu ve ۆnemli bir bűlűműnde yűksek düzeyde hazırbulunuřluk yarattıđını gostermektedir.

Şekil 23: Girişimci kadınların toplumdaki rolü motivasyonunuzu nasıl etkiliyor?



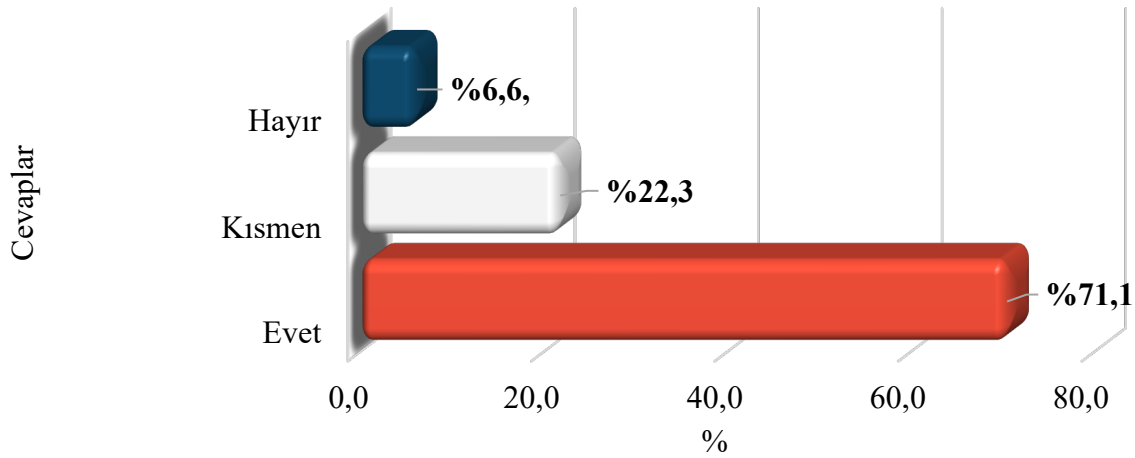
Sunulan çubuk grafiğine göre, girişimci kadınların toplumdaki rolünün diğer kadınların motivasyonunu büyük ölçüde etkilediğini göstermektedir; katılımcıların %67,5'i bu durumun kendilerini çok etkilediğini belirtirken, yalnızca %6,7'si hiçbir etkisi olmadığını ifade etmiştir. Bu sonuç, girişimci kadınların görünürlüğünün ilham verici bir etki yarattığını ortaya koymaktadır.

Şekil 24: Dijital araçlar (sosyal medya, e-ticaret platformları) girişimcilik motivasyonunuzu artırıyor mu?



Sunulan çubuk grafiğine göre, dijital araçların girişimcilik motivasyonu üzerinde güçlü bir etkisi olduğu görülmektedir; katılımcıların %67,9'u dijital araçların motivasyonlarını çok artırdığını belirtirken, yalnızca %7,2'si hiçbir etkisi olmadığını ifade etmiştir. Bu durum, sosyal medya ve e-ticaret platformlarının girişimcilik için önemli bir itici güç haline geldiğini göstermektedir.

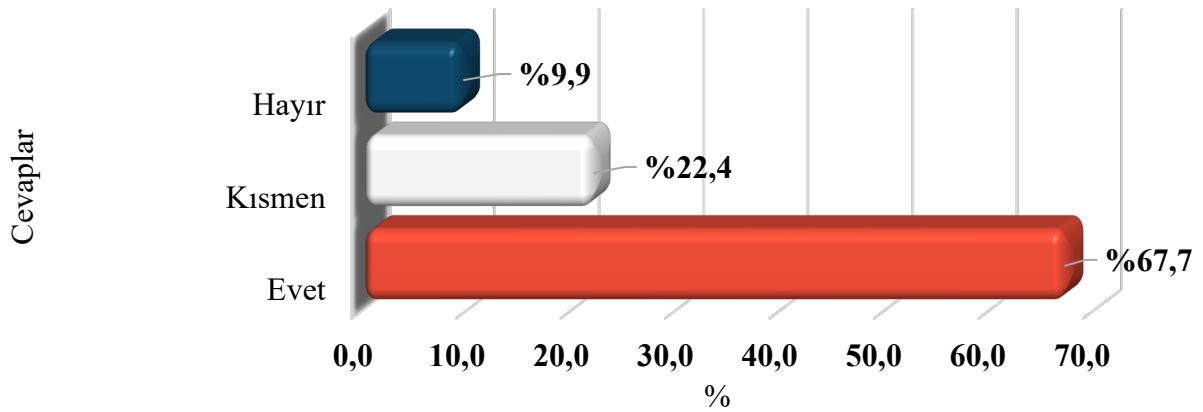
Şekil 25: Aldığınız eğitim gündelik hayatta çalışma hayatı ile ilgili motivasyonunuzu arttırdı mı?



Sunulan çubuk grafiğine göre, alınan eğitimin katılımcıların çalışma hayatına yönelik motivasyonlarını büyük ölçüde artırdığını ortaya koymaktadır; %71,1'i eğitimin motivasyonlarını artırdığını belirtirken, yalnızca %6,6'sı herhangi bir etkisi olmadığını ifade etmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin bireylerin iş yaşamına daha istekli ve hazır hale gelmelerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

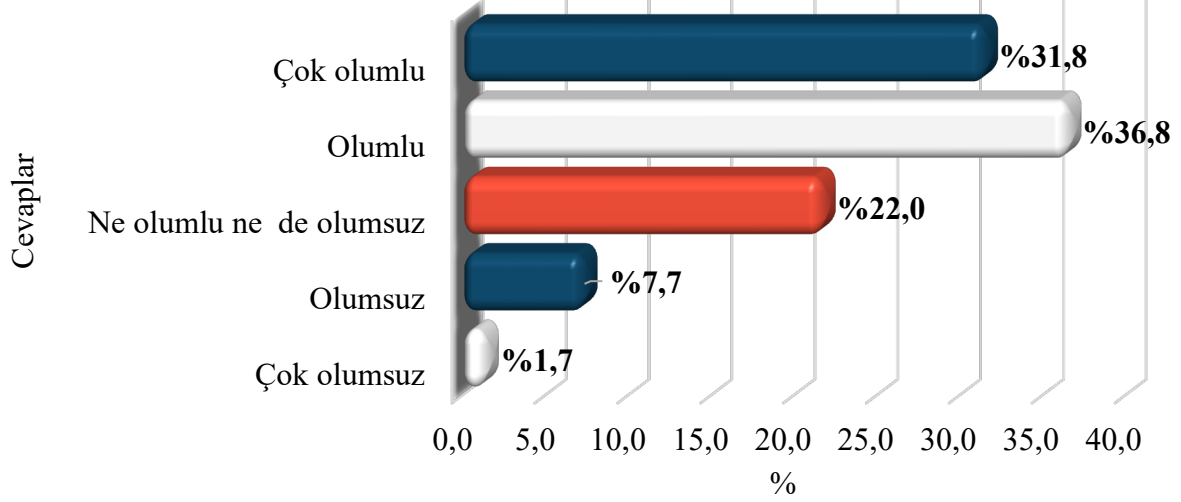
4.1.3.5. İstihdam Olanakları Anket Soruları

Şekil 26: Aldığınız eğitimlerin iş bulma konusunda size faydalı olduğunu düşünüyor musunuz?



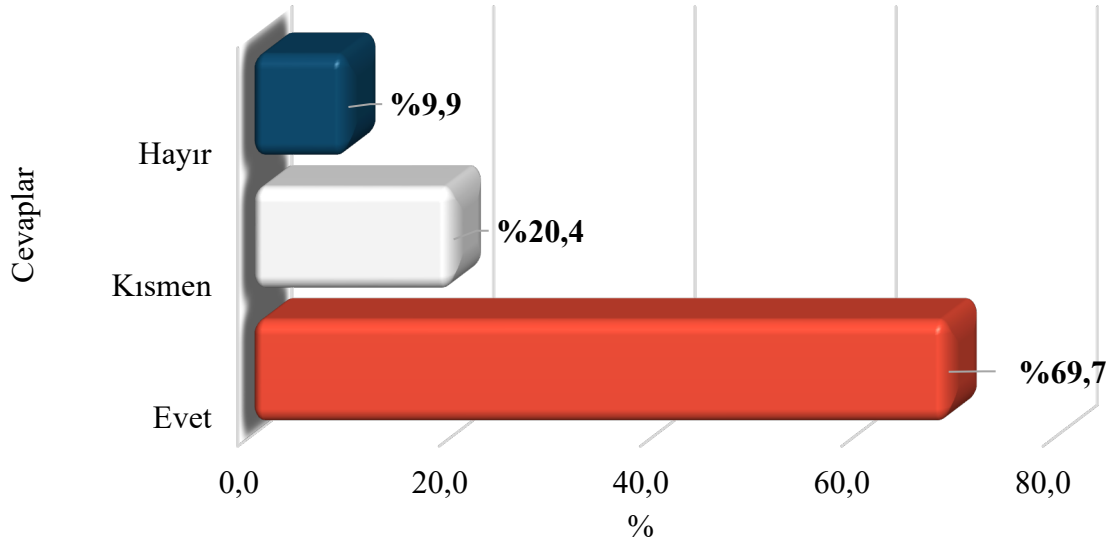
Sunulan çubuk grafiğine göre, katılımcıların büyük çoğunluğu %67,7'si, aldıkları eğitimin iş bulma konusunda kendilerine fayda sağladığını düşünmektedir. Sadece %9,9'u bu konuda bir katkı görmediğini belirtmiştir. Bu durum, eğitim programlarının istihdam açısından önemli bir destek aracı olduğunu göstermektedir.

Şekil 27: Eğitimlerin iş arama sürecindeki becerilerinize katkısını nasıl değerlendirirsiniz?



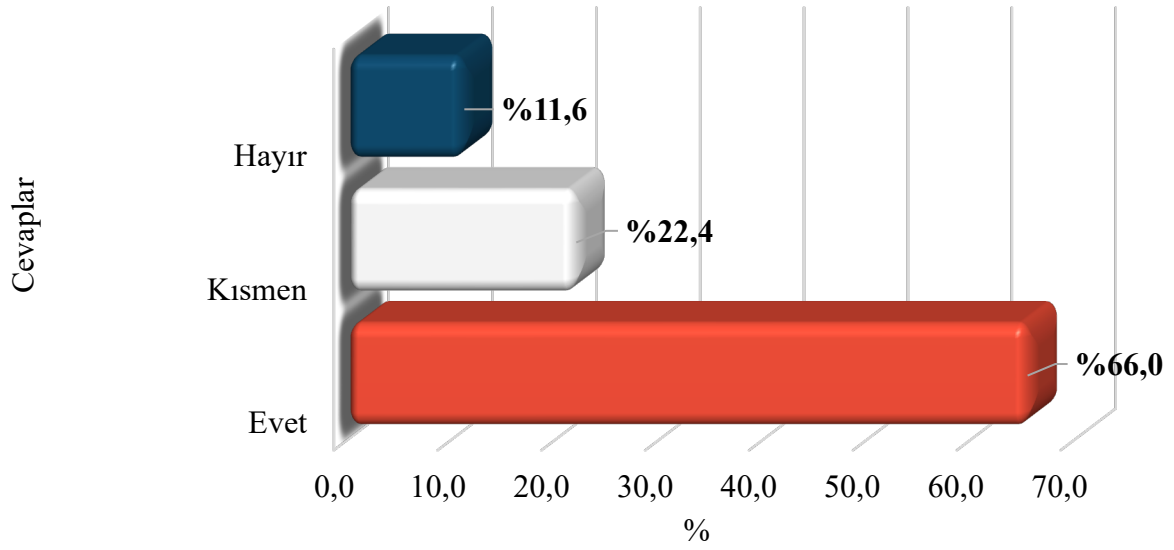
Sunulan çubuk grafiğine göre, katılımcıların büyük kısmı %68,6 aldıkları eğitimlerin iş arama sürecindeki becerilerine olumlu ya da çok olumlu katkı sağladığını belirtmiştir. Sadece %9,4'lük bir kesim olumsuz etki gördüğünü ifade etmiştir. Bu da eğitimlerin iş arama becerilerini geliştirme açısından önemli ve pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Şekil 28: Eğitimlerde öğrendiğiniz bilgileri iş başvurularında kullanabildiniz mi?



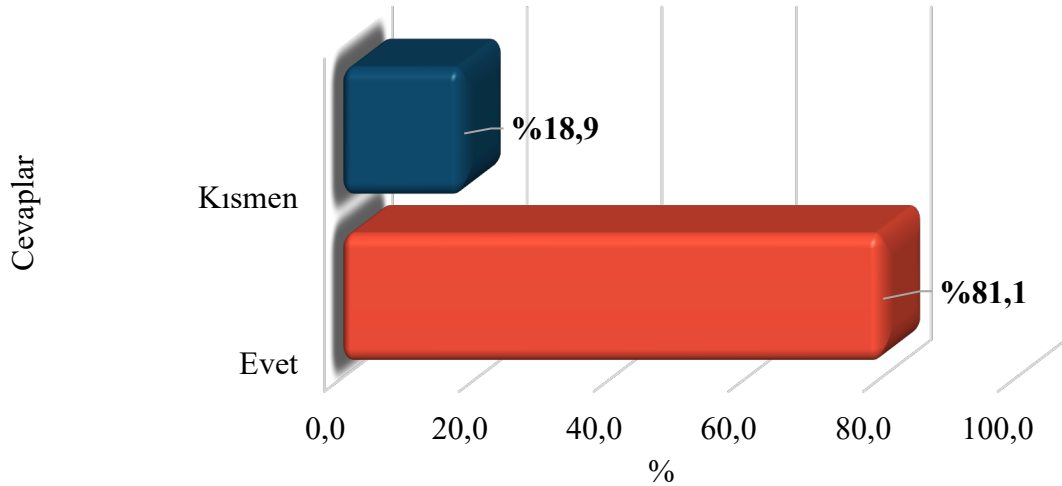
Sunulan çubuk grafiğine göre katılımcıların %69,7'si eğitimlerde edindikleri bilgileri iş başvurularında doğrudan kullanabildiklerini belirtmiştir. Bu durum, eğitim içeriklerinin pratik başvuru süreçleriyle uyumlu olduğunu ve istihdam hazırlığına katkı sağladığını göstermektedir.

Şekil 29: Eğitimlerden sonra ekonomik durumunuzda bir iyileşme oldu mu?



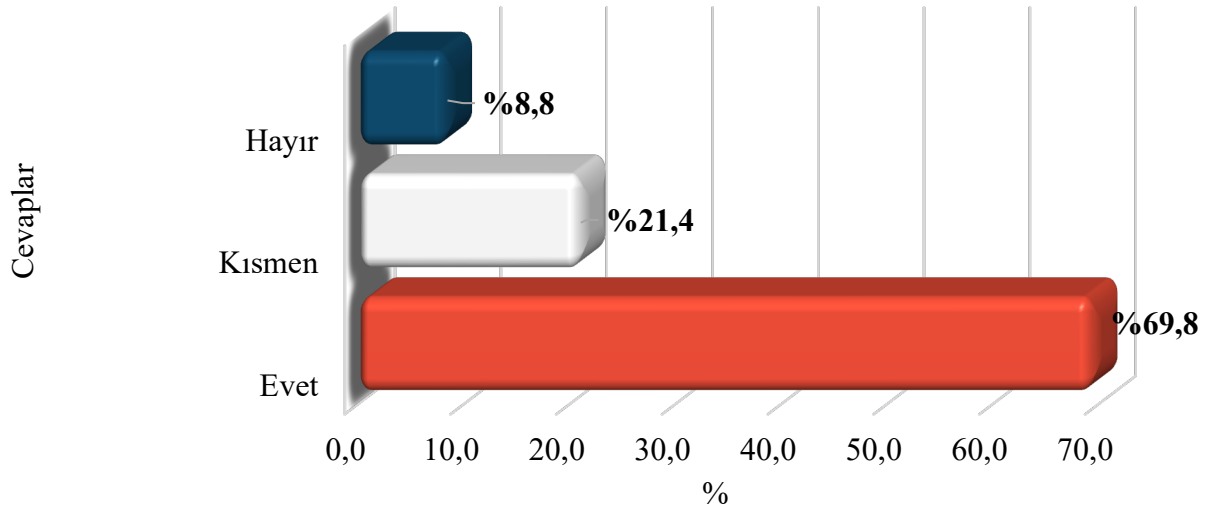
Sunulan çubuk grafiğine göre katılımcıların %66,0'ı eğitimler sonrasında ekonomik durumlarında iyileşme olduğunu belirtmiştir. “Kısmen” diyenlerle birlikte bu oran %88,4’e ulaşmaktadır. Bu da eğitimlerin yalnızca bilgi ve beceri değil, aynı zamanda ekonomik güçlenme açısından da önemli katkılar sağladığını göstermektedir.

Şekil 30: Eğitimlerinizi tamamladıktan sonra yeni bir iş başvurusu yaptınız mı?



Sunulan çubuk grafiğine göre katılımcıların büyük çoğunluğu %81,1'i, eğitimlerini tamamladıktan sonra yeni bir iş başvurusu yaptıklarını belirtmiştir. Bu durum, eğitimlerin istihdam yönelimini artırdığını ve bireyleri aktif iş arama sürecine teşvik ettiğini göstermektedir.

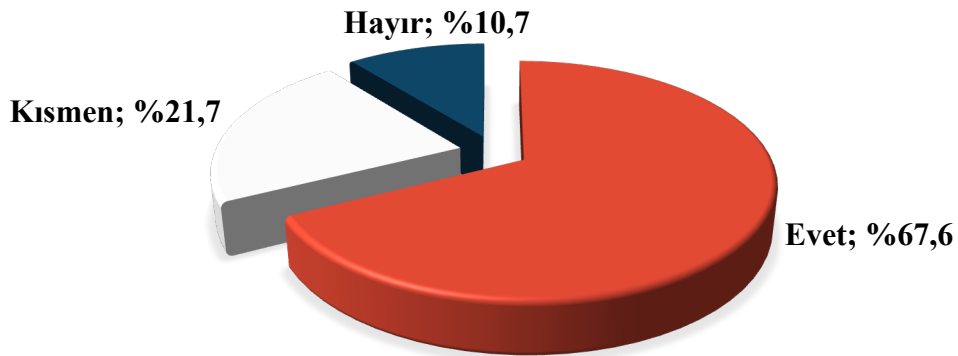
Şekil 31: Eğitimler sayesinde daha önce farkında olmadığınız iş fırsatlarını keşfettiniz mi?



Sunulan çubuk grafiğine göre katılımcıların %69,8'i eğitimler sayesinde daha önce farkında olmadıkları iş fırsatlarını keşfettiklerini belirtmiştir. Bu bulgu, eğitimlerin yalnızca beceri kazandırmakla kalmayıp, katılımcıların iş dünyasına dair farkındalıklarını da artırdığını göstermektedir.

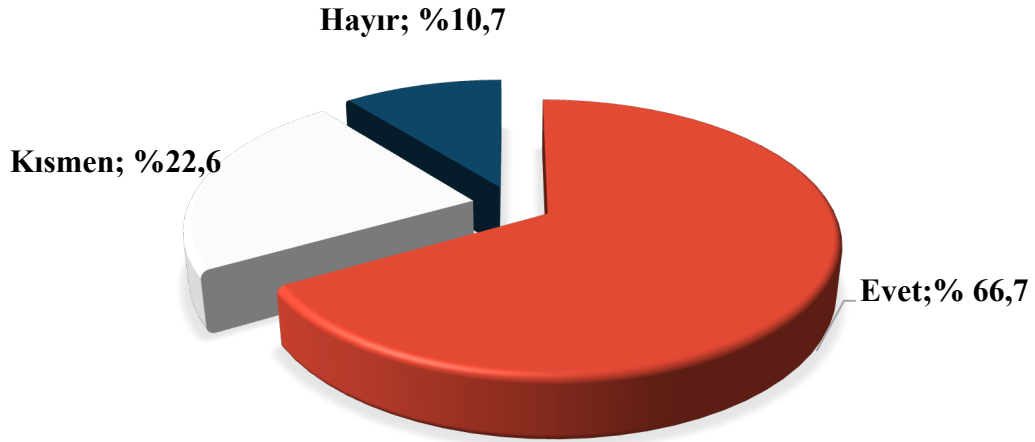
4.1.3.6. Eğitim Teknoloji İlişkisi Anket Formu

Şekil 32: Eğitimler dijital okuryazarlık becerilerinizi artırdı mı?



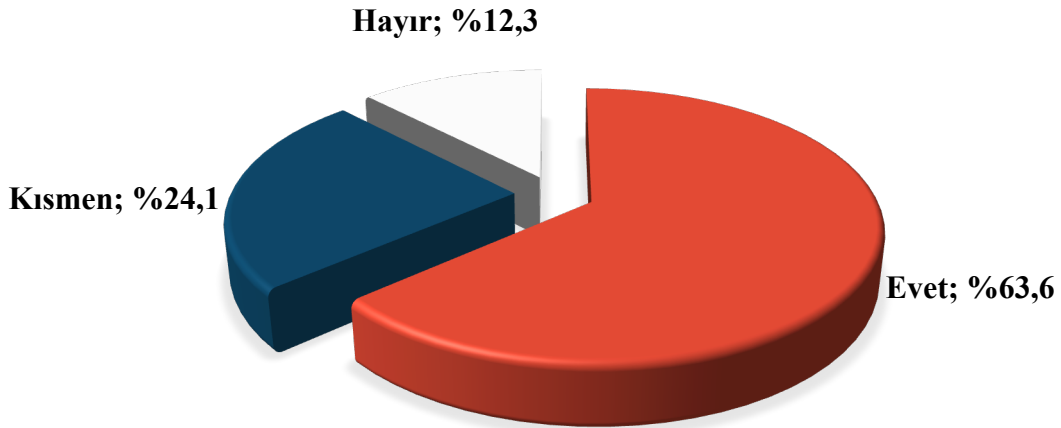
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %67,6'sı eğitimlerin dijital okuryazarlık becerilerini artırdığını belirtmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin dijital becerilerin geliştirilmesinde etkili bir araç olduğunu ve katılımcıların büyük çoğunluğuna bu alanda katkı sağladığını göstermektedir.

Şekil 33: Eğitimler, teknoloji kullanımı ile ilgili becerilerinizi arttırdı mı?



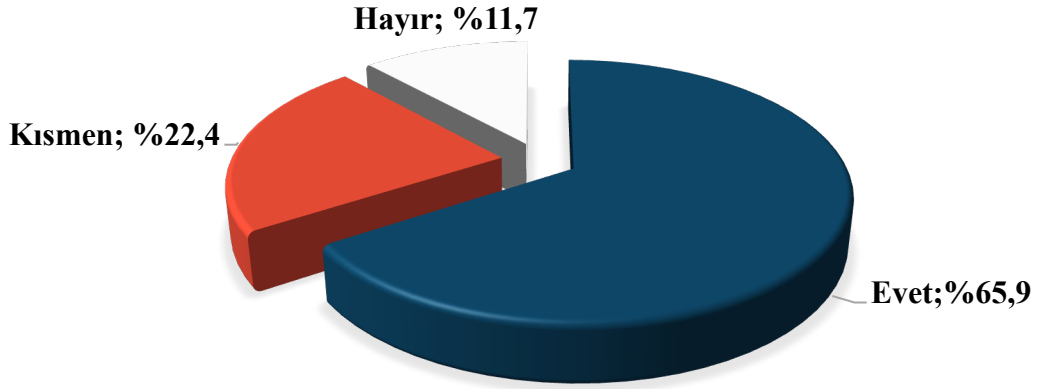
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %66,7'si, eğitimlerin teknoloji kullanımıyla ilgili becerilerini artırdığını ifade etmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin dijital yetkinlikleri geliştirme konusunda etkili olduğunu ve bireyleri teknolojiye daha yatkın hale getirdiğini göstermektedir.

Şekil 34: Eğitim sonrası teknoloji kullanım alışkanlıklarınızda değişiklik oldu mu?



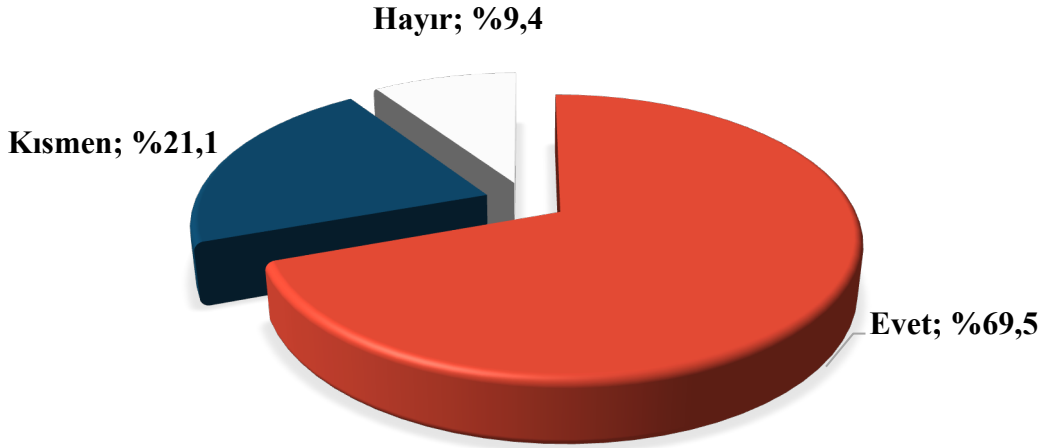
Sunulan pasta grafiğine göre, katılımcıların %63,6'sı eğitim sonrasında teknoloji kullanım alışkanlıklarında değişiklik olduğunu belirtmiştir. Bu durum, eğitimlerin sadece bilgi düzeyinde değil, günlük dijital pratikler üzerinde de etkili olduğunu göstermektedir.

Şekil 35: Eğitimler sırasında kullanılan teknolojinin kadınların sosyal hayata katılımını artırdığını düşünüyor musunuz?



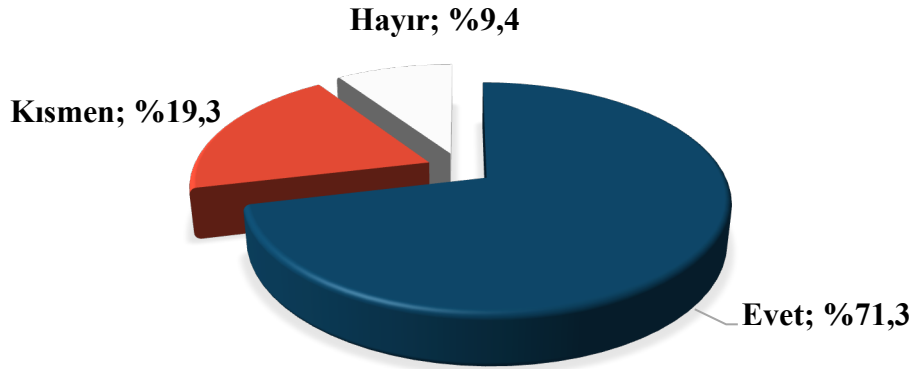
Sunulan pasta grafiğine göre, katılımcıların %65,9'u, eğitimlerde kullanılan teknolojinin kadınların sosyal hayata katılımını artırdığını düşünmektedir. Bu sonuç, teknolojinin yalnızca bireysel becerileri değil, toplumsal katılımı da destekleyen önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 36: Eğitimlerden sonra teknoloji kullanımı ile iş/girişimcilik fikirlerinizi geliştirme oranınız arttı mı?



Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %69,5'i, eğitimler sonrasında teknoloji kullanımıyla iş ya da girişimcilik fikirlerini geliştirme oranlarının arttığını belirtmiştir. Bu durum, eğitimlerin yenilikçi düşünme ve dijital girişimcilik açısından önemli bir tetikleyici olduğunu göstermektedir.

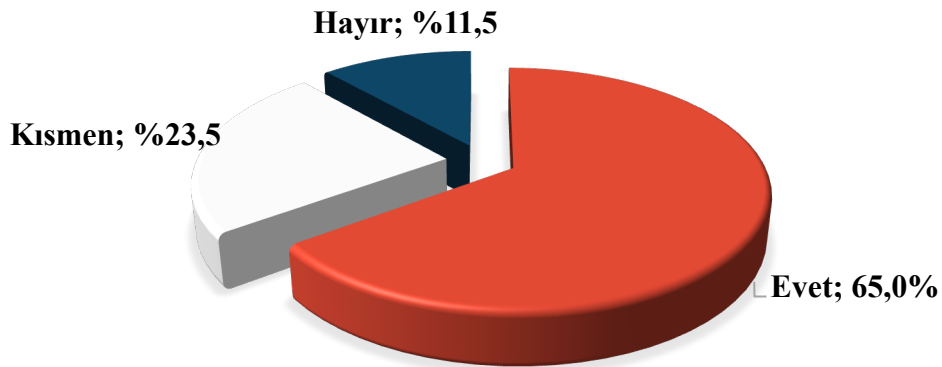
Şekil 37: Eğitim sonrasında, teknolojiyi gündelik yaşamınıza dahil etme konusunda kendinizi daha istekli hissediyor musunuz?



Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %71,3'ü, eğitim sonrası teknoloji konusunda gündelik hayata katılma konusunda kendilerini daha istekli hissettiklerini belirtmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin bireylerin teknolojiye olan güvenini artırarak dijital topluma daha aktif katılım sağladığını göstermektedir.

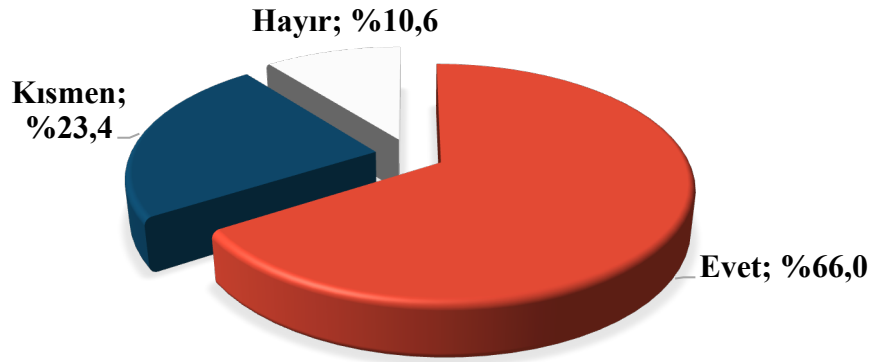
4.1.3.7. Psikolojik Güçlenme Anket Formu

Şekil 38: Eğitimden sonra kendinizi daha güçlü hissettiniz mi?



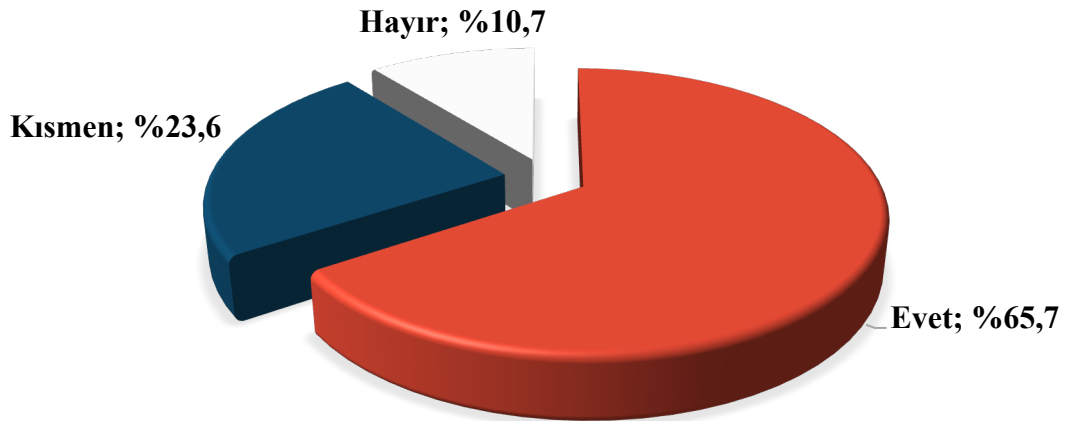
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %65,0'i, eğitim sonrasında kendilerini daha güçlü hissettiklerini belirtmiştir. Bu bulgu, eğitimlerin bireylerin özgüvenini ve kişisel güçlenme hissini artırmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Şekil 39: Eğitim sonrası özgüveniniz de bir artış hissettiniz mi?



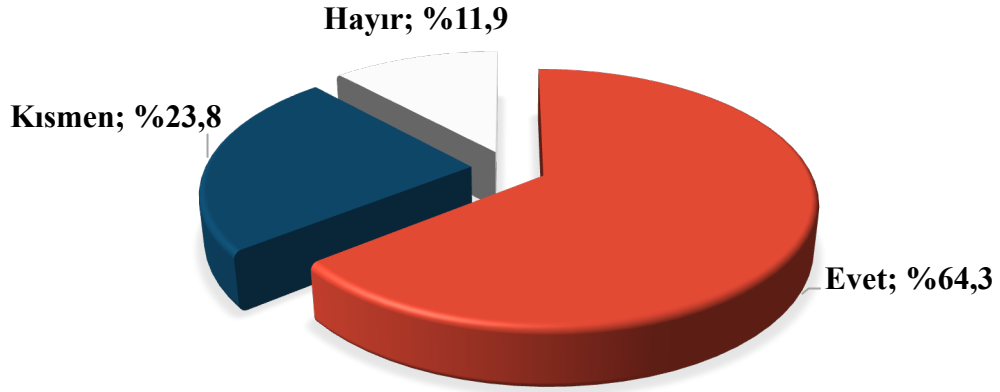
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %66,0'sı, eğitim sonrasında özgüvenlerinde artış hissettiklerini ifade etmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin sadece bilgi kazandırmakla kalmayıp, bireylerin kendilerine olan inançlarını da güçlendirdiğini göstermektedir.

Şekil 40: Eğitim sonrası kriz anlarını yönetme becerinizde bir gelişme olduğunu düşünüyor musunuz?



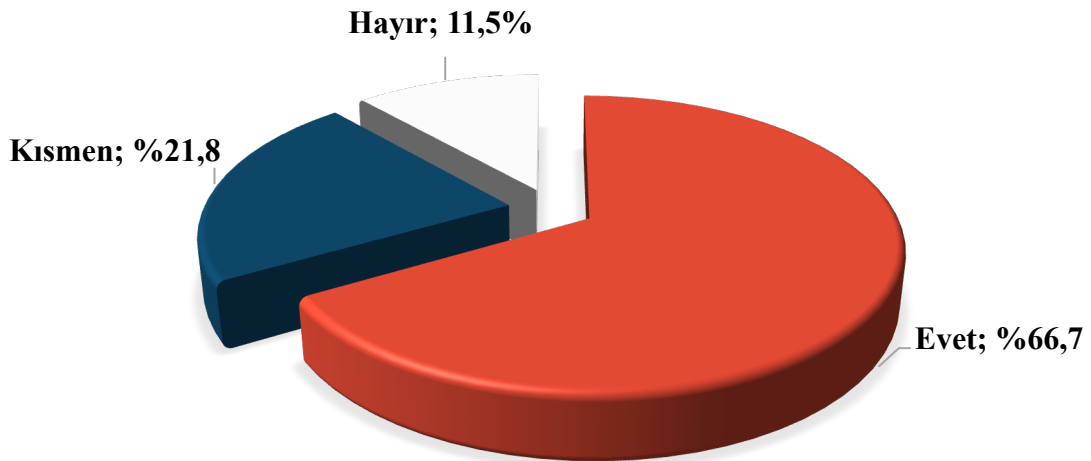
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %65,7'si, eğitim sonrasında kriz anlarını yönetme becerilerinde gelişme olduğunu düşünmektedir. Bu bulgu, eğitimlerin bireylerin problem çözme ve stresle başa çıkma kapasitesini artırmada etkili olduğunu göstermektedir.

Şekil 41: Eğitimden önce stresle başa çıkma becerilerinizde olumlu bir değişim gözlemlediniz mi?



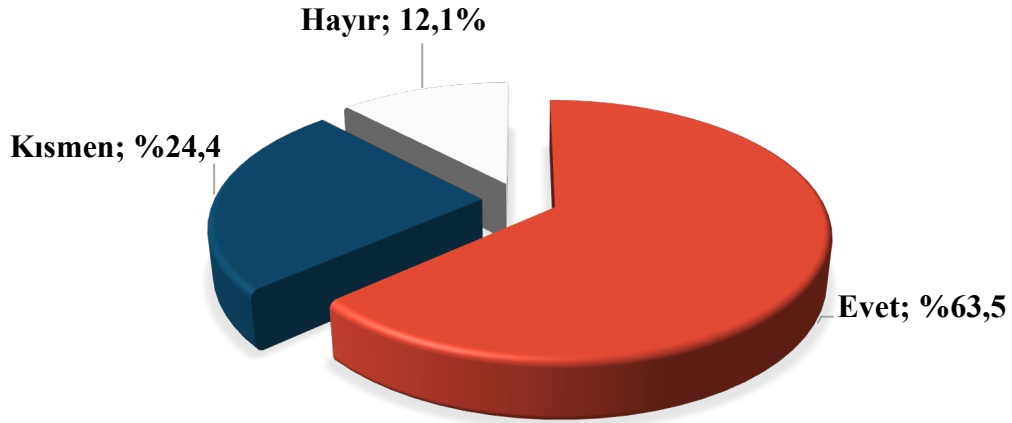
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %64,3'ü, eğitimden sonra stresle başa çıkma becerilerinde olumlu bir değişim gözlemlediklerini ifade etmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin psikolojik dayanıklılık ve duygusal dengeyi geliştirme açısından da önemli katkılar sağladığını göstermektedir.

Şekil 42: Eğitimler sayesinde kendinizi ifade etme becerinizde bir gelişme oldu mu?



Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %66,7'si, eğitimler sayesinde kendilerini ifade etme becerilerinde gelişme olduğunu belirtmiştir. Bu bulgu, eğitimlerin iletişim yetkinliklerini artırarak bireylerin kendilerini daha rahat ve etkili şekilde ifade etmelerine katkı sağladığını göstermektedir.

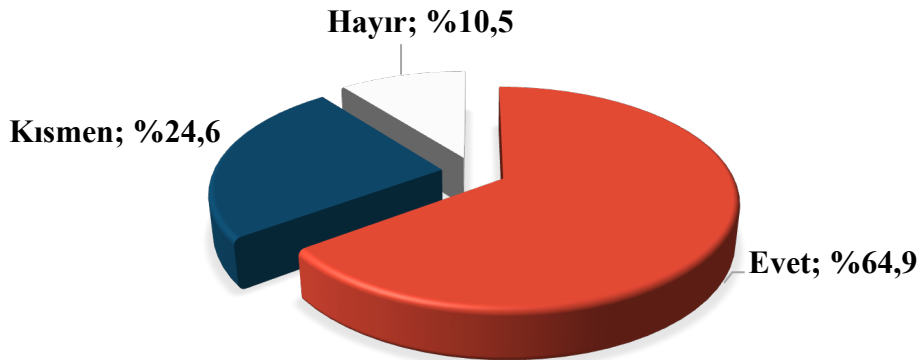
Şekil 43: Eğitimlerin, yaşam kalitenizi artırıcı bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?



Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %63,5'i, eğitimlerin yaşam kalitelerini artırıcı bir etkisi olduğunu düşünmektedir. Bu sonuç, eğitimlerin sadece mesleki gelişim değil, genel yaşam memnuniyeti ve iyi oluş üzerinde de olumlu etkiler yarattığını göstermektedir.

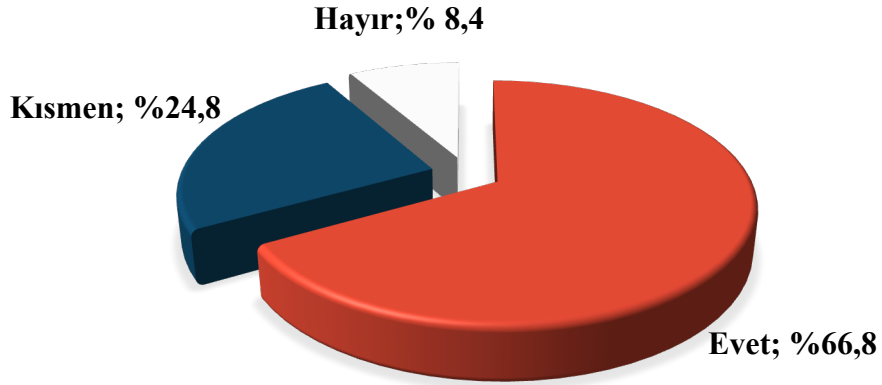
4.1.3.8. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Bağlamında Eğitim Etkisi

Şekil 44: Eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği hakkında farkındalığınızı artırdı mı?



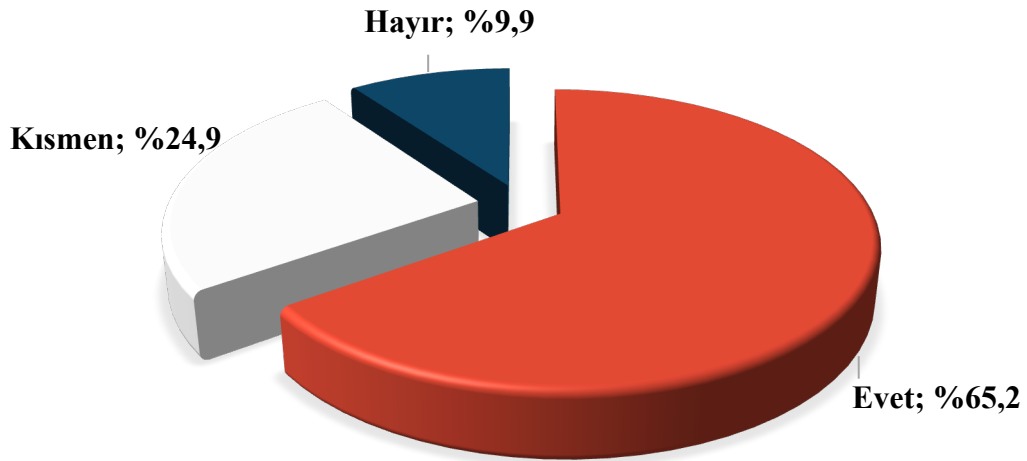
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %64,9'u, eğitimlerin toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki farkındalıklarını artırdığını belirtmiştir. Bu durum, eğitimlerin toplumsal bilinç oluşturma ve eşitlik temelli bakış açısını geliştirme konusunda etkili olduğunu göstermektedir.

Şekil 45: Eğitim sonrası, kadınların ekonomik hayata katılımı konusunda daha bilinçli olduğunuzu düşünüyor musunuz?



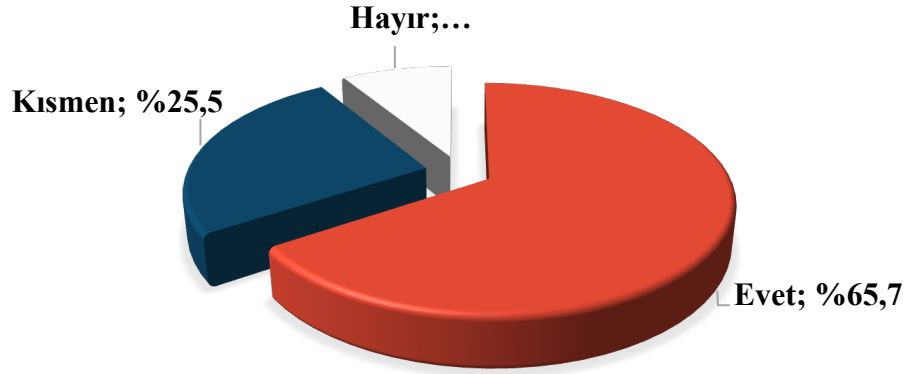
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %66,8'i, eğitim sonrası kadınların ekonomik hayata katılımı konusunda daha bilinçli olduklarını ifade etmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin toplumsal cinsiyet perspektifi kazandırma ve ekonomik eşitlik konularında farkındalık yaratma açısından güçlü bir etki yarattığını göstermektedir.

Şekil 46: Eğitimdeki bilgiler, iş veya girişimcilik faaliyetlerinizde toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifini uygulamanıza yardımcı olacak mı?



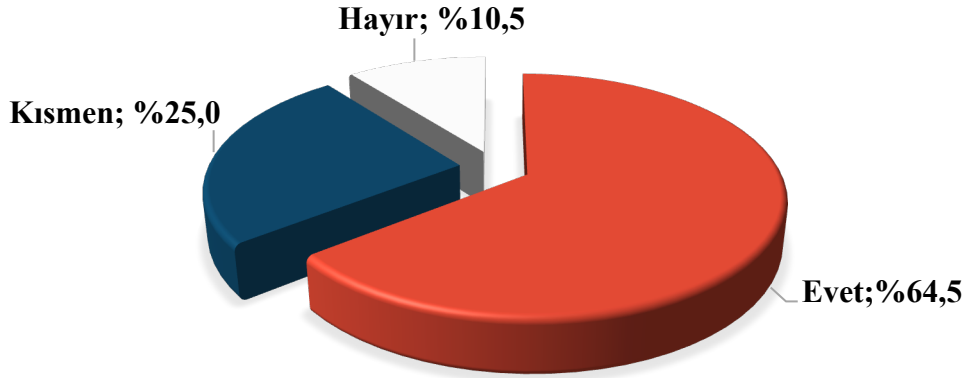
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %65,2'si, eğitimde edindikleri bilgilerin iş veya girişimcilik faaliyetlerinde toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifini uygulamalarına yardımcı olacağını belirtmiştir. Bu bulgu, eğitimlerin sadece bireysel farkındalık değil, aynı zamanda toplumsal etkisi olan pratik davranışlara da yansıdığını göstermektedir.

Şekil 47: Eğitim, iş hayatında kadın ve erkek fırsat eşitliği konusundaki algınızı etkiledi mi?



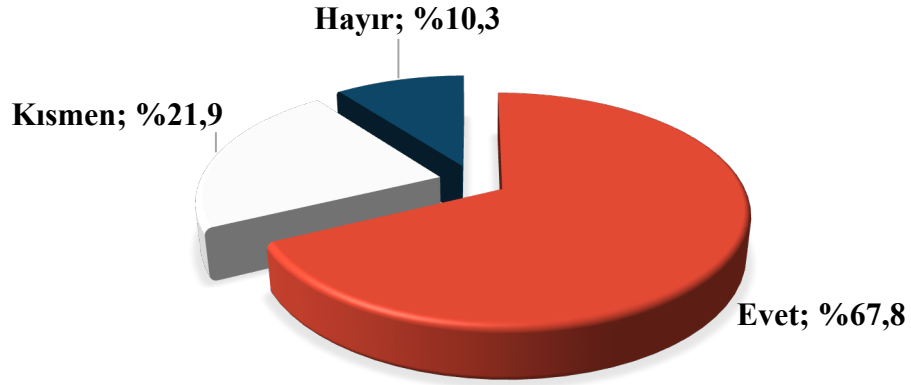
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %65,7'si, eğitimin iş hayatında kadın ve erkek arasındaki fırsat eşitliği konusundaki algılarını etkilediğini ifade etmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık yaratarak katılımcıların iş yaşamına daha eşitlikçi bir bakış açısıyla yaklaşmalarına katkı sunduğunu göstermektedir.

Şekil 48: Eğitim, kadınların liderlik ve yönetim rollerine uygun olduğu fikrini desteklemenizi sağladı mı?



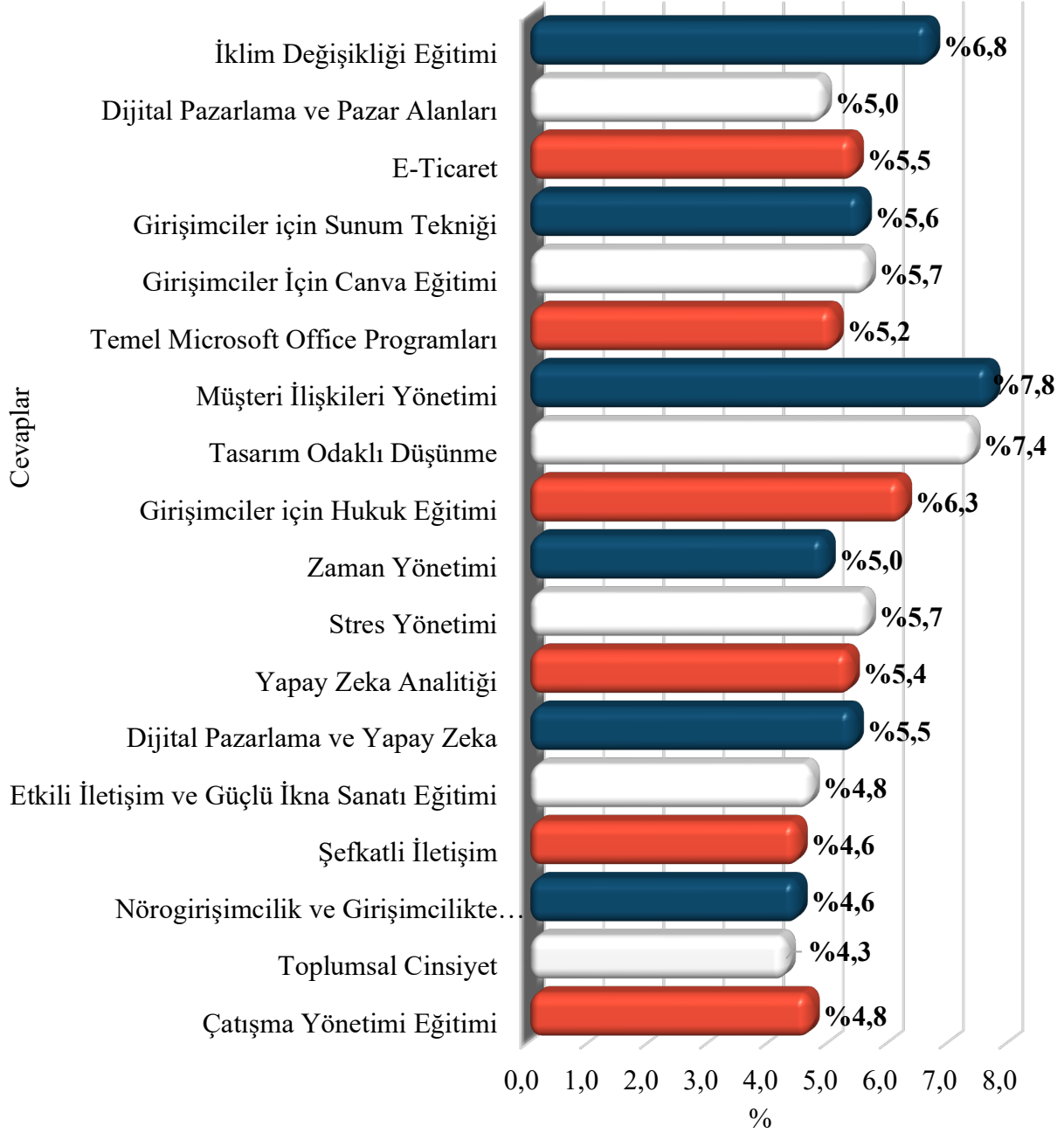
Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %64,5'i, eğitimin kadınların liderlik ve yönetim rollerine uygun olduğu fikrini desteklemelerini sağladığını belirtmiştir. Bu sonuç, eğitimlerin toplumsal kalıpların dönüşümünde etkili olduğunu ve kadınların yönetici rollerde yer almasının meşruiyetini artırdığını göstermektedir.

Şekil 49: Eğitimden sonra cinsiyet eşitliğini savunma konusunda kendinizi daha güçlü hissediyor musunuz?



Sunulan pasta grafiğine göre katılımcıların %67,8'i, eğitim sonrasında cinsiyet eşitliğini savunma konusunda kendilerini daha güçlü hissettiklerini belirtmiştir. Bu bulgu, eğitimlerin katılımcılara yalnızca farkındalık kazandırmakla kalmayıp, aynı zamanda savunuculuk yapma konusunda da güç verdiğini göstermektedir.

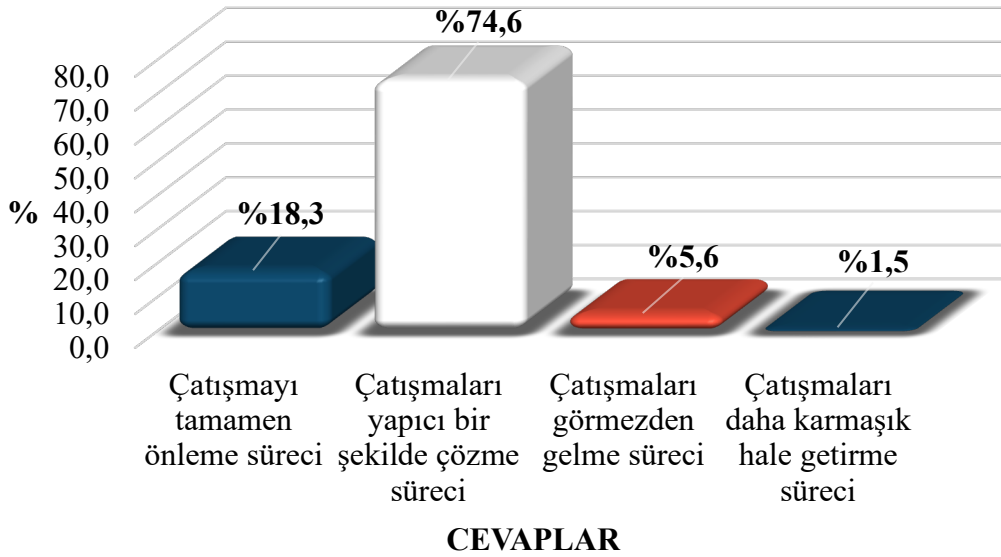
Şekil 50: Hangi Eğitimi Aldınız?



Katılımcıların hangi eğitimlere yöneldiğini gösteren bu dağılım, programın geniş içerik yelpazesinin farklı ilgi alanlarına ve ihtiyaçlara hitap ettiğini göstermektedir. Eğitimlere katılım oldukça dengeli dağılmıştır; en yüksek katılım (%7,8) ile “Müşteri İlişkileri Yönetimi” eğitiminde görülürken, “İklim Değişikliği” (%6,8), “Tasarım Odaklı Düşünme” (%7,4) ve “Girişimciler için Hukuk Eğitimi” (%6,3) gibi tematik alanlara olan ilgi de dikkat çekicidir. Teknoloji temelli eğitimler olan “Yapay Zeka Analitiği”, “Dijital Pazarlama” ve “E-Ticaret” gibi başlıklara da kayda değer bir ilgi olduğu görülmektedir. Aynı zamanda iletişim, stres ve zaman yönetimi gibi kişisel gelişim konularına da yüksek katılım sağlanmıştır. Bu durum, programın hem teknik bilgi hem de kişisel yetkinlik alanlarında katılımcılara destek sağladığını ortaya koymaktadır.

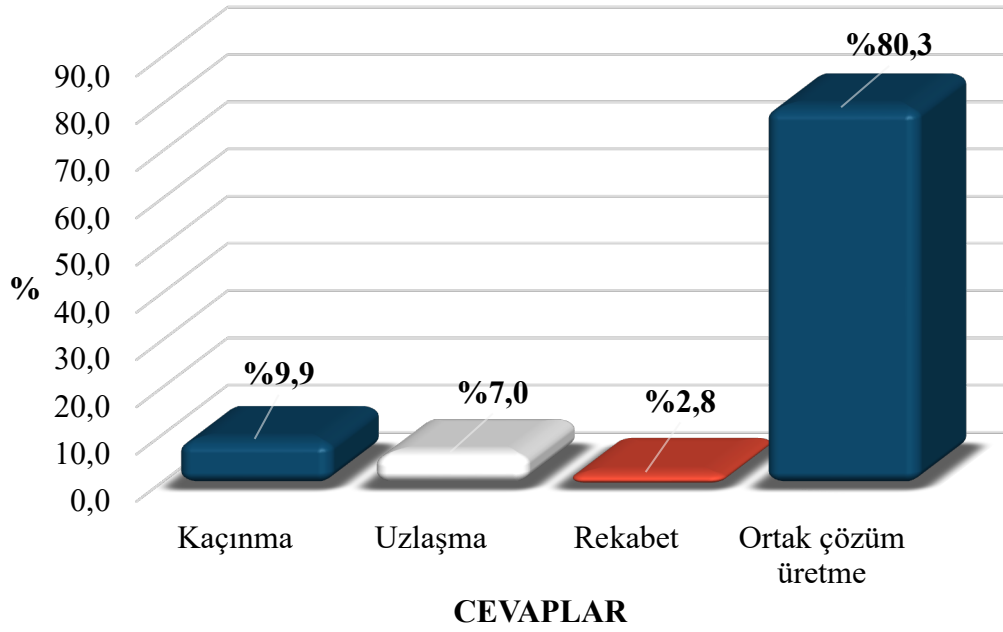
4.1.3.9. Çatışma Yönetimi Eğitimi

Şekil 51: Çatışma yönetimi nedir?



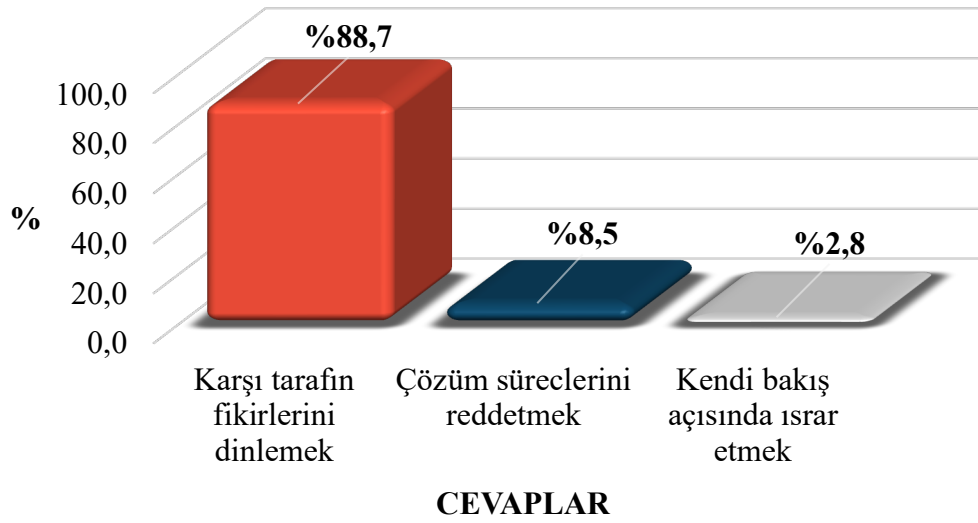
Sunulan çubuk grafiğine göre katılımcıların büyük çoğunluğu çatışma yönetimini, çatışmaları yapıcı bir şekilde çözme süreci olarak tanımlamıştır (%74,6). Bu durum, eğitimin temel amacının katılımcılar tarafından doğru bir şekilde içselleştirildiğini ve çatışma çözümüne yönelik farkındalığın yüksek olduğunu göstermektedir. Özellikle günlük yaşamda ve iş ortamlarında çatışmalarla sağlıklı biçimde başa çıkma becerisinin güçlenmesi açısından bu kazanım oldukça değerlidir.

Şekil 52: Aşağıdaki çatışma yönetimi yöntemlerinden hangisi işbirlikçi bir yaklaşımı temsil eder?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%80,3) çatışma yönetiminde işbirlikçi bir yaklaşım olan “ortak çözüm üretme” yöntemini tercih ederek, yapıcı iletişim ve uzlaşmacı tutumların farkında olduklarını göstermiştir. Bu durum, eğitimin katılımcılar üzerinde olumlu bir etki yarattığını ve temel kavramların başarıyla içselleştirildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle kaçınma, uzlaşma ya da rekabet gibi daha pasif ya da baskın yöntemlerin çok daha az tercih edilmesi, katılımcıların çatışmalara çözüm odaklı yaklaşmayı benimsediklerini göstermesi açısından umut vericidir.

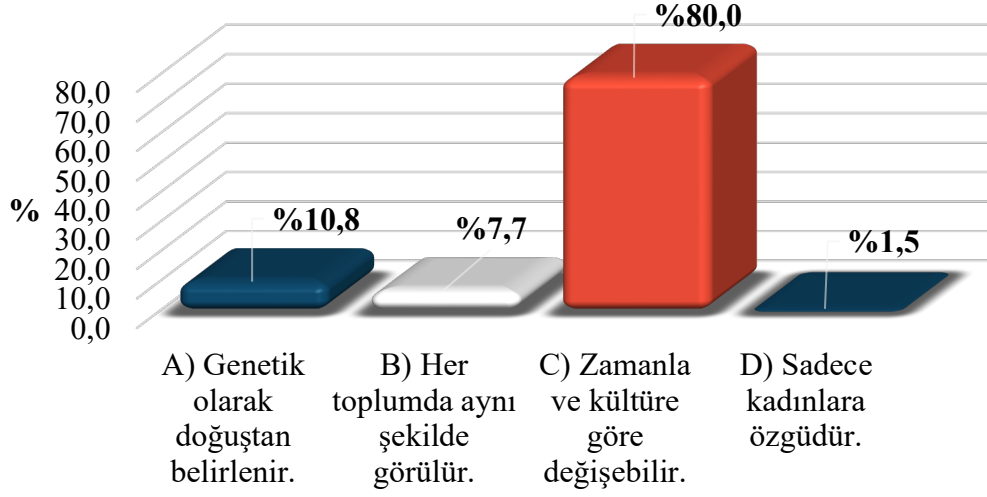
Şekil 53: Çatışma yönetiminde başarılı bir sonuç elde etmek için hangi yöntem önemlidir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%88,7) çatışma yönetiminde başarılı bir sonuç elde etmenin temel koşulu olarak “karşı tarafın fikirlerini dinlemek” seçeneğini işaretlemiştir. Bu sonuç, katılımcıların empati kurma, aktif dinleme ve anlayış geliştirme gibi uzlaşmacı becerilere yüksek düzeyde önem verdiğini göstermektedir. Özellikle bireysel ısrar ya da çözüm reddi gibi olumsuz yaklaşımların çok düşük oranda tercih edilmesi, eğitimin kazanımlarının katılımcıların tutumlarına yansıdığını ve iletişim temelli bir çatışma çözme bilincinin geliştiğini ortaya koymaktadır.

4.1.3.10. Toplumsal Cinsiyet Eğitimi

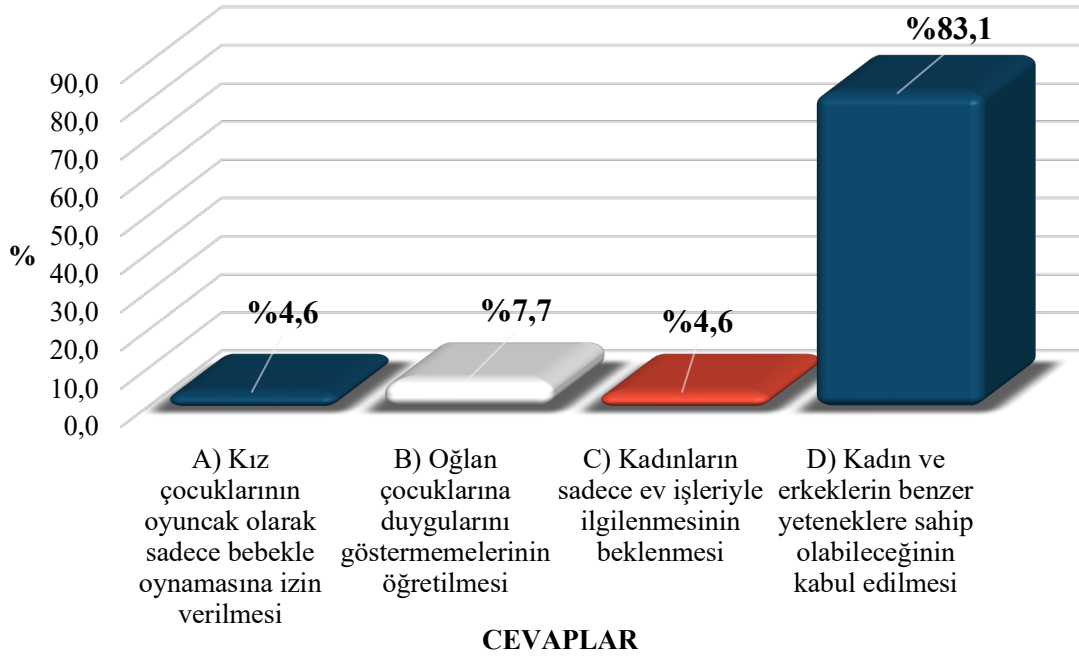
Şekil 54: Aşağıdakilerden hangisi "toplumsal cinsiyet rolleri"nin bir özelliğidir?



CEVAPLAR

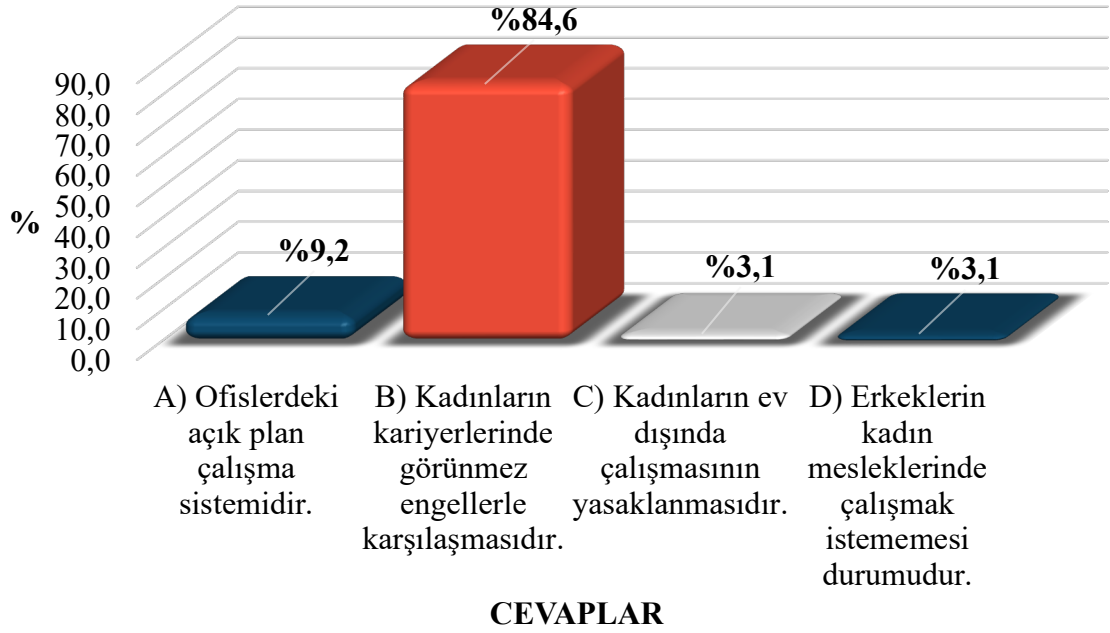
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%80,0), toplumsal cinsiyet rollerinin zamanla ve kültüre göre değişebileceğini ifade ederek bu konudaki farkındalığın oldukça yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Genetik ya da sabit değil, toplumsal yapı ve tarihsel süreçle şekillenen rollerin doğru tanımlanması, eşitlikçi bakış açılarının gelişmesinde önemli bir adımdır. Bu sonuç, katılımcıların toplumsal cinsiyet konusundaki temel kavramları ayırt edebildiğini ve konuya eleştirel bir perspektifle yaklaşabildiğini göstermesi açısından son derece olumludur.

Şekil 55: Aşağıdaki ifadelerden hangisi toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen bir davranıştır?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%83,1), kadın ve erkeklerin benzer yeteneklere sahip olabileceğini kabul ederek toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen tutumu doğru bir şekilde tanımlamıştır. Bu durum, eğitimlerin ve farkındalık çalışmalarının toplumsal normlara dair yerleşik kalıpları sorgulama konusunda etkili olduğunu göstermektedir. Katılımcıların kapsayıcı ve eşitlikçi bir anlayışı benimsediğini yansıtan bu sonuç, cinsiyet temelli önyargıların aşılması için umut verici bir gelişmedir.

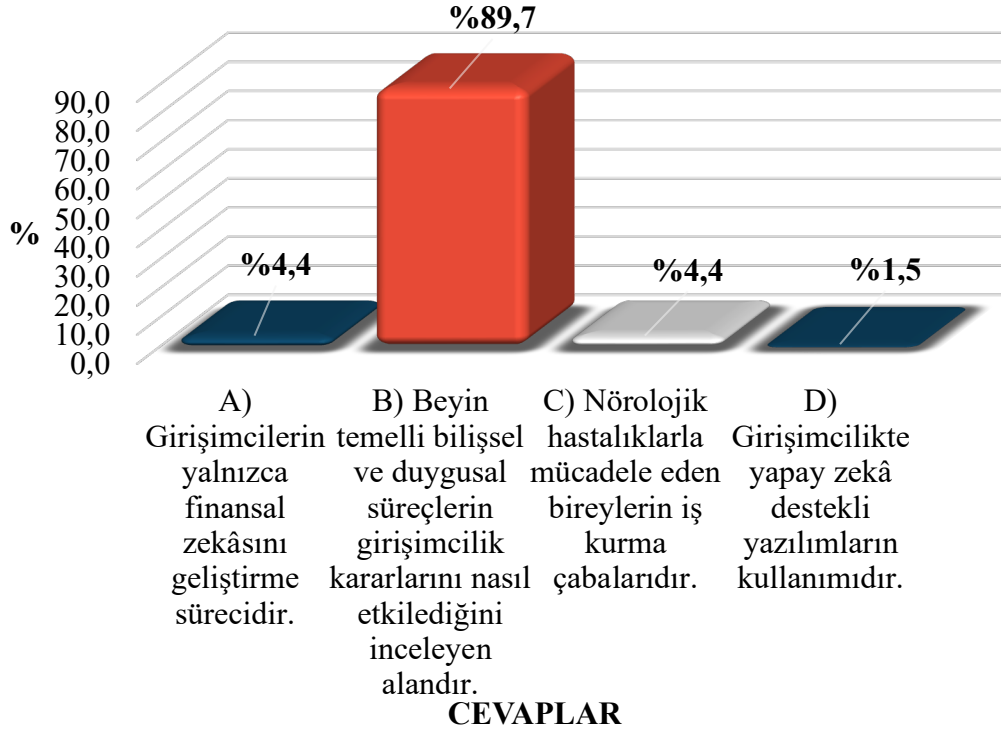
Şekil 56: "Cam tavan" terimi aşağıdakilerden hangisini tanımlar?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%84,6), "cam tavan" kavramını doğru bir şekilde kadınların kariyerlerinde karşılaştığı görünmez engeller olarak tanımlamıştır. Bu bulgu, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine dair farkındalığın yüksek olduğunu göstermektedir. Özellikle iş yaşamındaki engellerin görünmez ama etkili olduğuna dair bu doğru kavrayış, toplumsal cinsiyet eşitliğini savunan politikaların ve eğitimlerin etkili olduğunu yansıtmaktadır. Bu düzeydeki bilinç, dönüşüm ve eşitlik temelli yaklaşımların sahada daha sağlam temellere oturduğunu göstermesi açısından oldukça olumludur.

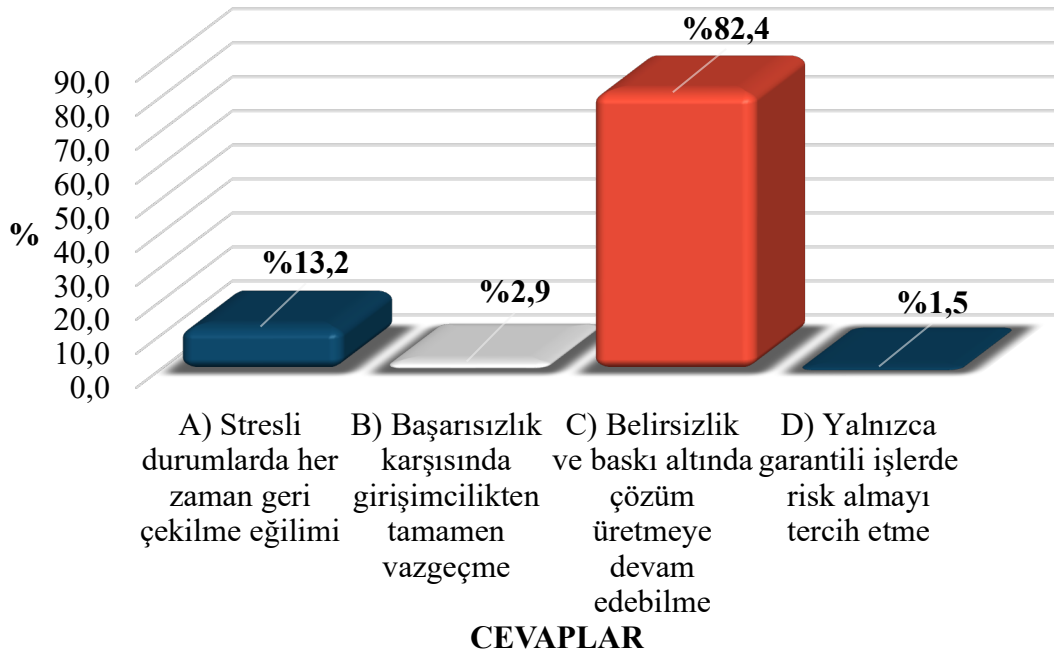
4.1.3.11. Nörogirişimcilik ve Psikolojik Sağlamlılık

Şekil 57: Nörogirişimcilik kavramı aşağıdakilerden hangisini ifade eder?



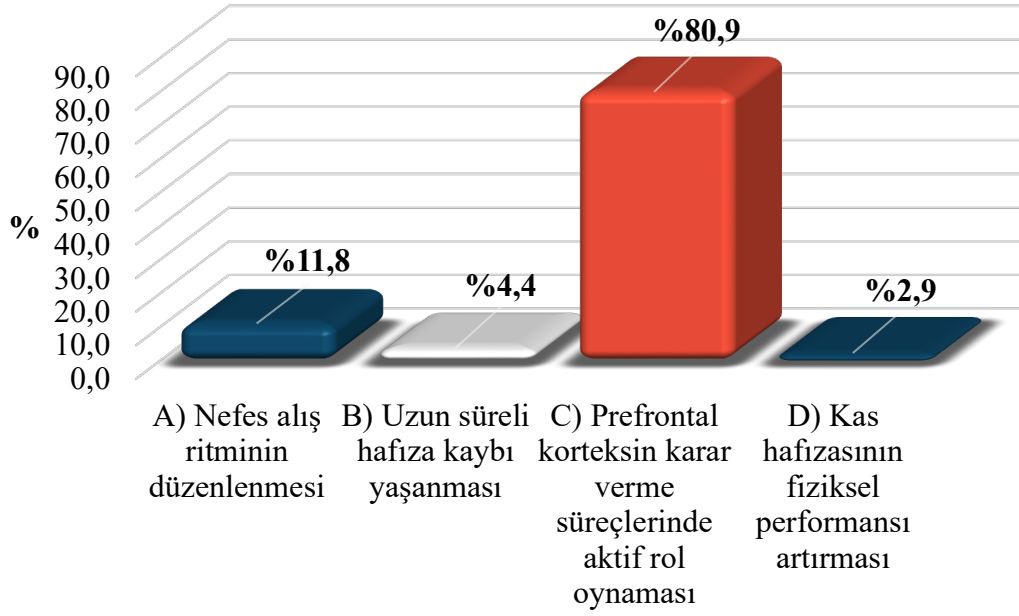
Katılımcıların %89,7'si nörogirişimcilik kavramını doğru şekilde, “beyin temelli bilişsel ve duygusal süreçlerin girişimcilik kararlarını nasıl etkilediğini inceleyen alan” olarak tanımlamıştır. Bu yüksek oran, nörobilim ile girişimcilik arasındaki ilişkiye dair güçlü bir farkındalık olduğunu göstermektedir. Katılımcıların sadece teknik ya da finansal yönlerle değil, karar alma süreçlerinde bilişsel ve duygusal dinamiklerin rolüne de önem verdiği görülmektedir. Bu durum, geleceğin girişimcilerinin daha bütüncül ve insan merkezli yaklaşımlar geliştirme potansiyeline işaret etmektedir.

Şekil 58: Aşağıdakilerden hangisi girişimcide “psikolojik sağlamlılık” göstergesi olarak kabul edilebilir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%82,4), girişimcide psikolojik sağlamlılık göstergesi olarak “belirsizlik ve baskı altında çözüm üretmeye devam edebilme” becerisini doğru bir şekilde tanımlamıştır. Bu güçlü oran, katılımcıların stresle başa çıkma, direnç geliştirme ve değişken koşullarda üretken kalma gibi kritik becerilerin girişimcilik yolculuğundaki önemine dair yüksek bir farkındalığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Girişimcilik gibi dinamik ve belirsizliklerle dolu bir alanda psikolojik dayanıklılığın bu denli önemsenmesi, programın hedeflediği bilişsel dönüşümün başarıyla gerçekleştiğini düşündürmektedir.

Şekil 59: Aşağıdakilerden hangisi nörogirişimcilikte dikkat çeken temel bir beyin fonksiyonudur?

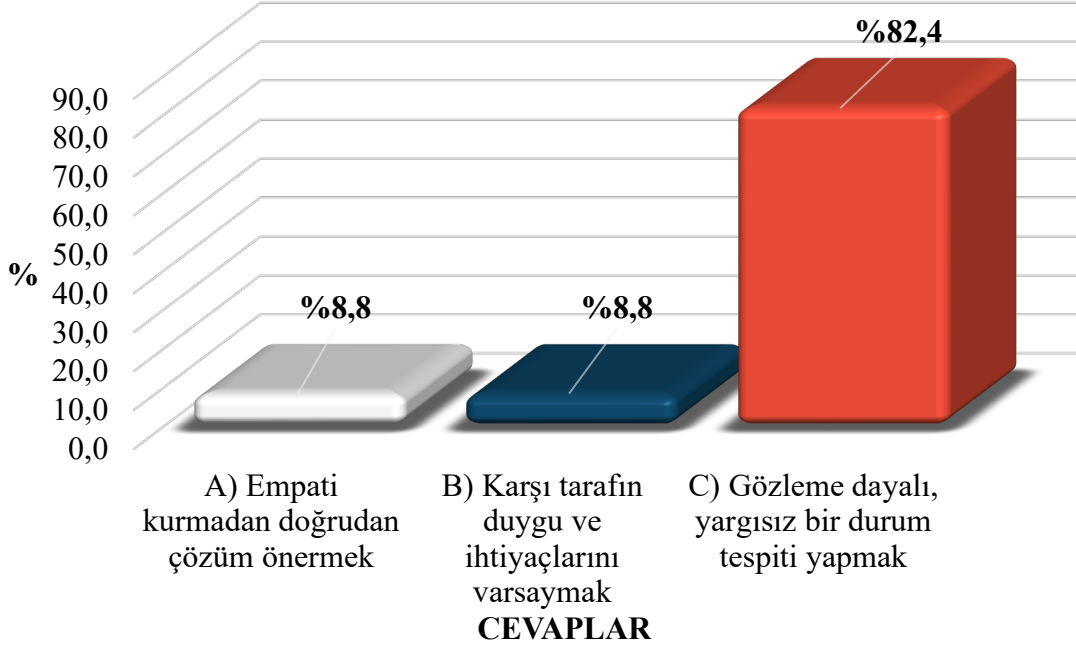


CEVAPLAR

Katılımcıların %80,9'u nörogirişimcilikte dikkat çeken temel beyin fonksiyonunu doğru şekilde "prefrontal korteksin karar verme süreçlerinde aktif rol oynaması" olarak belirtmiştir. Bu oran, girişimcilik kararlarının arkasındaki bilişsel süreçlere dair güçlü bir kavrayışın geliştiğini göstermektedir. Katılımcıların beyin temelli yaklaşımlara olan ilgisi ve farkındalığı, nörogirişimcilik gibi yenilikçi bir alanda daha derinlemesine öğrenmeye açık olduklarını ortaya koymaktadır. Bu da verilen eğitimin hem teorik bilgiyi aktarma hem de düşünsel merakı artırma açısından etkili olduğunu göstermektedir.

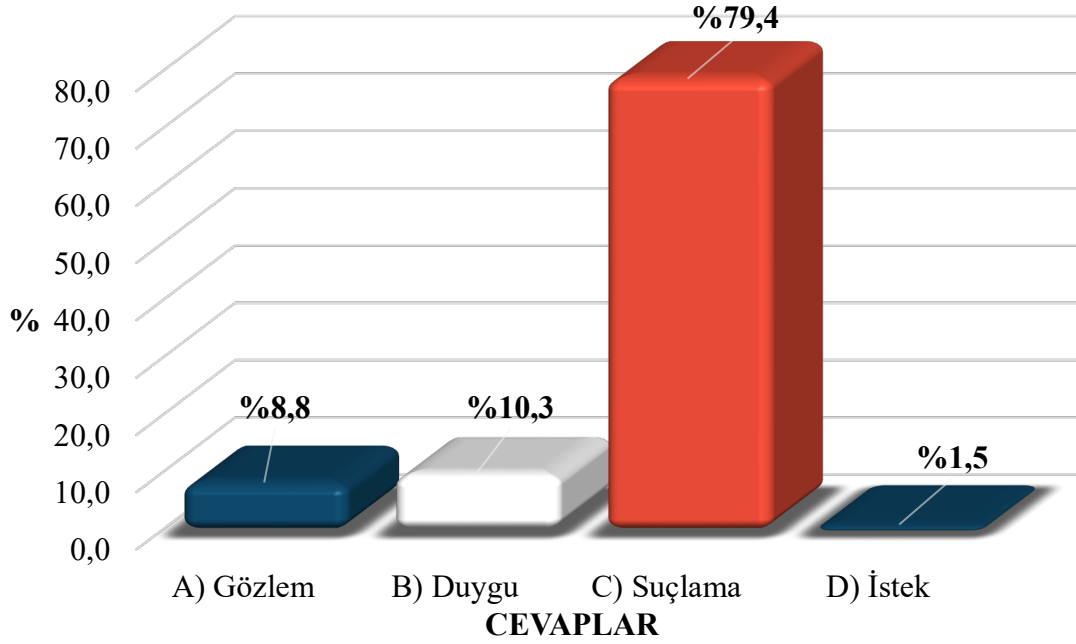
4.1.3.12. Şefkatli İletişim

Şekil 60: Şefkatli iletişimde aşağıdakilerden hangisi iletişimin ilk adımı olarak kabul edilir?



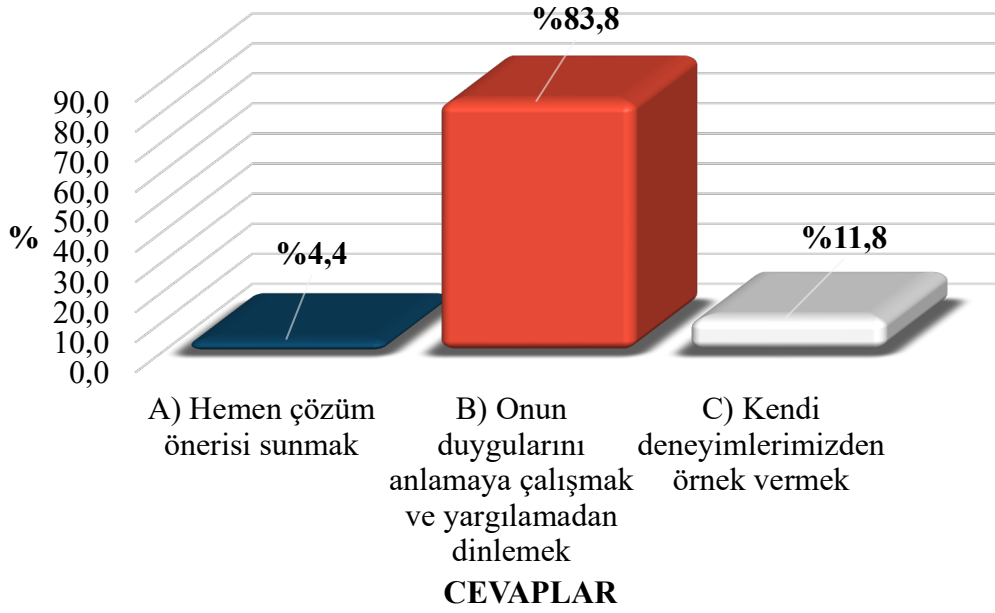
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%82,4), şefkatli iletişimde ilk adımın “gözleme dayalı, yargısız bir durum tespiti yapmak” olduğunu doğru şekilde belirtmiştir. Bu bulgu, katılımcıların sadece teorik bilgi değil, iletişimde empati ve tarafsız gözlem gibi temel ilkeleri de benimsediğini göstermektedir. Bu farkındalık, günlük iletişim kalitesini artırmakla kalmayıp, özellikle çatışma çözümü ve duygusal zekâ gerektiren ortamlarda da daha yapıcı ve anlayışlı bir yaklaşım sergilemelerine katkı sağlar. Eğitimlerin, katılımcıların iletişim becerilerine olumlu yansıdığı net biçimde görülmektedir.

Şekil 61: Aşağıdakilerden hangisi şefkatli iletişimde kullanılan dört temel bileşenden biri değildir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%79,4), “suçlama” seçeneğini doğru biçimde şefkatli iletişimde yer almayan bir unsur olarak tanımlamıştır. Bu sonuç, katılımcıların şefkatli iletişimin temel ilkeleri olan gözlem, duygu, ihtiyaç ve istek boyutlarına dair önemli bir kavrayış geliştirdiğini göstermektedir. Suçlama yerine ihtiyaç temelli ve yapıcı bir dil kullanımını benimsemeleri, iletişim kalitesine ve toplumsal ilişkilerin iyileşmesine katkı sağlayacak olumlu bir kazanım olarak değerlendirilebilir. Eğitimlerin, katılımcılarda bu tür kavramsal ayrımları netleştirmede etkili olduğu anlaşılmaktadır.

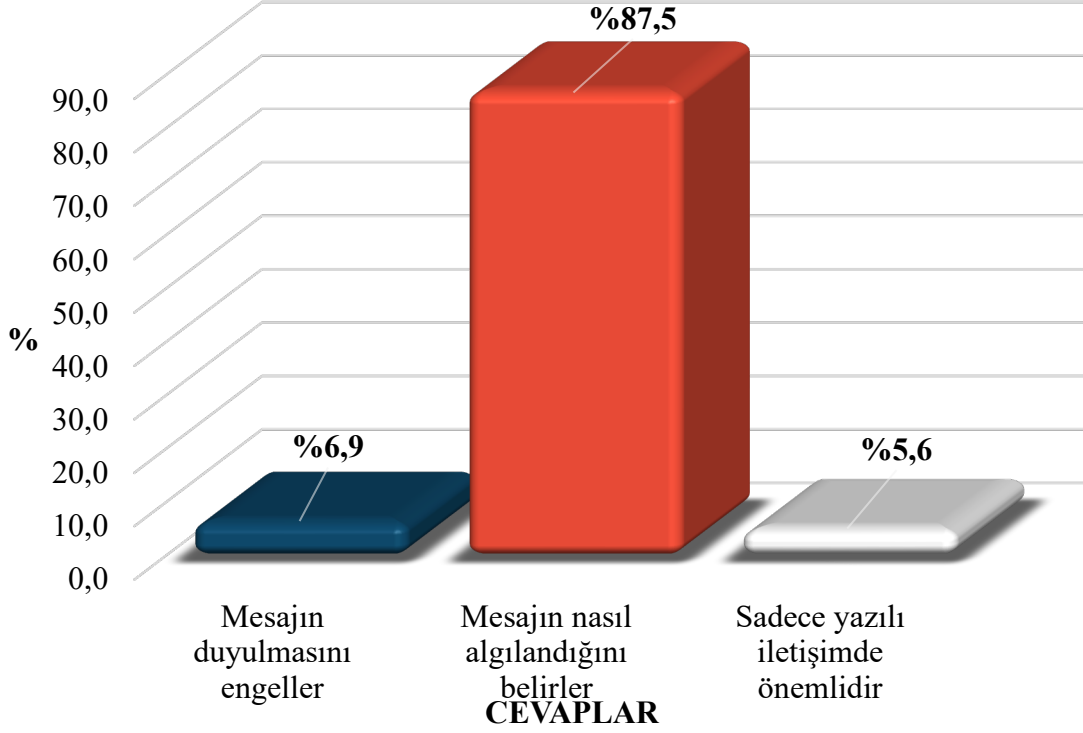
Şekil 62: Bir kişiyle empatik bir bağ kurmak istiyorsak aşağıdakilerden hangisi en doğru yaklaşımdır?



Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%83,8), empatik bir bağ kurmanın en doğru yolunun “onun duygularını anlamaya çalışmak ve yargılamadan dinlemek” olduğunu belirtmiştir. Bu yüksek oran, katılımcıların şefkatli ve anlayış temelli iletişim yaklaşımlarını benimsediğini göstermektedir. Bu durum, sadece bireyler arası ilişkileri güçlendirmekle kalmaz, aynı zamanda toplumsal düzeyde empati kültürünün yaygınlaşmasına da katkı sağlar. Eğitimlerin, katılımcılarda bu farkındalığı güçlendirdiği ve empatik iletişimi davranışa dönüştürme konusunda önemli bir etki yarattığı söylenebilir.

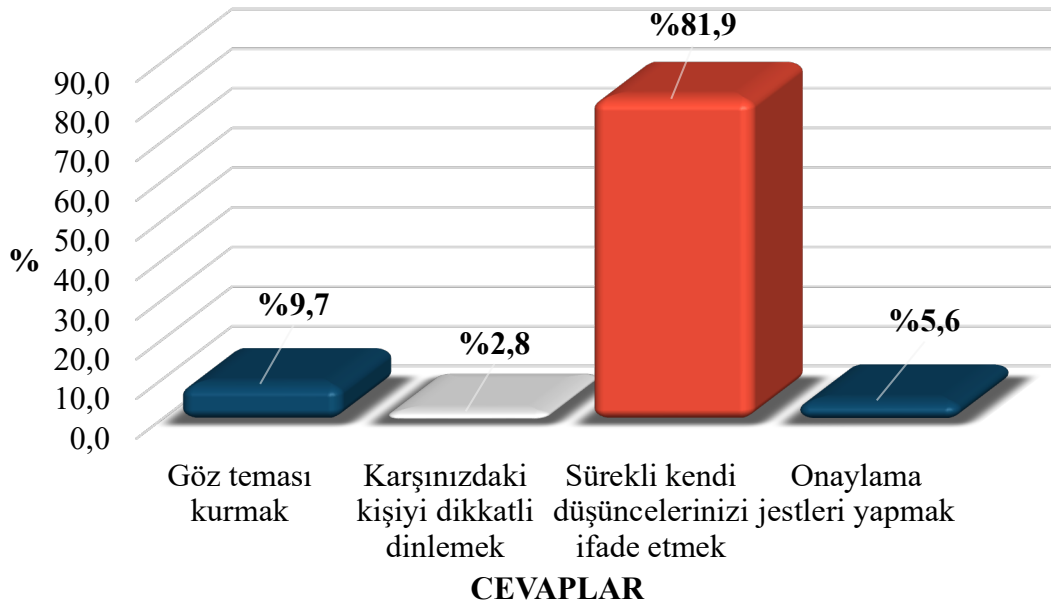
4.1.3.13. Etkili İletişim ve Güçlü İkna Sanatı Eğitimi

Şekil 63: Etkili iletişimde dilin tonu neden önemlidir?



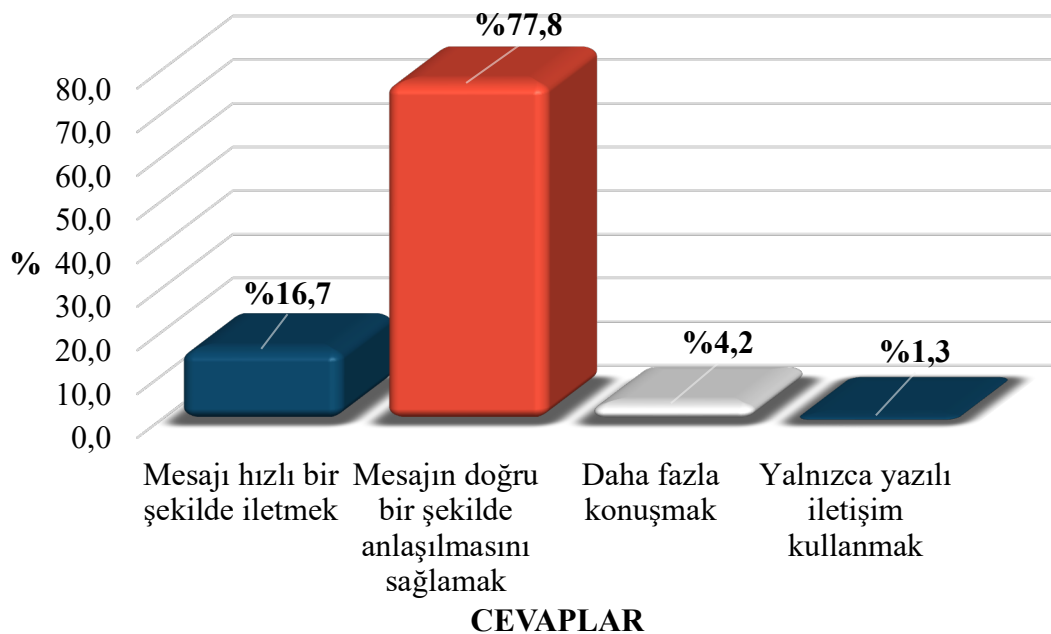
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%87,5), dilin tonunun mesajın nasıl algılandığını belirlemede önemli olduğunu doğru biçimde ifade etmiştir. Bu yüksek oran, etkili iletişimde sadece ne söylendiğinin değil, nasıl söylendiğinin de fark edildiğini göstermektedir. Özellikle iş dünyasında, topluluk önünde konuşmalarda ve bireysel ilişkilerde tonlamanın etkisini kavrayan katılımcılar, iletişim becerilerinde daha bilinçli ve empatik bir yaklaşım sergileyebilecek donanıma sahip olduklarını ortaya koymuştur. Eğitimlerin bu farkındalığı artırmadaki rolü dikkat çekicidir.

Şekil 64: "Aktif dinleme" sürecinde hangi davranış etkili değildir?



Katılımcıların %81,9'u aktif dinleme sürecinde "sürekli kendi düşüncelerini ifade etmenin" etkili bir davranış olmadığını doğru şekilde belirtmiştir. Bu sonuç, katılımcıların etkili iletişim kurmanın temel bileşenlerinden biri olan dinleme becerisine dair farkındalıklarının oldukça gelişmiş olduğunu göstermektedir. Dinlemenin, sadece karşı tarafı duymak değil, anlamaya çalışmak ve kendini geri planda tutarak karşı tarafa alan açmak olduğu bilinci oldukça olumlu bir kazanım olarak değerlendirilebilir. Eğitimlerin bu yönde güçlü bir etki yarattığı söylenebilir.

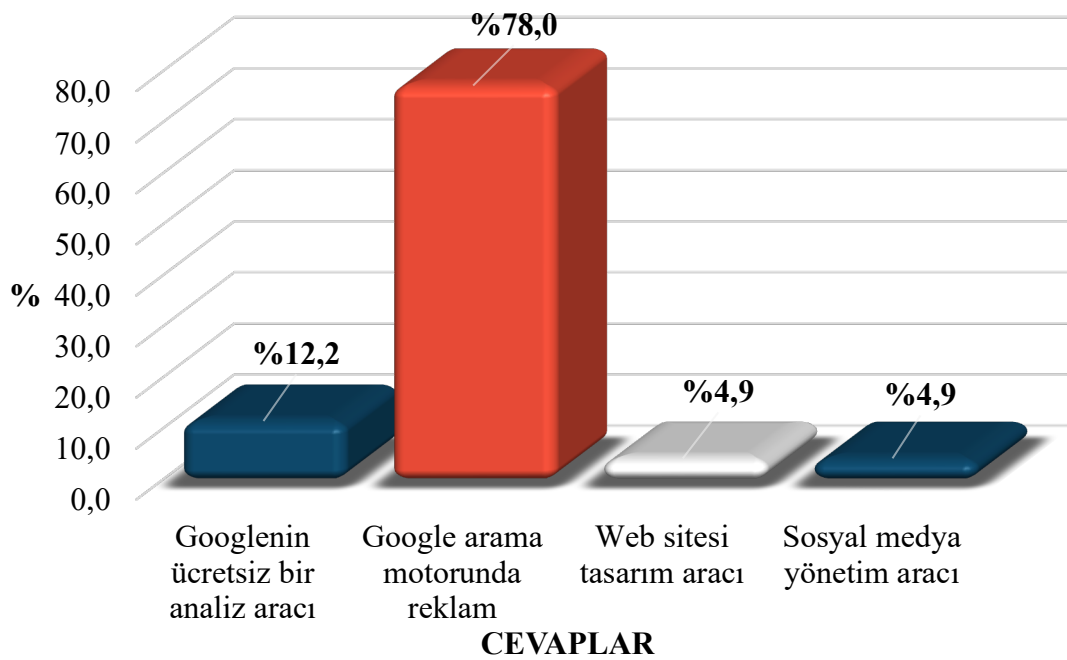
Şekil 65: Etkili iletişim nedir?



Katılımcıların %77,8'i “etkili iletişim”in temelinde mesajın doğru bir şekilde anlaşılmasını sağlamanın yattığını doğru biçimde belirtmiştir. Bu bulgu, iletişimde hızdan ya da mesaj yoğunluğundan çok, anlaşılabilirliğin önemsendiğini ve katılımcıların bu farkındalığa sahip olduğunu göstermektedir. Eğitim sürecinin etkisiyle, yalnızca konuşmanın ya da yazmanın yeterli olmadığı, karşılıklı anlamaya dayalı bir iletişim modelinin benimsendiği söylenebilir. Bu da, daha sağlıklı ve verimli insan ilişkilerinin temelini oluşturur.

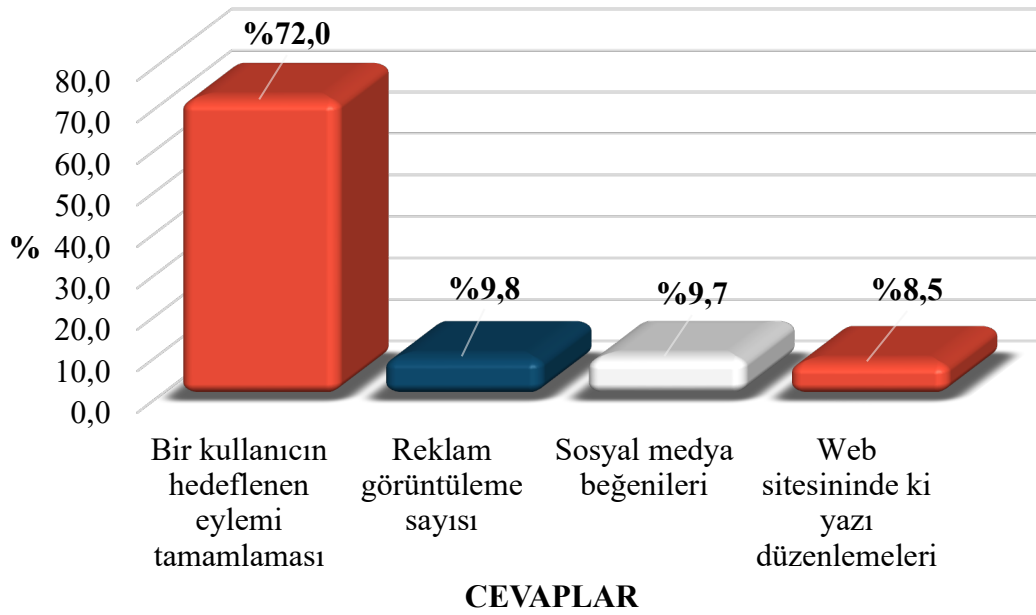
4.1.3.14. Dijital Pazarlama Yapay Zekâ

Şekil 66: Google Ads nedir?



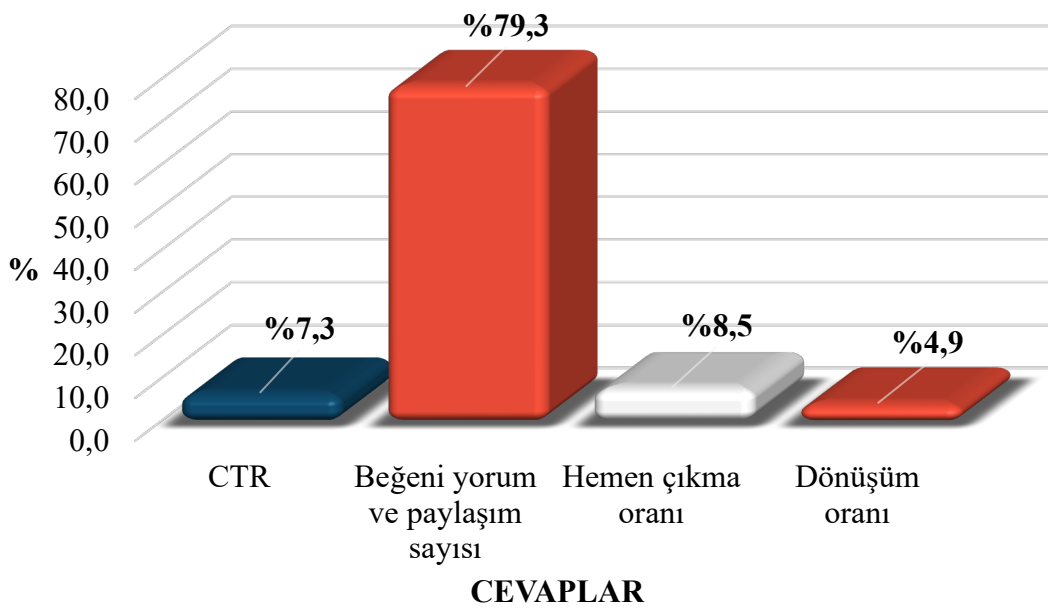
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%78,0), Google Ads'in çevrim içi reklamcılık amacıyla kullanılan bir dijital pazarlama aracı olduğunu doğru şekilde tanımlamıştır. Bu yüksek doğru yanıt oranı, dijital pazarlama alanında temel bilgi düzeyinin sağlam olduğunu ve katılımcıların dijital mecralarda görünürlük artırma yöntemleri hakkında farkındalık kazandığını göstermektedir. Bu da özellikle girişimcilik ve dijital pazarlama eğitimlerinin katılımcıların pratik beceri setlerine katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Şekil 67: Dijital pazarlamada "dönüşüm" (conversion) ne anlama gelir?



Katılımcıların önemli bir kısmı (%72,0), dijital pazarlamada “dönüşüm” kavramını doğru şekilde, bir kullanıcının hedeflenen eylemi tamamlaması olarak tanımlamıştır. Bu oran, dijital stratejilerde başarı kriterlerinin anlaşılmaya başlandığını ve ölçümleme bilincinin geliştiğini göstermektedir. Katılımcıların dijital kampanyaların etkinliğini değerlendirmede kritik rol oynayan bu kavramı tanıyor olması, eğitimlerin pazarlama farkındalığı üzerindeki somut etkisine işaret etmektedir.

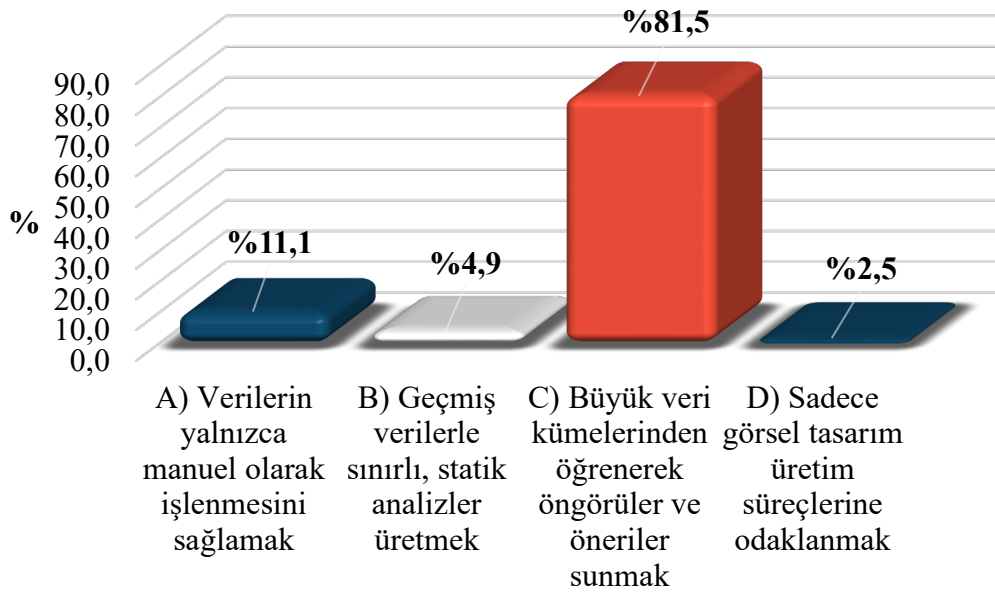
Şekil 68: Dijital pazarlamada hangi metrik sosyal medyada paylaşılan içeriğin popülerliğini ölçer?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%79,3), dijital pazarlamada sosyal medya içeriğinin popülerliğini ölçen temel metrik olarak “beğeni, yorum ve paylaşım sayısı”nı doğru biçimde tanımlamıştır. Bu sonuç, katılımcıların sosyal medya dinamiklerine dair temel kavramları kavradığını ve dijital içeriklerin etkileşim düzeyiyle başarısını ilişkilendirme becerisi kazandığını göstermektedir. Bu farkındalık, sosyal medya kampanyalarının stratejik planlanmasında ve dijital görünürlüğün artırılmasında katılımcıların daha bilinçli adımlar atabileceğine işaret etmektedir.

4.1.3.15. Yapay Zekâ Analitiği

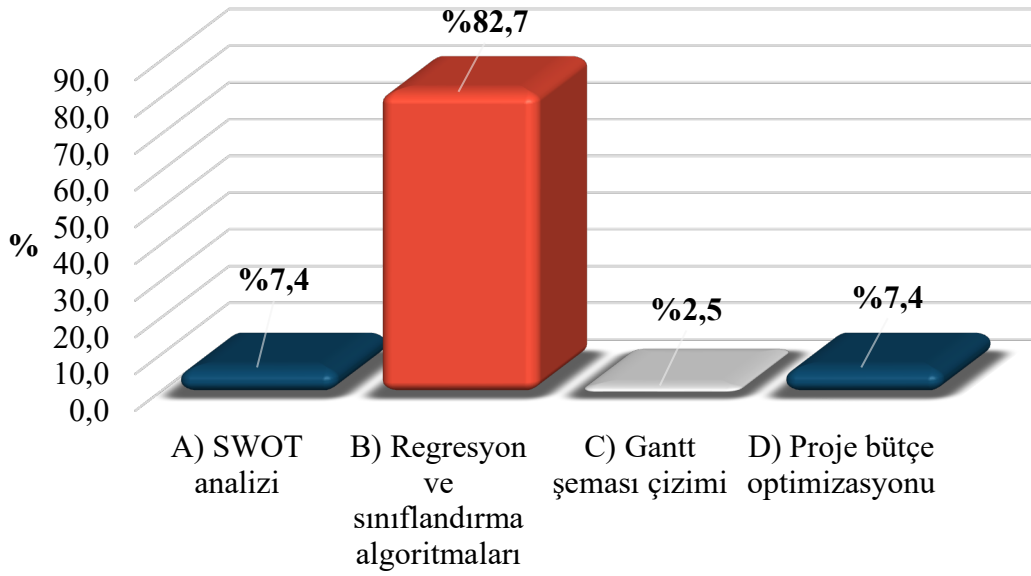
Şekil 69: Aşağıdakilerden hangisi yapay zekâ analitiğinin temel amaçlarından biridir?



CEVAPLAR

Katılımcıların büyük çoğunluğu (%81,5), yapay zekâ analitiğinin temel amacını “büyük veri kümelerinden öğrenerek öngörüler ve öneriler sunmak” şeklinde doğru biçimde ifade etmiştir. Bu güçlü oran, katılımcıların yalnızca temel tanımları değil, yapay zekânın karar destek süreçlerindeki stratejik rolünü de kavradığını göstermektedir. Bu farkındalık, veri odaklı düşünme becerilerinin geliştiğini ve katılımcıların teknoloji temelli çözümler üretme konusunda potansiyel taşıdığını ortaya koymaktadır. Eğitim içeriğinin bu doğrultudaki katkısı net bir şekilde hissedilmektedir.

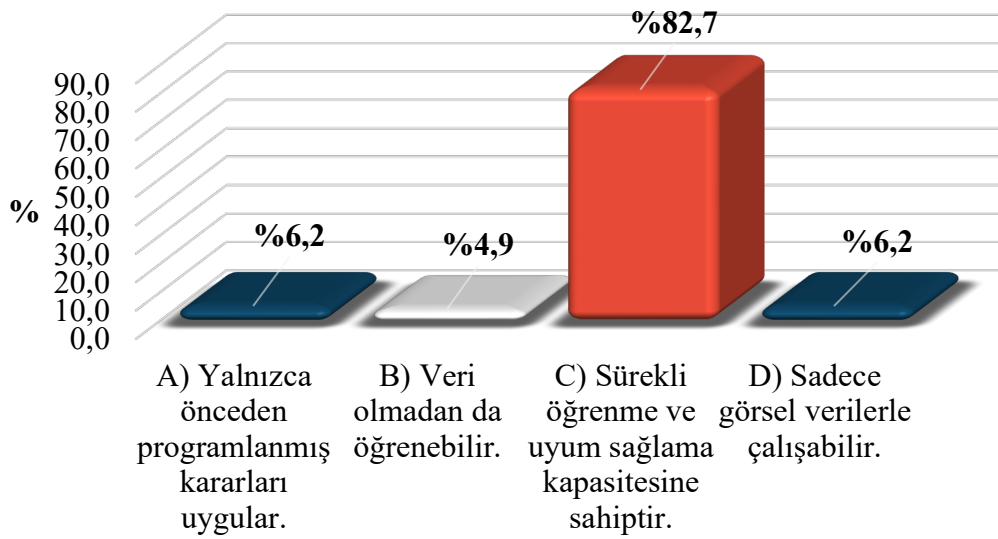
Şekil 70: Aşağıdakilerden hangisi yapay zekâ tabanlı veri analitiği süreçlerinde kullanılan yaygın bir yöntemdir?



CEVAPLAR

Katılımcıların %82,7'si, yapay zekâ tabanlı veri analitiği süreçlerinde yaygın olarak kullanılan yöntemi doğru şekilde “regresyon ve sınıflandırma algoritmaları” olarak belirtmiştir. Bu yüksek doğru yanıt oranı, katılımcıların yalnızca temel kavramlara değil, aynı zamanda yapay zekânın teknik uygulama alanlarına da hâkim olmaya başladığını göstermektedir. Eğitim içeriklerinin teknik derinliği başarıyla aktarılmış ve katılımcıların uygulama düzeyinde bilgi kazanımları desteklenmiştir. Bu durum, dijitalleşme çağında veri okuryazarlığının artması içine önemli ve umut verici bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

Şekil 71: Yapay zekâ analitiği ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

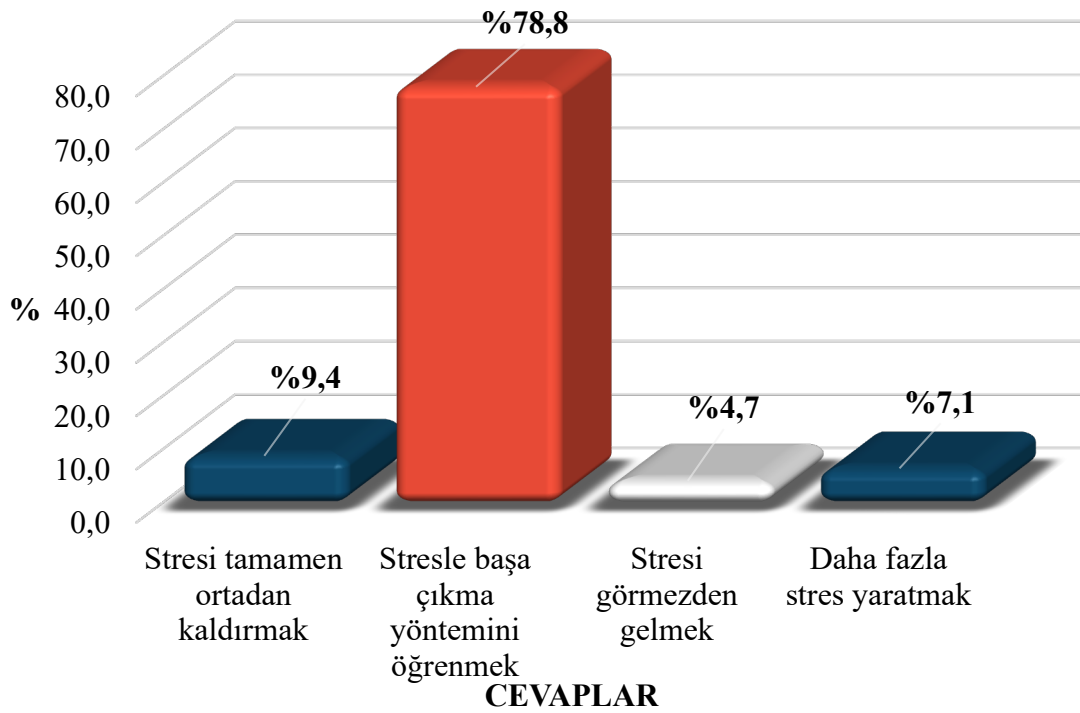


CEVAPLAR

Katılımcıların %82,7'si, yapay zekâ analitiği ile ilgili doğru ifadeyi “sürekli öğrenme ve uyum sağlama kapasitesine sahiptir” şeklinde belirtmiştir. Bu yüksek doğru yanıt oranı, katılımcıların yapay zekânın yalnızca statik bir araç değil, dinamik ve gelişime açık bir teknoloji olduğuna dair temel farkındalığı edindiğini ortaya koymaktadır. Eğitim içeriklerinin kavramsal düzeyde iyi aktarıldığı ve teknik bilgilerin anlaşılır biçimde içselleştirildiği görülmektedir. Bu da, katılımcıların gelecekte veri odaklı karar alma süreçlerine daha etkin biçimde dahil olabileceklerinin bir göstergesidir.

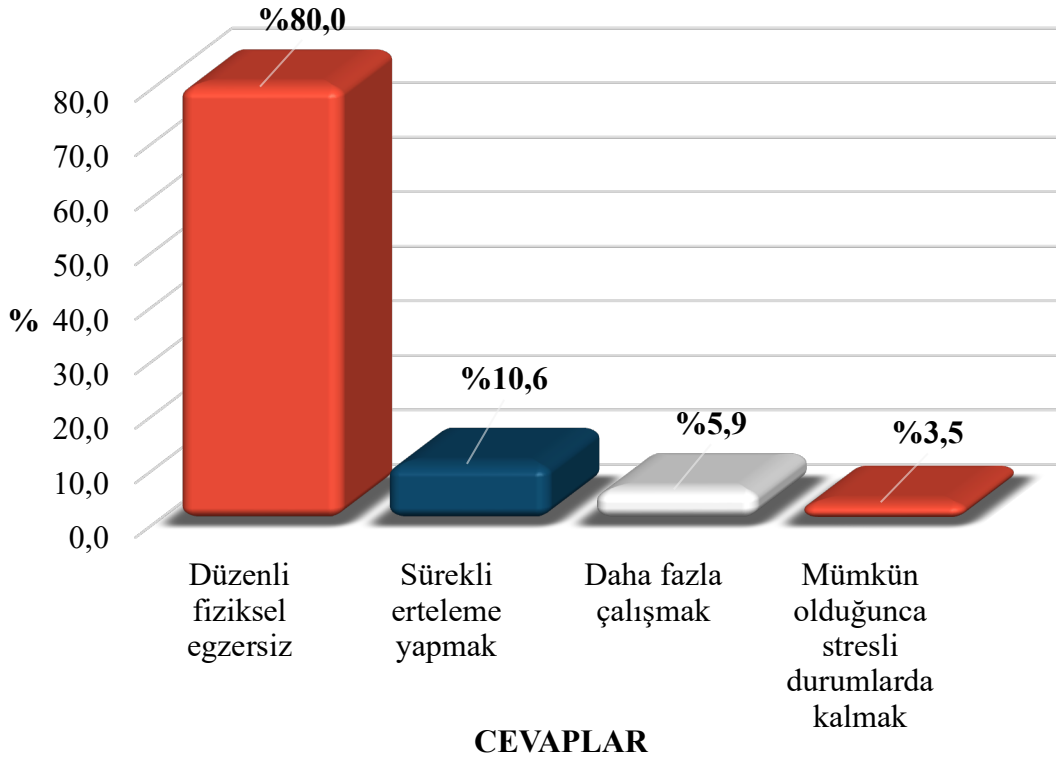
4.1.3.16. Stres Yönetimi Eğitimi

Şekil 72: Stres yönetiminin temel amacı nedir?



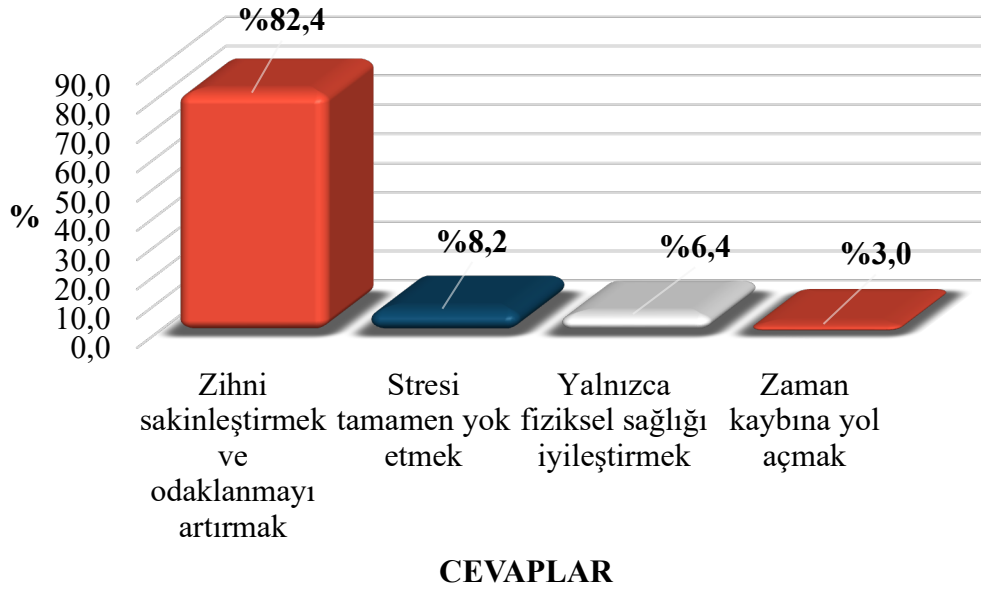
Katılımcıların %78,8'i, stres yönetiminin temel amacını doğru biçimde “stresle başa çıkma yöntemini öğrenmek” olarak ifade etmiştir. Bu güçlü oran, katılımcıların stresin yaşamın doğal bir parçası olduğunu ve önemli olanın onunla etkili şekilde başa çıkmayı öğrenmek olduğunu kavradığını göstermektedir. Eğitimler sayesinde bireylerin stresle sağlıklı yollarla baş etme konusunda farkındalık kazandığı ve bu beceriyi hem kişisel hem profesyonel yaşamlarına entegre etmeye istekli oldukları anlaşılmaktadır. Bu durum, psikolojik sağlık ve duygusal dayanıklılık açısından umut verici bir gelişmedir.

Şekil 73: Stresle başa çıkmak için hangi yöntem etkili olabilir?



Katılımcıların %80,0'ı stresle başa çıkmada en etkili yöntemi doğru biçimde belirlemiştir. Bu yüksek oran, bireylerin stresle mücadelede sağlıklı stratejileri tanıdığını ve uygulamaya yönelik bilinç kazandığını göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğunun bu farkındalığa sahip olması, eğitimlerin stres yönetimi konusunda işlevsel bir katkı sağladığını ve bireylerin psikolojik dayanıklılığını güçlendirmeye yönelik olumlu bir zemin oluşturduğunu göstermektedir. Bu eğilim, hem kişisel refah hem de iş yaşamında verimlilik açısından değerli bir kazanımdır.

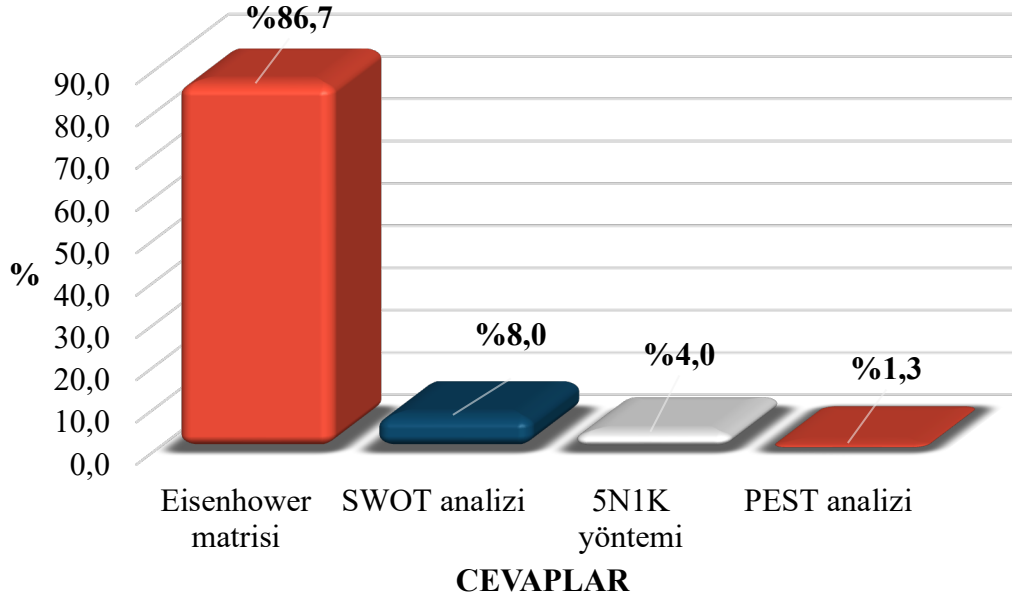
Şekil 74: Meditasyonun stresi azaltmadaki rolü nedir?



Katılımcıların %82,4'ü meditasyonun stres azaltmadaki temel rolünü doğru şekilde “zihni sakinleştirmek ve odaklanmayı artırmak” olarak belirtmiştir. Bu yüksek oran, bireylerin meditasyonun zihinsel rahatlama, farkındalık ve stres yönetimi üzerindeki etkilerine dair güçlü bir farkındalığa sahip olduğunu göstermektedir. Meditasyonun yalnızca fiziksel değil, psikolojik iyi oluş üzerinde de etkili bir araç olarak algılanması, eğitimlerin bu konudaki bilinç düzeyini artırdığını ve katılımcıların kendi içsel kaynaklarını daha etkin kullanabildiğini ortaya koymaktadır.

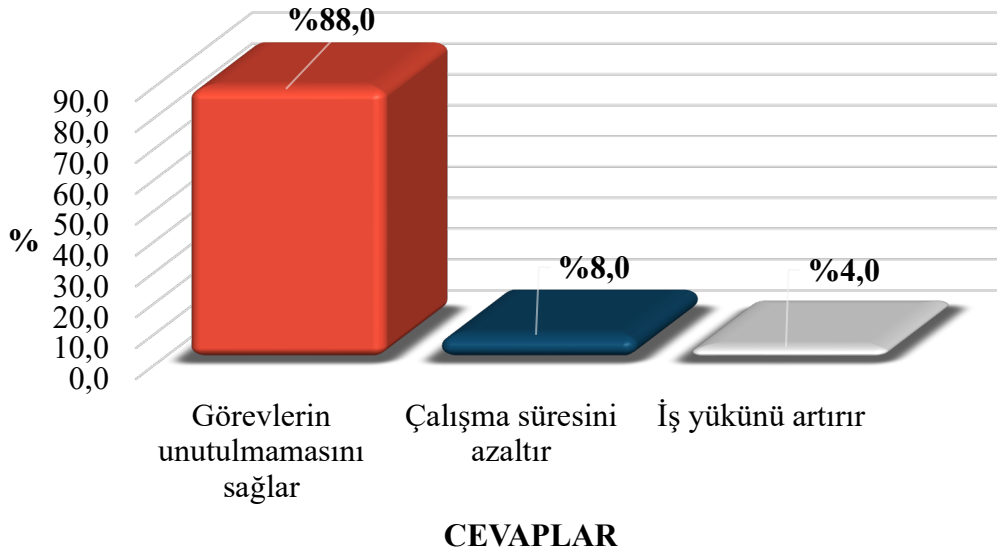
4.1.3.17. Zaman Yönetimi Eğitimi

Şekil 75: Bir görevin önceliğini belirlemek için hangi yöntem kullanılır?



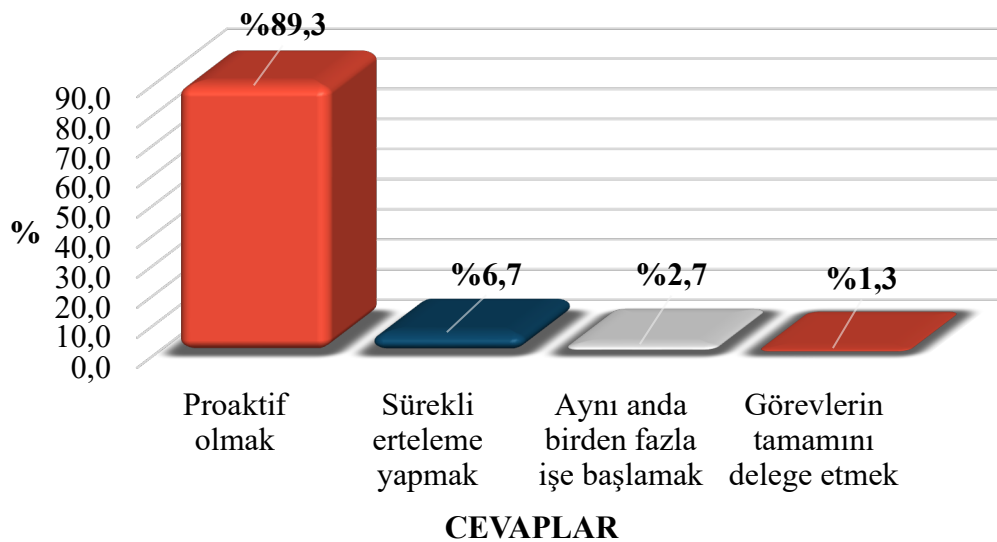
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%86,7), bir görevin önceliğini belirlemede Eisenhower matrisi yöntemini doğru şekilde tanımlamıştır. Bu sonuç, zaman yönetimi ve önceliklendirme konusunda güçlü bir farkındalık geliştiğini göstermektedir. Eisenhower matrisi gibi sistematik araçların yaygın olarak bilinmesi, katılımcıların görevleri aciliyet ve önem düzeyine göre ayırabildiğini ve verimli çalışma alışkanlıkları geliştirebildiğini ortaya koymaktadır. Bu da planlama ve karar alma süreçlerinde daha etkili bireyler haline geldiklerini göstermektedir.

Şekil 76: Zaman yönetiminde "yapılacaklar listesi" neden önemlidir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%88,0), zaman yönetiminde “yapılacaklar listesinin” görevlerin unutulmamasını sağladığını doğru biçimde belirtmiştir. Bu güçlü oran, bireylerin planlı çalışmanın ve günlük iş takibinin verimlilik üzerindeki etkisini fark ettiğini göstermektedir. Yapılacaklar listesi oluşturma alışkanlığının yaygınlaşması, hem bireysel hem de profesyonel yaşamda daha organize ve üretken bir yaklaşım benimsendiğine işaret etmektedir. Bu da zaman yönetimi becerilerinin gelişiminde olumlu bir eğilimi yansıtmaktadır.

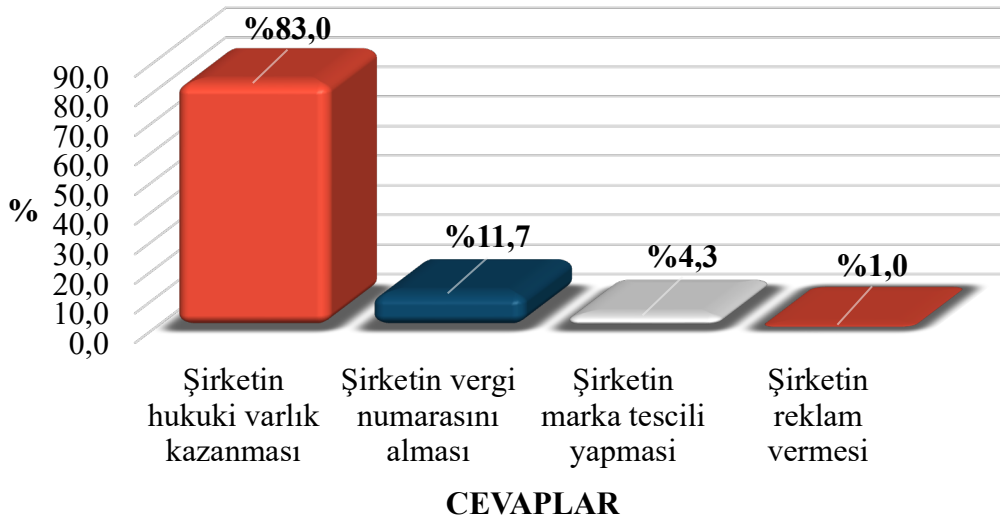
Şekil 77: Zaman kaybını önlemek için hangi alışkanlık faydalıdır?



Katılımcıların %89,3'ü, zaman kaybını önlemek için “proaktif olmanın” en faydalı alışkanlık olduğunu doğru biçimde belirtmiştir. Bu yüksek oran, bireylerin sadece zamanı yönetmekle kalmayıp öncelik belirleme, planlama ve harekete geçme konularında da farkındalık geliştirdiğini göstermektedir. Proaktif bir yaklaşım, hem kişisel hedeflere ulaşmada hem de iş hayatında verimliliği artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu sonuç, eğitimlerin etkili zaman yönetimi alışkanlıkları kazandırma konusunda başarılı olduğunu ortaya koymaktadır.

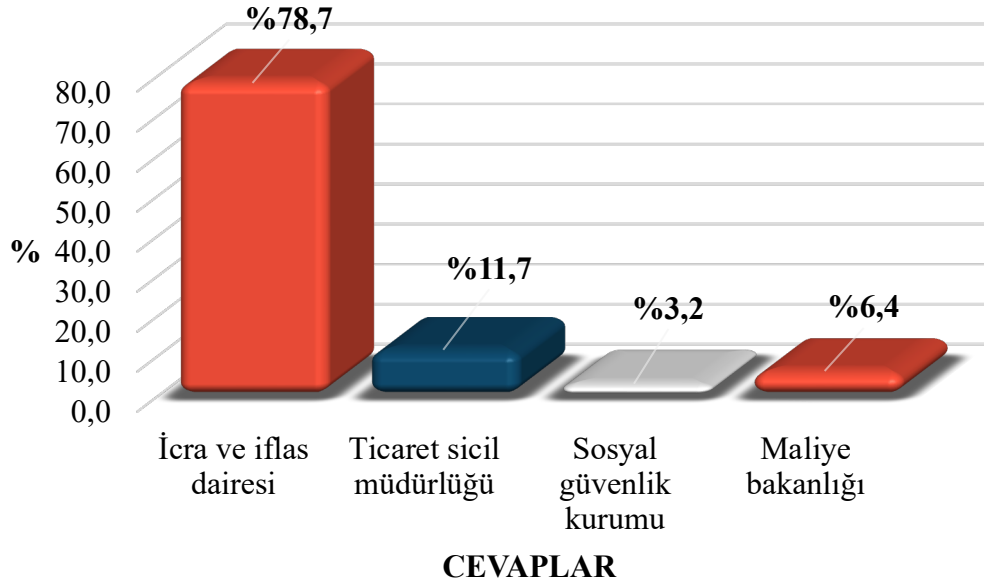
4.1.3.18. Girişimciler İçin Şirketler Hukuku Eğitimi

Şekil 78: Şirketlerin Ticaret Siciline kayıt yaptırması ne anlama gelir?



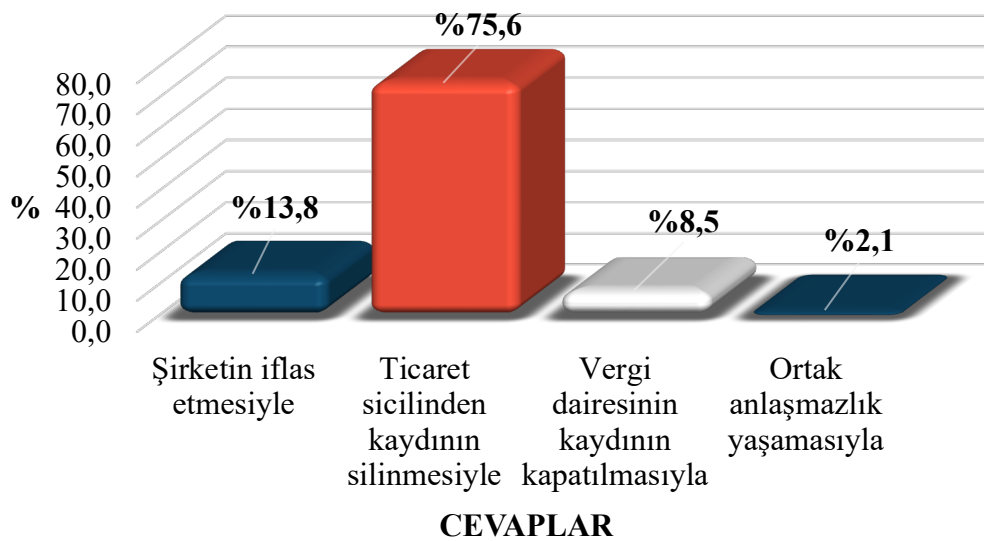
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%83,0), şirketlerin Ticaret Siciline kayıt yaptırmasının “hukuki varlık kazanmak” anlamına geldiğini doğru şekilde belirtmiştir. Bu sonuç, girişimcilerin şirketleşme sürecinin en temel adımı olan resmî tanınma ve yasal yükümlülükler konusuna dair yüksek bir farkındalığa sahip olduğunu göstermektedir. Ticaret Sicili kaydı, işletmenin tüzel kişilik kazanarak resmi olarak faaliyete geçmesi için zorunlu bir adımdır. Bu yüksek doğru yanıt oranı, eğitimlerin temel ticaret hukuku ve girişimcilik altyapısına katkı sağladığını da göstermektedir.

Şekil 79: Bir şirketin iflas başvurusunda bulunması durumunda hangi kurum devreye girer?



Katılımcıların %78,7'si, bir şirketin iflas başvurusunda bulunması durumunda devreye giren kurumun "İcra ve İflas Dairesi" olduğunu doğru şekilde işaretlemiştir. Bu oran, katılımcıların temel ticaret hukuku süreçlerine dair bilgi sahibi olduğunu ve özellikle iflas gibi kritik durumlarda hangi resmi kurumların rol oynadığını ayırt edebildiğini göstermektedir. Şirketlerin finansal zorluklar karşısında nasıl bir hukuki süreçle karşılaşacaklarına dair bu farkındalık, girişimcilik eğitiminin hukuki boyutuna yapılan katkının etkili olduğunu da yansıtmaktadır.

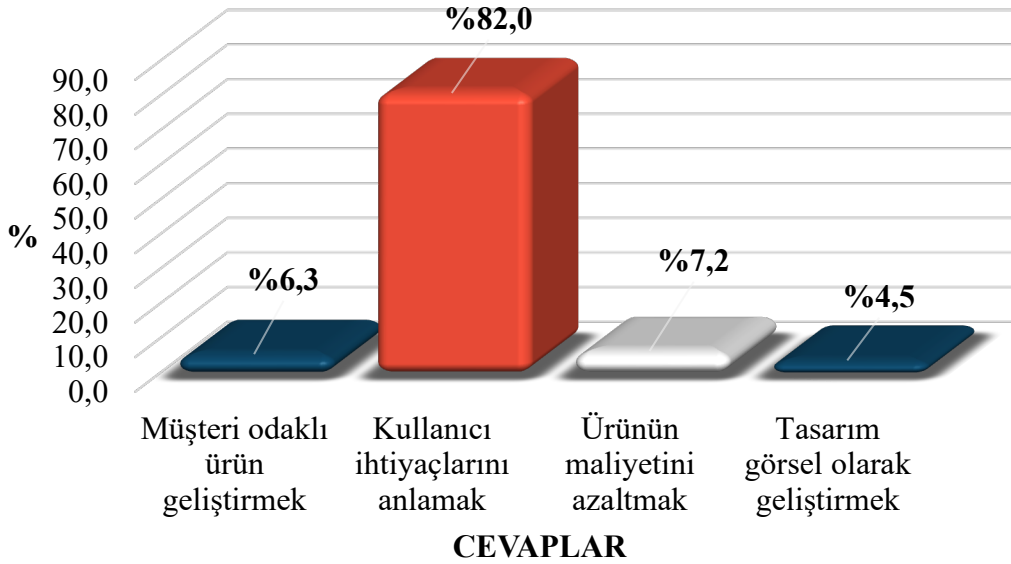
Şekil 80: Şirketlerin hukuki kişiliği ne zaman sona erer?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%75,6), şirketlerin hukuki kişiliğinin “ticaret sicilinden kaydının silinmesiyle” sona erdiğini doğru şekilde belirtmiştir. Bu yüksek oran, katılımcıların şirketlerin tüzel kişilik statüsüyle ilgili temel hukuki süreci kavradığını göstermektedir. Aynı zamanda şirket kapanışlarının yalnızca iflasla değil, resmi sicil işlemleriyle tamamlandığına dair farkındalığın yaygın olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, girişimcilik veya şirket yönetimi konularında temel yasal bilgi düzeyinin güçlü olduğuna işaret eder.

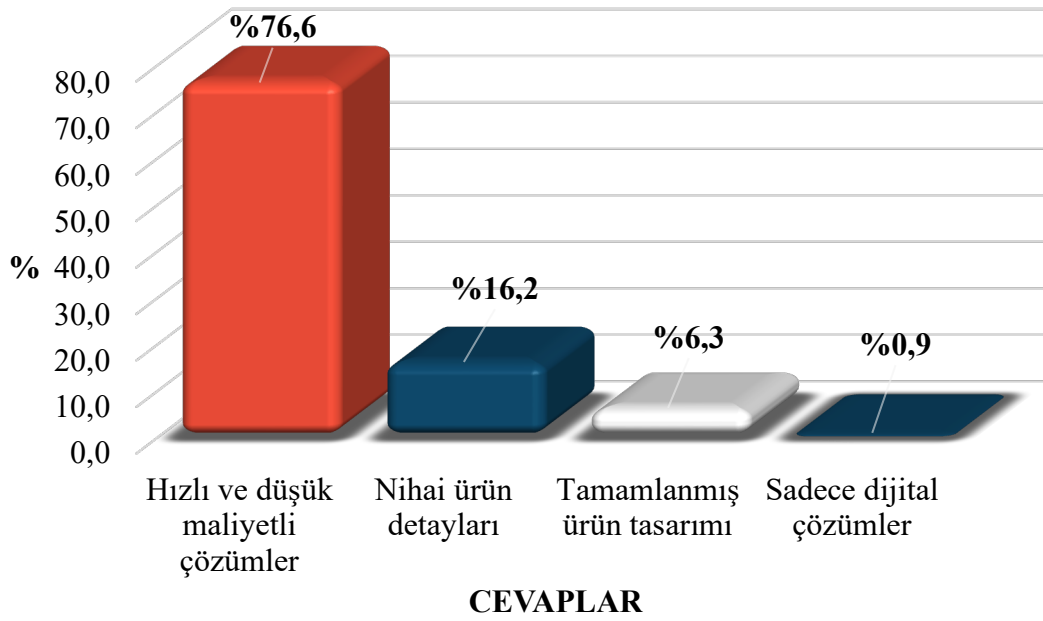
4.1.3.19. Tasarım Odaklı Düşünme Eğitimi

Şekil 81: Tasarım odaklı düşünmenin temel amacı nedir?



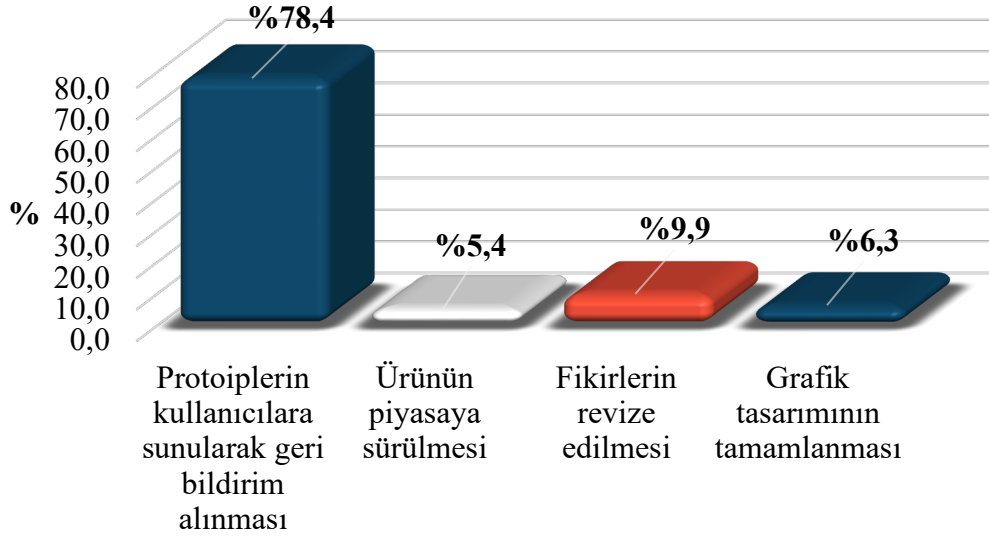
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%82,0), tasarım odaklı düşünmenin temel amacını "kullanıcı ihtiyaçlarını anlamak" olarak doğru biçimde belirtmiştir. Bu yüksek oran, kullanıcı merkezli yaklaşımların giderek daha fazla benimsendiğini ve katılımcıların problem çözüm süreçlerinde empati, gözlem ve ihtiyaç analizi gibi temel unsurların farkında olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, özellikle eğitim veya uygulamalı tasarım süreçlerinin hedef kitleye etkili şekilde aktarıldığını da göstermektedir.

Şekil 82: Prototip oluştururken hangi yaklaşımlar tercih edilir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%76,6), prototip oluştururken "hızlı ve düşük maliyetli çözümler" tercih edilmesi gerektiğini doğru biçimde ifade etmiştir. Bu sonuç, tasarım odaklı düşünme sürecinde esnekliğin, deneme-yanılma yoluyla öğrenmenin ve kullanıcıdan erken geri bildirim almanın önemsendiğini göstermektedir. Katılımcıların, mükemmel bir ürünü doğrudan üretmek yerine, hızlıca fikirleri test edebilecekleri prototiplere öncelik vermesi, yenilikçi yaklaşımlara açık olduklarını ve kullanıcı odaklı tasarımın temel mantığını benimsediklerini ortaya koymaktadır.

Şekil 83: Tasarım odaklı düşünme sürecinde "test etme" aşamasında hangi adım gerçekleştirilir?

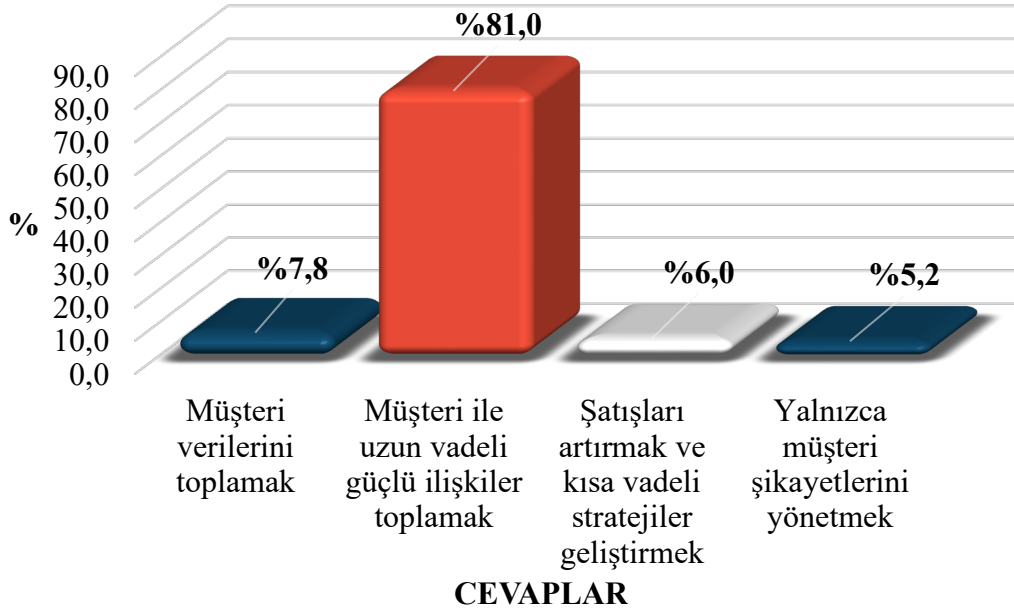


CEVAPLAR

Katılımcıların büyük çoğunluğu (%78,4), tasarım odaklı düşünme sürecinde “test etme” aşamasında prototiplerin kullanıcılara sunulurken geri bildirim alınması gerektiğini doğru şekilde belirtmiştir. Bu yüksek oran, katılımcıların kullanıcı deneyimini merkez alan deneme ve değerlendirme sürecini benimsediklerini göstermektedir. Test aşamasında yapılan geri bildirim toplama ve analiz etme adımları, ürünün kullanıcı ihtiyaçlarına ne kadar uygun olduğunu görmek açısından kritik öneme sahiptir. Bu yaklaşım, inovatif düşünceye ve sürekli gelişime açık bir tasarım anlayışının yaygınlaştığını da ortaya koymaktadır.

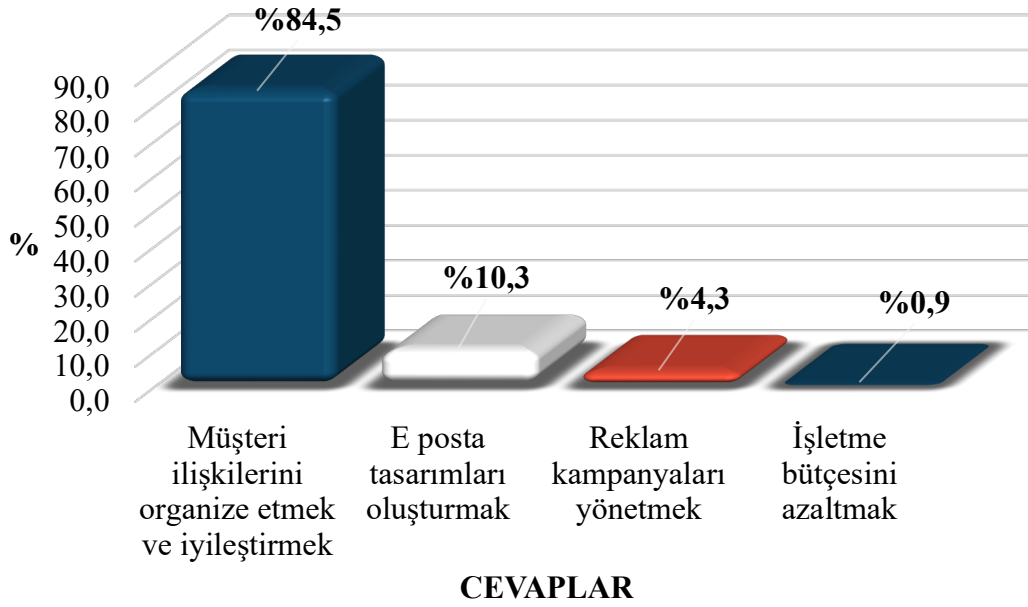
4.1.3.20. Müşteri İlişkileri Yönetimi Eğitimi

Şekil 84: Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin (CRM) temel amacı nedir?



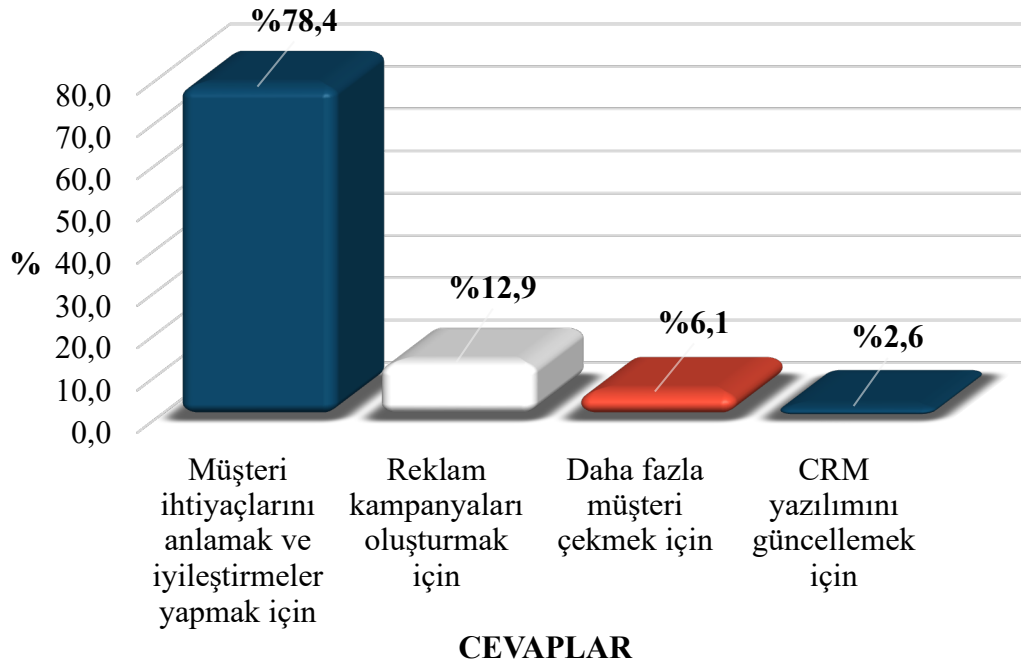
Katılımcıların %81,0'ı “Müşteri ile uzun vadeli güçlü ilişkiler toplamak” seçeneğini işaretleyerek, CRM'in temel amacını doğru şekilde tanımlamıştır. Bu yüksek oran, müşteri ilişkileri yönetiminin sadece veri toplamak veya şikâyet yönetmekten öte, sadakat ve sürdürülebilir ilişki kurma stratejisi olduğunu doğru kavradıklarını göstermektedir. Bu farkındalık, işletmelerin müşteri merkezli yaklaşımlar geliştirmesinde önemli bir avantaj sağlayabilir. Eğitimlerin uzun vadeli müşteri değeri oluşturma konusunda katkı sağladığı anlaşılmaktadır.

Şekil 85: CRM yazılımlarının en önemli avantajı nedir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%84,5), CRM yazılımlarının en önemli avantajının “müşteri ilişkilerini organize etmek ve iyileştirmek” olduğunu doğru biçimde ifade etmiştir. Bu sonuç, katılımcıların CRM araçlarının temel işlevini ve işletmelere sağladığı stratejik katkıyı net biçimde kavradığını göstermektedir. E-posta tasarımı ya da reklam kampanyası gibi işlevler CRM’in yan özellikleri olsa da, katılımcıların odak noktasının ilişki yönetimi olması dikkat çekicidir. Bu farkındalık, müşteri odaklı dijital altyapıların etkin kullanımına yönelik olumlu bir eğilimi işaret etmektedir.

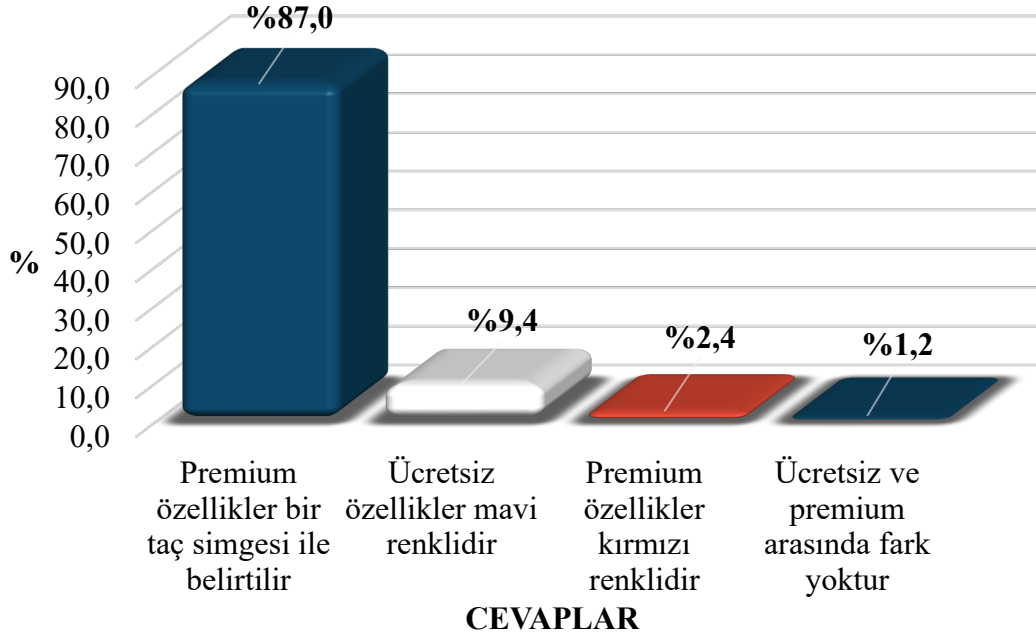
Şekil 86: Müşteri geri bildirimlerini toplamak neden önemlidir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%78,4), müşteri geri bildirimlerinin “müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve iyileştirmeler yapmak” için önemli olduğunu doğru şekilde belirtmiştir. Bu güçlü oran, katılımcıların geri bildirimini sadece bir şikâyet ya da pazarlama verisi değil, aynı zamanda ürün ve hizmet geliştirme sürecinde stratejik bir araç olduğunun farkında olduğunu göstermektedir. Bu farkındalık, müşteri deneyimini sürekli iyileştirmeye yönelik katılımcıların güçlü bir içgörü geliştirdiğini ortaya koymaktadır.

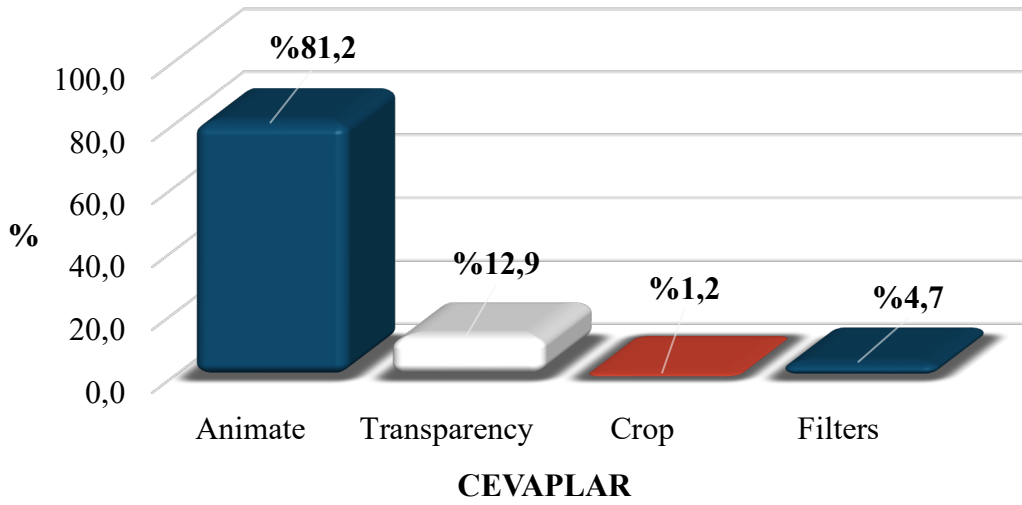
4.1.3.21. Girişimciler için Canva Kullanımı Eğitimi

şekil 87: Canva'da ücretsiz ve premium özelliklerin farkı nasıl anlaşılır?



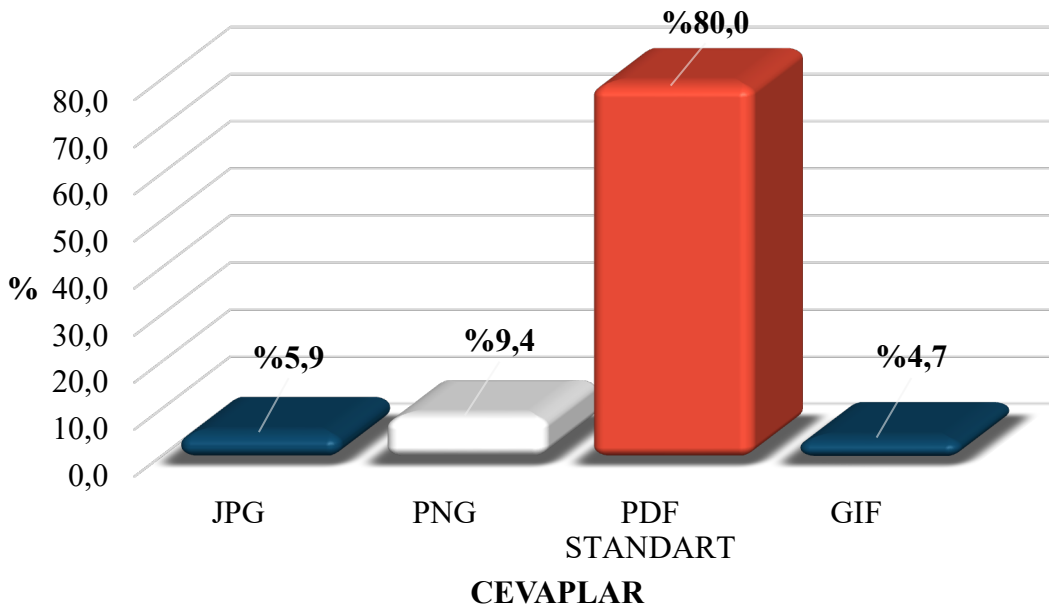
Katılımcıların büyük çoğunluğu (%87,0), Canva'da premium özelliklerin bir taç simgesiyle belirtildiğini doğru şekilde ifade etmiştir. Bu sonuç, katılımcıların platformun temel arayüz öğelerine dair farkındalığa sahip olduğunu ve ücretsiz/premium içerik ayrımını etkili bir biçimde ayırt edebildiklerini göstermektedir. Görsel tasarım uygulamalarını kullanan bireylerin bu tür simgesel göstergeleri doğru yorumlayabilmesi, dijital araç okuryazarlığının geliştiğine işaret etmektedir. Bu durum, uygulamayı aktif olarak kullanan bireylerin tasarım süreçlerinde daha bilinçli tercihler yapabileceğini ortaya koymaktadır.

Şekil 88: Canva'da bir tasarımı hareketli hale getirmek için hangi araç kullanılır?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%81,2), Canva'da bir tasarımı hareketli hale getirmek için doğru aracın “Animate” olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç, kullanıcıların Canva'nın temel tasarım işlevlerine hâkim olduğunu ve özellikle animasyon gibi görsel sunumu zenginleştiren özellikleri etkin biçimde kullanabildiklerini göstermektedir. “Transparency” ve “Filters” gibi diğer seçeneklerin de hatırlanması, kullanıcıların farklı araçlara dair farkındalığının olduğunu ancak animasyon konusunda net bir bilgiye sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Bu farkındalık, dijital içerik üretiminde yaratıcılığı artıran önemli bir beceridir.

Şekil 89: Canva'da bir tasarımı PDF formatında indirmek için hangi seçenek kullanılır?

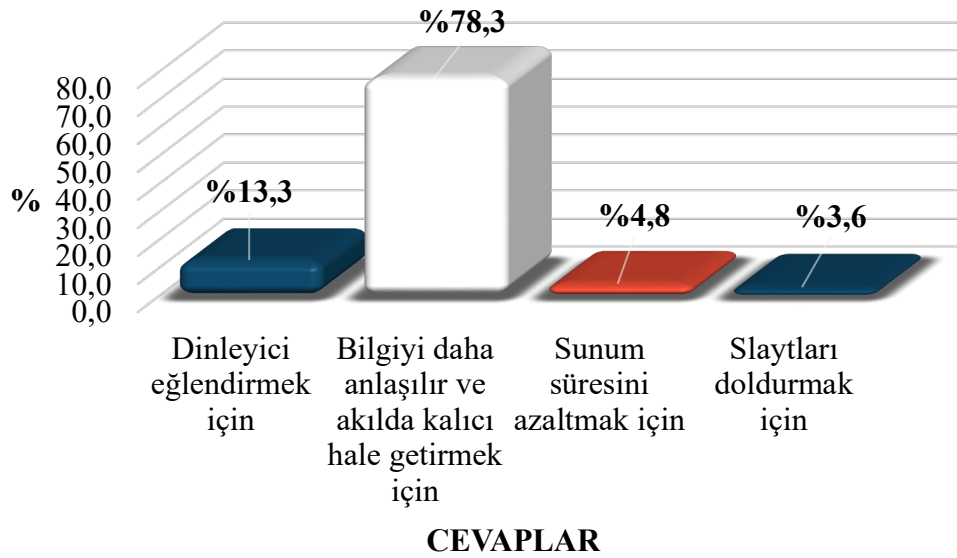


Bu soruya verilen yanıtlarda, katılımcıların büyük çoğunluğu (%80,0) doğru seçenek olan "PDF STANDART" seçeneğini tercih etmiştir. Bu, Canva kullanıcılarının tasarım dosyalarını doğru formatta dışa aktarma konusunda oldukça bilinçli olduklarını göstermektedir.

PDF formatı genellikle çıktı alma, paylaşma ve profesyonel sunumlar için tercih edildiğinden, bu farkındalık olumlu bir dijital okuryazarlık göstergesidir.

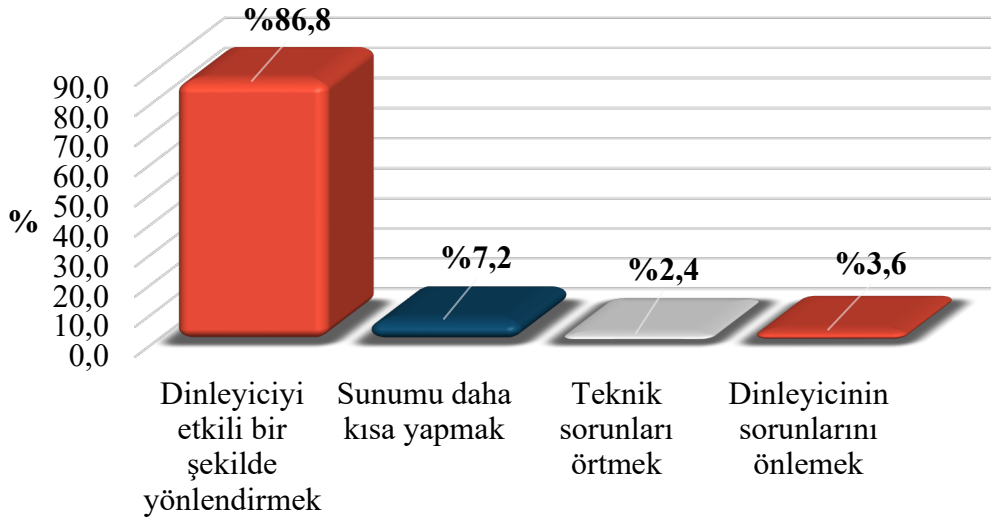
4.1.3.22. Girişimciler için Etkili Sunum Teknikleri Eğitimi

Şekil 90: Sunum sırasında görsel materyallerin kullanımı neden önemlidir?



Bu soruya verilen yanıtlarda, katılımcıların büyük çoğunluğu (%78,3) "Bilgiyi daha anlaşılır ve akılda kalıcı hale getirmek için" seçeneğini doğru biçimde işaretlemiştir. Bu yüksek oran, sunum becerileri konusunda temel farkındalığın oldukça gelişmiş olduğunu ve katılımcıların görsel materyallerin eğitsel etkisinin farkında olduklarını göstermektedir.

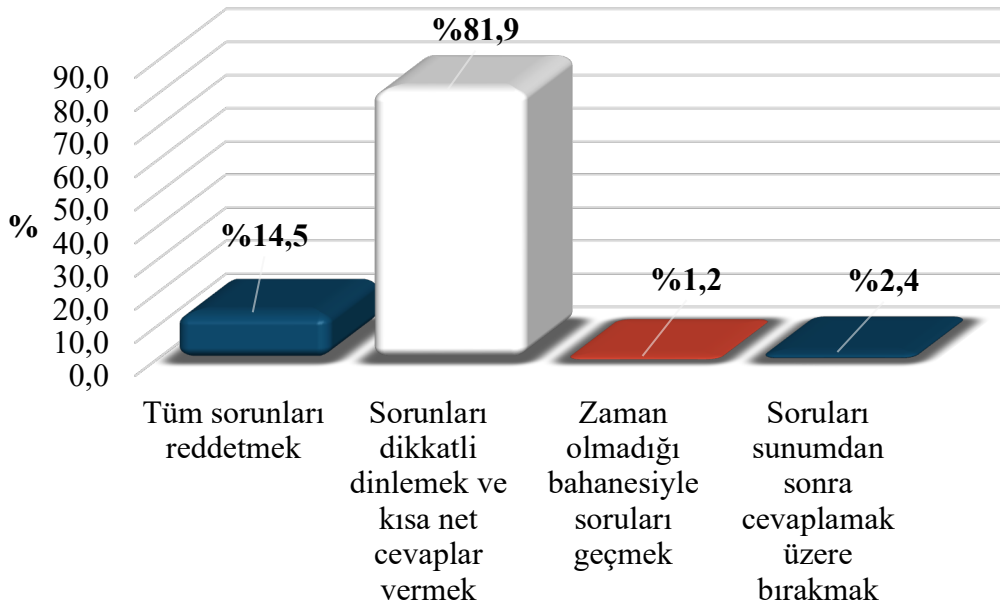
Şekil 91: Sunum sırasında beden dilini etkili kullanmanın avantajı nedir?



CEVAPLAR

Katılımcıların %86,8'i, sunum sırasında beden dilini etkili kullanmanın en önemli avantajı olarak dinleyiciyi etkili bir şekilde yönlendirme becerisini göstermiştir. Bu yüksek oran, beden dilinin yalnızca tamamlayıcı değil, aynı zamanda mesajın gücünü artıran ve sunumun etkileşimini yükselten temel bir iletişim aracı olarak kabul edildiğini göstermektedir.

Şekil 92: Dinleyicilerden gelen soruları etkili bir şekilde yönetmenin en iyi yolu nedir?

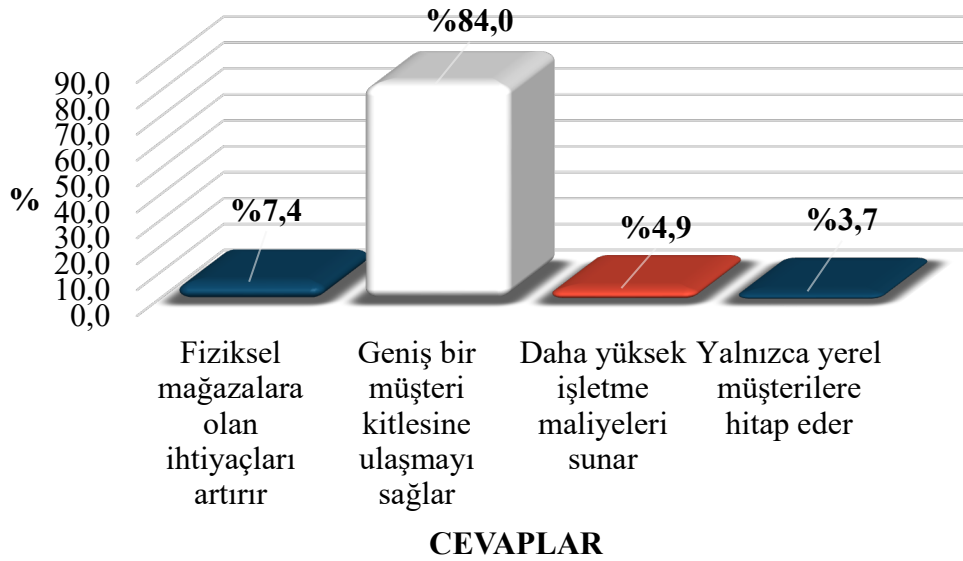


CEVAPLAR

Bu soruya verilen yanıtlara göre, katılımcıların büyük çoğunluğu (%81,9), dinleyicilerden gelen soruları dikkatli dinleyip kısa ve net cevaplar vermenin en etkili yöntem olduğunu belirtmiştir. Bu durum, iletişim becerilerinin ve aktif dinlemenin sunum başarısında ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

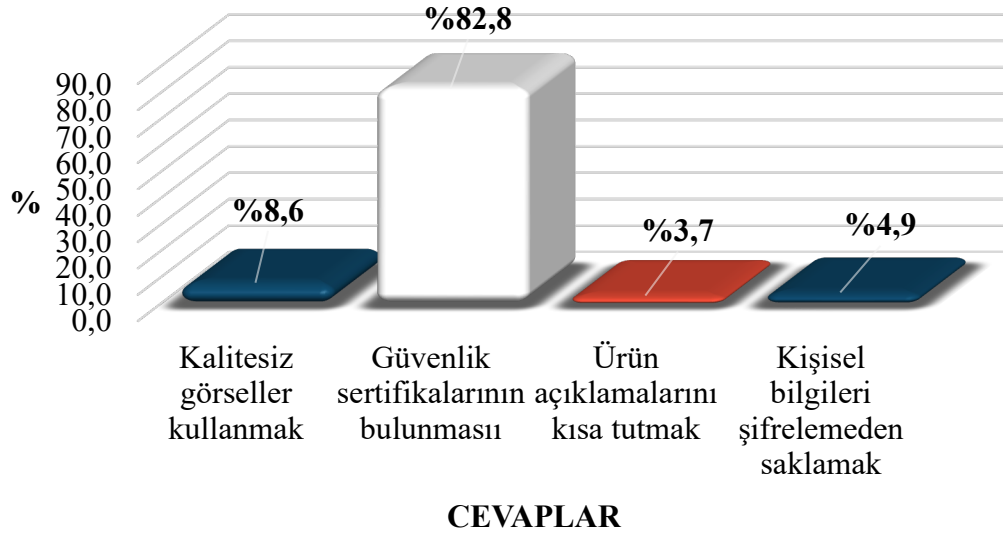
4.1.3.23. E-Ticaret Eğitimi

Şekil 93: E-ticaretin en büyük avantajı nedir?



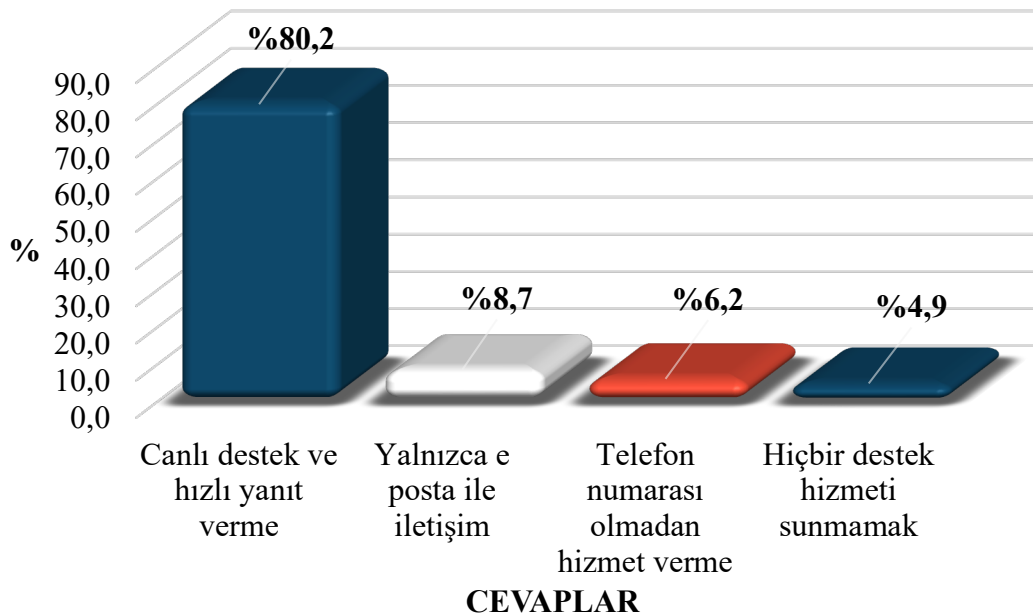
Veriler, e-ticaretin işletmeler açısından en belirgin avantajının müşteri erişimini artırmak olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların %84,0'ı e-ticaretin “geniş bir müşteri kitlesine ulaşmayı sağladığı” görüşünü belirtmiştir. Bu oran, dijital ticaretin coğrafi sınırları aşarak çok daha fazla müşteriye erişim olanağı sunduğunu ve işletmeler için önemli bir büyüme potansiyeli taşıdığını göstermektedir. Diğer seçeneklerin çok daha düşük oranlarda kalması dikkat çekicidir. “Fiziksel mağazalara olan ihtiyaçları artırır” diyenlerin oranı %7,4 iken, “daha yüksek işletme maliyetleri sunar” diyenlerin oranı %4,9 ve “yalnızca yerel müşterilere hitap eder” diyenlerin oranı ise %3,7’de kalmıştır. Bu veriler, katılımcıların büyük çoğunluğunun e-ticaretin dezavantajlarından ziyade sağladığı fırsatlara odaklandığını göstermektedir.

Şekil 94: Bir e-ticaret sitesinde müşterilerin güvenini artırmak için hangisi önemlidir?



Grafikte, katılımcıların e-ticaret sitelerinde güven unsuruna verdikleri önem vurgulanmaktadır. Katılımcıların %82,8'i "güvenlik sertifikalarının bulunması"nı en önemli unsur olarak belirtmiştir. Bu sonuç, çevrimiçi alışverişte güvenliğin, kullanıcı tercihlerinde belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir. Diğer unsurların düşük oranlarda kalması, görsel kalite ve bilgi şifreleme gibi unsurların güvenlik kadar öncelikli görülmediğini ortaya koymaktadır.

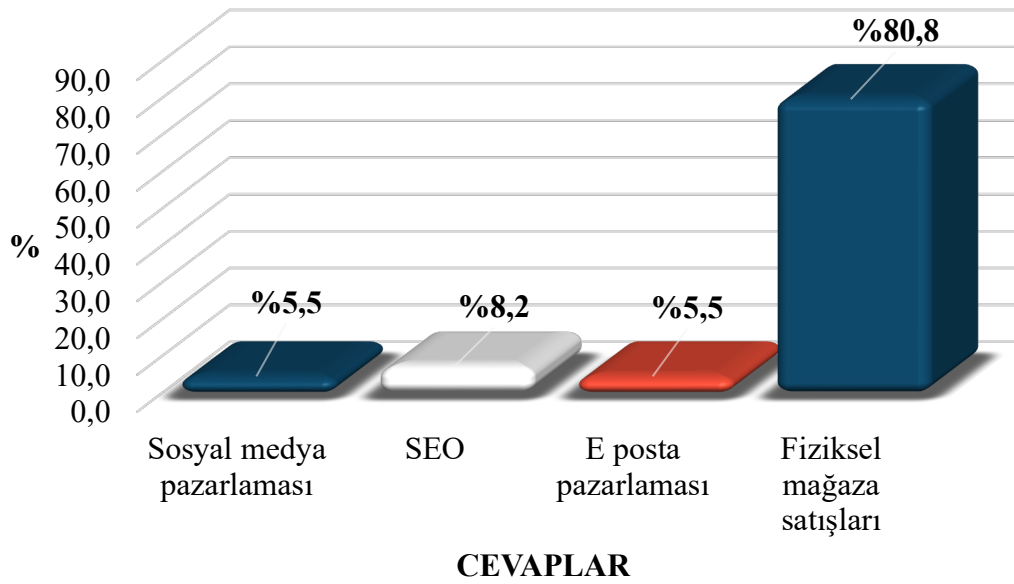
Şekil 95: Bir e-ticaret sitesi için en iyi müşteri desteği yöntemi hangisidir?



Müşteri destek hizmetlerinde tercih edilen yöntemler gösterilmektedir. Katılımcıların %80,2'si "canlı destek ve hızlı yanıt verme"yi en etkili hizmet biçimi olarak görmektedir. Bu durum, kullanıcıların hızlı ve anlık iletişimi önemseyişini ortaya koymaktadır. Diğer seçeneklerin düşük oranlarda kalması, tek yönlü ya da yetersiz iletişim kanallarının müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyebileceğini göstermektedir.

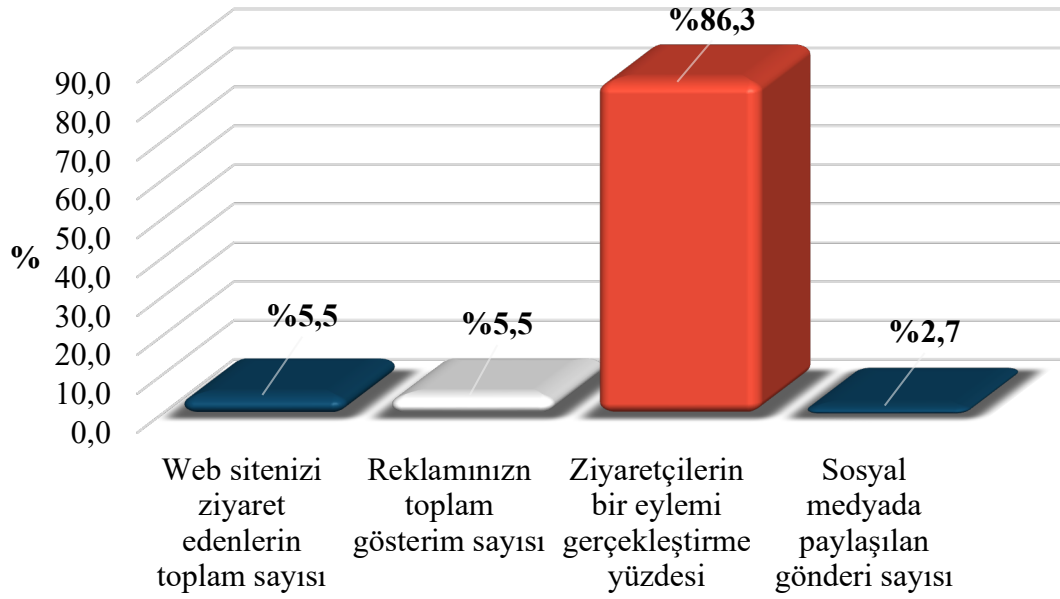
4.1.3.24. Dijital Pazarlama ve Pazar Alanları Eğitimi

Şekil 96: Aşağıdaki seçeneklerden hangisi dijital pazarlama kanallarından biri değildir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%80,8), şirketlerin satışlarının "Fiziksel mağaza satışları" üzerinden gerçekleştiğini doğru şekilde belirtmiştir. Bu sonuç, incelenen bağlamda işletmelerin satış süreçlerinin en temel ve baskın kanalının fiziksel perakende olduğunu göstermektedir.

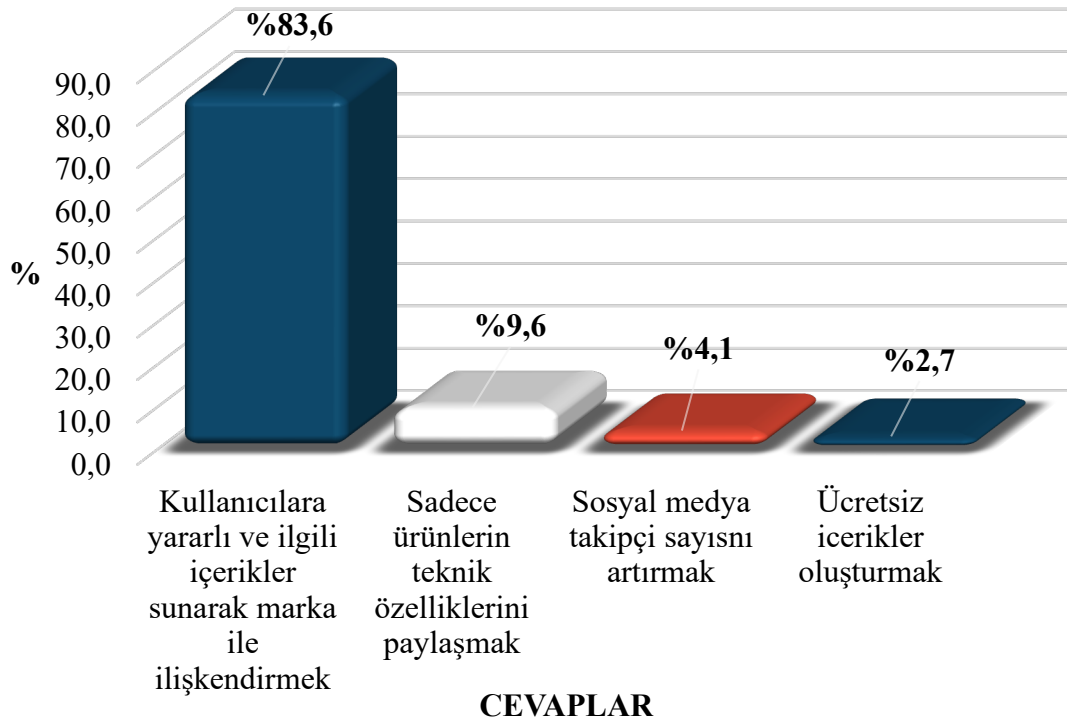
Şekil 97: Dijital pazarlamada "dönüşüm oranı" nedir?



CEVAPLAR

Katılımcıların büyük çoğunluğu (%86,3), şirketlerin dijital pazarlama performansını değerlendirmede "Ziyaretçilerin bir eylemi gerçekleştirme yüzdesi" metriğine odaklandığını doğru şekilde belirtmiştir. Bu sonuç, incelenen bağlamda işletmelerin dijital pazarlama çabalarının en temel ve baskın hedefinin, web sitesi ziyaretçilerini belirli bir eyleme (satın alma, kayıt vb.) dönüştürmek olduğunu göstermektedir.

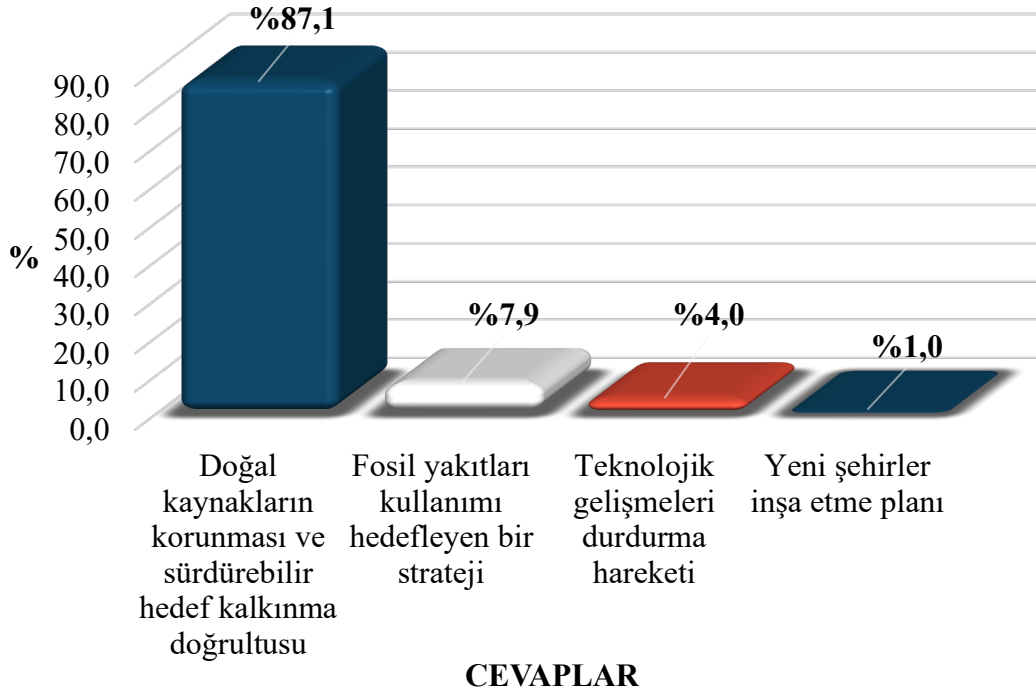
Şekil 98: Bir marka için içerik pazarlamasının temel amacı nedir?



Katılımcıların büyük çoğunluğu (%83,6), marka ile ilişkilendirmeyi "Kullanıcılara yararlı ve ilgili içerikler sunarak marka ile ilişkilendirmek" şeklinde doğru şekilde belirtmiştir. Bu sonuç, incelenen bağlamda markaların pazarlama stratejilerinde yalnızca ürün özelliklerini listelemekten ziyade, tüketicilere değer katan, bilgilendirici ve ilgi çekici içeriklerle bağ kurmanın önemine dair yüksek bir farkındalığa sahip olduğunu göstermektedir.

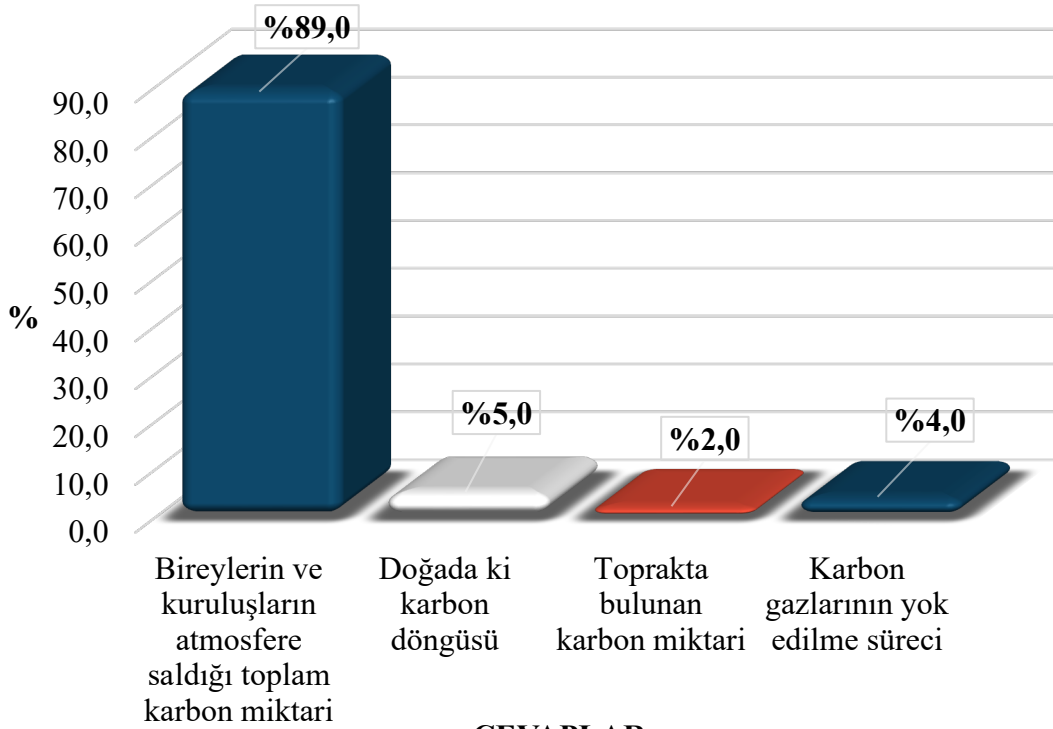
4.1.3.25. İklim Değişikliği ve Yeşil Dönüşüm Eğitimi

Şekil 99: Yeşil dönüşüm kavramı neyi ifade eder?



Sunulan çubuk grafiğinde katılımcıların sürdürülebilir kalkınma konusundaki algıları yüzdelik dağılımları gösterilmektedir. Elde edilen verilere göre; en yüksek oran %87,1 ile "Doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir hedef kalkınma doğrultusu" seçeneğine aittir. İkinci sırada %7,9 ile "Fosil yakıtları kullanımı hedefleyen bir strateji" seçeneği yer almaktadır. "Teknolojik gelişmeleri durdurma hareketi" %4,0 oranında yer alırken, en düşük oran %1,0 ile "Yeni şehirler inşa etme planı" seçeneğinde görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların büyük çoğunluğunun sürdürülebilirliği, çevresel koruma ve uzun vadeli kalkınma hedefleriyle eşleştirdiğini göstermektedir. Bu yüksek farkındalık, modern toplumda çevresel sürdürülebilirliğin ve doğal kaynakların korunmasının giderek daha fazla önem kazandığını ortaya koymaktadır.

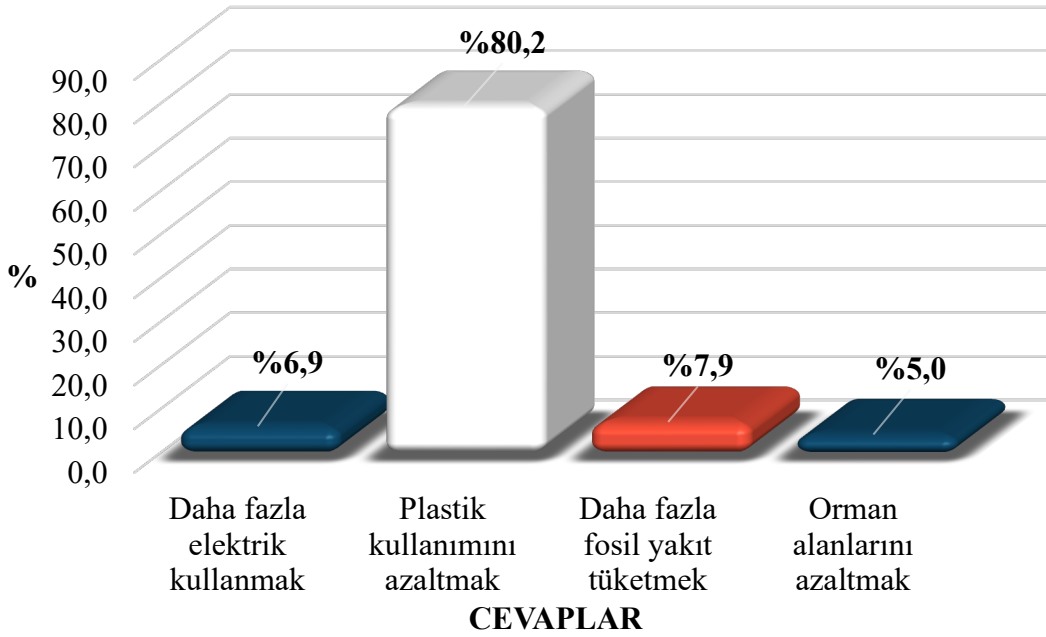
Şekil 100: Karbon ayak izi nedir?



CEVAPLAR

Sunulan çubuk grafiğinde katılımcıların karbon ayak izi algıları yüzdelik dağılımları gösterilmektedir. Elde edilen verilere göre; en yüksek oran %89,0 ile "Bireylerin ve kuruluşların atmosfere saldığı toplam karbon miktarı" seçeneğine aittir. İkinci sırada %5,0 ile "Doğada ki karbon döngüsü" seçeneği yer almaktadır. "Karbon gazlarının yok edilme süreci" %4,0 oranında yer alırken, en düşük oran %2,0 ile "Toprakta bulunan karbon miktarı" seçeneğinde görölmektedir. Bu sonuç, katılımcıların büyük çoğunluğunun karbon ayak izini, insan faaliyetleri sonucunda atmosfere salınan toplam karbon miktarı olarak doğru bir şekilde tanımladığını göstermektedir. Bu yüksek farkındalık, iklim değişikliği ve çevresel sorumluluk konularında kamuoyunun genel bilgi düzeyinin ve hassasiyetinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 101: İklim değişikliğiyle mücadelede hangi bireysel eylem daha etkili olabilir?

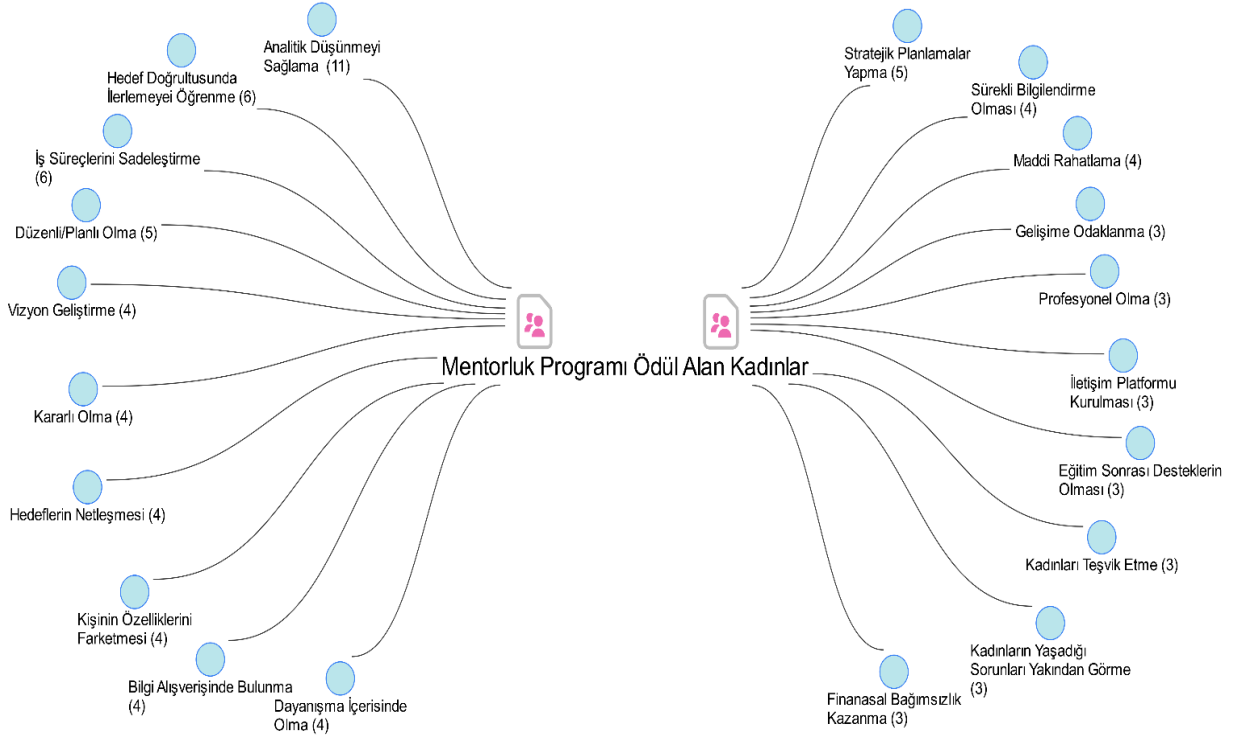


Sunulan çubuk grafikte, katılımcıların sürdürülebilirliğin sağlanması için yapılması gerekenlere ilişkin görüşlerinin yüzdelik dağılımları gösterilmektedir. Elde edilen verilere göre; en yüksek oran %80,2 ile "Plastik kullanımını azaltmak" seçeneğine aittir. İkinci sırada %7,9 ile "Daha fazla fosil yakıt tüketmek" seçeneği yer almaktadır. "Daha fazla elektrik kullanmak" %6,9 oranında yer alırken, en düşük oran %5,0 ile "Orman alanlarını azaltmak" seçeneğinde görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların büyük çoğunluğunun çevresel sürdürülebilirlik için en öncelikli ve etkili eylemlerden birinin plastik tüketimini azaltmak olduğunu doğru bir şekilde tanımladığını göstermektedir. Bu yüksek farkındalık, plastik kirliliğinin küresel bir problem olarak algılanması ve bu konuda bireysel sorumluluğun önemi konusundaki artan bilinci ortaya koymaktadır.

4.2. Nitel Bulgular

4.2.1. Mentörlük Programı ve Ödül Alan Kadınlar

Bu çalışma, girişimci kadınları desteklemeye yönelik iki farklı uygulamayı — mentörlük programlarına katılan kadınlar ile ödül alan kadınların deneyimlerini — nitel veri analizine dayalı olarak incelemektedir. Her iki grup üzerinden yapılan kodlama çalışmaları; bireysel gelişim, iş süreçlerine katkı, sosyal etki ve toplumsal cinsiyet eşitliği temalarında ortak ve farklılaşan noktaları ortaya koymuştur. Mentörlük programlarında analitik düşünme, hedef odaklılık ve planlı çalışma becerileri öne çıkarken; ödül alan kadınların deneyimlerinde maddi rahatlama, stratejik planlama ve görünürlük gibi başarı sonrası kazanımlar belirginleşmektedir. Bu bulgular, destek mekanizmalarının farklı aşamalarda ve farklı biçimlerde kadınların güçlenmesine katkı sunduğunu göstermektedir.



Şekil 1. Tematik Gösterim

Şekil 1'de, çalışmada analiz edilen belgeler ile bu belgeler üzerinde yürütülen kodlama süreci sonucunda en yüksek frekansa sahip ilk 10 kod yer almaktadır. *Mentörlük Programı* kapsamında öne çıkan temalar arasında “Analitik Düşünmeyi Sağlama”, “Hedef Doğrultusunda İlerlemeyi Öğrenme”, “İş Süreçlerini Sadeleştirme” ve “Düzenli/Planlı Olma” kodları dikkat çekmektedir. Buna karşılık, *Ödül Alan Kadınlar* belgelerinde “Stratejik Planlamalar Yapma”, “Sürekli Bilgilendirme Olması” ve “Maddi Rahatlama” gibi kodlar daha belirgin şekilde öne çıkmıştır. Bu dağılım, her iki belge grubunun farklı öncelik ve ihtiyaçlara odaklandığını göstermesi açısından anlamlıdır.

4.2.1.1. Ödül Alan Kadınlar

Ödül alan kadınlara ilişkin belgelerde yapılan nitel analiz, başarı sonrasında kadınların yaşadığı bireysel ve toplumsal dönüşüme odaklanmaktadır.



Şekil 2. Ödül Alan Kadınlar Kod Bulutu

Kod bulutu, nitel veri analizinde öne çıkan temaları görselleştiren etkili bir araçtır. Kodların frekansına göre kelime boyutlarının değiştiği bu görsel yapı, hangi kavramların katılımcı anlatılarında daha fazla tekrarlandığını sezgisel ve estetik biçimde ortaya koyar.

Ödül alan kadınların deneyimlerinden elde edilen kod bulutu incelendiğinde, en öne çıkan temaların “Stratejik Planlamalar Yapma”, “Sürekli Bilgilendirme Olması” ve “Maddi Rahatlama” olduğu görülmektedir. Bu bulgular, kadınların yalnızca ödül kazanmakla kalmayıp, bu süreçte iş stratejilerini geliştirme, bilgiye sürekli erişim sağlama ve finansal güvence elde etme yönünde önemli kazanımlar elde ettiklerini göstermektedir. Aynı zamanda “Kadınları Teşvik Etme”, “Finansal Bağımsızlık Kazanma” ve “Kadınların Yaşadığı Sorunları Yakından Görme” gibi ifadeler, bu ödüllerin bireysel başarıdan öte toplumsal farkındalık ve dayanışma yarattığını ortaya koymaktadır.

Kod Sistemi	Ödül Alan Kadınlar	TOPLAM
▼ Ödül Alan Kadınlar		0
▼ Alınan Destek Türleri		0
İş Geliştirme Desteği	●	1
Kredi Desteği	●	1
Silikon Vadisi	●	1
▼ Alınan Desteklerin Yapılan İş Üzerindeki Etkileri		0
Gelişime Odaklanma	●	3
Teknolojik Kolaylık	●	2
İletişim Dilinde Değişme	●	2
Ekip Motivasyon Artışı	●	2
Stratejik Planlamalar Yapma	●	5
Profesyonel Olma	●	3
▼ Programın Güçlü ve Geliştirilebilir Yönleri		0
▼ Desteklerin Sürdürülebilirliği Adına Öneriler		0
Yeni Mentorluk Programları	●	2
İşbirliklerinin Artması	●	2
İletişim Platformu Kurulması	●	3
▼ Programın Güçlü Yönleri		0
Sürekli Bilgilendirme Olması	●	4
Kişiselleştirilmiş Destekler Sağlanması	●	1
Kadınlara Özgü Olması	●	1
Eğitim Sonrası Desteklerin Olması	●	3
▼ Sosyal ve Ekonomik Etkiler		0
▼ Alınan Desteklerin Toplumsal Cinsiyet Eşitline Katkıları		0
Kadınları Teşvik Etme	●	3
Kadın Haklarını Savunma	●	2
Kadın Odaklı Çalışma	●	2
Kadınların Yaşadığı Sorunları Yakından Görme	●	3
Finansal Bağımsızlık Kazanma	●	3
▼ Alınan Desteklerin Sosyal Çevreye Etkileri		0
Kadınların Çalışmaya Teşvik Etme	●	2
Yakın Çevrenin Gururlanması	●	3
Yakın Çevrenin Teknolojik Bilinçlenmesi	●	2
▼ Alınan Desteklerin Karşılaşılan Zorluklar Üzerinde Etkileri		0
Maddi Rahatlama	●	4
Pratik Çözüm Yeteneği Kazanma	●	1
Motivasyon Artışı	●	3
Σ TOPLAM	64	64

Şekil 3. Ödül Alan Kadınlar Kod Matris

Kod matrisi, analiz edilen belgeler ile tanımlanan kodlar arasındaki ilişkiyi frekans temelli olarak ortaya koyan görsel bir analiz aracıdır. Matris, her bir kodun hangi belge ile ne düzeyde ilişkili olduğunu renk yoğunluğu ile göstererek, tematik dağılımların karşılaştırmalı olarak incelenmesine olanak tanır. Bu yapı, belirli kodların hangi belgelerde yoğunlaştığını belirlemede ve temalar arası benzerlik ya da farklılıkları ortaya koymada önemli bir içgörü sunmaktadır.

Yukarıda yer alan kod matrisi, ödül almış kadınların deneyimlerine dayanan nitel bir çözümlemenin sonuçlarını yansıtmaktadır. Görselde, kadınların aldığı destek türlerinin iş yaşamlarına, sosyal çevrelerine ve toplumsal rollerine nasıl etki ettiğini gösteren temalar ve bu temalar altında toplanan kodların yoğunluğu yer almaktadır.

Özellikle “Stratejik Planlamalar Yapma”, “Sürekli Bilgilendirme Olması” ve “Maddi Rahatlama” gibi kodların öne çıkması, kadınların destek programlarından yalnızca bireysel kazanımlar değil, aynı zamanda sürdürülebilir iş modelleri ve finansal güçlenme açısından da ciddi kazanımlar elde ettiğini göstermektedir. Bu durum, desteklerin sadece bir başlangıç noktası olmadığını, aynı zamanda kadınların yaşamlarının farklı boyutlarında kalıcı dönüşümler yarattığını ortaya koymaktadır.

Öne çıkan bir diğer bulgu ise, desteklerin toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sunduğudur. “Kadınları Teşvik Etme”, “Kadın Haklarını Savunma” ve “Finansal Bağımsızlık Kazanma” gibi kodlar, kadınların yalnızca birey olarak değil, aynı zamanda toplumun dönüşümünde aktif birer özneye dönüştüğünü göstermektedir.

Bu veriler ışığında, kadınlara yönelik destek programlarının etkisi sadece nicel sonuçlarla değil, katılımcıların kendi yaşamlarında ve çevrelerinde yarattıkları nitel değişimlerle de değerlendirilmelidir. Programlar, yalnızca fırsatlar yaratmakla kalmamakta; aynı zamanda yeni bir bilinç, dayanışma ve sürdürülebilir kalkınma anlayışı inşa etmektedir.

Kod Sistemi	Mentorluk Programı	TOPLAM
▼ Mentorluk Programı		0
▼ Genel Deneyim		0
▼ Mentorluk Süreci Genel İzlenimleri		0
Analitik Düşünmeyi Sağlama		11
Hedef Doğrultusunda İlerlemeyi Öğrenme		6
Vizyon Geliştirme		4
Mental Destek Sağlama		3
Değerli Hissetme		3
Eksikleri Görmeye		2
▼ Mentorlüğün Girişimcilik Hedeflerine Katkıları		0
Hedeflerin Netleşmesi		4
Kararlı Olma		4
Planlama Yapma		3
Sorgulama Yeteneğini Geliştirme		2
▼ Mentorluk Sürecinde Fayda Sağlayan Konular		0
Stratejik Düşünme Yöntemleri		2
Marka Konumlandırma		2
Müşteri İlişkileri		1
▼ Karşılaşılan Zorluklar		0
İş Bölümü Yapmama		3
Zaman Yönetimi		2
Teknoloji Kullanımı		1
Değişime Direnç		1
▼ Zorluklarla Başetme Yöntemleri		0
İş Planı Yapma		3
Kişiselleştirilmiş Çözümler Üretme		1
▼ Kişisel Gelişim		0
▼ Mentorlerin Geri Bildirimlerinin Katkıları		0
Dil Kullanımını Düzeltme		2
Süreç Yönetimini Sadeleştirme		2
▼ Birebir Desteğin Katkıları		0
Düzenli/Planlı Olma		5
Kişinin Özelliklerini Farketmesi		4
Özgüven Artışı		3
Etkili Dil Kullanımı		2
▼ İş Modelleri		0
▼ Öğrenilen Tekniklerin Günlük Hayatta Kullanımı		0
İş Süreçlerini Sadeleştirme		6
Müşteri Profili Analizi		2
▼ Mentorluk Sürecinde İş Modellerine Katkıları		0
Sürdürülebilir Müşteri Bulma		2
Çalışma Alanını Genişletme		2
▼ Ağ Kurma Becerisi		0
▼ Mentorluk Sürecinde Diğer Girişimcilerle İlişkiler		0
Bilgi Alışverişinde Bulunma		4
Dayanışma İçerisinde Olma		4
▼ Sürecin Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Etkileri		0
Kadın Emegini Görünür Kılma		3
Dayanışmanın Artması		2
Farkındalığın Artması		4
▼ Programın En Güçlü Yönleri		0
İçeriklerin Sade Olması		2
Kadınlara Özel Olması		3
Birebir Mentorluk		4
Uzman Odaklı Eğitim		2
▼ İhtiyaç Duyulan Ek Destekler		0
Muhasebe Hesaplamaları		1
Danışmanlık Hizmeti		1
Teknik Destek		3
Σ TOPLAM	121	121

Şekil 5. Mentörlük Programı Kod Matrisi

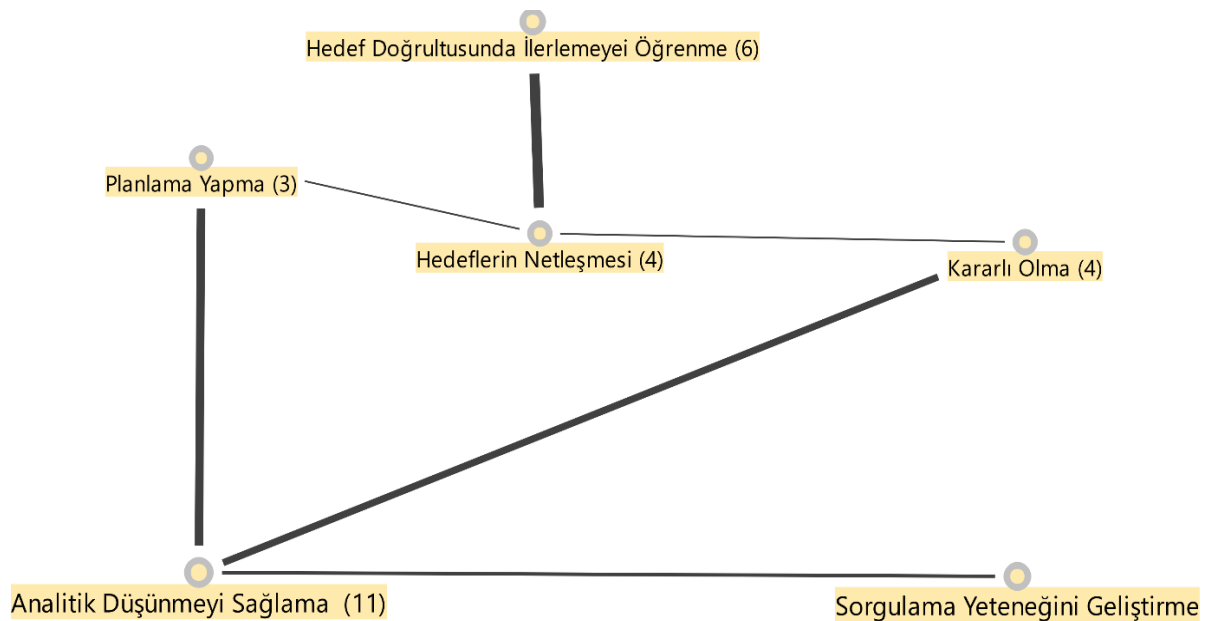
Yukarıdaki kod matrisi, girişimci kadınlara yönelik yürütülen bir mentörlük programına katılan kadınların deneyimlerini tematik olarak özetlemektedir. Görsel, katılımcıların mentörlük sürecinde en çok temas ettikleri konuları ve bu konuların yoğunluk düzeylerini ortaya koymaktadır.

Öne çıkan bulgular arasında “Analitik Düşünmeyi Sağlama” ve “Hedef Doğrultusunda İlerlemeyi Öğrenme” gibi bilişsel gelişimi önceleyen temaların yüksek frekansta yer alması dikkat çekicidir. Bu durum, mentörlük sürecinin yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda kadınların stratejik karar alma kapasitelerini artıran bir öğrenme zemini sunduğunu göstermektedir.

Aynı zamanda “Düzenli/Planlı Olma”, “Özgüven Artışı” ve “İş Süreçlerini Sadeleştirme” gibi kodlar, bireysel farkındalık ve profesyonel yönetim becerilerinin gelişimine işaret etmektedir. Bu nitelikler, girişimci kadınların sürdürülebilir iş modelleri kurabilmelerinde temel bir rol oynamaktadır.

Mentörlük sürecinin sosyal boyutu da güçlü bir şekilde hissedilmektedir. Katılımcılar “Dayanışma İçerisinde Olma”, “Kadın Emeğini Görünür Kılma” ve “Farkındalığın Artması” gibi kodlarla, toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik dönüşümün bu tür programlarla ne denli tetiklenebildiğini ortaya koymaktadır.

Son olarak, içeriklerin sade olması, kadınlara özel yapılandırılmış modüller ve birebir mentörlük uygulamaları, programın güçlü yönleri olarak öne çıkmaktadır. Bu özellikler, eğitimin erişilebilirliğini ve etkinliğini artırmakla kalmamakta; aynı zamanda katılımcılarda aidiyet ve motivasyon duygusunu pekiştirmektedir.



Şekil 6. Mentörlük Programı Kod Haritası

Görselde yer alan kod haritası, mentörlük programına katılan girişimci kadınların gelişim süreçlerinde en yoğun ilişkilenen temaları ortaya koymaktadır. En yüksek frekansa sahip kod olan **“Analitik Düşünmeyi Sağlama” (11)**, haritanın merkezinde yer almakta ve diğer kavramlarla kurduğu güçlü bağlantılar aracılığıyla sürecin temel yapı taşı oluşturduğunu göstermektedir. Bu kodun **“Hedef Doğrultusunda İlerlemeyi Öğrenme” (6)** ve **“Sorgulama Yeteneğini Geliştirme”** ile kalın çizgilerle bağlanması, mentörlük sürecinin yalnızca yön bulma değil, aynı zamanda eleştirel ve stratejik düşünme kapasitesini artırmaya hizmet ettiğini göstermektedir.

Öte yandan **“Hedeflerin Netleşmesi” (4)**, **“Planlama Yapma” (3)** ve **“Kararlı Olma” (4)** gibi kodların birbirleriyle olan etkileşimi, katılımcıların girişimcilik hedeflerini belirleme ve uygulama aşamalarında mentörlük sürecinden somut destekler aldıklarını göstermektedir. Bu kodların birbirine bağlanma biçimi, planlama ve hedef belirleme davranışlarının mentörlük desteği ile birlikte geliştiğini ortaya koymaktadır.



**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

5. SONUÇLAR

5. SONUÇLAR

5.1. Kadınların Güçlenme ve Özgüven Düzeyleri Artmıştır

Eğitimlerin ardından katılımcıların %65'i kendini daha güçlü, %66'sı ise daha özgüvenli hissettiğini belirtmiştir. Bu veriler, projedeki eğitimlerin psikolojik güçlenme etkisi yarattığını göstermektedir. Özellikle kırsal ve sosyoekonomik dezavantajlı bölgelerdeki kadınlarda bu oranlar daha anlamlı bir sıçrama ifade etmektedir.

5.2. Kriz Anlarını Yönetme ve Karar Alma Yetkinlikleri Gelişmiştir

Katılımcıların %66'sı kriz anlarını yönetme becerisinde gelişme olduğunu ifade ederken, bu becerinin özellikle girişimcilik sürecine hazırlıkta kilit rol oynadığı odak grup verileriyle de teyit edilmiştir. Kadınlar eğitim sonrası yaşadıkları belirsizlikleri daha rahat yönetebildiklerini aktarmıştır.

5.3. Dijital Okuryazarlık ve Teknoloji Kullanımında Belirgin Bir Artış Sağlanmıştır

Katılımcıların %67,6'sı dijital okuryazarlık becerilerinin arttığını belirtmiştir. Benzer şekilde teknoloji kullanımıyla ilgili beceri gelişimi %66,7 olarak tespit edilmiştir. Bu durum, kadınların hem kişisel yaşamlarında hem de iş planlamalarında teknolojiye daha çok entegre olduğunu göstermektedir.

5.4. Girişimcilik Motivasyonu ve Hazırlık Düzeyi Yükselmiştir

Katılımcıların %78,9'u eğitimlerin girişimcilik motivasyonunu artırdığını, %65,5'i ise artık kendini "girişimciliğe çok hazır" hissettiğini belirtmiştir. Bu sonuç, verilen desteklerin sadece bilgi değil aynı zamanda motivasyonel bir sıçrama da yarattığını göstermektedir.

5.5. Eğitim Sonrası İstihdam Arayışı ve Başvuru Oranları Artmıştır

Katılımcıların %81,1'i eğitim sonrası yeni bir iş başvurusu yaptığını belirtmiştir. Ayrıca %67,7'si aldıkları eğitimin iş bulma sürecine katkı sunduğunu ifade etmiştir. Bu veriler, eğitimin yalnızca beceri kazandırmakla kalmayıp, istihdam yönelimini de tetiklediğini göstermektedir.

5.6. Girişimcilik Araçlarının Günlük Yaşama Entegrasyonu Sağlanmıştır

Katılımcıların %66,6'sı, eğitimlerde edindikleri girişimcilik araçlarını günlük yaşamlarına adapte etmeye başladıklarını belirtmiştir. Bu sonuç, proje çıktılarının soyut bir düzeyde kalmayıp gündelik pratiklere dönüştürüldüğünü göstermesi açısından önem taşımaktadır.

5.7. Kadınların Sosyal Hayata Katılımında Dijital Araçlar Aracılığıyla Artış Yaşanmıştır

%65,8'lik bir oran, eğitimde kullanılan teknolojilerin kadınların sosyal hayata katılımını artırdığını belirtmiştir. Dijital araçların (sosyal medya, e-ticaret vb.) girişimcilik motivasyonunu %67,9 oranında artırdığı da tespit edilmiştir.

5.8. Rol Model Etkisi ve Toplumsal Aidiyet Gelişmiştir

Katılımcıların %67,5'i girişimci kadınlara toplumdaki rolünün motivasyonlarını artırdığını ifade etmiştir. Bu, toplumsal cinsiyet temelli görünürlük ve örnekleme yöntemlerinin, bireysel cesaret ve katılım kararlarını etkilediğini ortaya koymaktadır.

5.9. Eğitimlerde Edinilen Bilgiler, İş ve Girişimcilik Başvurularında Doğrudan Kullanılmıştır

Kadınların %69,8'i eğitim sayesinde daha önce farkında olmadığı iş fırsatlarını keşfettiğini ve edindiği bilgileri doğrudan başvuru süreçlerinde kullandığını aktarmıştır. Bu oran, eğitimin uygulamalı bilgi aktarımı açısından etkili olduğunu göstermektedir.



**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

6. ÖNERİLER

6. ÖNERİLER

6.1. Eğitim İçerikleri İş ve Girişim Fırsatlarına Yönelik Daha Zenginleştirilebilir

Kadınların kariyer ve girişim yolculuklarını daha da desteklemek için, eğitim içeriklerine dijital başvuru süreçleri, kamu ve özel sektör fırsatları, CV hazırlama gibi konuların daha uygulamalı şekilde entegre edilmesi önerilmektedir. Bu sayede, eğitimden istihdama geçiş süreci daha etkin desteklenebilir.

6.2. Kırsal Bölgelerde Yaşayan Kadınlar için Daha Yaygınlaştırılmış Destek Modelleri Sunulabilir

Kırsal bölgelerdeki kadınların projeye erişimini kolaylaştırmak amacıyla mobil eğitim çözümleri, yerel iş birlikleri ve saha temelli koçluk destekleri artırılabilir. Böylece her kadının kendi bulunduğu yerde aynı fırsatlara ulaşması sağlanabilir.

6.3. Dijital Okuryazarlık ve E-Ticaret Eğitimleri Derinleştirilerek Güçlendirilebilir

Dijital becerilerde elde edilen başarıyı daha ileriye taşımak için sosyal medya reklamcılığı, çevrimiçi pazarlama ve dijital finans gibi ileri seviye içerikler sunulabilir. Bu sayede girişimci kadınların dijital ekonomiye entegrasyonu hız kazanabilir.

6.4. Mentörlük Programları Süreklilik Kazanarak Daha Fazla Kadına Ulaştırılabilir

Mentörlük desteği alan kadınlarda gözlenen motivasyon artışı, bu programların değerini net biçimde ortaya koymuştur. Programın süresi uzatılarak, farklı sektörlerde daha fazla kadın mentöre ulaşmaları sağlanabilir ve ilham zinciri genişletilebilir.

6.5. Eğitim Sonrası Takip ve Gelişim Destekleri ile Etki Daha Kalıcı Hale Getirilebilir

Kadınların eğitim sonrası gelişimlerini uzun vadeli olarak desteklemek için dijital takip sistemleri ve gelişim karneleri tasarlanabilir. Bu sayede hem bireysel ilerlemeler görünür olur, hem de projenin etkisi sürdürülebilir biçimde izlenebilir.

6.6. Yerel İşverenlerle Daha Güçlü Bağlantılar Kurularak Kadınlar için Yeni Kapılar Açılabilir

Belediyeler, kadın kooperatifleri ve özel sektörle kurulacak iş birlikleri, kadınlara istihdam garantili kısa dönem eğitimler sunma fırsatı yaratabilir. Bu durum, kadınların doğrudan iş hayatına katılımlarını kolaylaştırır.

6.7. Kadınlar Arası Dayanışma Ağları ve İletişim Platformlarıyla Etkileşim Artırılabilir

Kadınlar arasında sürekli iletişim sağlayacak dijital topluluklar kurulması, deneyim paylaşımı ve iş birliği potansiyelini artırır. Düzenli içeriklerle desteklenen bu ağlar, birbirinden öğrenmeyi ve kolektif güçlenmeyi teşvik eder.

6.8. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitimleri Yerel Bağlamlarla Daha Duyarlı Hale Getirilebilir

Toplumsal cinsiyet farkındalığına yönelik içerikler, yerel yaşam örnekleriyle zenginleştirilerek daha kapsayıcı ve anlaşılır hale getirilebilir. Bu süreçlere erkeklerin de aktif olarak dahil edilmesi, toplumsal dönüşümün daha güçlü temellere oturmasını sağlayabilir

6.9. Sosyal Etki Göstergeleri Kurumsal Hafızaya Dahil Edilerek Süreçler Güçlendirilebilir

Elde edilen veriler, proje ortaklarının sosyal sorumluluk ve etki raporlamalarında kullanılabilir. Bu yaklaşım, projenin sürdürülebilirliğini ve görünürlüğünü artırırken, stratejik kararlar için güçlü bir zemin oluşturur.



**GİRİŞİMDE
KADIN GÜCÜ**

TÜRKONFED

TÜRKİYE  **BANKASI**

Bu rapor
İSTAR Araştırma tarafından
hazırlanmıştır.