



**T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT POLİTİKASI BİLİM DALI**

**GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ:
BURSA BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bahar ALPER

BURSA – 2020



**T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT POLİTİKASI BİLİM DALI**

**GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ:
BURSA BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bahar ALPER

**DANIŞMAN:
Doç. Dr. Metin ÖZDEMİR**

BURSA – 2020


TEZ ONAY SAYFASI

T. C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İktisat Anabilim Dalı'nda 701111010 numaralı Bahar ALPER'in hazırladığı "GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ: BURSA BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA" konulu yüksek lisans ile ilgili tez savunma sınavı, ~~03.02.2020~~ günü ~~11.30~~ - ~~12.00~~ saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının ..~~başarılı~~..... (başarılı / başarısız) olduğuna ~~oybirliği~~..... (oybirliği / oy çokluğu) ile karar verilmiştir.



Üye (Tez Danışmanı ve Sınav
Komisyonu Başkanı)

Doç. Dr. Metin ÖZDEMİR
Bursa Uludağ Üniversitesi



Üye

Doç. Dr. Cem Okan TUNCEL
Bursa Uludağ Üniversitesi



Üye
Doç. Dr. Hilal YILDIRIR KESER
Bursa Teknik Üniversitesi

03 / 02 / 2020



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 03/02/2020

Tez Başlığı / Konusu: **Girişimcilik Ekosistemi: Bursa Bölgesi Üzerine Bir Araştırma**

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam **188** sayfalık kısmına ilişkin, **30/12/2019** tarihinde şahsım tarafından **Turnitin** adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % **9** 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

03/02/2020

Adı Soyadı: Bahar Alper
Öğrenci No: 701111010
Anabilim Dalı: İktisat
Programı: İktisat Politikası
Statüsü: Y.Lisans Doktora

Danışman
Doç. Dr. Metin Özdemir

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ: BURSA BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntılarının kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

03.02.2020



Adı: Bahar

Soyadı: ALPER

Öğrenci No: 701111010

Anabilim Dalı: İktisat

Programı: İktisat Politikası

Statüsü: Yüksek Lisans

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Bahar ALPER
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	: İktisat
Bilim Dalı	: İktisat Politikası
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: xxi + 188
Mezuniyet Tarihi	: / 02 / 2020
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Metin ÖZDEMİR

GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ: BURSA BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Günümüzde pek çok ülkenin ekonomik planlamasında en önemli önceliklerinden biri girişimciliğin artırılarak iktisadi büyümenin sağlanması olmaktadır. Bir girişimin oluşması, büyümesi ve hayatta kalmasını etkileyen ekonomik, sosyolojik, kültürel unsurların tamamını kapsayan girişimcilik ekosistemi girişimlerin başarısını büyük ölçüde etkilemektedir. Dünya ekonomisine bakıldığında başarılı girişimlerin sağlıklı işleyen ve yerleşmiş girişimcilik ekosistemlerinden kolaylıkla ortaya çıktığı ve büyüdüğü görülmektedir. Ayrıca girişimcilik ekosistemini oturtmuş bir ülkenin ekonomisi, yakaladığı büyüme ile diğerlerine göre hemen fark edilmektedir. Kısacası girişimcilik ekosistemi iktisadi büyüme ile yakın bir ilişki içindedir ve ülke refahını yakından ilgilendirmektedir.

Bu çalışmada Bursa'da ULUTEK bünyesindeki firmalar üzerinde bir alan araştırması kapsamında unsurları ile birlikte girişimcilik ekosistemi analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında tekno girişim olarak nitelendirilen teknoloji üreten inovatif firmalar ile birebir görüşülmüştür. Çalışmanın amacı; girişimciliğin iktisat teorisindeki yerinden başlayarak girişimcilik ekosistemi kavramını, unsurlarını, Bursa'nın girişimcilik ekosistemini açıklamak, Bursa'da yer alan girişimler üzerinde bir araştırma

yaparak Bursa'daki girişimlerin büyümesinde girişimcilik ekosisteminin hangi unsurlarının ne kadar etkisinin olduğunu ortaya koymaktır. Bu çalışma Bursa'daki girişimlere ve potansiyel girişimcilere yol gösterici nitelikte özelliklere sahip olup bu çalışmanın sonuçları, girişimcilik ekosistemi ile ilgili literatüre değerli katkılar sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Girişimcilik, Girişimcilik Ekosistemi, Bursa, ULUTEK

ABSTRACT

Name and Surname	: Bahar ALPER
University	: Bursa Uludag University
Institution	: Social Science Institution
Field	: Economics
Branch	: Economy Politics
Degree Awarded	: Master
Page Number	: xxi + 188
Degree Date	: / 02 / 2020
Supervisor	: Doç. Dr. Metin ÖZDEMİR

ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM: A RESEARCH ON BURSA ZONE

Nowadays, one of the most important priorities in economic planning of many countries is to increase entrepreneurship and to achieve economic growth. The entrepreneurial ecosystem, which encompasses all economic, sociological, and cultural elements that affect the formation, growth and survival of an enterprise, has a major impact on the success of an enterprise. When we look at the world economy, it is seen that successful initiatives are easily emerging and growing from healthy functioning and established entrepreneurship ecosystems. In addition, the economy of a country that has established the entrepreneurship ecosystem is immediately noticeable compared to the others with its growth. In short, the entrepreneurial ecosystem is closely linked to economic growth and is closely related to the welfare of the country.

In this study, the entrepreneurship ecosystem along with its elements are analyzed within the scope of a field research on the companies within ULUTEK in Bursa. Within the scope of the research, we interviewed one-on-one with innovative companies that produce technology, which is described as techno-venture. The aim of

the study isto explain the concept of entrepreneurship ecosystem, its elements, entrepreneurship ecosystem of Bursa, starting from the place of entrepreneurship in economic theory, also to investigate the elements of the entrepreneurship ecosystem in the growth of enterprises in Bursa. This study has the characteristics to guide entrepreneurs and potential entrepreneurs in Bursa and the results of this study provide valuable contributions to the literature on entrepreneurship ecosystem

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Ecosystem, Bursa, ULUTEK

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında sabrını ve anlayışını esirgemeyen ve beni yönlendiren danışmanım Doç. Dr. Metin ÖZDEMİR'e, ve bana desteğini esirgemeyen babam Prof. Dr. Yusuf ALPER'e ve desteğini benden hiç eksik etmeyen eşim Emir Cihan ALPER'e ve ona ayırmam gereken vakti sabırla bekleyen canım oğlum Kaan ALPER'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca bu tezin alan araştırması kısmında bana değerli vaktini ayıran tüm kıymetli girişimcilere teşekkürü bir borç bilirim.

Bahar ALPER

Şubat 2020, BURSA

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
ÖNSÖZ.....	ix
İÇİNDEKİLER.....	x
TABLOLAR.....	xv
ŞEKİLLER.....	xvii
KISALTMALAR.....	xviii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ: TEORİK ÇERÇEVE

1.1.İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK.....	2
1.1.1.Merkantilizm Yaklaşımı.....	3
1.1.2.Fizyokrasi Yaklaşımı.....	3
1.1.2.1.Francois Quesnay.....	3
1.1.2.2.Richard Cantillon.....	3
1.1.3.Klasik Okul Yaklaşımı.....	4
1.1.3.1.Adam Smith.....	4
1.1.3.2.David Ricardo ve John Stuart Mill.....	4
1.1.3.3.Jean Baptise Say ve Jeremy.....	5
1.1.4.Neoklasik Okul Yaklaşımı.....	5
1.1.4.1.Alfred Marshall.....	5

1.1.4.2.Johann Heinrich ve Thünen	6
1.1.4.3.Leon Walras	7
1.1.5.Keynesyen Okul	9
1.1.6.Chicago Okulu	9
1.1.6.1.Frank Hyneman Knight.....	10
1.1.6.2.Amasa Walker ve Francis A. Walker.....	11
1.1.7.Avusturya Okulu Yaklaşımı	11
1.1.7.1.Carl Menger	12
1.1.7.2.Ludwig von Mises	13
1.1.7.3.Israel Meir Kirzner.....	15
1.1.8.Alman Okulu Yaklaşımı.....	17
1.1.8.1.Joseph Alois Schumpeter	17
1.1.8.1.1.Schumpeter, Yaratıcı yıkım ve Yaratıcı Birikim	19
1.1.9.Evrimsel (Evrimsel) İktisat Yaklaşımı.....	24
1.1.9.1.Thorstein Bunde Veblen	26
1.1.9.2.Schumpeter ve Evrim Yaklaşımı	28
1.1.9.3.Neo-Schumpeteryen Evrimsel İktisat	30
1.1.9.4.Populasyon	31
1.1.10.Firma ve Girişimcilik.....	31
1.1.10.1.Ronald Coase	32
1.1.10.2.Edith Tilton Penrose.....	33
1.1.11.William Baumol ve Girişimcilik	34

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ	39
--	----

2.1.1.Girişimcinin Tanımı	39
2.1.2.Girişimcinin Özellikleri	41
2.1.3.Girişimci Kişiliğin Oluşmasındaki Etkenler	44
2.1.3.1.Demografik Etkenler	44
2.1.3.1.1.Cinsiyetin Etkisi	44
2.1.3.1.2.Yaşın Etkisi	47
2.1.3.1.3.Eğitimin Etkisi	48
2.1.3.1.4.Ailede Girişimci Olması	50
2.1.3.1.5.Önceki İş Deneyimi.....	50
2.1.3.2.Kişisel Özelliklerin Etkisi	51
2.1.3.3.Sosyal Ortam Etkisi.....	52
2.1.3.4.Kültürel Etkenler.....	52
2.1.4.Girişimcilikte Motivasyon.....	52
2.1.5.Girişimciliğin Tanımı	53
2.1.6.Girişimciliğin Unsurları.....	55
2.1.7.Girişimcilik Süreci.....	57
2.1.8.Girişimcilik Türleri / Girişimciliğin Sınıflandırılması	59
2.1.9. Dünyada Girişimciliğin Tarihi	67
2.1.10. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihi	69
2.1.11.Girişimcilik Temelli Büyüme.....	70
2.2.GİRİşİMCİLİK EKOSİSTEMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	73
2.2.1.İktisatta Ekosistem Terimi.....	73
2.2.2.Girişimcilik Ekosisteminin Tanımı	73
2.2.3.Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları.....	74
2.2.2.1.Ulaşılabilir Pazarlar.....	78
2.2.2.2.İnsan Kaynağı.....	81

2.2.2.3.Yatırım ve Finansman	84
2.2.2.3.1.Melek Yatırımcılar	86
2.2.2.3.2.Girişim Sermayeleri / Risk Sermayeleri	88
2.2.2.3.3.Mikro Kredi Veren Bankalar ve Kurumlar	92
2.2.2.3.4.Kitlesele Fonlama Araçları	93
2.2.2.3.5.Alternatif Varlık Yönetim Şirketleri ve Diğer Borç Verenler	93
2.2.2.4.Destek Sistemleri	94
2.2.2.4.1.Yol Gösterenler / Mentorlar / Danışmanlar	95
2.2.2.4.2.Kuluçka Merkezleri.....	95
2.2.2.4.3.Hızlandırıcılar	98
2.2.2.4.4.Teknoloji Geliştirme Bölgesi, Teknopark.....	99
2.2.2.4.5.Ortak Kullanım Alanları	102
2.2.2.4.6.Girişimci Ağları	102
2.2.2.4.7.Girişimci Destekleri	103
2.2.2.5.Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı.....	104
2.2.2.6.Eğitim-Öğretim	106
2.2.2.7.Üniversiteler	107
2.2.2.8.Kültürel Destek	108
2.2.4.Girişimcilik Ekosistemi İş Modeli.....	109
2.2.5.Girişimcilik Ekosisteminin Dünyadaki Örnekleri	111
2.2.6.Girişimcilik Ekosisteminin Önemi ve Ekonomiye Katkısı	113

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BURSA BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1.BURSA'NIN SOSYO-EKONOMİK YAPISI.....	116
3.2.BURSA'NIN GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİNİN UNSURLARI	117
3.2.1.Bursa'nın Pazar Analizi.....	117

3.2.2.İnsan Kaynağı.....	118
3.2.3.Yatırım ve Finansman	119
3.2.4.Destek Sistemleri.....	120
3.2.5.Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı.....	123
3.2.6.Eğitim Öğretim.....	125
3.2.7.Üniversiteler	126
3.2.8.Bursa’da Girişimcilik Kültürü.....	127
3.3.ARAŞTIRMA SÜRECİ, YÖNTEM VE ANALİZ.....	128
3.3.1.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	128
3.3.2.Araştırmanın Önemi	128
3.3.3.Araştırmanın Metodolojisi.....	128
3.3.4.Araştırmanın Kısıtları	130
3.3.5.Bulgular	131
3.3.5.1.Firmalar Hakkında Genel Bilgiler.....	131
3.3.5.2.Girişimci ve Girişimcilik Fikri Hakkında Genel Bilgiler	133
3.3.5.2.1.İş Fikrinin Oluşumu	134
3.3.5.2.2.Girişimcilerden Girişimci Tanımları.....	141
3.3.5.3.Firmaların Üretim, Yatırım, ARGE ve İnovasyon Yetenekleri / Özellikleri	145
3.3.5.4.İnsan Kaynağı.....	151
3.3.5.5.Eğitim.....	154
3.3.5.6.Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı.....	157
3.3.5.7.Erişilebilir Pazarlar	159
3.3.5.8.Katalizör Görevi Gören Büyük Üniversiteler	160
3.3.5.9.Finansman Kaynağı.....	161
3.3.5.10.Destek Sistemleri	162

3.3.5.11.Firmanın Girişimci İş Ağları Hakkında	163
3.3.5.12.ULUTEK'in Girişimcilik Ekosistemine Yönelik Değerlendirmeler ...	165
3.3.5.12.1.ULUTEK Girişimcilik Ekosisteminin Değerlendirilmesi....	166
3.3.5.13.Girişimcilerin Bursa'nın Girişimcilik Ekosistemi Hakkında Genel Değerlendirmeleri	172
3.3.5.13.1.Bursa'nın Girişimcilik Kültürü	173
3.3.5.13.2.Girişimcilik Ekosisteminin Geliştirilmesi için Kamudan Beklentiler	175
3.3.5.14.Girişimcilerden Girişimcilere / Girişimci Olmayı Düşünenlere Tavsiyeler	176
3.3.6.Tartışma	177
SONUÇ VE ÖNERİLER	184
KAYNAKLAR	189
EK-1	208

TABLÖLAR

Tablo 1: Schumpeterci Mark 1 ve Mark 2 Sistemi	24
Tablo 2: Girişimcinin İktisat Teorisindeki Rolü	38
Tablo 3: Önemli Girişimci Tarifleri	41
Tablo 4: Girişimci Kişilik Özellikleri	42
Tablo 5: Erkek Girişimciler ve Kadın Girişimcilerin Karşılaştırılması	46
Tablo 6: Girişimciliğin Tarihsel Tanımlamaları	54
Tablo 7: Araştırmacılara Göre Girişimcilik Türlerinin Başlıkları	60
Tablo 8: Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	68
Tablo 9: Girişimcilik Ekosistemi Unsurları	74
Tablo 10: Girişim Ekosisteminin Unsurlarının Bileşenleri.....	76
Tablo 11: Girişimcilik Ekosistemi ve Yaratıcı Yıkım: Kavramsal Model	77
Tablo 12: Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları	78
Tablo 13: Firmanın Büyümesinde / Başarımında En Önemli Unsurlar	79
Tablo 14: E-Girişim Kullanıcı Sayıları, Ülke Nüfusu Karşılaştırılması	80
Tablo 15: İş Gücü - 2017	83
Tablo 16: Yıllık Ortalama İşçi Verimliliği Artışı (%).....	84
Tablo 17: Girişim Ekosistemi Destek Sistemlerinin Bölgelerinde Halihazırda Mevcut Olduğunu Düşünenler Bölge Bazlı Anket Sonuçları	94
Tablo 18: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri	101
Tablo 19: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri/ Fikri Mülkiyet Hakları.....	102
Tablo 20: Türkiye'nin Altyapısı.....	105
Tablo 21: Bursa ile İlgili Genel Bilgiler.....	116
Tablo 22: Bursa'da ki Firma Türleri	118
Tablo 23: Bursa'da Kayıtlı Çalışan Sayısı	118
Tablo 24: Sanayinin Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu	119
Tablo 25: Açılan Firmalar	119
Tablo 26: Kapanan Firmalar	120
Tablo 27: Sanayinin Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu	120
Tablo 28: ULUTEK Hakkında Bilgiler.....	122
Tablo 29: Bursa'nın Ulaşım ve Altyapısı.....	124
Tablo 30: Bursa'da ArGe – Patent Bilgileri.....	125

Tablo 31: Girişimcilik Eğitim Programı ve Katılımcı Sayıları (2010-2017).....	125
Tablo 32: 2018 Yılında İşkur Eğitimlerine Katılanların Sayısı	126
Tablo 33: Bursa’da ki Üniversiteler	127
Tablo 34: Firma Faaliyet Süresi ve ULUTEK’te Bulunma Süresi	131
Tablo 35: Firmaların Sektörel Dağılımı	132
Tablo 36: Firmaların Ortak Sayısı.....	132
Tablo 37: Firmaların Sermaye Dağılımları	132
Tablo 38: Firmaların Hukuki Statüsü.....	133
Tablo 39: İhracat Yapan Firmaların Dağılımı.....	133
Tablo 40: İş Kurmadan Önce Hazırlık	134
Tablo 41: Girişimcilik Eğitimi Alıp Almadığı.....	134
Tablo 42: Girişimci Olmadan Önceki İş Tecrübesi ve Etkisi	135
Tablo 43: Girişimcinin Daha Önce Başka İş Kurması ve Etkisi.....	135
Tablo 44: Girişimcinin Mezun Olduğu Bölüm ve Etkisi	136
Tablo 45: Girişimi Kurma Yaş ve Etkisi.....	136
Tablo 46: Girişimini Kurarken Girişimcinin Medeni Durumunun Etkisi.....	137
Tablo 47: Girişimin Kurulumunda Cinsiyetin Etkisi	138
Tablo 48: Girişimcinin Motivasyonu	138
Tablo 49: Girişimci Tanımlarında En Çok Geçen Kelimer	142
Tablo 50: Girişimcilere Göre Girişimci Olmalarına Yardımcı Olan Özellikleri	143
Tablo 51: Girişimin Başarılı Olmasını Sağlayan Etkenler.....	144
Tablo 52: Firmaların Üretim Mekanı	145
Tablo 53: Firmaların Üretim Yapısı.....	145
Tablo 54: Son Üç Yılda Üretim Alanı Değişirme Durumu	146
Tablo 55: Firmaların Yatırım Harcamalarının Dağılımı	146
Tablo 56: Firmaların Yatırım Beklentileri	147
Tablo 57: Firmaların Yatırımlarının Beklentilerini Karşılama Düzeyi.....	147
Tablo 58: Firmaların Sahip Olduğu Kalite Belgeleri	148
Tablo 59: Firmaların Uyguladığı Yönetim Teknikleri.....	148
Tablo 60: Firmaların Ar-Ge ve Faaliyetleri Harcamaları.....	149
Tablo 61: Gelecek Dönem Ar-Ge Harcamalarındaki Değişiklik	149
Tablo 62: Firmaların Sahip Oldukları Fikri Mülkiyet Hakları.....	150

Tablo 63: Firmaların Son Üç Yılda İnovasyon Yapma Şekli	150
Tablo 64: Firmaların İnovasyon Sonucu Geliştirdikleri Ürünlerin Satışlarının Toplam Satışlarındaki Payı.....	150
Tablo 65: Firma Çalışan Sayısı	151
Tablo 66: Aile Üyelerinin Firmada Çalışma Durumu.....	151
Tablo 67: Çalışan Teminindeki Kriterler	152
Tablo 68: Çalışan Ararken Faydalanılan Kanallar	152
Tablo 69: Çalışanların Kıdem Ortalaması.....	153
Tablo 70: Geçici İşgücü Talep Etme Durumu	153
Tablo 71: Çalışanların Mezun Olduğu Bölümler.....	154
Tablo 72: Firmaların İstihdam Planı	154
Tablo 73: Firmaların Eğitimsel Faaliyetleri	154
Tablo 74: ULUTEK’te Düzenlenen Eğitim ve Seminerlerin Değerlendirilmesi.....	155
Tablo 75: Firmaların İhtiyaç Duydukları / ULUTEK’in Düzenlemesini Bekledikleri Eğitimler/Seminerler	156
Tablo 76: Bürokratik Yapı, İş Kurmanın Kolaylığı	157
Tablo 77: Mevzuat ve Hükümet Politikalarının Girişimcileri Destekleme Düzeyi	157
Tablo 78: Kamu Girişimci İşbirliği ve İletişimi Düzeyi	157
Tablo 79: Bursa’nın Altyapısı	158
Tablo 80: ULUTEK’in Altyapısı	158
Tablo 81: Firmaların Yararlandıkları Bilişim Teknolojileri	159
Tablo 82: Firmaların Pazara Erişim Yolları.....	159
Tablo 83: Pazara Erişimde Bursa’nın Avantajı.....	160
Tablo 84: Pazara Erişimde ULUTEK’in Avantajı	160
Tablo 85: Üniversiteler ile İşbirliği Durumu.....	160
Tablo 86: Girişimcinin Mezun Olduğu Üniversitenin Girişimciliğine Etkisi.....	161
Tablo 87: Girişim Sermayesi Oluşumu	161
Tablo 88: Büyüme Aşamasında Yatırım ve Finansman Kaynakları.....	162
Tablo 89: İmkânı Olduğunda Melek Yatırımcı Olmayı Düşünenlerin Yatırım Yapmayı Düşündüğü Alan	162
Tablo 90: Destek Sistemlerinden Faydalanma Durumu	163
Tablo 91: Firmaların Faydalandığı Ağlar	163

Tablo 92: Firmaların İşbirliğine Yatkınlıkları.....	164
Tablo 93: ULUTEK'e Gelme Nedeni	165
Tablo 94: ULUTEK'in Firmanın Ömrüne Etkisi	165
Tablo 95: ULUTEK'in İşbirliğine / Rekabetçiliğe Katkısı.....	166
Tablo 96: Bursa'da ki Girişimcilerin Desteklenmesi.....	173
Tablo 97: Bursa'nın Girişimcilik Kültüründe Girişimciliğin Gördüğü Değer Düzeyi	173
Tablo 98: Bursa'nın Girişimcilik Ekosisteminin Değerlendirilmesi	174

ŞEKİLLER

Şekil 1: Schumpeter'in Ekonomik Gelişme Modeli.....	20
Şekil 2: Schumpeter'e Göre Teknolojik Süreç	30
Şekil 3: İngiltere, Çin ve İtalya'nın 500 Yıl Boyunca Kişi Başı GSYİH Değişimi	36
Şekil 4: 4 Coğrafik Bölgedeki 48 Ülkede, 18-64 Yaş Aralığındaki Yetişkinler Arasında Cinsiyete Göre Toplam Erken Dönem Girişimsel Faaliyet (TEA) Oranları.....	45
Şekil 5: Gençler (18-24 Yaş) ve Yetişkinler (45-54 Yaş) Arasında En Yüksek Katılıma Sahip Ülkelerin Toplam Erken Dönem Girişimsel Faaliyetinin Yaş Profili	48
Şekil 6: Girişimciliğin Unsurları	57
Şekil 7: Girişim Süreci Modeli	58
Şekil 8: GEM Modeli - Çerçevesi	71
Şekil 9: GEM Girişimcilik Göstergeleri	72
Şekil 10: Girişimcilik Ekosisteminin Erişilebilir Pazarlarının Kapsamı	80
Şekil 11: İş Gücü Sayısı.....	83
Şekil 12: Büyüme Oranı	83
Şekil 13: 2015 Yılı Bölgesel Bazda İş Kurmak İçin Gerekli Para Miktarları	85
Şekil 14: Girişim Finansman Modeli.....	86
Şekil 15: Melek ve Girişim Sermayelerinin Türkiye'de ki Girişimlere Yatırımları	88
Şekil 16: En Çok Yatırım Alan Alanlar.....	92
Şekil 17: Kuluçka Merkezleri Faaliyet Süreci.....	97
Şekil 18: Girişimcilik Ekosistemi İş Modeli	110
Şekil 19: Silikon Vadisinin Gerçek Tarihi	111
Şekil 20: 1785-2020 Arası İnovasyon Dalgaları.....	112
Şekil 21: Girişimcilik Ekosistemi Çerçeve Şartlarının Uzman Değerlendirilmesi	113
Şekil 22: Bursa'da Ar-Ge Çalışmaları Yapan Firmaların Sektörel Dağılımı	124
Şekil 23: Bursa Girişimci Güven Endeksi	127
Şekil 24: Girişimcinin Yetiştirilme Tarzının Girişimci Olmasına Etkisi	139
Şekil 25: Ailede Başka Girişimci Olmasının Etkisi	140
Şekil 26: Girişimcinin Ailesi Tarafından Desteklenme Durumu	140

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AR-GE : Araştırma Geliştirme

BEBKA : Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı

BESOB : Bursa Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği

BM : Birleşmiş Milletler

BTSO : Bursa Ticaret ve Sanayi Odası

CIP : Rekabet Edebilirlik ve Yenilikçilik Çerçeve Programı

EIP : Girişimcilik ve Yenilik Programı

GEM : Global Entrepreneurship Monitor - Dünya Girişimcilik Monitörü

İMKB: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası

İŞKUR : Türkiye İş Kurumu

KOBİ : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler

KOSGEB : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

OECD : Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)

STK : Sivil Toplum Kuruluşu

TDK : Türk Dil Kurumu

TEKNOPARK : Teknoloji Geliştirme Bölgeleri

TOBB : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TÜBİTAK : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

TÜSİAD : Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği

ULUTEK : Uludağ Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi

WEF: World Economic Forum(Dünya Ekonomik Forumu)

GİRİŞ

İktisatta, ülkelerin refah düzeyinin en önemli belirleyicilerinden ve iktisadi büyümenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülen girişimcilik, düzeyi ne olursa olsun tüm ekonomilerde stratejik bir öneme sahiptir. Girişimcilik, girişimcilik ekosisteminden beslenmektedir. Girişimcilerin başarılı olması girişimcilik ekosistemi ile yakından alakalıdır. Bu bağlamda, girişimcilik ekosistemi ve firmaların doğup büyümesi ve hayatta kalması arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır.

Bu çalışmada girişimcilik ve girişimcilik ekosistemi kavramları, Bursa bölgesi üzerine bir araştırma ile birlikte üç bölüm olarak incelenmiştir. Girişimcilik ekosisteminin daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle girişimcilik incelenerek çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde iktisat teorisinde girişimcilik ekosisteminin teorik çerçevesi yer almakta, iktisadi düşünce okullarının girişimcilik üzerine görüşleri açıklanmakta, farklı iktisadi yaklaşımlara göre girişimcilik kavramının iktisat teorisindeki yeri ele alınmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümü girişimcilik ve girişimcilik ekosistemi konuları hakkında kavramsal çerçeveyi içermektedir. İkinci bölümde öncelikle girişimci ve girişimcilik kavramları tanımı, özellikleri ve unsurları ile birlikte kavramsal olarak ele alınmıştır; sonrasında girişimcilik ekosistemi kavramı ve girişimcilik ekosistemi unsurları analiz edilerek girişimcilik ekosisteminin önemi ve ekonomiye etkisi ortaya konmuştur.

Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümünde ise öncelikle Bursa'nın sosyal ekonomik yapısı incelenmiş ve Bursa'nın girişimcilik ekosistemi unsurları analiz edilmiştir. Sonrasında Bursa'daki ULUTEK Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde yer alan firmalardan 42'si üzerinde yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle yapılan girişimcilik ekosistemini araştıran bir alan araştırması amacı, kapsamı, metodu ve önemi açıklanarak araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir. Ayrıca son bölümde analiz bulguları çerçevesinde bir değerlendirme yapılarak, Bursa'nın ve ULUTEK'in girişimcilik ekosistemi ile ilgili gelecek çalışmalara ışık tutacak değerli öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ: TEORİK ÇERÇEVE

Girişimcilik ekosistemi kavramının anlaşılabilmesi için öncelikle girişimcilik kavramının iyice anlaşılması gerekmektedir. Girişimcilik kavramı, iktisat teorisinde önemli bir yere sahiptir. İktisatçılar, girişimciliği ekonomik gelişmenin ve kalkınmanın merkezine koyarken konuya diğer disiplinlere göre daha teori odaklı bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Bu sebeple girişimcilik ekosistemi ile ilgili bu tez çalışmasının ilk bölümünde farklı iktisadi yaklaşımlara göre girişimcilik kavramının iktisat teorisindeki yeri ele alınmaktadır.

1.1. İKTİSAT TEORİSİNDE GİRİŞİMCİLİK

Girişimcinin iktisat teorisindeki önemli rolü, 18. yüzyılın başlarında, fikirleriyle kendinden sonrakilere önderlik edecek olan Richard Cantillon tarafından ortaya atılmıştır. İktisat teorisinde Cantillon'dan sonra 19. yüzyılda Mill, Say ve Marshall; ve 20. yüzyılda Schumpeter, Knight, Kirzner ve Baumol başta olmak üzere birçok iktisatçı girişimcilik teorisinin gelişmesine, girişimcinin tanınmasında, girişimciliğin ekonomideki özellikle büyüme ve kalkınmadaki oldukça önemli rolünün anlaşılmasına katkıda bulunmuştur (Rocha, 2012:4).

Hébert ve Link girişimcilik teorilerinin sınıflandırılmasının her birinin kökenini Richard Cantillon'a kadar izleyen üç ana entelektüel gelenek - Chicago, Alman ve Avusturya gelenekleri - olarak yoğunlaştırılabileceğini belirtmektedir (Rocha, 2012:4). Bu bölümde merkantilizm, fizyokrasi, klasik okul, neoklasik okul, keynesyen okul, Chicago okulu, Alman okulu, Avusturya okulu, evrimci iktisat yaklaşımları gibi iktisat teorisindeki pek çok farklı yaklaşımın girişimcilik kavramına bakış açısı ele alınmakta; iktisat teorisinde girişimci teorisi geliştiren ve girişimcilik ile ilgili önemli tanımlar yapan iktisatçıların görüşlerine yer verilmektedir.

İktisat teorisinde 20. yüzyılda, girişimcilikle daha yakından ilişkilendirilen isim, denge bozucu girişimcinin dinamik, yenilikçi eylemleri etrafında Ekonomik Kalkınma Teorisi'ni oluşturan Joseph Schumpeter (1912), girişimcilik teorisine önemli katkılar sağlamıştır. “Schumpeteryen girişimci” ifadesinin ortaya çıkmasına sebep olan iktisatçının girişimcilik ile ilgili görüşlerinden etkilenecek gelişen evrimci iktisatın

inovasyon, teknoloji kavramlarıyla girişimciliği bağdaştıran günümüz teknoloji girişimcilerinin (startuplarının) evrimsel iktisat yaklaşımı üzerinde durulmaktadır.

1.1.1. Merkantilizm Yaklaşımı

1500-1800 yılları arasındaki dönemi kapsayan merkantilizm, yaklaşık 300 yıllık dönem boyunca çok geniş bir coğrafyada uygulama alanı bulmuştur. Bu bağlamda, sistemin uygulandığı ülkelerde farklı uygulamalar oluşmuştur. Ancak genel olarak bakıldığında, merkantilizm korumacı bir yapıda olduğunu için temelini devlet idaresi oluşturmuştur. Bu bağlamda, ekonomi politikası hem ekonominin hem de devletin aynı anda büyümesine yönelik olmuştur (Savaş, 2007: 137-138). Bu doğrultuda, devletin güçlenmesi için ihracata büyük önem verilmiş ve dönemin girişimci tüccarları desteklenmiştir. Zamanla güçlenen bu tüccarlar devletlerin politikalarının oluşturulmasında da etkili olmuşlardır.

1.1.2. Fیزیokrasi Yaklaşımı

Fیزیokrasi, merkantilizme tepki olarak 18. yy'da doğmuştur. Tarım sektörünü, zenginliğin doğal olarak da büyümenin kaynağı olarak gören bu sistem serbest ekonomiyi savunmuştur. Ticareti üretken olmamakla eleştirmişlerdir. Fیزیokrasi'nin öne çıkan temsilcileri ise Francois Quesnay, Richard Cantillon ve Anne Turgot gibi düşünürlerdir (Kazgan, 2010: 64-68).

1.1.2.1. Francois Quesnay

Fیزیokrasi'nin kurucu olan Quesnay, 'Ekonomik Tablo' isimli eserinde ekonominin tarım sektörü ile sınırlandırıldığı bir analiz yapmıştır. Tarım sektörü dışındaki sektörler ise üretken olmadığı varsayımı ile analiz dışı bırakılmıştır. Quesnay, analizinde üretken ve kısır sınıf ayrımı yapmış, toprağı işleyen ve üretim yapan kesimi üretken sınıf olarak kabul ederken toprak sahibi, sanayi ve tüccar sınıfını ise kısır sınıf olarak kabul etmiştir (Savaş, 2007: 239-246).

1.1.2.2. Richard Cantillon

Richard Cantillon, bir pazardaki talep ve arz arasındaki tutarsızlığın ucuz satın alma ve daha yüksek bir fiyata satış için fırsatlar yarattığını ve bu tür bir arbitrajın

rekabetçi pazara denge sağlayacağını kabul etmiş ve bu henüz gerçekleşmemiş kâr fırsatlarından yararlanan kişilere “girişimci” demiştir (Rocha, 2012:4).

Toplumu, toprak sahipleri (sermayedarlar), girişimciler ve ücretli çalışanlar (işçiler) olarak sınıflandıran Cantillon ise girişimciyi piyasanın temel aktörü olarak kabul etmiştir. Girişimci, belirli bir fiyattan aldığı malı kar elde ederek satarak ve böylece sınıflar arası ekonomik ilişkiyi güçlendirmektedir. Quesnay’ın aksine Cantillon, girişimcilik alanına sadece tarım sektörünü değil diğer sektörleri de dâhil etmiştir. Turgot ise, girişimciyi sermaye sahibi olarak tanımlamıştır (Yener, 2018).

1.1.3. Klasik Okul Yaklaşımı

Klasik iktisat dönemi Adam Smith’in 1776 tarihli ‘Ulusların Zenginliği’ ile başlayıp Keynes’in 1936 tarihli ‘Faiz, İstihdam ve Paranın Genel Teorisi’ adlı eserine kadar süren dönemi kapsamaktadır. Fیزیokrasi düşüncesinde Turgot bir kenara bırakılırsa, sermaye sahibi ve girişimci ayrı olarak kabul edilmiştir. Klasik iktisada göre ise girişimci risk alarak bunun karşılığında kar eden kişidir. Bu bağlamda, sermayesini kullanarak yatırım yapan herkes girişimci olarak kabul edilmiştir (Er, 2013).

1.1.3.1. Adam Smith

Adam Smith, ‘Milletlerin Zenginliği’ adlı kitabında ekonominin görünmez el adımı verdiği bir değişken aracılığıyla dengelendiğini ve homo economicus adını verdiği ekonomideki bireylerin de kendi çıkarları peşinde koştuğunu savunmaktadır. Smith, aynı eserinde özel mülkiyet ve girişim özgürlüğünü savunmuş, kapitalist girişimcilerin önündeki engellerin kaldırılması gerektiğini dile getirmiştir. Girişimcinin sermayesini yatırdığı yatırımdan da kar elde etmesi gerektiğini belirtmiştir. Homo economicus kendi çıkarı peşinde koşarken toplumun çıkarına yönelik de hareket etmiş olmaktadır. Dolayısıyla, girişimciliğin geliştiği ülkelerde refah düzeyinde de gelişme sağlanmaktadır (Aktan, 2019).

1.1.3.2. David Ricardo ve John Stuart Mill

Ricardo, klasik iktisat düşüncesindeki ‘*her arz kendi talebini yaratır*’ düşüncesine rağmen girişimcinin talebe göre üretim gerçekleştirdiğini savunmuştur. Mill ise girişimciliği başkalarının görmediği fırsatları fark edip kullanan böylece ekonomiyi

harekete geçiren kişi olarak tanımlamıştır. Ona göre, girişimcide kültürel bilgi, yönetim yeteneği ve belirli bir seviyede başarı vasfı olmalıdır (Er, 2013).

1.1.3.3. Jean Baptise Say ve Jeremy

Say, girişimciyi yenilikçi olarak görmüş ve iktisadi büyüme ile girişimciliğin ekonomideki önemine vurgu yapmıştır. Kaynakları en verimli alanlara kaydıran girişimci aynı zamanda yeni yöntemlerin de bulunmasını sağlamaktadır. Say, ayrıca girişim alanlarını üçe ayırmıştır, bunlar: tarım, imalat ve ticari endüstridir (Hebert ve Link, 1989). Girişimciyi ekonomik faaliyetlerin merkezine alan Say, girişimcinin üretim ve sermaye dağılımında düzenleyici rol aldığını savunmuştur. Ona göre girişimci üretim faktörlerini birleştiren organize eden kişidir (Çöğür, 2016). Jeremy Bentham ise girişimcinin sermaye, tecrübe ve teknik bilgisi ile ülkenin refahını artırdığını savunmuştur (Yener, 2018).

1.1.4. Neoklasik Okul Yaklaşımı

Neoklasik okul, 1870-1920 döneminde klasik okulun görüşlerinde köklü değişimler yaparak liberal ideolojiyi devam ettiren okuldur (Kazgan, 2010: 114). Bu okulla birlikte, daha önceki okullarda vurgulanan girişimcinin temel özelliklerinin yanında yöneticilik, muhasebe ve finans uzmanlığı da eklenmiştir. Bu dönemde girişimcilik alanında öne çıkan isimler ise Alfred Marshall, H. Von Thünen ve Leon Walras'tır (Yener, 2018). Marshall ise girişim sürecini evrimsel bir süreç olarak kabul etmiş ve girişimciyi de bu sürecin sorumlusu olarak görmüştür.

1.1.4.1. Alfred Marshall

Neoklasik okulun kurucusu olarak kabul edilen Alfred Marshall (1842-1924), girişimciyi bir sanayi lideri ve yönetici ya da denetmen olarak tanımlamıştır (Ripsas, 1998: 106). Marshall girişimi, toprak, sermaye ve emeğin yanında bir dördüncü üretim faktörü olarak ele almıştır. Marshall'ın iktisat teorisine çok önemli katkılarından biri olan kâr teorisinde, girişimcinin geliri olan kâr haricinde milli hasılayı belirleyen faktörlerin gelirleri olan rant, faiz, ücret kısa ve uzun dönemde de kendi talep ve arz koşullarında belirlenirken, kârın "yönetimin ücreti" olan kısmı, ücretlerin belirlendiği ilkelere göre tespit edilir (Vural, 2000:609-613). Marshall'a göre, kısa dönemde bir artık olarak

görülen kâr, uzun dönemde girişimin var olması için gereken normal arz fiyatına eşitlenen, girişimcinin kazanmayı umduğu normal bir kazanç olarak görülmektedir (Selik, 2015: 300). Sermayesinin getirisi, cari faiz oranının üzerine çıktığı sürece üretimine devam etmek isteyen girişimcinin, hasılatından maliyetleri çıkarıp ulaşılan net gelir kâr olarak tanımlanır (Çöğürçü, 2016: 74).

Marshall'a göre girişimci, reel bir istek yaratan ya da eski malın üretimini geliştirip yenisini arz etme fırsatını kullanan büyük üretim - tüketim hareketlerini tahmin edebilen, dikkatli karar alırken cesaretle risk altına da girebilendir. Marshall'a göre ilerlemenin esas sebebi değişim eğilimidir, işinde daha fazla sorumluluk alan becerikli bir işadamı da bu eğilimdedir. İcat veya yeniliği kabul ederek uygulamak ve geliştirmek amacıyla risk almaya hevesli girişimci marjinal değişmelerin devamlılığını sağlamaktadır (Doğan, 2012: 2-3). Marshall'ın arz yanlı, marjinalist, deneyimsel ve evrimsel olan ekonomik gelişme modelinin merkezinde firma ve girişimci bulunmaktadır. Kâr güdüsüyle hareket eden girişimci farklı ürünlerin optimal çıktı bileşimlerini araştırması sonucu en son teknolojinin gücüyle çıktıda gerçekleşen gelişmeler, iktisadi gelişmenin harekete geçiricisidir (Doğan, 2012: 4).

1.1.4.2. Johann Heinrich von Thünen

Neoklasik okulda girişimcilik alanında öne çıkan iktisatçılardan biri de H. Von Thünen (1783-1850)'dir. Von Thünen tarafından yapılan katkı hem yenilikçi hem risk alan olarak girişimcinin vizyonunu kapsamaktadır. O girişimciyi, yöneticiden ayırır ve girişimcinin kaçınılmaz bir risk aldığıın altını çizer (Sciascia, 2004: 5).

Von Thünen, ekonomi tarihinde yerleşim teorisine katkılarından dolayı iyi bilinir ancak önemli eseri İzole Devlet'in (1850) ikinci cildinde, girişimcinin getirisini kapitalistin getirisinden açıkça ayıran kârın açıklamasını yaptı. Von Thünen'in girişim kazancı (entrepreneurial gain) olarak nitelendirdiği şey olan eksi kâr (Hebert ve Link, 2006: 310):

1. Yatırılan sermayenin faizi
2. İşletme zararına karşı sigorta
3. Yönetimin ücreti

olarak ifade edilmiştir. Bu artık, Von Thünen'in "bir işletmeyle ilgili tüm riskleri karşılayacak bir sigorta şirketi bulunmadığı" sürece sigorta edilemez bir risk olarak

tanımladığı girişim riskinin getirisini temsil eder. Riskin bir kısmı girişimci tarafından her zaman kabul edilmelidir (Hebert ve Link, 2006: 310).

Von Thünen'e göre, kamu hizmeti için bir miktar bilgi ve eğitim almaya yeterli parası olan kimsenin devlet memuru olma ya da her iki iş için de uygunsuzsa, endüstriyel girişimci olma seçeneği vardır. İlk işi yaparsa, yaşam boyu geçim garantilidir; ikincisini seçerse, talihsiz bir ekonomik durum bütün servetini alabilir ve sonra da kaderi günlük ücretli işçiye dönüşür. Thünen gelecek için bu denli eşit olmayan beklentiler altındaki bu durumda, eğer kazanma olasılığı kayıptan daha büyük değilse, onu girişimci olmaya ne motive edebilir diye sorgular (Hebert ve Link, 2006: 311).

Girişimcilik ve yönetimi arasındaki farklılığı birbirinden açıkça ayıran Thünen, girişimcinin özellikle yeni bir girişim kuranın ücretli yöneticiye göre gece uykularını kaçıran endişelere sahip olduğunu ifade eder. İşletmesinin başarısızlığından kaçınmak için çözümler bulmaya çalışan girişimci için her zorluk bir eğitim fırsatına dönüşür. "Gereklilik, icadın anasıdır" diyen von Thünen bu nedenle girişimcilerin bu sıkıntılara rağmen kendi alanlarındaki mucitler ve kâşifler olacağını, aslında girişimcilerin, endüstrisi için özenle çalışıp tazminatını hak eden ücretli yöneticiyle karşılaştırıldığında daha fazla zihinsel çaba sağlayıp ekstra bir ödül hak ettiklerini ve bu ödülün girişimciye, yeni ve kullanışlı bir makinenin mucidine ödenebilecek olan bakiyeden daha az olmamak üzere haklı bir ödeme olduğunu belirtir (Hebert ve Link, 2006: 311).

Kısacası iktisat teorisine önemli katkılar sunan iktisatçı Johann Heinrich von Thünen, girişimciyi yöneticiden, girişimciliği yönetimden, kârı sermayeden ayırmış, girişimcilerin risk alan ve yenilikçi yönüne vurgu yaparak girişimcilik literatürüne de değerli katkılar sağlamıştır.

1.1.4.3. Leon Walras

Aslen Fransız olan neoklasik iktisatın önde gelen iktisatçılarından Leon Walras (1834-1910) Lozan Okulunun kurucusu olarak bilinmektedir. Piyasa fiyatının açıklarken azalan marjinal fayda ilkesine dayandıran ve kurduğu genel denge teorisiyle iktisat alanında önemli katkıları bulunmaktadır. Ekonomiyi bir bütün olarak ele almaya çalışan Walras'a göre, belirli bir malın arzı, talebi ve fiyatı, diğer bütün malları ve üretim faktörlerini etkilerken onlardan da etkilenmektedir (Selik, 2015:298). Bir bakıma Walras'a göre ekonomide piyasalar her yönüyle birbirine bağımlıdır.

Walras, girişimciyi başat bir figür olarak görüyordu. “Saf Ekonominin Unsurları” (1874) isimli eserinde dört üretim faktörünü tasvir eden Walras’ın kapitalistleri toprak sahiplerinden veya girişimciden ayrı olarak tanıması önemlidir. Walras, girişimciyi, iktisadi kaynakları düzenleyen ve koordine eden ve bir arbitrajcı olarak tanımlamış; ekonomideki işçi, toprak sahibi, sermayedar gibi dört başat faktörden biri olarak görmüştür. . O’na göre girişimci olmadan hiçbir faaliyet gerçekleşmez, bir değişim olmaz. Walras, girişimcinin rolünü toprak sahiplerinden toprak kiralamak, emekçiden kişisel yetenekleri kiralamak ve kapitalistten sermaye ödünç almak ve tarım, sanayi veya ticarete üç verimli hizmeti birleştirmek olarak ifade etmektedir (Hebert ve Link, 2006: 322). O, gerçek hayatta, aynı kişinin belirtilen rollerin dördünün ikisini, üçünü ve hatta hepsini üstlenebileceğini, hatta bu rollerin birleştirilmesinin farklı farklı girişim türlerine yol açacağını, yine de aynı kişi tarafından gerçekleştirilse bile rollerin bilimsel bakış açısına göre ayrı tutulması gerektiğini söyler (Hebert ve Link, 2006: 323).

Walras’ın girişimci konusundaki pozisyonunu uzun süre tutarlı bir şekilde sürdürdüğü görülmektedir. Kitabının 1874’te yayınlanan halinde girişimciyi, üretim ve tüketim arasında bir aracı, piyasadaki kâr fırsatları ile motive olan dengeleyici bir faktör olarak nitelendirdi. Satış fiyatları, üretim maliyetlerinden daha yüksek olduğunda, bu kâr fırsatları mevcuttur. Böylece girişimcinin bir dengesizlik alanında faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır (Hebert ve Link, 2006: 324).

Walras, bir ürünün satış fiyatı, belirli firmalar için üretken hizmetlerin maliyetini aşıyorsa girişimcilerin bu üretim dalına yöneleceğini veya üretim miktarını artıracığını, böylece fiyatın düşeceğini ve fiyat ile maliyet arasındaki farkın azalacağını ve tam tersi üretim hizmetlerinin maliyeti belirli şirketler için satış fiyatını aşarsa, yani bir zararla sonuçlanırsa, girişimcilerin bu üretim dalını terk edeceğini veya üretim miktarını düşüreceğini, böylece fiyatın artacağını ve fiyat ile maliyet arasındaki farkın tekrar azalacağını ifade etmektedir (Hebert ve Link, 2006: 324).

Correspondence of Leon Walras and Related Papers (1965) adlı eserde yer alan yazışmalarında Walras’ın 1887’de, Amerikan ekonomisti Francis Walker’a “girişimcinin tanımlanmasının tüm ekonomiyi birbirine bağlayan şey olduğunu ve girişimciyi özellikle... hizmet piyasasında üretken hizmetler satın alan ve ürün piyasasında ürünler satan böylece kâr ya da zarar sağlayan kişi” olarak ifade ettiği görülmektedir (Hebert ve Link, 2006: 324). Yine aynı eserde öğrencisi Pareto’ya kendisinin Marshall’ın aksine

girişimciyi hizmet talep eden ve ürün satan rolündeki kişiden farklı olarak gördüğünü ifade etmiştir (Hebert ve Link, 2006: 324).

Sonuç olarak statik bir model olan genel denge teorisinde belirli matematiksel bir çözüme ulaşmak için Walras, girişimcisine anlam kazandıran her şeyi modelinden çıkardı (Hebert ve Link, 2006: 325). Walras, girişimciyi, iktisadi kaynakları düzenleyen ve koordine eden ve bir arbitrajcı olarak tanımlamış; ekonomideki işçi, toprak sahibi, sermayedar gibi dört başat faktörden biri olarak görmüştür. O'na göre girişimci olmadan hiçbir faaliyet gerçekleşmez, bir değişim olmaz. Walras girişimcinin rolünü incelemesine rağmen, genel denge teorisine bunu birleştirmemiştir (Ripsas, 1998: 105-106).

1.1.5. Keynesyen Okul

Keynesyen okulun temelleri John Maynard Keynes'in 1936'da yazdığı "İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi" adlı kitabına dayanmaktadır. Keynes eserinde piyasanın kendiliğinden dengeye gelemeyeceğini bu sebeple devletin müdahale etmesi gerektiğini savunmuştur. Keynes'e göre girişimci işletme kurarak istihdam yaratmakta böylece satın alma gücünü artırarak talep oluşturduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla Keynes, girişimci ekonomiyi savunmuştur. Ona göre, ekonomik büyüme girişimcinin teknik, yenilik ve sermaye birikimi sonucunda gerçekleşebilecektir. Yeterli teknik ve teknolojinin olmayışı teknolojik işsizliğe neden olmaktadır. Teknolojik yenilik ile emeğin kullanımı azalacağından işgücü yeni sektörlere kayacaktır. Dolayısıyla, Keynes'e göre girişimci ve yatırımcılar ekonomik büyüme üzerinde etkilidir. Ayrıca, girişimcinin sermaye yetersizliği durumunda devletin müdahalesini önermiştir. Öte yandan, devlet riskin yüksek olduğu alanlarda riski girişimci ile paylaşmalıdır (Yener, 2018: 21).

1.1.6. Chicago Okulu

Chicago ya da diğer ismiyle Amerikan Okulu, Knight'ın 1921 tarihli "Risk, Belirsizlik ve Kazanç" adlı tezine dayanmaktadır. Bununla birlikte, Amasa Walker ve Francis A. Walker girişimcinin liderlik özelliğine vurgu yapmışlardır. Bu bağlamda, Chicago okulu için girişimci, risk alan, kaynakları bir araya getiren ve bu kaynakları değerlendiren lider olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, günümüz yönetici kavramına risk faktörü de eklendiğinde Chicago okulunun girişimci profili ortaya çıkmaktadır. Ayrıca okula göre, riskin var olması için belirsizliğin de olması gerekmektedir.

Girişimciler ekonominin kesintisiz işlemlerini sağlayarak topluma katkı sağlarlar (Yener, 2018).

1.1.6.1. Frank Hyneman Knight

Chicago Okulu ya da Yeni Neoklasik Okul olarak bilinen okulun kurucusu kabul edilen Frank Hyneman Knight (1885-1972), iktisat teorisine girişimcilik ile ilgili önemli katkılar sağlamıştır. Knight, “Risk, Belirsizlik ve Kâr (Risk, Uncertainty and Profit) (1912) adlı eserinde risk ve belirsizlik kavramlarını birbirinden ayırmıştır. (Savaş, 2000: 845). Knight’a göre girişimci, belirsiz alanlarda değerlendirmeler yapan ve buna göre risk üstlenen kişidir (Hebert ve Link, 2006: 391). Bu bağlamda, girişimci belirsizlik üstlenen ve karar veren kişi olarak tanımlanmaktadır.

Knight, sigortalanabilir riskler ile sigorta edilemez belirsizlik arasındaki ayrım üzerine çok önemli bir vurguda bulunmuştur. Bir yandan bu telafisi mümkün olmayan belirsizliği bir yandan hızlı ekonomik değişimi, diğer yandan girişimcilik yeteneğindeki farklılıklarla ilgili bir kâr teorisi geliştirmiştir. (Hebert ve Link, 2006: 322).

Knight’a göre belirsizlik içinde tüketici tercihlerini öngörebilen üretici, belirsizliği göze almasının karşılığında kâr ile ödüllendirilir. Gerçek hayatta ekonomide belirsizlik mevcuttur, belirsizlik gelecekte bir olayın tamamen tahmin edilmemesi durumunda oluşmaktadır. Risk kavramı Knight’a göre belirsizliğin tersidir. Riskin ortaya çıkma olasılığı bilinebildiğinden sigorta edilebilir, ancak belirsizlik sigorta edilemez Tüm masrafları düşüktükten sonra kalan artık olan kâr, işte bu belirsizliğin ödülüdür (Savaş, 2000: 845). Kısacası risk ölçülebilirken belirsizlik ölçülememektedir.

Risk kavramını ayırarak Cantillon’un girişimci teorisine belirsizliği üstlenen olarak yeni bir netlik kazandıran Knight’a göre girişimcinin işlevi bir girişimde belirsizliği azaltan uzmanlaşmış bir faktör olarak olağanüstü hale gelmektedir (Hebert ve Link, 2006: 346). Knight’ın belirsizliği, yönetim ve girişimcilik arasındaki sınırın belirlenmesine yardımcı olmaktadır. Yönetici ancak performansının hataya ilişkin sorumluluk içeren karar vermesini gerektirdiği durumlarda bir girişimci olmaktadır. (Hebert ve Link, 2006: 347).

1.1.6.2. Amasa Walker ve Francis A. Walker

Amasa Walker (1799–1875) ve Francis Amasa Walker (1840–1897) girişimcinin

liderlik özelliğine vurgu yapmışlardır. Amasa Walker İngiliz politik ekonomisindeki kapitalist ve girişimci arasındaki karışıklığı dile getirdi. Walker, girişimcinin ekonomik zenginlik yaratmadaki önemli rolünün farkındaydı. Girişimciyi, emek ve sermaye arasında avantajlı bir birliktelik sağlayan kişi olarak tanımladı ve ister işveren, yönetici, girişimci, projektör, müteahhit; ister iş adamı, tüccar, çiftçi veya her şekilde isimlendirilebilirdi (Hebert ve Link, 2006: 335; Walker, 1866: 279).

Girişim çabasının karşılığını kâr olarak adlandıran Walker yine de girişimci ve işçinin getiri arasında kesin bir ayrım yapmadı. Girişimci-kapitalist karışıklığı Walker'da girişimci-işçi karışıklığı olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimci tarafından alınan arz ve talep tarafından düzenlenen ücrete kâr olarak nitelendirmiştir. (Hebert ve Link, 2006: 335).

Francis A. Walker, girişimcinin, kapitalistten farklı olarak üretimin baş faktörü olduğunu vurguladı. Babası gibi girişimciyi diğer iktisadi kaynakların işverenleri olarak tasvir etti. Walker'ın girişimcinin işlevine ilişkin en net açıklaması, girişimcinin rolünün teknik beceriler, ticari bilgiler ve yönetim yetkileri sağlamak; sorumluluk almak ve beklenmedik durumlara karşı koymak; üretimi şekillendirmek ve yönlendirmek, endüstriyel makineyi organize etmek ve kontrol etmek olarak ifade etmiştir (Hebert ve Link, 2006: 336).

Kısaca onlara göre girişimci, karar verici, endüstriyel bir lider ve üretim faktörlerinin bir işvereni olarak tanımlanmaktadır (Hebert ve Link, 2006: 391-392).

1.1.7. Avusturya Okulu Yaklaşımı

Avusturya iktisat okulu, 19. yüzyılın sonlarına doğru Carl Menger (1840-1921), Friedrich von Weiser (1851-1926), Eugen von Böhm-Bawerk ile başlayan klasik erken dönem sübjektivist geleneğinden ortaya çıkmış; özellikle de bu gelenek 20. yüzyılın ortalarında Ludwig von Mises (1881-1972), Friedrich August von Hayek (1899-1992) tarafından temsil edilmeye başlamıştır (Kirzner, 1997: 61). Sözünü sakınmayan, cesur, kendini iktisata adanmış Avusturya okuluna mensup iktisatçıların pek çoğu mikro iktisatın en temel sorunlarına odaklanmıştır (Kirzner, 1997: 60). Ayrıca Israel Kirzner (1930-), Joseph Schumpeter, Gottfried Haberler Avusturya Okulunun önemli iktisatçıları arasında sayılmaktadır (Savaş, 2000: 539).

Avusturya Okulu iktisatçıları, sübjektivizm, yöntemsel bireycilik, amaçlı insan

faaliyeti ve anti-matematiksel biçimlendirmeyi temel alan bir metodolojik yaklaşıma sahiptir. “insan davranışı geleneği” olarak da bilinen okul, ekonomik yapıyı açıklarken insan davranışlarının yorumlanması gerektiğini düşündüğünden piyasa için kritik role sahip girişimsel faaliyetlerinin anlaşılması için de girişimci davranışının analiz edilmesi gerektiğini ileri sürmektedir (Söylemez, 2003: 145). Avusturya Okulu iktisatçıları, piyasa sürecine odaklanan bir girişimci teorisi geliştirmiş, girişimcinin piyasada ve üretim sürecinde değerli bir yeri olduğunu belirtmiştir.

Mises ve Hayek’ten gelen “girişimcilik keşfi” (entrepreneurial discovery) kavramı modern Avusturya okulunun iktisatçılarınca geliştirilmiştir. Avusturya Okulu, Mises’tan piyasaya girişimcilik odaklı bir süreç olarak bakmayı; Hayek’ten de bilginin rolüne değer vermeyi ve onun dengeleyici süreç için piyasa etkileşimi yoluyla gelişimini öğrenmiştir. Modern Avusturya Okulu için, piyasa sürecinde girişimcilik keşfi için dinamik ve itici bir güç olarak rekabet algısı merkezi bir önem arz Avusturya Okulu, girişimcinin önemini vurgulamış, neoklasik iktisadın karar verici verilen fiyatların üzerinden hareket ederken Avusturya’nın girişimcisi fiyat/çıktı verilerini değiştirmek için çalışmaktadır (Kirzner, 1997: 67-70).

1.1.7.1. Carl Menger

İktisat İlkeleri (1871) adlı eserinde marjinal analiz ile ön plana çıkan ve bu okulun kurucusu sayılan Menger’in subjektivist (öznelci) görüşüne göre, ekonomik değişim, koşulların kendisinden değil, bireyin kendileri hakkındaki farkındalığı ve anlayışından kaynaklanmaktadır ve özellikle bireysel kararlarda bilgi oldukça önemlidir (Hebert ve Link, 2006: 317). Her ne kadar Menger, girişimci kavramını hiçbir zaman ayrıntılı olarak ayrıntılı bir şekilde açıklamamış olsa da, bu kavramın üretimin vizyonuna ana hatları ile uyduğunu ifade etmektedir. Menger’e göre girişimci, ekonomik amaç doğrultusunda ekonomik hesaplamaları yaparak teknik olanlar dahil işleri planlayıp yürüterek daha yüksek mertebeden malları üretim amacıyla bir araya getiren ya da bir araya getirilmelerini sağlayan kişidir (Menger, 2007: 160).

Genellikle kendi fabrikasında çalışan endüstriyel girişimci, üretim sürecindeki teknik katılımı nedeniyle değil, yalnızca temel ekonomik hesaplamaları yapmakla kalmayıp, aynı zamanda, belirli üretken amaçlara yönelik yüksek dereceli mallar atamak için gerçek kararları vermesi nedeniyle bir girişimcidir. Girişimcinin işlevini benzersiz

kılan şeyin onun hesaplama ve karar verme yetenekleri olduğunu vurgulayan Menger, girişimcilik faaliyetlerinin şunları içerdiğini belirtmiştir (Menger, 2007: 160):

- a) Ekonomik durum hakkında bilgi edinme,
- b) Ekonomik hesaplama - eğer bir üretim süreci verimli olacaksa yapılması gereken bütün hesaplamalar (diğer yönleriyle ekonomik olması şartıyla),
- c) Belirli bir üretim sürecine daha yüksek mertebeden malların atandığı irade eylemi,
- d) Üretim planının uygulanmasının denetlenmesi, böylece mümkün olduğu kadar ekonomik bir şekilde gerçekleştirilmesi.

Menger'in girişimcisinin sahip olduğu üst düzey mallar yoluyla üretebileceği ilk malların niceliği ve kalitesi konusunda belirsizlikle karşı karşıya kalmaktadır. Girişimcinin karşılaştığı belirsizliğin derecesi, üretim süreci hakkındaki bilgisinin boyutuna ve kontrolün ölçüsüne bağlı olduğunu ifade eden Menger, girişimcinin üretim sürecinde sürekli olarak belirsizlikle karşı karşıya kalmasına rağmen, risk almanın girişimcinin temel işlevi olamayacağını çünkü riskin tesadüfi olduğunu ve zarar ihtimali ile kâr şansının karşılıklı dengelendiğini iddia etmiştir (Menger, 2007: 161).

Menger'e göre çok eskiden beri küçük imalatçıların girişimcilik faaliyeti olan teknik işleri girişimcinin yapmasından dolayı girişimci bir üretim faktörüdür. Üretilen malların değerini hesap ederken hammadde, işçilik hizmetleri, toprak hizmetleri, makineler, aletler vb. gibi giderlerin yanında girişim faaliyetlerinin karşılığı kâra karşılık gelen bir marj eklenmelidir (Menger, 2007: 161). Bir başka ifadeyle Menger, bir tüketim malının (sermaye ve girişimcilik faaliyeti de dahil olmak üzere) üretimi için gerekli olan yüksek mertebeden malların toplam değerinin ürünün potansiyel değerine eşit olduğu sonucuna varmıştır (Menger, 2007: 168).

1.1.7.2. Ludwig von Mises

Avusturya okuluna mensup Ludwig von Mises (1881–1972), iktisat teorisine değerli katkılar sağlamıştır. Von Mises'a göre girişimci üretim faktörlerini bir araya getiren piyasa ekonomisinin vazgeçilmez bir unsurudur; üretimin çeşitli tamamlayıcı faktörleri kendiliğinden bir araya gelemez. Girişimciyi bir pazar ekonomisinin büyük resminden çıkarmak mümkün olmadığından girişimci ortadan kaldırılırsa, bütün piyasa sisteminin itici gücü ortadan kalkmaktadır (Von Mises, 1998: 249).

Mises girişimci ve kapitalist arasında ayrım yapmaktadır. Mises'a göre girişimci, piyasa verilerinde meydana gelen değişikliklere göre hareket eden insan anlamına gelirken; kapitalist ise, mevcut değerlerin ve gelecekteki malların farklı değerlemelerinin bir sonucu olarak zamanın sadece geçmesiyle ortaya çıkan fiyat ve fiyattaki değişikliklere göre hareket eden insan anlamına gelmektedir. Ona göre girişimci aynı zamanda özellikle üretimi, koşullardaki beklenen değişikliklere göre düzenleyerek kar etmeye istekli olan, gözü pek, fırsatları herkesten önce gören ve ekonomik gelişmenin itici gücü ve öncüsüdür. (Von Mises, 1998: 255).

Mises'a göre girişimci ülkesinin kurumsal şartlarına göre üretimini kendi kârını düşünerek ayarlamalı, kurumsal düzenlemelerdeki değişikliklerden faydalanmalıdır, yine de bu değişiklikler kimi işletmeye iyi gelirken kimine iyi gelmeyebilir, bu yüzden firmaların çıkarları çelişkilidir (Von Mises, 1998: 81).

Mises, ekonomiyi insan eyleminin çalışması olarak tanımlamıştır. Mises'a göre, belirgin derecede ekonomik olan insan eylemi piyasa çerçevesinde gerçekleşmekte ve çok çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır ki piyasa faaliyetinin niteliği, bir girişimcilik sürecidir. (Hebert ve Link, 2006: 371). Mises'a göre eylem değişimdir ve değişim ancak, eşit derecede dönen ekonomide değişim ve olayların artması ikna edilir. Eylem, seçimler yapmak ve belirsiz bir gelecek ile başa çıkmaktır. Ancak, eşit derecede dönen ekonomide seçim yoktur ve gelecek bilinen durumdan farklı olmadığı için gelecek kesin değildir.

Mises, eylemin sonucunun her zaman belirsiz ve spekülasyon olduğunu; böylece reel ekonomideki katılımcılar seçimler yapıp gelecekteki müteakip belirsizliklerle başa çıkabildiğini ve reel ekonomide her oyuncunun her zaman bir girişimci olabileceğini ileri sürmektedir (Von Mises, 1998: 253-254).

Girişimcilik faaliyetlerinin her bir basamağı, parasal hesaplama ile incelemeye tabi tutulmaktadır. Planlanan eylemin hazırlanması, beklenen maliyetlerin ve beklenen gelirin ticari olarak önceden hesaplanmasıyla, geçmiş eylemin sonucunun geriye dönük olarak kurulması, kar ve zarar ile ilgili olmaktadır (Von Mises, 1998: 230).

1.1.7.3. Israel Meir Kirzner

Israel Meir Kirzner (1930-), Avusturya Okulu'nu Avusturyalı olmayanlar için anlaşılır hale getirerek Avusturya okulu ve ana iktisat akımı arasında köprü kurmayı başarmıştır. Girişimciliğin ve bireysel girişimciliğin ekonomideki kritik rolünü

vurgulayarak girişimcinin çok daha geniş bir kitle tarafından öneminin anlaşılmasını sağlamıştır (Douhan vd, 2007:3). Girişimcilikle ilgili değerli çalışmaları olan Kirzner, Rekabet ve Girişimcilik (1973) adlı eseriyle Avusturya girişimci teorisine yeniden şöhret kazandırmıştır. Eserinde piyasa sürecinin dinamik rekabetçi karakterini ve bu süreçte piyasaların, sürekli olarak teşvik edilen girişimcilik keşiflerinin bir sonucu olarak dengeye yöneldiğini vurgulamıştır (Kirzner, 1999:5). Kirzner girişimci teorisinde girişimciliğin ekonomik dengesizliğin sağladığı fırsatlardan yararlanmak için tasarlanan yeniliklerin bir sonucu olduğunu, bu nedenle girişimciyi dengesizlikten yararlanan bir denge aracı olduğunu ifade etmektedir (Sciascia ve de Vita, 2004: 9).

Kirzner teorisinde “spontan/kendiliğinden öğrenme” (spontaneous learning), “uyanıklık” (alertness) ve “girişimcilik keşfi” (entrepreneurial discovery) kavramlarını ortaya koymuştur (Kirzner, (1973, 1997). Kirzner’e göre bahsi geçen girişimcilik keşifleri, piyasada yapılan önceki hataların keşifleridir (Kirzner, 1999: 5). Bu önceki hataların bir sonucu olarak, girişimcilik keşfi, pazar katılımcıları arasında karşılıklı farkındalığı artırarak ve dolayısıyla dengeye uygun değerlere doğru fiyat, çıktı ve girdi miktarlarını ve niteliklerini artırmaktadır. Kirzner’in girişimcilik anlayışı, girişimciyi yavaş yavaş girişimci vizyonunun farkına varan Robinson Crusoe’a benzeterek “kendiliğinden öğrenme” dediği şeye dayanmaktadır. Kirzner’e göre Crusoe’un kendiliğinden öğrenmenin gerçekleşmesini sağlayan zihin durumu “uyanıklık”tır (Rocha, 2012: 8). Von Mises’in teorilerinden etkilenen Kirzner’in tezini destekleyen temel kavram olan uyanıklık, girişimcilik özünü yakalayabilen en önemli özelliktir. Ona göre girişimcilik için gerekli olan “bilgiyi” en yakından yakalayan kelimedir uyanıklık. Girişimcilik bilgisini ise hâlihazırda sahip olunan ya da keşfedilme yeteneğine sahip mevcut bilgileri kullanmak için gereken nihai bilgi olarak tanımlamaktadır (Sciascia ve de Vita, 2004: 9).

Kirzner’e göre mikroekonominin merkezinde tüketici, üretici veya kaynak sahibi olarak bireyin çeşitli kısıtlamalar dâhilinde verdiği “ekonomize edici” bir karar yer almaktadır. Fiyat en az olduğunda alım, fiyat en çok olduğunda satış yapmak, önerilen her adımdaki marjinal kazançla marjinal fedakarlığı dengelemek için verilen bu karar bireylerin hiçbirinin hayal kırıklığına uğramadan piyasa dengesi koşullarını oluşturmaktadır. İnsan eylemi, algılanan fırsatların yanında henüz algılanamayan fırsatların da sömürülmesinin keşfedilmesine karşı uyanık bir duruş içermektedir.

Kirzner'in girişimci bir unsur olarak adlandırdığı bu uyanıklık, karar verme durumunu çevreleyen “verilerin” alınması, alınacak kararı tahmin etmek için yeterli olmamakla beraber karar vericinin hangi bilgileri içerdiğini, etkin bir şekilde sahiplendiğini ilgilendirmektedir. Aslında “girişimcilik” kararının özü, bilgiyi kavramaktan ibarettir (Kirzner 1971: 127).

Kirzner ve Schumpeter birbirinden oldukça farklı bakış açılarıyla girişimciyi ekonomik gelişmenin önemli bir aktörü olarak görmüş, girişimci üzerine kabul gören değerli teoriler geliştirmişlerdir. Kirzner, girişimci teorisini kendi gibi Avusturya geleneğinde eğitim gören Schumpeter'in girişimci teorisine kıyasladığında, Schumpeter'in girişimcisinin önceden var olan denge halini tahrip eden temelde yıkıcı olduğunu; ancak kendi teorisinde girişimcisinin başlangıçtaki dengesizlik koşullarının sistematik olarak dengeye giren piyasa rekabeti ile yerinden olma eğiliminden sorumlu olduğunu belirtmektedir. Kirzner'e göre gerçek dünyadaki bir girişimcinin rolünü, esasen bağımsız değişiklikler tarafından yaratılan veya yaratılabilecek fırsatlara “yalnızca” uyanık olmak gibi görmenin, girişimcinin faaliyetine ilişkin Schumpeteryen bakış açısıyla tutarsız olduğu söylenemez (Kirzner, 1999: 5).

Özetle Kirzner, girişimcinin gelişmekte olan bir piyasa ekonomisindeki asıl işlevinin genellikle yeterince anlaşılmadığını düşünmektedir (Kirzner, 1971: 127). Kirzner'e göre girişimci belirsizliğin olduğu ortamda faaliyet gösteren kişidir. Girişimci bu ortamda yaptığı tahminler neticesinde başarı elde etmektedir. En büyük başarı ve kazanç kaynağı ise geleceğe yönelik tahminler oluşturmaktadır. Kirzner, piyasada oluşan belirsizliğin dolayısıyla da fırsatların asimetrik bilgi kaynaklı olduğunu savunmuştur. Girişimci piyasadaki asimetrik bilgiden faydalanarak piyasada dengeleyici rol oynamaktadır. (Yener, 2018). Son olarak, Kirzner firmayı girişimciden ayırmış, firma ile girişimcinin farkını vurgulamıştır. Ona göre firma, girişimcinin özellikle belirli kaynakların satın alınması gibi girişim kararı vermesini tamamladıktan sonra ortaya çıkan şeydir (Sciascia ve de Vita, 2004: 9).

1.1.8. Alman Okulu Yaklaşımı

Alman Tarih Okulunun kurucularından Wilhelm Roscher (1817-1894), kendi sorumluluğunda bir işletmeye sahip olan ve onu işleten bir yönetici işçi olarak tanımladığı girişimci ile kâr terimlerini birlikte kullanmaktan kaçınarak girişimcinin gelirini faiz ve

rantın yanı sıra ücret olarak belirtmiştir (Hebert ve Link, 2006: 350).

Girişimciyi, yeniliği ve yeni projeleri başlatan yaratıcı bir organizatör ve yönetici olarak tanımlayan Gustav Schmoller (1838-1917), girişimcinin yeni ürünler veya yeni üretim yöntemleri üretmek için üretim faktörlerini birleştirdiğini bunu gerçekleştirecek hayal gücü ve cesarete sahip olduğunu ifade etmektedir. Girişimcisini tüm ekonomik sistemi yaratıcı yeniliklerle canlandıran yeni bir lider olarak tarif eden Werner Sombart (1863-1941) ise girişimciyi kârı maksime eden bir profesyonel olarak tanımlamaktadır (Hebert ve Link, 2006: 351).

Alman tarihçiler, girişimcilik sürecini eski üretim yöntemlerinden koparak yeni üretim yöntemleri oluşturma olarak nitelendirmektedir. Bu dengesizleştirme süreci özellikle girişimciyi karizmatik bir lider olarak tanımlayan Max Weber (1864-1920) tarafından vurgulanmıştır. Weber, başarılı girişimcisinin başlıca özelliklerini, Protestan iş ahlakı ile bağdaştırarak açıklamaktadır (Hebert ve Link, 2006: 352).

Kısacası, Alman okuluna göre girişimci sahip olduğu bilgiyi kullanarak başkasının göremediği fırsatları yenilikçi yöntemlerle değerlendiren kişidir. Buna göre, girişimci uyguladığı yeni yöntemlerle mevcut dönemde var olan ürün ve hizmetlerin yerine daha yaratıcı ürün ve hizmetler sağlamaktadır. Burada kullandığı temel faktör ise teknolojidir.

1.1.8.1. Joseph Alois Schumpeter

İktisat teorisinde Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), yenilikçi girişimciyi içsel bir değişken haline getirmiş ve onu ekonomik gelişme teorisinin merkezine yerleştirmiştir. Neredeyse tüm modern girişimcilik teorilerinin kökeni Schumpeter'e dayanmaktadır (Hebert ve Link, 2006: 350). Girişimci Schumpeter için kilit bir öneme sahiptir, çünkü oldukça basit bir şekilde ekonomik kalkınmanın şaheseridir. Schumpeter büyük ölçüde Marx, Weber, Walras, Menger, Wieser, ve Böhm-Bawerk'in fikirlerinden etkilenmiştir, ancak tüm bu fikirleri kendi süzgecinden geçirerek kendine has bir hale getirmeyi başarmıştır (Hebert ve Link, 2006: 353).

Schumpeter'e göre aynı veya başka şeyleri farklı yöntemlerle üretmek, bu malzemeleri ve güçleri farklı şekilde birleştirmek anlamına gelen "yeni kombinasyon", zaman içinde eskiden küçük adımlarla sürekli ayarlamalar yaparak büyüyebildiği süreç, kesinlikle bir değişim, muhtemelen büyüme vardır, ama ne yeni bir fenomen ne de

kalkınma olur. Ancak kombinasyonlar süresiz olarak ortaya çıkarsa, o zaman kalkınmanın oluşumunu karakterize eden fenomen ortaya çıkar. Yeni üretken araç kombinasyonlarından bahsettiğinde bunu kasteden Schumpeter, ekonomik kalkınmanın yeni kombinasyonlar yapılarak oluştuğunu ve beş durumu kapsadığını ifade etmektedir (Schumpeter, 2009: 51):

1. Yeni bir mal ya da aynı malın daha kalitelisinin tanıtılması,
2. Yeni bir üretim tekniğinin tanıtımı,
3. Yeni bir piyasanın oluşturulması,
4. Ham madde veya tam işlenmemiş bir mal için yeni bir kaynağın keşfi,
5. Herhangi bir alanda yeni bir düzenlemenin uygulanması

Schumpeter, girişimciyi ekonomik kalkınmanın merkezine koyduğundan aslında aynı zamanda bu beş durumda girişimciliğin işlevlerini de saymaktadır. Joseph Schumpeter'e göre girişimci yeni yollarla mevcut ürün ve hizmetlerin yerine yenilerini getirerek ekonomik dengeyi sağlamaktadır. Dolayısıyla, girişimci var olanın yerine yenisini getirdiğinden inovasyon yapan kişidir.

Joseph Schumpeter, yeni kombinasyonların yani inovasyonun gerçekleştirilmesini girişim, bunu gerçekleştiren bireyleri de girişimci olarak ifade etmektedir. Ona göre girişimci yalnızca değişim ekonomisindeki bağımsız iş adamları değildir, eğer girişim görevini yerine getiriyorsa bir firmada bağımlı çalışan bir yönetici de girişimci olabilmektedir. Yeni kombinasyonları yürüttüğü sürece, girişimcinin bireysel bir firması olması gerekli değildir, bir finansör, bir tanıtımcı da girişimci olabilir. Ancak Schumpeter, girişimci ve sermayedar (kapitalist) kavramlarını birbirinden ayırmaktadır. O girişimciyi risk taşıyıcı olarak kabul etmektedir (Schumpeter, 2009: 58).

Schumpeter'e göre rekabet, girişimcinin dinamik yeniliklerini içermektedir. Rekabetin doğası zaman içinde değişebilse de, girişimcinin temel ve önemli rolü değişmez. Schumpeter, 1911 tarihli "*Ekonomik Gelişmenin Kuramı*" adlı eserinde ekonomik büyümenin dinamik bir süreç olduğunu belirtmiş ve girişimcinin de bu süreçte aktif rol aldığını vurgulamıştır. Schumpeter denge kavramını bir çıkış noktası olarak kullanmış, dengeyi "ekonomik yaşamın devresel akımı" olarak tanımlamıştır. Bu ekonomik yaşamın rutin bir şekilde geçmiş deneyimler temelinde sürmesidir, statükonun değişmesi için açık bir kuvvet yoktur. Bu konuda sadece önceki dönemde üretilen ürünler her dönemde tüketilir ve sadece sonraki dönemde tüketilecek olan ürünler üretilir.

Schumpeter'e göre girişimci atıl kaynakları kullandığından ekonomide etkinlik ve verimlilik sağlamaktadır. Bu sayede de ekonominin dengesini sağlamaktadır. (Hebert ve Link, 2006: 353).

Schumpeter, J.B. Say'ın ifade ettiği gibi girişimcinin görevinin üretim faktörlerini birleştirmek ve onu bir araya getirmek olduğunu kabul etmektedir. Ancak bu ilk kez yapıldığında özel bir durum iken işletmenin yürütülmesi sırasında oldukça rutin bir iş olduğunu ifade etmektedir. Mataja girişimciyi kâr elde eden olarak tanımladığında burada devresel akımda tıpkı Walras'ın teorisindeki gibi karın olmadığını söylemek zorunda olduğunu girişimci için devresel akımda eğilimin ne karın ne zararın olduğunu ifade etmektedir.” (Schumpeter, 2009: 59).

1.1.8.1.1. Schumpeter, Yaratıcı Yıkım ve Yaratıcı Birikim

Schumpeter, 1950 tarihli “*Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*” adlı eserinde kapitalizmin var olan yapıları nasıl yaratıp yok ettiğini yazmış, inovasyonun geleneksel yöntemi kaldırması anlamında “yaratıcı yıkım” kavramını kullanmıştır. Schumpeter'e göre yaratıcı yıkım kavramı ekonomik kalkınmanın özünü oluşturmaktadır. Aslında gelişme/kalkınma, devresel akımın bozulmasıdır. Sanayi ve ticari yaşamda ortaya çıkan üretimde yeni kombinasyonların gerçekleştirilmesi olarak tanımlanan bir süreç olan yaratıcı yıkım, girişimci tarafından gerçekleştirilmektedir (Hebert ve Link, 2006: 355). Schumpeter kullandığı yıkım kavramı ile inovasyon sayesinde kaynakların etkin ve verimli kullanılabileceğini savunmuştur.

Yeni kombinasyonların yürütülmesi girişimcinin özel bir fonksiyonudur, bu yüzden Schumpeter teorisini zıtlıklara karşılık gelecek şekilde üçe indirgemektedir (Schumpeter, 2009: 62):

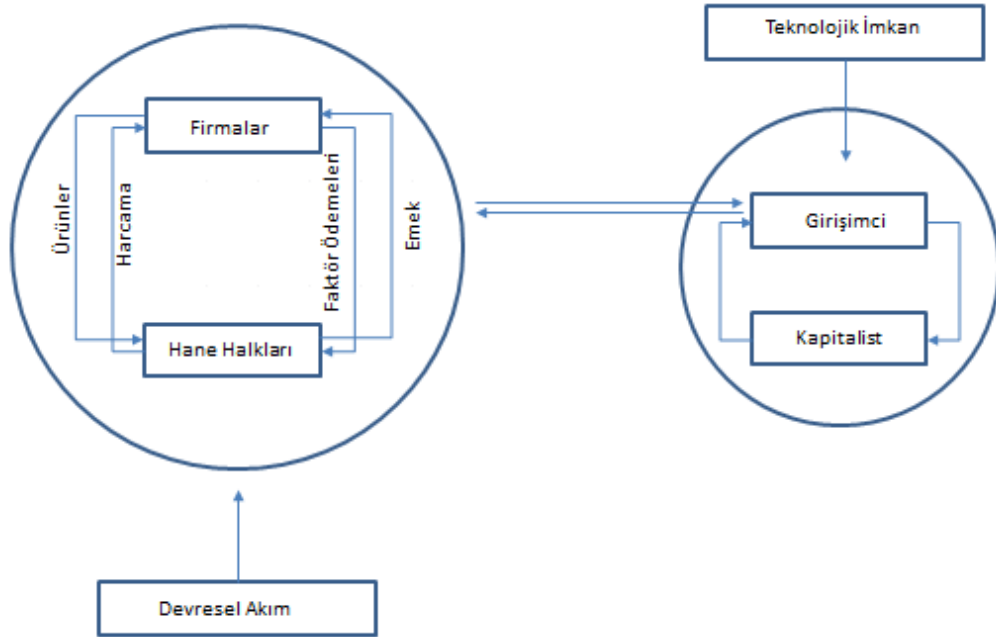
1. Devresel akım veya dengeye doğru eğilim ve ekonomik rutinin kanallarındaki veya sistemin içinden doğan ekonomik algıdaki spontane değişim
2. Dinamikler ve statikler,
3. Girişimciler ve yöneticiler

Marshall'a göre girişimci bir yöneticiyken Schumpeter'e göre girişimcinin işlevi yöneticinininkinden farklıdır. Schumpeter'e göre, girişimin belli işlevleri bulunmaktadır. Bunlardan biri yeni girişimin kurulmasında finansal teknik işleri yürüten, komisyona müdahale eden bir ajan olan promotör olmasıdır; ancak bu haliyle girişimci ne yaratıcı ne

de süreci yürütendir belki daha sonra süreci yürüten bir profesyonele dönüşebilir. Girişimin diğer bir işlevi endüstri lideri olmasıdır. Yirminci yüzyılın tüccarları buna iyi örnektir. Ancak türü ne olursa olsun, Schumpeter'e göre herkes yalnızca yeni kombinasyonlar yaptığında girişimcidir ve işini başkaları gibi yürütmeye başladığında bu karakteri kaybetmektedir (Schumpeter, 2009: 60).

Teorisinde Schumpeter, girişimcinin temel işlevinin kapitalist, toprak sahibi, işçi ve mucidinkinden farklı olduğunu ileri sürmüştür. Schumpeter'e göre girişimci olmak bir meslek ve kalıcı bir durum değildir, girişimciler toprak sahipleri, kapitalistler ve işlerin oluşturduğu gibi teknik anlamda sosyal bir sınıf oluşturmazlar (Schumpeter, 2009: 60). Zaman içinde, elbette, bu yeni kombinasyonların gücü, yeni, eskinin (devresel akım) bir parçası haline geldiğinden, dağılır. Ancak bu, girişimcilik fonksiyonunun özünü değiştirmez (Hebert ve Link, 2006: 355). Schumpeter'in dinamik girişimcisi, üretimdeki yeni kombinasyonlarına öncülük eden kişidir.

Şekil 1: Schumpeter'in Ekonomik Gelişme Modeli



Kaynak: Özkul, 2007: 354

Schumpeter'in ilk fikirlerinde iki farklı dünya ortaya çıkmaktadır. Birincisi, yukarıdaki şekilde görünen büyük daire ile gösterilen simetrik bilgi, ekonomik rasyonellik ve belirsizlik olmadan, pazarın durağan dengesidir. Schumpeter'in devresel

akım ya da devresel akım (circular flow) olarak adlandırdığı ekonomik süreçlerin devamlı değişime uğramadan kendini tekrar ettiği böyle bir sistemde rutinler ve tecrübe farklı aktörlerin davranışlarını yönlendirmede temel bir rol oynamaktadır (Sciascia, 2004:7). Firmalar ile hane halkı arasında ürünler ve emek vasıtasıyla harcama ve faktör ödemelerinin akışından oluşan devresel akım sabit bir ekonomiyi ifade etmektedir.

Yukarıdaki şekilde ikinci daire olarak gösterilen ikinci dünya, ekonominin devresel akımında değişikliklerin yapıldığı girişimci tarafından yaratılan dünyadır. Bu değişiklikler girişimci tarafından kâr fırsatı aramak için belirlenen yoldur (Sciascia, 2004:7). Schumpeter, yeniliği üretim fonksiyonuna atf yaparak ve üretim fonksiyonunu da, faktörlerin miktarı değişirse, üretimin miktarının değişeceği şekilde tanımlamaktadır. Schumpeter'e göre faktörlerin miktarı yerine işlevlerinin şeklini değiştirdiğimizde inovasyona sahip oluruz (Hebert ve Link, 2006: 356).

Statükoyu değiştirip piyasadaki mevcut ilişkileri değiştirmek ve mevcut firmaların önceki avantaj kaynaklarını ortadan kaldırmak demek olan yaratıcı yıkım için yenilikler genellikle yeni firmalar tarafından gerçekleştirilir. Aslında girişimciler eski kaynakları kullanan yeni ajanlar olarak sürekli büyüme fırsatları aramaktadır. (Sciascia, 2004: 8). Ancak Schumpeter, bir inovasyonu başlatan bilginin yeni olması gerektiğini aksine, daha önce kullanılmamış olan mevcut bilgi olabileceğini önemli olanın bilgi değil, denenmemiş bir yöntemi uygulamaya koyma görevinin başarılı bir çözümü olduğunu belirtmektedir (Hebert ve Link, 2006: 356). Yaratıcı yıkım süreci, sürekli olarak ekonomik çevreyi işletmekte ve şekillendirmekte, farklı firmaları bir rekabetle karşı karşıya bırakmaya zorlamaktadır. Bu anlamda, yaratıcı imha süreçleri, piyasanın ve genel olarak ekonomik kalkınmanın itici güçleri olarak tanımlanmaktadır (Sciascia, 2004: 8).

Schumpeter'in teorisinde başarılı bir inovasyon, bir irade eylemi gerektirdiği için liderliğe bağlıdır ve icat ile karıştırılmaması gerekir. Schumpeter, inovasyon ve icadın farklı türde yetenekler gerektirdiğini, girişimcilerin gerçekleştirdiği yeniliklerin mutlaka bir icat olmasının gerektiğini ileri sürmüştür. Schumpeter'e göre girişimci aynı zamanda planını hayata geçirebilmek için liderlik özelliğine sahip olmalıdır. Onun en önemli fonksiyonu yeni fırsatları bulması ya da yaratmasıdır. Gerekliğinde üretimin yeni yöntemlerine liderlik etmeli gerektiğinde girişimi için gerekli finansı sağlayacak bankacı ya da finansörü ikna edebilme yeteneğine sahip bir lider olmalıdır. (Schumpeter, 2009: 66-67).

Marshall gibi Schumpeter de girişimcinin kazancını yönetimin kazancından ayırmaktadır. Schumpeter, girişim karının olmasının ekonominin devresel akımında bir dengenin bozulup diğer dengenin kurulması anlamına geldiğini, esasen kalkınmasız bir karın olmayacağını ve karsız da bir kalkınmanın olmayacağını iddia etmektedir (Hebert ve Link, 2006: 358).

Diğer üretim faktörlerinden farklı olarak maliyetler çıkarıldığında kalan artıktır ve karın büyüklüğü girişimcinin üretkenliği ile alakalıdır. Schumpeter'in girişimcisinin sermayesi yoktur (Hebert ve Link, 2006: 358). Bu yüzden banka kredileri girişimci için büyük önem arz etmektedir. Girişimci girişimi için kendi sermayesini kullanmak zorunda değildir, krediler girişimi için gerekli yatırımı yapabilmesi için girişimciye destek olmaktadır.

Schumpeter, "*Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*" adlı eserinde kapitalist ekonominin statik olmadığını, olamayacağını ve de düzenli bir gelişme göstermediğini iddia etmektedir. Aksine bu ekonominin kendi içinden yeni üretim yöntemleri, yeni mallar veya ticari fırsatlar aracılığıyla sürekli yenilenerek bir değişim halindedir. Schumpeter'e göre kapitalist toplumda ekonomik gelişme/kalkınma değişimle eş anlama gelmektedir (Schumpeter, 2014: 45-46). Ancak Schumpeter, kapitalizmin başarısının kendi sosyal kurumlarını çürüterek kaçınılmaz bir şekilde kendini yıkacak koşulları hazırlayıp sosyalizmin geleceğini iddia etmektedir (Schumpeter, 2014: 78-79). Kapitalist üretim sistemi, kraliçelerin ipek çorap sayısını çoğaltmamış, bunları işçilerin de satın alabileceği bir konuma getirerek sıradan insanın da kraliçenin avantajlarına sahip olabilmelerini sağlamıştır. Özellikle sanayi devrimiyle başlayan bu süreçte kapitalist bu girişimler sayesinde zenginlikler ortaya çıkmış toplumsal ilerlemeyi beraberinde getirmiştir (Schumpeter, 2014: 85-87).

Girişimcinin rolünün, yeni bir buluşu ya da hiç kullanılmamış bir teknik imkânın kullanılmasını sağlayarak üretim sistemini yenilemesi, düzeltmesi olduğunu ifade eden Schumpeter yeni teknik imkânlarla yeni bir malın üretimini, eski bir malın yeni üretim metotlarıyla üretilmesini, yeni bir hammaddenin bulunup kullanılmasını, bir sanayi dalında düzenleme yapılmasını kastetmektedir. Ekonomiyi derinden etkileyen bu faktörler şok niteliğinde yenilikler meydana getirmektedir. (Schumpeter, 2014: 160). Schumpeter'e göre girişimcilik, sadece yeni bir malı bulmak ya da işler için müsait şartları meydana getirmek olmamakta aynı zamanda üretimi gerçekleştirmektir. Ancak

zamanla alışılmış sistemlere aykırı yenilikler getirmek kolaylaşıp yenilikler alışkanlık haline geldikçe girişimcinin bu işlevi önemini yitirecek, teknik ilerlemeler sipariş usulü çalışan uzmanlarca ayrıntılı araştırma geliştirmelerle yapılacak, ekonomik gelişmeler şahıslara bağlı olmaktan çıkıp otomatikleşecek, bunlar girişimcinin yerini almaya başlayacaktır (Schumpeter, 2014: 161).

Schumpeter yeniye yaratıp eskiyi yok eden yaratıcı yıkımın kapitalizmin gelişiminin esas temelini oluşturduğunu ve her kapitalist girişimcinin er ya da geç buna ayak uydurması gerektiğini iddia etmiştir (Schumpeter, 2014: 103-104). Ancak Schumpeter'in görüşleri zaman içinde değişim göstermiştir. Önceleri yaratıcı yıkım sayesinde inovasyonu gerçekleştiren ve ekonomide değişimi yaratan girişimciyi ekonomik kalkınmanın merkezine alan iktisatçı, zamanla büyük firmaların Ar-Ge departmanlarının inovasyonu oluşturma görevini üstlendiğini belirtmiştir. Bu yapılan yenilikler sayesinde yaratıcı yıkımla ilgili görüşlerini geliştirerek yaratıcı birikim kavramını tanımlanmaktadır (Tuncel, 2009:9).

Tablo 1: Schumpeterci Mark 1 ve Mark 2 Sistemi

	Mark 1	Mark 2
Kitap	Ekonomik Kalkınmanın Teorisi (The Theory of Economic Development) (1934)	Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi (Capitalism Socialism and Democracy) (1942)
Endüstriyel Karakteristikleri	*Rekabetçi piyasalar	*Oligopolistik ve monopolistik piyasalar
	*Düşük giriş engelleri	*Yüksek giriş engelleri
	*Uygulanan bilgi tabanlı büyük miktarda küçük şirketler (birkaç bilim tabanlı firma)	*Birçok endüstride küçük firma sayısının azalması ile birlikte ölçek ekonomilerinden yararlanan daha büyük firmalar
Benzerlikler	*Yenilikler (ya da yeni birleşimler) ekonomik gelişmenin merkezi	*Yenilikler (ya da yeni birleşimler) ekonomik gelişmenin merkezi
	*Girişimcilik zamanında ayrılmış bir fonksiyondur	*Girişimcilik zamanında ayrılmış bir fonksiyondur
	*Kapitalist risk alır	*Kapitalist risk alır
Farklılıklar	*Bireye odaklanır- girişimci bir bireydir	*Girişimciliğin tek bir birey tarafından gerçekleştirilmesi gerekmemektedir ancak bir grubun, bir ağın ya da bir kuruluşun sorumluluğunda olabilir. Herşeyden önce Schumpeter yenilikçi faaliyetlerin büyük ve kurulu firmalar tarafından gerçekleştirileceğini belirtmiştir.
	*Sadece birinci derece yenilikler sayılır. Sadece önemli ve örnek olacak yenilikler ekonomik gelişmeyi sağlar.	*Yenilikçi görüşlere daha az ihtiyaç,takipçiler de girişimci sayılabilir.

Kaynak: Er 2012: 73; Landström H., The Roots of Entrepreneurship and Small Business Research, 2005 s.35.

Yukarıdaki tabloda Schumpeter'in girişimciliğe bakış açısındaki değişim karşılaştırmalı olarak görülmektedir. Schumpeter'in ekonomiyi değerlendirmesinde rekabetçi piyasalardan yüksek giriş engeli olan, birkaç büyük firmadan oluşan oligopolistik ve monopolistik piyasalara kaydığı yenilikçiliğin kaynağını ise ilk başta girişimci birey oluştururken sonraları girişimcinin yerini yenilikçi faaliyetlerde bulunan büyük firmaların aldığı açıkça görülmektedir.

1.1.9. Evrimci (Evrimsel) İktisat Yaklaşımı

Günümüzde özellikle son çeyrek asırda inovasyon, girişimcilik, teknoloji, firma büyümesi, ekonomik kalkınma gibi kavramlar önemli hale geldikçe bu kavramları merkezine alarak ekonomiye dinamik bir bakış açısıyla bakan evrimci iktisat yaklaşımı

da önemli bir hale gelmiştir. Evrimci iktisat yaklaşımı ekonomide yeniymiş gibi görünse de aslında varlığı iktisat tarihindeki yolculuğunun başlangıcı oldukça eskiye Malthus ve Marx'a kadar dayanmaktadır (Dosi ve Nelson, 1994:153).

Marshall'ın "işveren" (undertaker) ve "lider işadami" (business leader) kavramlarının anlam ve işlevine yaklaşımı, Darwin ve Wallace tarafından keşfedilen biyolojik evrim yaklaşımından etkilenmiştir. Marshall, girişimcinin kendine özgü beceri ve kabiliyetinin, rekabetçi pazarda hayatta kalmak için ekonomik bir mücadele ile şekillendiğini; girişimci olarak gördüğü profesyonel işletme yöneticilerinin, uzmanlaşma ve iş bölümünün yönlendirdiği evrimsel bir süreçten özel bir grup olarak ortaya çıktığını savunmuştur. Bu evrimci bakış açısıyla Marshall, girişimciyi tek bir işleve veya bir dizi kabiliyete bağlamakta isteksiz davranmıştır (Hebert ve Link, 2006: 327-328).

Evrimci iktisat, bünyesinde geleneksel (Veblenci) evrimci iktisat, Neo-Schumpeterci evrimci iktisat, yeni evrimsel iktisat teorilerini barındırmaktadır (Takay, 2009: 19). Evrimci iktisadın temelleri Schumpeter ve Veblen'in teorilerinden ilham almaktadır. Evrimci iktisat, Schumpeter'in Ekonomik Kalkınma Teorisinde sıkça geçen girişimci, inovasyon, icat, iş çevrimleri gibi kavramlardan oldukça etkilenecek inşa edilmiştir (Gürkan, 2007: 239). İktisatçılar arasında Nelson, Winter, Soeté, Witt, Perez, Rosenberg, Freeman, Dosi, Foster, gibi iktisatçılar evrimci iktisat teorisinin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. (Tuncel, 2012: 2).

Bazı akademik disiplinlerde "evrim" kavramı Darwinizm'i çağırırsa da yaygın olarak kullanılan ancak belirsiz bir terimdir ve ortak bir anlamı yoktur (Hodgson, 2013: 974). Neoklasik iktisadı eleştiren, teknolojiyi bir süreç olarak mercek altına alarak değerlendiren evrimci iktisat, firmaların ve ülkelerin gelişmişlik farklarını mikro iktisadın bakış açısıyla anlamaya ve açıklamaya çalışmaktadır (Tuncel, 2012: 3).

Yeni üretken araç kombinasyonları derken ekonomik kalkınmanın yeni kombinasyonlarını kasteden Schumpeter, bunları yeni bir mal ya da aynı malın daha kalitelişinin tanıtılması, yeni bir üretim tekniğinin tanıtımı, yeni bir piyasanın oluşturulması, ham madde ya da tam işlenmemiş bir mal için yeni bir kaynağın keşfi, bir alanda yeni bir düzenlemenin uygulanması olarak sıralamaktadır (Schumpeter, 2009: 51). Yeni kombinasyonların yani inovasyonun gerçekleştirilmesini girişim, bunu gerçekleştiren bireyleri de girişimci olarak ifade eden Schumpeter girişimcilik kavramını inovasyon kavramı ile ilişkilendirmiş, evrimci iktisada ilham kaynağı olmuştur.

Schumpeter'e göre kendi içinden yeni mallar, yeni üretim yöntemleri veya ticari fırsatlar sayesinde sürekli yenilenecek bir değişim halinde olan kapitalist statik olmayan ekonomi, dinamik bir yapıdadır; statik olamayacağı gibi düzenli bir gelişme de göstermez. Onun kapitalist bir ekonomide ekonomik gelişmenin değişimle aynı anlama geldiğini ifade eden açıklaması evrimci bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektedir (Schumpeter, 2014: 45-46).

1.1.9.1. Thorstein Bunde Veblen

Kurumsal iktisatın kurucusu kabul edilen Thorstein Bunde Veblen (1857-1929), Ortodoks iktisadı eleştiren bakış açısıyla pek çok iktisatçıyı etkilemiştir. Veblen, ispatına gerek duymadan normatif bir şekilde denge kavramını iyi ve faydalı kabul eden Ortodoks iktisatçıların Darwin öncesi bir teoriye sahip olduklarını iddia etmektedir. Ortadoks İktisadın ekonominin devamlı değişen ve gelişen yönünü göz ardı ederek yetersiz kaldığını ve ekonominin Darwinyen dinamik teori ile açıklanması gerektiğini ileri sürmektedir (Savaş, 2000: 648-651). Ona göre sadece iktisat değil tüm toplumsal bilimlerin Darwinci yani evrimsel bir bakış açısıyla ele alınmalıdır çünkü evrimsel teori, değişimi anlamak ve açıklamak için gerekli en uygun araçları sağlamaktadır (Şenalp, 2007: 57).

Veblen, Girişimcilik Teorisi (The Theory Business Enterprise) (1904) adlı eserinde, girişimci (entrepreneur) ya da üstlenici (undertaker) olarak bahsedilen işadamların işlevinden, üretim ekonomileri ve daha fazla hizmet verilebilirlik açısından endüstriyel işlemlerin koordine edilmesi şeklinde olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre zanaatkar içgüdüsüne sahip olan girişimci başkaları için hayatı kolaylaştırma ilhamı ve hizmet etme ideali ile harekete geçmektedir (Veblen, 1965: 41). Veblen, iktisadi analizini içgüdülere dayandırmış, bunları, ana-baba içgüdüsü, ustalık (zanaat) içgüdüsü, boş merak içgüdüsü, açgözlülük içgüdüsü olarak sınıflara ayırmıştır. Veblen'e göre boş merak içgüdüsü bilimsel gelişmeye sebep olan, ana-baba içgüdüsü ise insanlığa dönük faydalı, zanaat içgüdüsü girişimciyi kaliteli mallar üretmeye yönlendiren bir içgüdüyken açgözlülük içgüdüsü ise girişimciyi sadece kendi çıkarlarını düşünmeye yöneltilmektedir (Savaş, 2000: 653).

Girişimci, üretim sürecinin son aşamasında ortaya çıkan satılabilir çıktı olan mal ve hizmetlerini satarak parasal değere dönüştürüp girişim çabalarının karşılığı kazanç elde etmektedir. Bunun için açgözlülük içgüdüsü ile hareket ederek kendi girişimi için

yararlı ancak diğerleri için yararlı olmasa da reklamları kullanmaktadır (Veblen, 1965: 50-51). Veblen kâr peşinde koşan girişimcinin sadece kendi çıkarını artıracığını ifade etmektedir. Veblen, girişimcinin ana-baba, zanaat ve boş merak içgüdülerinden kaynaklanan faaliyetlerine teknolojik (endüstriyel) istihdam olarak adlandırmaktadır. Dinamik yapıdaki teknolojik istihdam, daha çok teknoloji yaratarak sorunları çözme yeterliliğini artırmaktadır. (Savaş, 2000: 653). Değişen ekonomik yapıda girişimcinin açgözlülük içgüdü, önceden ürettiğinin karşılığını alabilen zanaatkârın içgüdüünü bastırmıştır. Monopol gücüne sahip firmalar, “öğütlenmiş tembellik” ederek üretimi azaltıp ekonomide israfın kapitalize edilmesine neden olarak kârlarını artırmaktadırlar. (Savaş, 2000: 654). Konjonktürün refah döneminde girişimcinin parasal faaliyetlerinin, kredileri ve böylece kaydi işlemleri artıracığını ve bunun daha çok kredi imkânı yaratarak yatırım mallarının fiyatını yükselteceğini ifade etmektedir. Ancak bu durum girişimin küçülmesine, fiyatların düşmesine, üretimin ve istihdamın azalmasına yol açarak ekonomide durgunluğa sebep olmaktadır. Güçsüz olan firmaların ortadan kalktığı durgunluk döneminde monopol artar, reel ücretler düşüp kârlar yükselir ve ekonomi tekrardan refah dönemine doğru ilerler. (Savaş, 2000: 655).

Yerleşik iktisadın aksine ekonominin esas aktörünü girişim (firma) olduğunu ifade eden Veblen'e göre kâr amacını gerçekleştirmek için girişim, esasen mühendislikle ilgili üretimin bir parçası olan endüstriyi kullanmakta, teknolojiyi önemli bir kurum olarak kabul etmektedir (Özveren, 2007: 22-26). Zamanla kritik değişimler meydana getiren toplumsal evrimin dört aşamasından söz eden Veblen, her aşamayı belirleyen en önemli faktörün teknoloji olduğunu, teknolojinin toplumsal dönüşümü tetiklediğini, refahı artırırken üretimin somut araçlarının mülkiyetini de kavram olarak meydana getirdiğini ileri sürmektedir (Kızılkaya, 2007: 168-170). Veblen'in “iş prensipleri” olarak söz ettiği aslında temel mülkiyet önerisi kapsamındaki temel unsurlar olan mülkiyet prensipleri, ona göre ticari girişimin manevi temelini oluşturmaktadır. Makine çağında gelişme göstermiş olmasına rağmen esasen daha eskiye dayanan bu prensipler, makine süreci endüstrinin büyümesini ve kapsamını gerektirdiğinden disiplin olarak endüstriyel teknolojiye uygun düşünce alışkanlıklarını tetiklemektedir (Veblen, 1965: 66).

Veblen'e göre, kurumların direncini yok edebilecek kritik öneme sahip faktör olan teknoloji, değişimin dinamik yönünü yansıtmaktadır (Kızılkaya, 2007: 192). Yerleşik iktisatta içsel bir öge olan teknoloji Veblen'in yaklaşımında içsel bir ögedir. Darwin'in

evrim fikrinden etkilenecek evrimci iktisatın gelişmesinde önemli katkısı bulunan Veblen, bilhassa teknolojik değişim üzerinde durmaktadır. (Tuncel, 2009: 5). İktisatçı, teknolojik değişimin sürekli bir toplumsal eyleme dayandığını, kuşaktan kuşağa aktarılan bir ortak bilgi stoku olduğunu ifade etmektedir. Bunun sayesinde gelişen teknik eylem zamanla toplumsal yapıyı yani kurumları meydana getirmektedir (Gürkan, 2007: 241).

Veblen, teknolojik gelişmenin aktörünü toplumsal refahı artırma amacıyla kendi maddi çıkarlarını gütmeyen teknolojik değişime katkı sağlayan sıradan biri (common man) olarak tanımlamaktadır. (Gürkan, 2007: 266). Veblen'in iş adamı ve kapitalist ile aynı kişi olan girişimcisi, endüstri sisteminde mülkiyet sahibi olan azalan üretim ve yüksek kâr sağlayarak veya mali araçlarla sermayesini çoğaltan “şirket sermaye yöneticisi” (corporation financier) olan kişidir. Veblen'e göre Schumpeter'in tarif ettiği gibi teknolojik yenilikleri yaratan girişimci üretici bir iş adamı, kendi tanımlamasıyla sanayinin kaptanlarıdır (captain of industry). Bu girişimciler kâr peşinde koşmalar da teknolojik değişime katkı sağlayarak toplumsal refahı artırmaktadırlar (Gürkan, 2007: 268-269).

1.1.9.2. Schumpeter ve Evrim Yaklaşımı

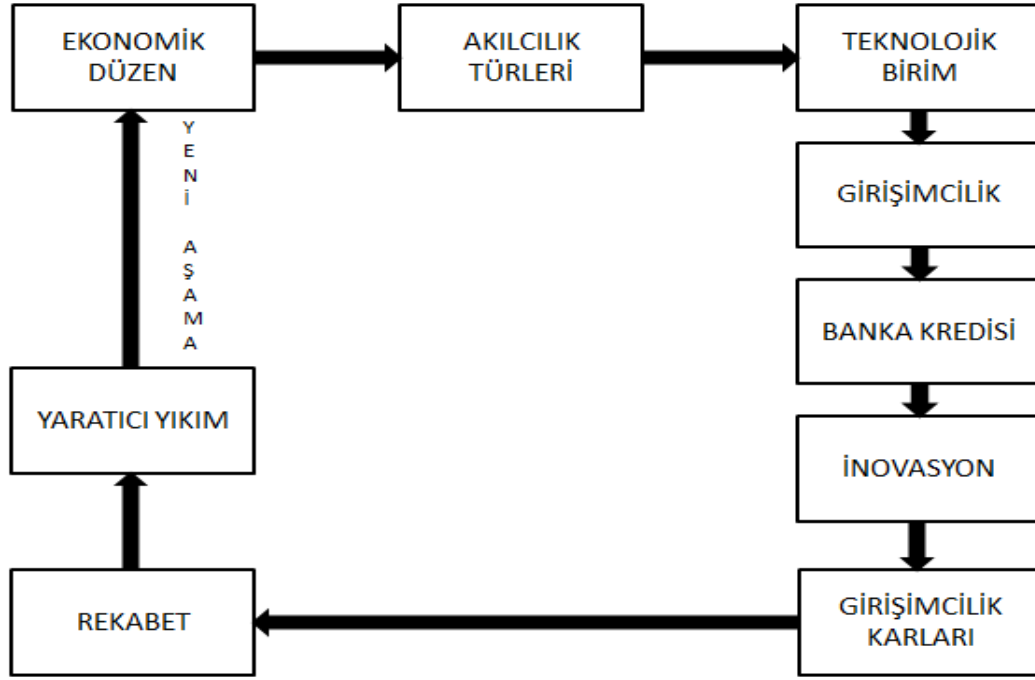
Evrimci iktisat, Schumpeter'in Ekonomik Kalkınma Teorisinde sıkça geçen girişimci, inovasyon, icat, iş çevrimleri gibi kavramlardan oldukça etkilenecek inşa edilmiştir (Gürkan, 2007: 239). Kapitalist ekonominin dinamiklerini evrimci bir bakış açısıyla inceleyen Schumpeter, evrim kavramını kullanmamış olsa da evrimci iktisadın gelişmesinde önemli bir yere sahip olmuştur (Tuncel, 2012: 2).

Solow'un emek ve sermayenin yanında ekonomiyi açıklamada dışsal bir faktör olan teknolojiyi, gizemli bir unsur olarak neoklasik büyüme modeline dahil etmesinden çok daha önce Schumpeter, içsel olarak ele alarak ekonomiye yaptığı katkısı, evrimci iktisadın teknolojik gelişme kavramını geliştirmesinde önemli bir kaynak niteliğindedir. Schumpeter'e göre, üretim işlemi üretim faktörleri olan sermaye (K), işgücü (L) ve toprak (N) tan oluşan maddi unsurlardan ve teknoloji (T) ve sosyo ekonomik unsurlar (U) dan oluşan maddi olmayan unsurlardan oluşmaktadır. Neo-klasiklerin aksine dinamik bir analiz yaparak teknolojik ve sosyal faktörlere oldukça önem atfeden Schumpeter'in üretim fonksiyonu $Y = f(K, L, N, T, U)$ şeklindedir. Schumpeter, iktisadi gelişmeyi etkileyen unsurları ikiye ayırarak büyüme ve kalkınmayı açıklayan unsurları belirtmiştir.

Schumpeter'e göre sermaye (K), işgücü (L) ve toprak (N) büyümenin unsurlarını; teknoloji (T) ve sosyal ekonomik unsurlar (U) ise kalkınma ve gelişmenin unsurlarını oluşturmaktadır (Tuncel, 2012: 191).

İnovasyonu yapan girişimcinin rolü yeni bir buluşu ya da hiç kullanılmamış bir teknik imkânın kullanılmasını sağlayarak üretim sistemini yenilemesi, düzeltmesi olduğunu ifade eden Schumpeter yeni teknik imkânlarla yeni bir malın üretimini, eski bir malın yeni üretim metotlarıyla üretilmesini, yeni bir hammaddenin bulunup kullanılmasını, bir sanayi dalında düzenleme yapılmasını kastetmektedir. Ekonomiyi derinden etkileyen bu faktörler şok niteliğinde yenilikler meydana getirmektedir. (Schumpeter, 2014: 160). Girişimi için gerekli finansı sağlayacak bankacı ya da finansörü ikna edebilme yeteneğine sahip bir lider olarak girişimci bir çıktı olarak inovasyonu elde edebilmek için girdi olarak banka kredisini kullanmalıdır. (Schumpeter, 2009: 66-67). Aşağıdaki şekilde Schumpeter'in girişimcilik, inovasyon ve yaratıcı yıkım sürecine bakışı anlatılmaktadır:

Şekil 2: Schumpeter'e Göre Teknolojik Süreç



Kaynak: Gürkan, 2007: 260

Yukarıdaki şekilden de anlaşılacağı üzere Schumpeter'in girişimcisi bankadan krediyi alıp inovasyonu yapmakta ve bunun getirisi olan kârını elde ederek rekabet etmekte, bu sürecin sonucu yaratıcı yıkım gerçekleşmekte ve bu da ekonomiyi derinden etkilemektedir. Kapitalist ekonomiyi, bitmek bilmeyen bir "yaratıcı yıkım" süreci olarak tanımlayan Schumpeter, Kapitalist sistemdeki her firmanın inovasyon yaparak piyasayı ele geçirmeye çalıştığını fakat aynı zamanda, kendisinden önceki teknelci gücü de yıktığını vurgulamaktadır (Tuncel, 2012: 184).

1.1.9.3. Neo-Schumpeteryen Evrimci İktisat

Yerleşik iktisadı eleştirerek yenilikçi firma ve teknolojik gelişme süreçlerine farklı bir tarzda yaklaşan Richard R. Nelson ve Sidney G. Winter'ın "Ekonomik Değişimin Evrimci Teorisi" (1982) adlı eseri modern evrimci iktisadın en önde gelen eserlerinden biri kabul edilmektedir (Gürkan, 2007: 238). Nelson ve Winter'ın evrimci modelinde firmalar örgütsel hafızaları olan rutinlere göre hareket eden, farklı alışkanlıklara sahip, homojen olmayan yapıda iktisadi birimlerdir. Teknolojik değişimin kaynağı yatırımlara bağlı Ar-Ge'dir (Tuncel, 2012: 59). Nelson ve Winter, Darwinci evrimsel biyolojiden gene karşılık rutini, mutasyona karşılık arama, doğal seçilime

karşılık piyasa sürecini almıştır. Firmaların davranışlarını organize eden rutinler değişebilen bilgi kodlarıdır. Farklı rutinler elde edebilmek için firmalar aramaya koyulurlar ve yeni bir rutin bulduklarında eskisinden daha iyi sonuç üreten bir yenilik, inovasyon getiren bir rutine uygularlar. Firmalarını büyütebilmeleri için yenilikçi olmaları gerekmektedir. Yeni rutinlerin kalıtsal olarak geleceğe aktarılabilmesi ve firmaların taklit yoluyla yeniliklere yeniden uyarlanması Lamarckçı evrime benzetilmektedir. (Tuncel, 2012: 60-62). Evrimi zamanın içinde bir şeyin hareketi diye tanımlayan Dosi ve Nelson, evrimin tesadüfi unsurları bünyesinde barındırır da dinamik bir analizi olduğunu belirtmektedir (Dosi ve Nelson, 1994: 154).

1.1.9.4. Popülasyon

Sosyolojik temelli bir yaklaşım olan popülasyon ekolojisi yada örgütsel ekoloji yaklaşımı piyasaya sonradan giriş yapan firmaların piyasadaki boşluklara özgü kaynaklara sahip olduğunu varsaymaktadır. Çokça imkâna sahip bir şekilde yeni bir boşluk bulan firma büyüme şansı yakalayacaktır. Başka firmalar da bu boşluğa girip büyüyecekler fakat boşluğa girişler devam ettikçe popülasyon, kaynakları azaltmaya başlayıp firmalar arasındaki rekabet büyüme oranlarını kısıtlayacaktır. Örgütlerin büyümeleri arasındaki bu ilişki ve pazardaki belirli bir boşlukta kaynaklar için yapılan rekabet yoğunluk bağımlılığı olarak bilinmektedir (Demirgil, 2008: 83).

Bu yaklaşımda daha büyük örgütlerin etkinliğinin az olduğu ve mevcut çevreye uyum sağlamada daha az başarılı olduğu, bundan dolayı genç olan rakiplerine göre bu firmaların daha zayıf olduğu kabul edilmektedir. Buradan da, popülasyon ekolojisinin temel görüşünün firmaların, stratejik yada örgütsel değişime isteksiz olduğu ve bu değişimi gerçekleştiremeyeceği düşüncesiyle, yavaş ve etkisiz olduğu ortaya çıkmaktadır (Demirgil, 2008: 84).

1.1.10. Firma ve Girişimcilik

Mikro iktisatın “homoeconomicus”u zamanla değişmiş, önceden sadece marjinal ikame oranlarını hesaplayıp rasyonel fayda maksimizasyonu peşinde koşan bireyi artık sarf ettiği eforun, aktardığı bilginin, ödemesi gereken borcun faydasını maliyetini hesaplayan fırsatçı ve sınırlı rasyonel bir birey haline gelmiştir (Yılmaz, 2002: 159). İktisat teorisinde yerleşik iktisadın rekabetçi piyasalarda fiyat unsuru odaklı yaklaşımıyla

firmayı yeterince açıklayamamasından dolayı, son zamanlarda fiyattan başka rekabet unsurlarını da dikkate alan kurumsal iktisadın bilhassa evrimsel iktisadın ön plana çıktığı görülmektedir (Matur, 2007: 283-288).

1.1.10.1. Ronald Coase

Yerleşik iktisatta firma sahip olduğu teknolojiyi kullanarak üretim yapıp kendi kârını maksimize etmeyi hedeflemektedir. Oysa Klein'a göre firmalar işlemler hakkında sorun olmadığında aralarında sözleşme yaparak dikey ve yatay bütünleşmeler, franchising, uzun dönemli ticari sözleşmeler, ortak girişimler gibi yollarla en etkin şekilde üretim yapabilirler (Şenalp, 2007: 71).

İktisat teorisinde girişimcinin bir bütünleyici gücün neden başka bir fiyat sistemi yerine geçmesi gerektiğini soran ilk kişi Ronald Coase'dur (1910–). Coase Firmanın Doğası (1937) adlı makalesinde, ekonomik teorinin fiyat mekanizmasının rekabetçi piyasalarda etkin bir tahsis edici olduğunu belirttiği durumlarda, firmaların neden kaynak tahsisi mekanizması olarak kullanıldığını sorgulamıştır (Hebert ve Link, 2006: 381). Coase, yerleşik iktisatta üretimin fiyat mekanizmasıyla belirlendiğini kabul etmekle beraber bunun bazı işlem maliyetlerine katlanarak gerçekleştiğini ifade etmektedir. Piyasada ve firmada oluşan maliyetlerin aşılması firmanın ölçeğini belirleyen bir özelliktir çünkü bir işlemi firmada yapmanın maliyetinin piyasada yapılmasının maliyetinden fazla olması durumunda firma büyümesi devam ettirilemez. Coase'a göre firma dışında fiyat mekanizmasıyla düzenlenen üretimi firma içinde girişimci düzenlemektedir (Matur, 2007: 290).

Coase, marjinal ikame ilkesine başvurarak kurumların iç işleyişini araştırmış, fiyat sisteminin kullanılması idari düzenlemelerle azaltılabilecek veya üstesinden gelinebilecek maliyetleri dayattığı için firmaların var olduğunu iddia etmiştir. Bu maliyetler çok sayıda ve çeşitlidir, ancak Coase'a göre en önemli şey, ilgili fiyatların bir piyasa sisteminde ne olduğunu keşfetmenin maliyetidir. Birden fazla borsa için sözleşme ve işlem maliyetleri, tanımladığı diğer maliyetlerin çoğunu oluşturur. Coase'a göre üretim, fiyat mekanizması, kaynak tahsis etmenin kişisel olmayan bir yolu veya girişimci tarafından bir firmanın idari kanalları aracılığıyla organize edilebilmektedir (Hebert ve Link, 2006: 381).

İşlem maliyetleri yaklaşımını iktisat teorisine kazandıran ve Coase'a göre

piyasalar etkin ve maliyetsiz işlemediği için oluşan işlem maliyetlerinden dolayı firmalara gereksinim bulunmaktadır (Şenalp, 2007: 63). Yeni Kurumsal İktisat yaklaşımına önemli katkılar sağlayan Coase'a göre, sadece değişimin olduğu durumlarda işlem maliyetlerini azaltan ve verimliliği artıran uzmanlaşma gerçekleşebilmektedir. Bir ekonominin gelişmişliğini esas ortaya koyan unsur kurumlardır ve değişim maliyetleri de bu kurumlara bağlı olmaktadır. Firmanın işlem maliyetleri onun alım gücünden etkilenmektedir (Şenalp, 2007: 73). Firmanın esas işlevi ve var olma sebebi fiyat mekanizmasının piyasada kullanılmasıyla ortaya çıkan işlem maliyetlerinin düşürülmesidir (Şenalp, 2007: 73). Girişimci, piyasa işlemlerinden daha düşük bir fiyatta üretim faktörleri alabileceği gerçeğini hesaba katarak işlevini daha az maliyetle yerine getirmekte ve firmasını kurup kaynakları yönlendirerek piyasanın işleyişinin maliyetinden ve belirli pazarlama maliyetlerinden korunmaktadır (Coase, 1937: 392).

1.1.10.2. Edith Tilton Penrose

Firmanın teorisi (1904) adlı eserinde bir firma teorisi geliştirmeye çalışan Veblen'in ne kadar başarılı olduğu tartışılrsa da evrimsel firma kuramı ve yeterlilik yaklaşımı (competence-based approach) gibi yaklaşımların oluşmasına ön ayak olduğu kesindir. Veblenci unsurlar içeren firma kuramının odak noktasına firma büyümesini etkileyen unsurları koyan **Edith Tilton Penrose (1914-1996)**, teknolojinin yanında firmanın içsel kaynaklarını ve bunların üretken hizmetlerini vurgulamıştır (Matur, 2007:297-298). Penrose dinamik firma kuramında, yaparak öğrenmeyle ortaya çıkan büyümenin içsel katkı ile oluştuğunu belirtmekte, firmaya yeni bir kavramsallık kazandırmakta ve kaynak tabanlı firma yaklaşımının temelini atmaktadır. Ayrıca, Penrose, piyasada var olan firmaların büyümesi ile ilgilenmiş, firmaların büyümesini sağlayan etkenleri ve büyümenin engellerini analiz etmiş, karlılık ve büyümenin karşılıklı bir şekilde rekabet içinde olduklarını belirtmiştir (Demirgil, 2008: 77).

Edith Tilton Penrose, Firmanın Büyüme Teorisi (1959) adlı eserinde modern yenilikçi firmanın işleyişi ve büyümesi hakkında sektörel, örgütsel ve kurumsal koşullarda tarihsel dönüşümünü özümseyen bir yenilik süreci çerçevesinde geliştirdiği kuramının merkezine örgütsel öğrenmeyi koymuş, firmayı ortaklaşa ve birikimli öğrenmeyi sağlayan toplumsal bir unsur olarak kabul etmiştir (Lazonick, 2007: 56-59). Penrose kuramında, örgütsel öğrenmeyle yönetsel öğrenmeyi ve kâr güdüsüyle büyüme

güdüsünü aynı kabul edip firma stratejisi ve ekonomik gelişme arasındaki ilişkiden yola çıkarak yenilikçi firmanın teknolojiyi ve piyasayı dönüştürerek sürekli rekabet avantajı sağlayabilmek için diğer firmalardan nasıl farklılaşabileceğini açıklamaya çalışmıştır (Lazonick, 2007: 61-65). Firmanın gelişimini bir süreç olarak gören Penrose'a göre, yerleşik iktisadın aksine maliyet eğrisi ile değil, girişimciliği ve yönetsel hizmetleri kapsayan içsel kaynakların üretken hizmetleri tarafından tanımlanan firma ölçeği, gelişimin sonunda ortaya çıkmaktadır (Matur, 2007: 299-300).

Penrose'un yeterlilik yaklaşımında dört firma tanımı bulunmaktadır (Matur, 2007: 299-300):

1. *Sürdürülebilir rekabet üstünlüklerini arayan firma,*
2. *En etkin olarak çeşitlenmeye dayalı büyüeyebilen bir oluşum olarak firma,*
3. *Öğrenen bir varlık olarak firma*
4. *Yenilik yapan bir varlık olarak firma*

William Lazonick yeniliği, üretim girdilerinin daha kaliteli ve/veya daha düşük maliyetli ve/veya tüketiciye daha cazip satılabilir mal ve hizmet çıktılarına dönüştürülmesi; yenilikçi firmayı ise bu dönüşümü gerçekleştiren örgüt olarak tanımlamaktadır. Yenilikçi firmanın ise aşağıdaki toplumsal koşullarda ortaya çıktığını ve belli özelliklere sahip olduğunu iddia etmektedir (Lazonick, 2007: 47-48) :

- *Sektörel koşullar: teknoloji, piyasa, rekabet*
- *Örgütsel koşullar: bilişsel, davranışsal, stratejik*
- *Kurumsal koşullar: istihdam, mali, düzenleyici*

1.1.11. William Baumol ve Girişimcilik

2003 yılında Uluslararası Girişimcilik ve Küçük İşletme Araştırmaları Ödülü sahibi William Jack Baumol, (1922-2017), girişimcilik üzerine değerli çalışmaları bulunan neo-keynesyen bir iktisatçıdır. Çalışmalarında girişimciliğin ekonomik yenilenme ve büyümedeki araçsal rolüne dikkat çeken Baumol, büyümenin tek başına çeşitli üretim faktörlerinin bir araya getirilmesiyle açıklanamayacağını, girdileri kârlı bir şekilde birleştirmek için insan yaratıcılığına ve üretken girişimciliğe ihtiyaç duyulduğunu ileri sürmektedir. Baumol'a göre üretken girişimciliği ve insan deneyimini teşvik eden kurumsal bir ortam, ekonomik büyümenin nihai belirleyicisidir (Eliasson ve Henrekson, 2004:1). Girişimciliğin analitik kırılğanlığını kabul eden Baumol, genetik, kültürel

koşullar, eğitim sistemleri, ekonomik başarıya yönelik tutumlar gibi bazı dışsal etkenlere dayanan bir girişimcilik kabiliyeti arz eğrisi fikrini desteklemektedir (Hebert ve Link, 2006: 377). Baumol'a göre pek çok unsurla girişimcilerin desteklendiği, girişimciliğin teşvik edildiği bir ekosistem girişimciliği besleyerek ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır.

Baumol, girişimciliği analiz ederken girişimcileri üretken (productive), verimsiz (unproductive) ve yıkıcı (destructive) girişimci; ayrıca yenilikçi ve taklitçi girişimci olarak sınıflara ayırmış, inovasyonu gerçekleştiren girişimciyi ve inovasyonu tüm ekonomik sistemin merkezine ve ekonomik büyümenin odağına yerleştirmiştir, yalnızca yenilikçi girişimcinin yoksulluğu azaltabileceğini savunmuştur (Minniti, 2016: 225; Baumol, 2010).

Baumol'a göre her ne kadar girişimciliğin ekonomik büyüme ve genel refaha katkısı bilinse de ne yazık ki mikro teori eğitiminde gerektiği yeri henüz bulamamış, tüm ders kitaplarının zorunlu bir kısmı olmamıştır (Baumol, 2010:2). Baumol'a göre girişimci, iktisadi analizin konusunu oluşturan yayınlarda en merak uyandıran ve en zor karakterlerinden biridir. Girişimci firma davranışını belirleyen hiyerarşinin tepesinde tanımlanması dolayısıyla serbest girişim toplumunun canlılığı için ağır bir sorumluluğa katlanmış ancak Schumpeter ve Knight dışında klasik iktisatçılarda girişimciye hak ettiği önem verilmemiştir (Baumol, 1968: 64). Ona göre, neo-klasik iktisatçı sadece pasif hesaplamaya yer ayırarak girişimciyi ekonomik modelin dışında yorumlamış, girişim ve inisiyatif için modelinde yer ayırmamıştır (Brouwer, 2002:84).

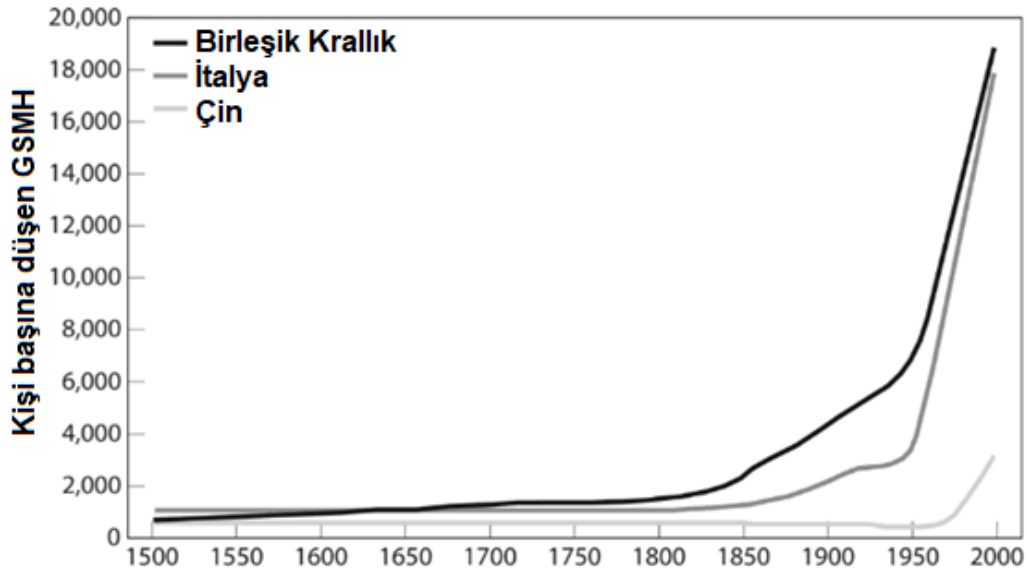
Baumol'un iktisadi yaklaşımında yeniliğin ve icadın ayrı bir yeri bulunmaktadır. Baumol'a göre, serbest piyasa ekonomisinin diğer tip ekonomilere göre daha büyük olmasının ana sebebi, oligopolün ana silahı fiyat değil, onlar için yaşam ve ölüm anlamına gelen icat olan oligopolistik rekabetin yoğunluğudur (Kruger, 2001: 220). Baumol için özellikle ekonomik büyümenin oluşması bakımından yenilikçi faaliyet üretken verimlilikten daha önemli olabilmekte, diğer ekonomilerde tesadüfi ve isteğe bağlı olan yenilikçi faaliyet kapitalizmde firma için zorunlu hatta bir ölüm kalım meselesi haline gelmektedir (Audretsch vd., 2007: 2). Baumol, girişimcilik inovasyonunun ve rutin (sistemik) inovasyonun birlikte güçlü bir etkiye sahip olduğunu, kapitalist ekonomilerdeki önde gelen firmalar için ürün yeniliğinin rekabetçi kalmanın ana yolu haline geldiğini vurgulamakta ve endüstriyel dinamiklerin bu özelliğinin serbest piyasa

ekonomisini başarılı bir büyüme makinesine dönüştürdüğünü savunmaktadır (Eliasson ve Henrekson, 2004:5).

Baumol'a göre yenilikçi firma girişini kolaylaştırıp teşvik ederek özellikle giriş engellerini azaltarak politika yapıcılar, rekabetin artırarak tekelleşmeyi önlemek için güçlü bir araca sahip olabilmektedir. Girişimcilik ve firma devir hızı, ekonomik dinamikler ve içsel büyüme üzerinde kritik bir rol oynamaktadır (Eliasson ve Henrekson, 2004:3). Baumol'un geniş tarihsel analizi, girişimcilik için "kazanç yapısını oluşturan" faktörlerin çok yönlü olduğunu, içsel değişkenler olan yatırım ve eğitimin büyük ölçüde büyüme sonucu gerçekleşirken, nihai büyümenin nedeninin üretken girişimci faaliyetlerinin düzeyi olduğunu açıklamaktadır (Eliasson ve Henrekson, 2004:5).

Baumol'a göre girişimci, ekonomik gelişmenin ardındaki kritik bir faktördür. Ekonomide yenilik ve ekonomik büyüme, hem bireysel girişimci hem de büyük oligopolist firma sayesinde birkaç istisna dışında, büyük yenilikler, bireysel girişimcilerin ustalık ve dürüstlüğünden kaynaklanmaktadır. Aslında, yüksek teknoloji endüstrilerdeki büyük şirketler için inovasyon, sürekli bir silahlanma yarışına benzemektedir, bu yarışta geri kalmamak için her firma Ar-Ge'ye kaynak ayırmak zorunda kalmaktadır (Eliasson ve Henrekson, 2004: 5).

Şekil 3: İngiltere, Çin ve İtalya'nın 500 Yıl Boyunca Kişi Başı GSYİH Değişim



Kaynak: (Baumol, 2010: 6; Morrison, 2001:264)

Yukarıdaki çizgi grafikte dikey ekseninde İngiltere, Çin ve İtalya'nın 500 yıl boyunca uluslararası dolar cinsinden kişi başı GSYİH rakamları, yatay ekseninde ise 50 yıllık aralıklarla belirlenmiş yıllar yer almaktadır. Baumol'a göre, girişimcilerin kendini üretken faaliyetlere adanmasında refahtaki önemli gelişmeler girişimci faaliyetlerinden kaynaklanmaktadır (Baumol, 2010:5). Yukarıdaki şekil de bize bunun bir örneğini göstermektedir.

1500 ve 1800'lerin ortalarına kadar olan dönemde üç ülkenin kişi başı GSYİH seviyesini gösteren eğrilerin yatay eksene paralel bir şekilde sanki bir salyangoz temposunda ilerlediği şekilden açıkça görülmektedir. Fakat sonra gelişme (kalkınma) oranının keskin bir şekilde yukarı doğru olana kadar daha hızlı büyüdüğü açıktır. Ve yukarıdaki şekilde görünmese de yirminci yüzyılın son yarısında Çin'in büyüme hızı, İngiltere ve İtalya'yı geride bırakmaktadır (Baumol, 2010:6).

Patlayıcı verimlilik artışının meydana geldiği zamana kadar Çin'in düşük ekonomik performansı göze çarpmaktadır. Son zamanlarda yaşanan artış, Çin'in, sanayi devriminden sonra Batı'nın büyümesi gibi bir şey üretemeyen önceki yüzyıllardaki şaşırtıcı buluşuyla çarpıcı biçimde çelişmektedir. Çin'deki genişletilmiş ortaçağ dönemi, mucitlerin bolluğu ile karakterize edildi, fakat girişimciler endüstriden ziyade bürokrasinin rolünü istediler (Baumol, 2010:6). Baumol'un da ifade ettiği gibi girişimcilik dünden bugüne büyümeyi yakından etkilemiş, girişimci faaliyetler hem genel refaha hem de ülkenin ekonomik gelişmesine doğrudan olumlu katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak iktisat teorisinde yıllar boyunca hem statik hem de dinamik girişimcilik teorilerinin olduğu, yeniden yapılanma üzerine, yalnızca dinamik girişimcilik teorilerinin önemli bir operasyonel anlamı olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır. Statik bir dünyada pasif bir unsur olan girişimci faaliyetleri sadece daha önce öğrenilmiş ve uygulanmış geçmiş prosedür ve tekniklerin tekrarlarını teşkil etmektedir. Girişimci dinamik bir dünyada dayanıklı bir yapıya dönüşmektedir (Hebert ve Link, 2006: 392).

Tablo 2: Girişimcinin İktisat Teorisindeki Rolü

1	Girişimci, belirsizlikle ilişkili riski üstlenen kişidir	Cantillon, Thunen, Mangoldt, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole, Shackle
2	Girişimci finansal sermaye sağlayan kişidir	Smith, Turgot, Bohm-Bawerk, Edgeworth, Pigou, and Mises
3	Girişimci bir yenilikçidir	Baudeau, Bentham, Thunen, Schmoller, Sombart, Weber, Schumpeter
4	Girişimci bir karar merciidir	Cantillon, Menger, Marshall, Wieser, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shackle, Cole, Schultz
5	Girişimci bir endüstri lideridir	Say, SaintSimon, Amasa Walker, Francis Walker, Marshall, Wieser, Sombart, Weber, Schumpeter
6	Girişimci bir yönetici veya denetçidir	Say, Mill, Marshall, Menger
7	Girişimci ekonomik kaynakları düzenleyen ve koordine edendir	Say, Walras, Wieser, Schmoller, Sombart, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase
8	Girişimci bir girişimin sahibidir	Quesnay, Wieser, Pigou, Hawley
9	Girişimci üretim faktörlerinin bir işverenidir	Amasa Walker, Francis Walker, Wieser, Keynes
10	Girişimci bir müteahhittir	Bentham
11	Girişimci bir arbitrajcıdır	Cantillon, Walras, Kirzner
12	Girişimci alternatif kullanımlar arasında kaynakların dağıtıcısıdır	Cantillon, Kirzner, Schultz

Kaynak: Hebert ve Link, 2006: 392

Yukarıdaki tabloda girişimcinin iktisat teorisindeki rolü ve girişimcinin bu özelliğini vurgulayan önemli iktisatçılar yer almaktadır. Özetlemek gerekirse, girişimcinin statik bir durumdaki rolü, yukarıda madde 2'de finansal sermaye tedarikçisi, madde 6'da bir yönetici veya denetçi, madde 8'de bir girişim sahibi veya madde 9'da üretim faktörlerinin işvereni olarak belirtilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Literatüre bakıldığında girişimciliğin tanımları, tanımın merkezine girişimci alınarak yapılmıştır. Girişimcilik kavramının tanımlanabilmesi için günümüzde kullanımı giderek artan ve ülkelerin büyüme stratejilerinde önemli bir yer tutan girişimcilik ekosisteminin en önemli unsuru olan girişimci kavramının öncelikle açıklanması gerekmektedir. Bu sebeple bu bölümde girişimcilik kavramsal çerçevesi altında ilk olarak girişimcinin tanımı yapılmakta, özelliklerinden bahsedilmekte ve girişimci kişiliğin oluşmasındaki etkenler izah edilmektedir. Sonrasında girişimcilik kavramı, tanımı yapıp unsurları ele alınarak girişimcilik süreci açıklanarak girişimcilik türleri anlatılmaktadır. Son olarak girişimciliğin ülkemizde ve dünyadaki gelişimi hakkında bilgi verilerek önemi ifade edilmektedir.

2.1.1. Girişimcinin Tanımı

TDK'ye göre girişimci belirli bir üretim amacıyla faaliyette bulunan kişi anlamına gelmektedir. Günümüzde girişim (entreprise), herhangi bir iş için faaliyette bulunma halini belirtmekteyken; girişimci (entrepreneur) ise, bu faaliyette bulunan girişken kişi olarak tanımlanmaktadır (Şahbaz ve Şahbaz, 2013: 118).

Pek çok farklı alandaki araştırmacının ilgi alanına girdiğinden, tek bir tanımının yapılması zor olan girişimcinin tanımı, her görüş açısına göre farklılık göstermektedir. Psikologların bakış açısından girişimci, hedeflediği şeye ulaşma, istediği şeyi başarma ve kazanma hevesi ve başkalarının etkisinden çıkma güdüsü ile belli davranışlarda bulunan kişi olarak görülmektedir. Bir felsefecinin bakış açısından ise toplumsal refaha katkı sağlayan, kaynak dağılımının etkinliğini daha faydalı hale getiren, işsizliği azaltarak istihdamı artıran birey olarak tanımlanmaktadır (Güler, 2010: 6-7).

İktisatçılar açısından girişimci ise üretilen mal ve hizmetlerin satılmama ihtimalini de göze alarak üretimin tüm risklerini alabilen, emek, toprak ve sermayeden oluşan her üç üretim faktörünü bir araya getirerek üretime koşan kişi” olarak ifade edilmektedir (Dinler, 2011: 537).

Ekonomi literatüründe ilk olarak 1730'lu yıllarda Merkantilizm'in liderlerinden iktisatçı Richard Cantillon girişimci kavramını risk alabilen ve sermaye bulabilen kişi olarak kullanmıştır. Nicolas Baudeau girişimciyi düzenleyen ve yürüten, planlama yapan, risk alan kişi diye açıklarken, Francis Walker, yetenekten faydalanan, para miktarı ve faiz arasında karar veren kişi diye belirtmekteyken; Joseph Alois Schumpeter ise girişimciden, yenilikler getirerek daha önce kullanılmamış bir teknoloji geliştiren kısacası inovasyona ve yeniliğe liderlik eden kişi olarak bahsetmiştir (Sönmez, 2014: 43).

1999 yılından beri dünyanın önde gelen girişimcilik araştırmalarını gerçekleştiren girişimcilik literatürüne önemli katkılar sağlayan Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM)*, tanımında girişimci, yeni ve yaratıcı bir işe atılan, kendi işini kuran, yeni veya mevcut bir işi ya da girişimi tek başına veya bir ekip ile büyütme, yeniden organize etmeye uğraşan kişi olarak ifade edilmektedir (GİSEP, 2015: 18). Girişimcinin, yaratıcı bir şekilde yeniyi yaratan kişi ya da kişiler olduğu vurgulanmaktadır.

OECD, tarafından girişimciler, yeni bir ürünü, yeni bir süreci ya da yeni bir pazarı keşfedip oluşturarak ekonomik faaliyetin oluşturulması ya da ekonomik faaliyetin büyütülmesi sayesinde değer yaratmaya çalışan (işletme sahibi) kişiler olarak tanımlanmaktadır (Ahmad ve Seymour, 2008: 14). ABD ulusal görüşüne göre ise girişimci, girişimini kurup büyüten bir aşamada bulunan birey olarak tanımlanmaktadır (OECD VE İMKB, 2005: 16). Girişimci, bir fırsatı algılayan ve onu gerçekleştirmek için bir girişim kuran kişi olarak da tanımlanmaktadır (Bygrave, 2010: 49). İş kuran ve büyüten, yenilikler sayesinde ekonomik faaliyetlerin büyümesine sebep olan ve değer katarak katma değer yaratan olarak ele alınan girişimci kavramı büyüme kavramıyla da yakından ilişkilidir.

Tablo 3'te 1800'den 1999'a kadar geçen dönemde yapılan çeşitli girişimci tanımları yer almaktadır (Güler, 2010: 4).

***GEM:** 1999 yılından beri küresel girişimcilik araştırmaları yapan en önde gelen organizasyondur. Yaptığı araştırmalarla ekonomik politikaların büyümeyi sağlamasını, girişimcilere daha iyi karar verebilmelerini sağlamayı, öğrencilerin girişimciliği daha iyi anlamasını, girişimcilikle ilgili akademik araştırma ve eğitimlerin artmasını amaçlayarak girişimciliğin gelişmesini desteklemektedir (<https://www.gemconsortium.org/>).

Tablo 3: Önemli Girişimci Tarifleri

KAYNAK	TANIM
John Baptiste Say	İktisadi üretim kaynaklarını düşük üretkenlik alanlarından yüksek üretkenlik alanlarına taşıyan kişidir
Werner Sombart	Kâr dürtüsüyle hareket eden, ekonomide başroldeki yaratıcı, kurucu kişidir
Joseph Alois Schumpeter	Değişime uyum sağlayan, ekonomideki krizleri fırsata çevirerek değer yaratmak için değişimden yararlanarak fırsatları girişime dönüştüren kişidir
Frank Knight	Verimli kaynaklar ile ilgili bilgi yetersizliğinden kaynaklanan riski alarak kazanç elde eden kişidir
Funk and Wagnall's Standard Dictionary	Bir girişimi kurup yönetirken tüm kontrolü ele alıp ve riski üstlenen kişidir
Webster's Third New International Dictionary	İktisadi bir girişimi organize eden, riski üstlenen, işin başındaki yönetici, işin sahibi olan kişidir
Heinrich Eduard Brockhaus	Bir girişim kuran kişi
Hatten	Bir fırsatı görerek yararlanabilmek için her türlü finansal ve psikolojik riski göze alarak bir işe başlayan kişidir.
Karl Marx ve diğerleri	Devamlı olarak piyasada yeni fırsatları yakalamaya çalışan, girişim için gerekli tüm faktörleri bir araya getirerek organize eden, zenginliği artırıcı yenilikçi fırsatlardan faydalanan kişidir.

Kaynak: Güler, 2010: 4

J. B. Say, girişimciyi; “üretim kaynaklarını düşük üretkenlik alanlarından yüksek üretkenlik alanlarına taşıyan kişi” olarak tanımlarken takip eden yıllarda girişimci değişim yaratan kişi (Schumpeter), risk alan kişi, işletme kuran veya örgütleyen kişi, yenilikçi kişi ve çoğunlukla da fırsatları değerlendiren kişi olarak tarif edilmiştir. Günümüzde ise OECD, GEM başta olmak üzere uluslararası organizasyonların araştırmalarına konu olan girişimci, yapılan tanımlara bakıldığında daha çok yaratıcı-yenilikçi kişi, yeni bir iş kuran ve büyüten kişi olarak kullanılmaktadır.

2.1.2. Girişimcinin Özellikleri

Yapılan çeşitli girişimci tanımlarından girişimcinin özelliklerine ulaşılması

mümkündür. Girişimci;

- Kurucu
- Yaratıcı
- Yenilikçi
- İşi yöneten
- İşi büyüten
- Risk üstlenen
- Fırsatları gören
- Belirsizliği göze alan
- Piyasaları anlayan ve takip eden özelliklere sahip kişi olarak tarif edilebilir.

Türkiye’de yapılan bir araştırmaya göre girişimcide olması gereken özellikler önem sırasına göre tablo 4’te sıralanmaktadır (Bozkurt, 2013: 18):

Tablo 4: Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişimcilerde Olması Gereken Kişilik Özellikleri	İlk Üç Önemli Özelliği Belirten Öğrenci Sayısı
Kendine güvenme	89
Dürüstlük, ticari ahlak	73
Risk üstlenme	68
Yenilikçilik	66
Sosyal olma	41
Yaratıcı olma	22
Özgürce karar verebilme	10
Tutarlı ve ilkeli olma	10
Fırsatları görebilmek	7

Kaynak: Bozkurt, 2013: 18

Bir araştırmada girişimcilerde görülen altı baskın özellik şunlardır (Ergen, 2014: 249):

1. **Sorumluluk ve azim:** Girişimcinin en önemli özelliklerinden biri sorumluluk sahibi olması, işini sahiplenmesi, disiplinli, kararlı ve azimli bir şekilde çalışmasıdır. Yaptığı işe çok iyi odaklanması, enerjisini verimli bir şekilde

işine yönlendirmesi, işi için gerekli tüm fedakârlıkları yapabilmesi girişimcinin en önemli bir diğer özelliğidir.

2. **Liderlik:** Girişimcinin hem iyi bir takım lideri hem de iyi bir takım oyuncusu olmasını kapsar. Girişimci beraber çalıştığı kişilere liderlik edendir.
3. **Fırsat arama:** Girişimci piyasanın yapısını, piyasadaki talebi ya da potansiyel talebi anlayarak fırsatları görebilmektedir. Hedef müşteri kitlesini iyi tanıyarak müşterisine fayda sağlamak, pazar payını geliştirmek ister.
4. **Riski, belirsizliği, kaosu tolere etme:** Bu özellik girişimcinin ölçerek risk alabilmesini, riski en aza indirgeyecek öneriler geliştirmesini, problem çözebilme ve stresle başa çıkabilme yeteneğini kapsamaktadır. Literatürde yapılan girişimci tanımlarında karşımıza çıkan girişimcinin en önemli özelliklerinden biri de girişimcinin belirsizliğe tahammüllü, risk almaya hevesli olmasıdır.
5. **Yükselmek için motivasyon:** Motivasyon, girişimciyi harekete geçiren en önemli itici güçtür denilebilir. Yüksek başarı duygusu, başarıya ve büyüme isteği, sonuç odaklı düşünebilme, güçlü ve zayıf yönlerini tanıyabilme girişimciyi diğerlerinden ayıran önemli özelliklerdendir. Girişimci hırsını azme dönüştürmeli, statü ve güç isteğini arka plana atabilmelidir. Girişimcinin bir vizyonu olmalıdır. İyi bir espri anlayışı ise girişimciye bahşedilmiş pozitif özelliklerden biridir.
6. **Yaratıcılık, değişikliklere uyum sağlama, kendine güven:** girişimci açık fikirli, yeniliklere, farklı fikirlere açık biri olarak yeniliklere çabuk adapte olabilme ve öğrenme, farklı düşünebilme yeteneklerine sahiptir. Değişime ayak uydurmakla kalmaz çoğu zaman değişimin öncüsü konumundadır. Kendine güvenerek niye ve nasıl sorularını sorarak ilerler.

Yukarıdaki girişimcinin baskın özelliklerine bir de duygusal zekâyı eklemek doğru olacaktır. Araştırmalar, iş başarısının %75 kadarının, günümüzün kaotik iş hayatında başarı için en önemli yeteneklerden biri olan “duygusal zekâ (emotional intelligence-EQ)” sayesinde sağlandığını ve bunun özellikle girişimciler için doğru olduğunu göstermektedir (Glosh ve Rajaram, 2015: 4).

2.1.3. Girişimci Kişiliğin Oluşmasındaki Etkenler

Girişimcide girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkararak girişimci kişiliğin oluşması, bazı önemli etkenlere bağlıdır. Girişimci kişiliğin oluşmasında demografik etkenler, kişisel özellikler, sosyal ortam, kültürel etkenler gibi belli başlı etkenler etkili olmaktadır (Güler, 2010: 9).

2.1.3.1. Demografik Etkenler

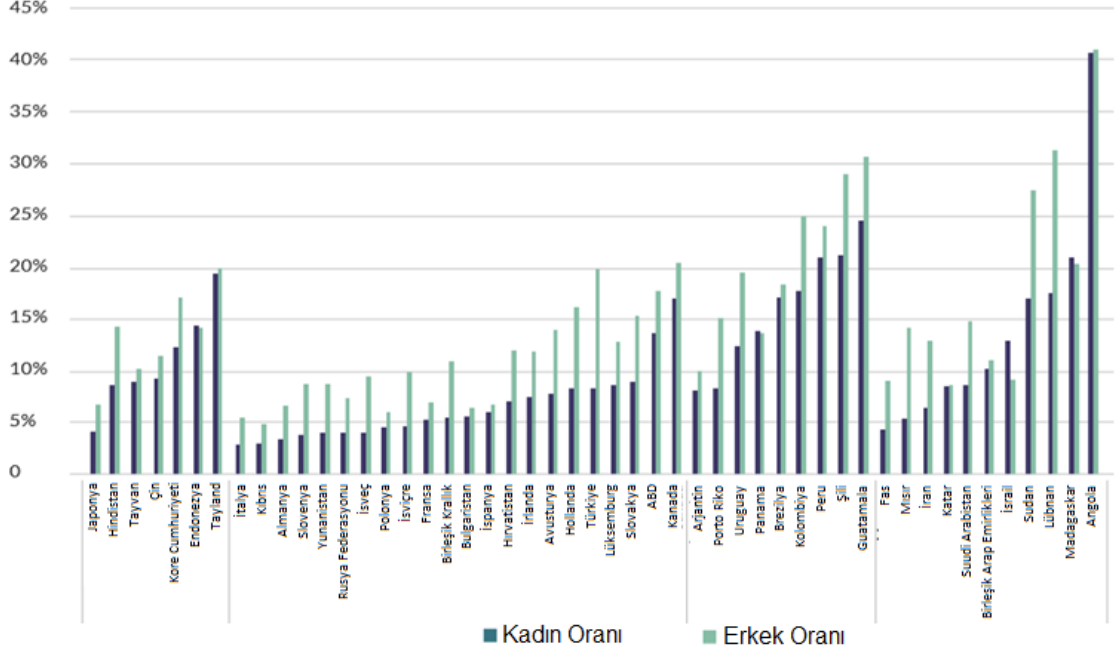
Yapılan pek çok araştırmaya göre yaş, cinsiyet, eğitim durumu, aile içinde girişimcinin olması, girişimci olmadan evvel sahip olunan iş deneyimi gibi demografik etkenler girişimci kişiliğin oluşmasını etkilemektedir (Güler, 2010: 10).

2.1.3.1.1. Cinsiyetin Etkisi

GEM 2018-2019 raporuna göre, araştırmaya katılan 48 ülkeden Endonezya, Tayland, Panama, Katar, Madagaskar ve Angola'nın bulunduğu yalnızca 6'sında toplam erken dönem girişimsel faaliyette kadın ve erkek oranı eşittir. Bu lkeler dışında kalan ülkelerde her 10 erkek girişimciye 7 kadın girişimci karşılık gelmektedir. Slovenya, Yunanistan, İsve, İsviçre, İngiltere ve Türkiye'nin de dâhil olduğu 6 ülkede ise kadın girişimcilerin oranı, erkek girişimcilerin oranının yarısından azdır (Bosma ve Kelley, 2018: 11).

Şekil 4: 4 Coğrafik Bölgedeki 48 Ülkede, 18-64 Yaş Aralığındaki Yetişkinler Arasında Cinsiyete Göre Toplam Erken Dönem Girişimsel Faaliyet (TEA)

Oranları



Kaynak: Küresel Girişimcilik Monitörü Yetişkin Nüfus Anketi, 2018; Bosma ve Kellev, 2018: 21

Girişimci faaliyetlere katılımda, girişimci kişiliğin oluşmasında önemli demografik etkenlerden biri cinsiyetin etkisidir. Benzer ve farklı özelliklere sahip olan kadın girişimciler ile erkek girişimciler ile ilgili yapılan araştırmaların sonuçları, kadınların iyimserliğinin erkek girişimcilere göre fazla olduğunu ve koşullara kolayca uyum sağlayabildiklerini; erkeklerinse kadınlara kıyasla kendilerine daha çok güvendiklerini ve daha az toleransa sahip olduklarını göstermektedir (Uluköy, 2014: 49). Yapılan pek çok araştırmada kadın ve erkek girişimcilerin yüksek başarıya duygusu, risk alabilme, vizyon sahibi olma, iyi iletişim becerisi özelliklerine sahip olmaları bakımından benzerlik gösterdiği ortak sonucuna ulaşılmaktadır (Uluköy, 2014: 53).

Hem kadın hem erkek girişimciler bir girişim kurarken kendi işinin patronu olmak, bağımsız olmak, yüksek gelir elde etmek isterken erkek girişimciler için girişimi kurarken ekonomik amaçlar daha önemli iken kadın girişimciler için kişisel ve ailesel amaçlar daha önemlidir. Erkek girişimciler için bir girişim kurma kararı sadece iş kurma kararı iken, kadın girişimciler açısından hayatlarını oldukça etkileyen ailesel ve mesleki ümitlerinin müşterek noktada birleştirilmesi şeklinde ifade edilmektedir (Arıkan,

2013: 39).

Günümüze dek yapılan çalışmalar yıllar geçtikçe kadın girişimciliğinin arttığını gösterse de birçok yönden farklı özelliğe sahip kadın girişimci sayısının erkeklere kıyasla az olmasında, kadın girişimcilerin ev ve ailevi sorumluluklarının daha fazla olması etkilidir (Güler, 2010: 11). Aşağıdaki tabloda kadın girişimci ve erkek girişimcilerin cinsiyetlerinden kaynaklanan farklı niteliklerini göstermektedir (Güler, 2010: 12).

Tablo 5: Erkek Girişimciler ve Kadın Girişimcilerin Karşılaştırılması

Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	Başarı, işlerin yürümesi için çabalamak Statü odaklı kişisel bağımsızlık Kontrol isteğinden kaynaklanan iş doyumu	Başarı, hedefi başarma arzusu İşi yalnız yapma isteğinden kaynaklanan bağımsızlık Önceki işte engellenmişlikten duyulan iş doyumu
Çıkış Noktası	İşten duyulan memnuniyetsizlik Üniversite, var olan iş veya var olan işin büyütülmesine ek ikinci iş İşten çıkarılma Kazanç fırsatı	İşte hissedilen engellenmişlik Alandaki fırsatları tanıma ve bunlarla ilgilenme Kişisel çevrede değişim
Finans Kaynakları	Kişisel servet ve birikim Ticari Bankalar Yatırımcılar Yakın çevreden alınan borç	Kişisel servet ve birikim Bireysel borçlar
Mesleki Donanım	Bilindik bir uzman veya alanında başarılı biri olarak İşle alakalı deneyim Birçok işletme fonksiyonunda yetkinlik	Orta düzey ya da yöneticilik seviyesinde işletme alanında tecrübe Hizmetle alakalı mesleki donanım
Kişisel Özellikler	İnatçı ve ısrarcı Hedef odaklı İdealist ve yenilikçi Kendine yüksek seviyede güven Enerjik, Coşkulu Kendi işinin patronu olma arzusu	Hoşgörülü ve esnek yapıda Hedef odaklı Gerçekçi ve yaratıcı Kendine orta seviyede güven Enerjik, Coşkulu Sosyal ve ekonomik çevre ile ilgilenme becerisi

Altyapı	25-35 yaşlarında iş kurma Babaları da bağımsız çalışan Genellikle işletme ve mühendislik alanlarında ön lisans veya lisans mezunu İlk çocuk	35-45 yaşlarında iş kurma Babaları da bağımsız çalışan Genellikle edebiyat ya da sanat alanında ön lisans veya lisans mezunu İlk çocuk
Destekçiler	Eş Arkadaşlar Danışman gibi profesyoneller Şirket ortakları İş arkadaşları	Eş Yakın dostlar Aile fertleri Kadınlara yönelik profesyonel kurum, kuruluş ve dernekler Ticari birlikler
Başlanılan İşin Tipi	İmalat ya da yapı sektörü	Halkla ilişkiler, eğitim, danışmanlık, hizmet sektörü

Kaynak: Güler, 2010: 12

Özetleyecek olursak Tablo 5’te görüldüğü gibi cinsiyetin kadın girişimci ve erkek girişimcilerin belli hususlarda benzer belli hususlarda farklı özelliklere sahip olmasında etkili olduğu görülmektedir. Erkek girişimcilerin ilk işlerini çoğunlukla imalat ya da yapı sektörlerinde kurmalarına karşın; kadın girişimcilerin, halkla ilişkiler, eğitim, danışmanlık alanlarında ve hizmet sektöründe kurmaları cinsiyet farklılığından kaynaklanmaktadır. Zira kadın girişimciler fiziksel yapılarından dolayı fazla efor gerektirmeyen işlerde girişimde bulunmayı yeğlemektedirler (Uluköy, 2014: 49).

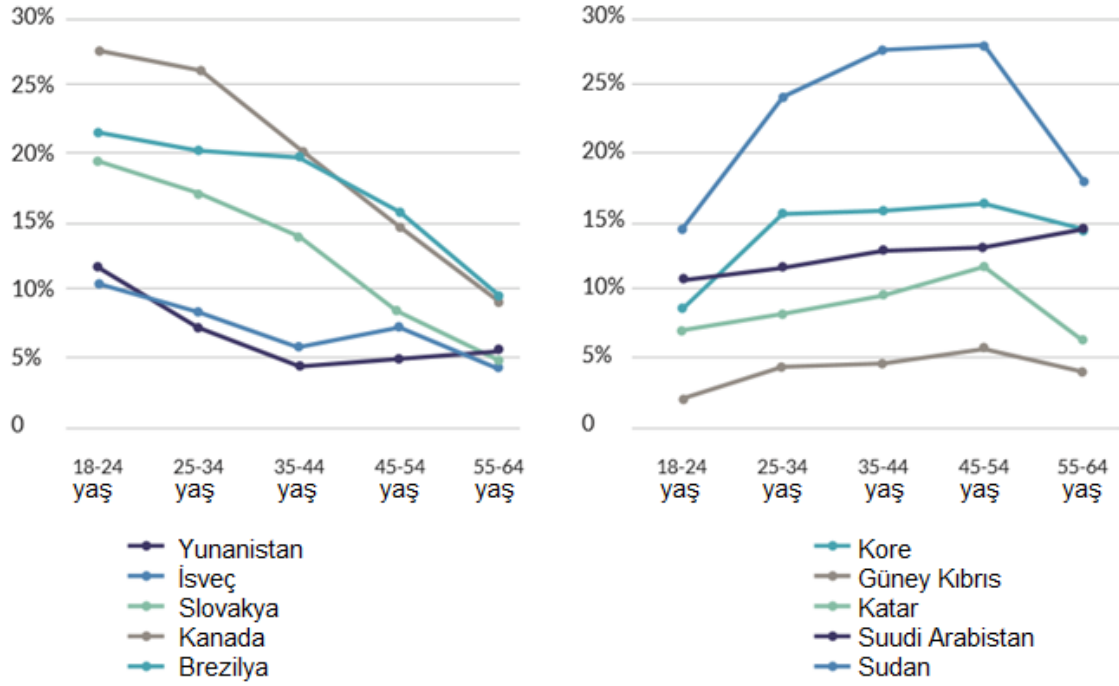
2.1.3.1.2. Yaşın Etkisi

GEM 2018-2019 raporu araştırmasına göre, ekonomilerin çoğunluğunda girişime başlama için en yaygın yaş ya 25-34 ya da 35-44 aralığındadır. Bu zamanda girişimciler aynı zamanda üniversite kredisi geri ödemesi, ev kredisi ödemesi, çocuklar gibi finansal sorumluluklarla baş etmek zorunda kalmalarına rağmen bu iki grup yaş aralığı girişime başlamak için en iyi zaman olarak görülmektedir (Bosma ve Kelley, 2018: 22).

Bu yaştaki insanlar lisans eğitimlerini tamamlamış, belli bir tecrübe kazanmış olabilmektedir, fakat sahip oldukları kariyerlerinde ve yürüttükleri kurulu işlerinde belli bir noktaya henüz ulaşamamış olabilmekte ya da başkasının yanında iyi ve/veya sürekli bir işte çalışırlar. Onlar muhtemelen en son fikirlerle uyum içinde olurlar ve yeni fırsatları

takip etmek için heves duyarlar. Eğer girişimleri başarılı değilse, diğer gelir getirici seçenekleri takip etmek için önlerinde oldukça çalışma yılı bulunmaktadır (Bosma ve Kelley, 2018: 22).

Şekil 5: Gençler (18-24 Yaş) Ve Olgunlar (45-54 Yaş) Arasında En Yüksek Katılıma Sahip Ülkelerin Toplam Erken Dönem Girişimsel Faaliyetinin Yaş Profili



Kaynak: Küresel Girişimcilik Monitörü Yetişkin Nüfus Anketi, 2018

Girişimcilik alanında önemli araştırmalar yapan Bobson Koleji'nin 1984 yılında yaptığı bir araştırmada, girişimcilerin yaş aralığının 22-55 olduğu tespit edilmiştir (Güler, 2010: 13).

2.1.3.1.3. Eğitimin Etkisi

Girişimci bir kişiliğin oluşmasında alınan eğitimin etkisi bulunmaktadır. İnsan sermayesi kuramında iktisatta “beşeri sermaye” olarak ifade edilen insan sermayesi kavramı, kısaca kişiye özgü yetenek olarak tanımlanmaktadır. Kurama ilk teorik katkı sağlayan iktisatçı T. W. Schultz'a göre kişiye yönelik yapılan yatırımlar, örgün ve işbaşı eğitimi, firma eğitim programları, firma dışı uygulanan yaygın eğitim ve sağlık olanakları olarak sıralanmaktadır (Tunç, 1998: 85-86). Alfred Marshall, insana yapılan yatırımı beşeri sermaye kabul edip kişinin eğitimle gelişmesinde ailesinin, özellikle annesinin

etkili olduğunu belirtmiştir (Çöğür, 2016: 74, Ersoy, 2008: 521).

Mikroekonomik yönden insan sermayesi yatırımlarının özellikle eğitim yatırımlarının en önemli katkısı, bireye yönelik yatırımlara paralel olarak bireyin gelir artışının sağlanması; makroekonomik yönden yatırımların en önemli katkısı ise sürekli artan getiriye sahip olan insan sermayesi yatırımları arttıkça, uzun dönemde milli gelirin artmasıdır (Tunç, 1998: 85). Yapılan bir araştırmaya göre, milli geliri yüksek olan ülkelerde yüksek eğitime sahip bireyler, nispeten daha düşük gelire sahip ülkelerde ise genellikle ilköğretim mezunu olanlar girişimci olmakta; insan sermayesi teorisi açısından bakıldığında, girişimcinin sahip olduğu bilginin ve bilişsel yetkinliğin artması, girişimcinin üretkenliğini ve verimliliğini artırmakta, girişimcinin karşısına çıkan fırsatları kolayca algılamasına yardımcı olmaktadır (Güler, 2010: 13-14).

Girişimcinin aldığı eğitim girişimciyi iyi bir şekilde etkilese de, girişimcinin diploma ve belge edinme sürecine gereğinden fazla önem vermesinin girişimcinin risk alma davranışını olumsuz yönde etkileyebileceği belirtilmektedir; zira yapılan bir araştırma sonucu, ülkelerin eğitim seviyesinin yüksekliği ile düşük seviyede bağımsız çalışma arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Güler, 2010: 13). Bireyin beşeri sermayesi çok iyi bir durumda olduğunda istediği her yerde istediği gibi bir iş bulması kolaylaşmakta ancak beşeri sermayesi düşük olduğundan başka bir alternatifi olmadığından girişimciliğe yönelmektedir.

GEM 2018-2019 raporuna göre erken dönem girişimlerin % 47'si fırsat güdümlü, %23'ü ihtiyaç güdümlü girişimcilerdir (Bosma ve Kelley, 2018: 17).Fırsat güdümlü girişimci, piyasada oluşan fırsattan yararlanarak faaliyette bulunan kişidir. İhtiyaç güdümlü girişimci ise, oluşan fırsattan çok ihtiyaç sebebiyle faaliyete geçen kişidir (GEM, 2014). Kendi hesabına çalışanlar ve KOBİ yöneticileri, genellikle nüfusun diğer kesimine göre daha düşük eğitim seviyesine sahip, yüksek eğitimi tamamlayamamış olmalarından dolayı kariyer seçenekleri az olan KOBİ yöneticileri genellikle ihtiyaç güdümlü girişimci olarak karşımıza çıkarken yapılan araştırmalara göre %85'i üniversite derecesine sahip olan teknik girişimciler ise fırsat güdümlü girişimci olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Akdöl, 2018: 266).

2.1.3.1.4. Ailede Girişimci Olması

Toplumun en küçük yapı taşı olan ailenin, içinde doğup büyüyen birey üzerindeki

etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Freud'a göre çocukluk döneminde edinilen deneyimler bireyin ileriki yaşamını etkileyen en önemli unsurları oluşturduğundan, anne-babaların çocuk üzerindeki tutumu, çocuğun kişiliğinin gelişiminde oldukça büyük bir etkiye sahiptir (Güler, 2010: 15).

Ebeveynlerin çocuklarında girişimcilerin kişilik özelliklerinden *kontrol odağını* desteklemesi, çocuklarda gelecekte *içsel kontrol odağının* gelişimini dolayısıyla girişimci kişiliği sağlarken bunun tam tersi, anne-babaların çocuklar üzerinde aşırı korumacı davranması çocuklarda dışsal kontrol odağına sebep olmakta ve çocukların girişimci kişilikten uzaklaşmalarına yol açmaktadır (Güler, 2010: 15).

Çocuklar genellikle ebeveynlerini rol model almaktadır. Varlığını sürdürebilmesi büyük oranda kurucusunun yüksek düzeyde teknik uzmanlığına dayalı bir teknoloji girişiminin yöneticisi olan teknik girişimcilerin önemli bir kısmının ebeveynlerinin kendi işlerini yapan kişiler olduğu görülmektedir. Araştırmalara göre girişimcilerin %50-80'inin en az bir ebeveyni kendi işini yapmaktadır. Örneğin bir araştırmada, bilim insanları ve mühendislerle kıyasla, teknik girişimcilerin dört kat daha yüksek ihtimalle profesyonel bir ebeveyne sahip oldukları ortaya konmuştur (Akdöl, 2018: 265).

2.1.3.1.5. Önceki İş Deneyimi

Girişimcilikten önceki iş deneyimi girişimciliği etkilemektedir. Teknik girişimciler, yeni bir girişim kurmadan önce ortalama 13 yıl deneyime sahip olmaktadır. Girişimciler genellikle iş deneyimini bir kuluçka örgütte edinmektedirler (Akdöl, 2018: 267).

Yapılan pek çok ankete göre, üç çeyrek dönem içinde potansiyel teknik girişimcilerin geçmiş işlerinde hayal kırıklığına uğradıkları ve geçmişte çalışılan şirketin organizasyonel bir değişikliğe gitmesi ya da küçülmesi gibi belirli durumların potansiyel girişimcinin yeni bir girişim kurma arzu ve isteğini tetikleyebildiği görülmektedir. (Akdöl, 2018: 267). Araştırmalara göre başarılı girişimciler başarısız girişimcilere göre önceki işlerinde çok daha tatminsizdirler (Güler, 2010: 16).

Koridor prensibi (Corridor Principal) gereği bir girişimcinin faaliyette bulunduğu süre arttıkça bu girişimcinin daha fazla işletme sahibi olma olasılığı artmaktadır. Ronstadt'ın 1984 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, 6.5 seneden fazla girişimci olarak faaliyet gösterenlerin % 65'i birden fazla işletmeye sahiptir ancak

girişimci dolaylı öğrenme yoluyla da bir başkasının deneyiminden yararlı bilgiler edinerek girişimini kurmasına katkı sağlayabilmektedir (Güler, 2010: 16).

2.1.3.2. Kişisel Özelliklerin Etkisi

Neoklasik iktisatçı Alfred Marshall'a göre girişimci hızlı hareket etme problemlere hızlıca çözümler bulabilme, değişikliklere uyum sağlayabilme, güvenilir ve istikrarlı olma gibi bazı becerilere sahip olmalıdır. Bunlar doğuştan da gelebilir, sonradan ailede ya da eğitimle edinilebilir. Marshall'a göre girişimcilik, ayrıca ticaret bilgisi, fırsatları görebilme ve risk üstlenebilme, öngörü yeteneği ve iyi bir işveren olabilmek için liderlik vasfı gerektirmektedir (Çöğürücü, 2016: 74, Arıkan, 2004: 5).

İster genetik özelliklerinden kaynaklansın isterse de sonradan edindikleri deneyimlerden, girişimcilerin sahip oldukları belli başlı kişilik özellikleri, iş kurma kararında oldukça önemli bir etkiye sahip olmanın yanında girişimcilikte başarılı olmalarında da kayda değer bir etkiye sahiptir. Pek çok araştırmacının ortak görüşü, girişimde etkili olan kişilik özellikleri (Güler, 2010: 17):

- Başarı ihtiyacının yüksekliği,
- Risk alabilme durumu,
- Yenilikçi bakış açısı,
- Bilişsel özellikler olarak sayılmaktadır.

Öğrenciler üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, bireylerin, başarı ihtiyacı ve risk alma eğilimi ile girişimcilik potansiyeli arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki kurdukları sonucu ortaya çıkmıştır. Girişimci kişiliğe sahip bireyler; risk alan, yaratıcı, enerjik, yenilikçi, sorumluluk sahibi ve değişime uyum sağlayabilen kişilerdir (Ören, 2011: 84; Güler, 2010: 18).

Bahsedilen özelliklerden başarı ihtiyacı, Mc Clelland'a göre girişimin en önemli ögesini oluşturmaktadır. Başarı güdüsünün altında da Weber'in Protestan iş ahlakı (PİA) yer almaktadır. Weber'e göre Protestanlar, kapitalist ruhun etkisinde olduklarından Katolik ya da Müslümanlardan daha farklı bir iş ahlakıyla çalışmaktadırlar (Güler, 2010: 18).

2.1.3.3. Sosyal Ortam Etkisi

Girişimci kişiliğin oluşmasındaki etkenlerden biri de bireyin yaşadığı sosyal

ortamdır. Weber'e göre girişimciler daha çok düşük ve orta gelir grubundaki kesimlerden çıkmaktadır (Güler, 2010: 22).

Sosyal ortama aile dışında sosyal çevre olarak baktığımızda karşımıza Granovetter'in 'Eşik Modeli' çıkmaktadır. Bygrave ve Minniti, Eşik Modeline göre kişinin herhangi bir faaliyette bulunmasında onun sadece karar ve niyetinin değil, sosyal çevresinin de etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Onlara göre, bireyin sosyal çevresindeki birey sayısı arttıkça kişinin faaliyete geçme olasılığı da artmaktadır (Güler, 2010: 23).

2.1.3.4. Kültürel Etkenler

Kültürel etkenler girişimci kişiliğin oluşmasını etkilemektedir. Hofstede tarafından 1980'da IBM şirketinin 88 bin çalışanı üzerinde yapılan çalışmada 4 farklı kültürel etken belirlenmiştir (Güler, 2010: 25):

- Bireycilik/toplulukçuluk
- Güç aralığı
- Belirsizlikten kaçınma
- Erkeksilik/dişilik

Girişimcilik kültürden kültüre, farklı coğrafyalara göre değişiklik göstermektedir. Bir toplumda girişimcilik olgusu ne kadar eskiye dayanırsa girişimci faaliyetin başarısı o kadar yüksek olmaktadır. Toplumun girişimciliğe bakış açısı, verdiği önem, yüklediği anlam, girişimcilik faaliyetlerini etkilemektedir. Örneğin ABD'nin, girişimciye önem vermesi, ABD'nin ekonomik büyümesinde etkili olduğu belirtilmektedir.

2.1.4. Girişimcilikte Motivasyon

Dilimize Fransızcadan geçmiş olan güdüleme, isteklendirme anlamına gelen motivasyon, girişimcilikte insanların bir girişimde bulunmalarında oldukça büyük öneme sahiptir. Motivasyon, girişimcilerin hedeflerini gerçekleştirmelerini sağlayan itici güç olarak tanımlanmaktadır (Güney, 2003: 199).

Girişimcilerle ilgili araştırmalarda motivasyonun girişimci kişiliğin parçası olduğunda hemfikir olunmuştur. Bireysel motivasyon üzerine yıllarca araştırma yapan Mc Clelland ve Atkinson motivasyonu üç temel nedene bağlamıştır (Ergen, 2014: 38):

1. Başarı isteği
2. Güç isteği

3. Mevki isteği

2.1.5. Girişimciliğin Tanımı

Günlük dilde kısaca “küçük işletme kurma ve yönetme” anlamında kullanılan girişimcilikle ilgili olarak literatürde farklı yaklaşımlar ve farklı tanımlar bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu’na göre kısaca “girişimci olma durumu” olarak tanımlanan girişimcilik tanımı zor ve muğlak bir kavramdır. Kavram Fransızca “bir şey yapmak” olan “entreprendre” den türetilmiştir.

“Girişimcilik Araştırmasının Gelişimi (The Development of Entrepreneurship Research)” adlı makalesinde Salvatore Sciascia; girişimciliği hem yeni firmaların kurulmasını (start-up girişimciliği) hem de var olan işletmelerin bünyesinde yeni stratejik girişimlerin gerçekleştirilmesini (kurumsal girişimcilik) kapsayan çok yönlü bir olgu olarak tanımlamaktadır (Sciascia, 2004:2).

OECD tarafından yapılan tanımlara göre girişimcilik kavramı genel olarak yeni ürün veya hizmetleri oluşturmak için yeni veya yenilikçi fikirler ile risk almaya hazır olduğunu gösteren girişimci bireylere işaret etmektedir (Ahmad ve Seymour, 2008:5). ABD ulusal görüşüne göre girişimcilik, girişimcinin bireysel ve finansal risk alabilmesini, yenilikleri uygulayabilmesini, girişimini piyasalar elverdikçe büyötmeye dönük çalışmaya kendini adayabilmesini kapsayan geniş bir kavram olarak görölmekte iken Avrupa Birliği’nde girişimcilik, bir kişinin veya ekibin yeni bir fikri veya fırsatı bularak hayata geçirebilmesini olanaklı hale getiren bakış açısı ve süreç olarak görölmektedir (OECD ve İMKB, 2005:16).

Kavram olarak girişimcilik ilk olarak 1730’lu yıllarda iktisatçı Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır (Gümüşoğlu ve Karaöz, 2013: 64). 20. yy. başında girişimciliğin ekonomik teorisinin temelini atan Schumpeter’e göre ise girişimci tanımı yenilik kavramını barındırmaktadır. Ona göre, bu yenilik kaynakların yeni bileşimini sağlamaktadır (Çetindamar, 2002: 35).

20. yüzyılda çok sayıda yazar farklı girişimcilik tanımları yapmıştır. Tarihi gelişim süreci içerisinde Knight (1921)’den, Timmons’a (1999) kadar geçen dönemde yapılan girişimcilik tanımları Tablo.1’de verilmiştir (Güler, 2010: 4).

Tablo 6: Girişimciliğin Tarihsel Tanımlamaları

KAYNAK	TANIM
Knight	Hem risk hem de belirsizliğin olduğu alanlarda alınan kararlardır
Schumpeter	İşletmelerde uygulanan yeni kararlardır
Hoselitz	Belirsizlik, kaynak yönetimi, yenilik ve sermaye olanağı
Cole	Kar elde amacıyla oluşturulan işletmelerin geliştirilmesidir
McClelland	Belirli seviyede alınan risktir
Casson	Kaynak yönetiminde alınan kararlardır
Gartner	Yeni bir örgütsel faaliyette bulunmaktır
Pottas	Yenilik ve risk, fırsatların analizi ve işletme kurmaktır
Burch	Yeni fikirlerle yeni fırsatlar oluşturarak ihtiyaç ve isteklerin giderilmesidir
Gartner	Yeni bir örgütsel faaliyette bulunmaktır
Hebert ve Link	Mevcut işin yeniden yapılandırılmasıdır
Dollinger	Risk ve belirsizlik ile kazanç ve büyümenin sağlanmasıdır
O'Neil	Yeni bir fikir ile değişim meydana getirmedir, kaynakların yeni kullanımını bulmaktır, belirli bir riski üstlenmektir
Barrow	Yetenekleri kullanarak faaliyetlerde bulunmaktır
Timmons	Yaratıcı insan faaliyetleridir

Kaynak: Güler, 2010: 4

Tabloda görüldüğü gibi bazı yazarlar, girişimciliği risk almak, üretken kaynakları koordine etmek, kar odaklı faaliyetler olarak tanımlarken çoğunlukta olan diğer yazarlar girişimciliği esas olarak değişik amaçları gerçekleştirmek üzere bir örgüt kurmak, kurumsal yapı oluşturmak üzere tanımlamışlardır.

Öte yandan 1982-1992 döneminde girişimcilik ile ilgili gerçekleştirilen yayınlardaki 77 girişimci ve girişimcilik tanımını ele alan bir çalışmada en az beş defa tekrarlanan aşağıdaki on beş kelime (Başar, 2011: 3):

1. Başlatma / bulma / yaratma
2. Yeni işletme
3. Yenilik / yeni ürünler / yeni pazar
4. Fırsatların araştırma
5. Risk üstlenme / risk yönetimi / belirsizlik
6. Kâr isteği / kişisel fayda

7. Üretim yolları ve kaynakları
8. Yönetim
9. Değer sağlama
10. Büyüme isteği
11. Girişim
12. Değişim sağlama
13. Sahiplik
14. Sorumluluk / yetki
15. Strateji oluşturma

olarak tespit edilmiştir. Hangi amaçla bir girişimci ve girişimcilik tanımı yapılacaksa bu sözcük grupları kullanılarak yapılmaktadır. Bütüncül bir girişimcilik tanımı bu anahtar kelimelerin birlikte kullanımı ile mümkün olacaktır. Ancak bu çalışmada, **yenilikçi**, **risk alan** ve **değer yaratan** unsurlarını içeren tanım esas alınacaktır.

2.1.6. Girişimciliğin Unsurları

Başar ve Demirci, girişimci fikrin dört temel unsuru olduğunu söyleyerek bunları

- Yenilik yaratma ve yaratıcılık
- Risk üstlenmek
- Öncü olmak
- Rekabetçi düşünebilmek olarak saymaktadır (Başar, 2011: 3).

Ergen, girişimciliğin unsurlarını daha geniş ve kapsamlı bir şekilde ele alarak aşağıdaki gibi sıralamaktadır (Ergen, 2014: 40):

- Girişimci
- Yenilik / Farklılık
- Benzersizlik / Tek olmak
- Organizasyon yapmak
- Takım / Ekip kurmak
- Değer yaratmak
- Takipçilik
- Büyüme
- Süreç

Özetleyecek olursak, girişimcilik çok geniş kapsamlı bir kavram olarak çok yönlü ele alınabilmektedir. Girişimciliğin beyni girişimci başta olmak üzere, yenilik yaratma ve yaratıcılık, risk üstlenmek, öncü olmak, rekabetçi düşünebilmek, değer yaratmak, büyümek, organizasyon ve ekip kurmak, süreç girişimciliğin unsurlarını oluşturmaktadır.

Yenilikçi ve yaratıcı olma, problemlere ve ihtiyaçlara yaratıcı, alışılmamış, yeni çözümler bulmayı ifade etmektedir. Yaratıcı ve yenilikçi olması, yeni fikirleri geliştirmesi ve uygulaması girişimciyi diğerlerinden ayıran en belirgin özelliğidir. Schumpeter'in söylediği gibi, girişimci yaratıcı yıkıcılık görevini yerine getirmektedir. Başka bir deyişle girişimci gelenekseli yıkarak yeniyi yaratır (Başar, 2011: 3). Sermaye yardımı almak konusunda en önemli şey yenilikçi ve farklı bir fikirle yola koyulmaktır (Ergen, 2014: 40).

Girişimcinin fikri, şimdiye kadar ortaya atılanlardan **farklı, benzersiz** olmalıdır. Yüksek rekabet ortamında rakiplerinin arasından sıyrılıp, yükselmek isteyen girişimcinin yolu bu yüzden farklı olmaktan geçer. Bu yüzden girişimci için **rekabetçi düşünme** oldukça önemlidir. Girişimci, bir iş planına dayanarak belirlenen fırsatları zaman kaybetmeden uygulamaya geçerek pazarda **öncü/lider** olmaya çalışmalı. **İşinin takipçisi** olmalı, elde etmek istediği gelire ulaşip ulaşmadığını, şirketinin hangi koşullarda ayakta kaldığını sıkı takip etmeli ve şirketi kendisine en uygun konuma getirmelidir (Ergen, 2014: 40).

Girişimci, fikrinden emin olduktan sonra, bu fikri işe dönüştürmek için harcadığı zamanı iyi ayarlamalı, **iyi organize olmalıdır**, gerektiğinde yardım alacağı insanları iyi seçmek ve fikrine ulaşmak istediği noktaya uygun insanların bulunduğu bir **ekip / takım kurmak** zorundadır (Ergen, 2014: 40).

Girişimci, teknoloji ve pazardaki değişimleri, yasal değişiklikleri, rekabet yapısı gibi faktörleri göz önüne alarak faaliyete geçmeli yani **risk üstlenmelidir**. İşini kurduktan sonra da ona iyi bakmaya devam etmeli ve düzgün bir yönetimle değerli olarak tanınacak ve kazancıyla bunu ortaya koyacak bir şirket yaratmalıdır (Ergen, 2014: 40).

Şekil 6: Girişimciliğin Unsurları



Kaynak: Ergen, 2014: 40

Başlamak başarmanın yarısıdır, büyüme de diğer yarısını oluşturur. Girişimci, onun fikrine parasını yatırarak risk alan insanların güvenini kazanmak, istikrarlı ve yılmadan yapılan işe devam edeceğini göstermek zorundadır. Girişimci baştan sona kadar **sürecin üstünden bakabilmeli** ve bu süreçte karşısına çıkan zorluklardan edindiği tecrübelerin ve işi kurup yönetirken öğrendiklerinin değerini anlamalı ve bunları hayatına entegre edebilmelidir (Ergen, 2014: 40).

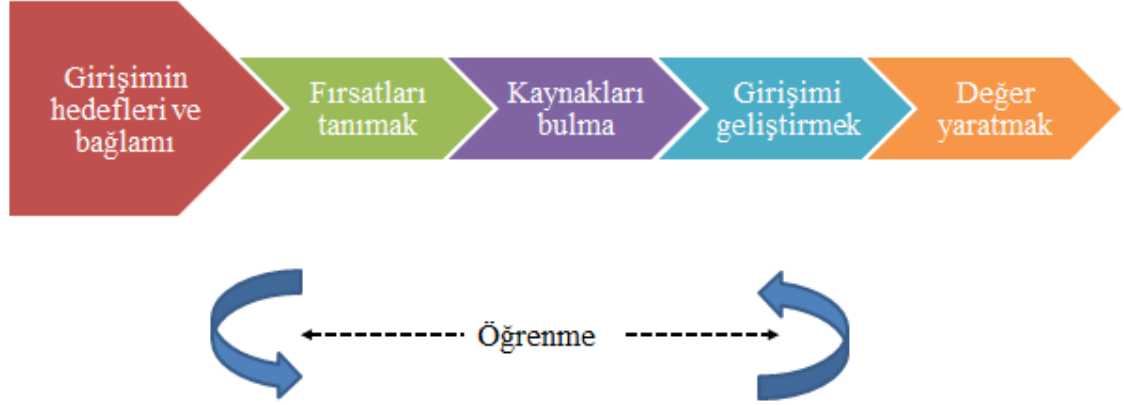
2.1.7. Girişimcilik Süreci

Girişimcilik süreci, fırsatların belirlenmesi ile başlamaktadır. İyi bir fırsatı belirleyen girişimci, kaynakların bulunması aşamasına geçmektedir. Sonrasında girişimi geliştirme aşaması gelmektedir. Ve son olarak girişimin bir değer yarattığı aşamaya geçilmektedir ki büyümenin sağlanması için girişimin değer yaratması aşaması oldukça önemlidir. Girişimcilik bir süreç olarak ele alındığında dört ana unsurdan oluşmaktadır (Aslan, 2018: 21):

- Fırsatların Belirlenmesi
- Kaynakların Bulunması ve Kontrolü
- Girişimi geliştirmek

- Değer yaratmak

Şekil 7: Girişim Süreci Modeli



Kaynak: Aslan, 2018: 21

Girişimcilik sürecinde **birinci aşama fırsatları belirlemektir**. Bir girişimi kurmak için gerekli olan fikirler ve fırsatlar piyasadaki eksikliklerin tespiti ile ortaya çıkmaktadır. (Başar, 2011:8). Fırsatlar, yeniliğin (inovasyonun) ateşleyicisi, değişik formda ve ölçekte karşımıza çıkabilmektedir, yeter ki girişimci yenilikçi ve yaratıcı bakış açısıyla fırsatları kovalasın.

Girişimcilik sürecinde **ikinci aşama kaynak bulma** aşamasıdır. Burada dikkat edilmesi gereken kaynakların büyüklüğü değil ne kadar etkin kullanıldığıdır (Başar, 2011:9). Süreci başlatmak için belli kaynakları bulup adanmak zorunda olduğundan bu aşama stratejik tercihlerin yapılması gereken kritik ve riskli bir aşamadır. Yatırımın hangi kaynakla yapılacağı, öz sermaye mi melek yatırımı mı banka kredisi mi gibi sorulara cevap bulup girişim için gerekli kaynak yaratılmalıdır (Başar, 2011: 9).

Sonraki aşama **fikri geliştirme aşamasıdır**. Aynı zamanda bu aşamada girişimin örgütsel yapısı inşa edilmektedir. Tüm süreci doğru yönetebilmek için mutlaka bir iş planı hazırlanıp aşama aşama uygulanmaktadır (Başar, 2011: 9).

Değer yaratma aşamasının bir garantisi yoktur; ancak sürecin bu aşamasında fikri mülkiyet haklarının korunması, ilgili tescil, patent vb. başvurularının yapılması ortaya çıkan yeniliğin, bilginin ticarileşmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Nihai sonuçlarda, girişim faaliyeti kar ve büyümeyi kapsayabileceği gibi başarısızlıkla da sonuçlanabilmektedir (Başar, 2011:9).

2.1.8. Girişimcilik Türleri / Girişimciliğin Sınıflandırılması

Literatürde pek çok farklı alanın araştırmasına konu olmasından dolayı girişimci ve girişimcilik kavramlarında olduğu gibi girişimciliği çeşitli türlere ayırırken de benzer muğlaklık devam etmektedir. Girişimcilik, türlere ayrılırken birden çok bakış açısına göre sınıflandırılmakta ve günümüzde aktif bir süreç olan girişimcilikle ilgili sürekli yeni girişimcilik çeşitleri ortaya çıkmaktadır.

Girişimcilik, piyasa koşulları, ekonomik koşullar ve rekabet nedeniyle kendi içinde ayrılmaktadır. Literatürde girişimciliği her araştırmacı kendi bakış açısına göre sınıflandırmıştır. Tablo 7’de bu farklılık görölmektedir (Yıldız, 2015: 12; Celep, 2017: 73).

Tablo 7: Araştırmacılara Göre Girişimcilik Türlerinin Başlıkları

(Yıldız, 2015)	<ul style="list-style-type: none">• Yenilikçi -Fırsatçı -Takipçi Girişimcilik• Özel Sektör- Kamu Sektörü Girişimciliği• Kadın Girişimciliği• Sanal Girişimcilik (E-girişimcilik)• İç Girişimcilik• Sosyal Girişimcilik
Özdevecioğlu ve Karaca (2015)	<ul style="list-style-type: none">• Orjinal, Özel Sektör ya da Ticari Girişimcilik• İç Girişimcilik• Kurumsal Girişimcilik• Ekogirişimcilik• Stratejik Girişimcilik• Kamu Girişimciliği• Sosyal Girişimcilik• Akademik Girişimcilik
Demirel ve Akbıyık'ın (2009)	<ul style="list-style-type: none">• İşin Mülkiyeti Boyutu Açısından Girişimcilik Türleri<ul style="list-style-type: none">○ Kamu Girişimcileri○ Piyasa Ekonomisi İçindeki Girişimciler• Büyüklük Boyutu Açısından Girişimcilik Türleri<ul style="list-style-type: none">○ Büyük Girişimciler○ Orta ve Küçük Girişimciler• Saf Girişimci• Nitelikler Boyutu Açısından Girişimcilik Türleri<ul style="list-style-type: none">○ Tepkisel Girişimcilik○ Durgun Bürokratik Girişimcilik○ Girişimci Girişimcilik○ Egemen Girişimcilik○ Yenilikçi Girişimcilik○ Pozitif Girişimcilik• Chicken Modeli• İç Girişimcilik• Kadın Girişimciler• Aile İşletmeleri• Tekno Girişimcilik• Sosyal Girişimcilik
Havinal (2009)*	<ul style="list-style-type: none">• Yenilikçi, Taklitçi, Temkinli, Drone Girişimciler• Ampirik, Rasyonel, Bilişsel• Küçük ve Büyük Ölçekli Girişimler• Solo Operatör, Aktif Partnerler, Yatırımcılar, Meydan Okuyucular, Satın Alıcılar, Yaşam Zamanlayıcıları, Sektör Girişimcileri, Hizmet Girişimcileri, Ticari G., Tarım G., Kurumsal G., Kırsal G., Kadın Girişimciler• İç Girişimciler• Ultra Girişimciler

Kaynak: Yıldız, 2015: 12; Celep, 2017: 73

Girişimcilik ile ilgili akademik çalışmalar genellikle özel sektör girişimciliği ele alınarak yapılmaktadır. Her geçen gün girişimcilik alanının daha da gelişmesi ve gitgide girişimciliğin yeni türlerinin ortaya çıkmasıyla konuya bakış açısı da genişlemektedir. Girişimciliğin belli başlı türleri aşağıdaki gibi belirtilmektedir:

-Kamu ve zel Sektör Girişimciliği: Girişimcilik denildiğinde genel olarak özel sektör girişimciliği akla gelmektedir. Özel sektörde girişimcilik, serbest piyasada özel kişilerin kurduğu, sahip olduğu, yürüttüğü veya satın aldığı ticari girişimlerdir (Celep, 2017: 75). Kamu sektöründe girişimciliği ise; girişimcilik sahipliği, yönetimi, üretilen mal ve hizmetlerin kamu kesiminde olan ve piyasadaki mal ve hizmetlerden bir farkı olmayan girişimler olarak tanımlanabilir (Yıldız, 2015; Siverekli Demircan, 2008). **Kamu** (public enterprise) ve özel girişimcilik (private enterprise) arasındaki en belirgin fark; kamu girişimciliği toplumun faydasına odaklanırken özel girişimcilik ise girişiminden elde edilen kâra odaklanmaktadır (Siverekli Demircan, 2008: 37).

-Büyük ve Kk ve Orta Girişimcilik: Büyük yapıdaki girişimciliklere bakıldığında teknolojiyi, finansal kaynakları vb. kaynakları sahip oldukları görülmektedir. Girişimcilik alanında araştırma yapanlar genel olarak büyük yapıdaki bu girişimlerin zamanla hantallaşarak inovatif yönlerinin kreldeğini ileri sürmektedir. Ancak 3M bunun aksinin bir kanıtıdır. Kk ve orta girişimcilerin birbirleri ile benzer oldukları görülmektedir. Kk ve orta girişimcilerin bireysel özellikleri girişimlerini doğrudan etkileyerek girişimlerinin sınırlarını belirlemektedir. Çünkü girişimci, girişimin yönetim, üretim, pazarlama vb. bölümlerinde aktif olarak rol almaktadır (Celep, 2017: 77).

-Fırsat Girişimciliği: Girişimci gelecekte kar getireceğini düşündüğü alanlara yatırım yapan kişidir. Fırsat girişimciliği ise piyasada potansiyeli var olan veya eksikliği hissedilen alanları görerek bu alanlarda fırsatları değerlendirmektedir. Buradaki fırsat, piyasayı rakiplerinden önce fark etmesi ve değerlendirmesidir (Celep, 2017: 76). Aslında fırsat, var olan ürün ya da hizmetin piyasaya istenildiği lde sunulmaması, piyasada hiç yer almaması veya müşterinin istediği kalitede pazara sunulmamasından kaynaklanır. Bunun yanında fırsat girişimciliği aynı zamanda pazarda ortaya çıkan fırsatları değerlendirebilecek yeteneği, ileri görüşlülüğü ve bu fırsatları kar edebilecek şekilde kaynakları doğru bir şekilde doğru noktalara ve hedeflere yönlendirebilme becerisi gerektirir (Ganiyusufoğlu, 2018: 15).

-Yaratıcı Girişimcilik: Yaratıcı girişimcilik, pazar içerisinde uygulamada olmayan bir durumdan veya süreçten bir sonuç yaratma veya üretme sürecine denir. Yaratıcı girişimciler değer yaratarak üretim gerçekleştiren kişilerdir. Bu bağlamda, orijinal ve kendine has bir özellik yansıtırlar. Yaratıcı girişimcilik, yeni bir ürün-hizmet veya mevcut bir ürün-hizmetin çeşitli özelliklerini geliştirerek piyasaya sunulması anlamında da kullanılmaktadır (Ganiyusufoğlu, 2018: 15).

-Taklitçi Girişimcilik: Taklitçi girişimciler, adından da anlaşıldığı gibi var olan girişimleri taklit etmektedir. Genel olarak bu tür girişimcilik faaliyetleri gelişmemiş ülkelerde daha sık görülmektedir. Mevcut teknolojilerini kullanarak diğer yenilikçi girişimcileri kopyalamaya çalışırlar (Celep, 2017: 76).

-Orijinal Girişimcilik: Orijinal girişimcilikte, girişimcilik fikri ilk defa oluşturulmaktadır. Bu girişim örnekleri sıfırdan başlayan örneklerdir ve ilk-orijinal olmaları bu girişimciliği diğerlerinden ayıran temel özelliktir (Ballı, 2017: 151). Orijinal girişimcilik; girişimcilerin öncelik olarak sahip oldukları yetenek, tecrübe ve bilgi birikimi gibi kişisel vasıflarına göre hayallerini ve düşüncelerini hayata geçirmek için faaliyete geçtikleri ve sıfırdan inşa ettikleri girişimler olarak ifade edilir. Bu çerçevede içerisinde hem girişimci hem de ortaya konulan girişim orijinal olmak zorundadır. Aksi takdirde orijinal girişimcilikten bahsetmek söz konusu olamayacaktır. Aynı zamanda bu tip girişimcilerden beklenen bir diğer özellik de kendi işlerini yürütmek üzere kendileri için en uygun ve en iyi olan yöntemi bulmak ve uygulama aşamasına geçirmektir. Orijinal girişimciler kendilerine özel bir vizyon ve misyona sahip olup bu çerçevede girişimciliğe farklı bir bakış açısı kazandıran girişimcilik alanındaki ilkleri ortaya koyan öncü bireylerdir. Genellikle bu kişiler, yeni bir şeyi icat eden veya yapılan bir ar-ge çalışmasını inovasyona dönüştüren farklı ve özel kişilerdir. (Ganiyusufoğlu, 2018: 16)

-Yenilikçi Girişimcilik: Schumpeter, sıradan insandan farklı, yenilikçi girişimciye işaret etmiştir. Girişimcinin başlattığı yaratıcı yıkım süreci, toplumsal-iktisadi sistemin ilerlemesini sembolize eden gelişme dinamiğini gözler önüne sermektedir. Bu yaratıcı yıkım süreci hem iktisadi hem de toplumsal sistemin durağanlaşmasını engellemekte, insanoğlunun ilerlemesine katkıda bulmaktadır. Sadece iktisadi yönden incelendiğinde, girişimci üretime teknolojik yenilikler, ürün çeşitliliği, yeni örgütlenmeler veya yeni piyasalar eklemektedir. Yani, üretim faktörlerini daha etkili bir şekilde birleştirerek yenilik kazandıran bir olgudur. Yaratıcı yıkım, yenilik içermeyen

girişimleri hatta tüm iktisadi sistemi değişime zorlamaktadır. Yenilikçi girişimci değişimi tetiklemekte ve sadece değişime uyum sağlayabilenler ayakta kalmaktadır (Kızılkaya, 2010: 29).

-Tekno Girişimcilik: Girişimcilik, katma değeri yüksek, teknoloji odaklı girişimcilik, devletlerin yeni makro iktisat politikasıdır. Girişimcilik aynı zamanda, makro iktisatın mikro iktisata doğrudan dokunan noktasıdır. ABD 21. Yüzyılı girişimcilik yüzyılı olarak tanımlamıştır. İstatistiklere göre girişimci toplum yetiştirmede ileri düzeyde olan ABD’de her 11 saniyede yeni bir iş kurulmakta ve her 12 vatandaşından biri aktif olarak yeni bir iş kurma deneyimi içerisinde bulunmaktadır. Teknolojik hızlanma ve tekleşme, girişimciliğin, yeni yüzyılın ikinci bir dili olacağını göstermektedir (Ergen, 2014: 39). Tekno girişimcilik, yenilik, yaratıcılık, özellikle araştırma geliştirmenin finansman ve yönetimini içeren teknoloji alanında gerçekleşen bir takım çalışmasıdır (Ballı, 2017: 151). Tüm dünyanın yakından tanıdığı Apple’ın kurucularından biri olan Steve Jobs teknik girişimciye verilebilecek en güzel örneklerden biridir. Jobs yaptıklarıyla ve düşünceleriyle kendi alanında devrimler yaratmış en başarılı teknik girişimcilerden biridir. (Ganiyusufoğlu, 2018: 15)

-Eko (Çevreci) Girişimcilik: Günümüzde mevcut çevresel problemlerin de her geçen gün daha fazla artmasının da etkisiyle insanlarda çevreyi koruma ihtiyacı oluşmaktadır. Bu bağlamda ülkeler çevre dostu, yaptığı faaliyetlerde çevreyi göz ardı etmeyen, çevreyi kirletmeyen, çevreyi koruyan girişimcilere gereksinim duymaktadır. Çünkü artan sanayileşme ve kentleşme ile birlikte çevrenin bugünü ve geleceğine yönelik ciddi endişeler vardır. Çevreci girişimcilik esasen; yenilikçi bakış açısıyla çevreye mümkün olduğu ölçüde az zararı verebilecek ya da hiç vermeyecek mal ve hizmetleri sunma olarak ifade edilmektedir. Çevreci girişimcilik kavramının üzerinden geçtiği en önemli nokta sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde çevreyi ön plana koyan, çevre odaklı yenilikçi bir anlayışın benimsenmesidir (Ganiyusufoğlu, 2018: 19; Ballı, 2017: 151). 2015 yılında düzenlenen Paris İklim Anlaşması ile ülkeler çevre sorunlarını önlemek için gerekli düzenlemeleri yapmaya yönelik önemli adımlar atmışlardır (Celep, 2015). Bu adımlar eko-girişimcilere de örnek olmuş ve onlara fırsatlar sunarak eko-girişimlerin önünü açmıştır. Eko- girişimcilerin misyonu çevreye saygılı girişimler olmaktır. Dolayısıyla girişimin her aşamasında çevreye saygıları devam edecektir (Celep, 2017: 80-81).

-E-girişimcilik (Sanal Girişimcilik): E-girişimcilik, şletmelerin ticari faaliyetlerini internet üzerinden gerçekleştirmeleridir. E-girişimcilik kavramı genel olarak KOBİ'lerle ilişkilendirilmektedir. Sanal ortamdan faydalanarak piyasada yer alan diğer şletmeler ile rekabet edebilirler. Örneğin; ABD'de yapılan bir araştırma sonucuna göre ticari faaliyetlerini sanal ortamla birleştiren KOBİ'lerin diğerlerine oranla gelirlerinin 1,5 kat arttığı gözlenmiştir (Celep, 2017: 79-80).

-Kurumsal Girişimcilik: Vesper (1984), kurumsal girişimciliği yeni bir faaliyete veya organizasyona girişmek için örgüt içerisinde ast olarak çalışan bireylerin üstlenmiş oldukları inisiyatif ve sorumluluk içeren bir süreç olarak kabul etmekte ve kurumsal girişimcilik kavramını aşağıda sıralanan üç temel unsura göre tanımlamaktadır (Ganiyusufoğlu, 2018: 17):

- Yeni ve yaratıcı stratejik alışmalar,
- Alttan gelen inisiyatifler,
- Özerk veya yarı bağımsız iş veya şletmeler oluşturulması.

Vesper'e göre kurumsal girişimcilik kavramı yukarda ifade edilen üç unsurdan birini içerebilir veya bu üç unsurun tümünü de kapsayarak kendini şekillendirebilmektedir. Kurumsal girişimcilik, kişilerin hem sahip oldukları şletmelerde hem de çalıştıkları şletmelerde yönettikleri veya kontrol altından tuttıkları kaynakları göz önüne almaksızın fırsatları yakalama ve kovalama süreci olarak ifade edilmektedir. Buna göre kurumsal girişimcilik kurumlar içerisinde sadece örgütün belli bir bölümünde gerçekleşen tek tip bir faaliyet veya durum olmadığını, tam aksine girişimciliğin örgütün bütününde gerçekleşen bir grup faaliyetinin tamamını yansıttığını ifade etmektedir. Kurumsal girişimcilik, örgütün kendi kaynaklarını kullanarak proaktif bir şekilde ileriye gitme çabasıdır (Ganiyusufoğlu, 2018: 17).

Kurumsal girişimcilik daha önceden beri varolan örgütlerin gençleştirilmesi ve yeniden canlandırılması ve bu çerçevede tekrar organizasyonu olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda kurumsal girişimcilik, örgüt çalışanlarının yenilikçi ve yaratıcı becerilerinin geliştirilmesi ve süreç içerisinde çeşitli örgütsel girişimler yaratarak kurumsal yeteneğin ve başarının yükseltilmesi, yenilikçi süreçlerin sürekliliğinin sağlanmasıdır (Ganiyusufoğlu, 2018: 17).

-Sosyal Girişimcilik: Sosyal girişimcilik; sosyal ihtiyaçlara yönelik çözüm üreten, bu doğrultuda misyon, vizyon ve çalışma şekli bulunan, kar amacı gütmeyen

sosyal değer oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Güler, 2010: 49). Literatürde sosyal girişimcilikle ilgili oldukça fazla tanım yapılmıştır. Yukarıda yer alan tanımlarda da belirtildiği gibi sosyal girişimcilik, toplumsal konulara çözüm üretme misyonu ile hareket eden, inovatif, toplumsal faydayı önemseyen ve sürdürülebilir olmayı amaçlayan girişimlerdir. Bunlardan yola çıkararak sosyal girişimcilik, girişimciliğin kar amacı gütmekten gönüllülük esasına göre yapılanı, toplumsal meselelerle ilgili bir alanda fark yaratandır denilebilir.

-Profesyonel Girişimcilik: Profesyonel girişimcilik, girişimcinin vefatından sonra mirasın pay edilmesinden kaynaklı veya yönetsel sıkıntılar vb. sebeplerle, işletmeye dâhil ya da işletme harici birisine işletmenin devredilmesi veya satılması olarak açıklanabilir. Profesyonel girişimcilik daha çok riski finanse eden sermaye girişimlerinin firma dışı kredi ve finansman olanaklarıyla desteklenmektedir. Profesyonel girişimcilik, üst kademedede bulunan yetkin, tecrübeli, yetenekli ve iyi girişimcilik becerilerine sahip kişilere daha uygun bir girişimcilik türüdür (Ganiyusufoğlu, 2018: 18).

-Pozitif Girişimcilik: Dinamik girişimcilik; farklı pazarları keşfetmek, yeni yatırım ve finansman kaynaklarına erişme, yeni yönetim, organizasyon ve üretim biçimleri ortaya çıkararak piyasalara liderlik etmek olarak ifade edilebilir. Günümüzde iletişim toplumu kavramını dinamik girişimciler kavramını ile birleşerek girişimcilik toplumu kavramını ortaya çıkarılmıştır. Dinamik girişimciliğin kapsamı genişletildiğinde olağan girişimciliğe ulaşılırken bu iki kavramın harmanlanmasıyla pozitif girişimcilik kavramı kendine yer bulmuştur. Kişilik olarak; rekabetçi, hareketli, yaratıcı-yenilikçi, temkinli aynı zamanda gayretli ve sorumluluk sahibi kişiler olan pozitif girişimciler pazarda ortaya çıkan fırsatları yaratıcı ve yenilikçi olarak ele alıp değerlendirmekte ve geleceği de öngörerek hareket etmektedir (Ganiyusufoğlu, 2018: 19).

-Örgüt İçi Girişimcilik: Girişimin ölçeğinden bağımsız bir kavram olan i girişimcilik, işletme bünyesindeki yaratıcı çalışanlarına kaynak temin ederek girişim kurma özgürlüğü sunan ve onları birer örgüt içi girişimciye dönüştüren girişimcilik türüdür (Ballı, 2017:151). İ girişimci, risk alarak çeşitli yenilikler ortaya koyarak büyük ölçekli bir firma içinde bir düşünceyi faydası yüksek bir ürüne dönüştürebilen bireydir (Ağca ve Kurt, 2007: 85). İ girişimci, kar elde etme odaklı kurulan örgütlerde içeriği tekrardan düzenlenmiş bir politika ve stratejinin parçası olarak yeni işlevler ortaya koyan veya bu doğrultuda yeni fırsatları kovalayan yaratıcı ve yenilikçi yöneticilerdir. İ

girişimcilik, örgütün geçmişten günümüze kadar gelen bilgi ve birikimi kullanması ve/veya yeni bilgileri araması, keşfetmesi yoluyla gerçekleşen bir öğrenme yeteneğidir. Bundan dolayı iç girişimcilik örgütün finansal ve pazar performansı üzerinde dikkate değer bir etkiye sahiptir (Ganiyusufoğlu, 2018: 25).

İşletmelerde iç girişimciliği etkin ve verimli bir şekilde kurabilmek için örgüt iklimi içerisinde bazı kural ve prensipler geliştirmek gereklidir. Ganiyusufoğlu, 2018: 23). Girişimcilik sürecinde teorik olarak girişimcinin elde edebileceği kazancın veya sonucun herhangi bir sınırı söz konusu değildir; iç girişimcilikte ise girişimciliğin tam aksine içinde bulunulan örgütsel yapı iç girişimcinin kazancını belirli bir sınır içerisinde tutmaktadır.

-Engelli Girişimciliği: Engelli girişimci, tek başına veya en az %30 payla bir işletmenin sahibi olan ve potansiyel, yeni, kadın ve genç girişimciler içinde doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuusal ve sosyal yetenekleri bakımından engel durumuna göre tüm vücut fonksiyon kaybı oranının %40 ve üzerinde olduğunu, 30.03.2013 tarih ve 28603 sayılı Resmi Gazete yayımlanan “Özürlülük Ölçütü, Sınıflandırması ve Özürlülere Verilecek Sağlık Kurulu Raporları Hakkında Yönetmelik” hükümleri gereğince, sağlık kuruluşlarınca verilecek sağlık kurulu raporu ile belgeleyen kişilerdir (GİSEP, 2015: 18).

-Akademik Girişimcilik: Genel anlamıyla akademik girişimcilik, üniversitede çalışan öğretim elemanlarının işletme kurmaları olarak tanımlanmaktadır. 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TGB) Kanunu ile teknoparklarda girişimcilik faaliyetlerini sürdürmektedirler. Üniversiteler, teknoparklar, araştırma merkezleri vb. yapılar akademik girişimciliği hem desteklemekte hem de gelişimlerini etkilemektedirler (Cansız, 2016: 20).

-Kadın Girişimciliği : Kadın girişimcilik literatürü çok eski olmamakla birlikte, tanımlamaya yönelik önemli bir çaba da bulunmamaktadır. Bu nedenle, kadın girişimciler ile ilgili yapılan tanımlar oldukça sınırlıdır. 1980 öncesinde önemli bir piyasa aktörü olarak dikkate alınmaz iken, günümüzde hükümetler kadın girişimcilere yönelik yeni ve teşvik edici politikalar üretmektedirler. Finansal kurumlar kadın girişimlerinin yapısına uygun kredi seçenekleri geliştirmekte, medya kadın girişimcilerin faaliyet ve başarı hikâyelerine daha çok yer vermekte, aynı zamanda girişimci olmayı düşünen kadınlar için rol modelleri ortaya çıkarmakta, araştırmacılar ise çok yönlü araştırmalar ile kadın

girişimci literatürünü ve başarısını destekleyen çalışmalar yapmaktadır (Arıkan, 2013: 18). Eğitim düzeyinin artması sonucu kadınların iş hayatında yer alma durumunu da arttırmaktadır. Kadın girişimciliğinin ayrı bir başlık olarak ele alınması; günümüzün teknolojik, sosyal, endüstriyel, ekonomik ve demografik açıdan yaşanan gelişmeler ışığında kaçınılmaz olmaktadır (Güney, 2006). Girişimcilik, profesyonel geçmişi olsun ya da olmasın hayat tecrübesini yoğurmasını bilen kadınlar için önemli bir tercih alanı teşkil etmektedir (Celep, 2017: 88-89).

-Genç Girişimciliği: Genç girişimci, tek başına veya en az %30 payla bir işletmenin sahibi olan 18-29 yaş arası kişiler veya 18-29 yaş arası potansiyel girişimcilerdir (GİSEP, 2015: 9). Komisyon'un genç girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik programlarından biri olan "Genç Girişimciler için Erasmus" Programı, iş kurmak isteyen veya yeni iş kurmuş olan gençlerin kendi ülkelerinin dışındaki bir ülkede deneyimli girişimcilerin yanında staj yapmasını, böylece genç girişimcilerin deneyimlerinin artmasını ve ülkeler arası ortaklıklar kurulmasını hedeflemektedir (GİSEP,2015: 27).

2.1.9. Dünyada Girişimciliğin Tarihi

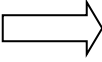
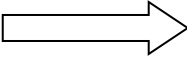
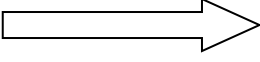
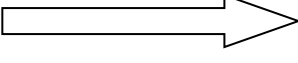
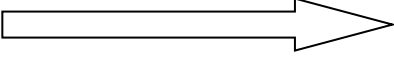
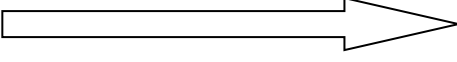
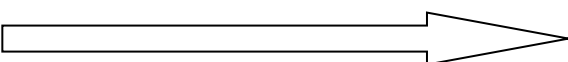
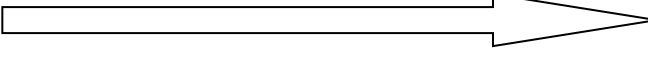
Katma değer ve istihdam yaratma, sektörler arası ilişkileri düzeltme, sosyal fayda ve gelir dağılımını dengelemede girişimcilik her ülkede ve her dönem önemli bir yere sahip olmuştur. Ortaçağda girişimci üretim faktörlerini yöneten bir lider olarak görülmüştür. Bu dönemde girişimci risk almayan sadece mevcut kaynakları yöneten kişi olarak görülmüştür. 17. yy'a gelindiğinde ise girişimci ile risk arasında bağlantı kurulmuş, girişimci risk alarak yatırım yapan kişi olarak tanımlanmıştır. Günümüzde ise girişimcilik daha geniş bir anlamda kullanılmaktadır.

Cantillon'a göre girişimci sermayeye sahip olan ayrıca risk üstlenen kişidir. Say ise sermaye ve girişim karını ayırmış ve girişimciyi yenilik getiren kişi olarak görmüştür. Schumpeter girişimciyi yenilik getiren yani mevcut teknolojiyi geliştiren kişi olarak tanımlamıştır. Ona göre, girişimciler hem çalıştıkları sektöre hem de ekonomiye katkı sağlamaktadırlar (Sönmez ve Toksoy, 2014). Schumpeter'e göre girişimciler yeniliği beş farklı şekilde getirebilmektedirler, bunlar (Schumpeter, 1963: 66):

1. Tüketicilerin daha önce karşılaşmadığı yeni ürün tanıtımı,
2. Yeni bir pazara açılma,

3. İlk kez kullanılacak yeni bir hammadde veya yarı mamulün icadı
4. Tekel oluşturmak
5. Tekele karşı endüstrilerin yeniden oluşumu şeklindedir.

Tablo 8: Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Tarih	Açıklama
1755	 Richard Cantillon (Genel Olarak Ticaret Üzerine Deneme)
1803	 Jean Baptiste Say (Ekonomi Politik Üzerine Bir Tez)
1934	 Joseph Schumpeter (Ekonomik Gelişme Teorisi)
1961	 Frank Knight (Risk Belirsizlik ve Kar)
1968	 Harvey Leibenstein (Girişimcilik ve Gelişme)
1973	 Israel Kirzner (Rekabet ve Girişimcilik)
1982	 Mark Casson (Girişimci: Bir Ekonomik Teori)
1986	 Peter Drucker (İnovasyon ve Girişimcilik)

Kaynak: Sönmez ve Toksoy, 2014.

Chicago okulu temsilcisi olan Knight'a göre belirsiz alanlarda risk alıp yatırım yapan kişidir. Kirzner ise girişimciye pazar ve tüketici ilişkileri odaklı yaklaşmıştır. Drucker'a göre girişimci fırsatları değerlendirip maksimize eden ve inovasyon getiren kişidir.

Bu açıklamalardan sonra, girişimciliğin tarihi gelişimine bakılabilir. Girişimcilik tarihi genel olarak iki döneme ayrılarak incelenmektedir. Bu dönem ayırımında ise sanayi devrimi etkili olmuştur. Sanayi dönemi öncesi dönemde gezgin tüccar grupları ticari girişimcilik dönemini oluştururken, sanayi devrimi ile birlikte ortaya çıkan yerleşik

tüccarlar ise sanayi dönemindeki girişimciliği oluşturmuşlardır. Sanayi öncesi dönemde girişimci kelimesinin karşılığı tüccardır. Ticaret ve tüccar ilişkisi insanlık tarihinin başlangıcına kadar gitmektedir. Ancak bu ilişki takas ekonomisi sonrası oluşan mal-para ilişkisinin yoğunlaşmaya başladığı 7. yy'den sonra gelişmiştir. Bu dönemdeki tüccarlar bilinçli ve planlı olmadan ticaret yapmış ve sanayi devriminin gerçekleşmesine zemin hazırlamışlardır. Ayrıca tüccarlar bu dönemde ekonomik katkının yanında kültüre, siyasi, hukuki ve ahlaki katkılarda da bulunmuşlardır. Sanayi devrimi ve sonraki dönemde ise geleneksel üretim biçiminin değişmesiyle ortaklık ve çıkara dayalı ekonomik ilişkiler yaygınlaşmış, ekonomik faaliyetlerde uzmanlaşmalar başlamış, şehirleşme hızlanmış, işgücü temel mallar yerine mamul mallar ve hizmet üretimine kaymış, sermayenin üretimdeki kullanımı artmıştır. Bu gelişmeler, ticari girişimcilik döneminde oluşmaya başlanmış ve sanayi dönemindeki girişimciliğin önünü açmıştır. Sanayi devrimi ile müsadere kaldırılıp özel mülkiyet artırılmış ayrıca ticari sözleşmeler artmıştır. Özel mülkiyetin oluşması da beraberinde girişimciliğin gelişmesini getirmiştir. Hem ticari dönemdeki hem de sanayi dönemindeki girişimcilik faaliyetleri ülkelerin geleceğini belirlemiştir. Girişimcilerin kişisel çıkarları peşinde koşmasıyla birlikte ülke ekonomileri de gelişmiştir (Çakmak, 2003).

2.1.10. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi

Türkiye’de 1980 öncesi dönemde, ekonominin dışa açıklığının düşük olması ve ithal ikameli model girişimciliğin gelişmesine engel olmuştur. Dışa açıklığın düşük olduğu bu dönemde rekabetin iç piyasa ile sınırlı olması sektörlerin dolayısıyla da girişimcilerin gelişim olanağını engellemiştir.

1980 sonrası başlayan serbestleşme süreci ile artan rekabetin etkisiyle girişimciliğe önem verilmeye başlanmıştır. Rekabetin her geçen gün arttığı son yıllarda, Türkiye’de de dünyanın her yerinde olduğu gibi açılan ve kapanan işletme sayılarında dönem dönem farklılıklar meydana gelmiştir.

2010 yılının Ocak ayında kurulan şirket sayısı 5.003 iken aynı dönem kapanan şirket sayısı ise 1.942 kadardır. Bu dönemde açılan şirketlerin yaklaşık % 30’u toptan ve perakende ticaret sektörüne aittir. Aynı şekilde kapanan şirketlerin % 36’sı da yine aynı sektöre aittir. 2018 yılında ise aynı dönem kurulan şirket sayısı 9.631 iken kapanan şirket sayısı 2.417 kadardır. Yine aynı şekilde en fazla kurulan (% 31) ve kapanan (% 33)

şirketler toptan ve perakende ticaret sektöründe yer almıştır (TOBB, 2019).

Kadın girişimci sayılarına bakıldığında ise son yıllarda artış olduğu ancak bu artışın yetersiz kaldığı görülmektedir. Dünya Bankası Girişimcilik Araştırması'na göre Türkiye'de şirket sahiplerinin % 25,4'ü kadınlardan oluşmuştur. Ayrıca, tüm dünyada start-up ekosisteminde kadın girişimcilerin oranı sadece % 17 kadardır. Kadınların iş hayatına girişinin hızlanmasına yönelik son yıllarda destekler sağlanmıştır. Örneğin KOSGEB'in bazı desteklerinde pozitif ayrımcılık yapılmıştır.

Sonuç olarak, ülkemizde girişimciliğin desteklenmesi özellikle 1980'li yıllardan sonra artmıştır. Son yıllarda da desteklerin ve destek veren kurum ve kuruluşların sayısı artmıştır. Sivil toplum kuruluşları ile birlikte girişimcilik eğitimlerinin düzenlenmesi, Onuncu Kalkınma Planı'na göre girişimciliğin eğitim sistemine dâhil edilmesi, girişimcilik alanında üniversite ve sanayi işbirliğinin sağlanması, akademisyen ve öğrenci faaliyetlerinin desteklenmesi, ayrıca tüm sektörlerde girişimciliğin yaygınlaştırılması amaçlanmıştır (Sönmez ve Toksoy, 2014). Ayrıca 2015-2018 dönemini kapsayan Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı'nda küresel girişimcilik planı ele alınmış, hedefler oluşturularak küresel anlamda da desteklemelerin yapılması öngörülmüştür (Bilginer, 2016).

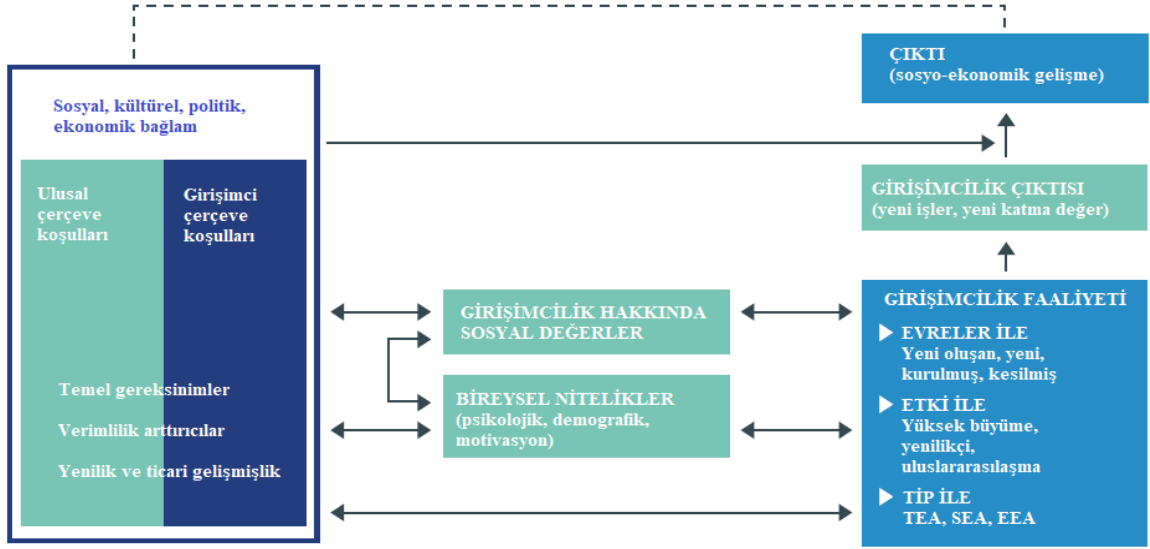
Çalışmalar sonucunda Türkiye girişimcilik konusunda önemli gelişmeler göstermiş ancak yeterli seviyeye ulaşamamıştır. Ülkelerin girişimciliği teşvik etmek için kaynakları nasıl kullandığını ölçmek için Girişimcilik Endeksi (GEI) kullanılır. Bu endeks girişimci ekosistemlerini yani girişimcinin davranışını, ülkenin eğitim ve teknoloji düzeyini, kültürel altyapı gibi kriterleri kullanır. 2017 yılı Küresel Girişimcilik Endeksine göre ilk üç sırada ABD (% 83,6), İsviçre (% 80,4) ve Kanada (% 79,2) yer alırken Türkiye 44,5 puanla 37. sırada yer almıştır. Türkiye'nin önceki yıla göre endeks değeri artarken ülke sıralamasında bir sayı geriye kaymıştır (GEDİ, 2019). Öte yandan her yıl inovasyon girdi ve çıktı endeksleri kullanılarak hesaplanan Küresel İnovasyon Endeksi sıralamasında Türkiye 2017 yılında 47. sırada iken kalkınmışlık seviyesi performans düşüklüğü nedeniyle 2018 yılında 50. sıraya gerilemiştir. Listenin ilk sıralarında yer alan ülkeler ise sırasıyla İsviçre, Hollanda ve İsveç olmuştur (GII, 2019).

2.1.11. Girişimcilik Temelli Büyüme

Girişimciliğin ekonominin büyüme ve kalkınmasına katkısının önemini anlayan

lkeler artık girişimcilik temelli bir büyümeyi teşvik ederek uluslararası alanda rekabet edebilir bir güce sahip olmak istemektedirler. Aşağıdaki tabloda GEM'in son raporunda yer alan girişimcilik temelli büyüme modeli yer almaktadır (Bosma ve Kelley, 2018: 11).

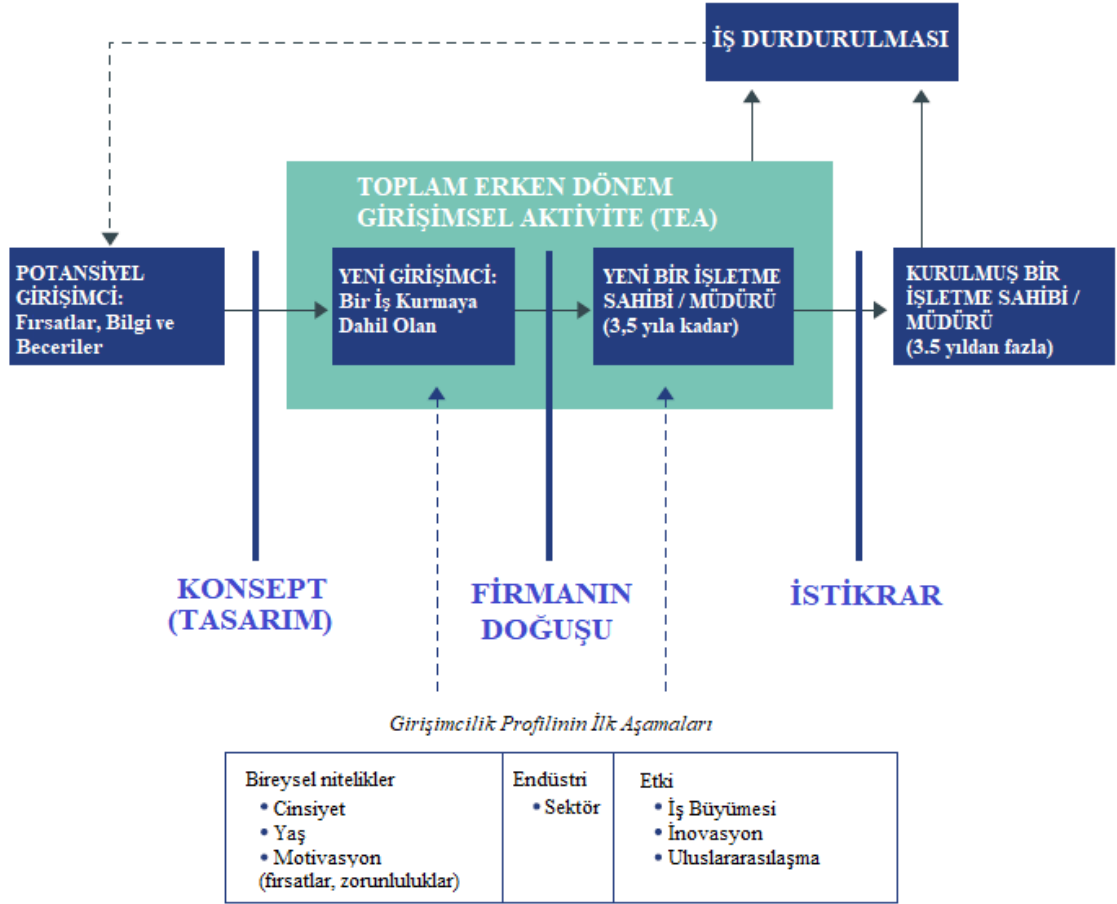
şekil 8: GEM Modeli – erevesi



Kaynak: Bosma ve Kelley, 2018: 15

Yukarıda gösterilen GEM modeline göre girişimcilik ekosisteminin girdi ve ıktıları görülmektedir. Ulusal ereve koşulları ve girişimci ereve koşulları temel gereksinimler, verimlilik arttırıcılar, yenilik ve ticari gelişmişlik girişimcilik ile ilgili sosyal değerler ve girişimcinin psikolojik, demografik özellikleri ve motivasyonu ile birleşince girişimci faaliyet ortaya çıkmaktadır. Girişimcilik faaliyeti sonucu yeni işler, yeni katma değerler gibi girişimcilik çıktısı meydana gelmektedir. Bunlar birbirini etkileyerek girişimcilik ekosisteminin bütününü oluşturmaktadır (Bosma ve Kelley, 2018: 15).

Şekil 9: GEM Girişimcilik Göstergeleri



Kaynak: Bosma ve Kelley, 2018: 12

Yukarıda yer alan GEM girişimcilik göstergeleri şeklinde görüldüğü gibi potansiyel girişimci önce konsept olarak fırsatları, bilgi ve becerileri bir araya getirmektedir. Yeni girişimci bir iş kurmaya dahil olup firmanın doğuşunu gerçekleştirirken bunu etkileyen bazı girişimcilik profili aşamaları bulunmaktadır. Cinsiyet, yaş, motivasyon gibi girişimcinin bireysel nitelikleri; girişimin yer aldığı sektör girişimi etkilemektedir. Ayrıca firmanın işi büyütmesi, inovasyon yapması, uluslararasılaşması da girişimin doğuşunu ve devamında istikrarını etkilemektedir. Yeni kurulmuş bir işletme 3,5 yıla kadar erken dönem girişimsel faaliyet içinde yer almaktadır. Sonrasında istikrarın sağlanması yine girişimcilik temelli bir büyümeye sahip olması girişimin ekosisteminin gelişmişliği ile alakalıdır (Bosma ve Kelley, 2018: 12).

2.2. GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Son yıllarda dünyada ve ülkemizde girişimciliğin öneminin artması ve ekonomik büyümeye olan katkısının daha iyi anlaşılması üzerine girişimciliği bir sistem olarak ele alan girişimcilik ekosistemi kavramı sıkça karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın bu kısmında girişimcilik ekosisteminin tanımı, unsurları, önemi ve ekonomiye katkıları anlatılmaktadır.

2.2.1. İktisatta Ekosistem Terimi

Son zamanlarda sayısı giderek artan pek çok araştırmacı tarafından sıkça kullanılan ekosistem kavramı, yapılara, etkileşime ve kuruluşlar arasındaki değişime bakmanın yeni bir yolunu gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle iktisadi idari bilimler alanında girişim/girişimcilik ekosistemi (entrepreneurial ecosystem), inovasyon ekosistemi (innovation ecosystem), işletme ekosistemi (business ecosystem) gibi ekosistemler üzerinde çalışmalara rastlanmaktadır (Hakala ve dğ., 2019: 1).

1935'te ilk kez İngiliz çevre bilimci Artur Tansley tarafından kullanılan ekosistem kavramı, organizmaların çevresindeki fiziksel etkenlerin tamamının dâhil olduğu sistem olarak kullanılmıştır (Trudgill, 2007: 505). Ekosistem terimini iktisat literatüründe ilk kez dikkat çeken James Moore, bu terimi iş ekosistemi olarak ele almış; bir iş ekosisteminde, girişimlerin yeni bir yenilik etrafında yetenekleri geliştirip yeni ürünleri desteklemek, müşteri ihtiyaçlarını karşılamak ve nihayetinde bir sonraki yenilikleri dâhil etmek için işbirliği içinde ve rekabetçi bir şekilde çalıştıklarını vurgulamıştır (Moore, 1993: 76).

2.2.2. Girişimcilik Ekosisteminin Tanımı

Literatürde girişimcilik ve girişimcinin uzun yıllardan beri yapılagelen pek çok tanımının aksine girişim ekosistemi ya da girişimcilik ekosistemi yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmakta ve birbirinin yerine kullanılmaktadır. Genel olarak girişim ekosistemi ya da girişimcilik ekosistemi, yerel ya da bölgesel girişimciliği etkileyen sosyal ve ekonomik ortam olarak tanımlanmaktadır (Wikipedia).

OECD Girişim Ekosistemi raporuna göre girişim ekosistemi şöyle tanımlanmaktadır: “bir dizi birbirine bağlı girişimci aktör (hem potansiyel hem de mevcut), girişimcilik örgütleri (örneğin firmalar, girişim yatırımcıları, iş melekleri, bankalar), kurumlar (üniversiteler, kamu sektörü kurumları, finansal kurumlar) ve

girişimcilik süreçleri (örneğin, iş doğum oranı, yerel girişimcilik ortamındaki performansı resmi ve gayri resmi bir şekilde birleştiren yüksek büyüme oranlı firmaların sayısı, 'gişe rekorları kıran girişimcilik' seviyeleri, seri girişimci sayısı, firmalardaki seçici zihniyet derecesi ve girişimci hırs seviyeleri)” (OECD, 2014: 5).

Girişimcilik ekosistemi, ekolojik metafor çerçevesinde girişimcinin ortaya çıkması, işletmenin doğup büyüdüğü, büyümesi için ihtiyaç duyduğu, yetenek, teknoloji, finansal altyapı unsurlarını barındıran sistemdir. Aulet, ekosistemi, ürünlere olan talep, buluşlar için gerekli kaynak, fonlama, insan altyapısı, devlet desteği ve girişimciliği destekleyen bir kültür olarak tanımlamaktadır. Mason ve Brown da girişimcilik ekosistemini, unsurları itibariyle hem potansiyel hem fiili girişimciler, girişimciliğe ilişkin örgütler (şirketler, risk sermayedarları, melek yatırımcılar, bankalar), kuruluşlar (üniversiteler, kamu ve finansal kuruluşlar), girişimcilik süreçleri olarak tanımlamıştır (Genç, 2017: 42).

Özetleyecek olursak, girişim ya da girişimcilik ekosistemi, bir girişimin oluşması, büyümesi ve hayatta kalmasını etkileyen ekonomik, sosyolojik, kültürel unsurların tamamıdır diye tanımlanabilmektedir.

2.2.3. Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları

Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum, WEF) tarafından 2013 yılında yayımlanan “Dünya ve Firma Büyüme Dinamikleri Etrafında Girişim Ekosistemi” raporuna göre girişim ekosistemi; erişilebilir pazarlar, insan kaynağı (iş gücü), yatırım ve finansman, mentorlar, danışmanlar, destek sistemleri, düzenleyici çerçeve ve altyapı, eğitim ve öğretim, katalizör olarak büyük üniversiteler ve kültürel destek olmak üzere sekiz ana unsurdan oluşmaktadır (WEF, 2013: 6).

Tablo 9: Girişimcilik Ekosistemi Unsurları

Girişimcilik Ekosistemi							
Erişilebilir Pazarlar	İnsan Kaynağı (işgücü)	Yatırım ve Finansman	Mentörler Danışmanlar Destek Sistemleri	Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı	Eğitim ve Öğretim	Katalizör Görevi Gören Büyük Üniversiteler	Kültürel Destek

Kaynak: WEF, 2013

Harvard İş Okulu'nda dersler verdikten sonra 2009'dan beri girişimcilik üzerine özel programlar düzenleyen Bobson Global'de Girişimcilik Ekosistemi Projesi kurucusu ve yöneticisi ve aynı zamanda uluslararası girişimci, melek yatırımcısı ve girişim yatırımcısı olan akademisyen Daniel J. Isenberg, girişim ekosistemi kavramının gelişmesine öncülük etmiştir (Bobson, 2019). Isenberg, girişim ekosisteminin unsurlarını pazar, insan kaynağı, finans, politika, destekler ve kültür (birebir çevirince “*mucip kültür, politikaları ve liderliği etkinleştirme, uygun finansmanın mevcudiyeti, kaliteli insan kaynağı, ürünler için girişim dostu pazarlar ve kurumsal-altyapısal destekler*”) olarak altı ana başlık altında modellemiştir. Tüm bu unsurlar alt bileşenleriyle ekosistemi oluşturmaktadır ancak her girişimcilik ekosistemi kendine has özelliklere sahiptir (forbes.com, 2019).

2009-2013 yıllarında Dünya ekonomik forumunda aktif rol alan Isenberg'in modelinden yola çıkılarak WEF 2013 zirvesinde girişim ekosisteminin unsurları geliştirilmiştir. Tablo 10'da WEF 2013 raporunda yer alan girişim ekosisteminin unsurlarının bileşenleri yer almaktadır (WEF, 2013: 6).

Tablo 10: Girişim Ekosisteminin Unsurlarının Bileşenleri

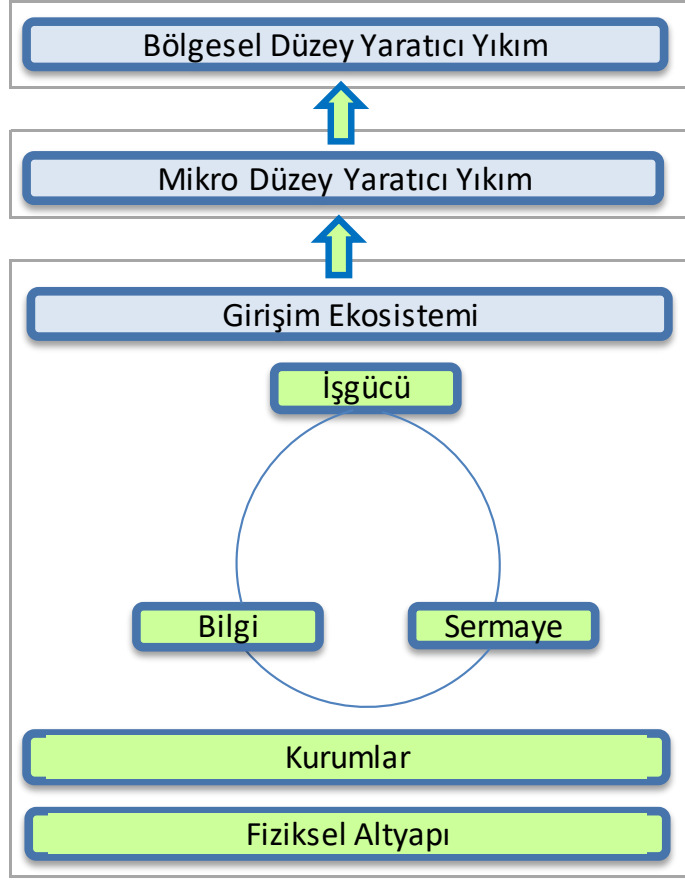
Girişimci Ekosistem Sütunlarının Bileşenleri	
Erişilebilir Pazarlar	İnsan Kapital / İşgücü
<ul style="list-style-type: none">• İç Pazar - Müşteri olan Büyük Firmalar• İç Pazar - Müşteri olan Orta Ölçekli Firmalar• İç Pazar - Müşteri olan Devlet Firmaları• Dış Pazar - Müşteri olan Büyük Firmalar• Dış Pazar - Müşteri olan Orta Ölçekli Firmalar• Dış Pazar - Müşteri olan Devlet Firmaları	<ul style="list-style-type: none">• Yönetimsel Beceri• Teknik Beceri• Girişimci Firma Deneyimi• Dış Kaynak Kullanım Durumu• Geçici İşgücü Temini
Yatırımlar ve Finansman	Destek Sistemleri
<ul style="list-style-type: none">• Arkadaşlar ve Aile• Melek Yatırımcılar• Özel Sermaye• Girişim Sermayesi• Borca Erişim	<ul style="list-style-type: none">• Mentörler / Danışmanlar• Profesyonel Hizmetler• Kuluçkalar / Hızlandırıcılar• Girişimci Eşler Ağı
Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı	Eğitim ve Öğretim
<ul style="list-style-type: none">• İş Kurmanın Kolaylığı• Vergi Teşvikleri• Temel Altyapıya Erişim (örneğin su, elektrik)• Telekomünikasyona / Geniş Bantlara Erişim• Nakliyata Erişim	<ul style="list-style-type: none">• Üniversite Öncesi Eğitimde Mevcut İş Gücü• Üniversite Eğitimi ile Mevcut İş Gücü• Girişimciye Özel Eğitim
Katalizör Görevi Gören Büyük Üniversiteler	Kültürel Destek
<ul style="list-style-type: none">• Girişimcilik için Saygı Kültürünü Teşvik Eden Büyük Üniversiteler• Yeni Şirketler için Fikir Oluşumunda Önemli Bir Rol Oynayan Büyük Üniversiteler• Yeni Şirketler için Mezunların Temin Edilmesi Konusunda Önemli Bir Rol Oynayan Büyük Üniversiteler	<ul style="list-style-type: none">• Risk ve Başarısızlık Toleransı• Serbest Meslek Tercihleri• Başarı Hikâyeleri / Rol Modelleri• Araştırma Kültürü• Girişimciliğin Olumlu Görüntüsü• İnovasyonun Kutlanması

Kaynak: WEF, 2013

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi girişim ekosistemi alt bileşenleri ele alındığında pek çok unsurdan oluşmaktadır.

Hollandalı İktisatçı Erik Stam, 2018 yılında Brüksel’de düzenlenen Avrupa Kümeleme Politikası Forum’unun raporunda girişimcilik ekosistemini açıklayarak Tablo 11 ve Tablo 12’yi meydana getirmiştir (Stam ve Spigel 2018).

Tablo 11: Girişimcilik Ekosistemi ve Yaratıcı Yıkım: Kavramsal Model



Kaynak: Stam ve Spigel, 2018

Stam, geliştirdiği ‘Girişimcilik Ekosistemi ve Yaratıcı Yıkım: Kavramsal Model’inde iş gücü, sermaye ve bilgiyi girişimcilik ekosisteminin ana unsurları olarak almıştır. Bunlarla beraber kurumlar ve fiziksel altyapı girişimcilik ekosistemini oluşturmaktadır. Bu unsurlarla oluşan girişim ekosistemi, mikro düzeyde yaratıcı yıkıma sebep olarak yenilik meydana getirecektir. Daha sonra bu mikro düzey, üst tabana, bölgesel düzeye yayılarak bölgesel düzeyde yaratıcı yıkıma sebep olmaktadır.

Tablo 12: Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları

Değer Yaratma					
Çıktı	Üretkenlik	Gelir	İstihdam	Refah	

Girişim Faaliyeti					
Girdi	Yenilikçi Girişimler	Hızlı büyüyen firmalar	Girişim İstihdam Faaliyeti		

Girişim Ekosistemi Unsurları						
Sistemik Koşullar	Ağ	Liderlik	Finans	Yetenek	Yeni Bilgi	Destek Hizmetleri /Aracılar
Çerçeve Koşullar	Resmi Kurumlar		Kültür	Fiziksel Altyapı		Talep

Kaynak: Stam ve Spigel, 2018

Stam, girişimcilik ekosisteminin unsurlarını ayrı bir tabloda ele alarak girişimcilik ekosisteminin sistematik ve çerçeve koşulları ile girdi ve çıktılarını da belirlemiştir. Modelde, girişimcilik ekosisteminin unsurları sistematik koşullar ve çerçeve koşullar olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Liderlik, finans, yetenek, yeni bilgi, destek hizmetleri ya da araçlar ve de daha çok network olarak kullanılan ağ sistematik koşullara dâhil olan girişimcilik ekosisteminin unsurları arasında yer almaktadır. Çerçeve koşullarda ise resmi kurumlar, kültür, fiziksel altyapı ve de talep girişimcilik ekosistemini etkileyen unsurları oluşturmaktadır.

Yenilikçi girişimler, hızlı büyüyen firmalar ve girişim istihdam faaliyeti, girişim faaliyetinin girdisini oluşturmaktadır. Bu girdiler girişim faaliyeti sonucu dört çıktıya dönüşerek nihayetinde bir değer yaratmaktadır. Girişim faaliyeti sonucu meydana gelen bu çıktılar, üretkenlik, gelir, istihdam ve refahtır.

2.2.2.1. Ulaşılabilir Pazarlar

WEF raporunda belirtilen girişim ekosisteminin unsurlarından biri erişilebilir pazarlardır. İç ve dış pazarda müşteri olan büyük firmalar, müşteri olan orta ölçekli

firmalar, müşteri olan devlet firmaları olarak alt gruplara ayrılmıştır. WEF'in araştırmasına göre erişilebilir pazarlar, insan kaynağı/işgücü, fonlama ve finansman; erken dönem girişimlerin büyümesine en çok katkı sağlayan ekosistemin en önemli üç unsuru olarak görülmektedir (WEF, 2013). Tablo 13'te firmanın büyümesinde / başarısında en önemli unsurlar yer almaktadır.

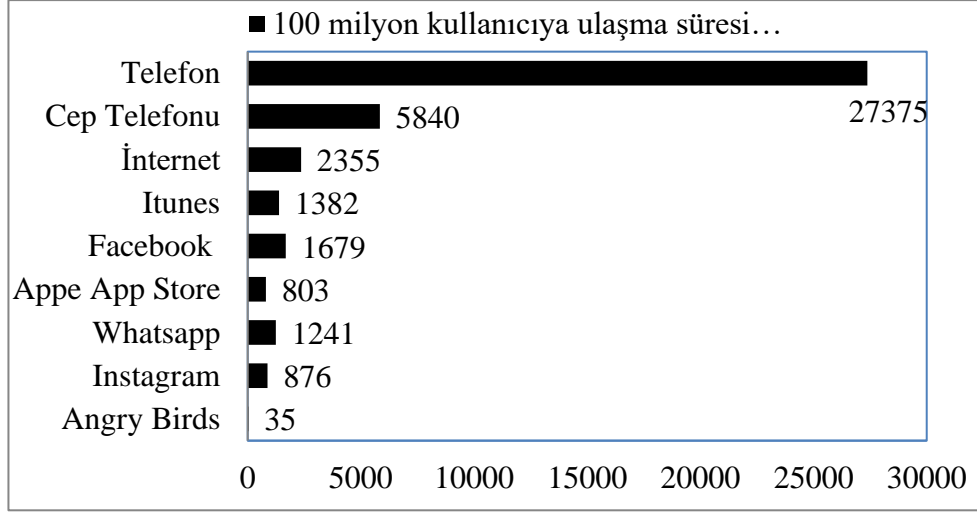
Tablo 13: Firmanın Büyümesinde/Başarısında En Önemli Unsurlar

	ABD Silikon Vadisi	ABD Diğer Şehirler	Kuzey Amerika	Avrupa	Aus/NZ	Asya	MEA	Güney / Merkez Amerika ve Meksika	Ortalama Skor
Erişebilir Marketler	44%	59%	53%	59%	74%	65%	68%	57%	60%
İnsan Kapital İşgücü	63%	70%	67%	64%	41%	67%	59%	63%	62%
Yatırım ve Finans	64%	62%	63%	49%	55%	56%	55%	63%	59%
Mentorlar	35%	24%	29%	23%	33%	27%	14%	22%	26%
Düzenleyici Yapı	10%	11%	11%	21%	19%	27%	14%	33%	18%
Eğitim	10%	14%	12%	17%	15%	23%	18%	9%	15%
Katalizör Üniversiteler	17%	9%	13%	9%	7%	5%	5%	0	8%
Kültürel Destek	31%	19%	24%	10%	7%	11%	32%	11%	18%

Kaynak: WEF, 2013

E-girişimlerin ve tekno girişimlerin sayısındaki önemli artışla erişilebilir pazar kavramı da genişlemiştir. Boston Consulting Group tarafından 2015 yılında yayınlanan bir raporda, bazı icatların dünya genelinde yüz milyon kullanıcıya ulaşma süresi gün olarak verilmiştir. Telefonun yüz milyon kullanıcıya ulaşma süresi 27.375 gün (75 yıl) iken Öfkeli Kuşlar (Angry Birds) adlı akıllı telefon oyununun yalnızca 35 gün sürmüştür (Özdoğan, 2018: 24).

Şekil 10: Girişimcilik Ekosisteminin Erişilebilir Pazarların Kapsamı



Kaynak: Özdoğan, 2018: 25

Dijitalleşen dünyada, Facebook adlı internet girişiminin kullanıcı sayısı bugün Çin'in nüfusunu geçmiş bulunmaktadır. Girişim ekosisteminin erişilebilir pazarlarının kapsamının genişlediği ve yapısının nasıl değiştiği Tablo 14'te görülmektedir (Özdoğan, 2018: 25).

Tablo 14: E-Girişim-Kullanıcı Sayıları, Ülke-Nüfusu Karşılaştırmaları

Ülke ya da Girişim	Nüfus ya da kullanıcı sayısı
Facebook	1,93 milyar
Çin	1,38 milyar
Hindistan	1,34 milyar
Whatsapp	1,2 milyar
Instagram	0,6 milyar
Twitter	0,32 milyar
LinkedIn	0,46 milyar
A.B.D.	0,32 milyar

Kaynak: Özdoğan, 2018: 25

Günümüz girişimcisi, girişim ekosisteminin oluşturduğu büyük veriden yararlanarak eskiye oranla daha geniş erişebileceği pazar olanaklarına sahip olabilmektedir.

2.2.2.2. İnsan Kaynağı

WEF'in araştırmasına göre insan kaynağı/işgücü, erken dönem girişimlerin büyümesine en çok katkı sağlayan ekosistemin en önemli üç unsurundan biridir. Girişim ekosistemi insan kaynağı unsurunun alt unsurları yönetimsel beceri, teknik beceri, girişimci firma deneyimi, dış kaynak kullanım durumu, geçici işgücü temininden oluşmaktadır (WEF,2013).

Mal ve hizmet üreterek katma değer yaratmak üzere gerekli üretim faktörlerini bir araya getiren, oluşan çıktı sonucu kâr ya da zararın sorumluluğunu alan kişi olan girişimci; taleple arzı buluşturarak girişimcilik sürecini başlatan, iş fikrini iktisadi bir faaliyete dönüştüren ve de girişiminin büyümesinde en önemli ve etkili girişimcilik unsurlarından biridir. Daha önceki bölümlerde girişimcide olması beklenen kişilik özelliklerinden bahsedilmiştir.

Bir girişimin başarılı olmasında girişimcinin yeteneği çok önemlidir. Yetersiz bir fikir iyi bir girişimci tarafından başarılı bir faaliyete dönüştürülebilirken, iyi bir fikir yetersiz bir girişimci tarafından değerlendirilemeyebilir. Bu sebeple melek yatırımcılar ve risk sermayedarları bir girişime yatırım yaparken temel olarak girişimcinin kişisel özelliklerine, kabiliyetlerine ve motivasyonuna odaklanırlar (Duran, 2016: 20).

Girişimcilik ekosistemindeki en önemli unsurlardan biri olan insan kaynağını yalnızca girişimci olarak düşünmemek gerekmektedir. Bir girişimde işgücü, girişimci, girişimcinin ekibi, tüm çalışanlarını kapsamaktadır. Hatta girişimin etkileşim halinde olduğu tedarikçi, yan sanayi, dış kaynak ve geçici işgücü kullanımı da insan kaynağının kapsamına girmektedir.

Girişimcinin kendisinin olduğu kadar oluşturduğu ekibinin yeteneği de girişimin başarısında etkilidir. Girişimci tek başına girişimini kurmada başarılı olsa da çoğunlukla ortak bir kurucu ile yeteneklerini birleştirerek daha başarılı olabilmektedir. ABD merkezli bir risk sermaye şirketi tarafından, 1 milyar dolar değerlemeyi geçen (unicorn) girişimlere (start-up) yönelik yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre; bu başarılı girişimlerin %86'sı kurucu ortaklara sahip girişimlerden oluşmaktadır. Bu başarılı girişimlerin sahip olduğu ortalama ortak sayısı ise 2,6'dır. İncelenen girişimler içerisinde sadece 12 girişimin tek kişi tarafından kurulduğunu ve bunların hiçbirinin ilk 15 girişim arasında yer almadığı görülmektedir (Özdoğan, 2018: 36).

Dünya genelinde 3200'den fazla girişim üzerinde yapılan bir araştırmanın

sonuçlarına göre ise, tek kişi tarafından kurulan girişimlerin ölçeklenme aşamasına ulaşması, iki kurucu ortağa sahip girişimlere göre 3,6 kat daha uzun sürmektedir. Yine aynı araştırmaya göre, bir teknik, bir de işletme yönetimi yeteneklerine sahip kurucuların bulunduğu girişimler %30 daha fazla yatırım alıp 3 kat daha fazla müşteri geliştirmektedir. (Özdoğan, 2018: 37).

Girişim ekosistemini etkileyen bir diğer insan kaynağını göçmenler oluşturmaktadır. ABD’de temel bilim ve mühendislik eğitimi alan her 100 göçmen, ortalama 262 ABD vatandaşına istihdam yaratmış, yani %2,62 oranla iş (arz) yaratarak ekonomiye katkı sağlamıştır. ABD’deki en yüksek 500 ciroya sahip şirketlerin %40’ı ve ABD’nin en önemli dört markasından biri göçmen veya göçmen çocuğu tarafından kurulmuştur. Göçmen kurucuların kurduğu Google, E-bay, Intel gibi girişimlerin %62’si Silikon Vadisi’nde bulunmaktadır (Ergen, 2014: 88).

Bir araştırmaya göre ABD’de unicorn olarak adlandırılan milyar dolarlar seviyesinde değere sahip girişimlerin %51’i göçmenler tarafından kurulmuşken, bu girişimlerde kritik rollerdeki çalışanların %70’i yine göçmenlerden oluşmaktadır. Bir başka araştırmaya göre göçmen girişimcilerin göçmen olmayanlara göre özellikle bilimsel/teknik girişimlerin kurulmasında iki kat daha fazla rol almaktadır. Dünyada göçmenlerin ülke ekonomisine katkısını anlayan ABD, Fransa gibi pek çok ülke, göçmenlerin girişimcilik ekosisteminde yarattığı kaldıraç etkisinden yararlanabilmek için özel vize programları hazırlamaktadır. (Özdoğan, 2018: 86).

Onuncu Kalkınma Planı’nda yer alan hedeflerden biri olan beyin göçünün ters beyin göçüne çevrilmesi gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de girişimcilik ekosisteminin gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Global olarak artan nitelikli işgücü talebi ve hareket kısıtlaması olmayan işgücü sayesinde Türkiye için birçok fırsat oluşmaktadır. Beyin göçünün Türkiye’ye doğru teşvik edilmesiyle talep görünen alanlarda nitelikli insan artışı Türkiye’nin kalkınmasına pozitif katkı oluşturacaktır (Kalkınma Bakanlığı, 2013: 10). Bu sebeple büyük bir potansiyele sahip girişimcilerin önlerindeki engellerin bürokratik yollarla azaltılması için göçmen vize uygulamalarında iyileştirmeler yapılması, Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı kapsamına alınmıştır (GİSEP, 2018: 32).

Türkiye sahip olduğu genç nüfus sayesinde 31,6 milyon kişilik işgücü ile Avrupa’da işgücü açısından üçüncü sırada yer almaktadır. Avrupa Birliği ülkeleri ile

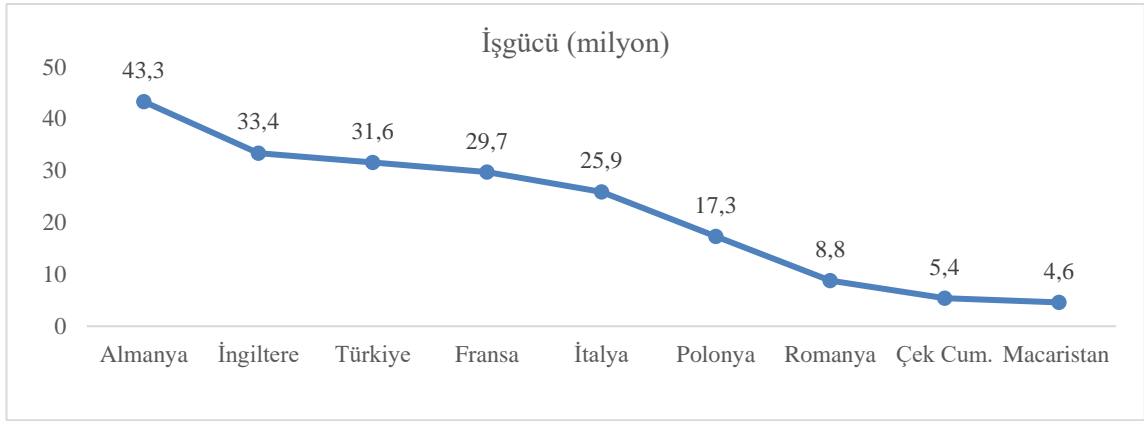
kıyaslandığında Türkiye, iş gücünde en yüksek büyümeyi yakalamış ülke olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 15: İş Gücü – 2017

	Alm.	İng.	Türkiye	Fransa	İtalya	Pol.	Romanya	Çek Cum.	Macaristan
İşgücü (milyon)	43,3	33,4	31,6	29,7	25,9	17,3	8,8	5,4	4,6
Büyüme Oranı % (2005-2017)	0,5	0,9	3,2	0,7	0,5	0,1	-0,1	0,3	0,8
Büyüme Tahmini % (2017-2019)	0,8	0,8	3,2	0,5	0,5	0,1	-	0,5	0,9

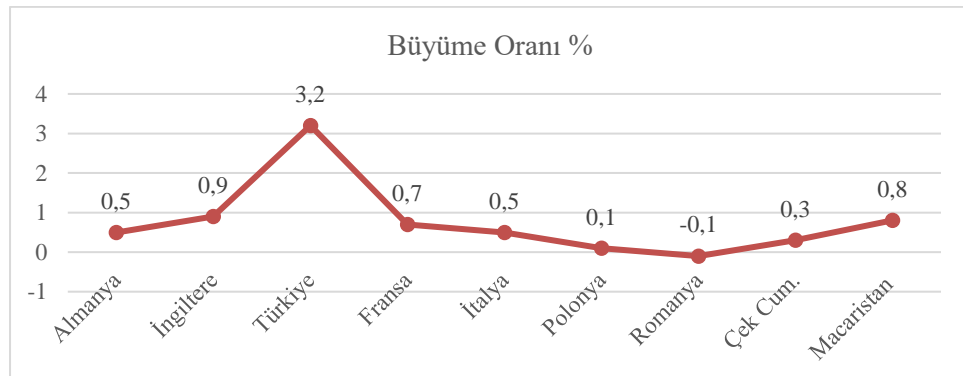
Kaynak: invest.gov.tr, 2019

Şekil 11: İş Gücü Sayısı



Kaynak: invest.gov.tr, 2019

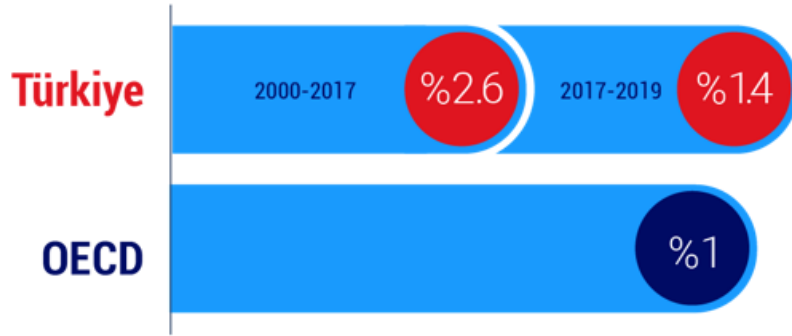
Şekil 12: Büyüme Oranı



Kaynak: invest.gov.tr, 2019

Tablo 15, Şekil 11 ve Şekil 12 incelendiğinde, Türkiye'nin işgücü, 2005-2017 yılları arasındaki yüzdesel büyüme oranı ve 2017-2019 yılları arasındaki yüzdesel büyüme tahmini yer almaktadır. Rakamlar incelendiğinde 2005-2017 yılları arasında işgücü olarak Türkiye'den daha fazla işgücüne sahip bu ülkeleri geride bırakarak %3,2'lik bir büyüme oranı ile Türkiye ile Almanya'nın 6,4 katı, Fransa'nın 4,5 katı, İngiltere'nin 3,5 katı büyüme oranına sahip olmuştur.

Tablo 16: Yıllık Ortalama İşçi Verimliliği Artışı (%)



Kaynak: invest.gov.tr, 2019

Tablo 16'da, Türkiye'nin yıllık ortalama işçi verimliliği artışı verilmiştir. OECD ortalaması %1 iken Türkiye'nin artışı 2000-2017 yılları arasında %2,6, 2017-2019 yılları arasında %14 gibi bir oranla ortalamanın üzerindedir.

2.2.2.3. Yatırım ve Finansman

WEF'in araştırmasına göre erken dönem girişimlerin büyümesine en çok katkı sağlayan ekosistemin en önemli üç unsurundan biri de yatırım ve finansmandır. Girişim ekosistemi yatırım ve finansman unsurunun alt unsurları arkadaşlar ve aile, melek yatırımcılar, özel sermaye, girişim sermayesi, krediye erişimden oluşmaktadır (WEF, 2013).

Tüm GEM ülkeleri göz önüne alındığında, bir iş kurmak için gerekli ortalama para miktarı 2004'te 54,000 ABD\$, 2006'da 65,000 ABD\$ iken 2015'te, ortalama miktar 13,000 ABD\$'dir. Aşağıdaki grafikte 2015 yılı bölgesel bazda iş kurmak için gerekli para miktarları gösterilmektedir (GEM, 2016: 21).

Şekil 13: 2015 Yılı Bölgesel Bazda İş Kurmak İçin Gerekli Para Miktarları



Kaynak: GEM, 2015

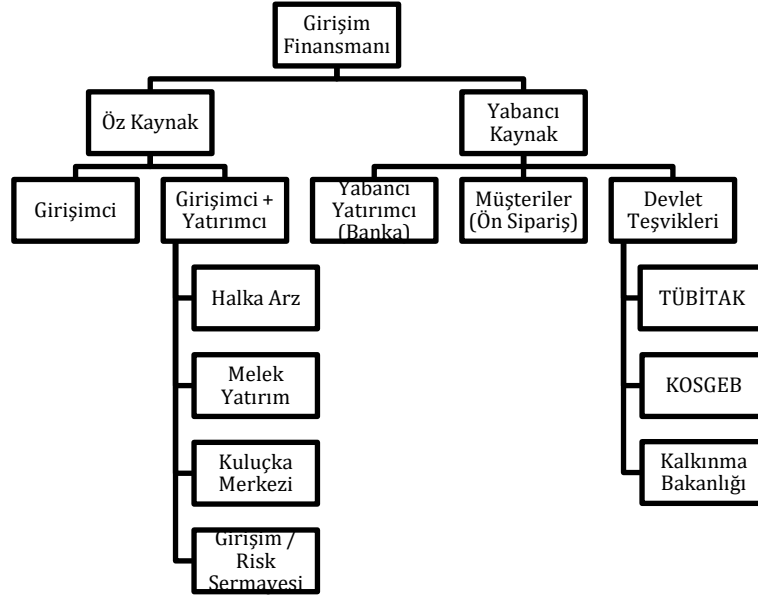
Şekil 13'teki grafik, girişimcilere iş kurmak için gerekli para miktarının en çok Kuzey Amerika ve Avrupa'da, en düşük Latin Amerika ve Karayipler'de olmasına rağmen her bölge içinde geniş farklılıklar olduğunu göstermektedir. Girişimciler, Afrika'da ortalama 4,886 US\$; Türkiye'nin de dahil olduğu Asya ve Okyanusya ülke grubunda 15,209 US\$; Latin Amerika ve Karayipler'de 2,606 US\$; Avrupa'da 17,221 US\$; ve Kuzey Amerika'da 18,673 US\$ paraya ihtiyaç duymaktadır. (GEM, 2016: 22).

Girişimciler bir iş kurmak için gerekli paranın finansmanı çok önemli bir konu olarak karşılımlarına çıkmaktadır. Bir girişime yatırım bulmanın çeşitli yolları bulunmaktadır. Yatırıma öz sermaye ile başlanabilmekte, aile, arkadaş gibi yakın çevrenin desteğiyle yatırım yapılabilir. Bunlar dışında günümüzde giderek yaygınlaşan melek fonlaması (angel fund), risk yatırımı (venture capital), kitlesel fonlama (crowd funding), banka kredileri gibi yatırımın yapılmasını sağlayan önemli finansman kaynakları arasında yer almaktadır.

Ekonominin başından beri gelen arz-talep-rekabet denklemi kendini monopol ekonomiye doğru bırakmaktadır. Buna yaratıcı monopol de denilmektedir.

Şekil 14'te, girişimin finansman sürecinde yaşam evresi çerçevesinde kullanılabileceği özkaynaklar ve yabancı kaynaklar bir araya getirilerek toplu bir görüntüsü ortaya konmaktadır (Özdoğan, 2018: 115).

Şekil 14: Girişim Finansman Modeli



Kaynak: Özdoğan, 2018: 115

2.2.2.3.1. Melek Yatırımcılar

Tek başına hareket ederek kendi parasını aile şirketlerinin haricindeki işlere doğrudan yatırım yapan, yatırım yaptıktan sonra aktif bir şekilde dâhil olana melek yatırımcı denir. Bir iş meleği, kendi parasını aile bağlantıları olmayan çekirdek aşamadaki firmalara doğrudan yatıran kişisel yatırımcıdır. Uzun süreli yatırım yaparlar ve her zaman girişimcileri yatırımdan başlayarak çıkışa kadar desteklemeye hazırdırlar (Ergen, 2014:304).

Melek yatırımcılığında ilk amaç iyi getiri elde etmek olsa da melek yatırımcıları, girişimcilerle çalışarak onlara yardım etme misyonu da taşırlar. Yeni girişimler için strateji ve operasyonel uzmanlık sağlarlar. Harvard ve MIT'in çalışmasında melek yatırımcıların girişime aktif ilgisinin başarı şansını artırdığı gösterilmektedir. Yine başka bir araştırma, girişimcilerin melek yatırımcıların tecrübelerine finansmandan daha çok değer verdiğini göstermektedir (Ergen, 2014: 305).

Literatürde melek yatırımcılar, sofistike melek yatırımcı ve süper melek yatırımcı diye ayrılmaktadır. Sofistike melek yatırımcılar, önceden yatırım yapmış, ekonomik açıdan uzun bir geçmişi olan, riskleri anlayabilecek kadar bilgili kişilerdir. ABD'de risk yatırımcısı ile melek yatırım arasında olan süper melek fonları, genelde tam zamanlı yöneticilere sahiptir ve yönetim ücreti alırlar. Süper melek yatırımcılarının güçlü kişisel

ağları bulunmaktadır ve girişimcileri etkilemeleri kolaydır (Ergen, 2014: 305).

Melek grupları ise grup olarak yatırım yapmak üzere ortaya çıkmıştır, risk sermayesi ve melek yatırım arasında bir yerdedir. Erken aşama finansman piyasasında melek grupları bulmak, bireysel melek yatırımcıları bulmaktan daha kolaydır ve melek gruplarının girişi değerlendirme süreci melek yatırımcılara göre daha profesyoneldir. Bir de gizli melek yatırımcılar vardır, bunlar potansiyel yatırım sürecinde yeterli bilgiye sahip olmalarına rağmen, son sene içinde yatırım yapmayan melek yatırımcılardır (Ergen, 2014: 306).

İngiltere'deki bir araştırmaya göre melek yatırımcılar genelde yatırım yaptıkları firmaların %8'ini alırlar, Norveç'te ise bu oran %18'dir (Ergen, 2014: 309). Melek yatırım toplamları risk sermaye standartlarına göre küçüktür, 100-250 bin sterlin aralığındadır (Karadeniz, 2018:382).

ABD'de melek yatırımcı sayısı 14.000'den fazla ve melek yatırımcı grubu sayısı ise 275'den fazladır (angelcapitalassociation.org). Kauffman Vakfı tarafından yayımlanan değerlendirmeler, melek yatırımların ciro yarattığı şirketler istihdam genişlemesine ve ekonominin büyümesine önemli katkı sağlamaktadır. (Ergen, 2014: 310). Bundan dolayı devletler melek yatırım programlarının uygulanmasını desteklemekte, vergi teşvikleri gibi çeşitli politikalar ile melek yatırımcılığını çekici hale getirmeye çalışmaktadır.

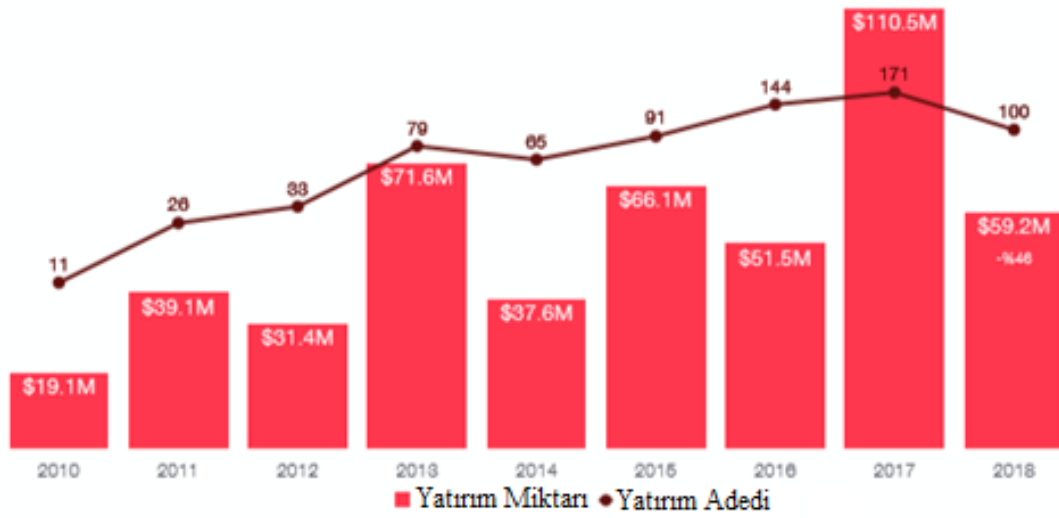
Ülkemizde “Bireysel Katılım Sermayesi” olarak adlandırılan melek yatırım ve “Bireysel Katılım Yatırımcısı” adıyla melek yatırımcı, Resmî Gazete’ de ilk kez 15/2/2013 tarihinde yayınlanan “Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik” ile düzenlenerek yürürlüğe girmiştir. 10/7/2018 tarihinde Resmî Gazete’ de yayınlanan Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 253. maddesinde katılımı bireysel gerçekleştiren yatırımcılarının ve tâbi kişi, kurum ve kuruluşların hareketlerinin denetlenmesi, izlenmesi ve bitirilmesine dair usul ve esasları yeniden düzenlenmiştir (mevzuat.gov.tr).

Bireysel Katılım lisansına sahip melek yatırımcılar (BKY), 213 sayılı ve 4 Ocak 1961 tarihinde yayınlanan Vergi Usul Kanununa göre hesapladıkları hisselerin tutarlarının %75'ini yıllık beyannamelerine konu kazanç ve iratlarından hisselerin iktisap edildiği dönemde indirebilirler. Vergi desteği için başvuru tarihinden itibaren projesi son beş yıl süresince desteklenmiş kurumlara iştirak sağlayan BKY'ler için bu

oranın %100 olarak uygulanabilmesi Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu tarafından belirlenen araştırma, geliştirme ve yenilikçilik programları kapsamındadır. İndirim tutarı 1.000.000 TL/yıl'ı aşamaz (mevzuat.gov.tr).

Türkiye Girişim Ekosistemi 2018/2019 Raporuna göre Türkiye'deki melek yatırım ve girişim sermayelerinin yaptıkları yatırımlar aşağıdaki grafikte gösterilmektedir.

Şekil 15: Melek ve Girişim Sermayelerinin Türkiye'deki Girişimlere Yatırımları



Kaynak: startups.watch, 2019

Şekil 15'e bakıldığında, yıllar içinde ülkemizde melek yatırım ve girişim sermayesi yatırımlarının miktarında dalgalanmalar olsa da yatırım adedinde 2010'dan bu yana bir %89 bir artış olduğu görülmektedir.

2.2.2.3.2. Girişim Sermayeleri/Risk Sermayeleri

Risk yatırımının temelleri 1940'larda atılmıştır. 1946'da John Hay "Jock" Whitney J.H. Whitney şirketini kurdu ve Benno Schmidt ilk risk yatırım ortağı olarak ona katıldı. Sermayeleri 5 milyon dolardı ve Whitney bu işe "Özel Macera Fonu" adını vermiştir. (Erge, 2014:101). Aslında risk sermayesi çok daha eskiye dayanmaktadır. 1400'lü yıllarda İngiltere'deki tekstil yatırımları buna örnektir. Yüksek risk sayesinde edinilen yüksek gelirin ilk örnekleri olarak Rönesans zamanında denizyoluyla getirilen

çay, kahve ve baharata yapılan yatırımlar gösterilebilir. Riskin dağıtımı için gruplar oluşturulmuş, grup üyeleri fona yatırım yapmış ve bu fon karşılığında gemi alınmış, kaptan ve tayfa ücretleri ödenmiş, mal getirilmesi için yatırım yapılmış, geminin başına gelecek riskler paylaşılmıştır (Ergen, 2014: 101).

Günümüz risk yatırımı ise, 1960’larda doğdu. İlk risk yatırımcıları, mikrodalga teknolojisine yatırım yapmak üzere, 1961’de Davis-Rock Şirketi’ni kurdular. Risk sermayesi şirketi sahiplerinin getiriden %20 pay alma standardı da onlar tarafından geliştirilmiştir (Ergen, 2014:101). Yüksek potansiyeli olan, aynı zamanda yüksek risk taşıyan, büyüme hızı ivme kazanmış, erken aşamadaki girişimlere finansman sağlayan yatırım araçlarına 1960’lardan beri girişim sermayesi denilmektedir (Özkaçkıcı, 2013: 127).

Bir sermayedarın, küçük ve orta büyüklükteki işletmenin büyüme hedefine ulaşabilmesi için, işletmede küçük bir hisseye ya da ilerleyen zamanlar da bir hisseye sahip olarak, iadesi mümkün olmayan bir hak elde ederek yaptığı öz kaynak veya öz kaynak benzeri yatırıma *Venture Capital (VC)* denir. Türkçeye “risk sermayesi” veya “girişim sermayesi” olarak çevrilmiştir. Girişim sermayesi *private equity*’nin karşılığı olarak da kullanılmaktadır. *Venture capital, private equity*’nin yüksek risk-yüksek getiriye bakan kolu olarak düşünülebilir (Ergen, 2014: 102).

Girişimciliği destekleyen bu finansal araçların farklı dillere girişim sermayesi veya risk sermayesi olarak çevrilmiş olması, ülkelerin söz konusu yatırımlara ve risk iştahlarına karşı olan duruşlarının bir göstergesi niteliğindedir (Özkaçkıcı, 2013:127). İngiltere Risk Sermayesi Derneği’ne göre Risk sermayesi; borsaya kote olamayan şirketlerin büyüyüp başarılı olabilmeleri için hisse senetlerinin satın alınması yoluyla uzun süreli finansman sağlayan para olarak tanımlanmaktadır (İpekten, 2010: 387).

Ülkemizde Sermaye Piyasası Kurumu (SPK) tarafından girişim sermayesi hakkında yapılan tanım şu şekildedir: “*Başta İngiltere, Fransa, ABD, Hollanda, Almanya ve Japonya gibi teknoloji yoğunluklu sanayileşme stratejisinin benimsendiği ülkelerde özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan risk sermayesi genel olarak; dinamik, yaratıcı ancak finansal gücü yeterli olmayan girişimcilerin yatırım fikirlerini gerçekleştirmeye olanak tanıyan bir yatırım finansmanı biçimi olarak tanımlanabilir.*” (spk.gov.tr).

Girişim sermayesi yatırımında var olan risk, yeni bir ürün yaratılması ve piyasada

tutulması riskidir. Ancak yüksek riskin yüksek getiriye getireceğinden yola çıkan bu finansman modelinde; alınan riskin başarıya dönüşmesi durumunda sağlanacak yüksek kar marjı ve büyük satış hacminden kaynaklanan verimlilik artışı bu şirketlere ortak olmak suretiyle finansman sağlayan yatırımcıların faydasını oluşturur (spk.gov.tr).

Girişim sermayesi yatırım ortaklıkları 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu (Kanun) kapsamında III-48.3 sayılı Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği (Tebliğ) ile düzenlenmiştir (spk.gov.tr).

5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu (KVK), uyarınca, girişim sermayesi yatırım ortaklıklarının kazançları kurumlar vergisinden istisnadır. KVK'de girişim sermayesi yatırım ortaklığı kazançlarından, dağıtılsın veya dağıtılmasın, kurum bünyesinde % 15 oranında vergi kesintisi yapılacağı hükme bağlanmış olmakla birlikte, 2009/14594 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile bu kazançlar üzerinden yapılacak olan (bu kazançlar dağıtılsın dağıtılmasın) stopajın oranı da % 0 olarak belirlenmiştir (spk.gov.tr).

Girişim sermayeleri, çoğu zaman daha önce kuruluş aşamasında melek yatırımcıdan veya farklı bir kaynaktan ilk tur yatırımını almış, büyüyen yenilikçi şirketlere yatırım yapan fonlardır. Melek yatırımcılardan en önemli farkı, daha olgun aşamadaki firmalara, daha yüksek meblağlarda ve kurumsal bir kimlik ile yatırım yapmalarıdır (Özkaşıkçı, 2013: 130).

Risk yatırımcılığı, banka kredileriyle iş kurmanın mümkün olamadığı durumlarda, özellikle teknolojik girişimlere yönelik uzun dönemli yatırım yapmakta, yatırım yapan kişi riskin azaltılmasının yanında girişimin sağlıklı büyümesinde de aktif rol oynamaktadır. Girişimciler tarafından risk sermayedarlarının koçluk rolü, fonlama rolünden daha fazla önemsenmektedir.

Risk sermaye firmaları genelde, kendilerine sunulan girişimlerin %5'ini kabul etmektedir ve uzman teknoloji firmaları daha seçicidir, onlarda bu oran %3'tür. Yapılan çalışmalarda risk yatırımcısının yatırım kararı verirken ilk üç önceliği sırasıyla takımın kalitesi, Pazar sektörü, iş planı olarak çıkmıştır (Ergen, 2014:110). Başka bir araştırmada risk sermayesinin fonlama kararını etkileyen beş faktör; girişimci ve potansiyel yatırımcı arasında direkt veya direkt olmayan sosyal bağlar, iş planı, teknoloji, fonun büyüklüğü ve sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Seçim aşamasında, risk sermayedarları, beşeri sermaye ve özellikle de üst yönetim takımı üzerinde durmaktadır. Kastedilen çok sayıda patente sahip, geniş, deneyimli bir yönetim takımıdır (Karadeniz, 2018: 379).

ABD'deki risk sermayesi firmaları, Avrupa ya da Asya'dakilere kıyasla daha yüksek bir finansal getiri ve akışkanlığa, bir prototip varlığına ve kanıtlanmış Pazar kabulüne daha fazla önem vermektedirler.

Silikon Vadisi, girişim sermayesi şirketlerinin, hızla büyüyen girişimlere her yıl milyarca dolar yatırım yaptıkları, dünyadaki girişimcilik ekosistemleri arasında lider durumdadır. Her yıl ABD gayrisafi milli hasılasının %21'i girişim sermayeleri tarafından yeni kurulmakta olan riskli girişimlere yapılan yatırımlardan oluşmaktadır (Özkaşıkçı, 2013: 130).

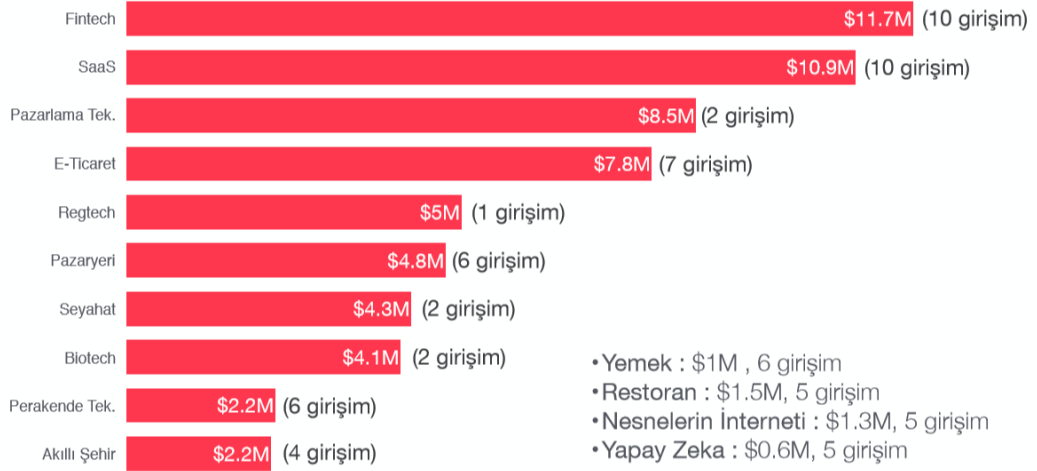
Türkiye'deki 100 girişim, melek yatırımcı ve girişim yatırımcılarından \$59.2M yatırım topladı. Fintech[†], SaaS[‡], Pazarlama teknolojileri (%50) ile en çok yatırımı çeken alanlar oldu. Kişi başına düşen yatırım miktarımız 0.74 dolar. Kurumların yatırımcılığa ilgisi (%19) en yüksek seviyesine ulaştı. (startups.watch, Türkiye Girişim Ekosistemi 2018-2019 Raporu, 20)

[†]İngilizcede "Financial Technologies" kelimesinin kısaltması olan fintech, bankacılık ve finans hizmetlerinin sunulmasında geliştirilen teknolojileri ifade etmektedir. Özünde, fintech, bilgisayarlarda ve akıllı telefonlarda kullanılan özel yazılım ve algoritmaları kullanarak özel ve tüzel kişilere yaşamlarını daha iyi yönetmelerinde yardımcı olmak için kullanılır. Fintech ayrıca bitcoin gibi kripto para birimlerinin geliştirilmesini ve kullanılmasını teknolojisini de içerir. İnternet ve akıllı telefonların yaygınlaşması ilk başta sadece muhasebe alanında kullanılan fintechlerin de kullanımını yaygınlaştırdı. Şimdi ise Fintech; para transferi, akıllı telefonunuzla çek yatırma, bir işe başlama için para toplama veya bir kişinin yardımı olmadan yatırımlarınızı yönetme gibi çeşitli finansal faaliyetleri sağlıyor. <https://www.startupnedir.com/fintech-nedir-2/>

[‡]SaaS (Software As A Service), Bir hizmet sağlayıcı tarafından merkezi olarak sunucu üzerinde barındırılan bir yazılım uygulamasının; birden fazla kişi/kurumun kullanımına sunulması işe dağıtımını sağlayan modeldir. <https://www.dubluve.net/2012/04/06/saas-software-as-a-service-nedir/>

Şekil 16: En Çok Yatırım Alan Alanlar

En Çok Yatırım Alan Alanlar



Kaynak: startups.watch, Türkiye Girişim Ekosistemi 2018/2019 Raporu

* Ticaret Sicil Kaydı olan girişimlere hisse bazlı yapılan yatırımlar dikkate alınmıştır. Ön-tohum, tohum, Seri A, B, C, D, E dikkate alınmıştır. Teşvikler, Convertible Debt ve ikincil işlemler dâhil değildir.

Türkiye'deki SPK'ye kayıtlı 7 girişim sermayesi şirketi bulunmaktadır. Girişim sermayesi yatırım ortaklıklarının toplam piyasa değeri 2000 yılında 2.835 bin TL iken, 2010 yılında 657.270 bin, 2018 yılında 6.660.355 bin TL olduğu ve yıllar içinde giderek arttığı görülmektedir (spk.gov.tr).

2.2.2.3.3. Mikro Kredi Veren Bankalar ve Kurumlar

Başlangıç aşamasındaki girişimler, henüz düzenli bir nakit akışına sahip olmadıklarından borç ihtiyacı duyduklarında gösterebilecekleri bir teminatları olmadığından bankalardan kredi alabilecek koşulları çoğunlukla yerine getirememektedirler. Banka kredilerine erişimin sınırlı olmasından alternatif finansman kaynakları ihtiyacını doğurmuş, ekosistemin oluşmasına önyak olmuştur (Özkaşıkçı, 2013: 136)

Küresel Rekabetçilik Endeksine göre; Türkiye, 2007'de 134 ülke arasında banka kredilerine erişimde 75. sıradadır, 2012'de ise 144 ülke arasında 62. sıraya yükselmiştir. Girişim sermayesi alanında ise 97. sıradan 73. sıraya kadar yükselmiştir (kalkınma planı, 2013: 92).

KOBİ'ler (ağırlıklı olarak Esnaf ve sanatkârların bulunduğu), çalışan sayısı bakımından toplam girişimlerin %99,9'unu, istihdamın %76'sını, katma değer

%54'ünü, yatırımların %50'sini ve üretimin %56'sını oluşturmaktadır. 2012 yılından itibaren banka kredilerinin %25'ini kullanmakta ve ihracatın %60'ını gerçekleştirmekte olan KOBİ'lerdir (Kalkınma Bakanlığı, 2013: 92).

2.2.2.3.4. Kitlesele Fonlama Araçları

Kitlesele fonlama araçları (crowd-funding), belirli bir şeyin gerçekleşebilmesi için toplumdandan destek istenmesi ve kitlelerin bir araya gelerek ihtiyaç duyulan kaynağı sağlamasına kitlesele fonlama denilmektedir (Özdoğan, 2018: 97). Kitlesele fonlama çoğunlukla projelerin yatırımcılara, projenin odağında ancak profesyonel olmayan ilgi gruplarına, birkaç yatırımcıya projenin değerlendirilmesini yapmaları için aracılık eden bir web portalıdır (Karadeniz, 2018:383).

Dünya genelinde 2012 yılında kitlesele fonlama ile yaratılan toplam işlem hacmi, 2,7 milyar dolar seviyesinde iken 2015 yılına gelindiğinde toplam hacim 34,4 milyar doları geçti. Bugüne kadar kitlesele fonlama araçlarından sadece biri olan Kickstarter üzerinden projelere 3 milyar doların üzerinde fon akışı sağlanmış ve toplamda 13 milyonun üzerinde destekçi tarafından 128 binden fazla proje başarıyla desteklenmiştir (Özdoğan, 2018: 100).

Türkiye'de kitlesele fonlama alanında kanun çalışması ile yasal düzenleme getiren az sayıda ülkeden biridir. Kanun tasarısı 2016'da Meclis'e sunulmuş, konuyla ilgili Sermaye Piyasası Kurulu görevlendirilmiştir (Özdoğan, 2018: 101).

2.2.2.3.5. Alternatif Varlık Yönetim Şirketleri ve Diğer Borç Verenler

Varlık yönetim şirketleri, girişimciler için alternatif finansman kaynaklarıdır. Varlık yönetim şirketleri, başta bankalar olmak üzere finans kurumlarının tahsili gecikmiş alacaklarını devir alarak yeniden yapılandırıp tahsil etmeye çalışan şirketlerdir (hesapkurdu.com).

Varlık yönetim şirketi, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu, bankalar ve diğer mali kurumların alacakları ile diğer varlıklarının satın alınması, tahsili, yeniden yapılandırılması ve satılması amacıyla yönelik olarak faaliyet göstermek üzere bu Yönetmelik hükümlerine göre izin alarak kurulan şirketleri ifade etmektedir.

01.11.2006 tarihli 26333 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Varlık Yönetim Şirketlerinin Kuruluş Ve Faaliyet Esasları Hakkında Yönetmelik, varlık yönetim

şirketlerinin kuruluş ve faaliyetlerine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

(2) 19/10/2005 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanununun yayımı tarihinden önce kurulmuş olanlar da dâhil olmak üzere varlık yönetim şirketleri ve faaliyetleri bu Yönetmelik hükümlerine tâbidir. İlgili yönetmelik kapsamında varlık yönetim şirketleri faaliyetleri, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından düzenlenmekte ve denetlenmektedir.

2.2.2.4. Destek Sistemleri

Girişim ekosistemini oluşturan unsurlarından biri de mentorlar, danışmanlar, profesyonel hizmetler, kuluçkalar, hızlandırıcılar, girişimci ağları gibi alt unsurlardan oluşan destek sistemleridir. WEF'in araştırmasına göre destek sistemlerinin bölgedeki mevcudiyetinin sorulduğu anket sonuçları aşağıda yer almaktadır (WEF, 2013).

Tablo 17: Girişim Ekosistemi Destek Sistemlerinin Bölgelerinde Hâlihazırda Mevcut Olduğunu Düşünenler Bölge Bazlı Anket Sonuçları

Mentorlar / Danışmanlar / Destek Sistemleri	ABD Silikon Vadisi	ABD Diğer Şehirler	Kuzey Amerika	Avrupa	Avustralya, Yeni Zelanda	Asya	Orta Doğu	Güney Merkez Amerika, Meksika
	%91	%72	%78	%52	%58	%38	%36	%35

Kaynak: WEF, 2013

Tablo 17'de görüldüğü gibi, ankete katılan girişimlerin Günümüzde gelişmiş bir girişim ekosistemi denildiğinde ilk akla gelen örnek olan ABD Silikon Vadisindeki girişimlerin % 91 gibi yüksek bir oranla destek sistemlerinin hâlihazırda var olduğunu söylemesi pek de şaşırtıcı olmayan bir sonuç olmaktadır.

Bir girişimin doğması, büyümesi, genelde bir bebeğin doğması ve büyümesine benzetilmektedir. Nasıl bir bebek ilk doğduğunda hemen konuşamaz, yürüyemez ve bu süreçte ailesinin çevresinin desteğine ihtiyaç duyarsa, girişimler de kendilerini idare edebilecekleri bir kırılma noktasına gelene kadar bir bebek gibi ilgiye ve desteğe ihtiyaç duymaktadırlar. Tam bu noktada, girişim ekosistemi girişimcilere ihtiyaç duydukları her türlü desteğin bir araya gelmesinden oluşmaktadır (Özkaşıkçı, 2013: 143).

2.2.2.4.1. Yol Gösterenler / Mentorlar / Danışmanlar

Türk Dil Kurumuna göre Türkçesi yönder olan mentor kelimesi dilimize Fransızcadan geçmiştir ve çeşitli görevlerde deneyim kazanmış, destek isteyenlerin hedefine ulaşması için uygun yöntemi/yolu bulan kimse anlamına gelmektedir. Yaygın kullanımı ile mentor olarak dilimize yerleşmiştir.

Mentor, firmanın ihtiyacı olan profesyonel bir konuda gelişimine destek olup kolaylaştırıcılık yapabilecek seviyede bu desteği verebilenleri ifade etmektedir (KOSGEB, 2017: 2). Mentor olabilmek için girişimcilik konusunda tecrübeli gerçek veya tüzel kişi olmak gerekmektedir (resmigazete.gov.tr). Başka bir deyişle alanında tecrübeli mentor, girişimci olmak isteyenlere yol gösteren bir nevi danışmandır (startupnedir.com).

Bir Japon atasözü der ki, "Kendine usta diyebilmen için, önce ustanı geçeceksin sonra seni geçecek bir çırak yetiştireceksin." Bu sözden hareketle mentorluk için bir ustanın çırak yetiştirmesi denilebilir. Kısacası mentorluk, deneyimli bir girişimcinin henüz yolun başındaki girişimci adayına yol göstermesi, tecrübesini, girişim bilgisini paylaşarak yeni girişimciye yardımcı olmasıdır.

Girişimcilik ekosisteminde daha önce benzer yollardan geçmiş, benzer sorunları deneyimlemiş, genç girişimcilerin ilk defa yaşadıklarını defalarca yaşamış yol gösterenlerin olması; hem sistemin işleyişi hem de bazı şirketlerin hayatta kalabilmesi için kritik birer faktördür (Özkaşıkçı, 2013: 144).

Mentor dışında girişimcilere yol gösterenler arasında danışmanlar da bulunmaktadır. Örneğin yazılım üzerine bir girişim kurmak isteyen girişimci, yazılımla ilgili çok iyi bir ekibe sahip olsa da girişimi ile ilgili hukuki ya da muhasebesel bir konuda derin bilgiye ihtiyaç duyduğunda alanında uzman profesyonel bir danışmana başvurarak aradığı desteğe sahip olabilmektedir.

2.2.2.4.2. Kuluçka Merkezleri

Kuluçka merkezi (incubator center), özellikle genç ve yeni işletmeleri geliştirmek amacıyla; girişimci firmalara ofis hizmetleri, ekipman desteği, yönetim desteği, mali kaynaklara erişim, kritik iş ve teknik destek hizmetlerinin bir çatı altında tek elden sağlandığı yapıları, ifade etmektedir (4691 sayılı kanun).

Kuluçka merkezi; üniversite ile iş dünyası arasındaki iş birliği ve ulusal/uluslararası bağlantıların güçlendirilerek, öğretim elemanları, öğrenciler ve

girişimci adaylarının yenilikçi fikirlerinin hayata geçirilmesini sağlamak için ihtiyaç duyulan temel girişimcilik ve yerel kalkınma konularında, evrensel yaklaşımlar doğrultusunda bilgi ve becerilerin geliştirilerek zenginleştirilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır (30459 sayılı yönetmelik).

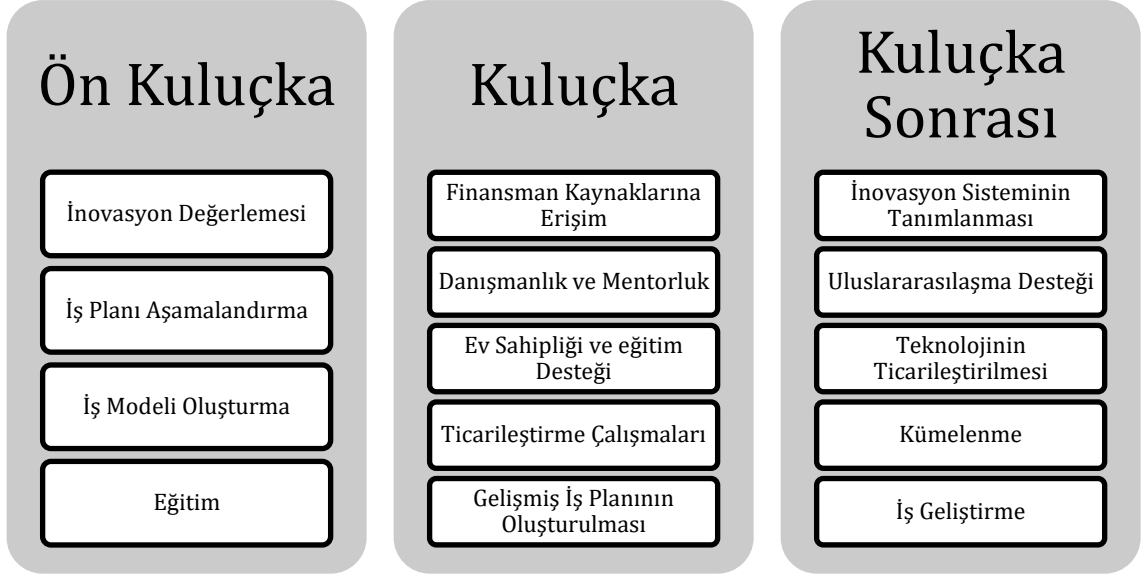
Kuluçka merkezlerinin girişimcilik ekosistemindeki rolü; tıpkı bir tavuğun yumurtalarını koruyarak kendi başlarına ayakta duracak hale gelene kadar kuluçkaya yatması gibi girişimcilik ekosistemindeki yeni fikirleri koruması ve hazır hale gelmesinin desteklenmesidir. Bilinen ilk kuluçka merkezi 1959 yılında New York, Batavia’da kurulmuştur. Günümüzde dünya genelinde 7000 kuluçka merkezi olduğu tahmin edilmektedir (Özdoğan, 2018: 117).

Kuluçka merkezleri genel itibariyle dört bileşene sahiptir:(Özdoğan, 2018: 117).

1. *Kulukadaki işletme adaylarına görece uygun koşullarda kiralanılan ortak ofis alanları*
2. *Genel giderleri düşürmek amacıyla destek hizmetlerinden oluşan ortak havuz*
3. *Profesyonel iş desteği ve mentorluk*
4. *Kuluçka merkezi dahilinde ve dışarıdan iş ağı (network) desteği*

şekil 17’de kuluçka merkezlerinin faaliyet sürecini göstermektedir (Özdoğan, 2018: 118).

Şekil 17: Kuluçka Merkezleri Faaliyet Süreci



Kaynak: Özdoğan, 2018: 118

Ön kuluçka, iş fikri ya da hayata geçirmek istediği bir projesi olan henüz şirketleşmemiş tekil veya birkaç kişiden oluşan girişimci grubuna, fikirlerinin ya da projelerinin geliştirilmesi amacıyla danışmanlık, mentorluk ve proje fikri doğrulamaya yönelik hizmet süreçlerini içeren yapıları ifade etmektedir (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği).

Kuluçka merkezinin esas faaliyet alanları; girişimciliğin başlangıç aşaması veya ön kuluçka süreci olarak anılan evredeki girişimciler veya adaylar için stratejik plan tasarımı, iş planı hazırlama, yaratıcı yenilikçilik, proje hazırlama ve yönetme, muhasebe, dış ticaret, fikri ve sınai haklar, üretim planı, pazar planı ve pazarlama, işletme mevzuatı, finans kaynakları ve benzeri temel girişimcilik konularında ders, seminer ve kurslar organize etmek veya etkinlik düzenlemek; kaynakları dahilinde girişimci ve adaylara mekan, altyapı, destek hizmetleri gibi imkânları bedelli veya bedelsiz olarak sağlamayı kapsamaktadır (30459 sayılı yönetmelik).

Kuluçka merkezleri özel yatırımcılar tarafından kurulabileceği gibi akademik veya üniversite destekli olarak üniversite çatısı altındaki teknoparklarda veya araştırma parklarında da kurulabilmektedir. Ülkemizde hem üniversiteler bünyesinde kurulan merkezler hem özel sektör tarafından kar amaçlı kurulan merkezler bulunmaktadır. Üniversiteler bünyesinde kurulan kuluçka merkezler bilgiye ve bilgi sahibi kişilere ulaşma açısından daha avantajlı iken, özel sektör tarafından kurulan kuluçka merkezleri

ise iş ağı kurma açısından daha avantajlıdır (startupnedir.com, 2019).

ABD’de girişimcilik ekosistemi kadar ekosistemin önemli bir parçası olan kuluçka merkezleri de gelişmiştir. Yapılan araştırmalara göre, başarı ihtimali ilk beş senede %20 civarında olan riskli girişimler, kuluçka merkezlerinden destek aldıklarında bu oran ortalama %80’leri aşmaktadır (Özkaşıkçı, 2013: 148). Ülkemizde kuluçka merkezleri genellikle üniversiteler bünyesinde kurulmaktadır.

2.2.2.4.3. Hızlandırıcılar

Hızlandırıcı (accelerator), sahip olduğu mentor ağları, finansmana erişim imkânları, özel tasarlanmış eğitimleri ve sunduğu ortak çalışma alanları ile girişimcilerin kısa zamanda büyümelerini sağlamak amacıyla kurulan yapıları ifade etmektedir (KOSGEB, 2019).

Kuluçka merkezi daha çok fikir aşamasında olan girişimcilerin başvurabileceği alanlardır, projeye dönüşmüş fikirler de başvurabilmektedir; hızlandırma programı ise, fikir aşamasında olmayan projesi hayata geçmiş girişimcilerin başvurabileceği programlardır (egirisim.com).

Yeni kurulan girişimlere başlangıç aşamasında arkalarından itici güç desteği sağlayan hızlandırıcı programları, bir dönemlik ders programı gibi planlanan, kendilerine yapılan başvuruların arasından belirledikleri kriterlere göre kuruluşunu şirketleşmesini hızlandırmak istedikleri girişimleri seçerek üç aylık program süresince kendi başına büyümeye çalışan bir şirketin en iyi ihtimalle bir yılda alınması gereken yolun alınmasını sağlarken hızlandırıcı programlarının amaçları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Özkaşıkçı, 2013: 149) :

- Mentorluk sayesinde girişimlerin kısa ve orta vadeli problemlerinin tanımlanması, yol haritalarının çizilmesi ve uygulamaya alınması,
- Daha önceki program mezunları ve girişimcilerin desteği ile eğitim süresince kendi iş ağlarını kurmaları, çevre edinmeleri,
- Geniş yatırımcı ağına erişilebilirlik sayesinde fon yaratma ve farklı aşamalarda yatırımcı bulmanın kolay hale gelmesi,
- Program süresince benzer hedeflerle yenilik yaratan rakiplerin vizyonundan etkilenme,

- Üç ay boyunca, yoğun iş programı ile fikirlerin en kısa sürede hayata geçirilmesi verileri aşama fonlama yapılabilmesi için ortaya değer koyulabilmesi

Hızlandırıcıların diğer destek programlarından en önemli farkı, daha önce başarılı girişimlere destek olmuş girişimciler tarafından, yeni kurulan bir şirketin ihtiyaçları bilinerek ve onlara hizmet etme hedefiyle kurulmalarıdır. Girişimlere birkaç aylık yol göstericilik, ofis ve belli bir miktar maddi destek yaparak genellikle %5-10 hisse alan hızlandırıcılar, büyümesini ve milyar dolarlık şirketlere dönüşmesini umdukları yeni kurulmuş girişimlere destek olurlar. Genelde üç aylık programın sonunda Demo günü'nde eğitime katılan girişimlerle yatırımcıları bir araya getirip girişimlere yatırımcı bulma, yatırımcılara aynı günde pek çok girişimi tanıma şansı vermektedirler. 2005 yılında ilk kurulan hızlandırıcı program olan Y-Combinator, bugüne kadar pek çok milyar dolarlık markanın çıkmasına katkı sağlamıştır (Özkaşıkçı, 2013: 150).

Hızlandırıcı programların girişim ekosistemine katkısının anlaşılması için Türkiye'den örnek verecek olursak, Growth Circuit, Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve ODTÜ TEKNOKENT tarafından kurulan yatırım ve hızlandırma şirkettir. Growth Circuit San Francisco Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi ise Türk girişimcilerin Silikon Vadisi'ne açılan kapısı olarak global ölçekte başarılı teknoloji şirketleri yaratmayı amaç edinmiştir. Growth Circuit, Hızlandırma Programları'na katılan erken aşamadaki girişimleri 200.000 TL'ye kadar ön tohum yatırımlarıyla Silikon Vadisi'ne açarken, daha ileri aşama teknoloji şirketlerine ise 1.500.000 TL'ye kadar yatırım yapmaktadır. Bugüne kadar 145 Türk girişimi UC Berkeley ve Babson Global'dan gelen global mentorlarla destekleyen Growth Circuit, Hızlandırma Programı'na katılan 20 girişimi, toplamda 2.000.000 TL yatırım yaparak, Draper University ve ABC Global ortaklığında gerçekleştirdiği hızlandırma programlarıyla globale hazırlamıştır+ (startupnedir.com).

2.2.2.4.4. Teknoloji Geliştirme Bölgesi, Teknopark

Teknopark, Teknoloji Geliştirme Bölgelerindeki kuluçka ve varsa ön kuluçka dışında kalan, üç yaşından daha büyük firmaların yer aldığı alan(lar) olarak tanımlanmaktadır (Teknoloji Geliştirme Bölgesi Stratejik Planı, 2015-2018: 3).

Teknoloji Geliştirme Bölgesi, yüksek/ileri teknoloji kullanan ya da yeni teknolojilere yönelik firmaların, belirli bir üniversite veya yüksek teknoloji enstitüsü ya da AR-GE merkez veya enstitüsünün olanaklarından yararlanarak teknoloji veya yazılım

ürettikleri/geliştirdikleri, teknolojik bir buluşu ticari bir ürün, yöntem veya hizmet haline dönüştürmek için faaliyet gösterdikleri ve bu yolla bölgenin kalkınmasına katkıda buldukları, aynı üniversite, yüksek teknoloji enstitüsü ya da AR-GE merkez veya enstitüsü alanı içinde veya yakınında; akademik, ekonomik ve sosyal yapının bütünleştiği siteyi veya bu özelliklere sahip teknoparkı ifade etmektedir (4691 sayılı kanun).

2001 yılında yayınlanan 4691 sayılı Kanun ile kurulan Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde; Üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörleri arasında işbirliği sağlanarak;

- Ülke sanayinin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulması amacıyla teknolojik bilgi üretilmesi,
- Üründe ve üretim yöntemlerinde yenilik geliştirilmesi,
- Ürün kalitesinin veya standardının yükseltilmesi,
- Verimliliğin artırılması, üretim maliyetlerinin düşürülmesi,
- Teknolojik bilginin ticarileştirilmesi,
- Teknoloji yoğun yatırım ve girişimciliği desteklemek,
- Araştırmacı ve vasıflı kişilere iş imkânı yaratmak,
- Teknoloji transferine katkıda bulunmak
amaçlanmaktadır (btgm.sanayi.gov.tr)

2001 yılından itibaren uygulamaya konulan, sanayicimizi, araştırmacı ve üniversitelerimiz ile buluşturarak teknolojik üretime yönelik yeni ürün ve üretim yöntemleri geliştirmelerini sağlayacak bu Kanun kapsamında; Haziran 2019 itibariyle; toplam 84 adet Teknoloji Geliştirme Bölgesi (Ankara'da 9 adet, İstanbul'da 11 adet, Kocaeli'nde 5 adet, İzmir'de 4 adet, Konya'da 2 adet, Gaziantep 2 adet, Antalya 2 adet, Mersin 2 adet, Hatay 2 adet ve Kayseri, Trabzon, Adana, Erzurum, Isparta, Eskişehir(Bilecik), Bursa, Denizli, Edirne, Elazığ, Sivas, Diyarbakır, Tokat, Sakarya, Bolu, Kütahya, Samsun, Malatya, Urfa, Düzce, Çanakkale, Kahramanmaraş, Tekirdağ, Van, Çorum, Manisa, Niğde, Burdur, Yozgat, Kırıkkale, Balıkesir, Karaman, Muğla, Afyonkarahisar-(Uşak), Aydın, Batman, Osmaniye, Zonguldak, Karabük, Nevşehir, Çankırı, Kastamonu, Kırklareli, Giresun ve Rize'de 1'er adet) kurulmuştur. 84 Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nden 63'ü faaliyetine devam etmekte, 21'inin ise altyapı çalışmalarının devam etmesi sebebiyle hali hazırda faaliyete geçmemişlerdir (btgm.sanayi.gov.tr).

Tablo 18’de Haziran 2019 itibariyle teknoloji geliştirme bölgeleri toplam firma, personel, proje sayıları ve toplam satış, ihracat miktarı gösterilmektedir.

Tablo 18: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri	
Toplam Firma Sayısı	5.328
Yabancı/Yabancı Ortaklı Firma Sayısı (Mevcut)	295
Akademisyen Ortaklı Firma Sayısı	1.125
Toplam Personel Sayısı	54.030
AR-GE	43.683
Tasarım	673
Destek	3.402
Kapsam Dışı	6.272
Proje Sayısı (Devam Eden)	8.965
Proje Sayısı (Tamamlanan)	32.386
Toplam Satış (TL)	77,9 Milyar
Toplam İhracat (USD)	4,1 Milyar

Kaynak: btgm.sanayi.gov.tr, 2019

Tablo 18’deki ve TÜİK verilerinden elde edilen ihracat rakamları hesaplandığında teknoloji geliştirme bölgelerindeki girişimlerin toplam ihracatının ülkemiz toplam ihracatındaki payının 2019 yılı Haziran ayı itibariyle yaklaşık %5 gibi bir rakama ulaştığı görülmektedir.

Tablo 19’da Haziran 2019 itibariyle teknoloji geliştirme bölgelerindeki girişimlerin fikri mülkiyet hakları ile ilgili verileri yer almaktadır (btgm.sanayi.gov.tr).

Tablo 19: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri/ Fikri Mülkiyet Hakları

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri	
Fikri ve Sinai Mülkiyet	Sayı
Patent Tescil Sayısı (Ulusal/Uluslararası)	1.094
Patent Başvuru Sayısı (Devam Eden)	2.348
Faydalı Model Tescil Sayısı	407
Faydalı Model Başvuru Sayısı (Devam Eden)	183
Endüstriyel Tasarım Tescil Sayısı	122
Endüstriyel Tasarım Başvuru Sayısı (Devam Eden)	65
Yazılım Telif Hakkı (Alınan)	213

Kaynak: btgm.sanayi.gov.tr, 2019

2.2.2.4.5. Ortak Kullanım Alanları

Ortak kullanım alanları (Hackerspaces), teknolojiyle uğraşma ortak ilgi alanına sahip insanların buluşup projeleri üzerine çalıştıkları ve birbirlerinden öğrendikleri toplum tarafından yürütülen fiziksel ortamlardır. Dünya genelinde epeyce olmasına rağmen Türkiye’de birkaç tane bulunmaktadır (wiki.hackerspaces.org).

Kuluçka merkezleri ve hızlandırıcı programlara nazaran kurulmaları daha kolay olan ortak kullanım alanları, benzer ilgi alanlarına sahip girişimcilerin ortak fiziksel alt yapısal hizmetleri kullandıkları ve birbirlerine gönüllü olarak mentorluk yaparak bilgi ve tecrübelerini paylaştıkları bir alan olarak ifade edilebilmektedir. Daha çok bilgisayar, teknoloji, dijital, elektronik sektörlerinden girişimcilerin tercih ettikleri ortak alanlarda girişimciler, fon arama ve finansman sağlama ihtiyacına doğrudan destek olmayan ortak alanlarda uygun kira ödeyerek girişimlerini hayata geçirebilmektedirler (Özkaşıkçı, 2013: 152-155).

2.2.2.4.6. Girişimci Ağları

Girişimcilik ekosistemi içindeki girişimcileri destekleyen unsurlarından biri de girişimci ağlardır. Melek yatırımcıların, danışmanların veya girişim sermayesi yatırımcıları gibi girişim ekosisteminde yer alan oyuncuların bir araya gelmesi ile kurulan sosyal organizasyonlar olan girişimci ağları; yol gösterme, yatırım danışmanlığı, finansman arama gibi konularda yeni girişimlere destek olma amaçlıdır (Özkaşıkçı, 2013:

162).

Girişimci ağlarına üye olan nüfuzlu kişiler, bir ülkede yenilikçi kültürün oluşmasına, yaratıcılığın, inovasyonun ve girişimciliğin desteklenmesinde anahtar rolü üstlenen fikir liderleridir. Girişimci ağları uluslararası platformlarda düzenli olarak bir araya gelerek dünya çapında girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında etkili olmakta ve girişimcilik ekosisteminin gelişmesine katkı sağlamaktadırlar (Özkaşıkçı, 2013: 162).

2012 yılında Aksaray'daki hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimciler üzerinde yapılan bir araştırmaya göre, araştırmaya katılan girişimcilerin çoğunun işlerini yürütmeye ve sürdürmeye sosyal ağların sağladığı yararları yüksek düzeyde önem verdikleri, ihtiyaç hissettikleri, ayrıca girişimcilerin girişimcilik yeteneği arttıkça tüm sosyal ağ türlerine yönelik olumlu algılarının da arttığı belirlenmiştir. Katılımcıların işletmelerine sahip olma biçimi ile sosyal ağ türlerine yönelik algıları arasında da bir ilişki tespit edilmiştir. Kendi işini sıfırdan kuran girişimcilerin diğer girişimcilere göre sosyal ağlara yönelik daha olumlu bir algı taşıdıkları anlaşılmaktadır (Uygun, 2012: 199).

2.2.2.4.7. Girişimcilik Destekleri

Devlet tarafından girişimcilik ekosisteminin gelişmesi için girişimcilik destekleri oluşturulmakta ve girişimcilere girişimlerini kurmaları konusunda önemli destekler verilmektedir. Ülkemizde bu konuda KOSGEB ve TÜBİTAK kurumları başta olmak üzere girişimcilik konusunda girişimcileri destekleyen özel programlara sahiptir. KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Destek Programı ile geleneksel girişimcilere 60bin, ileri girişimcilere 370bin TL destek vermektedir (KOSGEB.gov.tr). TÜBİTAK 1512 - Teknogirişim Sermayesi Desteği Programı (BİGG), 1514 - Girişim Sermayesi Destekleme Programı (GİSDEP) ve 1601 - Yenilik Girişimcilik Alanlarında Kapasite Artırılmasına Yönelik destek programları ile 20 milyona kadar girişimlerin en çok ihtiyaç duydukları zaman olan yeni doğduklarında hayatta kalmalarına yardımcı olmaktadır (TÜBİTAK.gov.tr). Ayrıca kurumların girişimcilik destekleri yanında daha pek çok farklı aşamada verilen destekleri de bulunmakta, girişimciler büyüme ve kurumsallaşma aşamalarında da desteklenmektedir.

2.2.2.5. Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı

WEF'e göre düzenleyici çerçeve ve altyapının unsurları aşağıdaki gibidir (WEF, 2013):

- İş Kurmanın Kolaylığı
- Vergi Teşvikleri
- Temel Altyapıya Erişim (örneğin su, elektrik)
- Telekomünikasyona / Geniş Bantlara Erişim
- Ulaşım/Nakliyata Erişim

İş kurma süreçleri ve girişimcilik ekosistemi ülkeden ülkeye değişmektedir. Bir ülkede iş kurmak ne kadar kolaysa girişimcilik o kadar kolay artacaktır. İş kurmanın kolaylığını etkileyen çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Örneğin gelişmiş bir girişimcilik ekosistemi, iş kurmayı kolaylaştıran öğelerden biridir. İş kurmayı etkileyen iyi bir yasal alt yapı ve asgari bürokratik işlemle işin kısa sürede kuruluyor olması, iş kurmayı yine kolaylaştırmaktadır. İş kurmayı kolaylaştıran bir başka etken, çeşitli iş kurmayı teşvik eden vergi uygulamalarıdır. Çeşitli devlet desteklerinin olması, hükümetin iş kurma sürecine yönelik teşvik edici politika ve uygulamaları iş kurmayı kolaylaştırmaktadır. İş kurulacak ülkenin ekonomik durumu, yine küresel ekonominin durumu, enflasyon ve büyüme oranları, finansal bir krizin olup olmaması, finansal kuruluşların fon yaratma kapasiteleri ve girişimcilere desteği, pazarın yapısı, talep yapısı, toplumdaki girişimcilik algısı gibi pek çok unsur iş kurmayı etkilediği gibi iş kurmanın kolaylığını da etkilemektedir. Hükümetler, iş kurmayı kolaylaştıran politikalar izleyerek hem ekonomik büyümeyi sağlayabilir hem de işsizliği azaltıp istihdamı artırabilirler.

Girişimcilik ekosisteminde yeni kurulan girişimlerin hayatta kalmalarına yardımcı olmak amacıyla hükümetler tarafından verilen vergi teşvikleri ile girişimler daha rahat hayatta kalmakta, girişimcilere kolaylık sağlanmaktadır. *193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun mükerrer 20. maddesi ile 10.02.2016 tarihinden itibaren ticari, zirai veya mesleki faaliyeti nedeniyle adlarına ilk defa gelir vergisi mükellefiyeti tesis olunan genç girişimcilerin, faaliyete başladıkları takvim yılından itibaren üç vergilendirme dönemi boyunca elde ettikleri kazançlarından yıllık 75.000 TL'lik kısmı gelir vergisinden istisna edilmiştir Genç Girişimcilerde Kazanç İstisnasından (gib.gov.tr);*

- *Ticari, zirai veya mesleki faaliyeti nedeniyle adlarına ilk defa gelir vergisi mükellefiyeti tesis olunan,*

- *Mükellefiyet başlangıç tarihi itibarıyla 29 yaşını doldurmamış tam mükellef gerçek kişiler yararlanabilmektedir.*

Girişimcilik ekosisteminde girişimciler için temel altyapıya erişim oldukça önemlidir. Oldukça gelişmiş bir fiziksel altyapı, özellikle ekonomik etkileşim ve girişimciliği mümkün kılan bağlamın kilit unsurudur (Stam ve Ven, 2019: 5). Mustafa Kemal Atatürk'ün "*Ekonomik hayatın faaliyet ve canlılığı; ancak ulaştırma vasıtalarının, yolların, trenlerin, limanların durumu ve derecesiyle orantılıdır.*" Özlü sözünde belirttiği gibi altyapının gücü ekonominin gücünü artırmaktadır. Sağlıklı bir altyapıya erişim yeni kurulan girişimlere kolaylık sağlamakta, girişimlerin gelişmesinde ve girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde girişimcileri desteklemektedir (uab.gov.tr). Tablo 20'de Türkiye'nin altyapısının sayısal verileri yer almaktadır:

Tablo 20: Türkiye'nin Altyapısı

Hava yolu yolcu sayısı	210.498.164 yolcu	2018
Hava yolu yük	3.855.231 ton	2018
Kara yolu ağı	247.553 km	2018
Otoyollar	2.842 km	2018
Devlet yolları	31.021 km	2018
İl yolları	34.153 km	2018
Motorlu kara taşıt sayısı	23.153.556	2019 Ekim
Demir yolu toplam hat uzunluğu	12.740 km	2018
Demiryolu yolcu sayısı	185.010 yolcu	2018
Sabit telefon abone sayısı	11.605.347	2019 Mart
Cep telefonu abone sayısı	80.926.481	2019 Mart
İnternet abone sayısı	74.710.286	2019 Mart

Kaynak: TÜİK, 2019

Potansiyel erişilebilirlik, ulaşılabilecek faaliyetleri veya fırsatları temsil eden aktivite fonksiyonu ve bunlara ulaşmak için gereken çabayı, zamanı, mesafeyi veya maliyeti temsil eden fonksiyondan oluşmaktadır (Stam ve Ven, 2019: 8). Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan rapora göre Türkiye'nin girişimcilik ekosisteminin altyapısı değerlendirildiğinde Türkiye 54 ülke arasında 36. sırada yer

almaktadır (Bosma ve Kelley, 2018: 110).

2.2.2.6. Eğitim-Öğretim

Girişimcilik ekosisteminin önemli unsurlarından biri ekosistemi geliştiren eğitim ve öğretimdir. Bu üç WEF raporunda üç gruba ayrılmıştır (WEF, 2013):

- Üniversite Öncesi Eğitimde Mevcut İş Gücü
- Üniversite Eğitimi ile Mevcut İş Gücü
- Girişimciye Özel Eğitim

Kalkınma Bakanlığı tarafından eğitim sistemi ile işgücü piyasası arasındaki uyumun; hayat boyu öğrenme perspektifinden hareketle iş yaşamının gerektirdiği beceri ve yetkinliklerin kazandırılması, girişimcilik kültürünün benimsenmesi, mesleki ve teknik eğitimde okul-işletme ilişkisinin orta ve uzun vadeli sektör projeksiyonlarını dikkate alacak biçimde güçlendirilmesi yoluyla artırılması hedeflenmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2013).

Kalkınma Bakanlığı'nın sitesinden şu verilere ulaşılmaktadır (invest.gov.tr):

- 32,3 milyonu aşkın genç, eğitilmiş ve motive profesyonel (2018, TÜİK)
- Artan çalışan verimliliği
- 183'ten fazla üniversiteden yılda 800.000'i aşkın mezun (2018, YÖK)
- Yarısı meslek liseleri ve teknik liselerden olmak üzere 985.000'in üzerinde lise mezunu (2018, MEB)

KOSGEB ve İşkur tarafından verilen Girişimcilik Eğitimi ve sertifikaları sayesinde binlerce girişimci aday, bir girişimin nasıl kurulacağına dair ücretsiz girişimcilik eğitimi alma imkânına sahip oldu ve olmaktadır.

İŞKUR, 2018 yılında 3679 girişimcilik eğitimi düzenlenmiş, bu eğitimlere 40.806'sı erkek, 40.377'si kadın olmak üzere topla 81.183 kişi katılmıştır (iskur.gov.tr). KOSGEB tarafından 40.000'i aşan işbirliği ile Mart 2018 itibarıyla Girişimcilik Destek Programı sayesinde bir milyonu aşan girişimci adayına Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi ücretsiz olarak verilerek 47.000 civarı girişimin kurulması desteklenmiştir (KOSGEB.gov.tr).

2.2.2.7. Üniversiteler

Girişimcilik ekosisteminin önemli unsurlarından biri ekosistemi geliştiren

katalizör görevi gören büyük üniversiteler WEF raporunda üç gruba ayrılmıştır (WEF, 2013):

- Girişimcilik için Saygı Kültürünü Teşvik Eden Büyük Üniversiteler
- Yeni Şirketler için Fikir Oluşumunda Önemli Bir Rol Oynayan Büyük Üniversiteler
- Yeni Şirketler için Mezunların Temin Edilmesi Konusunda Önemli Bir Rol Oynayan Büyük Üniversiteler

Olarak belirtilmiştir.

Dünyada girişimciliğe saygı kültürünü teşvik eden, yeni şirketlerin oluşmasına rol oynayan kısaca girişimci üniversite denildiğinde ilk akla gelen 1891’de ABD’de kurulan Stanford Üniversitesi olmaktadır. 1951’de dekanının üniversitenin çevresindeki arazileri teknoloji firmalarına bir teknoloji merkezi oluşturmak adına kiraladığında Silikon Vadisi’nin oluşmasına ve bugün dünyanın en gelişmiş girişimcilik ekosistemlerinden birinin oluşmasına büyük katkı sağlamıştır. Bugün dünyaca tanınan HP, Apple, Yahoo, Google gibi firmalar Stanford mezunları tarafından kurulmuştur (Ergen, 2013: 68-69).

Görüldüğü gibi girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde üniversitelerin rolü çok önemlidir. Girişimci üniversite kavramı kapsamında üniversitelerde kuluçka merkezleri, teknoparklar, teknoloji transfer ofisleri kurulmakta, girişimcilik destekleri henüz lisans düzeyindeki öğrencilere tanıtılmakta, üniversitelerde girişimcilik dersleri müfredata eklenmekte, girişimcilik konferansları, seminerleri düzenlenerek girişimcilik bilinci aşılanmakta, başarılı girişimler kurmuş mezunlar davet edilip öğrencilerle buluşturularak girişimcilik teşvik edilmektedir. Ayrıca üniversitelerde öğrencilerin oluşturdukları girişimcilik ile ilgili topluluklar kurulmakta, girişimciliğe ilgisi olan öğrenciler bu alanda çeşitli etkinlikler düzenleyerek hem kendileri hem de etkinliklere katılanları girişimcilikle ilgili bilgilendirmekte ve bilinçlendirmektedirler.

Girişimci üniversitelerin özellikleri aşağıda sıralanmıştır (Cansız, 2016: 46):

- Yeniliklerin kaynağı olmak,
- Ekosistemdeki kuruluşlarla etkin ilişkiler kurmak,
- Uluslararası yapıya sahip olmak,
- Bilgiyi topluma aktarmak,
- Üniversitenin girişimci olması,
- Akademisyenler, öğrenciler ve mezunlarının girişimci olması,

- Esnek yapıya sahip olmak,
- Araştırma süreçlerini geliştirmek.

Türkiye’de 2006 yılında %15,30 olan üniversite mezunu girişimci oranı, 2013 yılında %44’e yükselmiştir. Artık üniversite mezunları girişimciliğe daha yüksek ilgi göstermekte ve girişimciliği kariyer yollarından biri olarak görmektedir (GİSEP, 2013: 39). Ülkemizde üniversite öğrencilerinin yanında üniversitelerin akademisyenleri de üniversiteler bünyesinde kendi girişimlerini kurmaya teşvik edilmektedir. 2018 yılı girişimci ve yenilikçi üniversite endeksine giren ilk 50 üniversitedeki akademisyen firma sayısı 2588’e, bu ilk 50 girişimci üniversite bünyesinde öğrencileri ve mezunları tarafından kurulmuş firma sayısı ise 2571’e ulaşmıştır (TÜBİTAK.gov.tr).

2.2.2.8. Kültürel Destek

Girişimcilik kültürü, girişimciliğin toplumda değerlendirilme derecesini yansıtmaktadır. Belirli bir bölgede bir iş kurmanın ne kadar yaygın olduğu, girişimci olmanın uygun bir kariyer seçimi olarak görülme derecesi ve başarılı girişimcilerin değerlendirilme derecesi ile ölçülebilmektedir (Stam ve Ven, 2019: 7). Girişimcilik ekosisteminin önemli unsurlarından biri olan kültürel destek WEF raporunda altı gruba ayrılmıştır (WEF, 2013):

- Risk ve Başarısızlık Toleransı
- Serbest Meslek Tercihleri
- Başarı Hikâyeleri / Rol Modelleri
- Araştırma Kültürü
- Girişimciliğin Olumlu Görüntüsü
- İnovasyonun Kutlanması

Girişimcilik kültürü bilginin, deneyimin ve uzmanlığın paylaşıldığı bir tutumda gelişmektedir. Başarısızlığa karşı tutum da çok kritik bir öneme sahiptir. Girişimcilerin başarısız olduğunda utanmadığı, hatta farklı firmalara danışman, yönetici olarak bile geçebildikleri ortamlar sağlıklı işleyen girişimcilik ekosistemin kültürünün önemli bir parçasıdır. Burada önemli olan başarısızlık sonrası derin bir nefes alıp girişimciliğe hızlıca geri dönmektir. Ayrıca insanların bir işi bırakıp diğerine geçmesi de normal karşılanmaktadır ki bu bilginin ekosistemde paylaşımını da sağlamaktadır (Mason ve

Brown: 2014, 11). Sağlıklı bir girişimcilik ekosisteminin oluşturulabilmesi ve geliştirilebilmesi için içinde bulunduğu kültürün girişimciliğe olumlu bir bakış açısının olması, başarılı girişimcilerin ödüllendirilmesi, başarılı girişimcilerin rol model alınması, girişimin başarısızlığı halinde yeniden başlamanın mümkün olduğuna dair inancın gelişmiş olması gerekmektedir.

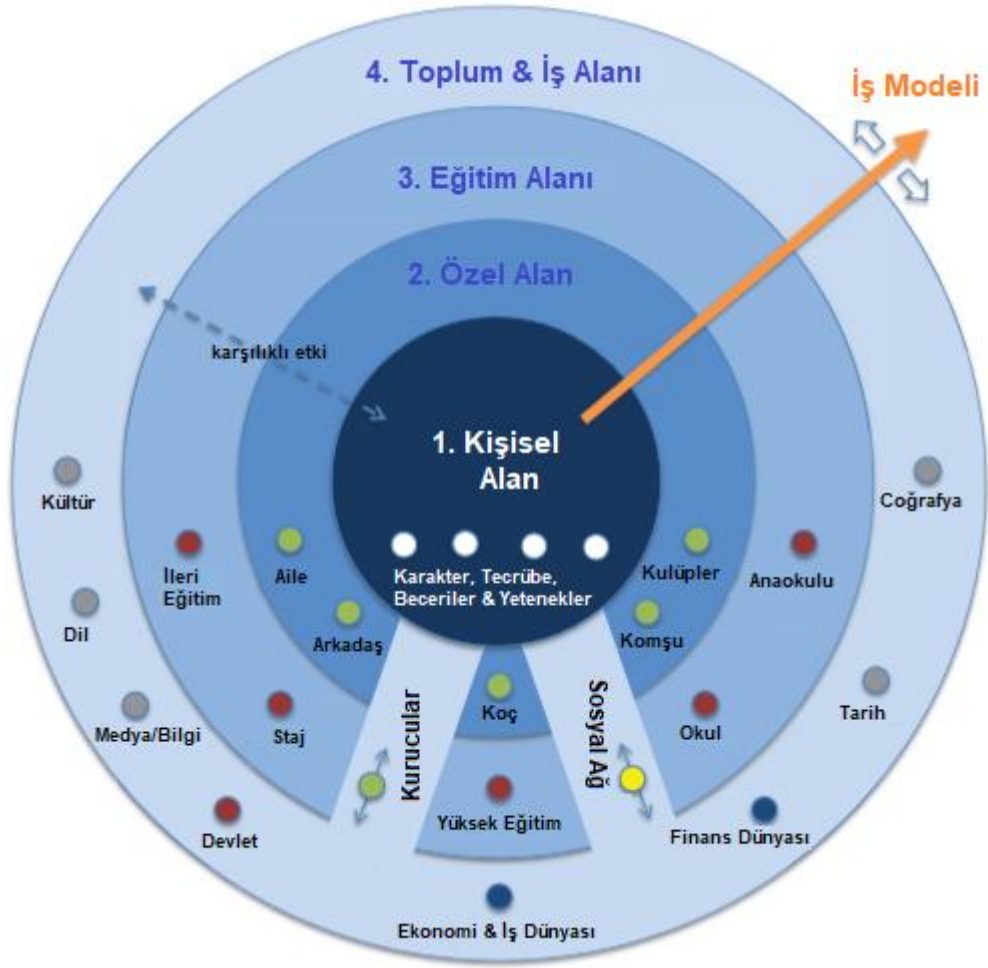
Girişimcilik kültürünün gelişmesi için girişimcilerin başarılarını kutlamak gerekmektedir. Hükümetler, gelişen girişimcilik girişimlerini kutlamak konusunda cesur olmalıdır. Medyayı aktif olarak kullanarak halka açık ödüller verilerek ve girişimciliği destekleyici konuşmalar yaparak ekosistemde kültürel olarak girişimciliğin gelişmesine katkı sağlanabilmektedir (Isenberg, 2010: 46).) Girişimciliği teşvik eden yarışmalar ve başarılı girişimcilere verilen ödüller girişimcilik kültürünün gelişmesine katkı sağlamaktadır. Türkiye’de de bu konuda KOSGEB ve TÜBİTAK başta olmak üzere pek çok devlet kurumu ve özel kurum tarafından düzenlenen yarışmalar ve verilen ödüller bu işlevi yerine getirmektedir (GİSEP, 2015: 63-64).

Türkiye’de Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan rapora göre girişimcilik ekosisteminin kültürel ve sosyal normlarının gelişmişliği açısından 54 ülke arasında 24. sırada yer almaktadır. Girişim niyetleri karşılaştırıldığında 48 ülke arasında 14. sırada, başarısızlık korkusu karşılaştırıldığında ise 49 ülke arasında 42. Sıra yer almaktadır. Girişimciliğin bir kariyer tercihi olarak seçilmesi bakımından 47 ülke arasında 5. Sırada, girişimcilerin statüsü bakımından kıyaslandığında 47 ülke arasında 35. Sırada yer almaktadır (Bosma ve Kelley, 2018: 110).

2.2.4. Girişimcilik Ekosistemi İş Modeli

Girişimcilik iş modeli kişisel alan, özel alan, eğitim alanı, toplum ve iş alanı olarak 4 daireden oluşmaktadır. Daireler, bir yandan kronolojik bir düzen içerisinde, temas ettikleri veya girişimcinin bir parçası oldukları girişimci üzerindeki etki alanlarını temsil etmektedir. Öte yandan, daireler aynı zamanda girişimciye bir kişi olarak yakınlığı temsil etmekte, yakın ve kişiselden Daire III ve IV'ün dışına doğru hareket etmektedir. Yapılan bir araştırmada ortaya çıkan girişimcilik ekosistemi iş modeli Şekil 18’de gösterilmektedir (Schwarzkopf, 2015: 151).

Şekil 18: Girişimcilik Ekosistemi İş Modeli



Kaynak: Schwarzkopf, s.151

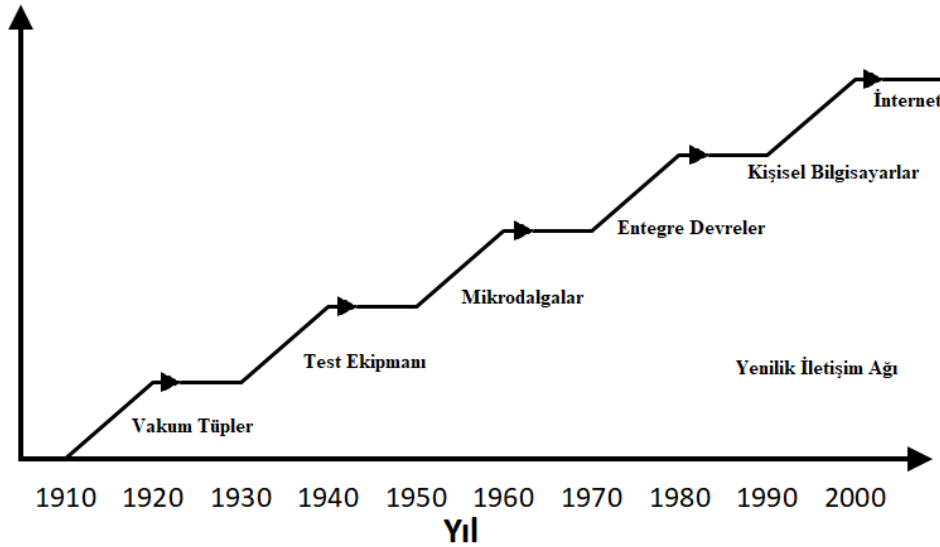
Noktalar, kökenleri ile ilgili dairede bulunan etkileyen unsurları temsil etmektedir. Tüm daireler ve unsurları birbirine bağlıdır ve birbirlerini etkileyebilmektedir. Karakter, tecrübe, beceriler ve yetenekleri sembolize eden beyaz noktalar girişimcinin özellikleriyle ilgilidir. Aile, arkadaş, koç, komşu, kulüpleri sembolize eden yeşil noktalar kişilerle ilgilidir. Eğitim alanındaki anaokulu, okul, yüksek eğitim, staj ve ileri eğitimi sembolize eden kırmızı noktalar, hizmet sunan ve kurallar oluşturan kurumlar ve şirketler hakkındadır. Kültür, dil, medya/bilgi, tarih, coğrafyayı sembolize eden gri noktalar Toplum ve iş alanındaki öğelerdir. Mavi noktalar ekonomi ve iş dünyası ve finans dünyasını sembolize eden girişimci üzerinde büyük etkisi olan yeni bir ekosistemin öğeleridir. Sarı nokta insanlar, çerçeve veya ekosistemin kendisi gibi çeşitli alanların bir karışımı olan sosyal ağ öğesini temsil etmektedir. Model çubuğu, tüm daireler ve öğelerin

model üzerindeki etkisini gösteren tüm çevrelere ulaşmakta, bardaki oklar, iş modelinin sürekli hareketinin ve gelişiminin ve dolayısıyla belirli zamanlarda unsurlarla farklı temas noktalarının altını çizmektedir. Ekonomi ve iş dünyasından sağa ve sola iki koridor, tüm çevrelerin ve elemanlarının bağlantısının kısaltmasıdır. Kurucu ortak ve sosyal ağ elemanı da oklarla gösterilen II, III ve IV Çemberi arasında hareket edebilmektedir (Schwarzkopf, 2015: 151). İşte bu model girişimcilik ekosisteminin iş modelini sembolize etmektedir.

2.2.5. Girişimcilik Ekosisteminin Dünyadaki Örnekleri

Girişimcilik ekosistemi denilince akla ilk gelen örnek Silikon Vadisi olmaktadır. Şekil 19'da ki grafikte Silikon Vadisi girişimcilik ekosisteminin yıllar geçtikçe nasıl bir gelişim gösterdiği görülmektedir.

Şekil 19: Silikon Vadisinin Gerçek Tarihi



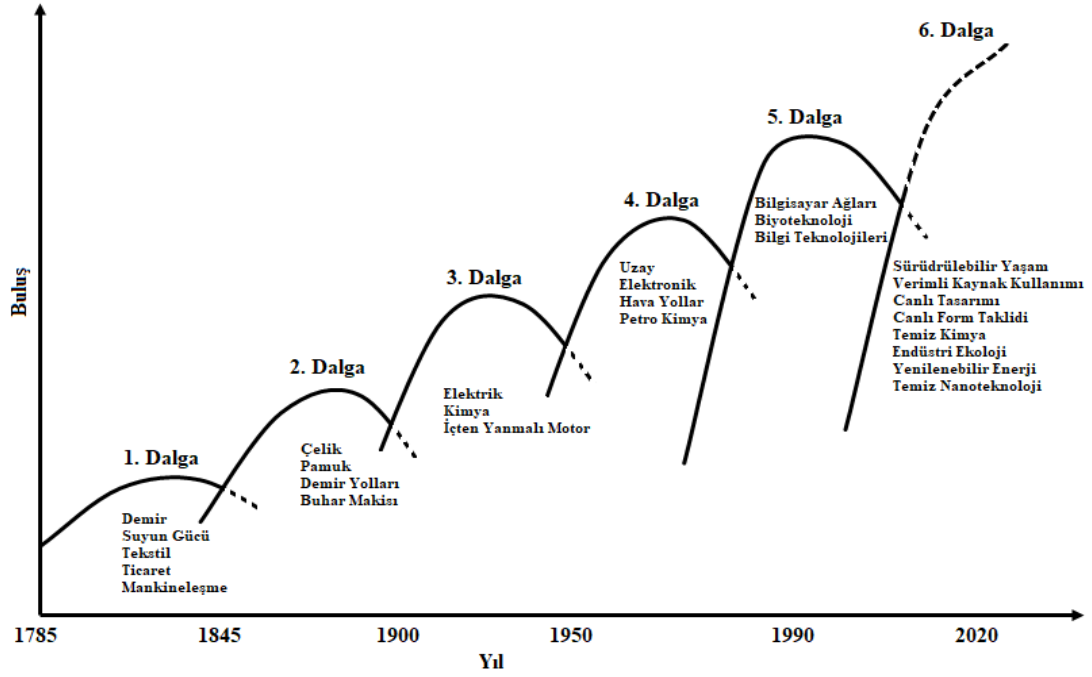
Kaynak: Ergen, 2013

Vakum tüplerinin icadı, bugünkü teknolojinin kalbini oluşturarak temelini atmıştır. Sonrasında radyo çağı ile Silikon Vadisinin esas kültürü yerleşmeye başlamış, ardından silikon çağında transistörlerin icat edilmesiyle Fairchild Yarıiletken şirketinin kurulması Silikon Vadisinin kuruluşu olarak kabul edilmiştir. Bu şirketten ayrılarak kendi şirketini kuranlara Fairchildren şirketleri Silikon Vadisinde önemli bir yere sahiptir. Yazılım çağının başlamasıyla entegre devrelerden internete ve sosyal medya iletişiminden bugünlere uzanan Silikon Vadisi Girişimcilik ekosistemi zaman içinde

oldukça gelişmiştir. İnovatif girişimler inovatif dalgaları yaratarak ekonomiye öncülük etmektedir (Ergen, 2013: 55).

Şekil 20’de 1785 ve 2020 yılları arasındaki inovasyon dalgalanmaları verilmiştir. Günümüzde sürdürülebilir yaşam, temiz nanoteknoloji gibi alanlar inovasyonun gerçekleştiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Ergen, 2013: 327).

Şekil 20: 1785-2020 Arası İnovasyon Dalgalanmaları



Kaynak: Ergen, 2013

Görüldüğü gibi inovasyon girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Tarihten bugüne pek çok inovasyon dalgası yaşanmıştır. Teknolojinin hızla ilerlediği günümüzde 6. dalgayı yaşayan bir dünyada inovasyon sonucu geliştirilen ürünlerin ticarileştirilmesiyle girişimlerini kuran girişimciler hem girişimcilik ekosistemini geliştirmekte hem de teknolojinin gelişimine katkı sağlayarak bilgi birikimini artırmakta insanlığa faydalı olmaktadır.

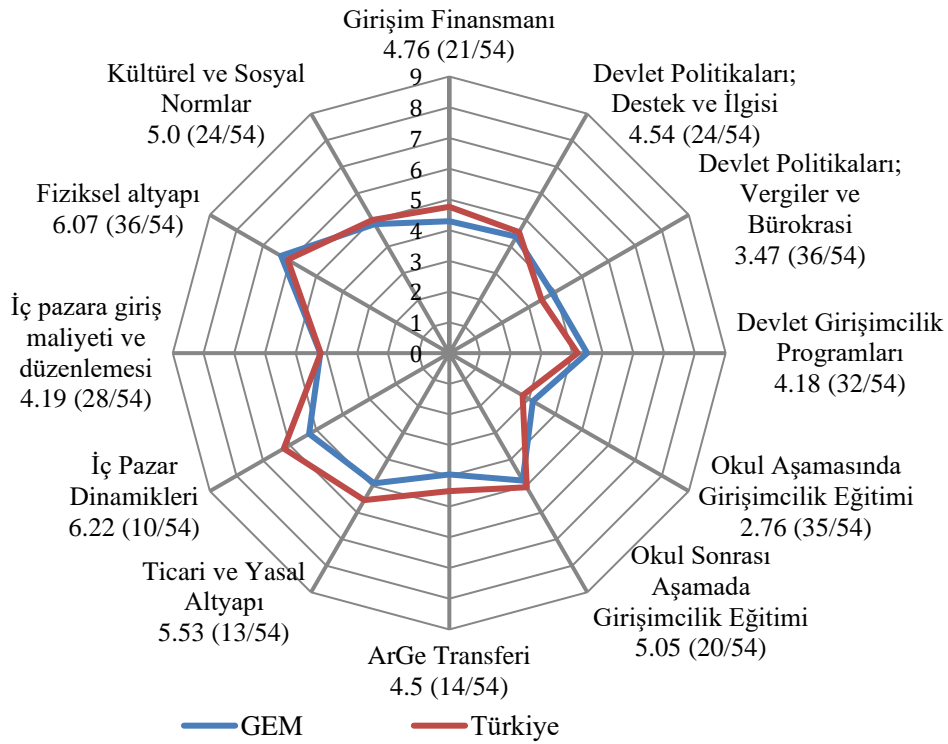
2.2.6. Girişimcilik Ekosisteminin Önemi ve Ekonomiye Katkısı

İyi işleyen, gelişmiş bir girişimcilik ekosistemi, girişimlerin daha kolay kurulmasını, daha hızlı büyümesini ve daha uzun süre hayatta kalmasını destekleyerek girişimci yatırımların sayısını arttırarak, işgücüne istihdam yaratılmasına, işsizliğin

azaltılmasına, iktisadi büyümeye sebep olarak ülke ve dünya ekonomisine önemli ölçüde katkılar sağlamaktadır. Yeni girişimler, yeni bir fayda, ürün, hizmet vb. kısaca katma değer yaratarak aynı zamanda sonraki girişimler için önemli bilgi birikimi oluşturmakta, girişim ekosisteminin gelişmesine daha da katkıda bulunmaktadır.

2018 yılı Dünya Ekonomik Forumu verilerine göre Türkiye, ortalama gelir grubu olarak üst orta sınıfta (upper middle), küresel rekabet sıralamasında 140 ülke arasında 61. sırada yer almaktadır. 2018 yılı Dünya Bankası verilerine göre iş kurma (starting a business) puanı 100 üzerinden 88.21, 190 ülke arasında 78. sırada; iş yapma, ticaret yapma kolaylığı puanı 100 üzerinden 74.33, 190 ülke arasındaki yeri 43. sırada yer almaktadır (Bosma ve Kelley, 2018: 110).

Şekil 21: Girişimcilik Ekosistemi Çerçeve Şartlarının Uzman Değerlendirmesi



Kaynak: Bosma ve Kelley, 2018: 110

* EFC skalası: 1 = çok yetersiz durum, 9 = çok yeterli durum. Parantez içinde kaydedilen toplam 54 puan.

Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan raporuna göre yukarıdaki Girişimcilik Çerçeve Şartlarının Uzman Değerlendirmesi grafiğinde

Türkiye'nin girişimcilik ekosistemini değerlendirilmektedir. Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi unsurları değerlendirildiğinde genel olarak ortalamaya yakın olduğu bazı unsurlarda ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir.

Ekonomik ve sosyal alanlardaki önemli gelişmelere rağmen büyüme seyri, verimlilik oranları, cari açık, tasarruf oranları, enerji arz güvenliği, üretim ve ihracatın teknoloji kompozisyonu, yerli yenilik kapasitesi, işgücü niteliği, istihdam, fiziki ve beşeri altyapı, bölgesel gelişme ve şehirleşme ile kurumsallaşma Türkiye'nin daha fazla gelişme göstermesi gereken başlıca alanlardır. Ülkemiz; jeopolitik avantajları, genç nüfusu, dünyayla giderek bütünleşen girişimcileri, bankacılık ve mali yapısı, iç pazar fırsatları, gelişmiş ve gelişmekte olan pazarlara yakınlığı ve ekonomik yapısıyla gelişmekte olan ülkeler arasında önemli bir büyüme potansiyeline sahiptir (Onuncu kalkınma planı, 2014-2018, ss.26). İyi bir büyüme potansiyeline sahip ülkemiz girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi için yapılan çalışmalar sonucu girişimcilik temelli büyüme ile gitgide uluslararası alanda daha başarılı bir yere sahip olacaktır.

Genç çalışmasında girişimcilik ekosistemi ile büyüme ilişkisini şu şekilde ifade etmektedir: *“Yüksek düzeyde girişimcilik, ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Ne var ki, her aşamada girişimcilik düzeyinin yüksek olması ekonominin gelişmişlik düzeyini göstermemektedir. Örneğin 1999'dan beri girişimciliğe ilişkin araştırmalar yapan GEM verilerine göre, Uganda'da ve Peru'da girişimcilik düzeyi yüksek olmakla birlikte bu ülkeler düşük gelirli ülkeler grubundadır. Bu ülkelerde genellikle ekonomi, ücretli iş imkânı yaratmamaktadır. Yüksek girişimcilik düzeyinin yüksek büyümeye dönüşmemesi zorunluluktan kaynaklanan girişimciliği ifade etmektedir. Yüksek gelirli Almanya, Fransa, Belçika, İtalya ve Finlandiya gibi Avrupa Birliği ülkelerinde girişimcilik düzeyi bu ülkelere göre düşüktür. Uganda ve Peru'da söz konusu olan kendi hesabına çalışma şeklinde gerçekleştirilen girişimciliğin ve girişimciliğin bu türü gelişmeyi sağlamaya yardımcı olmamaktadır. Girişimcilik ekosistemden beslenmektedir. Yüksek girişimcilik potansiyeli taşıyan Uganda ve Peru vatandaşlarının Silikon Vadisi gibi girişimciliğin beşiği sayılan bir atmosferde başarılı olması girişimcilik ekosistemi ile alakalıdır”* (Genç, 2017: 26).

Girişimcilik Ekosistemi Derneği (GED) başkanı konuşmasında girişim ekosisteminin önemini şu şekilde vurgulamakta: (ged.org.tr, 2019)

“40 yıl önce, ABD ve İngiltere gayri safi millî hâsıllarını büyütecek modelin girişimciliği geliştirmekten geçtiğini keşfetti. Ronald Reagan’ın ‘Reagonomics’ adlı iktisat politikası, girişimcilik ve inovasyon merkezliydi. Yine, Margaret Thacther’ın bütününe ‘Thatcherism’ adı verilen iktisadî politikası da 1975’te İngiltere’deki girişimciliğe yeni bir ufuk kazandırmıştı. Almanya da girişimciliği merkezine koyan ülkelerden biri oldu. Bugün Almanya’yla nüfusumuz hemen hemen aynı. Almanya’da iş hayatındaki nüfus 40 milyon; bizde 20 milyon. Demek ki önümüzde iş hayatına adapte etmemiz gereken 20 milyon kişi daha var.”

Girişimcilik ekosisteminin gelişmişliği girişimcileri desteklemekte, yerleşmiş bir girişimcilik ekosistemi girişimlerin kurulmasını, büyümesini ve hayatta kalmasını olumlu şekilde doğrudan etkilemektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BURSA BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Bu bölümde araştırmamızın ana ögesini oluşturan Bursa'nın sosyo-ekonomik yapısı ve girişimcilik ekosistemi anlatılmaktadır. Ardından yapılan alan araştırmasının sonuçları yer almaktadır. Bu kapsamda öncelikle ilin jeopolitik konumu, tarihi, toplumsal ve ekonomik yapısı, dış ticaret ve iç ticaret durumu gösterilmiştir. Sonrasında Bursa'nın girişimcilik ekosistemi tüm unsurlarıyla ele alınmıştır.

3.1. BURSA'NIN SOSYO-EKONOMİK YAPISI

Tarihten bugüne ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olan Bursa, sanayi, turizm, tarım, hizmet gibi pek çok sektörde gelişmiş bir yapıya sahiptir. Ülke ekonomisinde önde gelen şehirlerarasında bulunan Bursa ile ilgili genel bilgiler aşağıdaki Tablo 21'de gösterilmektedir.

Tablo 21. Bursa Hakkında Genel Bilgiler

Bursa'nın Nüfusu (2018)	2.994.521
Bursa'nın Yüzölçümü (km ²)	10.882
Yüzölçümü Bakımından Sıralaması	27
Nüfus Yoğunluğu (km ²)	287
İthalat (Bin \$) (2018)	8.517.369
İhracat (Bin \$) (2018)	11.150.864
Dış Ticaret Hacmi (Bin \$) (2018)	19.668.233
Ülke Dış ticaret Hacmindeki Payı (%) (2017)	5,03
Bursa Limanlarında Yükleme-Boşaltma Yapılan Toplam Gemi/Yük (2018)	3.923 Adet 13.131.688 Ton
Toplam İşletme Sayısı	78.041
Sosyal Güvenlik Kapsamında Çalışan Sayısı	954.790
Sosyal Güvenlik Kapsamında Emekli Sayısı	537.453
Sosyal Güvenlik Kapsamı Bakımından Yükümlü Sayısı	1.246.331
Sosyal Güvenlik Kapsam Oranı	%99,70
Kayıtlı İşgücü	210.080
Kayıtlı İşsiz Sayısı	99.932
Açık İş Sayısı	101.314
İşe Yerleştirme Sayısı	54.474

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

Tablo 21’de görüldüğü gibi yaklaşık üç milyon nüfusuyla, yüksek işletme sayısı, çalışan sayısı ve iç dış ticaret hacmiyle Bursa ülkemizde önemli bir yere sahiptir.

3.2. BURSA’NIN GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİNİN UNSURLARI

Bu bölümde Bursa’nın girişimcilik ekosistemi ile Bursa’nın Pazar analizi, insan kaynağı, yatırım ve finansman, destek sistemleri, düzenleyici çerçeve ve altyapı, eğitim-öğretimi, üniversiteleri ve girişimcilik kültürü olarak sayacağımız girişimcilik unsurları yer almaktadır.

Bursa girişimci yapısıyla dünden bugüne pek çok girişime ev sahipliği yapmıştır. Bursa’da doğup büyüyen firmaların pek çoğu uluslararası piyasalarda faaliyet göstermekte, ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Girişimcilik ekosistemi kavramının son yıllarda önemli bir gündem oluşturduğu Bursa’da girişimcilik faaliyetleri ve girişimci pek çok açıdan desteklenmektedir.

3.2.1. Bursa’nın Pazar Analizi

Pek çok konuda ilke imza atan Bursa, Türkiye’nin ilk organize sanayi bölgesine sahiptir. Bursa Organize Sanayi Bölgesi 1966 yılında kurulmuştur (Özdemir ve Bozkurt, 2016: 30). Bursa’da Organize Sanayi Bölgeleri (OSB), Küçük Sanayi Siteleri (KSS) ve Serbest Bölge olmak üzere üç tip sanayi yapılanması bulunmaktadır. 2018 yılı Bursa valiliği verilerine göre; OSB sayısı 18 iken, bu OSB’lerde toplam 1864 işletme (tesis) bulunmaktadır. Bu işletmelerin yarattığı istihdam sayısı 185.170’dir. KSS sayısı 13 iken, yine bu KSS’lerde toplam 5942 işletme bulunmaktadır. KSS’lerin yarattığı istihdam ise 25.193’tür. Serbest bölge sayısı ise sadece birdir. Serbest bölgenin toplam büyüklüğü 825 dönüm olmakla beraber içinde 89 adet faal firma (toplam 136 adet ruhsatlı kapasite) bulunmaktadır. Serbest bölgenin yarattığı istihdam ise 9.937’dir. Ancak bu serbest bölgenin ticaret hacmi 1.918.150.680 \$’dır (bursa.gov.tr).

Bu verilerden görüleceği gibi Bursa sanayisinde işletmelerin %75,26’sını KSS’lerde bulunan KOBİ’ler oluşturmaktadır. Her ne kadar toplam istihdamın sadece %11,44’ünü oluştursa bile KOBİ’lerin oranı ciddiye alınacak kadar çoktur.

Tablo 22: Bursa'daki Firma Türleri

Şirket Türü				Toplam
Anonim	Limited	Şahıs	Diğer	
8.424	31.995	10.512	1.457	52.388

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

2018 verilerine göre Bursa'da toplam 52.388 firma bulunmaktadır.

3.2.2. İnsan Kaynağı

Yapılan bir araştırmada Bursa'nın kent nüfusunun %38,1'inin burada doğduğu geriye kalan %61,9 oranında bir nüfusun iç ve dış göçlerle gelenlerden oluştuğu ortaya çıkmıştır verilmiştir (Özdemir ve Bozkurt, 2016: 25). Karma bir yapıya sahip kentin ihtiyaç duyulan kalifiye işgücüne sahip olması, Bursa'nın sanayisinin, ticaretinin, ekonomisinin gelişmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Koç grubunun otomotiv fabrikasının ilk fabrika müdürü Enrico Martinetti, fabrikanın yerini belirlemeden önce pek çok şehirdeki pres, metal işleri üreticilerini yerinde ziyaret etmiş, en son "*Bursa insanı sacı prese bir başka veriyor, çekici bir başka tutuyor*" diye raporlamasıyla fabrikanın Bursa'da kurulmasına karar verilmiştir (Özdemir ve Bozkurt, 2016: 30). Bu küçük anekdot bile Bursa'nın nasıl kalifiye bir işgücüne sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 23: Bursa'da Kayıtlı Çalışan Sayısı

Nüfus (TÜİK 2017 ADNKS)		SGK Kapsamında Çalışan Kişi Sayısı				SGK Kapsamında Çalışanların Toplam Nüfusa Oranı (%)
		Memur	Bağ-Kur	İşçi	Toplam	
Bursa	2.994.521	80.414	112.367	762.009	954.970	31,89
Türkiye	82.003.882	3.022.885	3.061.496	16.505.372	22.589.753	27,54

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

2018 yılı Bursa Valiliği verilerine göre; Bursa'daki faal işyeri (işletme) sayısı 78.041 iken, bu işletmelerdeki çalışan (işçi) sayısı 762.009'dur.

3.2.3. Yatırım ve Finansman

Bursa, dünden bugüne pek çok farklı alandaki yatırımcının merceğine girmiş, pek çok sektörden yatırımcıya bünyesinde yer açmıştır. Tablo 24'te devlet desteklerinden faydalanan işletme sayıları ve sektörel dağılımları görülmektedir.

Tablo 24: Sanayinin Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu

Sektörler	İşletme Sayısı	Dağılım
İnşaat	7925	%19,98
Perakende ticaret	5765	%14,54
Tekstil ve Hazır Giyim	4085	%10,30
Gıda, Tarım ve Hayvancılık	3408	%8,59
Makine	3203	%8,08
Hizmet Ticaret	2529	%6,38
Ekonomik İlişkiler ve Finans	2462	%6,21
Otomotiv	1827	%4,61
Diğer	8456	%21,21

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

Tablo 24'te de görüldüğü gibi devletlerden yararlanma ile ilgili olarak inşaat sektörü ilk sırada yer alırken, ardından gelen perakende ve tekstil sektörü de yüksek paya sahiptir.

Tablo 25: Açılan Firmalar

Yıllar	Oc.	Şub.	Mart	Nis.	May.	Haz.	Tem.	Ağu.	Eyl.	Ek.	Kas.	Ara.	Top.
2018	495	372	369	442	398	310	334	253	312	304	321	365	4275
2017	394	308	346	334	356	372	320	330	268	371	344	342	4085
2016	350	368	335	349	290	324	141	283	212	287	281	347	3567
2015	402	261	285	292	253	267	220	247	236	294	290	354	3401
2014	473	230	302	305	259	242	272	224	256	224	258	469	3558
2013	349	297	280	314	322	221	246	160	274	173	285	320	3241
2012	371	251	240	208	255	251	209	170	210	227	240	195	2827
2011	365	288	326	333	297	355	246	252	268	290	209	223	3452
2010	280	222	291	248	256	266	250	239	182	240	252	278	3004
2009	313	204	197	206	216	231	229	182	192	199	206	247	2622
2008	345	325	263	248	252	243	295	205	233	149	196	177	2931
2007	258	247	297	214	276	258	204	265	281	211	260	235	3006
2006	221	330	264	238	240	254	188	212	184	170	218	281	2800
2005	226	147	261	220	215	251	204	218	271	239	190	265	2707
2004	181	110	165	161	156	184	217	175	182	172	182	243	2128
2003	160	96	158	186	186	165	182	173	180	156	102	216	1960

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

Tablo 25’te Bursa’da yıllar içinde açılan firma sayısındaki değişim görülmektedir.

Tablo 26: Kapanan Firmalar

Yıllar	Oc.	Şub.	Mart	Nis.	May.	Haz.	Tem.	Ağu.	Eyl.	Ek.	Kas.	Ara.	Top.
2018	166	101	122	82	58	80	140	82	102	116	74	162	1285
2017	171	72	70	48	60	72	57	110	62	176	89	108	1095
2016	129	91	77	10	183	66	96	51	40	121	114	115	1093
2015	132	93	88	84	67	92	107	69	71	58	88	66	982
2014	131	48	89	113	59	73	96	42	73	49	72	137	982
2013	151	95	86	96	89	82	86	51	62	78	70	122	1068
2012	141	59	59	46	53	69	102	61	51	67	88	123	919
2011	89	69	93	86	91	76	80	80	66	77	90	96	993
2010	90	85	84	58	59	70	68	66	41	35	61	80	797
2009	118	30	126	79	67	87	93	68	98	76	74	117	1033
2008	108	64	61	48	51	73	108	59	67	57	63	79	838
2007	106	58	83	43	46	55	60	44	45	45	54	56	695
2006	44	55	30	68	78	72	41	52	39	37	61	75	652
2005	42	24	67	47	51	43	49	25	23	29	33	25	458
2004	37	28	38	23	26	34	47	41	29	54	43	57	457
2003	60	33	112	44	39	41	24	24	40	33	36	64	550

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

Tablo 26’da Bursa’da yıllar içinde kapanan firma sayısındaki değişim görülmektedir. Yıllar içinde açılan ve kapanan firmaların sayısında bir artış olduğu görülmektedir.

Bursa’da BTSO Ekonomik İlişkiler ve Finans Konseyi öncülüğünde, ‘Girişimci Yatırımcı Buluşması’ için bir komisyon belirlenmiş, girişimcilere finansman desteği sağlamak için girişimciler ile yatırımcıları buluşturup yeni girişimlerin ekonomiye kazandırılması, melek yatırımcı ağı oluşturulması için çalışmalar yapılması amaçlanmıştır (btso.org.tr).

3.2.4. Destek Sistemleri

Bursa girişimcilik ekosistemi önemli destek sistemlerine sahiptir. Tablo 27’de sanayinin devlet desteklerinden yararlanma durumu yer almaktadır.

Tablo 27: Sanayinin Devlet Desteklerinden Yararlanma Durumu

Sermaye Türü	Yıllar	Belge Sayısı	Sabit Yatırım (Milyon TL)	Sağlayacağı İstihdam
Yabancı Sermaye	2014	24	983	1.229
	2015	13	221	552
	2016	12	1.358	1.774
	2017	45	1.080	1.852
	2018	31	8.967	1.398
Yerli Sermaye	2014	185	1.793	5.556
	2015	155	2.055	5.243
	2016	153	2.314	4.318
	2017	302	3.102	6.659
	2018	300	4.392	6.355

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

Bursa'daki girişimcilik ekosistemi geliştikçe desteklerden sağlanan istihdamın ve yapılan yatırım miktarının yıllar içinde arttığı görülmektedir.

ULUTEK

Bakanlar Kurulu'nun 2005/9310 Sayılı Kararı ile kurulan Uludağ Üniversitesi ULUTEK Teknoloji Geliştirme Bölgesi; üniversitenin Görükle Kampüsünün 471.230 m² alanında faaliyet göstererek ülkemizin on yedinci Teknoloji Geliştirme Bölgesidir. %97 doluluk oranıyla bünyesinde 133 firma ile üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörleri ile işbirliği halinde ARGE ve teknoloji geliştirmeyi teşvik ederek ülke ekonomisine katkı sağlamayı amaçlamaktadır (ULUTEK.com.tr).

Tablo 28: ULUTEK Hakkında Bilgiler

Personel Durumu	
Yasa Kapsamında Çalışan AR-GE Personeli	755
Yasa Kapsamı Dışında Çalışan Personel	51
Destek Personeli	81
Toplam Personel Sayısı	887
Proje Durumu	
Biten Proje Sayısı	1495
Devam Eden Proje Sayısı	208
Sonuçlandırılmayan Proje Sayısı	57
Mevcut AR-GE Firma Sayısı	131
Patent Sayısı	53
İhracat Rakamı	11.863.150 \$

Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

Tablo 28’de de görüldüğü gibi ULUTEK Bursa’daki girişimleri oldukça desteklemekte, Bursa’nın ihracatına önemli katkı sağlamaktadır. ULUTEK’te yer alan firmalara aşağıdaki avantajlar sağlanmaktadır:

- Gelir ve kurumlar vergisi muafiyeti
- Ücretlere uygulanan gelir vergisi muafiyeti
- Ar-ge personelinin %10’u kadar destek personeline gelir vergisi muafiyeti
- SGK işveren prim desteği
- Gümrük vergisi muafiyeti
- KDV muafiyeti (yazılımlara yönelik)
- Öğretim üyelerine sağlanan destekler
- Bölge dışı çalışma izni
- Teknolojik ürün yatırım desteği
- Makine ve teçhizat alımında KDV istisnası
- Temel bilimler mezunlarına destek
- TÜBİTAK projelerine sağlanan özel destek uygulamaları (BIGG ULUKOZA)
- Ulusal ve Uluslararası programlara erişim desteği
- Kümelenme ve işbirliği olanakları

Sayılan avantajlarının yanında ULUTEK ön kuluçka, kuluçka, teknoloji transfer ofisi, eğitim salonları, restoran ve kafeterya, kampüs içi servis hizmeti sağlamaktadır.

TTO

2012 yılında TÜBİTAK 1513 Programı kapsamında kurulan Uludağ Üniversitesi Teknoloji Transferi Ofisi, üniversite ve sanayi işbirliğinde Ar-Ge projelerini destekleme, fikri ve sınai mülkiyet haklarının tescili ve korunması, pazarlanması, ticarileştirilmesi amacıyla ULUTEK bünyesindeki ofisinde hizmet vermektedir (uludagtto.com).

BEBKA

Bursa girişimcilik ekosistemine önemli destek sayılan BEBKA; Bursa, Eskişehir ve Bilecik şehirlerinde kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında işbirliğini ve iletişimi geliştirerek mali ve teknik destekleri ile büyümeye katkı sağlayan, kapsamındaki şehirlerin sorunlarına çözümler sunan, kaynaklardan verimli faydalanılması ile sürdürülebilir kalkınma doğrultusunda hizmet sunan bir kurumdur (bebka.org.tr).

BTSO

1889 yılında kurulan Bursa Ticaret Sanayi Odası, Bursa'nın ticaret ve sanayisini geliştirerek ekonomisine katkı sağlamak amacıyla üyelerine hizmet vermektedir. Üye firmalarını geliştirmek adına yaptığı pek çok yurt içi ve yurt dışı iş gezileri, etkinlikler, projeler ve BTSO Akademi bünyesinde verdiği eğitimler ile Bursa'nın girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde önemli katkıları bulunmaktadır (btso.org.tr). Ayrıca bünyesindeki sektörel kümelerle sektörel iletişimin ve işbirliğinin gelişmesine yönelik iş ağları sunmakta, firmaları teşvikler ve desteklerden haberdar ederek girişimcilik ekosisteminin destek sistemlerinin işlevselleşmesini geliştirmektedir.

3.2.5. Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı

Bursa Valiliği verilerine göre 2018 sonu itibari ile 496.823'ü otomobil olmak üzere toplam 890.824 araç trafikte seyir etmektedir. Bursa merkez ve sanayileri genel olarak İstanbul, Ankara ve İzmir yollarının kesişmesiyle birleşmektedir. Yenişehir Havaalanı 2016 yılında 274 bin yolcu taşımaya rağmen, her geçen yıl bu sayı azalmaktadır. Bunun temel sebebi, lojistik olarak öncelikli tercihlerin İstanbul Sabiha Gökçen Havaalanı olmasıdır. Havaalanının kullanım oranının düşük olmasına rağmen İstanbul – Bursa arası deniz otobüsü taşımacılığının (İDO ve BUDO) daha çok tercih

edilmektedir. 2018 yılı toplam yolcu taşıma sayısı 3.303.712'dir. Bu sayının her geçen yıl gerçekleşen ekonomik büyümeler ile daha da artması öngörülmektedir. Ayrıca devam etmekte olan Ankara ve İstanbul bağlantılı hızlı tren çalışmaları bulunmaktadır.

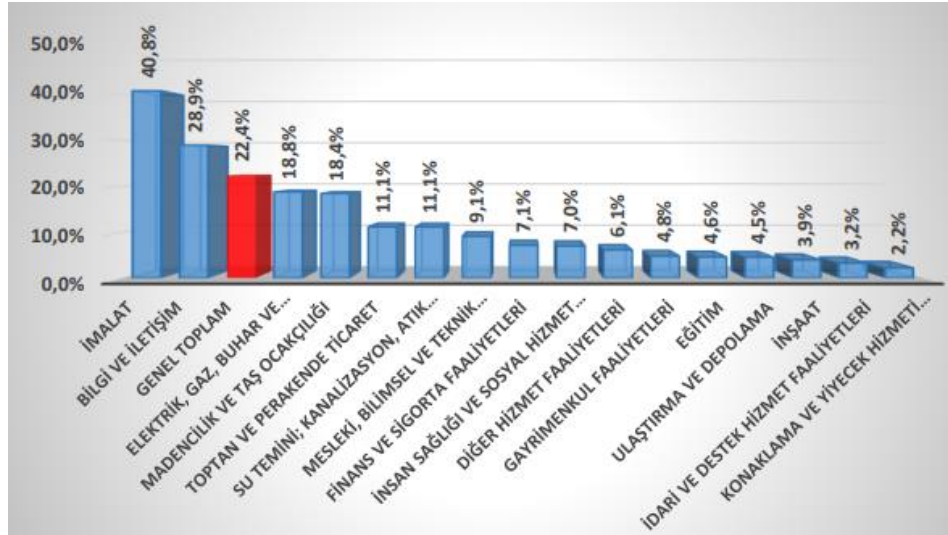
Tablo 29: Bursa'nın Ulaşım ve Altyapısı

Toplam Devlet ve il Karayolu Uzunluğu (km) (2016)	1.359
Toplam Otoyol Uzunluğu (km) (2016)	131
Havalimanı Yolcu Sayısı (Gelen – Giden) (2016, yıllık)	274.891
Serbest Bölge	1
Organize Sanayi Bölgesi Sayısı	18
Fiber-Optik Kablo Uzunluğu (km) (2016)	8.436
Geniş Bant İnternet Abone Sayısı (2016)	2.307.667
Mobil Telefon Abone Sayısı (2016)	2.661.650

Kaynak: bursainvest.gov.tr, 2019

Bursa'da pek çok firmada Araştırma geliştirme çalışmaları yapılmaktadır. ARGE çalışmaları Bursa'nın girişimcilik ekosisteminde önemli bir yere sahiptir.

Şekil 22: Bursa'da Araştırma Geliştirme Çalışmaları Yapan Firmaların Sektörel Dağılımı



Kaynak: iskur.gov.tr, 2019

Şekil 22'de Bursa'daki ARGE çalışmaları da yer alan firmaların sektörel dağılımı görülmektedir. Görüldüğü gibi sanayisi gelişmiş olan Bursa'da en çok ARGE çalışması

imalat sektöründe yapılmaktadır.

Bursa'da 128 adet ARGE merkezi, 25 tasarım merkezi, 38 teknolojik ürün deneyim belgesi bulunmaktadır. Patent başvuru sıralamasında Türkiye'de dördüncü sırada yer alarak önemli bir yere sahiptir.

Tablo 30: Bursa'da ARGE-Patent Bilgileri

Patent Başvuru Sayısı (2017)	440
81 İl İçinde Patent Başvuru Sırası (2017)	4
AR-GE Merkezi Sayısı (Temmuz 2019)	128
81 İl İçinde AR-GE Merkezi Sayısı Sırası (Temmuz 2018)	3
Tasarım Merkezi Sayısı (Haziran 2019)	25
Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı (2019)	18
Teknolojik Ürün Deneyim Belge Sayısı (Ağustos 2019)	38

Kaynak: bursainvest.gov.tr, 2019

Bursa, ARGE çalışmaları, patent başvuruları, teknolojik ürün destek belge sayısı bakımından ülkenin ilk sıralarında yer alan şehirlerden biridir.

3.2.6. Eğitim Öğretim

Bursa'da girişimci adaylarına girişimlerini kurmadan önce girişimcilik ile ilgili eğitimler verilmektedir. İŞKUR tarafından verilen girişimcilik eğitimi sayıları ve katılımcıların cinsiyeti bakımından sayıları yıllar itibarıyla aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 31: Girişimcilik Eğitim Programı ve Katılımcı Sayıları (2010-2017)

Yıllar	Kurs	Kadın	Erkek	Toplam
2010	311	2.861	3.123	5.984
2011	259	2.028	2.766	4.794
2012	399	2.868	3.973	6.841
2013	313	1.861	2.767	4.628
2014	311	2.307	2.293	4.600
2015	276	2.076	3.059	5.135
2016	210	1.513	2.712	4.225
2017	93	1.298	286	1.584

Kaynak: iskur.gov.tr, 2019

Tablo 31’de de görüldüğü gibi önemli sayıda girişimci adayı girişimlerini kurmadan önce yeterli bilgiye sahip olabilmektedir.

BTSO Akademi bünyesinde bugüne kadar üye firmalarına ve çalışanlarına yönelik verilen 400 eğitim ile 30.000 katılımcıya ulaşılmıştır (akademi.btso.org.tr).

Tablo 32’de İŞKUR tarafından 2018 yılında Bursa’da verilen eğitimler yer almaktadır.

Tablo 32: 2018 yılında İŞKUR Eğitimlerine Katılanların Sayısı

Eğitim türü	Program sayısı	Erkek sayısı	Kadın sayısı	Toplam katılımcı sayısı
Mesleki eğitim	157	757	1.990	2.747
Girişimcilik eğitimi	151	1.528	1.601	3.129
İşbaşı eğitim programı	3.948	5.477	4.958	10.435

Kaynak: iskur.gov.tr, 2018 istatistik yılı

İŞKUR tarafından 2018’de düzenlenen 157 mesleki eğitim kursuna 2474 kursiyer, 151 girişimcilik eğitimine 3.129 girişimci adayı, 3.948 işbaşı eğitim programına da 10435 kişi katılmıştır.

3.2.7. Üniversiteler

Bursa’da eğitim ve öğretimine uzun bir süredir devam eden Bursa Uludağ Üniversitesi (BUÜ) başta olmak üzere Bursa Teknik Üniversitesi (BTÜ) ve Faruk Saraç Tasarım Okulu öğrencilerine verdikleri kaliteli eğitimle ayrıca girişimcilik dersleri ile girişimciliği desteklemektedir. TÜBİTAK tarafından her yıl güncellenen girişimci ve yenilikçi üniversite endeksinde 2018 yılında Bursa Uludağ Üniversitesi 22. Sırada, 2017 yılında Bursa Teknik Üniversitesi 40. Sırada yer alarak Türkiye’nin en girişimci ve yenilikçi üniversiteleri arasında bulunmaktadır (TÜBİTAK.gov.tr).

Tablo 33: Bursa'daki Üniversiteler

Üniversite	Enstitü	Fakülte	Yüksek Okul	MYO	Konservatuvar	Öğrenci Sayısı	Öğretim Üyesi Sayısı
Bursa Uludağ Üniversitesi	4	15	2	15	1	78.983	2.435
Bursa Teknik Üniversitesi	2	6	2	0	0	4.615	354
Faruk Saraç Tasarım MYO	7 Bölüm					513	28
Toplam	6	21	4	16	1	84.111	2.817

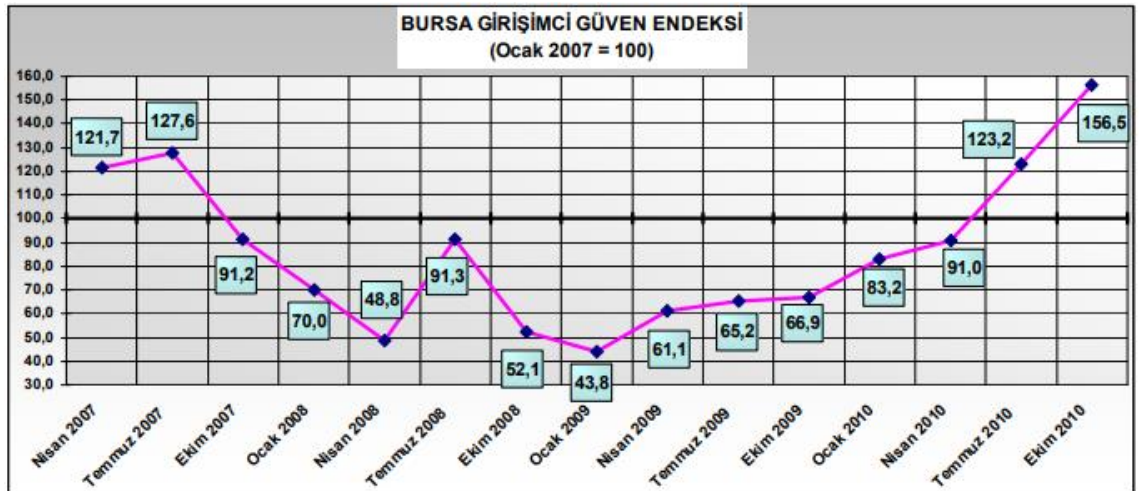
Kaynak: bursa.gov.tr, 2019

Tablo 33'te Bursa'daki üniversitelerin yapısı, öğrenci ve öğretim üyesi sayısı yer almaktadır. Bursa Teknik Üniversitesi, BEBKA ve BTTO ile ortaklaşa yürüttüğü Seed UP - İnovatif Girişimcilik Programı'na destek vererek girişimciliğin Bursa'da yaygınlaşmasına destek olmaktadır (btu.edu.tr).

3.2.8. Bursa'da Girişimcilik Kültürü

Bursa'da girişimcilik kültürü önemli bir konumdadır. 2010 yılına kadar yapılmış bir çalışma olan Bursa Girişimci Güven Endeksi Ekim 2010 Tarihinde yapılan araştırmanın sonucu aşağıda yer almaktadır.

Şekil 23: Bursa Girişimci Güven Endeksi



Kaynak: btso.org.tr, 2019

Şekil 23'te, 203 katılımcının yaklaşık %9'unun büyük ölçekli kalan çoğunluğun Kobi ölçeğinde olduğu araştırmada Girişimci Güven Endeksinin % 156,5 olduğu görülmektedir (btso.org.tr). Bursa'da faaliyet gösteren girişimcilerin, ülkenin ekonomik şartlarını değerlendirdiklerinde; mevcut girişim ortamı konusunda, iyimser oldukları anlaşılmaktadır. Maalesef çalışmasının daha güncel bir sonucu bulunmamaktadır.

3.3. ARAŞTIRMA AMACI, KAPSAMI VE METODU

Bu bölümde girişimcilik ekosistemi üzerine yapılan alan araştırmasının amacı, kapsamı, önemi, bulgular, tartışma ve sonuç ve öneriler yer almaktadır.

3.3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırma Bursa'da ULUTEK Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde yer alan girişimlerle yapılmıştır. Araştırma kapsamında ULUTEK bünyesinde aktif olarak araştırma geliştirme çalışmaları yürüten ve teknoloji geliştiren girişimler seçilmiştir. Araştırma kapsamında ULUTEK'te bulunan 133 firmadan 42 tanesiyle yüz yüze görüşme yapılmıştır. Firmalar ULUTEK bünyesinde bulunan tüm sektörlerden seçilerek genel bir araştırma yapılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın amacı; ULUTEK'in girişimcilik ekosistemini ele alarak, girişimcilik ekosisteminin unsurlarının ne ölçüde var olduğu ve girişimcileri destekleyip desteklemediği araştırılmıştır.

3.3.2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma ile ULUTEK'in girişimcilik ekosistemi ilk kez araştırılmaktadır. Bursa'nın girişimcilik ekosistemi hakkında yapılan ilk ve öncü bir çalışma niteliğindedir. Sonraki yapılacak çalışmalara örnek olması hedeflenmiştir. Girişimcilik ekosistemine ve girişimcilere yönelik önemli değerlendirmeler ve öneriler sunmaktadır.

3.3.3. Araştırmanın Metodolojisi

Girişimcilik ekosisteminin araştırılması nitel veri toplama yöntemlerinden standartlaştırılmış (yapılandırılmış) görüşme yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

Nitel araştırma, disiplinler arası bütüncül bir bakış açısı ile gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanılarak algıların ve olayların

doğal ortamlarında keşfedildiği bir araştırma yöntemi olarak ifade edilmektedir. Nitel araştırma yöntemi esnek bir yapıda olmasından dolayı bireyleri daha iyi anlamayı, verileri kolayca yorumlama şansı vererek araştırmacının daha derinlemesine bir araştırma yapmasına imkân vermektedir (Karataş, 2015: 63). Nitel araştırmalar, olayı veya olguyu doğal ortamında incelemektedir. Araştırmacı bilgi toplarken kişilerle birebir görüşüp görüştüğü kişilerin tecrübelerinden faydalanır, ayrıntılı olarak kişilerden bilgi almaya çalışır. Nitel araştırmalar görüşülen kişilerin algısına, tecrübesine ve öznel değerlendirmesine göre şekillenmektedir. Nitel araştırmalarda aynı anda birden fazla yöntem ve teknik birden kullanılabilmekte ve tümevarımcı bir yaklaşım uygulanmaktadır (İslamoğlu, 2009: 181).

Nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme en çok tercih edilen nitel veri toplama yöntemlerinden biridir. Görüşme, görüşülen kişilerin bakış açılarını, bireysel tecrübelerini, duygularını, değerlerini ve algılama biçimlerini belirlemede kullanılan oldukça güçlü bir yöntemdir. Görüşmenin, gözlem ve yazılı belgelerin ilave edilmesi araştırmanın geçerliliğini ve güvenilirliğini artıran unsurlardandır. Görüşme esnasında görüşülen kişiye soruların açık ve anlaşılır olarak sorulması önemlidir, gerektiğinde ilave sorularla araştırma derinleştirilebilmektedir (Karataş, 2015: 64).

Standartlaştırılmış görüşme, görüşülen kişilerin konuyla ilgili fikirlerini ve tutumlarını belirlemeye yarayan önceden hazırlanan soruların sorulması yoluyla amaçlanan verilerin yakın zamanda elde edildiği bir yöntem olmasından dolayı tercih edilmiştir. Standartlaştırılmış görüşmede belli bir mantık çerçevesinde açık, anlaşılır ve amaca yönelik sorulan soruların belli bir sırada farklı sorular ekleyip çıkarmadan aynı şekilde tüm görüşülen kişilere standart bir şekilde sorulduğu bir görüşme yöntemidir, bu yönüyle anket yöntemine de benzemektedir (Berg ve Lune, 2019: 118-119).

Nitel araştırmalarda evren, araştırmacının incelediği olguları barındıran en iyi yansıtacağını düşündüğü veya hakkında bilgi almak istediği coğrafik bir bölge, bir kuruluş ya da belirli demografik özelliklere sahip yığınlar gibi insan toplulukları, sosyal gruplar veya çok çeşitli olay ve olgulardan oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturmak için ilk olarak yapılması gereken araştırma evreninin belirlenmesidir. Bu aşamadan sonra, araştırma için gerekli olan nitelikleri içeren bir örneklem meydana getirilir (Baltacı, 2018: 234-235).

Bu araştırmada oldukça bilgi edilmesine ve konunun derinlemesine ele alınmasına

olanak sağlamasından dolayı nitel araştırmalarda genellikle tercih edilen bir örneklem yöntemi olan amaçlı örneklem seçilmiştir. Yargısal örnekleme olarak da ifade edilen amaçlı örneklem belirli özelliklere sahip bireylerin çalışmaya katılımını sağlamak amacıyla belli gruplar üzerinde yapılan saha çalışmasından sonra seçilmektedir (Berg ve Lune, 2019: 67). Nitel araştırmalar için yaygın, kabul gören bir örneklem büyüklüğü saptama yöntemi mevcut değildir. Örneklem seçiminde örneklemin doyumluluk oranı etkilidir. İlave örneklem biriminden yeni bir bilgi alınamadığı doyum noktasında elde edilen veriler kendini tekrar etmeye başladığında, veri toplama bırakılarak örneklem büyüklüğü belirlenmelidir. Amaçlı örneklem yönteminde de, veri toplarken araştırmacının karşılaştığı koşullar ve araştırmaya dönük değerlendirmelerle örneklem büyüklüğü tespit edilmektedir (Baltacı, 2018: 261-262).

Araştırma kapsamında ULUTEK'te bulunan 133 firmadan 42 tanesiyle yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanarak firmaların girişimcileri ile yüz yüze görüşme sağlanmış, firmaların %32'sine ulaşılmıştır. Görüşmeler girişimcilerin mesai saatleri içinde uygun gördükleri bir zaman diliminde ULUTEK'teki kendi iş yerlerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler doğrudan girişimin girişimcisinden elde edilen birincil verilerden oluşmaktadır. Girişimcilere, girişimcilik ekosisteminin unsurlarını irdeleyen görüşme soruları sorulmuştur. Görüşme esnasında verilen yanıtlar görüşme formuna not alınmış, sonrasında ofis programları kullanılarak veriler bilgisayara aktarılmıştır. Verilen yanıtlar tek tek değerlendirilerek elde edilen sonuçlar grafik ve tablolar yardımıyla görselleştirilmiştir. Girişimcilerin verdiği tavsiyeler ve görüşler ayrıca belirtilmiştir. Verilen cevaplar görüşme etiğine uygun olarak gizlilik içerisinde değerlendirilip hiçbir şahıs ve firma ismi verilmeden paylaşılmaktadır.

3.3.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma sürecinde girişimcilerin bir kısmı ile girişimcilerin iş yoğunluğu nedeniyle birebir görüşme zamanı ayarlanamamıştır. Yapılan bazı görüşmelerde de soruların tamamı yanıtlanmadığından analiz kapsamından çıkarılmıştır. Bununla beraber yapılan görüşmelerde verilen yanıtlar kendini tekrar etmeye başlamış ve doyum noktasına ulaşılmış, görüşülen firma sayısı 42 olsa da yeterli gelmiştir.

3.3.5. Bulgular

Bu kısımda, ULUTEK'in girişimcilik ekosistemi araştırmasının sonuçları analiz edilerek ve incelenerek çalışmanın sonuçlarına ait bulgular yer almaktadır.

3.3.5.1. Firmalar Hakkında Genel Bilgiler

ULUTEK'te yer alan firmaların faaliyet süresi ve ULUTEK'te bulunma süresi Tablo 34'te yer almaktadır.

Tablo 34: Firmaların Faaliyet Süresi ve ULUTEK'te Bulunma Süresi

Ana Sektör	Faaliyet Süresine Göre (sayı)	Faaliyet Süresine Göre (% yüzde)	ULUTEK'te Bulunma Süresine Göre (sayı)	ULUTEK'te Bulunma Süresine Göre (% yüzde)
0-1 yıl	5	11,90	7	16,66
1-2 yıl	6	14,28	9	21,42
2-5 yıl	10	23,80	10	23,80
5-10 yıl	2	4,76	7	16,66
10-15 yıl	7	16,66	9	21,42
15-20 yıl	9	21,42	0	0
20 yıl ve üzeri	3	7,14	0	0
Toplam	42	100	42	100

ULUTEK'teki firmaların yaklaşık %50'si en fazla 5 yıldır faaliyet göstermektedir. Hem faaliyet süresi hem de ULUTEK'teki faaliyet süresi olarak 2-5 yıllık firmaların sayısı %28,80 oranda ağır basmaktadır. ULUTEK bünyesindeki firmaların sektörel dağılımları Tablo 35'te yer almaktadır.

Tablo 35: Firmaların Sektörel Dağılımı

Ana Sektör	Firma Sayısı	Araştırmaya Katılan Firmaların Sektörel Dağılımı (%)
Yazılım	29	69,05
Mühendislik	5	11,90
Makine	3	7,15
Otomotiv	1	2,38
Elektronik	4	9,52
Toplam	42	100

ULUTEK'te görüşülen firmaların %69'u yazılım, %12'si mühendislik, %7'si makine, %2'si otomotiv, %10'u elektronik sektöründe bulunmaktadır. Firmaların sahip oldukları ortak sayısı Tablo 36'da yer almaktadır.

Tablo 36: Firmaların Ortak Sayısı

Ortaklık Yapısı	Sayı	Yüzde (%)
Tek kurulan	17	40,48
2 ortak ile kurulan	14	33,33
3 ortak ile kurulan	4	9,52
3'ten fazla ortak ile kurulan	7	16,67
Toplam	42	100

ULUTEK'te görüşülen firmaların %40,48'i tek girişimci ile kurulmuştur. %33,33'ü 2 ortak, %9,52'si 3 ortak, %16,7'si 3'ten fazla ortak ile kurulmuştur. Firmaların sermaye dağılımları Tablo 37'de yer almaktadır.

Tablo 37: Firmaların Sermaye Dağılımları

Sermaye Yapısı	Sayı	Yüzde (%)
Yabancı Sermayeli	2	4,76
% 100 Yerli Sermayeli	40	95,24
Toplam	42	100

Görüşülen firmaların yalnızca %4,76'sı yabancı sermayeli, kalan %95,24'ü yerli sermayelidir. Yabancı sermayeli firmanın girişimcisinin yurt dışında eğitim gördüğü ve yine girişimcilik eğitimlerini yurt dışında alması dikkat çekmektedir. Firmaların hukuki statüsü Tablo 38'de yer almaktadır.

Tablo 38: Firmaların Hukuki Statüsü

Hukuki Yapı	Sayı	Yüzde (%)
Anonim şirket	6	14,29
Limitet şirket	31	73,81
Şahıs işletmesi	5	11,90
Toplam	42	100

Görüşülen firmaların hukuki statüsü %73,81 oranında limitet şirket, %14,29 oranında anonim şirket, %11,90 oranında şahıs işletmesidir. İhracat yapan firmaların dağılımı Tablo 39'da yer almaktadır.

Tablo 39: İhracat Yapan Firmaların Dağılımı

Sermaye Yapısı	Sayı	Yüzde (%)
İhracat yapan	17	40,48
İhracat yapmayan	25	59,52
Toplam	42	100

Görüşülen firmaların %40,48'i yurt dışına ihracat yaparken %59,52'si ihracat yapmamaktadır. ABD, Kanada, İsviçre, İngiltere, İrlanda, Fransa, Almanya, Hollanda, Belçika, İtalya, Polonya, Romanya, Bulgaristan, Ukrayna, Rusya, Azerbaycan, Özbekistan, Irak, İran, Hindistan, Tayvan, Çin, Japonya, Güney Afrika, Kenya, Yakın Doğu, Balkan ülkeleri ihracat yapılan ülkeler arasında bulunmaktadır. Firmaların yalnızca %4,7'si ithalat yaptığını belirtmiştir. Çin, ABD, Fransa, Almanya ithalat yapılan ülkeler arasında bulunmaktadır.

3.3.5.2. Girişimci ve Girişimcilik Fikri Hakkında Genel Bilgiler

Yapılan çeşitli araştırmalarda girişimcinin demografik özelliklerinin, kişiliğinin, sosyal ortamının, kültürel etkenlerin, motivasyonunun ve girişim öncesi hazırlığının

girişimci olup iş kurmasına etkisi bulunduğu ileri sürülmektedir (Bkz.ikinci bölüm). Bu kısımda tüm bu unsurlar ve etkileri tespit edilmek üzere girişimcilere sorular yöneltilmiş, yanıtları aşağıda paylaşılmıştır.

3.3.5.2.1. İş Fikrinin Oluşumu

Bu kısımda girişimcilerin iş kurmadan önce bir ön hazırlık yapıp yapmadıkları, bir iş planı hazırlayıp hazırlamadıkları ve girişimcilik eğitimi alıp almadıkları sorularak iş kurmadan önceki süreç tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 40: İş kurmadan Önce Hazırlık

	Sayı	Yüzde (%)
Ön hazırlık yapan	31	73,81
Ön hazırlık yapmayan	11	26,19
İş planı hazırlayan	24	57,14
İş planı hazırlamayan	18	42,86

Girişimcilere işinizi kurmadan önce bir fizibilite çalışması, Pazar araştırması, pazarlama araştırması gibi bir hazırlık yapıp yapmadıkları sorulduğunda %73,81'i işlerini kurmadan bir ön hazırlık yaptıklarını, %26,19'u herhangi bir ön hazırlık yapmadıklarını belirtmiştir. İş kurmadan önce iş planı hazırlayanların oranı %57,14 iken iş planı hazırlamayanların oranı ise %42,86 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 41: Girişimcilik Eğitimi Alma Durumu

	Sayı	Yüzde (%)
Girişimcilik eğitimi alan	17	40,48
Girişimcilik eğitimi almayan	25	59,52

Girişimini kurmadan evvel girişimcilik eğitimi alanların sayısı 17 iken girişimcilik eğitimi almayanların sayısı 25 olarak tespit edilmiştir. Girişimcilik eğitimi alanların 7'si eğitimi KOSGEB, 2'i i-cube Uluslararası Hızlandırma Programı, 3'ü yurt dışındaki bir kurum bünyesinde aldığını belirtmiştir. İŞKUR, TÜBİTAK, BEBKA, AB destekli projeler bünyesinde alan birer kişi mevcuttur. Girişimcilerin girişimci olmadan

önceki iş tecrübeleri süreleri ve etkileri Tablo 42’de yer almaktadır.

Tablo 42: Girişimci Olmadan Önceki İş Tecrübesi ve Etkisi

Önceki İş Tecrübesi	Sayı	Yüzde (%)
1 – 2 yıllık	6	14,29
2 – 5 yıllık	3	7,14
5 – 10 yıllık	15	35,72
10 – 15 yıllık	3	7,14
15 – 25 yıllık	10	23,81
25 yıl ve üzeri	5	11,90
Toplam	42	100

Girişimcilerin %35,72’si işini kurmadan önce 5-10 yıllık bir iş tecrübesine sahipken, %23,81’i 15-25 yıllık bir iş tecrübesine sahiptir. %14,29’u 1-2 yıllık, %11,9’u 25 yıl üzeri, %7,14’ü 2-5 yıllık ve yine %7,14’ü 10-15 yıllık iş tecrübesine sahiptir. Girişimcilerin %78,57’sinin işini kurmadan önce en az 5 yıllık tecrübeye sahip olarak iş kurdukları görülmektedir. En az 5 yıl tecrübesi olanlar bu tecrübenin iş kurduklarında kendilerine faydalı olduğunu belirtmiştir. Aşağıdaki tabloda girişimcinin daha önce başka bir iş kurup kurmadığı yer almaktadır:

Tablo 43: Girişimcinin Daha Önce Başka İş Kurması ve Etkisi

Önceki İş Tecrübesi	Sayı	Yüzde (%)
Kurduğu ilk işi	23	54,76
Daha önce iş kurdu	19	45,24

Girişimcilerin %54,76’sı şu anki işlerinin kurdukları ilk olduğunu belirtirken, %45,24’ü daha önceden de kendi işlerini kurduklarını belirtmişlerdir. Firma sahibinin eğitim durumu Tablo 43’te gösterilmektedir.

Tablo 44: Girişimcinin Mezun Olduğu Bölüm ve Etkisi

Bölüm	Kolaylık Sağladı (Sayı)	Kolaylık Sağlamadı (Sayı)	Kolaylık Sağladı (Yüzde %)	Kolaylık Sağlamadı (Yüzde %)
Mühendislik	26	2	61,91	4,76
İktisadi İdari Bilimler	6	3	14,29	7,14
Tıp	1	-	2,38	-
İlahiyat	1	-	2,38	-
Teknik Lise (motor, mekanik)	2	-	4,76	-
İlköğretim	-	1	-	2,38

Girişimcilerin %61,91'i mühendislik eğitimi almanın işlerini kurarken kolaylık sağladığını, %4,76'sı ise herhangi bir kolaylık sağlamadığını; girişimcilerin %14,29'u iktisadi idari bilimlerden mezun olmanın işlerini kurarken kolaylık sağladığını, %7,14'ü ise kolaylık sağlamadığını %2,38'i tıp mezunu olmanın işini kurarken kolaylık sağladığını, %4,76'sı teknik liseden mezun olmanın işlerini kurarken kolaylık sağladığını, %2,38'i ise ilköğretim mezunu olmanın iş kurarken kendisine avantaj sağlamadığını ifade etmiştir. %2,38'i ise ilahiyat mezunu olmanın makine sektöründe dezavantaj olmaması için kendini bir makine mühendisinden daha çok geliştirmek zorunda olduğunu ve bunun dolaylı olarak iş kurarken kendisine kolaylık sağladığını paylaşmıştır. girişimcinin girişimini kurma yaşı ve etkisi Tablo 45'te yer almaktadır.

Tablo 45: Girişimi Kurma Yaşı ve Etkisi

	Sayı		Yüzde (%)	
	Avantaj	Dezavantaj	Avantaj	Dezavantaj
18 - 24	3	2	5,77	3,85
25 - 29	16	2	30,76	3,85
30 - 34	9	1	17,31	1,92
35 - 49	14	4	26,93	7,69
50 ve üzeri	-	1	-	1,92
Toplam	52		100	

Girişimcilerin %5,77'si girişimlerini kurarken 18-24 yaşında olmanın avantaj sağladığını, %3,85'i avantaj sağlamadığını; %30,76'sı 25-29 yaşında olmanın avantaj sağladığını, %3,85'i avantaj sağlamadığını; %17,31'i 30-34 yaşında olmanın avantaj sağladığını, %1,92'si avantaj sağlamadığını; %26,93'ü 35-49 yaşında olmanın avantaj sağladığını, %7,69'u ise avantaj olmadığını; %1,59'u ise 50 yaş ve üzeri olmanın avantaj sağlamadığını belirtmiştir. Girişimcilerin %88,46'sının girişimini kurarken 25-49 yaşları arasında olduğu tespit edilmiş ve bunların %75'i de bu yaşlarda girişimini kurmanın avantaj olduğunu ifade etmişlerdir. Girişimcinin girişimini kurma yaşı ve etkisi Tablo 46'da yer almaktadır.

Tablo 46: Girişimini Kurarken Girişimcinin Medeni Durumunun Etkisi

	Sayı			Yüzde (%)		
	Avantaj sağladı	Dezavantaj oldu	Etkisi olmadı	Avantaj sağladı	Dezavantaj oldu	Etkisi olmadı
Evli	15	6	10	28,85	11,54	19,23
Bekâr	13	-	8	25,00	-	15,38
Toplam	52			100		

Girişimcilerin % 28,85'i girişimini kurarken evli olmanın kendisine avantaj sağladığını, %11,54'ü ise avantaj sağlamadığını, %19,23'ü ise etkisi olmadığını belirtirken; % 25'i girişimini kurarken bekar olmanın kendisine avantaj sağladığını, %15,38'i ise etkisi olmadığını belirtmiştir. Evli olup avantaj sağladığını ifade edenler eşlerinin kendilerine cesaret verdiğini, desteklediğini ayrıca çalışan eşin maddi yönden de desteklediğini ve evli olmanın verdiği düzenli hayatın yardımcı olduğunu, sorumluluk duygusunun da motive ettiğini belirtmişlerdir. Girişimini kurarken evli olmanın dezavantajlı olduğunu ifade edenler de aileye vakit ayırmaları gerektiği için tüm zamanlarını işlerine ayıramadıklarını ve aile geçindirmenin sorumluluk hissi ile girişimlerini kurmada risk alırken daha çekingen davrandıklarını belirtmişlerdir. Bekar olup avantajlı olduğunu ifade edenler maddi olarak geçindirmeleri gereken bir aileleri olmadığı için daha rahat risk alabildiklerini, vakitlerinin istedikleri kadarını işe ayırabilmenin de avantaj olduğunu ayrıca ebeveynleri ile yaşayanlar ailelerinin finansal olarak bir beklentisi olmadığından ve tüm zorunlu giderleri karşılandığından iş kurmaya

daha cesaretli olduklarını belirtmişlerdir. Girişimcinin cinsiyeti ve girişimini kurmada etkisi Tablo 47’de yer almaktadır.

Tablo 47: Girişimini Kurarken Girişimcinin Cinsiyetinin Etkisi

	Sayı			Yüzde (%)		
	Avantaj sağladı	Dezavantaj oldu	Etkisi olmadı	Avantaj sağladı	Dezavantaj oldu	Etkisi olmadı
Kadın	2	-	38	3,85	-	73,08
Erkek	8	4		15,38	7,69	
Toplam	52			100		

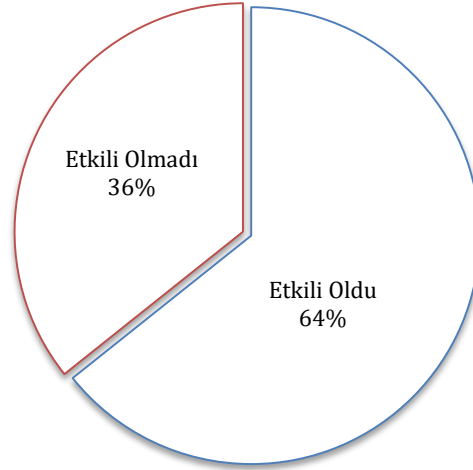
Kadın girişimcilerin tamamı cinsiyetin özellikle devlet desteklerinin oranlarında sağlanan pozitif ayırmadan dolayı kendilerine girişimlerini kurarken avantaj sağladığını belirtmiştir. Girişimcilerin %15,38’i erkek olmanın özellikle makine ve otomotiv imalatına yönelik bir pazara hizmet verdikleri için avantaj sağladığını, %7,69’u ise kadın girişimcilere daha yüksek oranda destek verildiği için dezavantaj olduğunu belirtmişlerdir. Girişimcilerin büyük bir çoğunluğu olan %73,08’i ise cinsiyetin girişimlerini kurarken bir etkisinin olmadığını ifade etmişlerdir. Girişimcilerin girişimlerini kurarken kendilerini motive eden unsurlar Tablo 48’de yer almaktadır.

Tablo 48: Girişimcinin Motivasyonu

Motive Eden Unsurlar	Sayı	Yüzde (%)
Üretme / Yenilik Yapma isteği	11	26,19
Kendi işinin patronu olma arzusu	9	21,42
Özgürlüğüne düşkün olma	9	21,42
Eski işten duyulan tatminsizlik	9	21,42
Fırsatı Değerlendirme (Fırsat güdümlü)	8	19,04
Yüksek kâr güdüsü	8	19,04
Hayalini / çocukluk hayalini gerçekleştirme	6	14,28
Kendini ispatlama güdüsü	4	9,52
Serbest / esnek çalışma saatleri	2	4,76
Aile	1	2,38

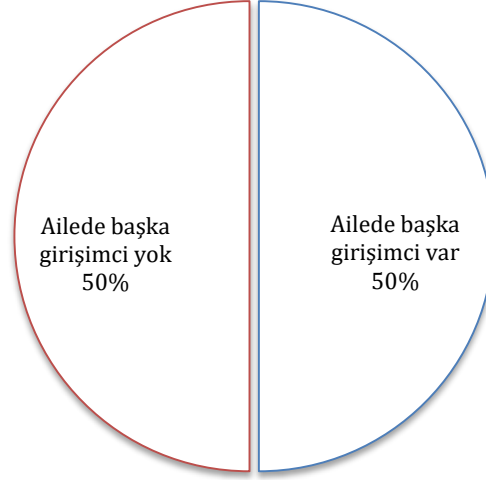
Yapılan araştırmada girişimcilerin girişimlerini kurarken onları motive eden unsurların çoğunlukla kendi işinin patronu olma arzusu, yenilik yapma ve üretme arzusu, emir altında çalışmak istememe, eski işten tatmin olmama, piyasada gördüğü ihtiyacı giderecek çözümler geliştirerek fırsatı değerlendirme isteği ve kâr etme güdüsü olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca hayalinin peşinden gitme, özellikle bir yakınına karşı başarılı bir girişim kurarak kendini ispat etme / kanıtlama güdüsü ile esnek çalışma saatlerine sahip olma ve aile teşviki de girişimcileri iş kurmalarında motive eden unsurlar arasındadır. Girişimcilerin bir kısmı birden fazla unsurun kendilerini motive ettiğini de belirtmişlerdir. Girişimcinin yetiştirilme tarzının girişimci olmasına etkisi Şekil 24'te yer almaktadır.

Şekil 24: Girişimcinin Yetiştirilme Tarzının Girişimci Olmasına Etkisi



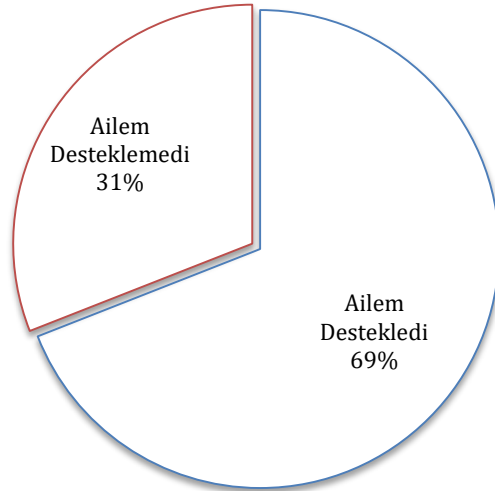
Girişimcilere yetiştirilme tarzlarının girişimci olmalarına etkisi olup olmadığı sorulduğunda %64'ü yetiştirilme tarzlarının girişimci olmalarını etkilediğini, %36'sı etkilemediğini belirtmiştir. Etkili olduğunu belirtenler ailelerinin yazları çalışmaya teşvik ettiğini, küçük yaşlardan beri her yaz bir yerde çalışmalarının girişkenliklerini artırdığını ve iş hayatını erkenden öğrendiklerini ifade ederken ailelerinin de kendilerini özgüvenli yetiştirdiğini istedikleri pek çok aktiviteye katılmalarına izin verdiklerini bunun da faydalı olduğunu ifade etmişlerdir. Girişimcinin ailesinde başka bir girişimci olup olmadığı Şekil 25'te yer almaktadır.

Şekil 25: Ailede Başka Girişimci Olma Durumu



Girişimcilere ailelerinde başka girişimci olup olmadığı sorulduğunda %50'sinin ailesinde girişimci olduğu ve bunun genellikle babaları olduğu ve babalarının girişimci olmasının kendilerinin de girişimci olmasını olumlu etkilediğini ifade etmiştir. %50 ise ailelerinde girişimci olmadığını belirtmiştir. Girişimcinin ailesi tarafından desteklenip desteklenmediği Şekil 26'da yer almaktadır.

Şekil 26: Girişimcinin Ailesi Tarafından Desteklenme Durumu



Girişimcilerden %69'u girişimini kurarken ailesi tarafından desteklenirken %31'i desteklenmemiştir.

3.3.5.2.2. Girişimcilerden Girişimci Tanımları

Araştırmaya katılan girişimcilere girişimci kimdir diye sorulduğunda, girişimciler, girişimciyi farklı şekillerde tanımlamışlardır. Benzer girişimci tanımları derlenerek öne çıkanlar özetle aşağıda sıralanmıştır:

- Toplumsal fayda odaklı işler yaparken fayda elde eden / bilgi ve tecrübeyi teknolojik ürüne çevirip hem firması adına hem ülkesi adına fayda sağlayan kişi
- Girdiği yerde problem arayıp çözmeye çalışan / keşfettiği probleme çözüm üreten ya da çözümü iyileştiren / mevcut ortamları iyileştirerek dönüştürerek geliştirerek (sıfırdan keşfetmesi şart değil) artı / katma değer katan kişi
- İyi bir ekip kurarak hayali için en iyisini yapmaya çalışan / çalışanlarını ve firmasını peşinden sürükleyen bir ekip lideri
- Cesareti olan / aklındaki fikri uygulamaya cesareti olan kişi / bir iş kurmaya cesaret eden / herkesin yapmaya cesaret edemediği işleri yaparak insanların önünü açan kişi
- (Akıllıca / kontrollü) risk alan / alabilen / almayı seven kişi
- Fırsatları gören ve risk almayı bilen hızlı davranan / ihtiyacı görebilen pazarı iyi analiz edip fırsatları görüp pazara ilk giren / herhangi bir açığı görüp hızlı karar alıp hızlı uygulamaya geçiren / piyasada maddi getiri/ürüne dönüştürebilecek kapasitede olup sektöre girip o işi başlatan kişi
- Yenilikçi / yeniliklere açık / yenilik yapan / farklı düşünebilen / orijinal ve yeni bir şey üreten / üretici / daha önce yapılmamış yenilik içeren bir konuda hayalini gerçekleştirmek için mücadele eden kişi
- Hayal kurabilen / hayallerini gerçekleştirmek için iş kuran / hayalini gerçekleştiren / hayallerinin peşinden koşan / kendine inanan / inandığı şeyi yapan / inandığı şeyin peşinden giden
- Girişimci ruhu olan / özgürlüğü ve yönetmeyi seven, hesaplanamaz şeylerle başa çıkabilen
- Çalışmayı seven / çok çalışan ve projesini hayata geçiren / hedefi, projesi olan ve bunu hayata geçirmek için mücadele verip iş kuran / iş bulamayıp kendine iş yaratan kişi
- Parası olmasa da / sürdürülebilir bir gelir elde etme metodu kuran kişi

Yapılan tanımların orijinalinde en çok geçen girişimciyi tanımlayıcı kelimeler Tablo 49’da belirtilmiştir.

Tablo 49: Girişimci Tanımlarında En Çok Geçen Kelimeler

	Sayı
Risk alabilen	9
Cesareti olan, gözünü karartan	5
Hayalini gerçekleştiren	7
İş kuran	4
Yenilikçi	6
Ekip lideri	2
Üreten	3
İnanıldığı şeyi yapan	3
Değer katan	2
Çözüm geliştiren	2
Fırsatları gören	2
Fayda sağlayan	2
Hızlı hareket eden	2
Belirsizliklerle başa çıkabilen	1
Gelir modeli kuran	1

Görüşülen girişimcilere kendinizi ne tür bir girişimci olarak tanımlarsınız diye sorulduğunda soruyu cevaplayan girişimcilerden 5’i kendini tekno / teknik girişimci, 5’i yenilikçi / inovatif girişimci, 4’ü start-up, 3’ü geleneksel girişimci, 2’si kontrollü risk alan girişimci, 1’i cesur girişimci, 1’i sosyal girişimci, 1’i gerilla girişimci, pazara ilk giren girişimci, 1’i akademik girişimci olarak tanımlamıştır. Tablo 50’de girişimcilerin girişimci olmalarına yardımcı olan özellikleri yer almaktadır.

Tablo 50: Girişimcilere Göre Girişimci Olmalarına Yardımcı Olan Özellikleri

	Sayı	Yüzde (%)
Girişken, atılgan	11	26,19
Çalışkan, çalışmayı seven	11	26,19
Risk alabilen, risk almayı seven	9	21,42
Yenilikçi	9	21,42
Başarı odaklı, iş odaklı, sonuç odaklı, hedef odaklı	8	19,04
İkna kabiliyeti, satış-pazarlama yeteneği yüksek,	6	14,28
Azimli	6	14,28
İyi insan ilişkilerine sahip	5	11,90
Araştırmayı geliştirmeyi seven	5	11,90
Cesur, gözü kara	5	11,90
İnatçı, ısrarcı	4	9,52
Öngörülü	4	9,52
Planlama ve organize etme yeteneği yüksek	4	9,52
Özgürlüğüne düşkün	4	9,52
Üretken	4	9,52
Özgüveni yüksek	3	7,14
Enerjik	3	7,14
Fırsatı değerlendiren	3	7,14
Meraklı	3	7,14
Ticaret zekâsı	2	4,76
Analitik zekâ	2	4,76
Lider	1	2,38
Mükemmeliyetçi	1	2,38
Sorumluluk sahibi	1	2,38
Soğukkanlı	1	2,38
Detaycı	1	2,38
Şeffaf, dürüst, adil	1	2,38
İnisiyatif kullanabilen	1	2,38
Yüksek konsantrasyon	1	2,38

Girişimcilere girişimlerini kurarken kendilerine yardımcı olan kişilik özelliklerinin ne olduğu sorulduğunda girişimcilerin %26,9'u girişken, atılgan, çalışkan, çalışmayı seven; %21,42'si risk alabilen, risk almayı seven, yenilikçi; %19,04'ü başarı odaklı, iş odaklı, sonuç odaklı, hedef odaklı; %14,28'i ikna kabiliyeti, satış-pazarlama yeteneği yüksek, azimli; %11,90'ı iyi insan ilişkilerine sahip, araştırmayı geliştirmeyi seven, cesur, gözü kara olarak ifade etmiştir. Ayrıca girişimcilerin %9,52'si inatçı, ısrarcı, öngörülü, planlama ve organize etme yeteneği yüksek, özgürlüğüne düşkün, üretken; %7,14'ü özgüveni yüksek, enerjik, fırsatı değerlendiren, meraklı; %4,76'sı ticaret zekası, analitik zekâsı yüksek; %2,38'i lider, mükemmeliyetçi, sorumluluk sahibi, soğukkanlı, detaycı, şeffaf, dürüst, adil, inisiyatif kullanabilen, yüksek konsantrasyon sahibi olmalarını da kişilik özellikleri arasında saymıştır. Tablo 51'de girişimin başarılı olmasını sağlayan etkenler yer almaktadır:

Tablo 51: Girişimin Başarılı Olmasını Sağlayan Etkenler

Başarı Etkenleri	Sayı	Yüzde (%)
Kaliteli ürün / hizmet	18	42,86
Girişimcinin karakteri	16	38,10
Girişimcilik destekleri	12	28,57
İnsan kaynağı, ekip	10	23,81
Girişimcinin tecrübesi	10	23,81
Pazara erişim	10	23,81
Kurumsallaşma	10	23,81
Girişimci ağları	8	19,05
Müşteri odaklı yaklaşım	7	16,67
Girişimcinin eğitimi	6	14,28
Güçlü finansman	5	11,90
İyi iş fikri	3	7,14

Girişimcilere girişimlerinin başarılı olmasını sağlayan önemli etkenlerin neler olduğu sorulduğunda %42,86'sı kaliteli ürün ya da hizmet olduğunu, %38,10'u girişimci olarak kendi karakterlerinin başarılı olmalarında ağır bastığını ifade etmiştir. Girişimcilerin %23,81'i insan kaynağı, ekip, girişimcinin tecrübesi, pazara erişim,

kurumsallaşma; %19,05'i girişimci ağıları; %16,67'si müşteri odaklı yaklaşım; %14,28 aldıkları eğitim; %11,90'ı güçlü finansman; %7,14'ü iyi iş fikri olarak saymıştır.

3.3.5.3. Firmaların Üretim, Yatırım, ARGE ve İnovasyon Yetenekleri / Özellikleri

Bu kısımda firmaların üretim, yatırım, ARGE ve inovasyon yetenekleri hakkında bilgiler verilmektedir. Tablo 52'de firmaların üretim yerlerine göre dağılımları yer almaktadır.

Tablo 52: Firmaların Üretim Mekânı

Yer	Sayı	Yüzde (%)
Sadece ULUTEK'te ofisi olan	30	71,43
ULUTEK'te hem ofisi hem atölyesi olan	2	4,76
ULUTEK'te ofisi olup üretimi dışarda olan	10	23,81

Görüşülen firmaların %71'inin sadece ULUTEK'te ofisi bulunurken, %4,76'sının ULUTEK'te hem ofisi hem atölyesi bulunmakta, %23,81'inin ULUTEK'te ofisi bulunurken üretim atölyesi ULUTEK dışında bulunmaktadır. Tablo 53'te firmaların üretim yapısı yer almaktadır.

Tablo 53: Firmaların Üretim Yapısı

Üretim Yapısı	Sayı	Yüzde (%)
Bağımsız üretim	32	76,19
Bağımsız olmayan üretim	0	0
Hem bağımsız hem bağımsız olmayan üretim	10	23,81
Toplam	42	100

Firmaların %76,19'u bağımsız üretim yaparken %23,81'i hem bağımsız hem bağımsız olmayan üretim yapmaktadır. Tablo 54'te son üç yılda üretim alanı değiştiren firmaların sayısı gösterilmektedir.

Tablo 54: Son Üç Yılda Üretim Alanı Değişirme Durumu

	Sayı	Yüzde (%)
Evet	4	9,52
Hayır	38	90,48
Toplam	42	100

Son üç yılda üretim alanını değiştiren firmaların oranı %9,52 iken değiştirmeyenlerin oranı %90,48 ile çoğunluktadır. Tablo 55'te firmaların yatırım harcamalarının dağılımı yer almaktadır.

Tablo 55: Firmaların Yatırım Harcamalarının Dağılımı

Yatırım şekli	Sayı	Yüzde (%)
Yeni Ürün geliştirme	30	71,43
İnsan Kaynağı alımı	11	26,19
Makine-teçhizat alımı	8	19,05
Teknoloji Geliştirme	8	19,05
Eğitim yatırımı	3	7,14
Satış pazarlama faaliyetleri	3	7,14
Fabrika/ofis alanı inşası	3	7,14

Firmaların hangi alanda yatırım yapmayı planladıkları sorulduğunda %71,43'ünün yeni ürün geliştirmeye yatırım harcaması ayırdığı tespit edilmiştir. Firmaların %26,19'u insan kaynağına, %19,05'i makine-teçhizata ve teknoloji geliştirmeye yatırım yapmayı planlarken %7,14'ü eğitim, satış-pazarlama faaliyetleri, fabrika/ofis alanı inşası yatırımı yapmayı planlamaktadır. Tablo 56'da firmaların yatırım beklentileri yer almaktadır:

Tablo 56: Firmaların Yatırım Beklentileri

Yatırım Beklentisi	Sayı	Yüzde (%)
Yeni Pazarlara Erişim	32	76,19
Pazar Payında Artış	32	76,19
İnovasyon	31	73,81
Teknolojik Uzmanlaşma	18	42,86
Maliyet Azalışı	9	21,43
Pazarda Liderliğe Erişim	4	9,52

Firmaların %76,19'u yaptığı yatırımlar sonucu yeni pazarlara erişim sağlamayı ve pazar payının artmasını, %73,81'i inovasyon gerçekleştirmeyi, %42,86'sı teknolojik olarak daha da uzmanlaşmayı, %21,43'ü maliyet azalışı, %9,52'si ise pazarda liderliğe erişmeyi beklemektedir. Tablo 57'de firmaların yaptıkları yatırımların beklentilerini karşılama düzeyi yer almaktadır.

Tablo 57: Firmaların Yatırımlarının Beklentilerini Karşılama Düzeyi

Yatırım Beklentisi	Sayı	Yüzde (%)
Beklentisini hiç karşılamayan	14	33,33
Beklentisini % 1-50 kadar karşılayan	12	28,57
Beklentisini %51-99 karşılayan	7	16,67
Beklentisini %100 karşılayan	9	21,43

Firmaların %33,33'ü yaptığı yatırımların beklentisini hiç karşılamadığını, %28,57'si beklentilerinin en fazla yarısının karşılandığını, %16,67'si beklentilerinin yarısından fazlasının karşılandığını, %21,43'ü ise yatırımların beklentisini hiç karşılamadığını belirtmiştir. Tablo 58'de firmaların sahip olduğu kalite belgeleri yer almaktadır.

Tablo 58: Firmaların Sahip Olduğu Kalite Belgeleri

	Sayı	Yüzde (%)
ISO 9001	8	17,35
ISO 27001	6	13,06
Diğer	4	8,70
Olmayan	28	60,89
Toplam	46	100

Firmaların %17,35'i ISO 9001, %13,06'sı ISO 27001, %8,70'i alanına has çeşitli kalite belgelerine sahipken %60,89'u hiçbir kalite belgesine sahip değildir. Tablo 59'da firmaların uyguladığı yönetim teknikleri yer almaktadır.

Tablo 59: Firmaların Uyguladığı Yönetim Teknikleri

Yönetim Teknikleri	Sayı	Yüzde (%)
Takım Çalışması	30	71,43
Kalite Yönetim Sistemi	13	30,95
Müşteri İlişkileri Yönetimi	13	30,95
Proje Yönetimi	6	14,29
Kanban, Scrum	4	9,24
Agile (Çevik) Yöntemi	2	4,76
Yatay yönetim	2	4,76
Süreç Yönetimi, Zaman Yönetimi	2	4,76
Tedarik Zinciri Yönetimi	2	4,76
Yalın Tasarım, yalın proje geliştirme, eş zamanlı mühendislik	1	2,38
5S, Kaizen	1	2,38

Firmaların uyguladığı yönetim teknikleri sorulduğunda %71,43'ünün takım çalışması halinde çalıştığı; %30,95'inin kalite yönetim sistemi, müşteri ilişkileri yönetimi; %14,29'unun proje yönetimi, %14,29'unun kanban ve scrum uyguladıkları tespit edilmiştir. Firmaların %4,76'sı ise agile yöntemi, yatay yönetim, süreç yönetimi, zaman yönetimi, tedarik zinciri yönetimi uygularken %2,38'i yalın tasarım, yalın proje geliştirme, eş zamanlı mühendislik, 5S ve kaizen uygulamaktadır.

Tablo 60'ta firmaların ARGE faaliyetleri harcamaları oranları yer almaktadır.

Tablo 60: Firmaların Ar-Ge ve Faaliyetleri Harcamaları

ARGE Faaliyetlerinin Toplam Harcamadaki Payı	Firma Sayısı	Yüzde (%)
%0 - %10	4	9,52
%11 - %30	9	21,42
%31 - %50	6	14,29
%51 - %70	6	14,29
%71- %90	10	23,81
%91 - %100	7	16,67

Firmaların %9,52'si ARGE faaliyetlerinin toplam harcamadaki payını %0-%10 oranında belirlemişken, %21,42'si %11-%30 oranında, %14,29'u %31-%50 oranında, %14,29'u %51-%70 oranında, %23,81'i %71-%90 oranında, %16,67'si %91-%100 oranında belirlemiştir. Kısacası firmaların %54,77'si ARGE harcamalarına toplam harcamada %51-%100 oranında bir pay ayırmıştır. Tablo 61'de gelecek dönem ARGE harcamalarındaki değişiklik planı yer almaktadır.

Tablo 61: Gelecek dönem ARGE Harcamalarındaki Değişiklik

	Sayı	Yüzde (%)
Artış	20	47,62
Azalış	3	7,14
Sabit kalma	19	45,24
Toplam	42	100

Girişimcilere gelecek dönemde ARGE harcamalarını ne yönde değiştirecekleri sorulduğunda %47,62'si artıracaklarını, %45,24'ü sabit tutacaklarını, %7,14'ü ise azaltacaklarını ifade etmiştir. Tablo 62'de firmaların sahip oldukları fikri mülkiyet hakları yer almaktadır.

Tablo 62: Firmaların Sahip oldukları Fikri Mülkiyet Hakları

	Sayı	Yüzde (%)
Tescilli Marka	24	57,14
Patent	8	19,05
Başvuru sürecinde	3	7,14
Planlanıyor	1	2,38
Yok	9	21,43

Firmaların %57'si tescilli markaya, %19,05'i patente sahipken %21,43'ü hiçbirine sahip değildir. Firmaların %7,14'ü başvuru sürecinde, %2,38'i ise başvurmayı planlamaktadır. Tablo 63'te son üç yılda firmaların inovasyon yapma şekli yer almaktadır:

Tablo 63: Firmaların Son Üç Yılda İnovasyon Yapma Şekli

	Sayı	Yüzde (%)
Ürün İnovasyonu	41	97,62
Süreç inovasyonu	4	9,52
Hizmet inovasyonu	1	2,38
İnovasyon yapmayan	0	0

Firmaların %97,62'si son üç yılda ürün inovasyonu, %9,52'si süreç inovasyonu, %2,38'i hizmet inovasyonu yaptığını belirtmiştir. Tablo 64'te firmaların inovasyon sonucu geliştirdikleri ürünlerin satışlarının toplam satışlarındaki payı verilmiştir:

Tablo 64: Firmaların İnovasyon Sonucu Geliştirdikleri Ürünlerin Satışlarının Toplam Satışlarındaki Payı

	Sayı	Yüzde (%)
%50'den az	6	14,28
%51 - % 99	9	21,43
% 100	19	45,24
Belirsiz	8	19,05

Firmaların inovasyon sonucu geliştirdikleri ürünlerin satışlarının toplam satışlarındaki payına bakıldığında %45,24'ünün %100 oranında, %21,43'ünün %51-99 oranında, %14,28'inin %50'den az bir oranda paya sahip olduğu tespit edilmiştir. Firmaların %19,05'i ise inovasyon sonucu geliştirdikleri ürünlerin satışlarının toplam satışlarındaki payının belirsiz olduğunu belirtmiştir.

3.3.5.4. İnsan Kaynağı

Tablo 65'te firmaların çalışan sayısı verilmiştir.

Tablo 65: Firma Çalışan Sayısı

	Sayı	Yüzde (%)
Sadece Girişimcisi çalışan	6	14,29
1-10 çalışana sahip	25	59,52
11-20 çalışana sahip	8	19,05
21-30 çalışana sahip	1	2,38
31 ve üzeri çalışana sahip	2	4,76
Toplam	42	100

Firmaların %14,29'unda girişimci tek başına çalışmaktadır. %59,52'sinin çalışan sayısı 1-10 kişi aralığında, %19,05'inin 11-20 kişi aralığında, %2,38'inin 21-30 kişi aralığındadır. Firmaların %4,76'sı ise 31 ve üzeri sayıda çalışana sahiptir. Tablo 66'da girişimcilerin aile üyelerinin firmada çalışma durumları verilmiştir:

Tablo 66: Aile Üyelerinin Firmada Çalışma Durumu

Pozisyon	Sayı	Yüzde (%)
Ortak	2	4,76
Kurucu Ortak	1	2,38
Üst Düzey Yönetici	7	16,66
Bağlantısı yok	32	76,19

Firmaların %76,19'unda girişimcilerin aile üyeleri firmalarında çalışmamakta, herhangi bir ortaklık pozisyonunda da bulunmamaktadır. Yalnızca firmaların

%4,76'sında aile üyeleri firma ortağı, %2,38'inde kurucu ortak iken %16,66'sında ise üst düzey yönetici olarak çalışmaktadır. Tablo 67'de firmaların çalışan teminindeki kriterleri yer almaktadır:

Tablo 67: Çalışanı Teminindeki Kriterler

	Sayı	Yüzde (%)
Tecrübeli	10	23,81
Yetiştirilmek üzere	10	23,81
Güven, Sadakat	8	19,05
Kurum kültürüne uyum	5	11,90
Teknik bilgi beceri	18	42,86
Yabancı dil bilgisi	5	11,90

Firmaların %23,81'i tecrübeli çalışan ararken, %23,81'i yetiştirilmek üzere çalışan aramaktadır. Çalışanını seçerken firmaların %42,86'sı için teknik bilgi beceri en önemli kriter iken, %19,05'i için güven ve sadakat, %11,90'ı için kurum kültürüne uyum, %11,90'ı için yabancı dil önemli kriterler arasındadır. Tablo 68'de çalışan ararken faydalanılan kanallar yer almaktadır.

Tablo 68: Çalışan Ararken Faydalanılan Kanallar

	Sayı	Yüzde (%)
İnsan Kaynakları Siteleri	25	59,52
Referans	22	52,38
Sosyal Medya (Linkedin vb.)	8	19,05
ULUTEK Portalı	4	9,52
İnsan Kaynakları Danışmanlık Firmaları (İŞKUR vb.)	3	7,14
Bireysel Başvuru	2	4,76

Tablo 69'da firmaların %59,52'si çalışan bulmada insan kaynakları sitelerinden faydalanırken, %9,52'si ULUTEK portalından, %7,14'ü insan kaynakları danışmanlık firmaları ve İŞKUR'dan, %4,76'sı firmaya yapılan bireysel başvurulardan faydalanmaktadır. 19,05'i sosyal medya üzerinden çalışan bulmayı tercih ederken

%52,38'i referans ile çalışan bulmayı tercih etmektedir. Aşağıdaki tabloda çalışanların kıdem ortalaması verilmiştir.

Tablo 69: Çalışanların Kıdem Ortalaması

Ortalama Kıdem	Sayı	Yüzde (%)
0-1 yıl	13	30,95
1-3 yıl	15	35,71
3-5 yıl	6	14,29
5-10 yıl	3	7,14
10-15 yıl	2	4,76
15 yıl ve üzeri	4	8,52

Firmaların çalışanlarının kıdem ortalaması sorulduğunda firmaların %30,95'inin çalışan ortalama kıdemi 0-1 yıl iken %35,71'inin 1-3 yıl, %14,29'unun 3-5 yıl, %7,14'ünün 5-10 yıl, %4,76'sının 10-15 yıl, %8,52'sinin 15 yıl ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Tablo 70'te geçici işgücü talep eden firmaların sayısı verilmiştir.

Tablo 70: Geçici İşgücü Talep Etme Durumu

	Sayı	Yüzde (%)
Geçici İşgücü Talep Eden	10	23,81
Geçici İşgücü Talep Etmeyen Firma	32	76,19

Tablo 70'te de görüldüğü gibi firmaların yalnızca %23,81'i geçici işgücü talebinde bulunurken, %76,19'u bulunmamaktadır.

Tablo 71: Çalışanların Mezun Olduğu Bölümler

	Firma Sayısı	Yüzde (%)
Doktora	1	2,38
Yüksek Lisans: Lisans	1	2,38
Lisans: Mühendislik	40	95,24
Lisans: İşletme, iktisat vb.	12	28,57
Ön Lisans: Meslek Yüksek Okulu	2	4,76
Lise	3	7,14

Tablo 72’de firmaların istihdam planı yer almaktadır.

Tablo 72: Firmaların İstihdam Planı

	Sayı	Yüzde (%)
İstihdamı Artırmayı Planlayan	11	26,19
İstihdamı Artırmayı Planlamayan	31	73,81

Firmaların %73,81’i istihdamı artırmayı planlamazken %26,19’u istihdamı artırmayı planlamaktadır.

3.3.5.5. Eğitim

Tablo 73’te firmaların eğitimsel faaliyetleri yer almaktadır.

Tablo 73: Firmaların Eğitimsel Faaliyetleri

Faaliyet	Sayı	Yüzde (%)
Eğitim ve seminerlere katılım	34	80,96
Yurt içi – yurt dışı fuar ve gezilere katılım	31	73,81
İşe Alıştırma Eğitimleri (Oryantasyon)	20	47,62
Panel, konferans ve toplantılara katılım	14	33,33
Sosyal sorumluk projelerine katılım	15	35,71
Yüksek lisans teşvik	8	19,05

Firmaların 34’ü firma içi, firma dışı ya da internet üzerinden çevirim içi eğitimler

ile çalışanlarına eğitim yatırımı yapmaktadır. Bunların 20'si yeni işe başlayan çalışana yönelik işe alıştırma (oryantasyon) eğitimleri vermekte, 8'i de çalışanlarını yüksek lisansa teşvik etmekte, yüksek lisans yapanlara derslerine katılma izni vermekte, iş saatleri konusunda esneklik tanımaktadır.

Firmalara eğitim planları, eğitim saatleri sorulduğunda hazırda bir yıllık eğitim planları olmadığı, eğitimlerini ihtiyaç duydukça ve esnek bir şekilde planladıkları ortaya çıkmıştır. Özellikle yeni teknoloji ve yeni ürüne geçtikçe eğitim aldıklarını eğitimin türüne göre süresinin değiştiğini, bazen birkaç saatlik, bazen birkaç günlük eğitimlerin olabildiğini belirttiler.

Firmaların 31'i yurt içi – yurt dışı fuar ve gezilere, 14'ü panel, konferans ve toplantılara katılmaktadır. Firmaların 15'i ağaç dikme organizasyonları, kan bağıışı, öğrenciye burs imkânı, ücretsiz eğitim ve seminerler verme, okul ve hastanelere ücretsiz altyapı / lisans sağlama gibi kurumsal sosyal sorumluluk projeleri düzenlemektedir.

Firmaların eğitim alırken yaralandıkları kanallarda firma içi ve dışı belirlenmiş eğitimler dışında ULUTEK'te düzenlenen eğitimler, BİTİSO Akademi eğitimleri, KOSGEB destekli eğitimler, TİMTEB Eğitimleri, BEBKA Eğitimleri, HİSER projesi kapsamında düzenlenen eğitimler de yer almaktadır. Ayrıca çeşitli yarışmalar sonucu dereceye giren firmalar bu hızlandırıcı programlar kapsamında da eğitimler almaktadır.

Tablo 74: ULUTEK'te Düzenlenen Eğitim ve Seminerlerin Değerlendirilmesi

	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli olduğunu düşünenler	14	33,34
Yeterli olmadığını düşünenler	20	47,62
Pek katılmayanlar	5	11,90
Yorumu olmayanlar	3	7,14

ULUTEK'te düzenlenen eğitimler hakkında girişimcilerin 14'ü düzenlenen eğitim ve seminerlerin yeterli olduğunu ve faydalandıklarını belirtmiştir. 20'si ise ULUTEK'te düzenlenen eğitim ve seminerlerin yeterli olmadığını ifade etmiştir. Yeterli olmadığını düşmeyenlerden 4'ü eğitimlerin daha çok ve daha sık olmasının, 2'si daha iyi duyurulmasının, 1'i eğitimlere daha çok kontenjan ayrılmasının firmalar için daha iyi olacağını paylaştılar. 2'si ULUTEK'te bir uzman tarafından tüm firmalar ile görüşülerek

eğitim ihtiyaç analizi yapılması, tüm firmalardan gelen eğitim talepleri doğrultusunda yıllık olarak eğitim planı hazırlanışının faydalı olacağını belirttiler. 2'si eğitim ve seminerlerin daha çok yazılım firmalarına dönük olduğunu ancak ULUTEK'te yer alan tüm sektörlere yönelik de teknik eğitimler olmasının iyi olacağını belirttiler.

Katılımcılardan biri eğitim ve seminerlerin yanında ULUTEK'in uluslararası konferanslar ve yurt dışındaki firmalarla ULUTEK'teki firmaların birebir görüşme yapabileceği organizasyonlar düzenlemesinin faydalı olacağını ekledi.

Tablo 75: Firmaların İhtiyaç Duydukları / ULUTEK'in Düzenlemesini Bekledikleri Eğitimler/Seminerler

	Sayı	Yüzde (%)
Satış-pazarlama, iş geliştirme	11	26,19
Mevzuat ve güncel konular	7	16,67
Yazılım dilleri, yazılımda kaliteyi artırma, Object oriented design, diagram eğitimleri, yaşam döngüleri vb. Yazılım ile ilgili teknik eğitimler	7	16,67
Finansal yönetim, muhasebe	3	7,14
Güncel teknoloji (block chain, IOT vb.)	3	7,14
Teknik eğitimler (elektronik, otomotiv vb. yönelik)	3	7,14
Uluslararası firma buluşmaları / sektörel buluşmalar	3	7,14
Destekler, Teşvikler	2	4,76
Yabancı Dil	2	4,76
Takım alışması, problem çözme teknikleri,	1	2,38
Girişimcilik eğitimleri, mentorluk, proje yönetimi, süreç yönetimi,	1	2,38
Seo, Microsoft eğitimleri	1	2,38

Görüşülen girişimcilerden 33' ULUTEK'ten eğitim, seminer beklentilerini paylaştılar. Girişimcilerden 11'i satış-pazarlama, iş geliştirme konularında, 7'si mevzuat, yasal düzenlemeler, güncel konulara yönelik eğitim ve seminerler düzenlenmesini beklemektedir.

3.3.5.6. Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı

Bu kısımda girişimcilik ekosisteminin düzenleyici çerçevesi ve altyapısı değerlendirilmiştir. Tablo 76’da bürokratik yapı ve iş kurmanın kolaylığı yer almaktadır:

Tablo 76: Bürokratik Yapı, İş Kurmanın Kolaylığı

	Sayı	Yüzde (%)
İş kurarken bürokratik engellerle karşılaşanlar	7	16,66
İş kurarken bürokratik engellerle karşılaşmayanlar	35	83,37

Girişimcilerin %16,66’sı işini kurarken bürokratik engellerle karşılaştığını belirtirken %83,37’si herhangi bir bürokratik engelle karşılaşmadığını belirtmiştir. Tablo 77’de mevzuat ve hükümet politikalarının girişimcileri destekleme düzeyi yer almaktadır.

Tablo 77: Mevzuat/Hükümet Politikalarının Girişimcileri Destekleme Düzeyi

	Sayı	Yüzde (%)
Yeterince desteklediğini düşünenler	24	57,14
Yeterince desteklemediğini düşünenler	11	26,19
Yorumu olmayanlar	7	16,67

Girişimcilerin %57,14’ü mevzuat ve hükümet politikalarının girişimcileri desteklediğini düşünürken, %26,19’u ise yeterince desteklemediğini düşünmektedir. Tablo 78’de kamu girişimci işbirliği ve iletişim düzeyi yer almaktadır:

Tablo 78: Kamu Girişimci İşbirliği ve İletişimi Düzeyi

	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli olduğunu düşünenler	13	30,95
Yeterli olmadığını düşünenler	21	50,00
Yorumu olmayanlar	8	19,05

Girişimcilerin %30,95’i kamu ile girişimci işbirliği ve iletişim düzeyinin yeterli düzeyde olduğunu belirtirken %50’si yeterli olmadığını belirtmektedir. Tablo 79’da Bursa’nın altyapısının değerlendirilmesi yapılmıştır:

Tablo 79: Bursa'nın Altyapısı

	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli olduğunu düşünenler	29	69,05
Yeterli olmadığını düşünenler	13	30,95
Toplam	42	100

Bursa'nın altyapısının yeterli olmadığını düşünenlerden 2'si telekomünikasyon konusunda yeterli olmadığını, 1'i sadece bir teknoparkın Bursa için yeterli olmadığını girişimci olup teknoparkların imkânlarından faydalanmak isteyen girişimcilerin tümüne hizmet edecek kapasitede olmadığını bu yüzden en az bir teknopark daha olması gerektiğini belirtti. Ayrıca 3'ü ulaşımın alt yapısının havaalanının uçuş sayısının neredeyse yok denecek kadar az olduğunu ve Bursa'da tren bağlantısının olmamasının büyük bir eksiklik olduğunu vurguladı. 2'si Bursa'da genel bir trafik sorunu olduğundan 1'i toplu ulaşımın fazla vakit aldığından bahsetti. Tablo 80'de ULUTEK'in altyapısının değerlendirilmesi yer almaktadır:

Tablo 80: ULUTEK'in Altyapısı

	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli olduğunu düşünenler	7	16,67
Yeterli olmadığını düşünenler	34	80,95
Yorumu olmayanlar	1	2,38
Toplam	42	100

Girişimcilerin %16,67'si ULUTEK'in altyapısının yeterli olduğunu düşünmekteyken, %80,95'i altyapının yeterli olmadığını düşünmektedir. %66,66'sı internet altyapısının yeterli olmadığını, fiber internetin olmadığını, internet hızının yeterli olmadığını belirtirken, %9,52'si veri merkezi (data center) olmamasının önemli bir eksiklik olduğunu ifade etmiştir. Tablo 81'de firmaların yararlandıkları bilişim teknolojisi yer almaktadır:

Tablo 81: Firmaların Yararlandıkları Bilişim Teknolojileri

	Sayı	Yüzde (%)
İnternet	42	100
Web Sitesi	42	100
Yazılım, mobil yazılım	31	73,81
Bulut teknolojileri	23	54,76
ERP programları	20	47,62
E-ticaret	17	40,48
Yapay zekâ, artırılmış zekâ	2	4,76

Firmaların tamamı internet erişimine ve kendi web sitesine sahipken, %73,81'i yazılım, mobil yazılım, %54,76'sı bulut teknolojileri, %47,62'si ERP programı, %40,48'i e-ticaret, %4,76'sı da yapay zekâ/artırılmış zekâ teknolojilerinden faydalanmaktadır.

3.3.5.7. Erişilebilir Pazarlar

Bu kısımda ULUTEK'in girişimcilik ekosisteminin erişilebilir pazarlar unsurunun değerlendirilmesi yapılmıştır. Tablo 82'de firmaların pazara erişim yolları yer almaktadır.

Tablo 82: Firmaların Pazara Erişim Yolları

	Sayı	Yüzde (%)
İnternet	42	100
Referans	39	92,86
Firma Ziyaretleri	22	52,38
Sosyal Medya	20	47,62
E-ticaret	16	38,09
Sıcak Satış Faaliyetleri	8	19,05
Fuarlar	4	9,52
Bayilik Sistemi	2	4,76

Firmaların pazara erişim yolları sorulduğunda firmaların tamamının interneti, %92,86'sının referansı, %52,38'inin firma ziyaretlerini, %47,62'sinin sosyal medyayı, %38,09'unun e-ticareti, %19,05'inin sıcak satış faaliyetlerini, %9,52'sinin fuarları,

%4,76'sının bayilik sistemini kullandığı tespit edilmiştir. Tablo 83'te pazara erişimde ULUTEK'in değerlendirmesi yapılmıştır.

Tablo 83: Pazara Erişimde Bursa'nın Avantajı

	Sayı	Yüzde (%)
Bursa'da olmanın avantajı olduğunu düşünenler	26	61,90
Bursa'da olmanın dezavantajı olduğunu düşünenler	16	38,10

Girişimcilerin %61,90'ı pazara erişimde Bursa'da olmanın avantajı olduğunu belirtirken %38,10'u dezavantajı olduğunu belirtmiştir. Tablo 84'te pazara erişimde ULUTEK'in değerlendirmesi yapılmıştır.

Tablo 84: Pazara Erişimde ULUTEK'in Avantajı

	Sayı	Yüzde (%)
ULUTEK'te olmanın avantajı olduğunu düşünenler	6	14,29
Etkisi olmadığını düşünenler	36	85,71

Girişimcilerin %14,29'u pazara erişimde ULUTEK'in avantajı olduğunu belirtirken, %85,71'i de etkisi olmadığını belirtmiştir.

3.3.5.8. Katalizör Görevi Gören Büyük Üniversiteler

Girişimcilerin üniversitelerle ilgili değerlendirmeleri aşağıda yer almaktadır.

Tablo 85: Üniversiteler ile İşbirliği Durumu

	Uludağ	Bursa Teknik	Farklı
Akademisyenden Danışmanlık	18	3	3
Stajyer Temini	10	6	1
Yeni Mezun Temini	8	-	-

Firmaların üniversiteler ile işbirliğine bakıldığında 18'i Uludağ Üniversitesi'ndeki 3'ü Bursa Teknik Üniversitesi'nden, 3'ü ise farklı bir üniversitedeki bir akademisyenden danışmanlık hizmetinden faydalandığı tespit edilmiştir. Firmaların

10'u Uludağ Üniversitesi, 6'sı Bursa Teknik Üniversitesi 1'i farklı bir üniversiteden stajyer temini; 8'i Uludağ Üniversitesi ile yeni mezun temini konusunda işbirliğinde bulunmaktadır. Firmaların %57,14'ünün akademisyenden danışmanlık, %40,47'sinin stajyer temini, %19,04'ünün de yeni mezun temini konusunda üniversiteler ile işbirliği bulunmaktadır. Tablo 86'da girişimcinin mezun olduğu üniversitenin girişimciliğine etkisi yer almaktadır:

Tablo 86: Girişimcinin Mezun olduğu Üniversitenin Girişimciliğine Etkisi

	Sayı	Yüzde (%)
Etkili olduğunu düşünenler	8	19,04
Etkili olmadığını düşünenler	34	80,96

Girişimcinin mezun olduğu üniversitenin girişimciliğine etkisi olduğunu düşünenler %19,04 iken etkisi olmadığını düşünenler ise %80,96'dır.

3.3.5.9. Finansman Kaynağı

Tablo 87'de girişimcilerin girişim sermayesinin nelerden oluştuğu yer almaktadır:

Tablo 87: Girişim Sermayesi Oluşumu

	Sayı	Yüzde (%)
Öz sermaye	40	95,24
Devlet Destekleri	5	11,90
Banka Kredisi	3	7,14
Melek Yatırımcı	2	4,76

Girişimcilerin %95,24'ü firmalarını kurarken girişim sermayesi olarak öz sermayeden, %11,90'ı devlet desteklerinden, %7,14'ü banka kredisinden, %4,76'sı melek yatırımcıdan yararlanmıştır. Tablo 88'de firmaların büyüme aşamasındaki yatırım ve finansman kaynakları yer almaktadır.

Tablo 88: Büyüme Aşamasında Yatırım ve Finansman Kaynakları

	Sayı	Yüzde (%)
Öz sermaye	2	4,76
Banka Kredisi	12	28,57
Melek Yatırımcı	0	0
Devlet Destekleri	26	61,90
Alınmadı / Kullanılmadı	10	23,81

Firmalar büyüme ve kurumsallaşma aşamasındaki yatırım ve finansman kaynakları arasında %61,90 oranında devlet desteklerini, %28,57 oranında banka kredisini, %4,76 oranında öz sermayeyi saymıştır. Tablo 89’da girişimcilere melek yatırımcı olsanız hangi alana yatırım yapardınız sorusunun yanıtı yer almaktadır:

Tablo 89: İmkânı Olduğunda Melek Yatırımcı Olmayı Düşünenlerin Yatırım Yapmayı Düşündüğü Alan

	Sayı	Yüzde (%)
Teknoloji ve yenilik içeren	9	21,43
Yazılım	8	19,05
Kendi iş alanı	3	7,14
O anki duruma göre karar verecek olan	3	7,14
Yapay zekâ	2	4,76
Diğer	2	4,76
Melek yatırımcı olmayı düşünmeyen	15	35,72

Girişimcilere melek yatırımcı olsalar hangi alana yatırım yapacakları sorulduğunda %21,43’ü teknoloji ve yenilik içeren bir alanda, %19,05’i yazılım alanında, %4,76’sı yapay zekâ alanında yatırım yapabileceğini belirtirken; %7,14’ü kendi iş alanında, %7,14’ü o anki duruma göre bir yatırım kararı verebileceğini belirtmiştir. Yatırımcıların %35,72’si melek yatırımcı olmayı düşünmemektedir.

3.3.5.10. Destek Sistemleri

Tablo 90’da firmaların hangi desteklerden faydalandıkları yer almaktadır.

Tablo 90: Destek Sistemlerinden Faydalanma Durumu

	Sayı	Yüzde (%)
Mentorluk hizmeti / profesyonel danışmanlık alan	24	57,14
Hızlandırıcı programa katılan	2	4,76
KOSGEB desteklerinden faydalanan	28	66,67
TUBİTAK desteklerinden faydalanan	15	35,71
İhracat desteklerinden faydalanan	1	2,38
Sanayi bakanlığı desteklerinden faydalanan	1	2,38
BEBKA desteklerinden faydalanan	2	4,76
AB desteklerinden faydalanan	0	0
Hiç birine katılmayan	12	28,57

Girişimcilerden alınan bilgilere göre firmaların %57,14'ü mentorluk ve danışmanlık hizmeti almış, %4,76'sı hızlandırıcı programa katılmış, %66,67'si KOSGEB desteklerinden, %35,71'i TUBİTAK desteklerinden, %2,38'i ihracat desteklerinden, 2,38'i Sanayi Bakanlığı desteklerinden, %4,76'sı BEBKA desteklerinden faydalanmıştır. Hiçbir destekten faydalanmayan firmaların oranı %28,57'dir.

3.3.5.11. Firmaların Girişimci İş Ağları Hakkında

Tablo 91'de firmaların faydalandıkları ağlar yer almaktadır.

Tablo 91: Firmaların Faydalandıkları Ağlar

	Sayı	Yüzde (%)
BTSO	24	57,14
Yerel Sektörel İş Dernekleri (Bisiad vb.)	18	42,86
Ulusal İş Adamları Dernekleri	9	21,42
ULUTEK Bünyesinde (Hiser)	6	14,29
Uluslararası İş Dernekleri/Ağları	1	2,38

Görüşülen firmaların %57,14'ü BTSO'nun etkinliklerinden faydalandıklarını, toplantılarına katıldıklarını, %42,86'sı BİSİAD gibi yerel sektörel iş derneklerine üye olduklarını, %21,42'si ulusal iş adamları derneklerine üye olduklarını, %14,29'u

ULUTEK bünyesinde HİSER kümesine katıldıklarını, %2,38'i uluslararası iş dernekleri/ağlarına üye olduklarını belirtmiştir. Tablo 92'de firmaların işbirliğine yatkınlıkları gösterilmektedir:

Tablo 92: Firmaların İşbirliğine Yatkınlıkları

İşbirliği Amacı	ULUTEK içinden		ULUTEK dışından		ULUTEK içinden dışından	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Birlikte teknoloji geliştirmek	6	14,28	4	9,52	5	11,90
Akademisyen / Danışmandan hizmet alımı	5	11,90			3	7,14
Kamu kuruluşları ile ARGE işbirliği (TÜBİTAK/KOSGEB/Bakanlık projeleri gibi)	4	9,52	2	4,76	5	11,90
Diğer	4	9,52	2	4,76	5	11,90
Hiç biri	8 (%19)					

Girişimcilere ULUTEK içinden ya da dışından başka firmalarla işbirliği yapıp yapmadıkları ve yapıyorlarsa ne amaçla işbirliği yaptıkları sorulduğunda %14,28'i ULUTEK içinden, %9,52'si ULUTEK dışından, %11,90'ı ise hem ULUTEK içinden hem ULUTEK dışından firmalarla birlikte teknoloji geliştirmek amacıyla işbirliği yaptıklarını ifade etmiştir. Firmaların %11,90'ı ULUTEK içinden, %7,14'ü hem ULUTEK içinden hem ULUTEK dışından firmalarla akademisyen/danışmandan hizmet alımı şeklinde işbirliği yaptıklarını ifade etmiştir. Firmaların %9,52'si ULUTEK içinden, %4,76'sı ULUTEK dışından, %11,90'ı hem ULUTEK içinden hem ULUTEK dışından firmalarla kamu kuruluşları ile ARGE işbirliği amacıyla işbirliği yaptıklarını belirtirken; %19'u hiçbir işbirliği yapmadıklarını belirtmişlerdir. Genel olarak bakıldığında, firmaların %81'inin işbirliğine yatkın olduğu, %72,6'sının ULUTEK içinden başka firmalarla işbirliğine yatkın olduğu tespit edilmiştir.

3.3.5.12. ULUTEK'in Girişimcilik Ekosistemine Yönelik Değerlendirmeler

Bu kısımda girişimcilere ULUTEK'in girişimcilik ekosistemine yönelik sorular sorularak yanıtları tablolar halinde düzenlenmiş genel olarak ULUTEK'in girişimcilik ekosistemi hakkında bir değerlendirme yapılmıştır. Tablo 93'te firmaların ULUTEK'e gelme nedenleri yer almaktadır.

Tablo 93: ULUTEK'e Gelme Nedeni

Neden	Sayı	Yüzde (%)
Teşviklerden yararlanma (vergi muafiyeti, indirimi vb.)	42	100
Prestij (İmaj)	16	38,10
Sektörel iletişim	5	11,90

Girişimcilere ULUTEK'e gelme nedenleri sorulduğunda tamamı ULUTEK'e teşviklerden, vergi muafiyeti ve indirimlerinden yararlanabilmek için geldiklerini belirtirken %38,1'i ULUTEK'in prestijinden ve teknopark firması olmanın imajından dolayı geldiklerini; %11,9'u sektördeki firmalarla daha rahat iletişim kurabilmek için geldiklerini belirtmiştir. Tablo 94'te firmaların ULUTEK'e gelmeseydiniz yine de firmanızı kurar mıydınız/devam eder miydiniz sorusuna verdiği yanıt yer almaktadır.

Tablo 94: ULUTEK'in Firmanın Ömrüne Etkisi

	Sayı	Yüzde (%)
ULUTEK'e gelmesem de yine de firmamı kurardım	17	40,48
ULUTEK'e gelmeseydim firmamı kurmazdım	1	2,38
ULUTEK'e gelip teşviklerden ve muafiyetlerden faydalanmasaydım yine de devam ederdim.	23	54,76
ULUTEK'e gelip teşviklerden ve muafiyetlerden faydalanmasaydım kapatırdım.	1	2,38

Girişimcilere ULUTEK'e gelmeseydiniz yine de firmanızı kurar mıydınız diye sorulduğunda doğrudan ULUTEK'te kurulan firmaların %2,38'i kurmazdım diye cevap verirken %40,48'i yine de firmamı kurardım diye cevap vermiştir. Kurulduktan sonra ULUTEK'e gelen firmaların %2,38'i gelmeseydim kapatırdım diye cevap verirken

%54,76'sı yine de devam ederdim diye cevap vermiştir. Tablo 95'te ULUTEK'in bünyesindeki firmaları daha rekabetçi mi yoksa daha işbirlikçi mi olmaya yönelttiği sorusunun yanıtı yer almaktadır.

Tablo 95: ULUTEK'in İşbirliğine / Rekabetçiliğe Katkısı

	Sayı	Yüzde (%)
ULUTEK firmamızı daha rekabetçi yaptı	9	21,43
ULUTEK firmamızı daha işbirlikçi yaptı	15	35,71
ULUTEK firmamızı hem daha rekabetçi hem daha işbirlikçi yaptı	7	16,67
Hiçbir etkisi olmadı	11	26,19
Toplam	42	100

Girişimcilerin %21,43'ü ULUTEK'in firmalarını daha rekabetçi yaptığını, %35,71'i daha işbirlikçi yaptığını, %16,67'si ise firmalarını hem daha rekabetçi hem daha işbirlikçi yaptığını belirtirken %26,19'u ULUTEK'in bu konuda hiçbir etkisinin olmadığını belirtmiştir.

3.3.5.12.1. ULUTEK Girişimcilik Ekosisteminin Değerlendirilmesi

Bu kısımda, alan araştırmasının yapıldığı yer olan ULUTEK hakkında firmalarla görüşme sonucu elden edilen verilerden yararlanarak ULUTEK'in girişimcilik ekosistemi ile ilgili güçlü yanlar tespit edilmiş, geliştirilmesi gereken yanlar aşağıda belirtilmiştir.

1. Pazara Erişim

Güçlü Yanlar:

- Görüşülen firmaların %14,29'u ULUTEK'te bulunmanın pazara erişimde kendilerine avantaj sağladığını belirtmektedir.
- Firmaların girişimlerinin başarılı olmasını sağlayan en önemli etkenler arasında %23,8 ile pazara erişim önemli etkenler arasında yer almaktadır.
- ULUTEK'in düzenlediği HİSER adlı organizasyona katılan firmalar, organizasyon kapsamında yurt dışında birebir görüştükleri firmalara yurt dışı

satış fırsatı yakaladıklarını, pazara erişim konusunda ULUTEK'in düzenlediği bu programın çok faydalı olduğunu ifade etmektedir.

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- ULUTEK bünyesinde firmalara pazarlama desteği verilmesi
- BTO'nun ULUTEK bünyesindeki firmalar ile sanayiye buluşturan daha aktif bir rol üstlenmesi
- ULUTEK firmalarını tanıtıcı, müşteri bulmaya faydalı organizasyonlar yapılması
- Bursa'daki büyük ölçekli firmaları ULUTEK'e davet ederek işbirliğinin geliştirilmesi
- Firmaların yurt dışı pazarlara erişiminin desteklenmesi
- ULUTEK'te uluslararası fuarlar, konferanslar düzenlenerek yurt dışındaki hedef pazardaki firmaların davet edilmesi ve firmalarla birebir görüşmelerin sağlanması
- Firmaların uluslararası fuar ve iş gezilerine katılımlarının teşvik edilmesi ve bu konudaki teşviklerle ilgili bilgilendirilmeleri
- Firmaların ihracat teşvikleri hakkında bilgilendirilmeleri ve bu konudaki desteklerden yararlanmalarının teşvik edilmeleri

2. İnsan Kaynağı

Güçlü Yanlar:

- Firmaların %26,1'i gelecek dönemde insan kaynağına yatırım yapıp çalışan sayısını artırarak büyümeyi hedeflemektedir.
- ULUTEK firmalara bir özgeçmiş havuzu sunarak çalışan bulmada yardımcı olmaktadır. Firmaların %9'u çalışanların işe alımında ULUTEK portalından faydalanmaktadır.
- Firmaların girişimlerinin başarılı olmasını sağlayan en önemli etkenler arasında %23,8 ile insan kaynağı yer almaktadır.

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- Özellikle iyi teknik özellikler ve tecrübe gerektiren çalışan bulmada zorlanan firmalarla iletişim halinde bir ortak İnsan Kaynağı politikası belirlenip medya,

sosyal medya, internet sitesi, üniversite stajyer ya da yeni mezun gibi çeşitli kanallardan iletişim çalışmasının yürütülmesi,

- Yapılacak bir imaj çalışmasında ULUTEK'teki firmalarda çalışmanın cazip yönlerinin ön plana çıkarılması
- ULUTEK'te çalışmak ayrıcalıktır algısını yaratarak hedeflenen insan kaynağı profiline ulaşılması
- ULUTEK bünyesindeki firmalarda çalışanlarının gelişimine yönelik sürekli eğitim ve seminer programlarının düzenlenmesi
- ULUTEK bünyesinde sosyal etkinlik alanlarının artırılarak düzenlenmesi ve firmalar arası sportif, kültürel müsabakaların etkinliklerin düzenlenerek çalışanların sosyalleşmesinin sağlanması ile işe bağlılığının artırılması ve çalışanların motivasyonunun artırılması

3. Girişimcilere Yönelik Yatırım ve Finansman Kaynakları

Güçlü Yanlar:

- Görüşülen firmaların % 64'ü melek yatırımcı kavramına sıcak bakmakta, girişimini büyütmek için farklı yatırım ve finansman kaynaklarına karşı olumlu yaklaşmaktadır.
- Görüşülen firmalardan 4'ü aktif olarak melek yatırımcı aramaktadır. Firmalar uygun yatırımı buldukları takdirde iyi bir büyüme potansiyeline sahip görünmektedir.

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- ULUTEK tarafından, bünyesindeki firmaların büyümesini desteklemek için melek yatırımcılar ile girişimcilerin buluşturulması
- BTSO işbirliğiyle yatırımcı ağları oluşturulması
- Yatırımcıların ULUTEK'teki firmalara yatırıma teşvik edilmesi
- İTÜ teknoparkı ile bir günde 52 milyon yatırım topladıkları etkinlik hakkında görüşülmesi ve benzeri etkinliklerin ULUTEK'te de düzenlenmesi

4. Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı

Güçlü Yanlar:

- Görüşülen firmaların %16,67'si ULUTEK'in altyapısının yeterli olduğunu düşünmektedir.
- ULUTEK ve metro istasyonu arası servis konulması çalışanların ulaşımını kolaylaştırmaktadır.
- ULUTEK bünyesinde 7/24 güvenlik hizmetinin olması firmalara güven vermektedir.

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- Fiber internetin olması
- İnternet hızının artışının sağlanması
- Veri merkezi (data center) oluşturulması
- Binanın fiziksel şartlarının (ısıtma, soğutma, ses yalıtımı) iyileştirilmesi
- Ofis dekorasyonu, pencere açılması,
- Atölye-ofis yakınlığının sağlanması
- Ek bina inşa edilerek daha fazla firmanın teknoparktan faydalandırılması ve girişimciliğin teşvik edilmesi
- Ortak sosyal alanların artırılması
- Firmaların ihtiyaç duyduğu enerji kaynaklarının sağlanması
- ULUTEK'te patent sahibi olan firmalara yapılan cüzi indirim teşvikinin miktarının artırılması veyahut yılbaşında kirayı peşin ödemeyi kabul eden firmalara ciddi indirimlerin yapılması
- Plaka okuma sisteminin geliştirilmesi

5. Destek Sistemleri

Güçlü Yanlar:

- ULUTEK bünyesinde firmalar inovasyona teşvik edilerek yenilik üreten, sürekli araştırıp geliştiren firmaların bünyede kalması sağlanmaktadır.
- ULUTEK firmaları böylelikle firmaları devlet desteklerine özellikle ARGE proje desteklerine yönlendirmektedir.

- ULUTEK bünyesinde TİMTEB'in ücretsiz mentorluk hizmeti vermesi firmalar için avantaj oluşturmaktadır. Bunun duyurulması ve daha çok firmanın bu hizmetten faydalanması sağlanmalıdır.

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- ULUTEK bünyesinde çalışanlara yönelik mentorluk eğitimleri düzenlenmesi
- Alanında daha tecrübeli olanların yenilere yol gösterebileceği bir mentorluk sisteminin geliştirilmesi
- Özellikle kuluçka aşamasındaki girişimcilerin hızlandırıcı programlara yönlendirilmesi
- ULUTEK bünyesinde hızlandırıcı programların düzenlenmesi
- Firmaları ARGE projelerine teşvik etmek amacıyla etkili projeler üreten firmalara ciddi kira indirimi gibi teşvikler yapılması, indirimler uygulanması gibi teşvik yöntemlerinin geliştirilmesi
- Girişimci – sanayici iş ağlarının geliştirilmesi,
- ULUTEK bünyesindeki tüm sektördeki firmaların girişimci ağları konusunda bilgilendirilmesi,
- Tüm sektörlerle yönelik kümelenme ve ağ işbirliklerinin teşvik edilmesi ve desteklenmesi bu konuda BISO ile işbirliği yapılması

6. Eğitim-Öğretim

Güçlü Yanlar:

- Görüşülen firmaların %33,3'ü ULUTEK'te düzenlenen eğitimlerin yeterli ve faydalı bulmaktadır.
- ULUTEK bünyesinde eğitim verilecek salonların olması eğitimlerin ULUTEK'te düzenlenmesini kolaylaştırmaktadır.
- ULUTEK'teki firmaların yararlanabileceği güzel bir kütüphanenin yer alması firmadaki çalışanların kendilerini geliştirmeleri için bir avantaj sağlamaktadır.

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- ULUTEK'te bir uzman tarafından tüm firmalar ile görüşülerek eğitim ihtiyaç analizi yapılması, tüm firmalardan gelen eğitim talepleri doğrultusunda yıllık olarak eğitim planı hazırlanması
- Eğitimlerin daha çok ve daha sık olması

- Daha iyi duyurulması
- Eğitimlere daha çok kontenjan ayrılması
- Daha çok satış-pazarlama, iş geliştirme konularında, mevzuat, yasal düzenlemeler, güncel konulara yönelik eğitim ve seminerler düzenlenmesi
- ULUTEK’te yer alan tüm sektörleri kapsayacak genişlikte teknik eğitimler düzenlenmesi
- BTSO Akademi ile işbirliği geliştirilerek ULUTEK’teki firmaların da eğitimlerden yararlanmasının teşvik edilmesi

7. Üniversiteler ile işbirliği

Güçlü Yanlar:

- ULUTEK’in Uludağ Üniversitesi’nin alanında olması,
- Bünyesinde akademik girişimcileri barındırması
- Akademik bir profile sahip Yönetimin firmalar ile akademisyenlerin işbirliğini desteklemesi
- Danışmanlık hizmeti alınabilecek akademisyenlere kolayca ulaşabilmenin avantajı

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- Girişimci – üniversite işbirliğinin geliştirilmesi
- Girişimci - akademisyen işbirliğinin geliştirilmesi
- Alanında tecrübeli ve bilgi sahibi girişimcilerin aynı alandaki üniversite öğrencilerine seminerler vermesi teşvik edilmeli, bu tarz etkinlikler düzenlenmesi için üniversite ile işbirliği kurulmalı
- Üniversite eğitimindeki müfredatın özellikle bilgisayar mühendisliği, yazılım mühendisliği gibi bölümlerin müfredatlarının hazırlanırken ULUTEK’te oluşturulacak bir komisyonun dinlenerek sektörün ihtiyacına yönelik belirlenmesi
- Üniversite stajyerlerinin uzun dönemli yarı zamanlı çalışma ya da uzun dönemli staj programlarının ULUTEK’teki firmalar ile düzenlenmesi için işbirliğinin geliştirilmesi
- Staj programı sonrası ya da üniversiteden yeni mezunların işe alımını teşvik edecek bir sistemin geliştirilmesi ile istihdam artışının desteklenmesi

8. ULUTEK'in Girişimcilik Kültürü

Güçlü Yanlar:

- ULUTEK firmalara prestij sağlamaktadır. Teknoparkta bulunmanın firmalara kurum kültürü olarak inovasyonu ve ARGE'yi teşvik edici bir özelliği bulunmaktadır.
- ULUTEK'e gelen firmaların %38,1 ULUTEK'in imajından faydalanmak üzere geldiklerini ifade etmektedir.

Geliştirilmesi Gereken Yanlar:

- Girişimcilerin girişimci olmayı düşünenlerle buluşturulduğu etkinlikler düzenlenmesi
- Girişimci – girişimci adayı buluşmalarıyla girişimcilik kültürünün teşvik edilmesi
- ULUTEK bünyesindeki girişimcilerin tecrübelerini aktaracakları “başarılı girişimcilerle sohbetler” gibi isimler altında üniversite öğrencilerine seminer konferans vermeleri sağlanarak girişimcilik kültürünün geliştirilmesine katkı sağlanması
- Yurt içinde ya da yurt dışında yarışmalarda, çeşitli organizasyonlarda ya da belirli kategorilerde başarı sağlayan firmaların ULUTEK içinde duyurulması ve takdir edilmesi
- ULUTEK bünyesinde pek çok farklı kategoride özellikle inovasyonu teşvik edici, ihracatı teşvik edici, ithal ikameyi önleyici ve istihdamı artırıcı projelerin, işlerin ödüllendirilmesi ve bunun geleneksel hale getirilerek ULUTEK kültürü haline getirilmesi
- ULUTEK'teki firmaların kendilerini diğer firmalara tanıtılmasının ve firmalar arası iletişimin ve bilgi paylaşımı kültürünün artırılması
- ULUTEK bünyesindeki firmaların çalışanlarına yönelik sportif, kültürel, sosyal kulüpler kurulması ve kulüplerin faaliyetlerinin desteklenerek hem ULUTEK kültürüne katkı sağlanması hem çalışanların motive edilmesi

3.3.5.13. Girişimcilerin Bursa'nın Girişimcilik Ekosistemi Hakkında Genel Değerlendirmeleri

Girişimcilerin Bursa'nın girişimcilik ekosistemi hakkında genel

değerlendirmeleri bu kısımda yer almaktadır.

3.3.5.13.1. Bursa'nın Girişimcilik Kültürü

Bursa'nın girişimcilik kültürü ile ilgili olarak girişimcilerden Bursa'nın iyi bir girişimcilik kültürü olduğunu ifade edenlerin bir kısmı genel olarak Bursa'nın öncü bir şehir olduğunu, Türkiye'nin en başarılı şehirlerden biri olduğunu ve Bursa'da iyi projelerin olduğunu ifade etti. Bir kısmı Bursa'da amatör ve geleneksel bir girişimcilik ruhunun hâkim olduğunu özellikle tekstil, mobilya gibi sektörlerde mevcut kuşak yerini daha eğitilmiş ve daha profesyonel kuşağa bıraktıkça girişimciliğin de profiline değişerek gelişeceğini, yeniliğe daha açık hale geleceğini belirtti. Tablo 96'da Bursa'da girişimcilerin desteklenme oranı yer almaktadır.

Tablo 96: Bursa'da Girişimcilerin Desteklenmesi

	Sayı	Yüzde (%)
Yeterince desteklendiğini düşünenler	17	40,48
Yeterince desteklenmediğini düşünenler	19	45,24
Yorumu olmayanlar	6	14,28
Toplam	42	100

Bursa'da girişimcilerin yeterince desteklenmediğini düşünenlerden bir kısmı devlet tarafından, ULUTEK tarafından desteklendiğini ancak özellikle özel sektör tarafından desteklenmediğini belirtti. Bir girişimci ise Bursa'nın girişimcileri desteklemek istediğini ancak, nasıl destekleyeceklerini bilmediğini ifade etti. Tablo 97'de Bursa'nın girişimcilik kültüründe girişimciliğin gördüğü değer düzeyi yer almaktadır.

Tablo 97: Bursa'nın Girişimcilik Kültüründe Girişimciliğin Değeri

	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli olduğunu düşünenler	18	42,86
Yeterli olmadığını düşünenler	17	40,48
Yorumu olmayanlar	7	16,66
Toplam	42	100

Girişimcilerden bir kısmı Bursa’da girişimlerin ancak büyüdüğünde değer gördüğünü, start-up diye tabir edilen girişimlerin yeterince değer görmediğini ifade etti. Tablo 98’de girişimcilerin gözünden Bursa’nın girişimcilik ekosisteminin genel değerlendirmesi yer almaktadır.

Tablo 98: Bursa’nın Girişimcilik Ekosisteminin Değerlendirilmesi

Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları	Güçlü Yanlar	Geliştirilmesi Gereken Yanlar
Pazara Erişim	Girişimcilerin %26’sı Bursa’nın girişimcilik ekosisteminde pazara erişimde sanayinin büyük olması, pek çok ile yakın olması bakımından Bursa’yı avantajlı değerlendirdi.	Girişimcilerin %17’si Bursa’nın girişimcilik ekosisteminde pazara erişim imkânlarının geliştirilmesi gerektiğini ifade etti.
İnsan Kaynağı	%17’si insan kaynağının yeterli olduğunu ve aranan yetkinlikte insan kaynağını bulabildiklerini ifade ederken	%40’ı kalifiye insan kaynağı bulma konusunda Bursa’nın girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi gerektiğini belirtti.
Girişimcilere Yönelik Yatırım ve Finansman Kaynakları	%2’si finansman ve yatırım kaynaklarının gelişmiş olduğunu belirtirken	%45’i finansman ve yatırım kaynaklarının özellikle melek yatırımcı ağının geliştirilmesi gerektiğini belirtti.
Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı	%100’ü teknoparkların sağladığı teşvik ve muafiyetlerin girişimlerin başarılı olmasında önemli katkılar sağladığını ifade ederken	%5’i Bursa’da hızlı trenin ve işlevsel bir havaalanının olmamasının dezavantaj oluşturduğunu ve yeni bir teknokentin daha olması gerektiğini belirtti.
Destek Sistemleri	%10’u devlet desteklerinin çok faydalı olduğunu belirtirken	%62’si girişimci ağları, küresel fuar, firma görüşmeleri, sektörel firma buluşmaları, hızlandırıcı program, mentorluk hizmetinin geliştirilmesi, devlet desteklerinin daha iyi duyurulması gerektiğini belirtti.
Eğitim-Öğretim	%2’si Bursa’nın girişimcilik ekosisteminde eğitim-öğretimin önemli bir yeri olduğunu belirtirken	%19’u Bursa’daki eğitim-öğretim imkânlarının girişimcilik ekosistemini destekleyecek şekilde geliştirilmesi gerektiğini belirtti.

Üniversiteler ile işbirliği	%7'si Bursa'da girişimci ve üniversite işbirliğinin yeterli olduğunu ifade ederken	%36'i Bursa'da girişimci üniversite işbirliğinin geliştirilmesi gerektiğini ifade etti.
Bursa'nın Girişimcilik Kültürü	%2'si Bursa'da girişimcilik kültürünün girişimcilik ekosistemi için avantaj sağladığını belirtirken	%12'si Bursa'da girişimcilik kültürünün gelişmesi için girişimcilik bilincinin çok küçük yaşlarda geliştirilmesi gerektiğini ifade etti.

Görüşme sonucu elden edilen verilerden yararlanarak Bursa'nın girişimcilik ekosistemi ile ilgili güçlü yanlar tespit edilmiş, geliştirilmesi gereken yanlar aşağıda belirtilmiştir:

3.3.5.13.2. Girişimcilik Ekosisteminin Geliştirilmesi için Kamudan Beklentiler

Görüşmeler sonucu firmaların Bursa'nın girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi için kamudan beklentileri sorulduğunda verilen tavsiye niteliğindeki cevapları aşağıda derlenmiştir:

- Kamu girişimci iletişimi artırılmalı
- Bürokratik işlemler azaltılmalı.
- Girişimciler üzerindeki vergi yükünün azaltılması konusunda çalışmalar yapılmalı.
- Teknoparkta 24 ay olan vergi muafiyeti ikinci 24 ay daha uzatılmalı projeler daha uzun süreli desteklenmeli, ARGE projelerinde muafiyet süresi uzatılmalı.
- Bursa'da pek çok sektörde iş buluşmaları düzenlenmeli, küresel fuar kapsamında etkinlikler yapılmalı.
- Müşteri bulma konusunda girişimcilere destek olunmalı.
- Daha fazla devlet yardımı olmalı, girişimciler destekler ile ilgili daha çok bilgilendirmeli.
- Teknoloji geliştiren girişimcilere daha fazla destek verilmeli. Yurt dışına açılmaları için desteklenmeli, çıkışlar (exit) desteklenmeli.
- Devlet destekleri ve hibelerinin taahhüt edilen zamanda yatırılması sağlanmalı.
- Devlet desteklerinin bürokratik işlemleri azaltılmalı.

- Devlet destekleri bankalar bünyesinde ve uzun vadeli, 0 faizli olarak girişimcilere verilebilir, bankalarda bunun için proje değerlendirme birimleri kurulabilir.
- Melek yatırımcı ağları oluşturulmalı ve girişimciler ile yatırımcılar buluşturulmalı.
- Girişimcilere yönelik hızlandırıcı programlar düzenlenmeli, ücretsiz mentorluk verilmeli.
- Bursa'daki teknopark sayısı artırılmalı, BTSO bünyesinde de kuluçka açılmalı
- Girişimci ile üniversite işbirliği konusunda üniversiteler teşvik edilmeli.
- Bursa'daki üniversitelerin yazılım sektörüne daha nitelikli bireyler hazırlaması için çalışmalar yapılmalı.
- Yabancı firmalara karşı yerli yazılım firmaları desteklenmeli. Kamu tüm yerli firmaları koruyucu bir politika uygulamalı. İthal ikamesini önleyen firmalar daha çok desteklenmeli. Yabancı yazılımcılara kota konulmalı. Yurt dışından ithal yazılımların yerli firmaların sisteme entegre olmasını engelleyen firmalara mali yük getiren cezai uygulamaları önlenmeli.
- Kamu yetkililerinin mevzuata daha hâkim olması sağlanmalı. Kamu uzman kadrosunu hizmet verdiği ya da değerlendirdiği girişimcileri daha iyi anlamak için sektörel olarak eğitmeli.

3.3.5.14. Girişimcilerden Girişimcilere / Girişimci Olmayı Düşünenlere Tavsiyeler

Girişimciler çalışmanın sonunda yeni girişimcilere ya da girişimci olmayı düşünenlere tavsiyelerde bulundu. Verilen tavsiyeler aşağıda sıralanmıştır:

- Girişimcilerin 8'i, iyi bir piyasa analizi ve pazarlama araştırması yaparak müşterinin ihtiyacını iyi anlayıp bu ihtiyacı giderecek çözümü sunmanın çok önemli olduğunu
- 2'si, iyi bir fizibilite sonrası yola çıkmanın doğru olduğunu
- 3'ü, pazarı küresel düşünerek ihracata yönelmelerini ve farklı pazarlara da açılmalarını
- 4'ü, satış pazarlamaya da ARGE, inovasyon kadar önem vermelerini
- 4'ü, önce müşterinin bulunup sonra işin kurulmasını

- 4'ü, iş kurarken iyi bir ekibin çok önemli olduğunu
 - 2'si, birbirini tamamlayan tarzda ortaklarla iş kurulmasını, örneğin ortaklardan biri finansmanı, biri pazarlamayı, biri ARGE-üretim kısmını idare edecek şekilde görev dağılımının baştan yapılmasını, en azından ortaklardan biri inovasyon yapmaya odaklanırken birinin ticarileştirmeye odaklanmasının gerektiğini
 - 6'sı, girişimcilerin cesaretli olmasını ve risk almalarını
 - 3'ü gerçekten iyi bir motivasyona sahiplerse, kendilerine gerçekten inanıyorlarsa bu yola çıkmalarını
 - 2'si kısa yoldan zengin olmayı hayal etmemelerini
 - 2'si kontrollü bir şekilde sağlam adımlarla büyümelerini
 - 9'u, hayallerinin peşinde giderek sabırla ve fedakârlıkla çalışarak zorluklara yenik düşmeden giriştikleri yolda hiç pes etmeden devam etmelerini
 - 2'si her zaman insana değer vermelerini
 - 6'sı inovasyon yaparak iş kurmalarını kimsenin yapmadığı bir şeyi yapmalarını
 - 4'ü sadece desteklere güvenmeden, iyi bir finansman ve iş modeli oluşturarak iş kurmalarını hatta girişimlerini en az 6 aylık finanse edecek sermayeyle iş kurmalarını ya da bir yatırımcı ile yola çıkmalarını
 - Biri iyi bir mentorluk desteği alarak iş kurmalarını
 - Biri ise önce özel sektörde iyice tecrübe edinip daha sonra iş kurmalarını
 - Biri iş bulamıyorlarsa iş kurmalarını
 - Biri ise genç yaşta doğru zamanın gelmesini çok beklemeden iş kurmalarını
- belirterek tavsiyelerde bulundu.

3.3.6. Tartışma

Girişimcilik ekosistemi ile alakalı literatürde daha önce yapılan araştırmalara bakıldığında yapılan çalışmalar arasında ikinci bölümde daha detaylı bahsedilen özellikle Isenberg, Stam ve Mason ve Brown'ın çalışmaları dikkat çekmektedir. Ayrıca dünyada WEF'in, OECD'nin ve Küresel Girişimcilik Monitörü'nün yayımladığı girişimcilik ekosistemi araştırmaları literatüre değerli katkılar sunmaktadır. Türkiye'de yapılan çalışmalara bakıldığında girişimcilik ekosistemi ile ilgili yapılmış çok az sayıda bulunan çalışmanın çoğu literatür taraması şeklinde iken Malatya Teknokent'in girişimcilik

ekosistemini üzerine yapılmış bir nitel alan araştırması mevcuttur (Sarıtaş, 2019). Ülkemizde ayrıca girişimcilik ekosistemi unsurları ile birlikte Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Plan'ında detaylı bir şekilde analiz edilmekte konuyla ilgili politikalar yer almaktadır. Ancak genel olarak özellikle ülkemizde girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi amacıyla daha fazla araştırma ve incelemeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu konuda çalışmaya üniversitelerin ve araştırmacıların teşvik edilmesi literatürün gelişmesine ve girişimcilerin daha fazla kaynağa erişerek bilgi birikimlerini artırmalarına girişimlerini kurarken ve büyütürken daha kolay adımlar atmalarına fayda sağlayacaktır.

Bu çalışmada öncelikle girişimcilik ve girişimcilik ile ilgili literatür çalışması yapılmış, ardından Ulutek'teki firmaların girişimlerini kurup büyütürken erişilebilir pazarlar, insan kaynağı (iş gücü), yatırım ve finansman, mentorlar, danışmanlar, destek sistemleri, düzenleyici çerçeve ve altyapı, eğitim ve öğretim, katalizör olarak büyük üniversiteler ve kültürel destek gibi girişimcilik ekosistemi unsurlarının mevcudiyeti ve etkileri incelenmiştir.

- Yapılan araştırma sonucunda girişimlerin tamamının ULUTEK'e teşviklerden, vergi muafiyeti ve indirimlerinden yararlanabilmek için geldikleri tespit edilmiştir. Malatya Teknopark'ta da sonuç aynı çıkmıştır (Sarıtaş, 2019: 82). Ayrıca ULUTEK'te firmaların %38,1'i ULUTEK'in prestijinden ve teknopark firması olmanın imajından dolayı geldiklerini; %11,9'u sektördeki firmalarla daha rahat iletişim kurabilmek için geldiklerini belirtmişken; Malatya Teknopark'ta 28 firmanın 13'ü sektörel iletişim, 7'si profesyonel destek alma, 1'i prestij dolayısıyla teknoparka geldiklerini belirtmiştir (Sarıtaş, 2019: 82). Nihayetinde teknoparklarda uygulanan vergi muafiyeti ve indirimlerinin girişimleri teknoparkta girişimlerini kurmaya teşvik ettiği ortaya çıkmıştır. Teknopark sayısının artırılması, teknoparktan faydalanacak firmaların sayısını artırarak girişimcilik ekosistemini geliştirecektir. Bununla birlikte teknoparklardaki firmaların teknoparkın prestijini yeterince hissetmelerini sağlayan, teknoparkların prestijini artıran kurumsal çalışmaların yapılması faydalı olacaktır.
- Araştırma sonucunda girişimlerin başarılı olmasını sağlayan önemli etkenler %42,86'sı kaliteli ürün ya da hizmet, %38,10'u girişimci karakterinin etkisi, %23,81'i insan kaynağı, girişimcinin tecrübesi, pazara erişim, kurumsallaşma; %19,05'i girişimci ağları; %16,67'si müşteri odaklı yaklaşım; %14,28 aldıkları

eğitim; %11,90'ı g¼cl¼ finansman; %7,14'¼ iyi iş fikri olarak tespit edilmiştir. Sonuca bakıldığında girişimcilerin firmalarının başarisında en ¼nemli ikinci unsur olarak kendi kişiliklerini ve ¼abalarını g¼rd¼kleri dikkat ¼ekmektedir. Girişimcilerin başarılı olmasında etkili bu kişilik ¼zellikleri ise %26,9 ile girişkenlik ve ¼alıřkanlık, %21,42 ile risk alabilmek ve yenilikçilik; %19,04'¼ başarı odaklı olmak, %14,28 ile iyi bir ikna kabiliyeti ve iyi satış-pazarlama yeteneği ile azimli olmak, %11,90 ile iyi insan ilişkilerine sahip olup araştırmayı geliştirmeyi severek, cesur olmak olarak tespit edilmiştir. WEF 2013 raporuna g¼re ise d¼nya ortalamasında %62 ile insan kaynağı, %60 ile pazara erişim ve %59 ile yatırım ve finans girişimin başarisında en ¼nemli unsur olarak ilk ¼ sırada yer almaktadır (WEF, 2013).

- Girişimcilik ekosisteminde başarıyı getiren en ¼nemli unsurlardan biri olan pazara erişim konusunda ULUTEK'in geliştirilmesi gereken yanları bulunmaktadır. G¼r¼ř¼len firmaların %14 gibi az bir kısmı ULUTEK'te bulunmanın pazara erişimde firmalarına avantaj sağladığını belirtmektedir. Bu oranın artırılarak ULUTEK'teki firmaların pazara erişiminin geliştirilmesi i¼in firmaların yurt i¼i ve yurt dışı pazarlama konusunda desteklenmesi, hedef firmalarla birebir g¼r¼řmeleri i¼eren fuar veya iş g¼r¼řmeleri d¼zenlenmesi, firmaların ihracat teşvikleri hakkında bilgilendirilmeleri ve bu konudaki desteklerden yararlanmalarının teşvik edilmeleri faydalı olacaktır. Ayrıca BTSO, ULUTEK b¼nyesindeki firmalar ile sanayiyi buluşturan daha aktif bir rol ¼stlenerek Bursa'daki b¼y¼k ¼lçekli firmaları ULUTEK'e davet edip işbirliğini geliştirilebilir. G¼r¼ř¼len firmaların ¼ođu, ULUTEK'e yurt i¼i ve yurt dışından firmaların davet edilerek birebir g¼r¼řmelerin organize edilmesinin ¼ok yararlı olacağını ¼zellikle belirtmiştir. Firmalar bu konudaki ihtiyaçını eğitim konusunda ULUTEK'ten en ¼ok satış-pazarlama eğitimi talep ederek de dile getirmiştir. Malatya Teknokenti'nde yapılan araştırmada da firmaların en ¼ok desteğe ihtiyaç duyduğu konu ¼r¼n ticarileştirme konusu olmuştur (Sarıtış, 2019: 82). G¼r¼ld¼đu gibi pazara erişim konusunda firmaların ¼eřitli organizasyon, eğitim ve projelerle desteklenmesi girişimcilik ekosistemini geliştirecek en m¼him konulardan biridir. WEF'in T¼rkiye'nin girişimcilik ekosistemi raporu da i¼ pazara giriş maliyeti ve d¼zenlemesi bakımından ekosisteminden geliştirilmesi gerektiğini, i¼ Pazar

dinamiklerinin ise iyi durumda olduğunu göstermektedir (Bosma ve Kelley, 2018: 110).

- WEF araştırmasına göre, dünyadaki girişimcilik ekosisteminin başarılı olmasını sağlayan en önemli unsur %62 ile insan kaynağıdır (WEF, 2013). ULUTEK’te yapılan araştırmada da insan kaynağı en önemli 3 unsur arasındadır. Firmaların %71,43’ü en çok yeni ürün geliştirmeye yatırım harcaması yapmayı planlarken sonrasında en çok yatırım yapmayı planladıkları konu %26 ile gelecek dönemde insan kaynağına yatırım yapıp çalışan sayısını artırarak büyümedir. Malatya Teknopark’ının da en çok ihtiyaç duyduğu desteklerden biri nitelikli eleman olarak tespit edilmiştir (Sarıtış, 2019: 82). Girişimcilik ekosisteminin insan kaynağı unsurunun ULUTEK’te de geliştirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Özellikle kalifiye insan kaynağı bulma konusunda firmalar ile kalifiye çalışanları buluşturan organizasyonlar düzenlenerek, insan kaynağının niteliklerini artıracak eğitimlerle, piyasanın ihtiyaç duyduğu yetenekler ile kişilerin geliştirmesi gereken yeteneklerini eşleştiren iletişim çalışmalarıyla hem Bursa’nın hem ULUTEK’in girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi faydalı olacaktır.
- Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan raporuna göre girişim finansmanı unsuru bakımından Türkiye’nin girişimcilik ekosistemi ortalama düzeydedir (Bosma ve Kelley, 2018: 110). WEF 2013 raporuna göre girişimcilik ekosisteminin başarısını belirleyen en önemli ikinci unsurdur. Girişim finansmanı gelişmiş bir girişimcilik ekosistemi girişimciye finansman konusunda oldukça çeşitli araçlar sunarak girişimlerin kurulmasına ve firma büyümesine katkı sağlamaktadır Günümüzde girişimci girişimi için gerekli finansı sağlayacak bankacı ya da finansörü ikna edebilme yeteneğine sahip bir lider olmalıdır (Schumpeter, 2009: 66-67). Araştırmada görüşülen girişimcilerin %95,24’ü firmalarını kurma aşamasında öz sermayeden, %11,90’ı devlet desteklerinden, %7,14’ü banka kredisinden, %4,76’sı melek yatırımcıdan; büyüme aşamasında ise %61,90’ı devlet desteklerinden, %28,57’i banka kredisinden yararlanmıştı. Malatya Teknopark’ında yapılan araştırmaya göre de girişimcilerin kullandığı finanman kaynaklarının başında %57 ile KOSGEB destekleri gelmektedir (Sarıtış, 2019: 77). Schumpeter’in dediği gibi özellikle

büyüme isteyen girişimcilerin ya devletten ya bankadan gerekli finans kaynağını bulma yeteneğine sahip olması gerektiği görülmektedir. Araştırmada çıkan sonuca göre de hem Bursa'nın hem ULUTEK'in girişimcilik ekosisteminde geliştirilmesi gereken unsurlardan biridir. Melek yatırımcı ağının geliştirilmesi, firmalara melek yatırımcı bulmalarında yol gösterici olunması gerekmektedir. Bu konuda görüşülen firmaların % 64'ünün melek yatırımcıya olumlu bakmaktadır. Melek yatırımcı bulduğunda büyüme sağlayacak firmaları barındıran ULUTEK bu potansiyeli iyi yönlendirmelidir. Yatırımcı ağları geliştirilmesi için BTSO ile işbirliği yapılması, yatırımcıların ULUTEK'teki firmalara yatırıma teşvik edilmesi, bunun için yatırım toplamak üzere etkinlikler düzenlenmesi, girişimcilerin yatırımcılarla buluşturulmasının sağlanmasının faydalı olacaktır.

- Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan raporuna göre fiziksel altyapı unsuru bakımından Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi ortalamasının üzerindedir (Bosma ve Kelley, 2018: 110). ULUTEK'te yapılan araştırmada ise Bursa'nın ve ULUTEK'in altyapısının geliştirilmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. ULUTEK'in altyapısal olarak internet, veri merkezi, binanın fiziksel şartlarının iyileştirilmesi, ortak sosyal alanların artırılması, boş bulunan teknopark arazisine ek bina inşa edilerek daha fazla firmanın teknoparktan faydalandırılması ve girişimciliğin teşvik edilmesi sağlanmalıdır. Bursa'da hızlı trenin, işlevsel bir havaalanının ve en az bir teknoparkın daha olması girişimcilik ekosistemini oldukça geliştirecektir. Özellikle ulaşım ağının gelişmesi hem altyapı hem pazara erişim unsurunu geliştirerek ekosisteme büyük faydalar sağlayacaktır.
- Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan raporuna göre devlet girişimcilik programları unsuru bakımından Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi ortalama düzeydedir (Bosma ve Kelley, 2018: 110). Malatya Teknopark'ındaki firmaların yarısından fazlası devlet desteklerinden faydalanmıştır (Sarıtaş, 2019: 77). ULUTEK'te görüşülen firmaların %57,14'ü mentorluk ve danışmanlık hizmeti almış, %4,76'sı hızlandırıcı programa katılmış, %66,67'si KOSGEB desteklerinden, %35,71'i TUBİTAK desteklerinden, %2,38'i ihracat desteklerinden, 2,38'i Sanayi Bakanlığı desteklerinden, %4,76'sı BEBKA desteklerinden faydalandığı tespit edilmiştir. Devlet desteklerinden

faydalanan, mentorluk alan ve hızlandırıcı programlara katılan firma oranının artırılması gerekmektedir. Desteklerden ve mentoluk, hızlandırıcı programlardan firmaların daha iyi haberdar edilmesi, bu konuda bilgilendirici seminerlerin artırılması, ULUTEK'in yol gösterici bir rol üstlenmesi ve çeşitli programlar düzenleyerek destek sistemlerini özellikle girişimci ağlarını geliştirilmesi ekosistemin gelişmesi için önem arz etmektedir.

- Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan raporuna göre okul aşamasında girişimcilik eğitimleri unsuru bakımından Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi ortalamasının altındayken okul sonrasında girişimcilik eğitimleri unsuru ortalamasının biraz üzerinde seyretmektedir (Bosma ve Kelley, 2018: 110). Araştırma sonucu ULUTEK'te düzenlenen eğitim ve seminerlerin de özellikle satış-pazarlama, iş geliştirme konularında, mevzuat, yasal düzenlemeler, güncel konulara yönelik daha fazla ve daha sık yapılarak, daha iyi duyurulup daha çok kontenjan ayrılarak daha yeterli hale getirilmesi gerektiğini göstermektedir. ULUTEK'te tüm firmalardan gelen eğitim talepleri doğrultusunda yıllık olarak eğitim planı hazırlanmasının girişimcilik ekosisteminin eğitim-öğretim unsurunu geliştirecektir. ULUTEK'te görüşülen girişimcilerin %60'ının, Malatya Teknopark'ta %67'sinin girişimcilik eğitimi almadan firmasını kurduğu tespit edilmiştir (Sarıtaş, 2019: 73). Girişimcilik eğitimi alarak girişimini kuranların sayısının artırılması için gerekli bilgilendirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Daha okul aşamasındaki girişimcilik eğitiminin genç yaştaki öğrencilere erkenden verilmesi de girişimciliği artırarak ekosisteme fayda sağlayacaktır. Girişimciler firmayı kurmadan girişimcilik eğitimi alarak devlet girişimcilik desteklerinden faydalanmaları teşvik edilmeli, bu konuda girişimciler bilinçlendirilmeli ve kamu ile girişimci iletişimi ve işbirliği artırılmalıdır.
- WEF 2013 raporuna göre üniversiteler girişimcilik ekosisteminin başarılı olmasında dünya ortalamasında %8 oranında etkiliyken, ABD Silikon Vadisi'nde %17 etkili bulunmaktadır (WEF, 2013). Buradan gelişmiş bir girişimcilik ekosisteminde üniversitelerin payının daha büyük olduğunu görebiliriz. ULUTEK'te görüşülen firmaların %57'sinin akademisyenden danışmanlık, %40'ının stajyer temini, %19'unun yeni mezun temini konusunda üniversiteler ile işbirliği bulunmaktadır. Malatya Teknopark'ta ise %46'sı stajyer temini, %35'i

nitelikli işgücüne erişim, %28'i ise danışmanlık konusunda üniversitelerin avantaj sağladığı tespit edilmiştir (Sarıtaş, 2019: 79). Sonuçlara göre girişimci ile üniversite işbirliğinin geliştirilmesi ekosistemin gelişmesi için faydalı olacaktır. Bunun için tecrübeli girişimcilerin üniversitelerde seminerler vermesi teşvik edilmeli, çeşitli etkinlikler düzenlenmesi için üniversite ile işbirliği kurulmalıdır. Firmalarda uzun dönemli yarı zamanlı çalışması ya da uzun dönemli staj programlarının düzenlenerek stajyerden işgücü yetiştirme ile ilgili üniversitelerle işbirliği yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca girişimcilik ve girişimcilik ekosistemi ile ilgili güncel küresel ekonomiyi anlayan ve uluslararası alanda rekabet edilebilirliği artıran müfredatıyla özel eğitim programlarının lisans ya da yüksek lisans düzeyinde açılması yaygınlaştırılabilir.

- Küresel Girişimcilik Monitörü tarafından 2019 yılında hazırlanan raporuna göre kültürel ve sosyal normlar unsuru bakımından Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi ortalamanın üzerindedir (Bosma ve Kelley, 2018: 110). Ancak yapılan araştırmada Bursa'da girişimcilik kültürünün ortalamanın altında bir rakamla geliştirilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır. Gelişmiş bir girişimcilik kültürünün oluşması için toplum olarak henüz küçük yaştaki çocuklardan başlayarak girişimciliğin teşvik edilmesi, girişimcilerin takdir edilmesi, ödüllendirilmesi, iyi girişimlerin örnek alınması, gençlere girişimciliğin de alternatif bir kariyer yolu olduğu gösterilmesi, devlet politikalarıyla da bu bilincin yaygınlaştırılmasının desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca girişimler arası işbirliğini ve iletişimi teşvik eden ve artıran unsurların, çeşitli etkinlik ve projelerin geliştirilmesi de girişimcilik kültürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır. ULUTEK'teki firmalar arası iletişimin ve bilgi paylaşımı kültürünün artırılması, çalışanlarına yönelik sportif, kültürel, sosyal kulüpler kurulması ve kulüplerin faaliyetlerinin desteklenerek hem ULUTEK kültürüne katkı sağlanması hem çalışanların motive edilmesi ULUTEK girişimcilik kültürünün geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda önemi giderek anlaşılan girişimcilik ülkelerin iktisadi büyüme ve kalkınmalarında önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilerin başarılı olması girişimcilik ekosistemi ile yakından ilgilidir. Zira girişimcilik ekosistemi ve büyüme arasında yakından bir bağ bulunmaktadır.

Bu çalışmada girişimciliğin doğup büyümesini ve hayatta kalmasını sağlayan girişimcilik ekosisteminin unsurları ele alınmıştır. Girişimcilik ekosisteminin nelerden oluştuğu, nelerden etkilendiği, ekosistemin nasıl işlediği iktisadi büyümeye katkısının neler olduğu, firmaların bu süreçteki gelişimlerinde nasıl bir rolü olduğu girişimcilik teorileri çerçevesinde araştırılmıştır.

Bu çalışmanın sonucu firmaların girişimlerini kurup büyütürken erişilebilir pazarlar, insan kaynağı (iş gücü), yatırım ve finansman, mentorlar, danışmanlar, destek sistemleri, düzenleyici çerçeve ve altyapı, eğitim ve öğretim, katalizör olarak büyük üniversiteler ve kültürel destek gibi girişimcilik ekosistemi unsurlarından hangilerinden ne ölçüde ve nasıl yararlandıkları ya da etkilendikleri incelenmektedir.

Bu çalışmanın sonunda Bursa'da ULUTEK Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde yer alan tekno girişimler üzerinde yapılmıştır. Bu firmaların girişimcilik ekosisteminden nasıl etkilenecek kuruluşa büyüdükleri ve hayatta kaldıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında ULUTEK bünyesinde aktif olarak araştırma geliştirme çalışmaları yürüten ve teknoloji geliştiren girişimler seçilmiştir. Araştırma kapsamında ULUTEK'te bulunan 133 firmadan 42 tanesiyle birebir görüşme sağlanmıştır. Firmaların %32'sine ulaşılmış, bilimsel bir araştırma için yeterli sayıya ulaşılmıştır. Firmalar ULUTEK bünyesinde bulunan tüm sektörlerden seçilerek genel bir araştırma hedeflenmiştir.

Araştırma kapsamında ULUTEK bünyesinde yer alan seçili firmalar ile yarı yapılandırılmış birebir görüşme yöntemi uygulanarak firmaların girişimcileri ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeler girişimcilerin mesai saatleri içinde uygun gördükleri bir zaman diliminde ULUTEK'teki iş yerlerinde girişimciler ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler doğrudan girişimin girişimcisinden elde edilen birincil verilerden oluşmaktadır. Girişimcilere, girişimcilik ekosisteminin unsurlarını

irdeleyen görüşme soruları sorulmuştur. Verilen cevaplar görüşme etiğine uygun olarak gizlilik içerisinde değerlendirilip hiçbir şahıs ve firma ismi verilmeden paylaşılmaktadır.

Araştırmanın sonucunda ULUTEK'te görüşülen firmaların %69'u yazılım, %12'si mühendislik, %7'si makine, %2'si otomotiv, %10'u elektronik sektöründe bulunan 133 firmadan 42 tanesinin birebir görüşleri sonucu elde edilen verilere göre Bursa'nın girişimcilik ekosistemi ve ULUTEK'in girişimcilik ekosistemi analiz edilmiş, genel olarak olumlu değerlendirmeler bulunmakla beraber geliştirilmesi gereken yönleri de belirlenmiştir. ULUTEK'e %42 oranında teşvikler, vergi muafiyeti, indirim vb. yararlanmak için gelen firmalar ayrıca %38 prestij, %12 sektörel iletişim amacıyla ULUTEK'e geldikleri tespit edilmiştir.

Görüşülen firmaların %14'ü ULUTEK'te bulunmanın pazara erişimde kendilerine avantaj sağladığını belirtmektedir. ULUTEK'in düzenlediği HİSER adlı organizasyona katılan firmalar, organizasyon kapsamında yurt dışında birebir görüştükleri firmalara yurt dışı satış fırsatı yakaladıklarını, pazara erişim konusunda ULUTEK'in düzenlediği bu programın çok faydalı olduğunu ifade etmektedir. ULUTEK'teki firmaların pazara erişiminin geliştirilmesi için firmaların yurt içi ve yurt dışı pazarlama konusunda desteklenmesi, hedef firmalarla birebir görüşmeleri içeren fuar veya iş görüşmeleri düzenlenmesinin, firmaların ihracat teşvikleri hakkında bilgilendirilmeleri ve bu konudaki desteklerden yararlanmalarının teşvik edilmelerinin faydalı olacağı ortaya çıkmıştır.

Firmaların %26'sı gelecek dönemde insan kaynağına yatırım yapıp çalışan sayısını artırarak büyümeyi hedeflemektedir. ULUTEK firmalara bir özgeçmiş havuzu sunarak çalışan bulmada yardımcı olmaktadır. Firmaların %9'u çalışanların işe alımında ULUTEK portalından faydalanmaktadır. Firmaların %17'si insan kaynağının yeterli olduğunu ve aranan yetkinlikte insan kaynağını bulabildiklerini ifade ederken %40'ı kalifiye insan kaynağı bulma konusunda Bursa'nın girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Girişimcilik ekosisteminin insan kaynağının geliştirilmesi için özellikle iyi teknik özellikler ve tecrübe gerektiren çalışan bulmada zorlanan firmalarla iletişim halinde bir ortak İnsan Kaynağı politikası belirlenip medya, sosyal medya, internet sitesi, üniversite stajyer ya da yeni mezun gibi çeşitli kanallardan iletişim çalışmasının yürütülmesinin ULUTEK'teki firmalara fayda sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Görüşülen firmaların % 64'ü melek yatırımcı kavramına sıcak bakmakta, %10'u aktif olarak melek yatırımcı aramaktadır. ULUTEK tarafından, BTSO işbirliğiyle yatırımcı ağları oluşturulması, yatırımcıların ULUTEK'teki firmalara yatırıma teşvik edilmesi, bunun için yatırım toplamak üzere etkinlikler düzenlenmesi, girişimcilerin yatırımcılarla buluşturulmasının sağlanmasının faydalı olacağı tespit edilmiştir. Görüşülen firmaların %16,67'si ULUTEK'in altyapısının yeterli olduğunu düşünmektedir. ULUTEK ve metro istasyonu arası servis konulması çalışanların ulaşımını kolaylaştırmaktadır. ULUTEK bünyesinde 7/24 güvenlik hizmetinin olması firmalara güven vermektedir. ULUTEK'in altyapısal olarak internet, veri merkezi, binanın fiziksel şartlarının iyileştirilmesi, ortak sosyal alanların artırılması, ek bina inşa edilerek daha fazla firmanın teknoparktan faydalandırılması ve girişimciliğin teşvik edilmesi sağlanabilir.

Görüşülen firmaların %100'ü teknoparkların girişimlerin başarılı olmasında etkili olduğunu düşünmektedir. Girişimcilik ekosisteminin destek sistemlerinin geliştirilmesi için ULUTEK bünyesinde mentorluk eğitimlerinin düzenlenmesi, alanında daha tecrübeli olanların yenilere yol gösterebileceği bir mentorluk sisteminin geliştirilmesi, özellikle kuluçka aşamasındaki girişimcilerin hızlandırıcı programlara yönlendirilmesi, ULUTEK bünyesinde hızlandırıcı programların düzenlenmesi, girişimci – sanayici iş ağlarının geliştirilmesinin faydalı olacağı tespit edilmiştir. Bilhassa tüm sektörlerle yönelik kümelenme ve ağ işbirliklerinin teşvik edilmesi ve desteklenmesi için BTSO ile işbirliği yapılması ekosistemi oldukça geliştirecektir.

Görüşülen firmaların %33,3'ü ULUTEK'te düzenlenen eğitimlerin yeterli ve faydalı bulmaktadır. ULUTEK bünyesinde eğitim verilecek uygun salonların ve iyi bir kütüphanenin bulunmasının avantajını yaşayan firmalar, özellikle satış-pazarlama, iş geliştirme konularında, mevzuat, yasal düzenlemeler, güncel konulara yönelik eğitim ve seminerlerin daha çok ve daha sık olmasını, daha iyi duyurulmasını ve eğitimlere daha çok kontenjan ayrılmasını talep etmektedir. ULUTEK'te bir uzman tarafından tüm firmalar ile görüşülerek eğitim ihtiyaç analizi yapılması, tüm firmalardan gelen eğitim talepleri doğrultusunda yıllık olarak eğitim planı hazırlanmasının firmalar ile ULUTEK arasında iletişimi de artırarak girişimcilik ekosisteminin eğitim-öğretim kısmını geliştireceği tespit edilmiştir.

Firmaların %36'sı Bursa'da girişimci üniversite işbirliğinin geliştirilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Girişimci – üniversite - akademisyen işbirliğinin geliştirilmesi için tecrübeli ve bilgi sahibi girişimcilerin aynı alandaki üniversite öğrencilerine seminerler vermesi teşvik edilmeli, bu tarz etkinlikler düzenlenmesi için üniversite ile işbirliği kurulmalıdır. Özellikle bilgisayar mühendisliği, yazılım mühendisliği gibi bölümlerin müfredatlarının sektörün ihtiyacına yönelik belirlenmesi, üniversite stajyerlerinin ULUTEK'teki firmalarda uzun dönemli yarı zamanlı çalışması ya da uzun dönemli staj programlarının düzenlenmesi hakkında üniversiteyle işbirliği yapılması faydalı olacaktır.

%12'si Bursa'da girişimcilik kültürünün gelişmesi için girişimcilik bilincinin çok küçük yaşlarda geliştirilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Girişimci – girişimci aday buluşmalarıyla ULUTEK bünyesindeki girişimcilerin tecrübelerini aktaracakları “başarılı girişimcilerle sohbetler” gibi isimler altında üniversite öğrencilerine seminer konferans vermeleri sağlanarak girişimcilik kültürünün teşvik edilmesine yarayacaktır. yurt içinde ya da yurt dışında yarışmalarda, çeşitli organizasyonlarda ya da belirli kategorilerde başarı sağlayan firmaların ULUTEK içinde duyurulması ve takdir edilmesi, ULUTEK bünyesinde pek çok farklı kategoride özellikle inovasyonu teşvik edici, ihracatı teşvik edici, ithal ikameyi önleyici ve istihdamı artıran projelerin, işlerin ödüllendirilmesi ve bunun geleneksel hale getirilerek ULUTEK kültürü haline getirilmesi de girişimcilik kültürünü artıracak uygulamalar olacaktır. Ayrıca ULUTEK'teki firmalar arası iletişimin ve bilgi paylaşımını kültürünün artırılması, çalışanlarına yönelik sportif, kültürel, sosyal kulüpler kurulması ve kulüplerin faaliyetlerinin desteklenerek hem ULUTEK kültürüne katkı sağlanması hem çalışanların motive edilmesi girişimcilik kültürünün geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

ULUTEK'te görüşülen firmaların başarılı olmasının ardındaki sebepler araştırıldığında % 43 oranında kaliteli ürün / hizmet, %38 oranında girişimcinin karakteri, %29 oranında girişimcilik destekleri etkiye sahipken, insan kaynağı, girişimcinin tecrübesi, pazara erişim ve kurumsallaşma %24'lük payla aynı oranda etkiye sahiptir. Sonrasında %19 ile girişimci ağları, %17 ile müşteri odaklı yaklaşım, %14 ile girişimcinin eğitimi, %12 ile güçlü finansman ve %7 ile iyi iş fikri girişimin başarılı olmasını etkilemektedir. ULUTEK bünyesinde bulunmanın firmalarını daha rekabetçi

yaptığını ifade eden firmaların oranı %21 iken daha işbirlikçi yaptığını ifade edenlerin oranı %36'dır.

Çalışmanın sonunda girişimciler girişimci olmayı düşünenlere çok değerli tavsiyelerde bulunmuştur. Ayrıca Bursa'nın, ULUTEK'in girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi hakkında değerlendirmeler bu çalışmaya katma değer katmaktadır. Bilhassa girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi için kamudan beklentilerin ilgili yetkililere ulaşması sağlanarak fiili olarak da ekosisteme katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu çalışma Bursa'daki girişimlere ve potansiyel girişimcilere yol gösterici nitelikte sonuçları ile girişimcilik ekosistemi ile ilgili literatüre değerli katkılar sağlamaktadır. Bu araştırma ile ULUTEK'in girişimcilik ekosistemi ilk kez araştırılmaktadır. Bursa'nın girişimcilik ekosistemi hakkında yapılan ilk ve öncü bir çalışma niteliğindedir. Sonraki yapılacak çalışmalara örnek olması hedeflenmiştir. Girişimcilik ekosistemine ve girişimcilere yönelik önemli değerlendirmeler ve öneriler sunmaktadır.

KAYNAKLAR

- AĞCA Veysel, Mustafa KURT, “İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S. 29, Temmuz-Aralık 2007, ss. 83-112.
- AHMAD Nadim ve Richard G. SEYMOUR, “Definitions Supporting Frameworks for Data Collection”, OECD Statistics Working Papers 2008/01 <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/243164686763.pdf?expires=1566074968&id=id&accname=guest&checksum=1434955E0C88ABC2162F9DF3F0FFA493> (18.08.2019).
- AKDÖL Buket, “*Liderlik ve Takımlar*”, Bessant John., Joe Tidd, İnovasyon Ve Girişimcilik, Çeviri Editörü: A. Esra Aslan, Ankara Nobel Akademik Yayıncılık, 2018, ss. 261-285.
- AKINCI Merter, *Ekonomik Özgürlükler ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki*, Bursa: Dora Basım Yayın, 2014.
- AKTAN C. Can, Girişimciliğin Önemi, <http://www.canaktan.org/yonetim/kobi/girisimcilik-teorisi/girisimcilik-onemi.htm> (26.07.2019).
- AMATORI Franco, Geoffrey JONES, *Dünya İşletme Tarihi*, Çeviri Editörü: Abdullah Ersoy, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2007.
- ARIKAN Canan, *Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.
- ARROW Kenneth J., “Innovation in Large and Small Firms”, Richard Swedberg, *Entrepreneurship, The Social Science View*, New York: Oxford Üniversitesi Yayınları 2009, ss. 229-243.
- ASLAN A. Esra, “*İnovasyon Zorunluluğu*”, Bessant John., Joe Tidd, İnovasyon ve Girişimcilik, Çeviri Editörü: A. Esra Aslan, Ankara Nobel Akademik Yayıncılık, 2018, ss. 3-44.
- AUDRETSCH David B., Max C. KEİLBACH, Erik E. LEHMANN, “Entrepreneurship Capital and Economic Performance”, *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford: Oxford Univ. Press, 2007, <https://0217hs81n-y-https-www-oxfordscholarship-com.proxy.uludag.deep->

knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-9780195183511-chapter-4 (3.11.2019).

AUDRETSCH David B., Max C. KEILBACH, Erik E. LEHMANN,
“Entrepreneurial Finance”, *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford: Oxford Univ. Press, 2007, <https://0217hs81n-y-https-www-oxfordscholarship-com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-9780195183511-chapter-9> (3.11.2019).

AUDRETSCH David B., Max C. KEILBACH, Erik E. LEHMANN,
“Entrepreneurship as Creative Construction”, *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford: Oxford Univ. Press, 2007, <https://0217hs81n-y-https-www-oxfordscholarship-com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-9780195183511-chapter-11> (3.11.2019).

AUDRETSCH David B., Max C. KEILBACH, Erik E. LEHMANN,
“Entrepreneurial Access”, *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford: Oxford Univ. Press, 2007, <https://0217hs81n-y-https-www-oxfordscholarship-com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-9780195183511-chapter-8> (3.11.2019).

AUDRETSCH David B., Max C. KEILBACH ve LEHMANN Erik E.,
“Entrepreneurship and Economic Growth”, *Oxford Scholarship Online*: January 2007 www.oxfordscholarship.com (3.11.2019).

AUDRETSCH David B., Max C. KEILBACH, Erik E. LEHMANN,
“The Emergence of the Entrepreneurial Economy”, *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford: Oxford Univ. Press, 2007, <https://0217hs81n-y-https-www-oxfordscholarship-com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-9780195183511-chapter-2> (3.11.2019).

AUDRETSCH David B., Max C. KEILBACH, Erik E. LEHMANN,
“Introduction”, *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford: Oxford Univ. Press, 2007, <https://0217hs81n-y-https-www-oxfordscholarship->

com.proxy.uludag.deep-
knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-
9780195183511-chapter-1?print=pdf (3.11.2019).

AUDRETSCH David B., Max C. KEILBACH, Erik E. LEHMANN,
“The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship”, Entrepreneurship and
Economic Growth, Oxford: Oxford Univ. Press, 2007, [https://0217hs81n-y-https-
www-oxfordscholarship-com.proxy.uludag.deep-
knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-
9780195183511-chapter-3](https://0217hs81n-y-https-www-oxfordscholarship-com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/view/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001/acprof-9780195183511-chapter-3) (3.11.2019).

BALLI Abdullah, “Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri”, *Süleyman Demirel
Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 29, 2017/4, ss. 143-166.

BALTACI Ali, “Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı
Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü Dergisi*, C. 7, S. 1, Haziran, 2018, ss. 231-274.

BAŞAR Mehmet, “Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri”, Anadolu Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi Girişimcilik Kitabı, 2011, ss. 1-18.

BAUMOL William, Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs.
Cambridge, MA and London, England: MIT Press, 1993.

BAUMOL William J., “Entrepreneurship in Economic Theory”, *The American
Economic Review*, Vol. 58, No. 2, Papers and Proceedings of the Eightieth Annual
Meeting of the American Economic Association (May, 1968), pp. 64-71,
<https://www.jstor.org/stable/1831798?seq=1> (09.09.2019).

BAUMOL William J., The Microtheory of Innovative Entrepreneurship, Princeton,
New Jersey; Princeton University Press, 2010
[https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=REsy7T4EO8gC&oi=fnd&pg=
=PP1&dq=William+J.+Baumol,+The+Microtheory+of+Innovative+Entrepreneu
rship,+Princeton,+New+Jersey%3B+Princeton+University+Press,+2010,246+pp
.&ots=M2psa2hFdG&sig=osBBwq6r2g_G7c3WJDlnQYdwDTE&redir_esc=y#
v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=REsy7T4EO8gC&oi=fnd&pg=PP1&dq=William+J.+Baumol,+The+Microtheory+of+Innovative+Entrepreneurship,+Princeton,+New+Jersey%3B+Princeton+University+Press,+2010,246+pp.&ots=M2psa2hFdG&sig=osBBwq6r2g_G7c3WJDlnQYdwDTE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) (17.10.2019).

BERG Bruce L. ve Howard LUNE, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9.
Baskıdan Çeviri)*, Eğitim Yayınevi, Konya, 2019
<https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=TF->

[zDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=nitel+ara%C5%9Ft%C4%B1rma+%C3%B6rneklere&ots=LuwoYZp6Uu&sig=OHkAsYmG1_PHcOIKRg5JrayOJkM&redir_esc=y#v=onepage&q=nitel%20ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20%C3%B6rneklere&f=false](https://www.researchgate.net/publication/338111111) (10.02.2020).

BİLGİNER Fatma Gül, ‘‘Küresel Girişimcilik Endeksi Çerçevesinde Türkiye’de Küresel Girişimciliğin Gelişimi: Teorik Bir Bakış Açısı’’, International Congress of Management Economy and Policy – ICOMEP Kongre Bilgirisini, 26-27 Kasım 2016, ss. 29-46.

BLAUG Mark, ‘‘Entrepreneurship Before and After Schumpeter’’, Richard Swedberg, *Entrepreneurship, The Social Science View*, New York: Oxford Üniversitesi Yayınları 2009, ss. 76-88.

BOSMA Niels, Donna KELLEY, ‘‘Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report’’, Global Entrepreneurship Research Association (GERA), 2018.

BOZKURT Özlem Çetinkaya, Ali Murat ALPARSLAN, ‘‘Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci Ve Öğrenci Görüşleri’’ *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, C. 8, S. 1, Yaz 2013, ss. 7-28,

BROUWER Maria T., ‘‘Weber, Schumpeter and Knight on Entrepreneurship and Economic Development’’ *Journal of Evolutionary Economics*, Mart 2002, C.12: ss. 83–105. <https://proxy.uludag.deep-knowledge.net/MuseSessionID=02100sq6f/MuseProtocol=https/MuseHost=link.springer.com/MusePath/content/pdf/10.1007%2Fs00191-002-0104-1.pdf> (13.11.2019)

BTSO, ‘‘Girişimci Güven Endeksi Zirvede’’, Basın Bülteni, 12.11.2010, <http://www.btso.org.tr/documents/entrepreneur/2010%20Y%C4%B1l%C4%B1%20Giri%C5%9Fimci%20G%C3%BCven%20Endeksi/973%20Ekim%202010%20Giri%C5%9Fimci%20G%C3%BCven%20Endeksi.pdf> (21.08.2019).

BUCKLEY Peter J., Mark CASSON, ‘‘Edith Penrose's Theory of the Growth of the Firm and the Strategic Management of Multinational Enterprises’’, *Management International Review*, Vol. 47, No. 2, 2007, ss. 151-173, <https://proxy.uludag.deep-knowledge.net/MuseSessionID=0211ht4j4/MuseProtocol=https/MuseHost=ww>

[w.jstor.org/MusePath/stable/pdf/40658166.pdf?ab_segments=0%2Fbasic_SYC-4802%2Ftest2&refreqid=search%3A90054a76a4148d208ebc7e0e96778aec](http://www.jstor.org/MusePath/stable/pdf/40658166.pdf?ab_segments=0%2Fbasic_SYC-4802%2Ftest2&refreqid=search%3A90054a76a4148d208ebc7e0e96778aec)
(6.12.2019).

BYGRAVE William, *The Power of Entrepreneurship*, BYGRAVE William, Andrew ZACHARAKİS, *Entrepreneurship*, 2. Baskı, ABD: John Wiley & Sons, Inc. 2010.
<http://www.roletech.net/books/Entrepreneurship2ndEdition.pdf> (10.10.2019).

BYGRAVE William, *The Entrepreneurial Process*, BYGRAVE William, Andrew ZACHARAKİS, *Entrepreneurship*, 2. Baskı, ABD: John Wiley & Sons, Inc. 2010.
<http://www.roletech.net/books/Entrepreneurship2ndEdition.pdf> (10.10.2019).

CANSIZ Mehmet, *Türkiye’de Akademik Girişimcilik*, Ankara: TC Kalkınma Bakanlığı, No: 2692, 2016.

CELEP Seda, “Girişimcilik Türleri: Genel Bir Çerçeve”, *Maliye Finans Yazıları*, 2017 (Özel Sayı), ss. 71-94.

COASE Ronald H. “The Nature of The Firm”, *Economica*, 4, 1937, ss. 386-405.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
(5.11.19).

ÇAKMAK Orhan, “Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi”, *Piyasa Dergisi*, S. 8, 2003, ss. 61-77.

ÇETİN Tamer, “Yeni Kurumsal İktisat”, *Sosyoloji Konferansları*, No: 45, 2012-1, ss. 43-73.

ÇETİNDAMAR Dilek, “Türkiye’de Girişimcilik”, TÜSİAD Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T/2002-12 340, Ankara, 2002.

ÇÖĞÜRCÜ İclal, “İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 35, 2016, ss. 65-80.

DEMİRGİL Hakan, *Firmaların Hayatta Kalma Ve Büyüme Performanslarını Belirleyen Faktörler: Göller Bölgesi Üzerine Bir Araştırma*, İSPARTA: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008.

DİNLER Zeynel, *Mikro Ekonomi*, 22. Basım, Bursa: Ekin Kitabevi, 2011.

DOSI, Giovanni, Richard R. NELSON. "An Introduction to Evolutionary Theories in Economics", *Journal of Evolutionary Economics*, Vol:4, 1994: 153-172
https://www.researchgate.net/publication/24058217_An_Introduction_to_Evolutionary_Theories_in_Economics/link/0fcfd50fedc3447a93000000/download

(29.10.2019).

DOUHAN Robin, ELIASSON Gunnar, HENREKSON Magnus, “Israel M. Kirzner: An Outstanding Austrian Contributor to the Economics of Entrepreneurship”, May 2007 *Small Business Economics* 29 (1), ss. 213-223, https://www.researchgate.net/publication/5158422_Israel_M_Kirzner_An_Outstanding_Austrian_Contributor_to_the_Economics_of_Entrepreneurship (11.10.2019).

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

Dünya Ekonomik Forumu, “Dünya ve Firma Büyüme Dinamikleri Etrafında Girişim Ekosistemi” (Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamic), Dünya Ekonomik Forumu (WEF), 2013.

EDITH T. Penrose, “The Growth of the Firm A Case Study: The Hercules Powder Company”, *Business History Review*, Vol.34, No.1, 1960, ss. 1-23, <https://www.cambridge.org/core/journals/business-history-review/article/growth-of-the-firma-case-study-the-hercules-powder-company/74DFC434FB8D08B777827FB02F03D92F> (6.12.2019).

ELIASSON Gunnar ve Magnus HENREKSON, “William J. Baumol: An Entrepreneurial Economist on the Economics of Entrepreneurship”, *Small Business Economics*, Netherlands, C.23 (2004) ss. 1–7, <https://uludag.deepknowledge.io/edsDetails?An=13484282&dbId=bth> (5.12.2019).

ER P. Hazel, “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 29, 2013, ss. 75-85.

ERGEN Mustafa, *Girişimci Kapital*, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, No: 55, 2014

ERTUĞRUL Ahmet, *Ekonomik Teori ve Analizin Tarihi*, Ankara: Efil Yayınevi, 2014.

GANİYUSUFOĞLU Ali, Geçmişten Günümüze Konya İli Girişimcilik Araştırması, (Doktora Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

GEDI, The Global Entrepreneurship and Development Institute, 2018 Entrepreneurship Index, <https://thegedi.org/> (30.07.2019).

- GENÇ Özlem, Avrupa Birliği Üyelik Sürecinde Türkiye’de Kobi’ler ve Girişimcilik, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.
- GII, Global Innovation Index, <https://www.globalinnovationindex.org/home>, (30.07.2019).
- Girişimcilik Ekosistemi Derneği (GED), <http://www.ged.org.tr/icerik.aspx?id=11> (10.11.2018).
- GLOSH Nitu Bose, Geetha RAJARAM, “Developing Emotional Intelligence for Entrepreneurs: The Role of Entrepreneurship Development Programs”, *ICIER-IIMB International Conference on Entrepreneurship Education and Training: Design, Delivery and Effectiveness*, Indian Institute of Management Bangalore (IIMB) ve International Consortium for Innovation and Entrepreneurship Research (ICIER), Indian Institute of Management Bangalore, Hindistan: 2015. https://www.researchgate.net/publication/303306683_Developing_Emotional_Intelligence_for_Entrepreneurs_The_role_of_Entrepreneurship_Development_Programs/link/573c304b08aea45ee8415509/download (18.08.2019).
- GÖKTEN Kerem, İktisatta Evrim Düşüncesi ve Evrimci İktisatın Teknolojiye Yaklaşımı, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2006, 24-44 https://www.academia.edu/7832890/KTİSATTA_EVRİM_DÜŞÜNCESİ_VE_EVİRİMCİ_İKTİSATIN_TEKNOLOJİYE_YAKLAŞIMI_EVOLUTION_IDEA_IN_ECONOMICS_AND_TECHNOLOGY_APPROACH_OF_EVOLUTIONARY_ECONOMICS (21.09.19).
- GÜLER Burcu Kümbül, *Sosyal Girişimcilik*, Ankara: Efil Yayınevi, 2010.
- GÜMÜŞOĞLU Şevkinaz, Burcu KARAÖZ, “Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği” *Uluslararası Girişimcilik Ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 1-3 Kasım 2013, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, ss. 63-83.
- GÜNEY Semra, Aysun ÇETİN, “Kültürün Girişimciliğe Etkisi Ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü”, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 21, S. 1, 2003, ss. 189-210.
- GÜRKAN Ceyhan, “Veblen, Schumpeter ve Teknoloji”, Derleyen: Eyüp Özveren, *Kurumsal İktisat*, Birinci Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2007, ss: 237-281.
- HAKALA Henri, O’SHEA Gregory, FARNY Steffen, Seppo LUOTO, “Re-Storying

the Business, Innovation and Entrepreneurial Ecosystem Concepts: The Model-Narrative Review Method”, *International Journal of Management Reviews*, C.00, 2019, ss. 1–23, https://www.researchgate.net/publication/333562985_Re-Storying_the_Business_Innovation_and_Entrepreneurial_Ecosystem_Concepts_The_Model-Narrative_Review_Method (8.12.2019).

HEBERT Robert, LINK Albert, “In Search Of The Meaning Of Entrepreneurship”, *Small Business Economics*, 1989, ss. 39-49.

HEBERT Robert F., Albert N. LINK, “Historical Perspectives on the Entrepreneur”, https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/A_Link_Historical_2006.pdf (3.10.2019).

ER P. Hazel, “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 29, 2013, ss. 75-85.

HISRICH Robert, PETERS Michael, SHEPHERD Dean, *Entrepreneurship, USA*: McGraw Hill Irwin, 2005.

HISRICH Robert, PETERS Michael, SHEPHERD Dean, *Entrepreneurship*, 10. Baskı, New York, NY: McGraw-Hill Education, 2017 https://www.academia.edu/36299120/Book_-_Entrepreneurship_10th_Ed_2016_by_Robert_Hisrich_Michael_Peters_Dean_Shepherd (5.5.19). (11.10.2019).

HODGSON Geoffrey Martin, “Evolutionary and Competence-Based Theories of the Firm”, *Journal of Economic Studies*, Vol. 25 No. 1, 1998, pp. 25-56. https://www.researchgate.net/publication/46546401_Evolutionary_and_Competence-Based_Theories_of_the_Firm (29.10.2019).

HODGSON Geoffrey Martin, “Understanding Organizational Evolution: Toward a Research Agenda using Generalized Darwinism”, *Organization Studies* 34 (7): 973-992 July 2013, https://www.researchgate.net/publication/275444858_Understanding_Organizational_Evolution_Toward_a_Research_Agenda_using_Generalized_Darwinism (29.10.2019).

HODGSON Geoffrey Martin, J. W. STOELHORST, “Introduction To The Special Issue On The Future Of Institutional And Evolutionary Economics”, *Journal of*

- Institutional Economics*, 10: 4, 2014, 513–540, <https://www.cambridge.org/core> (2.7.2019).
- ISENBERG Daniel J., “How to Start an Entrepreneurial Revolution”, *Harvard Business Review*, June, 2010, ss. 40-50, <http://0216ft637.y.http.eds.b.ebscohost.com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=d39c3249-6e61-4a2d-9916-01b374862676%40sessionmgr102> (8.12.2019).
- ISENBERG Daniel, <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/#60032a2a5fe8>, (15.4.2019).
- İSLAMOĞLU Ahmet Hamdi, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 1. Basım, İstanbul: Beta Basım, 2009.
- İPEKTEN O. Berna, “Risk Sermayesi Finansman Modeli”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Atatürk Üniversitesi, C.7, S.1, 2010, ss. 385-408.
- KARADENİZ Esra, 2013 ve 2014 Verileriyle Türkiye’de ve Bölgeler’de Girişimcilik, 2014.
- KARADENİZ Şirin, “Yeni Girişimler Yaratmak”, Bessant John., Joe Tidd, İnovasyon Ve Girişimcilik, Çeviri Editörü: A. Esra Aslan, Ankara Nobel Akademik Yayıncılık, 2018, ss. 357-386.
- KARATAŞ Zeki, “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, C.1, S.1, Ocak 2015, ss. 62-80.
- KAZGAN Gülten, *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*, 15. B., İstanbul: Remzi Kitabevi, 2010.
- KINAY Hasan Fehmi, *Girişimcilik Kalkınma ve Rekabet İlişkisi: Kütahya’da Kobilerin Girişimcilik Profili*, Ankara: TOBB yayın no: 2007.
- KIRZNER Israel M., “Entrepreneurial Discovery and The Competitive Market Process: An Austrian Approach”, *Journal Of Economic Literature*, C.35, Newyork:1997, ss.60-85, <https://econfaculty.gmu.edu/pboettke/summer/summer%20docs/kirzner1997.pdf> (11.10.2019).
- KIRZNER Israel M., “Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of The Schumpeterian Entrepreneur”, *Review of Austrian Economics*, C.11, 1999, ss.5-

17.<https://proxy.uludag.deep-knowledge.net/MuseSessionID=0212osq6d/MuseProtocol=https/MuseHost=link.springer.com/MusePath/content/pdf/10.1023%2FA%3A1007719905868.pdf> (11.10.2019).

KIRZNER Israel M., “The alert and creative entrepreneur: a clarification.” *Small Business Economics*. Feb2009, Vol. 32 Issue 2, p145-152. 8p.
<http://proxy.uludag.deep-knowledge.net/MuseSessionID=0210ysyx7/MuseProtocol=http/MuseHost=content.ebscohost.com/MusePath/ContentServer.asp> (11.10.2019).

KIRZNER Israel M., *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press, 1978,
https://books.google.com.tr/books?id=E9DA745zhIC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (18.10.2019).

KIRZNER Israel M., “Entrepreneurship and The Market Approach To Development”.
Editörler: F. Hayek, H. Hazliit, L. R. Read, G. Velasco, F. A. Harper, *Toward Liberty: Essays in Honor of Ludwig von Mises on the Occasion of his 90th birthday, September 29, 1971*, Editörler: F. Hayek, H. Hazliit, L. R. Read, G. Velasco, F. A. Harper, vol. 2, Institute for Humane Studies. 1971, ss. 127-135,
http://oll-resources.s3.amazonaws.com/titles/1663/Misc_0726-02_EBk_v6.0.pdf (11.10.2019).

KIZILKAYA Ertuğrul, *Yaratıcı Girişimci Schumpeter'in İktisadi Değişim Modeli*, İstanbul: Derin Yayınları, 2010.

KIZILKAYA Ertuğrul, “Weber, Veblen ve Kapitalizmin Ruhü”, Derleyen: Eyüp Özveren, *Kurumsal İktisat*, Birinci Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2007, ss: 143-199.

KLEIN Peter G., e-kitap:

https://cdn.mises.org/The%20Capitalist%20and%20the%20Entrepreneur%20Essays%20on%20Organizations%20and%20Markets_2.pdf (5.11.2019).

KOSGEB, Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Uluslararası Kuluçka Merkezi Ve Hızlandırıcı Destek Programı

[https://www.KOSGEB.gov.tr/Content/Upload/Dosya/UKM/UKM_Programı_\(0](https://www.KOSGEB.gov.tr/Content/Upload/Dosya/UKM/UKM_Programı_(0)

1).pdf (22.07.2019).

KÖSE Can, Girişimcilik ve İnovasyonun Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Bir Panel Veri Analizi, (Doktora Tezi), Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014.

KRUEGER Alan B., “Interview with William Baumol”, *Journal of Economic Perspectives*, Newyork: Volume: 15, Number: 3, Summer 2001, ss. 211-231
<https://uludag.deepknowledge.io/edsDetails?An=edsjsr.2696564&dbId=edsjsr>
(11.11.2019).

KUCKERTZ Andreas, “Let's Take The Entrepreneurial Ecosystem Metaphor Seriously!”, *Journal of Business Venturing Insights*, 11 June 2019
https://www.researchgate.net/publication/332715112_Let's_take_the_entrepreneurial_ecosystem_metaphor_seriously (03.10.2019)

Küresel Girişimcilik Monitörü, (GEM), “Girişim Finans Raporu 2015-2016” Yazarlar: Caroline Daniels, Mike Herrington, Penny Kew, 2016.

LANGLOIS Richand N., Paul L. ROBERTSON, “Business Organization as a Coordination Problem: Toward a Dynamic Theory of the Boundaries of the Firm”, *Business and Economic History*, C. 22, S. 1, The Thirtyninth Annual Meeting of The Business History Conference, Fall 1993, ss. 31-41, https://proxy.uludag.deepknowledge.net/MuseSessionID=0211ht4z9/MuseProtocol=https/MuseHost=www.jstor.org/MusePath/stable/pdf/23703170.pdf?ab_segments=0%252Fbasic_expensive%252Fcontrol&refreqid=excelsior%3A41c6c4a75ddc45db475f063548fd6d05 (7.11.2019).

LAZONICK William,

<http://0212ut5ur.y.http.eds.b.ebscohost.com.proxy.uludag.deepknowledge.net/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=5e20fe0a-eb9e-4ea3-9317-f83d9fec5581%40pdc-v-sessmgr01> (8.12.2019).

LAZONICK William, “Yenilikçi İşletmeyi Anlamak: İktisat Kuramıve İşletme Tarihinin Bütünleşmesine Doğru”, Amatori Franco., Geoffrey Jones, Dünya İşletme Tarihi, Çeviri Editörü: Abdullah Ersoy, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2007, ss. 45-77.

LİNK Albert N. ,“Employment growth from public support of innovation in small

- firms” The University of North Carolina at Greensboro (UNCG)
<http://libres.uncg.edu/ir/uncg/listing.aspx?id=10052> (3.11.2019).
- MASON Colin, Ross Brown, (2014), “Girişim Ekosistemi ve Büyüme Odaklı Girişimcilik (Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship)”, Hague, Hollanda: OECD, LEED Program ve Hollanda Ekonomik İlişkiler Bakanlığı
- MATUR Eser Pirgan, “Kurumsal İktisat Açısından Firma Kuramı”, Derleyen: Eyüp Özveren, *Kurumsal İktisat*, Birinci Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2007, ss: 283-308.
- MENGER Carl, *Principles of Economics*, Çeviren: James Dingwall ve Bert F. Hoselitz, ABD: The Ludwig von Mises Institute, 2007.
https://cdn.mises.org/Principles%20of%20Economics_5.pdf (2.11.2019).
- MINNITI Maria, “The Foundational Contribution to Entrepreneurship Research William J. Baumol”, *Strategic Entrepreneurship Journal*, Newyork:10, (2016), ss.214-228
<https://02103sxtm-y-https-onlinelibrary-wiley-com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/doi/epdf/10.1002/sej.1219>
- MISES Ludwig Von, “The Entrepreneur and Profit”, Richard Swedberg, *Entrepreneurship, The Social Science View*, New York: Oxford Üniversitesi Yayınları 2009, ss. 89-109.
- MOORE James Frederick, “Predators and Prey: A New Ecology of Competition”, *Harvard Business Review*, 71 (3), 1993: 75-86.
https://www.researchgate.net/publication/13172133_Predators_and_Prey_A_New_Ecology_of_Competition (20.11.2019).
- NELSON Richard R. ve Sidney WINTER “Evolutionary Theorizing in Economics”, *Journal of Economic Perspectives* 16(2):23-46 · February 2002
https://www.researchgate.net/publication/4981658_Evolutionary_Theorizing_in_Economics/link/0c96051f276f140ce2000000/download (29.10.2019).
- NELSON Richard R., “Economic Development from the Perspective of Evolutionary Economic Theory”, *Globelics Working on Paper Series*, No. 2007-02, <https://papers.globelics.org/wp-content/uploads/2018/07/GWP2007.02.pdf> (29.10.2019).
- NIGHTINGALE John, “Anticipating Nelson and Winter: Jack Downie’s Theory of

- Evolutionary Economic Change”, Journal of Evolutionary Economics, 7: 147-167, 1997, <http://proxy.uludag.deep-knowledge.net/MuseSessionID=0210ysxhk/MuseProtocol=http/MuseHost=content.ebscohost.com/MusePath/ContentServer.asp> (29.10.2019).
- OECD Özel Sektörü Geliştirme Merkezi İstanbul ve İMKB, “Türkiye’deki Dinamik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Geliştirilmesine ve Finansmanına Yönelik Çerçeve”, 2005. <https://www.oecd.org/turkey/38369169.pdf> (17.08.2019).
- ÖREN Kenan ve Mehmet BİÇKES, “Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.16, S.3, 2011, ss. 67-86.
- ÖZDEMİR Nezaket ve Veysel BOZKURT, Bursa’da Sanayinin Yönü ve Etkileşimleri, Birinci Baskı, Bursa: Akmat Akınoğlu Matbaacılık, 2016.
- ÖZDOĞAN Burak, Bugün Girişimcilik, Birinci Baskı, İstanbul: Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri, 2018.
- ÖZKAŞIKCI Irmak, Dijital Çağda Girişimcilik Ekosistemi, Birinci Baskı, İstanbul: Butik Yayıncılık Ve Kişisel Gelişim Hizmetleri, 2013.
- ÖZKUL Gökhan, “Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F., C.12, S.3, 2007, ss. 343-366.
- ÖZVEREN Eyüp, “Kurumsal İktisat: Aralanan Karakutu”, Derleyen: Eyüp Özveren, *Kurumsal İktisat*, Birinci Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2007, ss: 45-93.
- PITELIS Christos N., “Edith Penrose’s ‘The Theory of the Growth of the Firm’ Fifty Years Later”, 2009, https://mpra.ub.uni-muenchen.de/23180/1/MPRA_paper_23180.pdf (28.10.2019).
- RIPSAS Sven, “Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship”, Small Business Economics, C. 10, Hollanda: Kluwer Academic Publishers, 1998, ss. 103-115. <https://proxy.uludag.deep-knowledge.net/MuseSessionID=0212osgb7/MuseProtocol=https/MuseHost=link.springer.com/MusePath/content/pdf/10.1023%2FA%3A1007975330428.pdf> (3.11.2019).

- ROCHA Vera Catarina, “The Entrepreneur in Economic Theory: From An Invisible Man Toward A New Research Field”, Universidade do Porto, Faculdade de Economia do Porto, FEP Working Papers, S. 459,2012, ss. 1-32,<https://www.researchgate.net/publication/230676107> The Entrepreneur in Economic Theory From an Invisible Man Toward a New Research Field (27.10.2019).
- SAVAŞ V. Fuat, *İktisatın Tarihi*, 5.B., Ankara: Siyasal Yayınevi, 2007.
- SCHUMPETER Joseph, *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1934.
- SCHUMPETER, Joseph A. “The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle.” Translated by R. Opie, and Published by Oxford University Press, 1963.
- SCHUMPETER Joseph Alois, “Entrepreneurship as Innovation”, Richard Swedberg, *Entrepreneurship, The Social Science View*, New York: Oxford Üniversitesi Yayınları 2009, ss. 51-75.
- SCHWARZKOPF Christian, *Fostering Innovation and Entrepreneurship Entrepreneurial Ecosystem and Entrepreneurial Fundamentals in the USA and Germany*, <https://proxy.uludag.deep-knowledge.net/MuseSessionID=02100t61z/MuseProtocol=https/MuseHost=link.springer.com/MusePath/content/pdf/10.1007%2F978-3-658-13512-6.pdf> (8.11.2019).
- SCIASCIA Salvatore, DE VITA Riccardo, “The Development of Entrepreneurship Research”, *Serie Economia Aziendale*, Liuc Papers n. 146, 2004.
- SCIASCIA Salvatore, Riccardo De VITA, “The Development Of Entrepreneurship Research”, *Liuc Papers n. 146, Serie Economia aziendale* 19, aprile 2004 <http://www.biblio.liuc.it/liucpap/pdf/146.pdf> (3.10.2019).
- SELİK Mehmet, *İktisadi Doktrinler Tarihi*, Yayına Hazırlayan: Altuğ Yalçıntaş, 3. Basım, Ankara: Efil Yayınları, 2015.
- SİVEREKLİ DEMİRCAN Esra, “Girişimci Sıfatıyla Devlet: 1980 Sonrası Türkiye Analizi”, *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi*, C.3, S.1, 2008, ss. 35-58.
- SNOWDON Brain, Howard R. Vane, *Modern Makro Ekonomi Temelleri Girişimi ve*

- Bugünü*, Çeviri Editörü: Dr. Barış Kablamacı, Ankara: Efil Yayınevi 2012.
- SÖNMEZ Asuman, Andaç TOKSOY, “Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz”, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Celal Bayar Üniversitesi, C. 21, S. 2, 2014, ss. 41-58.
- SÖYLEMEZ S. Alev, “Girişimci ve Yatırım Yeteneği (Girişim Teorilerinin Evrimi)”, *Liberal Düşünce Dergisi*, 2003/Güz, ss.137-155.
- STAM Erik, “Entrepreneurial Ecosystems & Industrial Diversification”, European Cluster Policy Forum 22 February 2018, Brussels.
- STAM Erik, Ben SPİGEL, (2016) “Entrepreneurial Ecosystems”, Utrecht School of Economics Tjalling C. Koopmans Research Institute Discussion Paper Series 16-13,
- STAM Erik, “Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique”, *European Planning Studies*, Vol. 23, No. 9, 2015, ss. 1759–1769, https://www.researchgate.net/publication/280243567_Entrepreneurial_Ecosystems_and_Regional_Policy_A_Sympathetic_Critique?_sg=97MzLmHU6y1T6xfNqxlGVvR3VXGmeE20K01P5qQzhhzX8JcegM1LzZfLN1pgLHclTRc99p_Citxiw.FUpibQpXIV4jnKyc0c5SN7wEHsx8fke4RFzP3-tsAuN4O-GHqBpZ28AdA1rrAU4DLETDew7qSG1yZnN3hrGKA (8.12.2019).
- STAM Erik ve Andrew van de VEN, “Entrepreneurial ecosystem elements”, *Small Business Economics*, November 2019 https://www.researchgate.net/publication/337169656_Entrepreneurial_ecosystem_elements (8.12.2019).
- SWEDBERG Richard, “Entrepreneurship”, *The Social Science View*, New York: Oxford Üniversitesi Yayınları, 2009.
- ŞAHBAZ Ahmet, Ümran ŞAHBAZ, “Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği”, *Uluslararası Girişimcilik Ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım 2013*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 2013, ss. 109-127.
- ŞENALP Mehmet Gürsan, “Dünden Bugüne Kurumsal İktisat”, Derleyen: Eyüp Özveren, *Kurumsal İktisat*, Birinci Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2007, ss: 45-92.
- TAKAY Bahar Araz, Evrimsel İktisat ve Sosyo-Ekonomik Değişim, (Doktora Tezi), Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009

- T.C. Bursa Valiliği, “Bursa Ekonomik Ve Sosyal Göstergeler 2019”,
http://www.bursa.gov.tr/kurumlar/bursa.gov.tr/Bursa.gov/dosyalar/2019-ekonomik_gosterge.pdf (21.08.2019).
- TOBB, Kurulan/Kapanan Şirket İstatistikleri, 2019,
<https://www.tobb.org.tr/BilgiErisimMudurlugu/Sayfalar/KurulanKapananSirketi-statistikleri.php> (30.07.2019).
- TOPKAYA Özgür, “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Teorisi: Girişimciliğin Ekonomik Büyüme ve İstihdam Boyutu”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, S. 8-1, 2013, ss. 29-54.
- TRUDGILL Stephen, “Tansley, A.G. 1935: The use and abuse of vegetational concepts and terms. Ecology 16, 284 307”, *Progress in Physical Geography*, 31(5), 2007:517-522
https://www.researchgate.net/publication/249823757_Tansley_AG_1935_The_use_and_abuse_of_vegetational_concepts_and_terms_Ecology_16_284_307
(20.11.2019).
- TUNCEL Cem Okan, *İnovasyon Sistemleri ve Ekonomik Gelişme Bursa Bölgesi İmalat Sanayinde İnovasyon Süreçleri Üzerine Bir Alan Araştırması*, Bursa: Nilüfer Akkılıç Kütüphanesi Yayınları, 2012.
- TUNCEL Cem Okan, “Heterodoks Bir Mikro İktisat Teorisine Doğru: Evrimci İktisadın Teknolojik Gelişme Yaklaşımı Ve Firmanın Doğası”, *Ekonomik Yaklaşım*, C. 19, S. 69, ss. 1-32 <https://www.ejmanager.com/mnstemps/94/94-1395738089.pdf?t=1574500048> (5.11.2019).
- TUNÇ Mehtap, “Kalkınmada İnsan Sermayesi: İç Getiri Oranı Yaklaşımı Ve Türkiye Uygulaması”, *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, C. 13, S. 1, 1998, ss. 83-106,
Çeviren: Hasan İlhan, Ankara: Alter Yayınları, 2014.
- ULUKÖY Metin, Cemalettin DEMİRELİ, “Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Erkek Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğin Karşılaştırmalı Analizi”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, S. 22, 2014, ss. 47-55.
- UYGUN Mutlu, Vesile ÖZÇİFÇİ, “Girişimcilerin Sosyal Ağlara Yönelik Algılamalarının İncelenmesi”, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Aksaray Üniversitesi İ.İ.B.F, C. 4, S. 1, 2012 ISSN: 1309-8039, ss. 189-202.
- ÜNSAL Serkan, *Dijital Girişimcilik Rehberi*, BKM, 2011.

- WILLIAMSON Oliver E. “Ronald Harry Coase: Institutional Economist and Institution Builder”, *Journal of Institutional Economics*, 11: 2, 2015, ss. 221–226.
- VEBLEN Thorstein, *The Theory of Business Enterprise By Thorstein Veblen (1904) With the Addition of a Review By James Hayden Tufts*, Reprint of Economic Classics, M. Kelley Bookseller, Newyork: 1965<https://archive.org/details/theoryofbusiness0000vebl/page/n11> (27.11.2019).
- VON MISES Ludwig, *Human Action A Treatise On Economics*, ABD: The Ludwig von Mises Institute, The Scholar's Edition, 1998, https://cdn.mises.org/Human%20Action_3.pdf (2.11.2019).
- YENER Serdar, “İktisadi Kuramlar ve Girişimcilik”, *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 2, S. 1, 2018, ss. 13-38.
- YILMAZ Feridun, “Güç İlişkileri ve Firma Teorisi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, C. 57, S. 1, 2002, 157-176.
- YILMAZ Nahit, *Stratejik Perspektifte Yenilikçilik Ve Kurumsal Temelli Büyüme: Türkiye Şeker Sektörü Örneği*, (Doktora Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012.
- YILMAZ Mehmet, “İşgücü Piyasası Araştırma Raporu 2018”, Bursa Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü, <https://media.iskur.gov.tr/31611/bursa.pdf> (21.08.2019).
- YİĞİT Sema, “Türkiye’nin Ulusal İnovasyon Ekosistem”, *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, C. 2, S. 4, 2018, ss. 125-144

LİNKLER

“Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı: 2015-2018 (GİSEP)”

<http://turtleinvestor888.blogspot.com/2009/07/entrepreneurship-requires-four-areas-of.html> E.T.20.03.2019

<https://btgm.sanayi.gov.tr/Handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=d2f2bda4-4fab-4b36-8352-e997d96dae74>

<https://btgm.sanayi.gov.tr/Handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=d2f2bda4-4fab-4b36-8352-e997d96dae74>E.T.22.07.2019

<https://www.startupnedir.com/turkiyedeki-kulucka-merkezleri/> ET.22.07.2019

BOBSON,<https://www.babson.edu/academics/executive-education/expanding-entrepreneurship/babson-entrepreneurship-ecosystem-platform/daniel-isenberg/>E.T.15.4.2019

(Bahçeşehir) 25 Haziran 2018 Tarihli ve 30459 Sayılı Resmî Gazete Bahçeşehir Üniversitesi Kuluçka ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Yönetmeliği<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/06/20180625-2.htm>

<https://www.startupnedir.com/girisimciler-icin-mini-sozluk/> E.T.22.07.2019

<https://egirisim.com/2016/12/16/turkiyedeki-girisim-hizlandirma-programlari-ve-kulucka-merkezleri/> E.T.22.07.2019

<http://resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/08/20160810-8.htm>

<https://www.startupnedir.com/turkiyedeki-startuplar-icin-silikon-vadisinin-kapilarini-acan-program-growth-circuit/> E.T.22.07.2019

<https://wiki.hackerspaces.org/w/index.php?title=Special:Ask&offset=1100&limit=250&q=%5B%5BCategory%3AHackerspace%5D%5D&p=format%3Dbroadtable%2Fmainlabel%3DHackerspace&po=%3F%3DHackerspace%23%0A%3FCountry%0A%3FState%0A%3FCity%0A%3FWebsite%0A%3FDate+of+founding%0A%3FHackerspace+status%0A&sort=Country> E.T. 31.07.2019

<https://www.angelcapitalassociation.org/> E.T.23.07.2013

<https://www.gib.gov.tr/node/87214> E.T.23.07.2019

<https://mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.17134&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=bireysel%20katılım> E.T.23.07.2019

<https://www.hesapkurdu.com/ihtiyac-kredisi/rehber/varlik-yonetim-sirketi> E.T.23.07.2019

<http://www.spk.gov.tr/Sayfa/AltSayfa/206> E.T. 23.07.2019

<http://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/AylikIstatistikBultenleri>

“GENÇ GİRİŞİMCİLERE VERGİ VE SİGORTA PRİMİNTEŞVİK”, Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı, Şubat/2019, Yayın No: 311.

<https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/yayinlar/gencgirisimciler2019.pdf>

<http://www.invest.gov.tr/tr-TR/investmentguide/investorsguide/Pages/DemographyAndLaborForces.aspx>

E.T.8.8.2019

http://www.mfa.gov.tr/iktisadi-isbirligi_ve-gelisme-teskilati-_oecd_.tr.mfa

E.T.17.08.2019

<https://www.bebka.org.tr/kurumsal/hakkimizda-7> E.T.21.08.2019

<http://bursainvest.gov.tr/genel-gorunum/> E.T.21.08.2019

<http://bursainvest.gov.tr/ulasim-ve-altyapi/> E.T.21.08.2019

<https://media.iskur.gov.tr/31611/bursa.pdf> E.T.21.08.2019

<https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/istatistikler/> E.T.21.08.2019

<https://www.ULUTEK.com.tr/> E.T.19.10.2019

<http://akademi.btso.org.tr/> E.T.19.10.2019

<http://www.btso.org.tr/> E.T.19.10.2019

https://www.KOSGEB.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KOSGEB_2018_Y%C4%B1%C4%B1_Faaliyet_Raporu.pdf E.T.19.10.2019

<http://www.btso.org.tr/?page=notice/noticedetail.asp&id=3788> E.T.20.12.2019

<http://www.btu.edu.tr/index.php?hbr=4220> E.T.20.12.2019

https://www.TÜBİTAK.gov.tr/sites/default/files/289/gyue_ilk50.pdf

E.T.20.12.2019

<https://www.TÜBİTAK.gov.tr/tr/destekler/girisimcilik/ulusal-destek-programlari>

E.T.20.12.2019

<http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> E.T.20.12.2019

<https://www.uab.gov.tr/uploads/pages/bakanlik-yayinlari/ulasan-ve-erisen-turkiye-2019.pdf> (E.T.20.12.2019)

EK-1

Alan Araştırması Görüşme Soruları

Firma Hakkında

1. Firmanız ne zaman kuruldu? Ne kadar zamandır aktif olarak ULUTEK bünyesinde? Kuluçka firması mı? (şirket yaşı)
2. Şirket türü nedir? (Hukuki statüsü: Anonim, kolektif, limitet, şahıs, diğer)
3. Firmanız hangi sektörde hizmet veriyor, faaliyet alanınız neler? (sektörel dağılım: ana sektör, alt sektör)
4. Firmanızı ilk ne zaman kurmayı düşündünüz? Kurmadan önce nasıl bir ön hazırlığınız oldu? İş planı hazırladınız mı? (Girişimcilik fikri oluşumu, iş planı)
5. Firmanızı kurarken tek başınıza mı kurdunuz, ortağınız var mıydı? Aile şirketi mi, kurumsal ortaklık mevcut mu? Şu an firmanın yerli ya da yabancı bir ortağı var mı? (Sermaye dağılımı, yabancı, yerli, oranı)

İnsan Kaynağı / İşgücü

(Yönetimsel Beceri, Teknik Beceri, Girişimci Firma Deneyimi, Dış Kaynak Kullanım Durumu, Geçici İşgücü Temini)

6. Firmada kaç kişi çalışıyor? (Çalışan sayısı, ölçek) Çalışanlarınız ne mezunu? Ne kadar zamandır firmanızda çalışmaktalar? (Çalışanların durumu: eğitim seviyesi, bölümü, kıdemi, Firmanın nitelikli ve niteliksiz işgücüne olan talep değişimi)
7. Aile üyeleri firmada çalışıyor mu? Hangi görev ve kademede? (Aile üyeleri ile firma arasındaki ilişkiler: alt kademe yönetici, orta kademe yönetici, üst düzey yönetici, aynı veya parasal kaynak)
8. Firmanızın insan kaynağı profili nedir? Çalışan temininde belirlediğiniz kriterler nelerdir? Aradığımız çalışana ararken hangi kanallardan faydalanıyorsunuz? (Geçici İşgücü, mevsimsel işgücü, dış kaynak kullanımı, teknik beceri, yönetsel beceri)

Eğitim ve Öğretim

(Üniversite Öncesi Eğitimde Mevcut İş Gücü, Üniversite Eğitimi ile Mevcut İş Gücü, Girişimciye Özel Eğitim)

9. Çalışanlarınıza ne tarz yatırımlar yapıyorsunuz? (firma içi ve dışı eğitim, yüksek lisans bursu vb.)

10. Eğitim ve kültürel faaliyetlere katılıyor musunuz? (eğitimlere, seminerlere, konferanslara katılma durumu, fuarlara ve gezilere katılma, yurt içi-yurt dışı, panel, toplantılara katılım, sosyal sorumluluk projeleri...)
11. ULUTEK'te düzenlenen eğitimler yeteli mi? Hangi konuda eğitime ihtiyaç duyuyorsunuz?

Girişimci Hakkında

12. Siz nereden, hangi bölümden mezunsunuz? (Girişimcinin eğitim düzeyi, mezun olduğu bölüm: İlköğretim, lise, teknik meslek lisesi, lisans, yüksek lisans, doktora, öğretim görevlisi olma durumu) Mezun olduğunuz bölüm işinizi kurarken size kolaylık sağladı mı? (eğitimin etkisi)
13. Almış olduğunuz eğitimin girişimci olmanızda etkisi var mı? Neler? Girişimcilik eğitimi aldınız mı? Aldıysanız nerede? (Girişimcinin eğitimi, girişimcilik eğitimi alınma durumu)
14. Girişiminizi kaç yaşında kurdunuz? Evli miydiniz? İşinizi kurarken ya da yürütürken kadın/erkek olmanızın bir avantajını/dezavantajını yaşadınız mı? (yaşın etkisi, cinsiyetin etkisi, medeni durum etkisi)
15. Girişimci olmaya nasıl karar verdiniz? Sizi girişimci olmaya teşvik eden/motive eden şeyler nelerdi? Kimler etkili oldu? (Ailenizde başka bir girişimci var mı? Aile, arkadaş, örnek alınan biri var mı? Aile ortamınız ve yetiştirilme tarzınız girişimci olmanıza etkili oldu mu? Aileniz girişimci olmanızı destekledi mi? (Girişimci olmayı motive eden unsurlar, aile desteği, ailede girişimci olması, anne-baba mesleği, Sosyal Ortam Etkisi)
16. Aileniz dışında bu girişiminizde yol gösteren, destek olan, yardımcı olan birileri var mıydı? Şirketin kuruluşunda ya da büyüme ve kurumsallaşma aşamalarında herhangi bir profesyonel danışmanlık, mentorluk hizmeti aldınız mı? Hangi konuda? (Yol gösterenler)
17. Girişimci olmadan önce hangi alanda iş tecrübeniz oldu? Daha önce de iş kurdunuz mu? Bunların şimdiki işinize katkıları neler? (Girişimcilikten Önceki İş Deneyimi)
18. Sizce girişimci kimdir? Sizce siz ne tür bir girişimcisiniz? Girişimci olmanızda size en çok yardım eden kişilik özellikleriniz neler? (Girişimcinin kişilik özellikleri)

19. Girişiminizin başarılı olmasını sağlayan önemli etkenler nelerdir? (girişimci karakteriniz, eğitiminiz, girişimcilik destekleri, insan kaynağınız, kaliteli ürün, kurumsallaşma, güçlü finansmanınız, girişimci ağları gibi...) (Girişimin başarı unsurları)

Düzenleyici Çerçeve ve Altyapı

(İş Kurmanın Kolaylığı, Vergi Teşvikleri, Temel Altyapıya Erişim (örneğin su, elektrik), Telekomünikasyona / Geniş Bantlara Erişim, Ulaşım/Nakliyata Erişim)

20. İşinizi kurarken bürokratik engellerle karşılaştınız mı? İş kurma sürecinin kolaylığını nasıl değerlendirirsiniz Sizce mevzuat, hükümet politikaları girişimciliği yeterince destekliyor mu? Kamu girişimci işbirliği ve iletişimi sizce yeterli mi? (İş Kurmanın Kolaylığı)
21. Vergi teşviklerinden faydalaniyor musunuz? Hangilerinden? (teşvikler) ULUTEK bünyesinde olmanız bir avantaj mı?
22. Sizce Bursa'nın ulaşım, lojistik, enerji ve telekomünikasyon alt yapısı yeterli mi? Girişiminizi kurarken ya da büyütürken herhangi bir güçlükle karşılaştınız mı? ULUTEK'in size sağladığı altyapı yeterli mi? (altyapı) ULUTEK' ve Bursa'da olmanızın avantajı oluyor mu?
23. Yararlandıkları Bilişim Teknolojileri (İnternet Erişimi, Kendi/Ortak WEB Sitesi, E Ticaret sitesi, Bulut teknolojileri, ERP programları, mobil yazılımlar...)

Erişilebilir Pazarlar (İç Pazar ve Dış Pazarda Müşteri olan Büyük, Orta Ölçekli ve Devlet Firmaları)

24. Hedef pazarınıza erişim için daha çok hangi yolları kullanıyorsunuz? (referans, sosyal medya, internet, e-ticaret, firma ziyaretleri, sıcak satış faaliyetleri...)
25. Pazara erişimde coğrafik olarak Bursa'da bulunmanızın avantajı oluyor mu?
26. ULUTEK'te bulunmanızın avantajı oluyor mu?

Dış Bağlantı Yetenekleri

27. Üye olduğunuz yerel, ulusal, uluslararası sosyal ve profesyonel iş ağları neler? (İş insanları dernekleri, girişimcilik dernekleri, sosyal medya, sosyal sorumluluk kurumları gibi) Sizce sosyal ve iş ağlarını kullanma ve çeşitli dernek ve vakıflara üyeliklerin firmanızın büyümesine faydası var mı, varsa nelerdir? (ağ yapısı)
28. Firma faaliyetleri için yararlanılan ilişkiler neler? (Aile ve akrabalar, arkadaş,

tanıdık, odalar, birlikler, ajanslar, sosyal nitelikli vakıf ve cemiyetler, kamu kurum ve kuruluşları, sosyal medya)

29. Diğer firmalarla bir bilgi-teknoloji alışverişiniz, teknoloji geliştirme amaçlı işbirlikleriniz oluyor mu? Nasıl? Kimlerle, ne sıklıkta? ULUTEK içinden/ dışından? Ne amaçla? (Yeni teknolojik bir fikrin ortaya çıkarılması, Yeni ürün geliştirme, Yeni pazarlara erişim, Yeni teknolojiyi öğrenme ve firmaya adaptasyonu, İleri teknolojili malzemelerin dış kaynaktan temin edilmesi, Kamu kuruluşlarından yüksek bilimsel vasıflı uzmanların istihdamı veya hizmet alımı, Kamu kuruluşları ile ARGE işbirliği (SANTEZ, TÜBİTAK, TTGV, KOSGEB gibi) (Rakiplerle işbirliği, yıkıcı rekabet? Diğer firmalarla işbirliği ve ortaklıklar, ortak projeler) Size faydası ne oldu?

30. Rakiplerinizden farklı yanlarınız nelerdir? (Maliyet, ürün teknolojisi, yenilik ve Ar-Ge projeleriniz, vizyonunuz...)

Katalizör Görevi Gören Büyük Üniversiteler

(Girişimcilik için Saygı Kültürünü Teşvik Eden Büyük Üniversiteler, Yeni Şirketler için Fikir Oluşumunda Önemli Bir Rol Oynayan Büyük Üniversiteler, Yeni Şirketler için Mezunların Temin Edilmesi Konusunda Önemli Bir Rol Oynayan Büyük Üniversiteler)

31. Üniversitelerle herhangi bir iş birliğiniz oldu mu? Nasıl? (Uludağ, Bursa Teknik, farklı üniversiteler, akademisyen, laboratuvar, stajyer, yeni mezun...)

32. Okuduğunuz üniversitenin girişimci olmanıza bir etkisi oldu mu? Üniversiteniz girişimciliği teşvik ediyor muydu?

Finansman Kaynağı

(Arkadaşlar ve Aile, Melek Yatırımcılar, Özel Sermaye, Girişim Sermayesi, Krediyeye Erişim)

33. Firmanızın kurulum aşamasında girişim sermayeniz nelerden oluşmaktaydı, yatırım ve finansman kaynaklarınız nelerdi? Melek yatırımcı desteği aldınız mı?

34. Büyüme aşamasında yatırım ve finansman kaynaklarınız nelerdi? (risk sermayesi, banka kredileri, devlet fonları gibi...) Krediyeye kolay ulaşabildiniz mi? Özellikle bir banka var mı size bu konuda fayda sağlayan?

35. Melek yatırımcı olarak yatırımlarınız var mı? İleride melek yatırımcı olarak potansiyel girişimcilere yatırım yapmayı düşünür müsünüz? Hangi alandaki

girişimcilere yatırım yapmayı tercih edersiniz?

Destekler Sistemleri

(Mentorlar / Danışmanlar, Profesyonel Hizmetler, Kuluçkalar / Hızlandırıcılar, Girişimci Ağları)

36. KOSGEB, BEBKA, TÜBİTAK gibi devlet desteklerinden hangilerinden faydalandınız? Kurumsal kapasitenizi geliştirdi mi? Faydası oldu mu?

Araştırma Geliştirme Yetenekleri

37. Hangi ARGE faaliyetlerinde bulunuyorsunuz? (Firma bünyesinde ARGE merkezi var mı? Destek ile mi kuruldu? ARGE çalışan desteği gibi ARGE teşvik ve desteklerinden faydalanıyor musunuz?)

38. Ar-ge harcamaları? Bütçenizin ne kadarlık bir kısmını Ar-ge'ye ayırdınız? (Ar-ge harcamanız ve faaliyetiniz yeni bir sektöre mi, ürüne mi, sürece mi, pazara mı dönük?)

39. Gelecek dönemde ARGE harcamanızı artırmayı planlıyor musunuz? (Harcama planında ne kadar payı var? Azaltma, artırma, sabit kalma?)

40. Sahip olduğunuz tescillenmiş ya da henüz başvuru aşamasında fikri mülkiyet belgeleriniz var mı, neler? (Tescilli marka, patent, tasarım, faydalı model) Yoksa planladıklarınız, hedefledikleriniz var mı?

41. Uludağ İhracatçılar Birliği'nin ve BİSO'nun düzenlediği ülke masaları tanıtımlarından pazar analizi ve pazarlama analizi konusunda destek aldınız mı?

42. İthalat ve ihracat yapıyor musunuz? Teşviklerden faydalanıyor musunuz? (İhracat yapma durumu: Nereye, ne kadar?)

43. Yurt içi ve yurt dışı fuarlara veya iş gezilerine katılıyor musunuz? Bu konudaki desteklerden faydalanıyor musunuz?

44. Desteklerden ve teşviklerden düzenli olarak haberdar oluyor musunuz? Hangi yolla?

45. Sizce devlet desteklerinin firmanızın büyümesine bir katkısı oldu mu ya da olabilir mi? Aldığınız desteklerle ilgili nasıl yorumlarsınız?

Kültürel Destek

(Risk ve Başarısızlık Toleransı, Serbest Meslek Tercihleri, Başarı Hikâyeleri / Rol Modelleri, Araştırma Kültürü, Girişimciliğin Olumlu Görüntüsü, İnovasyonun Kutlanması)

46. Rol model aldığınız bir firma ya da bir girişimci var mı?

İnovasyon Yetenekleri

47. Son 3 yılda ürün inovasyonu, süreç inovasyonu yaptınız mı? Ya da farklı?

48. İnovasyon sonucu geliştirilen ürünlerin satışlarının toplam satışlardaki payı?

49. İnovasyonların firma büyümesine etkisi?

50. ULUTEK inovasyonu teşvik ediyor mu?

Üretim ve Yatırım Yetenekleri

51. Sadece ULUTEKte mi yeriniz var, farklı yerlerde de üretim var mı? (Üretim mekânı: ofis, home ofis, uzaktan, üniversite laboratuvarı)

52. Firmaların üretim yapısı (Fason üretim, bağımsız (fason olmayan) üretim, hem bağımsız hem fason üretim)

53. Son üç yılda faaliyet alanınızı değiştirdiniz mi? (imalat/hizmet alanı değiştirme durumu)

54. (Büyüme) Büyümenizdeki en önemli etkenler neler? Gelecekte nasıl büyümeyi hedefliyorsunuz? Hangi alanda? Ne amaçla Yatırım harcaması yapmayı planlıyorsunuz? (Makine-teçhizat, yeni ürün, süreç teknolojisi, dışarıdan yeni teknoloji transfer etmek amacıyla, bu alanlara yatırım yapmayan)

55. Yatırım beklentileriniz neler? (İnovasyon, maliyet azalışı, Pazar payında artış, yeni pazarlara erişim, teknolojik uzmanlaşma, pazarda liderliğe ulaşmak)

56. Yatırımların beklentilerinizi karşılama düzeyi nedir?

57. Sahip olunan kalite belgeleri nelerdir (TSE, ISO, CE, SA 8000, kalite kontrol birimi)

58. Firmanızda uygulanan yönetim teknikleri nelerdir? (Toplam kalite yönetimi, yalın üretim, takım çalışması, bölümler arası rotasyon, müşteri ilişkileri yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, diğer)

ULUTEK

59. ULUTEK'ten yeterince faydalandınız mı, ULUTEK'i nasıl değerlendiriyorsunuz? ULUTEK'te bulunmanın hangi avantajlarını ve dezavantajlarını yaşıyorsunuz? Sizce sizin gibi başarılı firmaların oluşmasına, teknoparklar nasıl katkı sağlayabilir? (Teknopark faydası)

60. ULUTEK'e gelme nedeniniz neydi? ULUTEK bünyesinde olmasaydınız yine de firmanızı kurar mıydınız?

61. ULUTEK daha rekabetçi mi yoksa daha işbirlikçi mi yaptı?

Bursa'nın Girişimcilik Ekosistemi

62. Bursa'nın girişimcilik kültürünü nasıl değerlendirirsiniz? Sizce girişimcilik değer görüyor mu? Girişimciler yeterince destekleniyor mu?

63. Sizce Bursa'nın girişimcilik ekosistemi (girişimciliği etkileyen ve destekleyen unsurlar) yeterli mi? (Pazar, insan kaynağı, girişimcilere yönelik finansman imkânları, eğitim, devlet destekleri ve teşvikleri gibi) Hangi konularda geliştirilmeye ihtiyacı var?

64. Başarılı bir girişimcilik ekosistemi nasıl olmalı? Bursa'nın girişimcilik ekosistemi için kamudan beklentileriniz neler? (Devlet yardımı, vergi, düzenleme gibi)

65. Girişimcilere ve girişimci olmayı düşünenlere tavsiyeleriniz var mı?

66. Benim atladığım sizin vurgulamak istediğiniz bir şey var mı?