



**TÜRKİYE STARTUP EKOSİSTEMİNDE ÜNİVERSİTE KULUÇKA
MERKEZLERİNİN VE MELEK YATIRIMCILARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Ceyda ÇAKIR

**Yüksek Lisans Tezi
İşletme Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ
II. Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ali Faruk AÇIKGÖZ**

2021

**T.C.
TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TÜRKİYE STARTUP EKOSİSTEMİNDE ÜNİVERSİTE KULUÇKA
MERKEZLERİNİN VE MELEK YATIRIMCILARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Ceyda ÇAKIR

İŞLETME ANABİLİM DALI

**Danışman: Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ
II. Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ali Faruk AÇIKGÖZ**

**Tekirdağ - 2021
Her hakkı saklıdır.**

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Hazırladığım Yüksek Lisans Tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, yazımda enstitü yazım kılavuzuna uygun davranıldığını taahhüt ederim.



26/11 / 2021

Ceyda ÇAKIR

ÖZET

Kurum, Enstitü, : Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
ABD : İşletme Anabilim Dalı
Tez Başlığı : Türkiye Startup Ekosisteminde Üniversite Kuluçka
Merkezlerinin ve Melek Yatırımcılarının Değerlendirilmesi
Tez Yazarı : Ceyda ÇAKIR
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ
II. Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Ali Faruk AÇIKGÖZ
Tez Türü, Yılı : Yüksek Lisans Tezi, 2021
Sayfa Sayısı : 81

Eski tarihten günümüzü kadar girişimcilik kavramı ve girişimcilik anlayışı şekil değiştirmiştir. Ülke sınırları içerisinde, takas yoluyla ticaret yapılırken günümüzde artık internet platformunda ve küresel çapta ticaret yapılmaktadır. Girişimcilik zamanla, hızlı büyüme anlayışıyla ve buna uygun teknolojilerin kullanılmasıyla gerçekleştirilen bir girişim anlayışına dönüşmüştür. Sıfır noktasından başlayarak hızlı büyüeyebilen şirket ve başlangıç gibi tanımları olan, Dünya’da ve Türkiye’de yaygınlaşmaya başlayan “startup” kavramı da böylece hayatımıza girmiştir. Startup uygulamalarının yaygınlaştırılması, girişimcilerin bu yönde teşvik edilmesi ve desteklenmesi ülkenin ekonomik ve sosyal yönden kalkınmasında büyük role sahiptir. Girişimcilerin girişimde bulunmalarında en önemli engellerden birisi fikirlerini iş fırsatlarına dönüştürmede yeterli desteği bulamamalarıdır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, startuplar’ın başlangıç aşamasında ihtiyaç duydukları destekler olan kuluçka merkezlerine ve melek yatırımcılarına yönelik, girişimcilerin tutum ve kaygılarının ortaya konarak çözüm önerilerinde bulunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Startup, Kuluçka Merkezi, Melek Yatırımcı

ABSTRACT

Institution, Institute : Tekirdağ Namık Kemal University, Institute of Social Sciences,
Department : Department of Business Administration
Thesis Title : Startup Ecosystem Assessment of the University Incubation
Centers in Turkey and Angel Investors
Thesis Author : Ceyda ÇAKIR
Thesis Adviser : Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ
II. Thesis Adviser : Asst. Prof. Dr. Ali Faruk AÇIKGÖZ
Type and Year of : MA Thesis, 2021
Thesis,
Total Number of Pages: 81

The concept of entrepreneurship and the understanding of entrepreneurship have changed shape from ancient history to today. While trading is done through barter within the borders of the country, nowadays trade is carried out on the internet platform and on a global scale. Entrepreneurship has turned into an entrepreneurial understanding that is realized with the understanding of rapid growth and the use of appropriate technologies. Thus, the concept of "startup", which has definitions such as a company that can grow rapidly starting from the zero point, and a startup, which has started to become widespread in the world and in Turkey, has thus entered our lives. The dissemination of startup applications, encouraging and supporting entrepreneurs in this direction have a great role in the economic and social development of the country. One of the most important obstacles for entrepreneurs to take initiatives is that they cannot find enough support to turn their ideas into business opportunities. In this context, the aim of the study is to propose solutions by revealing the attitudes and concerns of entrepreneurs for incubation centers and angel investors, which are the supports that startups need at the beginning stage.

Keywords: Entrepreneurship, Startup, Incubation Center, Angel Investor

ÖNSÖZ

Lisansüstü eğitimimin ve tez çalışmamın başlangıç aşamasından son aşamasına kadar bana büyük emek veren, değerli bilgi ve tecrübeleriyle yol gösteren hocam Sayın Prof. Dr. Ahmet Kubaş'a teşekkürlerimi sunarım. Lisansüstü eğitimim boyunca kıymetli desteklerini, bilgi paylaşımlarını ve yönlendirmelerini esirgemeyen hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ali Faruk Açıkgöz'e teşekkürlerimi sunarım.

Tez yazım sürecimde her an sabırla yanımda olan, manevi desteğini ve görüşlerini esirgemeyen Yavuz Mert'e ve tez çalışmamın oluşmasında deneyimlerini ve kıymetli bilgilerini benimle paylaşarak destek çıkan Buğra Sercan Şeker'e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, hayatım boyunca tüm kararlarımda ve her anımda yanımda olan, beni cesaretlendiren, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen aileme, gösterdikleri sabır ve fedakârlıklarından dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
1.GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ.....	3
1.1.Girişimci Tanımı	3
1.1.2. Girişimci Türleri.....	4
1.1.3. Girişimcinin Sahip Olduğu Nitelikler	4
1.1.4.Girişimcinin ve Girişimci Olmanın Önündeki Engeller	5
1.1.4.1.Girişimci Olmanın Önündeki Engeller	6
1.1.4.2.Girişimcinin Önündeki Engeller	6
1.1.4.3.Girişimcilerin Başarısız Olma Nedenleri	7
1.2.Girişimciliğin Tanımı	8
1.2.1. Girişimcilik Kavramları	9
1.2.2. Yeni Nesil Girişimcilik	12
1.3.Girişimciliğe Etki Eden Faktörler	14
1.3.1.Girişimcilikte Toplum Kültürünün Etkisi	15
1.3.2.Girişimcilikte Ailenin Etkisi	16
1.3.3.Girişimcilikte Eğitimin Etkisi	17
1.3.4.Girişimcilikte Ülke Ekonomisinin Etkisi	17
1.4.Girişimciliğe Sağlanan Destekler.....	18

1.4.1.TÜBİTAK TEYDEP AR-GE Destekleri	19
1.4.2.KOSGEB	19
1.4.3.TSKB.....	19
1.4.4.KGF	20
1.4.5.TTGV	20
1.4.6.ETOHUM.....	20
1.4.7.Teknogirişim Sermayesi Desteği	20
1.4.8. TOBB Genç Girişimciler Kurulu	20
2.STARTUP EKOSİSTEMİ	21
2.1. Startup'ın Evreleri	22
2.2. Startup'ın Finansmanı	23
2.2.1.Startup Finansman Kaynakları	24
2.2.1.1. Girişimcinin Sermayesi	24
2.2.1.2. Katılım Bankaları	24
2.2.1.3. Katılım Bankalarının Fonlama Yöntemleri.....	25
2.2.1.4. Risk Sermayesi	25
2.2.1.5. Kitlesele Fonlama	26
2.2.1.6. Banka Kredileri	28
2.3. Melek Yatırımcılar	29
2.3.1. Melek Yatırımcıların Avantajları	30
2.3.2. Melek Yatırımcıların Dezavantajları.....	30
2.3.3. Melek Yatırımcıların Özellikleri	30
2.3. Teknoparklar	32
2.3.1. Teknoparkların Kuruluş Modelleri.....	34
3. KULUÇKA MERKEZLERİ.....	36
3.1. Kuluçka Merkezlerinin Aşamaları	39

3.2. Kuluçka Merkezlerinde Başarı.....	39
3.3. Kuluçka Merkezlerinin Faydaları.....	40
3.4.Kuluçka Merkezlerinin Girişimcilere Sağladığı İmkânlar	41
3.5. Kuluçka Merkezlerinde Yapılanmalar	41
4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	43
4.1. Araştırmanın Amacı	43
4.2. Nitel Araştırma Yöntemi	43
4.3. Araştırmanın Kısıtları ve Örneklemi.....	43
4.4. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme	44
4.4.1. Startupçıların Kişisel Bulguları.....	44
4.4.2. Mülakat Bulguları	44
4.4.2.1.Startupçıların Başarılı ve Başarısız olma sebepleri.....	44
4.4.2.2.Startupçıların Başarısında Sektörün Etkisi.....	46
4.4.2.3.Girişimcilik Sürecinde Karşılaşılan Zorluklar	47
4.4.2.4. Girişimcilere Sağlanan Desteklerin Yeterliliği	49
4.4.2.5.Startupçıların Yararlandığı Destekler ve Yeterliliği	50
4.4.2.6.Kuluçka Merkezlerinin Değerlendirilmesi.....	50
4.4.2.7.Melek Yatırımcıların Değerlendirilmesi	51
4.4.3.Bulguların Değerlendirilmesi	52
5.SONUÇ VE ÖNERİLER.....	55
KAYNAKÇA	58

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1: İç Girişimci ve Girişimci Arasındaki Fark	10
Tablo 1.2: Sosyal Girişimci ile Ticari Girişimcinin Karşılaştırılması	11
Tablo 2.1: Melek Yatırımcıların Nitelikleri	31
Tablo 2.2: Melek Yatırımcıların Eğitim Durumları	31
Tablo 2.3: Aktif Teknopark Listesi	33
Tablo 3.1: Teknolojinin Üniversitelerden Özel Sektöre transferinde Kilit paydaşlar	38
Tablo 4.1: Startupçılara İlişkin Kişisel Bulgular	44

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: İşletmelerin Büyüme Aşamasında Finansman Kaynaklarına İhtiyacı.....	18
--	----



GİRİŞ

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal yönden güçlü hale gelebilmesi için o ülkedeki girişimcilik faaliyetlerinin başarılı bir şekilde gerçekleştiriliyor olması gerekmektedir. Bir ülkede yeni ürün ve hizmetlerin topluma kazandırılması, teknoloji odaklı büyüme, toplum düzeyinin yükseltilmesi ve yeni iş sahalarının oluşması gibi toplumsal faydaların elde edilebilmesi ancak girişimciliğin yaygınlaştırılması ile mümkündür. Girişimcilik ne kadar yaygınlaşır ve çeşitlilik artarsa rekabet de aynı oranda artmaktadır. Rekabetin olduğu bir yerde ise daha kaliteli ve daha gelişmiş ürün ve hizmetler ortaya çıkmaktadır. Gelişmiş ülkelere bakıldığında inovasyona, bilime, teknolojiye ve bilgi üretimine önem verildiği görülmektedir. Tüm bunlar ise Ar-Ge faaliyet alanlarının geliştirilmesi ve bu alanlara kayda değer bir ölçüde yatırım yapılması ile mümkün olmaktadır.

Girişimcilik faaliyetleri, yeni çalışma alanları oluşturduğundan işsizlik sorununun da bir çözümüdür. İşsizlik oranının azalmasıyla birlikte refah artarken sosyal yaşam anlayışı da değişmektedir. Üretken bir toplum anlayışı ve bilgi yoğunluklu bir toplum oluşmaktadır. Bununla birlikte, girişimcilerin bir girişimde bulunamamasının en önemli sebeplerinden biri olan ekonomik güvensizlik ve belirsizlik ortamı da azalmaktadır. Böylece girişimciler, fikirlerini iş fırsatlarına dönüştürebilecek alan ve cesareti elde etmiş olmaktadır. Girişimciler, girişimciliğin temel kaynağıdır. Girişimci fikirlerini ürüne, ürünleri ise topluma kazandırdığı noktada girişimcilik oluşmaktadır. Yine girişimci, iş fikirlerini hayata geçirirken ihtiyaç duyacağı finansal kaynaklara erişebildiğinde bir girişimcilik gerçekleşmektedir. Esasında ekonomik ve sosyal anlamda ortamın uygun hale gelmesi girişimcilik faaliyetinde bulunulması için yeterli değildir. Bu nedenle girişimciliğin meydana gelebilmesi için önce girişimcilik ruhunun ve girişimci düşünce yapısının topluma kazandırılması gerekmektedir. Girişimcilik ruhunun kazandırılması eğitimle mümkündür. Girişimcilik eğitiminin verilmesinde üniversitelere büyük rol düşmektedir. Bu açıdan bakıldığında girişimcilik ekonomiyi besledikçe, güçlü hale gelen ekonomi de girişimciliği beslemektedir.

Girişimcilerin varlığı, ülke ekonomisini büyük oranda etkilemektedir. Girişimciler ekonominin gelişmesini sağlarken aynı zamanda sosyal sorumluluk projeleri geliştirerek kazançlarının belirli bir kısmı ile toplumun ihtiyaçlarına cevap verirken, evrecilik anlayışını benimseyerek, doğaya yönelik yatırımlar yaparak da fayda sağlamaktadırlar. Girişimciler toplumda önemli bir yere sahip olduğundan eğitim ve finansman gibi birçok konuda desteklenmeleri gerekmektedir. Bu noktada devlet destekleri, niversite-sanayi iş birliği, kuluçka merkezleri ve melek yatırımcılar önem arz etmektedir.

Bu çalışmada startaup ekosisteminde, başlangıç aşamasındaki girişimcilerin başarısızlık ve başarılı olma nedenleri ele alınarak kuluçka merkezlerine ve melek yatırımcılara karşı bakış açıları ele alınacaktır. Bununla birlikte başlangıç aşamasındaki girişimcilerin kaygıları tespit edilerek, mevcut sorunlara zm nerileri getirilecektir.

Çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, girişimcilik ve girişimciliğin literatürdeki tanımlarına yer verilecektir. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için kaynaklarda ele alınan girişimcinin sahip olduğu niteliklere, girişimciliğin önündeki engellere, girişimcilerin başarısız olma nedenlerine, girişimciliğe etki eden faktörlere ve girişicilere sağlanan desteklerden bazılarına yer verilecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, tez konusunun asıl karakterini oluşturan startup ekosisteminden bahsedilecektir. Bu başlık altında startup tanımı ve startup finansman kaynaklarının avantaj ve dezavantajları ele alınacaktır.

nc bölümde, kuluçka merkezlerine ilişkin literatürde yer alan tanım ve açıklamalarına yer verilerek kuluçka merkezlerinin aşamaları, faydaları, sağladıkları imknlar ve yapılanmaları ele alınacaktır.

Çalışmanın son bölümü olan dördüncü bölümde ise, startup projesi olan girişimcilerin girişimci desteklerine yönelik görüşlerinin ortaya konması için açık uçlu sorulardan oluşan bir mülakat gerçekleştirilecektir. Bu mülakat, projede hem başarılı hem de başarısız olan 5 kişi ile gerçekleştirilecektir. Elde edilecek bilgiler ışığında araştırmanın sonuç kısmında hem genel anlamda girişimciliğe değinilecek hem de girişimcilerin başlangıç aşamasındaki süreç ve kaygılarına yönelik zm nerileri getirilecektir.

1.GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ

1.1.Girişimci Tanımı

Girişimci kavramı psikolojik, sosyal ve iktisadi yaklaşımlarla birçok düşünür tarafından tanımlanmıştır. Kimi, girişimcinin tanımını kişilik özellikleri ve faaliyetleri üzerinden yapmıştır. Kimi ise topluma sağladıkları fayda yönünden ele alarak tanımlamıştır. Robert F. Hébert ve Albert N. Link araştırmalarına göre, girişimcinin kişilik özellikleri ve faaliyetlerine odaklanarak girişimciyi; finansal anlamda faaliyet sağlayan, yenilik odaklı, denetleyen, sermaye sağlayıcı ve olaylara yönelik kararlar alan kişi olarak tanımlamışlardır (Hébert & Link, 2006, s. 4-6).

Hardeep Kaur ve Anupa Bains ise, girişimcinin toplumda istihdam yaratmadaki payını, çalışan, kişisel gelişimine önem veren ve insanların topluma kazandırılmasındaki payını ele alarak, girişimciyi toplumun sosyal ve ekonomik kalkınmasında rolü olan kişi olarak tanımlamıştır (Kaur & Bains, 2013, s. 3-5).

Girişimci kavramına en çok vurgu yapılan özellikler ise girişimcinin kar amacı gütmesi, risk alabilmesi ve bir girişimi organize edebilme yeteneğine sahip olmasıdır. Değişen çevresel şartlar ve anlayışlarla birlikte girişimci tanımlarında da yeni bakış açıları ortaya çıkmaktadır. İkea, Microsoft ve Google gibi markaların tanımlarında “yetenek”, “fikir üretimi” ve “prestij” gibi kavramlar yer almaktadır (Binici, 2020).

Girişimci, bir girişime tüm sermayesini koyduğu gibi bazen hiç sermaye koymadan, bir başkasının sermayesi üzerinden sadece emeğini ortaya koyarak ve kazanç oluşturabilecek tüm fırsatları bir çıktıya dönüştürerek de girişim faaliyetlerini sürdürebilmektedir.

Bir ülkenin gelişebilmesi için, değişen koşullara uyum sağlayabilen, girişimci ruhuna sahip kişilerin sayılarının arttırılması ve desteklenmesi gerekmektedir (Durukan, 2006, s. 29). Bu durumda girişimci kişilerin, kişilik özelliklerini ve girişimcilerin fırsat ve engellerini doğru bir şekilde ortaya koymak önem kazanmaktadır.

1.1.2. Girişimci Türleri

Aşağıda girişimci türleri 5 başlık altında ele alınmıştır. (Constable, 2015):

şüpheci Giriřimci: şüpheci girişimciler başkasının başarisını sorgulayan ve onları başarıya ulaştıran işleri inceleyen tiplerdir. Sürekli şüphe içerisinde olduklarından başarı elde etme şansları dūřüktür.

Taklitçi Girişimci: Bu tip girişimciler, başarılı girişimcilerin yöntem ve uygulamalarını taklit etmeye çalışırlar. Sektöründe lider olan bir girişimin benzerlerinin ortaya çıkması örnek verilebilir.

Araştıran Girişimci: Bu girişimci tipi sürekli öğrenme peşindedir. Araştırmacı girişimciler bir işi başlatabilmek için önce stratejiye yönelik tüm olasılıkları ve sonuçları araştırmaktadırlar.

Kararlı Girişimci: Kararlı girişimciler, bir işi başaramadıklarında hemen vazgememektedirler. Girişimciliğin değerini bilen, başarının taklit edilmeden de mümkün olduğunu gören ve işlerini başarıya ulaştırmak için elinden geleni yapan girişimci tipidir.

Başarılı Girişimci: Bu tip girişimci başarıya ulaşmada yardımcı olan tüm faktörleri bilen, müşteriler ile iletişimin nasıl olması gerektiğini ve stresi nasıl yönetebileceğini bilen, zamanı doğru kullanabilendir.

1.1.3. Girişimcinin Sahip Olduğu Nitelikler

Girişimcilerin taşıdığı ve taşması gereken özellikler ortaya konarken girişimcilerin, yaptıkları için niteliklerine göre nasıl davranmaları gerektiği dikkate alınmıştır. Rekabet ortamında kararlar doğru ve hızlı alınması gerekmektedir. Bu nedenle bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerden birisi hızlı ve doğru karar alabilmesidir. Girişimci işi gereği, geleceğe yönelik stratejiler belirlemek durumunda olduğundan, girişimcinin sahip olması gereken bir diğer özelliği ise ileri görüşlülük ve risk üstlenebilmedir (Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri, 1993).

Gözek ve Akbay (2012, s. 47-49)'ın çalışmalarına göre bir girişimcinin özellikleri aşağıdaki gibidir.

1. Belirsizlikleri önceden ön görüp hesaplayabilen ve bunun riskini alabilen,
2. Girişeceği sektörü araştırma ve bunun eğitimini alma arzusunda olan,
3. Girişimci ruhuna sahip olduğunu düşünen,
4. Araştırma ve gözlem becerisi olan,
5. Organize edebilme ve organize olabilme becerisi olan kişiler.

Girişimcilerin hayalini kurdukları girişim projelerini gerçekleştirebilmeleri için bir girişimcinin sahip olduğu nitelikleri taşımasının yanı sıra, kendisini harekete geçirecek bir motivasyona ihtiyacı vardır. Bu motivasyonlar (Uygun, Güner, & Mete, 2018, s. 888-889) çalışmalarından elde ettiği sonuçlara göre şöyledir:

1. Başarılı olma arzusu,
2. Yeni iş fırsatlarını değerlendirme ve kişinin kendi sevdiği işi yapma isteği,
3. Toplumun ihtiyaçlarını karşılama ve yardım etme isteği,
4. Başka bir iş seçeneğinin olmaması veya bağımsız olma arzusu vb.

Motivasyon, bir projeyi hayata geçirmede etkili iken aynı zamanda gerçekleştirilen o girişimin sürdürülebilirliğini sağlamak ve gerçekleştirebilmek için bazı girişimcilerin kendilerine hedefler koyduğu da görülmektedir. Diyebiliriz ki girişimci kişiler, kendi motivasyonlarını yüksek tutabilen ve kendilerine makul düzeyde hedefler belirleyip bu hedeflere ulaşmak için çaba sarf eden kişileridir.

1.1.4.Girişimcinin ve Girişimci Olmanın Önündeki Engeller

Girişimci potansiyeline sahip kişilerin gelişimine katkıda bulunmak ve girişimci bir toplum oluşturabilmek için oluşabilecek tüm engel ve olumsuzlukları doğru bir şekilde ortaya koymak gerekmektedir. Bunun için de girişimcilikte karşılaşılan engeller, girişimcinin önündeki engeller ve girişimci olmanın önündeki engeller olmak üzere iki başlık altında değerlendirilmiştir.

1.1.4.1.Girişimci Olmanın Önündeki Engeller

Bir girişimci işlerini yürütebilmek için birçok karmaşık eylem gerçekleştirir. İş piyasası ve fırsatlar hakkında bilgi toplamak için kaynaklara ihtiyacı vardır. Hedeflerini gerçekleştirmede finansörlere ihtiyacı vardır. Bunun için de finansörleri ikna etmede iletişim becerilerine ve şirketin gelişmesinde yargı ve liderlik becerilerine ihtiyacı vardır (Fogel, Hawk, Morck, & Yeung, 2006, s. 43).

Öğrencilere yönelik yapılan araştırmada, girişimci olmak istememelerinin nedenlerinden biri yukarıda sayılan beceri ve girişimcilik için gerekli olan kişilik özelliklerine sahip olmadıklarını düşünmeleridir. Bunun yanı sıra, bir girişimcilikten elde edilecek gelirin düzenli olmaması, bir girişimde bulunabilmek için yeterli sermayeye sahip olmamak ve sermaye bulamama korkusu, başarısızlık korkusu, fedakârlık edip, çok fazla çalışma gerektirmesi girişimci olmadaki bazı engellerdir (Akpınar & Küçüköksel, 2015, s. 17-18).

Bir girişimci olmaya karar vermede, içinde bulunulan ekonominin iş yapmayı kolaylaştırıcı olması veya zarar verecek durumda olması da etkilidir. Bunu belirleyen faktörler şöyledir; kurallar ve yasal düzenlemeler, hükümetin kalitesi, eğitimin içeriği ve çevre kültürüdür (Fogel, Hawk, Morck, & Yeung, 2006, s. 2).

1.1.4.2.Girişimcinin Önündeki Engeller

Girişimcilerin önündeki bazı engeller aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Akın H. B., 2010).

1. İş kurma sürecinin teferruatlı olması,
2. İş kurmada katlanılan maliyet,
3. Sektöre ait yasal düzenlemeler,
4. İzin ve ruhsatlarla ilgili düzenlemeler,
5. İş fikrini destekleyecek finansman ve gerekli eğitim ve danışmanlığa yönelik desteklerin bulunamaması,
6. Konuya ilişkin ağır vergi yükümlülükleri,
7. Kredi kullanım koşulları,
8. İçinde bulunulan ülkenin ekonomik istikrarı vb.

1.1.4.3.Girişimcilerin Başarısız Olma Nedenleri

Ülke ekonomisinin canlılığını sürdürmesinde büyük pay sahibi olan işletmeler doğru stratejilerin geliştirilmesi, finansal kaynakların doğru kullanılması, sektörünün gerektirdiği tutundurma faaliyetlerinin en iyi şekilde yönetilmesi vb. eylemlerle uzun süre hayatta kalmaktadır. İşletmeleri hayatta tutmayı sağlayan faaliyetlerin ve çabaların doğru analiz edilip uygulanamaması ise girişimcilerin ve işletmelerin başarısız olmalarına sebep olmaktadır. İşletmelerin başarısız olması işletmelerin paydaşları, istihdam edilmiş tüm çalışanları ve ülke ekonomisini olumsuz etkilemektedir.

Aşağıda girişimcileri zorlayan ve başarısız olmalarına neden olan bazı faktörlere değinilmiştir (Yakupoglu, 2018, s. 79-91):

1. Giderlerin gelirlere daha yüksek boyuta ulaşması, kira ve borçların ödenememesi,
2. Büyük ve tecrübeli firmalarla baş edememe,
3. Tercih edilen sektörün gerektirdiği yüksek sermayenin karşılanamaması,
4. Sektörün piyasadaki yerinin ve ihtiyaç düzeyinin iyi analiz edilememesi,
5. Seçilen sektörün iklim koşullarının doğru analiz edilememesi,
6. Girişimcilikte bilgi ve eğitimin eksikliği,
7. Öz sermayenin doğru yönetilememesi,
8. Müşteriyi memnun edebilecek düzeyde kaliteli ürünün sunulamaması,
9. Teknolojide meydana gelen gelişmelere işletmenin ayak uyduramaması (Cengiz & Turanlı vd. 2015, s. 64).

Özlem Kunday (2014, s. 318)'ın araştırmasına göre; girişimcilerin henüz yolun başındayken karşılaştıkları engeller organizasyonun yönetilmesi konusunda yeterli deneyime sahip olmamak, girişimcinin girişimin başarısızlıkla sonuçlanacağını düşünmesi ve kültürden kültüre farklılık gösteren "aile bireylerinin izin vermemesi" olarak belirtilmiştir. Tüm bu engellerin yanı sıra girişimcilerin finansal bilgilerinin yetersiz olması ise girişimcilerin işletmenin finansal kararlarında

yanlış yöntemi uygulamasına ve işletmenin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olmaktadır. Bir işletmenin doğru bir şekilde yönetilmesinde alacakların tahsil edilebilmesi, kredi kullanım kararları ve yatırım kararları gibi konular önem arz ettiğinden dolayı girişimcinin finansal okuryazarlığının yeterli olmaması başarısızlık nedenlerindedir (Anbar & Anbar, 2016, s. 290).

1.2.Girişimciliğin Tanımı

Girişimciliğin tanımı, farklı dönemlerde anlayışların değişmesine ve toplumun gelişmesine bağlı olarak benzer nitelikte ancak farklı kavramlar eklenerek birçok düşünür tarafından tanımlanmıştır. Klasik döneme kıyasla daha subjektif değerlere ağırlık verilen Neoklasik dönem temsilcilerinden Alfred Marshall, girişimciliğin “yenilikçi” tarafı üzerinde durmuştur. Richard Cantillon ise “belirsizlik” kavramını kullanmıştır (Aidis, 2003, s. 16-17).

Çoğu kaynakta girişimcilik; belirsiz bir ortamda, sınırlı kaynakları kar amacı güderek ürün ve hizmete dönüştürmek, yenilik ortaya koymak, fırsatları değerlendirerek bir işe girişmek olarak tanımlanmıştır. Aytaç’ın, (2006, s. 156) çalışmasından yola çıkarak girişimcilik, toplumun içinde bulunduğu yapıyı değiştirebilen, ekonomiye etki edebilecek düzeyde yenilikçi girişimci faaliyetlerdir.

Bir başka tanımla girişimci işlev, fırsat ve fikirlerin dezavantajlarının da göze alınarak, bir organizasyon yapısı içinde geliştirilmek üzere, yeni ekonomik faaliyetlerin oluşturulmasıdır (Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2007, s. 3-5).

Girişimcilik, ihtiyaçların karşılanması ve ihtiyaç fazlasının değiş tokuş edilmesi ile başlamıştır ve dönemlerin farklı ihtiyaç ve anlayışlarıyla birlikte girişimcilik de değişime uğramıştır. Başlarda temel ihtiyaçlara bağlı kalınarak kereste, tahıl gibi ürünlerin ticareti yapılmıştır. Coğrafi keşiflerle birlikte farklı ticari alanlar önem kazanmıştır. İnsan eli ile üretilen malların yerini, sanayi devriminin getirdiği makineleşme ile birlikte standart mallar almıştır (Ercan & Gökdeniz, 2009, s. 63-65).

Girişimcilik, coğrafi sınırlara bağımlıyken, teknolojinin gelişmesi ve bilginin önem kazanmasıyla birlikte sınırlar ortadan kalmıştır ve küresel boyutta girişim faaliyetleri başlamıştır. Bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte

girişimcilik sadece temel ihtiyaçları karşılamakla kalmamış, toplumun eğence ihtiyaçlarını da karşılamaya başlamıştır ve bilgisayar oyunları alanlarında girişimlerde bulunulmuştur. Yine teknolojinin gelişmesiyle birlikte farklı alanlarda ihtiyaçlar doğmuştur ve yazılım, bilişim gibi sektörlerde de girişim faaliyetleri oluşmaya başlamıştır.

Girişimcilik, girişimci bireylerin içinde yer aldığı sosyo-kültürel yapının, kaynak ve sermayeye erişim imkânı açısında ekonomik koşulların ve girişimcinin kişilik özellikleri ile davranış psikolojisinin etkilerini içinde barındıran bir kavramdır (Turhan, 2021, s. 54). Bu açıdan bakıldığında, tanımlarda geçen ekonomik fırsatların değerlendirilmesi, kar amacının güdülmesi ekonomik koşulların etkisinde bir tanımken; yenilik ortaya koyma isteği, fırsatları görüp bir işe dönüştürme cesareti gibi kavramların yer aldığı bir tanım ise davranış bilimlerin etkisindeki bir tanımdır.

1.2.1. Girişimcilik Kavramları

İ Girişimcilik: Rekabet avantajı elde etmenin bir yolu olan i girişimcilik bir başka deyişle kurumsal girişimcilik, işletmelerin artan rekabet ortamında, Pazar paylarını genişletmek ve sürdürülebilirliklerini korumak amacıyla kendi bünyelerinde yaptıkları fikir üretme, katma değer yaratma ve inovasyonlardır. Bu fikirleri üreten, katma değer yaratan ve girişimci rolünü üstlenen kişiler ise “i girişimci” olarak tanımlanmaktadır (Göker, 2019, s. 74-88).

İ girişimcilik, örgüt içinde strateji geliştirmeyi, yenilik getirilmesini, başarı için mücadele etmeyi, daha iyi olmayı ve karlılığı hedef aldığından şirketlere rekabet avantajı sağlamaktadır. İ girişimcilik rekabet edilebilirliğini sağladığı gibi çalışanların kendilerini ifade edebilmelerine fırsat tanımakta, içlerindeki girişimcilik duygusunun ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Böylece motivasyonu artan çalışanların örgüt içinde uzun vadede verimli bir şekilde çalışmalarını sağlamaktadır (Naktiyok & Kök, 2006, s. 80-82).

Bir örgütte i girişimciliğin oluşması için ve i girişimcilerin yeni fırsatları keşfedip, yaratıcı faaliyetlerini ortaya koymada istekli olmaları için yönetim desteği ve iyi bir ödüllendirme yönteminin olması gerekmektedir. Bu bağlamda yönetim,

projenin veya iç girişimcilik faaliyetlerinin başarısız olma durumunda oluşacak riskleri göze alacaktır (Gürel, 2012, s. 54-57).

İç girişimci ve girişimci arasındaki farklara bakıldığında bunlardan bazıları şöyledir:

Tablo 1.1: İç Girişimci ve Girişimci Arasındaki Fark

İç Girişimci	Girişimci
Girişim faaliyetleri için buldukları şirketin finansal kaynaklarından faydalanırlar.	Girişim faaliyetleri için kendi finansmanından ya da girişimcilik desteklerinden faydalanır.
İçinde buldukları örgütün ticaret unvanı, markası ve satış-pazarlama faaliyetlerini kullanarak avantaj elde edebilirler.	Girişimci, gerçekleştireceği projeyi sıfırdan oluşturur ve tanıtır. İtibar elde etmede tek başınadır.
Riski tek başlarına üstlenmezler.	Girişimci, risk kendisi üstlenir.
Motivasyonları şirket içindeki koşullara bağlı olabilmektedir.	Motivasyonu kendi ideal ve istekleridir.
İç girişimci, girişimcilik faaliyetlerini sadece kendi adına gerçekleştirmez.	Kendi adına girişimde bulunur. Strateji oluşturmada, iç girişimciye göre daha esneklerdir.

Kaynak: (Şekerdil, 2016, s. 32-33).

Eko-Girişimcilik: Sürdürülebilir bir gelecek için çevre üzerinde pozitif etki yaratan girişimcilik faaliyetleridir. Eko-girişimcilikte, işletimlerin vizyon ve misyonlarına yön vererek çevreci ürün ve hizmetler ortaya konmaktadır (Aykan, 2012).

Eko-girişimciliğin temelinde doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilir bir gelecek oluşturulması inancı mevcuttur. Eko-girişimcilikte de girişimcilikte olduğu gibi gerçekleştirilen ticari faaliyette başarısız olma ihtimali vardır ve eko-girişimci de doğabilecek riskleri üstlenmektedir. Eko-girişimcilik, ticari bir girişimciliğe kıyasla daha az kar odaklıdır (Efeoğlu, 2014, s. 105-107).

Sosyal Girişimcilik: Sosyal Girişimcilik Kavramı, kimileri tarafından kar amacı olmayan örgütlerin sosyal girişimlerde bulunması olarak tanımlanmıştır.

Kimileri tarafından ise, örgütler kar amacı gösterecekler de gerçekleştirdikleri her sosyal sorumluluk ve sosyal yenilikçilik faaliyetleri “sosyal girişimcilik” olarak tanımlanmıştır (Aslan, Araza, & Bulut, 2012).

Sosyal girişimcilik, sosyal değişime etki ederek sosyal ihtiyaçları karşılamak için fırsat ve yenilikleri takip etmeyi gerektirmektedir. Sosyal girişimcilik, yeni bir örgüt kurularak gerçekleştirilebileceği gibi hâlihazırda kar amacı güden ya da gütmeyen bir örgüt içinde de gerçekleştirilebilmektedir (Özdevecioğlu & Cingöz, 2009, s. 84-88).

Sosyal girişimci ile ticari girişimci arasındaki bazı farklar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1.2: Sosyal Girişimci ile Ticari Girişimcinin Karşılaştırılması

Sosyal Girişimci	Ticari Girişimci
Sosyal girişimci, işi problemleri çözmede ve amacını gerçekleştirmede araç olarak kullanır.	Ticari girişimci, işi kar elde etmek ve faaliyetlerini sürdürmek için kullanır.
Sosyal girişimcinin motivasyonu, insanlar ve toplumsal konulardır.	Ticari girişimcinin motivasyonu, işlerini büyütme, yeni fikir ve fırsatlardır.
Sosyal girişimcinin uzlaşmacı, arabulucu kişisel sosyal ağı ve kaynak toplama gibi kabiliyetleri daha gelişmiştir.	Ticari girişimcinin, risk alabilme cesareti, krizi kara çevirme yeteneği ve maddi düşünme kabiliyeti daha gelişmiştir.
Sosyal girişimcinin ahlaki normları daha ağır basmaktadır.	Ticari girişimcinin önceliği örgütün hayatta kalmasıdır.

Kaynak: (Sönmez, Arıker, & Toksoy, 2016, s. 109) ve (Çiftçi & Zencir, s. 133)

Sanal Girişimcilik: Her dönemin kendi koşul ve imkânları doğrultusunda farklı girişimcilik metotları uygulanmıştır. Bilgi ve teknoloji çeşitliliğinin artmasıyla birlikte sabırsız, çabuk doyuma ulaşan ya da doyumsuz ve çok emek sarf etmek istemeyen kuşaklar oluşmaya başlamıştır. Toplum yapısının değişmesiyle birlikte girişimcilik anlayışı ile birlikte girişimci profili de değişmek durumunda kalmaktadır.

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmesi girişimcilik yöntemlerinin değişmesine neden olmuştur. Teknolojinin gelişip yaygınlaşmasıyla birlikte üretim faktörleri olan emek, sermaye, kaynak ve müteşebbise ek olarak “bilgi” faktörü de dahil olmuştur. Bu bağlamda sanal girişimcilik bir başka değişle e-girişimcilik, bilgi teknolojileri kullanılarak kara ulaşımda ürün, hizmet ya da bilginin elektronik ortamlarda sunulmasıdır (Koçak, 2009, s. 383).

1.2.2. Yeni Nesil Girişimcilik

Bilişim teknolojileri geliştikçe hayatımızın hemen hemen tüm alanına yayılmaya devam etmektedir. Toplumun dijitalleşmesi eğlence anlayışını, tüketim anlayışını, iletişim vb. anlayışlarımızı etkilediği gibi girişimcilik yöntemlerini de büyük oranda etkilemektedir. Günümüzde birçok ekonomik faaliyetler artık dijital platformlardan yürütülmektedir. Giyim, yemek, kozmetik gibi ihtiyaçların alım ve satışı elektronik ortamlarda gerçekleştirilmektedir. Bir diğer değişle dijitalleşen ekonomi, girişimcilik fikirlerini de şekillendirmiştir. Buna mobil uygulamaları örnek vermek mümkündür.

Dijital ekonomi kavramına baktığımızda; topluma, dünyanın neresinde olunursa olunsun alım satım işlemlerinde eşit kolaylık sağlayan, zamandan tasarruf sağlayan ve tüm işlemlerin yüz yüze gelmeden yapılmasına olanak tanıyan bir platformdur (Miçooğulları, 2018, s. 7). Dijital ekonomi yenilik, yaratıcılık ve teknolojinin gelişmesinde sürekliliğe odaklıdır. Bu yeni ekonomide girişim profillerinin de değiştiği görülmektedir. Yeni girişimciler, 1980-1990 yılları arasında doğan ile Y, M ve Z kuşağıdır (Yelkikalan, Akatay, & Altın, 2010, s. 491).

Kuşakların özelliklerine bakıldığında, yaşadıkları dönemin koşullarına göre şekillenen tutumları temel alınarak sınıflandırılmıştır. Birçok kaynakta kuşaklar sessiz kuşak, bebek patlaması kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı ve Z kuşağı şeklinde sınıflandırma yapılmıştır.

Sessiz Kuşak: Gelenekselciler olarak da adlandırılan bu kuşak 1925-1945 yılları arasında doğan kuşaktır. Sessiz kuşak savaşların çok sık yapıldığı, ekonomik buhran döneminin kuşağıdır. Dönemin koşullarının getirisi olan vatana bağlılık, çok

fazla çalışma gerektiği inancı, dikkatli davranma ve hayal gücünden uzaklık bu kuşağın özelliklerindedir (Göksel & Güneş, 2017, s. 811).

Bebek Patlaması Kuşağı: Savaş sonrası, 1946-1964 yılları arasında doğan kuşaktır. Savaşın sona ermesiyle birlikte refahın artırılması, ekonomik anlamda büyüme çabaları, insan hakları gibi konulara odaklanılmaya başlandığı ve siyasi çatışmaların yoğun görüldüğü bir dönemdir. Soğukkanlı, otokontrolü yüksek, çalışma arzusunda, kariyer hedefi olan kuşaktır (Gündüz & Pekçetaş, 2018, s. 93).

X Kuşağı: Ailelerinin bebek patlaması kuşağı olduğu, 1960-1980 yılları arasında doğan bu kuşak, çok daha bağımsız, liderlere ve patronlara çok bağlı kalmayan, özel hayatı iş hayatından daha fazla önemseyen bir kuşaktır. X kuşağı bireyci, şüpheli, faydacı ve kendi hayatlarının kontrolünü kendi ellerine almak isteyen bir kuşaktır (Bayramoğlu, 2018, s. 17).

Y Kuşağı: Y kuşağı bilgisayar ve cep telefonunun kullanıldığı internet ortamında büyümüş, eğitilmiş, dışa dönük, takım çalışmasına yatkın, bilgiye hızlı ulaşabilen bir nesildir. Y kuşağı, özgüveni yüksek ve bağımsızdır. Y kuşağının özellikleri girişimcilik özelliklerine yakın olması nedeniyle Y kuşağının desteklenmesiyle birlikte girişimcilik potansiyeli yüksek kuşaktır diyebiliriz (Türel & Coşkun, 2018, s. 336-334).

Bilgisayarın, cep telefonunun yaygın olduğu bu ortamda, yaratıcı düşünme, başarılı insanları örnek alma çok daha kolay olduğundan girişimci hareketlerde yaygınlık göstermektedir (Doğan & Gülay, 2019, s. 704).

Z Kuşağı: Gelişmiş teknolojinin içinde doğan Z kuşağı, sokakta değil sanal ortamda sosyalleşmektedir. Bilgiyi kitaplardan ziyade elektronik ortamda edinen, fotoğrafladığı her şeyi sosyal medyada paylaşan, şikâyetlerini ya da beğenilerini internet üzerinden ifade eden, giyimden market alışverişine kadar ki tüm eylemlerini elektronik platformlarda gerçekleştirebilen bir nesildir. Yetişme şekli nedeniyle Z kuşağı, sanal zekâ ağırlıklı, yeni iş alanları ve çalışma alanları oluşturabileceği düşünülmektedir (İnce, 2018, s. 106-107).

Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve dönemin ihtiyaç duyulan faktörlerinin teknolojik gelişmeler bağlı olarak değişmesi yeni fikir ve iş alanları oluştururken, var olan işlerin işleyiş süreçlerini de değiştirmiştir.

1.3.Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

Girişimcilik, bireylerin yeni fikirler ortaya koyma güdüsüyle kendi işinin patronu olma isteği, başarıma arzusunda olma ve başaracağına inanma ile ekonomik anlamda fikirlerini ticarete dönüştürme imkânını elde etme ve bireyin çevresindeki yakınlarını rol model alma ile şekillenen ve gerçekleştirilebilen bir eylemdir. Dolayısıyla bir girişimciliğin gerçekleşmesini ya da gerçekleşmemesini etkileyen birçok çevresel ve kişisel faktörler yer almaktadır.

Girişimciliği etkileyen çevresel faktörler toplumun kültür yapısı, girişimcinin içinde bulunduğu aile yapısı, girişimcinin eğitim düzeyi, içinde bulunulan ülke ekonomisi ve devlet politikaları gibi sıralamak mümkündür. Girişimciliği etkileyen girişimcinin kişilik özelliklerini ise girişimcinin motivasyonu, girişimcinin başarıma isteği, girişimcinin kendine güvenmesi, girişimcinin risk alabilme özelliği, girişimcinin yenilikçi bakış açısı olarak sıralamak mümkündür.

Girişimcilik sürecinde büyük önem taşıyan risk alabilme özelliği, organizasyonda ileriye planlayarak finansal karar almada, işletmeye yön vermede önemli bir faktördür. Risk alabilen girişimci tehlikenden kaçmaz ve fırsatları değerlendirir (Bozkurt, 2006, s. 99). Dolayısıyla, risk alamayan, krizi fırsata çeviremeyen bir birey girişimci faaliyetlerde bulunamayacaktır ve girişimcilik olgusu ortaya çıkmayacaktır.

İbrahim Durak'ın (2011, s. 210-211) çalışmasına bakıldığında, çevresel faktörler arasında sayılabilecek girişimciliği etkileyen unsurları; içinde bulunulan ülkenin siyasi yapısı, uygulanan bürokrasiler, girişimcilere sağlanan eğitim ve teşviklerin yeterlilik düzeyi olarak sıralamak mümkündür. Sayılan bu unsurlar toplumu girişimciliğe teşvik edici ya da itici unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevresel faktörler girişimcilikte ilk adım olan fikrin bir işe, ürüne dönüştürülmesi niyetini büyük oranda etkilemektedir. Bu niyet aile yapısından, ülke ekonomisinden, yukarıda bahsedilen ülkenin bürokratik yapısından ve kişilik özelliklerinden

etkilenmektedir (Çelik, İnce, & Bozyiğit, 2014, s. 114-115). Girişimcilik niyetini etkilene faktörler aşağıda başlıklar halinde açıklanmıştır.

1.3.1.Girişimcilikte Toplum Kültürünün Etkisi

Kültür, bir toplumun yeme alışkanlıklarını, alışveriş şeklini, yaşayış biçimini etkilediği gibi o toplumun girişkenlik derecesini de etkilemektedir. Temelde aile yapısının ataerkil-anaerkil, baskıcı ya da daha özgür olması bireylerin kendi hayatlarına yön vermelerinde etkilidir. Bir bireyin kendi kararlarını kendisinin alabildiği bir aile ortamında kişi daha özgüvenli, bireyci ve kendi isteklerine kendisinin yön verebildiği bir hayat yapısı oluşturmaktadır. Ancak kararların ailede baskın olan kişi tarafından alındığı, baskıcı ve kontrolcü bir aile yapısındaki kişi, içinde bulunduğu yerin sınırları dışına çıkamayıp daha mütevazı bir gelecek oluşturmaktadır (Aytaç, 2006, s. 148-150).

Belirli bir yapıdaki ailelerin yaygınlık göstermesi o toplumun kültürel yapısını da ortaya koymaktadır. Toplum kültürü; manevi kültür ve maddi kültür olmak üzere gruplandırılmıştır. Bir toplumun eğitim düzeyinden, inançlarından, tutum ve değerlerinden bahsediliyorsa bu “manevi kültürdür”. Bir toplumun ekonomide kullandığı teknik yöntem ve altyapılarından, becerilerinden, teknolojik ürünlerinden ve teknolojik düzeyinden bahsediliyorsa bu “maddi kültürdür” (Büber, 2011, s. 43-45).

Toplum kültürünün girişimcilik üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi için toplumun kültürel boyutlarına değinilmiştir. (Birsell, İslamoğlu, & Börü, 2009, s. 147-149):

Bireyci Kültür: Ben duygusu daha ağır basan toplumlarda, bireylerin ve kendi ailelerinin çıkarları, toplumun çıkarlarından daha önce gelmektedir ve bireylerin görüşleri ile toplumun görüşleri çatışmaktadır.

Toplumcu Kültür: Toplumun çıkarlarının gözetildiği, çevre tutumunun ve ahlakının önemsendiği bir yapıdır.

Eril Kültür: Erkek ve kadının tutumlarından yola çıkılarak tanımlama yapılmıştır. Eril kültür, baskın bir yapının olduğu, güç ve yükselme odaklı, atılgan ve daha maddi özelliklerin ağır bastığı kültürdür.

Dişil Kùltür: Merhametin, anlayışın, eşitliğin ve insanlarla olan ilişkilerin ön planda olduğu kùltürdür.

Belirsizlikten Uzaklaşma: Kişilerin belirsizliklere karşı gösterdikleri tepkilerdir. Belirsizlik ile baş edebilme yöntemleri, daha garantici olma, güven sınırlarının dışına çıkamama gibi durumlar bu başlık altında değerlendirilmektedir.

Güç Mesafesi: Belirli bir kurum içerisinde kişiler arasındaki gücün fazla olması ya da az olması şeklinde iki yönlüdür. Bir kesim diğer kesimden daha fazla denetimci ve baskıcı olması güç mesafesinin fazla olduğunu göstermektedir. Ancak her iki kesimin arasında fark çok yoksa rolleri birbirlerine yakınsa güç mesafesi azdır (Öncül, Deniz, & İnce, 2016, s. 259).

Girişimciliğe aday olan bireylere başarılı olma arzusunun aşılanması, aileden bağımsız, kendi yaratıcı fikirleri ile ekonomiye katkı sağlayabilecek, özgüveni yüksek bireyler yetiştirmek şekilde eğitim verilmesi girişimci bir kùltür oluşturmada en etkili araçlardandır (Güney & Çetin, 2003, s. 198).

1.3.2. Girişimcilikte Ailenin Etkisi

Girişimciliğin oluşumunda kùltür ve tutumların yanı sıra, ailenin gelir düzeyi ve çocuk sayısı da etkilidir. Geçim kaygısı olmayan ve ailesinden maddi destek alabilen bireyler girişimciliğe daha eğilimli olduğundan, gelir düzeyi yüksek olan ailelerin çocuklarının girişimcilik eğilim oranları, gelir düzeyi daha düşük olan ailelerin çocuklarının girişimcilik eğilim oranlarına göre daha yüksektir. Çocuk sayısının fazla olduğu ailelerde, eğitim gibi harcamalar yetersiz kalabildiğinden, girişimcilik eğilim oranı, çocuk sayısı az olan ailelerin çocuklarının girişimcilik eğilimi oranına göre daha azdır (Arslan, 2002, s. 6-8).

Ailesinde girişimci olan kişilerin, belirsizliklerle başa çıkma ve başarma isteği gibi faktörleri örnek alabilme imkânına sahip olması onları girişimciliğe yöneltmektedir (Korkmaz, 2012, s. 220-222). Ailedeki kùltürel geçmiş ve ebeveyn desteği girişimcilik yapma isteğini etkilemektedir (Herdjono, Puspa, & Maulany, 2017, s. 5-6).

1.3.3.Girişimcilikte Eğitim Etkisi

Eğitim düzeyi yüksek olan kişiler, bilgi birikimlerine güvendiğinden risk almayı reddetmekte ve kariyerlerini başladıkları bir pozisyonda geliştirme eğilimindedirler. Eğitim düzeyi düşük olan kişiler ise mesleki bir bilgi sermayesine sahip olmadıklarından kendi işyerini kurmaya ve risk almaya yönelmektedir. Ancak bir girişimin geliştirilmesinde eğitim oldukça önemlidir. Kişinin var olan girişimcilik yetkinliklerini eğitim ile desteklemesi ve geliştirmesi; akademik eğitim ile piyasa analizi yapabilmesine ve finansal riskler hakkında bilgi sahibi olmasına katkı sağlamaktadır (Güler B. K., 2008, s. 21-23).

Girişimcilik eğitimi, potansiyeli olan kişiler desteklerken, üniversitede verilen eğitim hayata yeni atılmak üzere olan öğrencilerin girişimciliğe yönelmesinde, saklı kalmış yetkinliklerini keşfetmesinde bir aracıdır. Üniversitede verilen eğitimin teorik ve uygulama düzeyi, eğitimin kapsamlı olup olmaması öğrencilerin girişimciliğe yönelmesine etki etmektedir (olakoğlu & olakoğlu, 2016, s. 73-74).

1.3.4.Girişimcilikte lke Ekonomisinin Etkisi

lke ekonomisinin dışa açık olmaması, esnek işgücü pazarının durumu ve ekonomik büyüme oranı girişimciliğe etkileyen ekonomik faktörlerdendir (Gümüşoğlu & Karaöz, 2014, s. 100-101). Bir ülkedeki siyasi istikrarsızlık, faiz oranlarının yüksek olması, işletmelerin yeterli fonu bulamaması geleceğe yönelik karar almada belirsizlik yarattığından girişimsel faaliyetleri olumsuz yönde etkilemektedir (Durak, 2011, s. 210-211). Belirli dönemlerde yaşanan ekonomik krizler de girişim faaliyetlerini, yeni açılacak olan işletmeleri ve var olan işletmeleri olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde yaşanan ekonomik krizlerin girişimciliğe etkisi, orta ve az gelişmiş ülkelere oranla daha fazladır (Coşkun, 2011, s. 129-133).

Ekonomik kriz ortamında yaşanan banka krizleri ve kredi kullanamama, döviz kuru dalgalanmaları, işletmelerin klkmeye giderek işçi çıkarması, toplumun harcama yapmadan kaçınması, taleplerin azalması, yatırımların azalması ve üretimin durma noktasına gelmesi gibi olaylar yöneticilerin hızlı ve kısa vadede kararlar almalarını zorunlu kılmaktadır. Tehdit ve belirsizliklerin yoğun olduğu bu koşullar

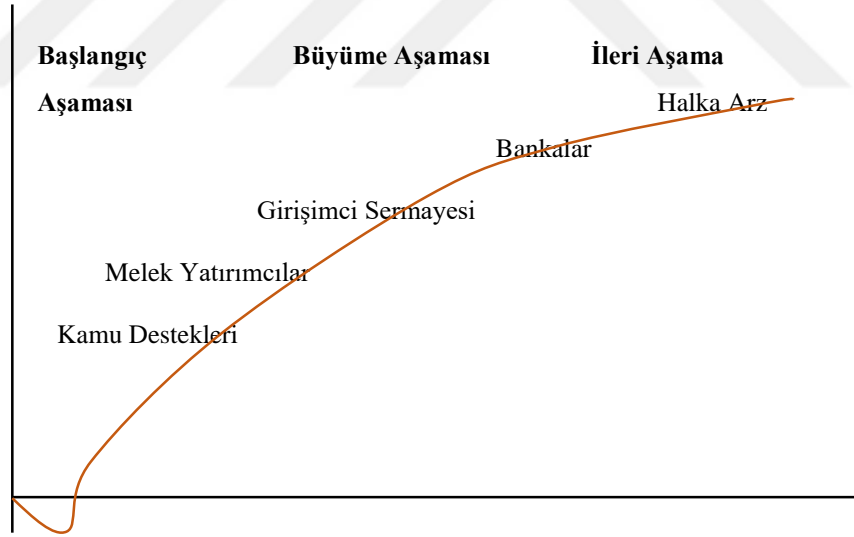
altında yöneticilerin doğru kararlar alabilmesi büyük önem taşımaktadır (Uluyol, Girişimci Gözüyle Finansal Kriz, 2009, s. 138-139). Girişimcilik ve ülke ekonomisi, birbirini etkileyen iki yönlü olgulardır.

1.4.Girişimciliğe Sağlanan Destekler

Küçük ölçekli ve büyük ölçekli işletmelerde, yeni fikirlerin girişimciliğe dönüştürülmesinde girişimciler birçok yönden desteğe ihtiyaç duymaktadır. Girişimciliğin gelişmesinde kullanılan desteklerden bazıları kamunun sağladığı destekler, melek yatırımcılar, bankalar, kuluçka merkezleri, teknoparklar ve risk sermayesi şeklinde sıralamak mümkündür.

TEPAV'ın araştırmalarına göre işletmelerin büyüme aşamalarında ihtiyaç duydukları finansman kaynakları farklılık göstermektedir.

Şekil 1.1: İşletmelerin Büyüme Aşamasında Finansman Kaynaklarına İhtiyacı



Kaynak: (Benli, 2012, s. 2)

Başlangıç aşamasındaki bir şirketin karlılık oranı ve nakit akış oranı çok düşüktür (Güleç, 2017, s. 527). Belirsizliğin getirdiği riskler bir sonraki evrelere göre çok daha fazla olduğundan şirketin ihtiyaç duyabileceği finansman kaynakları da farklı olmaktadır. Başlangıç evresindeki bir şirket herhangi bir güvence sağlayamadığından dolayı bankalar ile halka arz yöntemi ile finansman sağlayamayacaktır.

Büyüme aşamasındaki bir şirkette ise belirsizlik, başlangıç aşamasına göre nispeten daha azdır. Karın elde edilmeye başlandığı ancak borçlanma maliyetlerinin yine yüksek olduğu bir aşamadır. Elde edilen nakit akışları, şirketin amaçlarına ulaşabilmesinde ihtiyaç duyduğu finansmanın hangi kaynaklardan sağlanıp sağlanamayacağı yönünde bilgi vermektedir (Güleç, 2017, s. 528).

Olgunluk aşamasındaki bir şirket ana faaliyetlerinden, diğer evrelere göre daha fazla nakit akışı sağlamıştır. Bu aşamada büyüme yavaşladığından karların azalması riski mevcuttur (Karadeniz v.d. 2018, s. 145).

1.4.1.TÜBİTAK TEYDEP AR-GE Destekleri

Şirketlerin çeşitli projelerini desteklemeye yöneliktir. Bu projelerin yenilikçi ve Ar-Ge nitelikli olması önemlidir. Bu projeler; yeni bir ürün oluşturma, mevcuttaki ürünün gelişimi ve maliyetleri iyileştirmeye yönelik çalışmalardır. Projeler değerlendirilirken özgünlük, alt yapı, Ar-Ge niteliği ve sağlanacak fayda dikkate alınmaktadır (www.marmarateknokent.tubitak.gov.tr).

TÜBİTAK, bilim ve teknoloji konusunda farkındalık sağlamak amacıyla kitap ve dergi yayınlamaktadır. Üniversitelere, kamu kurumlarına ve sanayi işletmelerine fon sağlamakta olup, başarılı bilim insanlarına burs ve ödüller de vermektedir (Türkoğlu & Çelikkaya, 2011, s. 62).

1.4.2.KOSGEB

Ekonomik kalkınmaya katkı sağlayacak düzeyde, var olan bir işletmeyi geliştirmeye yönelik ve girişimcilere yönelik destekleri mevcuttur.

KOSGEB, işletmelere birçok yönden destek sağlamaktadır. Bunlardan biri internet altyapısı olmayan işletmelere internet bağlantısı, yazıcı, tarayıcı ve bilgisayar gibi donanım ve yazılım konusunda destek sağlamaktadır. Bu destekler ile e-ticaret uygulamalarının desteklenmesi amaçlanmaktadır. Bir diğer destek ise işletmelerin kaliteli ürün üretmesi, ürünlerin geliştirilebilmesi ve uluslararası pazarlarda rekabet edilebilmesi için işletmelere kalifiye eleman sağlanmasıdır. (Elagöz, 2009, s. 160-165).

1.4.3.TSKB

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, 1650 yılında kurulmuş ilk özel yatırım ve kalkınma bankasıdır. Kurumlara hem kredi imkânı sağlamak hem de yatırım

projelerine finansman desteği sağlamaktadır. Kadın istihdamı, KOBİ finansmanı, finansal kiralama gibi destekleri de bulunmaktadır. Bunların yanı sıra TSKB, finansal ve teknik danışmanlık hizmetleri de vermektedir (Hakkımızda: TSKB, 2014).

1.4.4.KGF

İşletmelere finansman yönünden destek sağlayan kuruluş da Kredi Garanti Fonu (KGF)'dur. Kredi Garanti Fonunun desteği, kredi işlemlerinde güvence sorunu yaşıyan KOBİ ve diğer işletmelere kefil olarak girişimcinin finansmana erişimdeki yaşıdığı sorunu ortadan kaldırmaktır (Hakkımızda: Kredi Garanti Fonu, 2021).

1.4.5.TTGV

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, adından da anlaşıldığı üzere işletmelerin teknoloji ve inovasyon alanındaki faaliyetlerini desteklemektedir (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, 2020).

1.4.6.ETOHUM

Etohum, daha çok internet tabanlı mobil fikirleri desteklemeye yöneliktir. Girişimcilerin kendilerini yatırımcı ve şirketlere tanıtmada aracı olmakta ve girişimcilere koçluk, ofis yeri gibi olanaklar da sağlamaktadır (www.etoHum.com).

1.4.7.Teknogirişim Sermayesi Desteği

Teknogirişim Sermayesi Desteği, girişimcilere finansal yönden giderlerin karşılanmasında destek sağlamasının yanı sıra ofis malzemeleri gibi desteklerde de bulunmaktadır. Teknogirişim Sermayesi Desteği, finansman sağlamada girişimcilerin eğitim durumlarını kriter almaktadır (TEPAV, 2020).

1.4.8. TOBB Genç Girişimciler Kurulu

TOBB GGK, genç kitlenin girişimcilik kültürü edinmesini ve girişimcilik kültürünün yaygınlaşmasını amaçlamaktadır. Amacı doğrultusunda nitelikli girişimciler yetiştirilmesi için politikalar geliştirilmekte, girişimcilerin kişisel gelişimleri için fırsatlar yaratılmakta, eğitim ve sosyal etkinlikler ile girişimciler teşvik edilmektedir (<https://www.tobb.org.tr>).

2. STARTUP EKOSİSTEMİ

“Başlamak” anlamına gelen Startup ile ilgili literatürde çok kapsamlı tanımlar bulunmamaktadır. Startup ile ilgili birçok tanımın üzerinde durduğu ortak kavramlar yeni kurulmuş, başlangıç aşamasında olan şirket, hızlı büyüeyebilen ve teknolojiyi odak noktası yapan girişimler gibi kavramlardır.

Blumenthal’ın tanımına göre Startup; çözümün belirsiz olduğu, problem ve başarının garanti edilemediği bir ortamda bir sorunu çözmek için çalışan şirkettir. Homejoy’un Kurucu Ortağı ve CEO’su ise startup’ı “muazzam bir büyüme vaadi ve anında etki yaratma” şeklinde tanımlamaktadır (<http://www.forbes.com>). Steve Blank’a göre (Blank, 2010), startup tekrarlanabilir ve ölçeklenebilir bir iş modeli aramak için oluşturulmuş bir organizasyondur. Farklı bir kaynakta ise startup’ın tanımı şöyledir; hızlı büyümeye müsait, teknolojiyi kullanan, ihtiyaçları gidermede geniş kitleye hitap eden ve sürekliliği olan, çok kısa sürede çok fazla yol kat edebilen girişim fikirlerine Startup denmektedir (Çakır, 2016).

Startup’ın tanımlarına baktığımızda büyüme odaklılık, yenilikçilik, ölçeklenebilme, geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaşabilme, teknoloji odaklı, sürekli üreten ve alışılmışın dışında olma gibi özelliklerini sıralamak mümkündür.

Startup’ın tanımının ve sınırlarının daha iyi anlaşılabilmesi için Startup ile küçük işletmeler arasındaki farklara değinilmiştir. Startup’lar mevcuttaki bir pazara girip iş geliştirmek yerine mevcut pazarları bozmayı ve gelirini hızlı bir şekilde arttırmayı hedeflemektedirler. Küçük işletmeler ise genellikle hedeflerini mevcut bir pazarda, uzun vadeli ve istikrarlı büyüme olarak belirlemektedir. Küçük işletmeler ve Startup’lar için bir diğer fark ise, girişimin büyüme niyetidir. Startup kurucuları, iş fikirleri ile mevcut piyasayı önemli ölçüde etkilemek ve bozmak istemektedir. Büyüme niyeti küçük işletmelerde, Startup’lara göre çok farklıdır. Küçük işletmelerin kuruluş amacı hızlı büyümek değildir. Küçük bir işletmeyi yürütmek için yeni girecek olan pazarı kesintiye uğratmak gerekmemektedir. Bunun aksine küçük işletmelerin kendi işini kurma arzusuna sahip olup, etkili bir şekilde pazara girmeleri yeterlidir. Küçük işletmeler, yerel bir pazara hizmet etme amacıyla kurulurlar ve büyümeyi hedeflemezlerdir. Startup’lar ile küçük işletmeler arasındaki bir diğer fark

ise finanse edilme yollarıdır. Büyük işletmelere kıyasla Startup ve küçük işletmelerin finansman bulmaları daha zor olsa da startup'ların küçük işletmelere göre öz sermaye finansmanına yönelme ve başarı bulma olasılıkları daha yüksektir. Startup'lar finansman kaynağına başvururlarken melek yatırımcılardan veya risk sermayedarlarından faydalanmaktadırlar. Küçük işletmeler ise finansman desteğinde kredilere ve varlığa dayalı finansman kaynaklarına başvurumaktadırlar (Kriss, 2020).

2.1. Startup'ın Evreleri

Aşağıda Startup projelerinin altı aşamasından bahsedilmiştir. (Akın U. , 2017):

1. *Keşif*: Belirlenen fikrin potansiyeli ve ulaşabileceği noktalar değerlendirilmektedir. Oluşabilecek herhangi bir problem için ya da var olan bir problem için önlem alınmaktadır. Bu aşamada girişimciler danışmanlık yardımları da alabilmektedirler. Ürün-hizmetin belirlenmesi, kurucu ekibin oluşturulması ve kuluçka merkezlerine katılmak yine bu aşamada gerçekleşmektedir.
2. *Onaylama*: Ürün ya da hizmete olan ilginin gözlemlenebileceği aşamadır. Bu aşamada girişimci kazanç elde etmektedir ve ihtiyaç olması halinde ekip genişletilmektedir.
3. *Verimlilik*: Bu aşamada işe modeli yeniden değerlendirilmekte ve gereken düzenlemeler yapılmaktadır. Yine bu aşamada girişimci büyümekte, satışlar tekrarlanmakta ve girişimci artık tanınmaya başlanmaktadır.
4. *Tırmanma*: Müşterilerin sayısının artmaya başladığı bir evredir. Şirket başlangıç yapısıyla kendisine yetemeyeceğinden farklı departmanlar kurulmakta ve profesyonel çalışanlar bünyeye dâhil edilmektedir.
5. *Maximum Kar*: Girişimcinin en fazla kar ettiği aşamadır.
6. *Yenileme Çalışmaları*: Startup'ın doğası olan "kendini yenileme" bu aşamada gerçekleşmektedir.

Startup 'ta başarılı olabilmek için girişimin şimdiki ve gelecekteki yerini görmek gerekmektedir. Bunun için ise başarı ve risk faktörlerinin analiz edilmesi gerekmektedir. Startup projesine adım atan girişimciler, mali kaynaklara erişim sorunu yaşamamak için ülkemizdeki destek ve teşvik politikalarını bilmeleri

gerekmektedir. Startup başarısı için girişimcilerin iyi bir araştırmacı olarak doğru finans desteği kanalını ve kendileri için danışman olacak melek yatırımcılarını bulmaları gerekmektedir. Teknolojik gelişmelere ayak uyduramamak, entropiye maruz kalmak, doğru stratejiyi uygulayamamak Startup' ı başarısızlığa uğratacaktır (Kalfaoğlu & Bedük, 2018, s. 38).

2.2. Startup'ın Finansmanı

Bir Startup'ın hem başarısı hem de başarısızlığı arasında finansal destekler yer almaktadır. Fonların büyük kısmının daha az riske sahip ve kredi karşılığında daha fazla teminat gösterebilen büyük şletmelere verilmesi, başlangıç aşamasında olan bir girişimin teminat gösteremeyeceğinden bu fonlara erişimini zorlaştırmaktadır. Bunun yanı sıra öz kaynakların yetersizliği, melek ve kurumsal yatırımcılara ulaşma zorlukları, ulti içindeki ekonomik istikrarsızlık, teşvik politikalarındaki yetersizlik, kredi kullanımındaki güçlükler Startup finansmanında karşılaşılan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Ertuğrul & Altundal, 2018, s. 31).

Ülkemizde Startup desteklerine baktığımızda teknokentler, kuluçka merkezleri, risk sermayedarları ve melek yatırımcılar ile devlet tarafından sağlanan destekler ve girişim sermayesi yatırım ortaklığı şeklinde sıralamak mümkündür (Ertuğrul & Altundal, 2018).

şirketlerin ihtiyaç duyduğu finansman türleri, şirket yaşam döngüsünün her aşamasında farklılık göstermektedir. Bu türler aşağıdaki gibidir: (Tariq, 2013b)

Tohum Finansmanı: Tohum Finansmanı başlangıç, ilk finansman olarak da adlandırılmaktadır. Startup'ların başlangıç aşamasındaki ihtiyaçlarını karşılamak için ve girişimcinin bir fikrini iş fırsatına dönüştürebilmek için finansal kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu aşamada tohum finansmanından faydalanılmaktadır.

İkinci Tur Finansmanı: İkinci tur finansman, Startup'ların temel faaliyetlerini veya operasyonlarını genişletmesi gerektiği noktada ihtiyaç duyulan finansman türüdür.

Ara Finansmanı: Pazarlama harcamaları, ürün veya hizmet iyileştirme ve şletme sermayesi için gerekli olan bir finansmandır. Ara finansmanın oyuncuları yatırım bankaları ve ticari bankalardır.

2.2.1.Startup Finansman Kaynakları

2.2.1.1. Girişimcinin Sermayesi

Başlangıç aşamasında kullanılan girişim sermayesi şirket sahibinin ailesi, arkadaşları ve meslektaşlarından oluşan bir sermayedir. Gayri resmî ve içeriden bir finansman kaynağıdır (Tariq, 2013).

Kuruluş aşamasında finansmana ihtiyaç duyan girişimciler, teminat gösteremediklerinden dolayı bankalardan finansman desteği alamamaktadırlar. Bu aşamada girişimcilerin ilk başvurdukları kaynaklar aileleri, yakın çevreleri olmaktadır. Girişimcinin yakın çevresinden sağladığı fon güven üzerine dayalı olup, melek yatırımcılarda olduğu gibi bir sözleşmeye ya da kar sağlama gibi bir amaca dayanmamaktadır.

2.2.1.2. Katılım Bankaları

Startupların bankacılık finansmanını seçme kararı, zaman çerçevesi ve kredi kullanılabilirliği miktarı, müdahale seviyesi ve denetim gibi kriterlere bağlıdır. Bankalar ise Startup firmalarının başarısını ve finansal durumunu belirsiz görmektedir (Tariq, 2013). Bu nedenle başlangıç aşamasındaki bir işletme için bankalar, finansman kaynağı elde etmede engel oluşturmaktadır.

Katılım bankaları, yaygın olan ticari bankalardan farklı olarak tüm bankacılık faaliyetlerini faizsiz yürütmektedir. Katılım bankaları da geleneksel bankaların öncesinde uyguladığı gibi başlangıç aşamasında olan startaplara destek vermek için Girişimcilik Merkezi ve Startup Hızlandırma Merkezi gibi faaliyetlerle girişimcileri desteklemektedirler. Katılım bankaları da melek yatırımcılar gibi seçtikleri yenilikçi girişimlere mentörlük, iş geliştirme gibi desteklerde bulunmaktadır ve katılı bankaları, karlılığı en yüksek olan girişime hibe ve fon sağlamaktadır (Ertuğrul & Altundal, 2018, s. 34-35).

Katılım bankalarına; Kuveyt Türk Katılım Bankası, Ziraat Katılım Bankası, vakıf Katılım Bankası ve Türkiye Finans Katılım Bankası örnek olarak sıralamak mümkündür.

Katılım Bankaları, müşterilerden topladıkları UDS, EUR ve TL bazındaki fonları sanayi ve ticari faaliyetlerde faiz olmadan değerlendirmekte ve elde edilen kar

ve zararı müşteri ile paylaşmaktadır. Katılım bankalarını geleneksel ticari bankalardan ayıran en temel özellik işlemlerini faizsiz ve kar-zarar yoluyla yürütmesidir. Katılım bankaları İslam ilkelerine bağlıdır (Tekin, 2020, s. 1629-1630).

2.2.1.3. Katılım Bankalarının Fonlama Yöntemleri

Katılım Bankaları “Nakdi Kredi” ve “Gayri Nakdi Kredi” olmak üzere iki tür fonlama yöntemi kullanmaktadır.

Nakdi kredi çeşitleri altı başlık altında toplanmıştır (Sümer & Onan, 2016, s. 300-302):

Muharaba: Mal alışverişinde, müşteri satıcıya ne kadarlık kar sağladığını bilmektedir. Bir başka deyişle müşteri alın maliyetini bilmektedir.

Teverruk: Nakit elde etmek amacıyla bir malın, kıymetli madenlerin alım satımının gerçekleştirilmesiyle, kredilerin yeniden yapılandırılması yöntemidir.

Bireysel Finansman Desteği: Gerçek kişi alıcıların satın almak istediği mal veya hizmetin bedelinin katılım bankaları tarafından karşılanması ve alıcının borçlandırılmasıdır.

Finansal Kiralama (Leasing): İhtiyaç duyulan malların katılım bankası tarafından satın alınarak, ihtiyaç duyulan malı kiralamak isteyen tüzel kişilere kiralanması yöntemidir.

Mudarebe: Fon kullanmak isteyen proje sahibinin emek ve bilgisini ortaya koyduğu, katılım bankasının ise projenin tüm masraflarını karşıladığı fon yöntemidir.

Müşareke: Müşareke bir diğer adıyla kar-zarar ortaklığı, taraflar arasında önceden belirlenmiş kar oranından pay alındığı ve tarafların hem emek hem de sermayelerini ortaya koyarak oluşturdukları bir ortaklıktır. Müşarekede kar oranı, ortakların emek ve sermayesinin eşit olmasına bağlı değildir ve ortaklar arasında kar paylaşım oranları eşit değildir (Canbaz M. F., 2013, s. 21-2).

2.2.1.4. Risk Sermayesi

Risk sermayesi, yeni başlayan firmalara sağlanan finansman stratejisinin resmi bir türüdür. Risk sermayedarları genellikle büyüme ile ilgilenmektedirler (Tariq, 2013).

Risk Sermayesi teknoloji odaklı, yenilikçi ve yaratıcı girişimcilere, başlangıç aşamasında veya büyüme aşamasında uzun vadeli fon desteği sağlayan finansal yöntemdir. Burada risk sermayedarları, girişimin kar ve zararına ortak olmaktadır. Risk sermayesinde ön plana çıkan unsurlar yatırımların pahalı ve uzun vadeli olmasıdır (Poyraz & Tepeli, 2016, s. 37-39).

Risk sermayesinde finansman çeşitleri 4 başlıkta sınıflandırılmıştır (Poyraz & Tepeli, 2016, s.39):

1. Çekirdek finansman,
2. Startup (başlangıç) finansmanı,
3. Büyüme aşaması finansmanı,
4. Destek finansmanı.

Risk sermayesinde yatırım yapılan şirkete karşı alacaklı olmak yerine şirkete ortak olunmakta ve yönetimde söz sahibi olunmaktadır. Risk sermayedarları bu noktada yönetimin tamamını kontrol etmeyi değil, yönetim sürecine destek olmayı ve şirketin yatırımlarını denetlemeyi amaçlamaktadır. Risk sermayedarları, yapılan yatırımlardan yüksek kazanç sağlamayı hedeflediklerinden yatırımlarını, teknolojik yönden hızlı bir şekilde büyüyen girişimlere yapmaktadır (İpekten, 2006, s. 390).

Girişimci açısından risk sermayesinden yararlanma, öncelikle iş planının hazırlanması ile başlamaktadır. İş planında; piyasanın tarifi, ihtiyaç duyulan finansman miktarı, üretimin düzeyi ve tüm dönemlerin taban alınarak sermaye ihtiyacı belirtilmektedir. Girişimci bu aşamadan sonra risk sermayedarını, sermayedarın ününü, başarılarını, güvenilirliğini, yönetim ve yatırım sürecindeki sabır ve tutumunu göz önünde bulundurarak seçmektedir (İpekten, 2006, s. 392).

2.2.1.5. Kitlese Fonlama

Kitle fonlama, fon sahipleri ve proje sahibi olmak üzere iki taraftan oluşan, belirli bir karşılık bekleyerek, internet üzerinden projelerin desteklenmesidir. Bir başka deyişle, proje sahibinin internet ortamından, çok sayıdaki kişilerin kaynaklarından ve uzmanlıklarından yararlanmasıdır (Ata, 2018, s. 275).

Piyasaya yeni giren, yenilikçi fikir sahibi girişimcilerin yeteri kadar teminat gösteremeyip bankalardan finansman sağlayamaması kaynaklı kitle fonlama

yöntemine başvurumaktadırlar. Kitle fonlama girişimcilere başlangıçta fon sağlamanın yanı sıra sunulan ürün ya da hizmetin toplum tarafından nasıl karşılayacağını da analiz etmelerine ve ürün/hizmetin geliştirilmesine fırsat sağlamaktadır (Çağlar, 2019, s. 22-23).

Kitle fonlamanın işleyişine bakıldığında, proje sahipleri, yatırımcılar ve web tabanlı platformlar olmak üzere üç parametreden oluşmaktadır. Proje sahipleri fon toplamak için fikir ya da ürünlerini web tabanlı platformlara iletmektedir. Platformlar, inceledikleri bu fikir ya da projeleri yatırımcılara bildirmektedirler. Yatırımcılar ise kendilerine en uygun projeyi ürün, pay ya da isim hakkı gibi ödül karşılığında fonlama işlemini gerçekleştirmektedirler (Çağlar, 2019, s. 22).

Kitlesel Fonlamanın Türleri

Kitlesel fonlama türleri, yatırımcının finanse etmesine karşılık, proje sahibinin yatırımcıya verdiği ödüllere göre dört başlık altında sınıflandırılmıştır. (Anbar, 2020, s. 245):

1. *Bağış Bazlı Kitlesel Fonlama:* yatırımcıların kar amacı gütmeyen, sosyal yardım amacıyla projeleri finanse etmeleridir. Seçilen proje istenilen hedefe ulaştığında, proje sahibi yatırımcıya herhangi bir ödül vermemekte olup, yatırımcı da bir ödül beklentisine girmemektedir.
2. *Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama:* Proje sahiplerinin projelerinin başarılı olması halinde, fon sağlayıcıları daha çok manevi olan, kampanyalardan faydalandırma, teşekkür kartı iletme ya da yatırımcının isminin anılması gibi maddi olmayan ödüllerin sunulduğu bir fonlamadır.
3. *Borç Bazlı Kitlesel Fonlama:* Finansal bazlı olan kitlese fonlama, ödül bazlı ve bağış bazlı fonlamada olduğu gibi borç almak isteyenler projelerini platformda sunmakta ve borç vermek isteyenler ise değerlendirip kabul ettikleri proje için finansman sağlamaktadırlar. Burada borç almak isteyen girişimci, kitlelerden düşük tutarlarda borç almakta ve sonrasında faizi ile birlikte borç verene geri ödemektedir.
4. *Pay Bazlı Kitle Fonlama:* Pay bazlı kitlese fonlamada yatırımcı, girişimcinin platformda sunduğu projeyi pay satın alarak, bir başka deyişle ortak olarak,

finanse etmektedir. Burada yatırımcı finansman sağlarken ve kara ortak olurken aynı zamanda projenin kaybetme riskini de üstlenmiş olmaktadır.

Kitlesel Fonlamanın Avantajları

Kitlesel fonlamanın hem girişimci için hem de fon sağlayıcısı için birçok avantajları bulunmaktadır. Aslı Vural'ın (Vural, 2019, s. 73) çalışmasında kitlesel fonlamanın avantajlarına aşağıdaki gibi değinilmiştir:

1. İşletmelere başlangıç aşamasında, teminat göstermeye gerek kalmadan finansman elde etme imkânı sunmaktadır,
2. Kitlesel fonlama internet tabanlı olduğundan çok kısa zaman içerisinde, çok sayıda yatırımcıya ulaşma imkânı sunmaktadır.
3. Düşük maliyet ile finansman elde etme olanağı sağlamaktadır.
4. Projenin, çok az maliyetle birçok kişiye tanıtılmasını, ürün ya da hizmetin erken bir dönemde geri bildirimlerini alma ve ürün/hizmet üzerinde erken safhadayken iyileştirme yapma imkânı sunmaktadır.
5. Pazar ihtiyaçlarının erkenden belirlenebilmesini sağlamaktadır.
6. Fon sağlayanlar için, yeni projeye önceden ulaşma ve daha uyguna satın alma imkânı tanımaktadır.

Kitlesel Fonlamanın Dezavantajları

Kitlesel fonlamanın girişimciler bakımından avantajları olduğu gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Kitlesel fonlama, web üzerinden yürütülen bir süreç olduğundan siber saldırı ile karşılaşma olasılığı mevcuttur. Projede yaşanabilecek bir başarısızlık, tüm fon sahiplerinin geri çekilmek istemesine bağlı olarak, fon kaynaklarının kesilmesine sebep olabilmektedir (Sakarya & Bezirgan, 2018, s. 24). Bir başka dezavantajı ise, proje sahiplerinden faydalanmak isteyen dolandırıcı kitlenin varlığı ve sunulan fikirlerin çalınma ihtimalidir (Sezgin & Orçun, 2020, s. 500). Yine, projede gerçekleşebilecek herhangi bir aksaklık, fon sahiplerine karşı ürün hakkında negatif bir imaj yaratabilecektir.

2.2.1.6. Banka Kredileri

Girişimcilerin finansman desteği arayışlarında başvurdukları yöntemlerden bir diğeri de banka kredileridir. Bankalar, kendilerine başvuran girişimcilere kredi

sağlamadan önce girişimcilerin sicillerini gösterebilecekleri teminatları, ödeme güçlerini vb. faktörleri değerlendirmektedirler. Tüm bu kriterlere uygun girişimcilere bankalar tarafından finansman sağlanmaktadır (Yavuz & Suyadal, 2020, s. 65).

Bu durum göstermektedir ki, Startup'ların henüz büyüme aşamasındayken bankalara yeterli teminat gösteremeyeceklerinden finansman elde etmede banka kredilerine başvurmaları doğru bir seçenek olmayacaktır.

2.3. Melek Yatırımcılar

Startupların başlangıçta başvurdukları bir diğer finansman kaynağı ise melek yatırımcılardır. Sözü geçen varlıklı bireyler, başlangıç aşamasındaki firmalara yatırım yapmaktadırlar. Melek yatırımcılar tarafından sağlanan finansman miktarı, firmanın ihtiyacına bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Tariq, 2013).

Bir başka açıklamaya göre; melek yatırımcılar, firmaların başlangıç aşamasında desteğe ihtiyaç duyan ve büyüme potansiyeli olan firmalara yatırım yapan varlıklı kişilerdir. Melek yatırımcılar, yaptıkları bu başarılı olma potansiyeli yüksek firmalara ortak olabilmekte ve aynı zamanda danışmanlık hizmeti de sağlayabilmektedirler. Melek yatırımcıların, sağladıkları yatırım karşılığında beklentileri kar elde etmek, girişimin büyüme aşamasında rol almak ve manevi tatmindir (Kurnaz & Bedük, 2017, s. 28-30).

Girişimin büyüme aşamasında rol almak isteyen melek yatırımcılar, yatırım yaptıkları firmanın pazarlama, işe alım süreci, firmanın stratejik kararlarının alınmasında, finansal ayağında yönetim vb. süreçlerinde yer almaktadırlar. Bu yönden bakıldığında melek yatırımcılar, proaktif davranış özellikleri gösteren bireylerdir. Aynı zamanda melek yatırımcılar girişimci özellikleri de taşımaktadırlar (Karabayır & vd., 2012, s. 72-78).

Melek yatırımcılar, destekledikleri firmaların kendi ayakları üzerinde durabilmelerini amaçlamaktadırlar. Bu amaçlarına ulaştıklarında ise başka yeni fikir ve projeleri olan girişimcilerle irtibata geçerek onları desteklemeye başlamaktadırlar. Melek yatırımcılar bu özellikleri ile hem girişimciliğin gelişmesine katkı sağlamaktadırlar hem de topluma katma değer yaratmaktadırlar (Uluyol, 2008, s. 50).

2.3.1. Melek Yatırımcıların Avantajları

Melek yatırımcıların bazı avantajları aşağıdaki gibi sıralanmıştır (İşgörücü & Bozkurt, 2019, s. 5);

1. Melek Yatırımın geniş bir pazarı olabilmektedir.
2. Melek yatırımcılar finansal kararlarda esnekler.
3. Melek yatırımcılar her çeşit sektöre yatırım yapabilmektedirler.
4. Melek yatırımcılar finansman kaynağı sağlamanın yanında mentörlük de yapmaktadırlar.

2.3.2. Melek Yatırımcıların Dezavantajları

1. Melek yatırımcıların fon sağladıkları firmalara ortak olmaları, işletmelerin tam bağımsız olmalarının önüne geçmektedir.
2. Melek yatırımcılar, fon sağladıkları firmayı firmanın istemediği bir yöne doğru çekmek isteyebilmektedirler.
3. Melek yatırımcı kendi çıkarlarını ön planda tutabilmektedir (Canbaz & Öztürk, 2019, s. 208-209).

2.3.3. Melek Yatırımcıların Özellikleri

Melek Yatırımcılar bir diğer ifade ile bireysel katılım yatırımcıları, çoğunlukla yatırım yaptıkları alanlara yönelik tecrübe sahibidirler. Melek yatırımcıların ağırlıklı olarak yatırım yaptıkları alanlar sağlık, biyoteknoloji ve yazılım alanlarıdır. Melek yatırımcılar kuruluş aşamasında henüz yeni kurulmakta olan firmalara fon desteği sağlamaktadırlar (Şeker & Zicin, 2020, s. 15).

Aşağıda melek yatırımcıların özellikleri arasında yer alan servet bakımından, eğitim düzeyi bakımından ve ağırlıklı olarak mezun oldukları bölümlerin dağılımları ele alınmıştır.

Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın 2019 verilerine göre lisans almış melek yatırımcıların tecrübe ve gelir bakımından dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2.1: Melek Yatırımcıların Nitelikleri

Yatırımcı Türü	Kişi Sayısı	Yüzde Değerleri
Tecrübeli	159	33%
Servet Sahibi	183	39%
Yüksek Gelir Sahibi	134	28%

Kaynak: (BKS İlerleme Raporu Birinci Çeyrek, 2019)

Lisans sahibi olan toplam 476 melek yatırımcıya bakıldığında 159 melek yatırımcının tecrübeli olduğu ve 317 melek yatırımcının ise yüksek gelir sahibi olduğu görülmektedir.

Lisans sahibi melek yatırımcıların eğitim durumlarına göre dağılımı ise aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2.2: Melek Yatırımcıların Eğitim Durumları

Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	Yüzde Değerleri
Doktora	35	7%
Yüksek Lisans	212	45%
Lisans	214	45%
Lise	13	3%
İlköğretim	2	1%

Kaynak: (BKS İlerleme Raporu Birinci Çeyrek, 2019)

Toplam 476 melek yatırımcıdan yüksek lisans ve lisans düzeyinde olan melek yatırımcıların payı oldukça yüksektir.

Meslek olarak melek yatırımcıların dağılımına bakıldığında ise fen bilimleri ve sosyal bilimler arasında eğitim görmüş melek yatırımcılar çoğunluktadır (BKS İlerleme Raporu Birinci Çeyrek, 2019).

Melek yatırımcıların yatırım yapma kararlarını birçok faktör etkilemektedir. Bunlardan ilk akla gelen bir kar elde etme isteğidir. Mehmet Karabayır vd. (2012, s. 77-78)'ın çalışmasında melek yatırımcıların kar elde etme isteği dışında yatırım kararı alırken girişimciliğin gelişmesine katkıda bulunma bilinci ve isteğinin, yeni fikirlere öncü olmak ve bu fikirleri geliştirebilme isteğinin de etkili olduğu belirtilmiştir. Bunların dışında melek yatırımcılar, yatırım yapacakları girişimin sektörüne, başlangıç aşamasında olup olmamasına, hızlı bir şekilde büyüme potansiyelinin olup olmamasına da önem vermektedirler. Melek yatırımcıların yatırım kararlarında etkili olan bir diğer noktalar ise geçmiş deneyimleri ve projeye

karşı istekli olmalarıdır (Canbaz & Öztürk, 2019, s. 208). Bu açıdan bakıldığında girişimcilerin melek yatırımcılara başvurabilmeleri için oluşturdukları projelerinin teknoloji odaklı, küreselleşebilme potansiyeli yüksek, geliştirilebilir ve dikkat çekici olması gerekmektedir.

2.3. Teknoparklar

Teknoloji Geliştirme Bölgesi olarak da adlandırılan teknoparklar, girişimcileri ve üniversiteleri bir araya getiren ve üretilen ürünün teknolojik anlamda daha üstün seviyeye getirilmesini, verimliliğin ve karın artırılmasını, sanayi bölgelerinin inovasyon ile gelişmelerini hedefleyen kuruluşlardır (Kandemir & İlter, 2019, s. 1218-1219).

Teknoparklar üniversitelerin, girişimcilerin ve devletin işbirliği ile yürütülmektedir. Teknoparkların bünyesinde laboratuvarların, bilginin elde edilebileceği üniversitelerin olması ve AR-GE faaliyetlerinin geliştirilmesine imkân tanıyan yapıların olması girişimcilerin hedeflerine ulaşmalarında önemli faktördür (Kandemir & İlter, 2019, s. 1219).

Teknoparkların temel amacı, bünyesindeki şirketlerin inovasyon ve rekabet kültürünü geliştirerek toplumun refahını arttırmaktır. Teknoparklar, kuluçka merkezlerinin yardımlarıyla firmaların oluşmasını ve büyümesini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda teknoparklar, bilgi ve teknolojinin transfer edildiği, akademik, ekonomik ve sosyal yapının bütünleştiği yapılardır (<http://www.teknoparkistanbul.com.tr>).

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın verilerine göre 2021 yılı itibari ile 87 tane Teknoparktan 73 tanesi aktif konumdadır. Aşağıda toplamda 73 tane aktif olan Teknoloji Geliştirme Bölgelerinden bazıları listelenmiştir.

Tablo 2.3: Aktif Teknopark Listesi

Teknokent	Üniversite	Kuruluş Yılı
ODTÜ Teknokent T.G.B.	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	2001
TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi	TUBİTAK-TTGV	2001
Ankara Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Bilkent Üniversitesi	2002
İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü	2002
GOSB Teknopark T.G.B.	Sabancı Üniversitesi	2002
Hacettepe Üniversitesi T.G.B.	Hacettepe Üniversitesi	2003
İTÜ Arı Teknokent T.G.B.	İstanbul Teknik Üniversitesi	2003
Eskişehir Teknoloji T.G.B.	Anadolu Üniversitesi	2003
Selçuk Üniversitesi T.G.B.	Selçuk Üniversitesi	2003
Yıldız Teknik Üniversitesi T.G.B.	Yıldız Teknik Üniversitesi	2003
Kocaeli Üniversitesi T.G.B.	Kocaeli Üniversitesi	2003
İstanbul Üniversitesi T.G.B.	İstanbul Üniversitesi	2003
Erciyes Üniversitesi T.G.B.	Erciyes Üniversitesi	2004
Batı Akdeniz Teknokenti T.G.B.	Akdeniz Üniversitesi	2004
Trabzon T.G.B.	Karadeniz Teknik Üniversitesi	2004
Çukurova T.G.B.	Çukurova Üniversitesi	2004
Mersin T.G.B.	Mersin Üniversitesi	2005
Göller Bölgesi T.G.B.	Süleyman Demirel Üniversitesi	2005
Ulutek T.G.B.	Uludağ Üniversitesi	2005
Erzurum Ata T.G.B.	Atatürk Üniversitesi	2005
Gaziantep Üniversitesi T.G.B.	Gaziantep Üniversitesi	2006
Ankara Üniversitesi T.G.B.	Ankara Üniversitesi	2006
Gazi Teknopark T.G.B.	Gazi Üniversitesi	2007
Fırat T.G.B.	Fırat Üniversitesi	2007
Gaziantep OSB T.G.B.	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	2017
Hatay T.G.B.	Mustafa Kemal Üniversitesi	2014
Sağlık Bilimleri Üniversitesi T.G.B. Sağlık Teknokenti	Sağlık Bilimleri Üniversitesi	2018
İstanbul Medeniyet Üniversitesi T.G.B.	Medeniyet Üniversitesi	2018
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi ve Türk – Alman Üniversitesi T.G.B.	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi ve Türk – Alman Üniversitesi	2019

Kaynak: (TGB 2021 İstatistiki Bilgiler, 2021)

Teknoparklar ve kuluçka merkezleri entegre halinde çalışmaktadır. Buradaki ayırım, teknoparklar büyümekte olan şirketleri desteklerken, kuluçka merkezlerinin yeni başlayan şirketleri desteklemesidir (Yalçıntaş, 2014, s. 90).

Ülkenin kalkınmasında teknolojik alanların yükseltilmesi önemlidir. Şirketleri ve yeni başlayanların yüksek teknoloji ile gelişmesi için ise finansmanın yanı sıra bilim, bilgi, deneyim, teknoloji ve devlet desteğinden faydalanmaları gerekmektedir. Bu nedenle Teknoparklar ve Teknoparkların devlet tarafından destekleniyor olması ekonominin gelişmesinde büyük katkı sağlayacak işletmeler için önemli kuruluşlardır (Toprak, 2018, s. 70-71).

Teknoparkların ortak amacı girişimcilere eğitim, danışmanlık, teknik destek ve altyapı sağlamak, AR-GE ve inovasyon faaliyetlerinin gerçekleşmesine imkân vermek, küresel olarak pazarlanabilir ürünler üretmek, hem bölgesel hem de ulusal anlamda kalkınmayı desteklemek ve üniversite-sanayi işbirliğini geliştirmektir (Toprak, 2018, s. 71). Bu nedenle başlangıç aşamasındaki firmalar için Teknoparklar önemli bir yere sahiptir. Teknoparklarda filizlenen firmaların kısa bir zaman sonra tek başlarına üretim faaliyetlerini sürdürmeleri beklenmektedir. Teknoparkların firmalara teknolojik yönden rekabet edebilir düzeyde bir yarar sağlayabilmesi, aynı zamanda firmaların da teknoloji üretmeyi ve üretilen teknolojiye yenilikler getirebilmeyi ve bunu vizyon olarak belirlemelerine bağlıdır (Gül & Çakır, 2014, s. 89).

2.3.1. Teknoparkların Kuruluş Modelleri

Teknoparkların kuruluş modelleri, teknoparkların kuruluşunda rol alan kurumlar temel alınarak 4 başlık altında ele alınmıştır (Tepe & Zaim, 2016, s. 22-23):

Devlet Merkezli Model: Teknoparkların kuruluş alt yapısının ve kuruluş kararının devlet tarafından üstlenildiği bir modeldir. Devlet, teknoparkta bulunan kuruluşlara vergi vb. kolaylıklar sağlamaktadır.

Üniversite Merkezli Model: Teknoparkların kuruluş aşamasından, işletilmesine kadar ki tüm süreçlerin üniversite tarafından üstlenildiği bir modeldir.

Dış müdahalelerden uzak olma avantajı vardır. Ancak özel sektör işletmelerin olmayışı, iş networkünden kopuk bir yapı oluşmasına neden olmaktadır.

Özel Sektörlü Model: Şirketlerin ve üniversitelerin işbirliği ile kurulan ve yürütülen teknoparklardır. Teknoparkların kurulmasında payı olan şirketler yönetimde söz sahibi olmaktadır.

Karma Model: Teknoparkın kurulumunda üniversitelerin, yerel yönetimlerin, vakıfların vb. kuruluşların payının olduğu bir modeldir.

Teknoparkların finansmanına, baktığımızda sadece kamu destekli teknoparklar ile hem özel sektörün hem de kamunun desteği ile finanse edilen teknoparklar karşımıza çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde, teknoparkların kuruluş finansmanında kamu ve özel sektör ortaklığı görülmektedir. Teknoparkların finansmanına büyük ölçüde katkı sağlayan üniversitelerdir. Üniversitelerle birlikte kalkınma ajansları da altyapı ve hizmetlerin verilmesinde önemli bir finansman kaynağıdır. Teknoparkların işletilmesinde ve bu süreçte oluşan masraflar ve gelirler ise özel sektöre aittir (Sevsay, Mıynat, & Aktaş, 2017, pp. 456-457).

Teknoparklar, Ar-Ge çalışmalarının yürütülmesine olanak sağlayan, yenilikçi girişimci fikirlerin sanayi ile buluşmasında önemli bir araçtır. Bu anlamda girişimciliğe birçok yönden faydası olan teknoparkların, ülkemizde daha fazla girişimci adaylarına kapılarını açabilmesi için zayıf kalan yönlerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Teknoparkların sorunlarına baktığımızda teknoparklara sağlanan finansal destekler yetersizdir. Sanayi bakanlığının destekleri sınırlı olmakla birlikte bu alanlara üniversitelerden ve kuluçka merkezlerinin bünyesinde yer alan firmalardan destek sağlanamamaktadır (Başalp & Yazlık, 2006, s. 193-194).

3. KULUÇKA MERKEZLERİ

Kuluçka merkezleri, üniversite ya da ekonomik kalkınma ajanslarının desteği ile kurulan, yeni girişimcilerin gelişmesini hızlandırmak ve daha sonrasında kendi ayakları üstünde durabilmelerini amaçlayan yapılardır (Özdoğan, 2016, s. 116). Kuluçka merkezlerinde, inovasyon ve bölgesel kalkınmaya katkısı olabilecek potansiyelde işletmeler oluşturulmaktadır.

Kuluçka merkezlerine yönelik bir diğer tanım ise; kuluçka merkezleri, yeni girişimcilerin desteklenmesine, istihdamın artırılmasına, girişimciliğin teşvik edilmesine ve bölgesel/ulusal düzeyde AR-GE ve inovasyon faaliyetlerinin artırılmasına odaklanan kuruluşlardır. Söz konusu kuruluşlar, bir takım destekleyici hizmetleri ile yeni doğan işletmelerin başlangıç aşamasındaki yaşadıkları zorlukları başarılı bir şekilde atlatmalarını hedeflemektedir (Karagöz vd., 2012, s. 15).

Kuluçka merkezi alt yapı, ofis binası sağlamanın yanı sıra kuluçka müdürü ve personeli, kuluçka merkezi danışma kurulu, kuluçka şirketleri ve çalışanları, üniversite topluluğu, endüstri bağlantıları gibi profesyonel hizmet sağlayıcıları içeren birey ve kuruluşlardan oluşan bir ağdır (Hackett & Dilts, 2004, s. 57).

Bir başka tanımda Kuluçka merkezleri, girişimci yeteneklerden yararlanmak ve yeni şirketlerin gelişimini hızlandırmak için teknik bilgi birikimlerin aktarıldığı, ofis alanı, işe alma ve finansal kaynaklara ulaşma gibi hizmetlerin sunulduğu, başlangıç aşamasındaki şirketlerin başarılı bir şekilde geliştirilmesini hızlandıran bir iş destek sürecidir. Kuluçkaların ana hedeflerinden birisi ise teknolojiyi ticarileştirebilen, bağısız firmalar mezun etmektir (Busler, 2012, s. 2).

Kuluçka merkezleri, pazara kıyasla uygun fiyatla ofis ve üretim alanı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra Ar-Ge, ürün geliştirme, pazarlama konularında destek sağlamaktadır. Kuluçka merkezleri, yeni kurulan şirketler aracılığıyla bölgesel ve küresel anlamda ekonomik kalkınmada çekici bir araçtır. Başarıya ulaşmış yeni işletmeler finansal kırılganlık düzeyine ulaştıktan sonra kuluçka merkezlerini terk etmektedirler (Mahmood vd., 2015, s. 148-149).

Kuluçka merkezleri, genç ve başlangıç aşamasındaki firmaların hayatta kalmalarına ve büyümelerine yardımcı olan, fiziksel çalışma alanı, yönetim yardımı,

finansman, teknik ve diğer hizmetleri sağlayan bir organizasyon yapısıdır (Suk & Mooweon, 2006, s. 30).

Kuluçka merkezlerinin finansmanında TÜBİTAK yer almaktadır. TÜBİTAK, projelerin ürüne dönüştürülerek ticarileştirilmesinde, ürünün teknolojik anlamda geliştirilmesindeki süreci finanse etmektedir. Burada zel sektör kuruluğu ile niversite ya da kamu araştırama merkez ve enstitüsü bir sözleşme imzalamaktadır (www.tubitak.gov.tr).

Kuluçka merkezlerinin bir diğer finansal kaynağı ise KOSGEB'dir. KOSGEB, teknolojik ürünlerin uluslararası pazarlarda yer alabilmesini amaçlayarak destek sağlamaktadır. KOSGEB'in söz konusu amaca destek verdiği programlardan birisi "Uluslararası Kuluçka Merkezi ve Hızlandırıcı Destek Programıdır" (www.kosgeb.gov.tr).

Türkiye'de kuluçka merkezlerinin ve teknokentlerin kurulmasında, Türkiye ekonomisinin 1980'li yıllarda dığa dönük bir sanayileşme sürecine girmesi etkili olmuştur. Dığ pazarda yer alabilmek ve rekabet edebilmek için teknoloji temelli firmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Teknokent kavramı ilk olarak 1989 yılında "Devlet Planlama Teşkilatı Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı" programında gündeme getirilmiştir. "Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Yasa Tasarısı" ise 1995 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanmıştır ve 2001-2002 yıllarında Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu ve Yönetmeliği ıkarılmıştır (Keleş & Tunca, 2010, s. 6).

Türkiye'de ilk olarak kuluçka merkezi çalışmalarından biri Teknoloji Geliştirme Merkezleri (TEKMER) olmuştur. TEKMER'ler, teknolojiyi geliştirmeyi amaç edinmiş firmaları ofis, sekreterlik, finans gibi alanlarda desteklemek amacı ile KOSGEB tarafından desteklenerek kurulmuşlardır. Kuluçka merkezleri ile benzer amaca ve işlevlere sahip TEKMER'ler niversitelerin Teknopark bünyelerinde bulunmaktadır (Arı, 2019, s. 45).

Tablo 3.1: Teknolojinin Üniversitelerden Özel Sektöre transferinde Kilit paydaşlar

Paydaşlar	Hareketler	Birincil Sebep	İkincil Sebep	Bakış Açısı
Akademisyenler	Yeni bilginin Keşfi	Bilimsel topluluk İçinde tanınma	Finansal kazanç	Bilimsel
Teknoloji Transfer Ofisi	Örgütsel üyeleri ve firmaları birlikte çalışır	Üniversite Fikri mülkiyet haklarını korumak	Teknolojiyi kolaylaştırmak	Bürokratik
Girişimci	Yeni teknolojiyi ticarileştirme	Finansal Kazanç	Tescilli teknolojilerin kontrolünü sürdürmek	Girişimcilik

Kaynak: (Mcadam vd. , 2006, s. 452)

Kuluçka merkezlerinde girişimcilerin desteklenmesi, üniversiteler, teknoloji transfer ofisleri ve girişimciler gibi paydaşlar arasındaki işbirli ve bilginin aktarılması ile gerçekleştirilmektedir.

Üniversitelerin kuluçka merkezlerindeki rolü araştırma ve eğitim faaliyetlerini gerçekleştirmekle birlikte yenilikleri destekleyici bilgi aktarımını sağlayan bir merkez olmak ve ekonominin kalkınmasına destek olmaktır (Özdoğan, 2016, s. 118).

3.1. Kuluçka Merkezlerinin Aşamaları

Kuluçka merkezleri üç aşamadan oluşmaktadır (Özdoğan, 2016, s. 117):

1. *Ön kuluçka*: Ön kuluçka aşamasında inovasyonun değerlendirilmesi, iş planının ve iş modelinin oluşturulması, eğitim gibi süreçleri içermektedir. Projelerin geliştirilmesi için girişimcilere danışmanlık verilmektedir.

2. *Kuluçka*: Kulukanın bu aşamasında, fon kaynaklarına erişim, danışmanlık ve mentörlüğün verilmesi, ofis ortamı ve eğitim desteğinin verilmesi, fikrinin ticarileştirilmesi gibi süreçleri içermektedir.

3. *Kuluçka sonrası*: Kuluçka sonrası aşamada bir başka deyimle şirketlerin kuluçka merkezlerinden ayrılıp kendi ayaklarının üstünde durabildiği aşamada ise kuluçkada desteklenen şirketlere küreselleşme desteği verilmekte olup, geliştirilen teknolojinin ticarileştirilmesi süreci ve iş geliştirme gibi süreçleri içermektedir.

3.2. Kuluçka Merkezlerinde Başarı

Aygl Arı (2019, s. 70-71)'nin çalışmasına göre; kuluçka merkezlerinin başarısını, sundukları fiziksel alt yapının güçlü olup olmaması, ofis ortamlarının durumu ve internet hızı vb. faktörler etkilemektedir. Kuluçka merkezlerinin kuruldukları konum ve evre de başarıyı etkileyen bir unsurdur. Bunun nedeni ise kuluçka merkezlerinde başarılı bir şekilde gelişen ürün ya da hizmet ticarileştirilmektedir. Ticarileşme sürecinde kuluçka merkezlerinde yer alan işletmeler, buldukları bölgeden ayrılmadan bölgeden faydalanarak ve müşteri portföyü oluşturarak ayaklarının üzerinde durmaktadır.

Semih Akçomak (2009, s. 21-22) ise çalışmasında kuluçka merkezlerinin başarılı olabilmesi için sahip olması gereken nitelikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır.

1. Kuluçka merkezlerinin amaç ve misyonları anlaşılır ve açık olmalıdır. Kuluçka merkezlerinin misyonlarını önceden belirlemeleri, girişimcilere girişimcilere doğru desteği verebilmede ve firma seçiminde önemli bir rol oynamaktadır.
2. Kuluçka merkezleri, net bir giriş-çıkış kriterleri belirlemelidir. Çünkü uzun bir kuluçka dönemi, kiracı firmalar üzerinde olumsuz etki bırakabilmektedir.

3. Kuluçka merkezlerinin başarısında yönetici ve personellerin iş tecrübesine sahip olması, yönetim becerilerinin ve kapasitelerinin yüksek olması önemli bir kriterdir. Kuluçka merkezlerinde kalifiye yöneticilerin olmaması gelişmekte olan girişimcilere doğru hizmeti verememeye yol açmaktadır. Girişimcilerin iş planlarının doğru değerlendirilememesine ve geliştirilememesine neden olmaktadır.

Tüm bu noktalara bakıldığında kuluçka merkezlerinin başarılı olup olmaması, kuluçkadaki girişimcilerin başarısını etkilemektedir. Girişimcilerin başarısı aynı zamanda eğitime ve gelişime açık olmalarına, fikirlerinin küresel düzeyde ticarileştirilebilir olmasına da bağlıdır.

3.3. Kuluçka Merkezlerinin Faydaları

Kuluçka merkezlerinin girişimcilerin fikirlerini uygulamaya geçirmede, şirketlerin büyüyüp gelişmesinde faydalı olduğu gibi kuluçka merkezinin bulunduğu bölgenin kalkınmasına, üniversitede öğrenim görenlere ve çalışanlara, yine kuluçka merkezinin çevresinde yer alan şirketlere birçok yönden faydası bulunmaktadır. Rustam Lalkaka çalışmasında kuluçka merkezlerinin faydalarını 4 bakımdan ele almıştır (Lalkaka, 2001, s. 6):

1. Yerel topluluk bakımından; kuluçka merkezlerinden mezun olan işletmeler kaldıkları bölgede yerel gelir sağlamakta, öz saygı ve girişimcilik arasında bir kültür oluşumuna katkıda bulunmaktadır.
2. Uluslararası toplum bakımından; şirketler ve kuluçka merkezleri arasında ticaretin ve teknolojinin transfer edilmesine aynı zamanda ihtiyaçlar aracılığıyla deneyimlerin paylaşılmasına olanak sağlamaktadır.
3. Hkmetler bakımından; piyasada oluşabilecek başarısızlıkların üstesinden gelmeye katkıda bulunmakta ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır.
4. Üniversiteler bakımından; niversite ve sanayi arasındaki iletişimi güçlendirmekte, araştırmaların ticarileştirilmesini teşvik etmekte ve niversite bünyesindeki öğrencilere yeteneklerini kullanabilmeleri için imkân sunmaktadır.
5. Firmaların hayatta kalma şanslarını arttırmaktadır.

6. Girişimciliği ve kültürel değişimi teşvik etmektedir.

3.4. Kuluçka Merkezlerinin Girişimcilere Sağladığı İmkânlar

Kuluçka merkezlerinin, girişimcilerin fikirlerini hayata geçirmeleri için ve belirli bir srenin sonunda kuluğkadan mezun olabilmeleri için sağladıkları imknlar aşağıdaki gibidir (Türkiye Girişimcilik Eko-Sistemi Finansal Destekler, 2018):

1. Projelere uygun seminerlerin düzenlenmesi ve eğitim verilmesi,
2. Ofis alanları, büro malzemeleri gibi imkânların sağlanması,
3. Danışmanlık hizmetlerinin verilmesi,
4. Girişimciliğe teşvik edici programların organize edilmesi,
5. Teknolojinin ya da bilginin ticarileştirilmesi,
6. Aynı sektörden kişiler ile bir araya gelinmesini ve iletişimin güçlendirilmesine imkân tanınması,
7. Yatırımcı ve girişimciyi bir araya getirme imknının sağlanması,
8. Yönetim ve pazarlama alanlarında destek sağlanması.

3.5. Kuluçka Merkezlerinde Yapılanmalar

Kuluğkalarda çeşit yapılar meydana gelmiştir. Bunlar Teknoparklar, Teknoloji Geliştirme Merkezleri, Teknoloji Transfer Ofisleri, İş Geliştirme Merkezleri vb.' dir. Bu kuruluşların ortak amacı kuluğkalama hizmetlerinin yeni girişimcilere sağlanmasıdır (Akkaya, 2011, s. 3).

Teknoloji Geliştirme Merkezleri (TEKMER): TEKMER, birçok konuda AR-GE, teknoloji geliştirme ve yenilik odaklı fikirlere sahip girişimcilere destekler sunmaktadır. TEKMER'ler kuluçka merkezlerinde olduğu gibi girişimcilere n inkübasyon, inkübasyon ve inkübasyon sonrası süreçlerde işletmelerin hayatta kalmasını sağlayacak ya da bir fikrin işletmeye dnrebileceği destekler sağlamaktadır (www.kosgeb.gov.tr).

Resmi Gazete'de yer alan tanıma göre ise TEKMER, KOSGEB teknoloji ile yenilikleri geliştirme ve destekleme kapsamında,niversite ve araştırma merkezlerinden faydalanarak ileri teknolojiye ve yeniliklere dayalı fikirlerin geliştirildiği alanlardır (www.resmigazete.gov.tr).

İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM): Türkiye’de ilk kez 1997 yılında Zonguldak’ta kurulan İŞGEM’ler yerel kalkınmayı sağlamak amacıyla küçük işletmelerin hayatta kalmasını ve sürdürülebilirliğini destekleyen bir kuruluştur. Bünyesinde yer alan işletmelere mentorluk, finans, eğitim, ofis ekipmanları, belirli süreli iş yeri kiralama, bilgi kaynaklarına erişim ve sekreterlik gibi hizmetler sunmaktadır (Sungur & Dulupçu, 2013, s. 8-9).

Teknoloji Transfer Ofisleri (TTO): Teknopark bünyesinde yer alan kuruluşlardan biri de Teknoloji Transfer Ofisleridir. TTO’lar TÜBİTAK tarafından desteklenmektedirler. Üniversitede üretilen bilgi ve teknolojilerin ticarileştirilmesini ve bu bilgi ve teknolojinin hem ekonomiyi hem de girişimcileri desteklemesini amaçlamaktadır (www.tubitak.gov.tr).

TTO’lar maddi bir karşılık almadan da hizmetler vermektedir. Eğitim verdikleri girişimci adaylarına, aralarında başarılı bir proje veya fikir sahibi olan girişimcilere kuluçka merkezlerinde şirket haline gelebilmeleri için destek sağlanmaktadır. TTO’ların bu yöndeki destekleri, toplumun girişimcilik konusunda daha da bilinçlenmesini ve fikirleri olup maddi yönden desteğe ihtiyaç duyan girişimci adaylarının keşfedilmesini sağlamaktadır (Güler & Kırbaşlar, 2020).

Duvarsız Teknoloji İnkübatörleri (DTİ): KOSGEB, üniversiteler ve odalar, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ile işbirliği içinde olan ve üretim teknolojisi geliştiren işletmelere teknoloji Ar-Ge desteği sağlamayı amaç edinen kuruluşlardır (www.resmigazete.gov.tr).

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, başlangıç aşamasındaki girişimcilerin, girişimcilik desteklerine karşı tutumlarının ve kaygılarının ortaya konması ve girişimcilere, fikirlerini hayata geçirmelerinde motivasyon kaynağı oluşturabilmektir.

4.2. Nitel Araştırma Yöntemi

Nitel araştırma, gözlem ve ölçümlerin tekrar yapılamadığı, fizik, kimya, biyoloji gibi objektif alanlardan farklı olarak insan ve toplum davranışlarının gözlemlendiği, rakamlarla açıklamanın zor olduğu konular için kullanılan, konuyu derinlemesine ele alabilen bir yöntemdir. Nitel araştırmada gözlem, mülakat, röportaj gibi teknikler kullanılmaktadır (Aydın, 2018, s. 2).

Nitel araştırma yönteminde, genelleme yapılmamakta olup, konun derinlemesine ele alınması amaçlanmaktadır. Çok sayıda örneklem ele almak yerine daha küçük verileri derinlemesine inceleme yöntemi kullanılmaktadır. Nitel araştırmada elde edilen verilerin özgünlüğünün korunması için katılımcıların doğrudan ifadeleri ele alınabilmekte ya da veriler kodlanabilmektedir (Baltacı, 2019, s. 370-378).

Yapılan tez araştırmasında, startup projesi olan kişilerin projelerini hayata geçirme serüvenlerinde nasıl yol izlediklerini belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın esnek ve derinlemesine ele alınabilmesi için ise katılımcılara yönelik mülakat tekniği kullanılmıştır.

4.3. Araştırmanın Kısıtları ve Örneklemi

Zaman sınırlaması ve içinde bulunduğumuz salgın nedeni ile araştırma, İstanbul sınırları içerisinde yer alan startup projesine sahip 5 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Mülakat yöntemi, katılımcılara önceden hazırlanmış mülakat formlarının internet üzerinden iletilmesi ile gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların isim ve soy isimleri ile birlikte faaliyet gösterdikleri projelerinin isimleri kişisel verilerin gizliliği nedeni ile tez yazısında paylaşılmamıştır. Girişimcilerin isimleri S1, S2, S3, S4 ve S5 olarak kodlanmıştır.

Ancak katılımcıların niteliklerinin ortaya konması ve konun daha iyi anlaşılabilmesi için faaliyet gösterdikleri projeler aşağıda kısaca açıklanmıştır.

4.4. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

4.4.1. Startupçuların Kişisel Bulguları

Tablo 4.1: Startupçulara İlişkin Kişisel Bulgular

Kişisel Bilgiler	S1	S2	S3	S4	S5
Yaş Aralığı	41-50	18-30	18-30	18-30	31-40
Cinsiyet	Erkek	Erkek	Erkek	Erkek	Erkek
Eğitim Durumu	Yüksek Lisans	Yüksek Lisans	Lisans	Lisans	Lisans
Girişimcilik Eğitimi	Almıştır	Almıştır	Almamıştır	Almamıştır	Almıştır
Proje Faaliyet Alanı	Spor	Tekstil	Fintech-Kripto	Sinema	Sanat

Mülakat yapılan girişimcilerin elde edilen kişisel bilgilerinde, 5 girişimciden 3 kişi 18-30 yaş aralığında yer almaktadır. Girişimcilerin tümü erkektir. Girişimcilerden 3 kişi lisans mezunu iken 2 kişi ise Yüksek Lisans mezunudur. Yine mülakata katılan 5 girişimciden 3 kişi girişimcilik eğitimi almamışken, 2 kişi ise girişimcilik eğitimi almıştır. Mülakata katılan tüm girişimcilerin proje faaliyet alanları spor, tekstil, Fintech-Kripto paralar, sinema ve sanat olmak üzere birbirlerinden farklıdır.

4.4.2. Mülakat Bulguları

4.4.2.1.Startupçuların Başarılı ve Başarısız olma sebepleri

Araştırma mülakatına katılan 5 girişimciden 2'si başarılı diğer 3'ü ise başarısız olduklarını söylemişlerdir. Başarılı olduğunu söyleyen startupçulardan biri başarılı olmasındaki sebebi girişimci kişilik özelliklerine, girişimcilik eğitimine ve hedefin müşteri ve Pazar odaklı olmasına başlamıştır. Bir diğer startupçı, oluşturdukları projenin uygulamada belirledikleri hedefe ulaşmasını kriter olarak ele almıştır.

S1 startupçı girişimcilikte başarılı olmasındaki nedenlere ilişkin ifadeleri aşağıdaki gibidir.

“Esnek, her zaman öğrenmeye açık olmak, önceliğin Pazar ve müşteri olduğunu unutmamak. Girişimcilik eğitimi ve bu program sayesinde ekosisteme girebilmektir.”

Girişimcilikte başarılı olduğunu söyleyen bir diğer startupçı S2 ise başarılı olmasındaki nedenleri;

“Başarılı olmamızdaki en büyük etken üretim sürecini baştan sona ele alan bir algoritma sayesinde %99 üzeri bir başarı oranında üretimdeki verimliliğin artması, daha hızlı seri üretime geçiş, yanlış üretim ve personel sayılarındaki azalmaya bağlı olarak üretim maliyetlerinin azalması en büyük etkenlerdir diyebiliriz.”

Şeklinde açıklamıştır. Bir diğer startupçı S3 ise startup projesinde başarısız olduğunu söylemiştir. Nedenlerini açıklarken ise aşağıdaki ifadeleri kullanmıştır;

“Geliştirdiğimiz Finans Teknolojileri uygulaması Kripto Paralar üzerineydi. Yaklaşık 2 yıl boyunca yaşanan yükseliş ve insanlar arasındaki bilinirlik sayesinde başlangıçta başarılı oldu ancak, 2019 Kasım-Aralık döneminde yaşanan büyük düşüş nedeniyle insanlar bu alanda yatırım yapmaktan çekindiler. Piyasada oluşan güvensizlik ve borsaların botlar aracılığıyla oluşan arbitraj farklarını kapatması sebebiyle kârlılığın azalması ve risklerin artması nedeniyle proje başarısızlık ile sonuçlandı. Uygulamayı geliştirirken tecrübesizliğimiz, güncellemeleri zamana yaymak yerine hepsini tek seferde hazırlayıp sunma isteğimiz ve güncelleme sonunda yaşanan 2019 düşüşü nedeniyle insanlar Kripto paralardan uzaklaşması başarısız olmamızdaki en büyük etkendi.”

Startup projesinde başarısız olduğunu açıklayan bir diğer startupçı S4 ise başarısız olma nedenlerini aşağıdaki gibi açıklamıştır.

“ Kreatif düşünce yapımın ve anlık takip ile kattığım dinamizm beni biraz ileriye götürdü ancak, yeterli fon kaynağının olmaması ve istikrarlı olamamam başarısız olmama neden olmuştur.”

Mülakatta başarısız olduğunu söyleyen bir diğer startupçı S5 başarısız olma nedenlerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Yurtdışındaki müzayede sonuçları şeffaf bir şekilde paylaşılıyor, fakat Türkiye’deki müzayede sonuçları online olarak paylaşılmadığı gibi yasal olarak bildirilmesi gerekmesine rağmen bildirmeyen müzayede evlerine herhangi bir yatırım yapılmıyor. Bunun dışında gerçekleşen satışlar gerçekçi değil ve müzayede evleri sanat eserlerini satılmış gibi gösteriyor bu da sağlıklı veri oluşmasını engelliyor. Bundan dolayı Türkiye’de veri edinmenin zorlu olması başarısızlığımıza sebep olmuştur.”

4.4.2.2.Startupçıların Başarısında Sektörün Etkisi

Mülakata katılan 5 girişimcinin başarılı ya da başarısız olmalarında sektörün etkili olup olmadığı ele alınmıştır. Katılımcılardan elde edilen cevaplar aşağıdaki gibidir.

Proje faaliyet alanı Spor olan S1, sektörün başarısında etkili olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Spor sektörü “disrupt edilmeye” ve özellikle pandemi sonrası dijitalleşmeye oldukça açık. Aynı zamanda büyümeye ve ölçeklenmeye açık bir sektördür.”

S2’nin projesi ise, tekstil sektöründe, çekmeli kumaş olarak adlandırılan kumaş tipi ile üretim yapan firmaları hedef almış bir projedir. Ürün ölçüsü üzerinde yanlış hesaplama yapmanın önüne geçilmesi adına bir algoritma geliştirilmiştir. S2’nin faaliyet alanının başarısı üzerindeki etkisini;

“Evet, tekstil üretiminde tüm üretim süreçleri insana bağlı olarak gerçekleşiyor ve üretimde her zaman ölçü hataları olduğu proje ortakların da bir üretici olduğu için biliyorduk.”

Şeklinde yanıtlamıştır. S3’ün proje faaliyet alanı ise Kripto parlar ve Fintech üzerinedir. Proje, borsalar arasında kendilerinin belirlediği kripto paraların fiyatlarını karşılaştırmaktadır. Algoritma, en doğru ve karlı olanı kullanıcılara listelemektedir. Kullanıcılar ise bu işlemleri ya kendileri ya da sistem üzerinden gerçekleştirerek

belirli oranlarda gelir elde edebilmektedirler. Kısaca matematiksel veriler kullanılarak kullanıcılara arbitraj yapma imkânı sağlanmaktadır.

S3, sektörün başarısız olması üzerinde bir etkisinin olmadığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Hayır, Fintech sektörü aslında girişim yapmak için en uygun olan sektörlerden biri. İnsanların birikimlerini arttırmak için gerek borsa gerekse itibari para üzerinden yatırımlarını yapıyor. İnsanların kripto parayı da yatırım aracı olarak görmesi üzerine biz de bu sektörde bir girişim kurma kararı aldık. Ancak riskli bir yatırım aracı olması sebebi ile insanların yatırımlarını çekmesi ve bu alanda yatırım yapmamaya karar vermesi bizim başarısız olmamızdaki etkenlerden biriydi.”

S4 startupçı sinema sektöründe bir projede yer almıştır. Başarısı üzerinde sektörün etkisinin olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Başarım üzerinde etkisi oldu çünkü sürekli olarak içinde yer aldığım bir sektördü ve hiç yabancılik çekmeden içerik üretiminde bulunabildim.”

Sanat alanında girişimi olan S5 startupçı, seçtiği sektörün başarısızlığında etkili olduğunu ifade etmiştir. Mülakatta yer alan yanıtı aşağıdaki gibidir.

“Sanat, Türkiye’de çok niche bir sektör ve sanatı varlık koruma aracı olarak gören kişi sayısı oldukça kısıtlıdır. Bununla birlikte ekonomideki herhangi bir çalkalanma ilk olarak lüks sayılan sanat satışlarını etkilediği için seçtiğim sektörün büyük bir etkisi oldu.”

4.4.2.3.Girişimcilik Sürecinde Karşılaşılan Zorluklar

Mülakata katılan 5 startupçıdan 3’ü girişimcilik sürecinde finansal yönden zorluk yaşadıklarını, 2’si ise finansal yönden bir zorluk yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların tümü yasal yönden hiçbir sorunla karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir. Finansal ve yasal yönden karşılaşılabilecek zorluklara ek olarak Sarpçılarımızın ifadeleri aşağıdaki gibidir.

Girişimcilik sürecinde karşılaştığı zorlukları S1 aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Finansal olarak kaynak kıstı devam etmekte. Türkiye ekosisteminde büyüme öncesi aşamasındaki start-upların yatırım alması zor. Yasal olarak herhangi bir zorluk yaşamadık.”

S2 ise kendi süreçlerinin gerekliliğine yaşanan sorunu belirtmiştir.

“Yaşadığımız zorluk tamamen yazılım kaynaklıydı. Kripto para borsalarındaki verileri toplamamız konusunda yeterli API desteğinin sunulmaması bize başlangıçta sistemin güncellenme sürelerini uzattı. Saniyelik değişen fiyatlarda bu süre bizim algoritmalarımızda tutarsızlıklara yol açıyordu ancak sonrasında borsaların yapmış olduğu güncelleme ve destek ile bu zorluk ortadan kalkmış oldu. Finansal veya yasal yönden herhangi bir zorlukla karşılaşmadık, girişimi sonlandırma kararını proje için bir gelecek görmememizden kaynaklı olarak verdik.”

S3, projelerinin uygulamaya geçme aşamasında karşı tarafa, projeyi ikna etme sürecinde zorlandıklarını ifade etmiştir.

“Girişim sürecinde karşılaştığımız en büyük sorun modelistlere ve yöneticilere projeyi kabul ettirmektir. Biz proje gelişim aşamasındayken, yaklaşık 1.5 milyon adet ürün üretmek test süreçlerini adım adım gerçekleştirmemize ve bunu belgeler ile de desteklememize rağmen böyle bir şeyin mümkün olmayacağını, kendilerinin hata yapmadıklarını savundular. İkna edebildiğimiz yöneticiler ve modelistler daha demonun ilk haftasında projeyi satın almak için bizimle iletişime geçmiş olmaları aslında projenin ne kadar doğru bir çözüm sunduğunun kanıtıdır.

Üretim testlerini ortağımız olan firma üstlendiği için finansal açıdan herhangi bir sorun yaşamadık. Yasal olarak herhangi bir sorunla karşılaşmadık.”

Katılımcılardan S4, girişimcilik sürecinde tamamen finansal yönden zorluk yaşadığını vurgulamıştır.

“Parasız bir şekilde maximum verim elde etmek için her şeyi bırakıp ona odaklanmanız gerekiyor, başaramadım. Hiç para kazanmadan, sadece

harcama yaptığım için tamamen zorlu bir süreci fakat yasal açıdan bir sorunum olmadı.”

S5 katılımcı ise, yatırım bulma ve nitelikli personel bulmada zorlandığını belirterek, finansal ve yasal yönden ise zorluklarını;

“Uzun bir süre kendim finanse ettim. KOSGEB gibi devlet kurumlarının verdiği destek yeterli gelmemekle birlikte, fazladan prosedür ve iş yükü olmuştur.” Şeklinde ifade etmiştir.

4.4.2.4. Girişimcilere Sağlanan Desteklerin Yeterliliği

Bu başlıkta startupçılarımızın, ülkemizde girişimcilere sağlanan desteklerin yeterli olup olmadığı hakkındaki görüşleri ele alınmıştır.

S1 katılımcının görüşü aşağıdaki gibidir.

“Her zaman daha açık daha hedefe yönelik destek ve yönlendirmek olabilir.”

Ülkemizde girişimcilere sağlanan desteklerden bazılarının yeterli olduğunu düşünen S2 katılımcı;

“Biz KOSGEB gibi kuruluşlardan herhangi bir destek almadık ancak sunulan şirket kurulum, istihdam gibi destekleri eğer gerekli koşulları sağlıyorsanız girişiminizin ilk başında karşılaşacağınız maddi sorunları büyük ölçüde azaltıyor.” Şeklinde açıklama yapmıştır.

S3 katılımcı da S2 katılımcı gibi KOSGEB’in desteklerinin yeterli düzeyde olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Başlangıç aşamasında evet, KOSGEB’in sunmuş olduğu destekler başlangıç aşamasında birçok konuda girişimcinin işini kolaylaştırıyor. Şirket kuruluş desteği bunlardan en basiti diyebiliriz.”

S4 katılımcı ise girişimcilere sağlanan desteklerin yetersiz olduğunu düşündüğünü aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Türkiye’de devlet tarafından yeterli destek verilmemektedir. Sadece genç olduğunuzda çok kısa bir süre için sizi vergilerden muaf tutuyorlar. Fakat yeterli kalmamaktadır. Özel kurumlar sizi sevmeli, yoksa ilerleyemezsiniz.”

S5 katılımcı ise görüşlerini;

“Hayır. Girişimci gibi düşünemeyen insanların görev aldığı kurumdan girişimciyi desteklemesini nasıl bekleyebiliriz ki? Devlet kurumları dışındaki yatırımcıların çoğu, girişimi yapan kişiyi desteklemektense hızlı bir şekilde kar elde etmeyi düşünmekte, fikri büyütecek kişiyi belli bir büyümeden sonra ortadan kaldırıp, kendisi büyümek istiyor.” Şeklinde ifade etmiştir.

4.4.2.5. Startupçuların Yararlandığı Destekler ve Yeterliliği

Katılımcılardan 2 kişi girişimcilik desteğinden yararlanmış, 3 kişi ise herhangi bir girişimcilik desteğinden yararlanmamıştır. Girişimcilik desteğinden yararlanan katılımcılar, destekleri ile ilgili görüşlerini aşağıdaki gibi açıklamışlardır.

S1 startupçı İMMİB İstihdam ve Pazarlama desteğinden faydalanmıştır.

Yararlandığı destekle ilgili ise;

“Süreçler bürokratik, Start-up anlayışına uygun değil.”

Startupçı S4 ise devletin sunduğu Genç Girişimcilik desteğinden faydalanmıştır. Yararlandığı girişimcilik desteği için ise gelir vergisi ve sağlanan sigorta dışında yetersiz olduğunu düşünmektedir.

S2 ve S3 startupçılar, projeleri gereği bir destekten faydalanmadıklarını ancak KOSGEB’in sunmuş olduğu imkânların başlangıç aşamasındaki bir girişimcinin sürecini oldukça kolaylaştırdığını düşünmektedirler.

4.4.2.6. Kuluçka Merkezlerinin Değerlendirilmesi

Katılımcılardan sadece 1 kişi kuluçka merkezinden faydalanmıştır. Katılımcıların kuluçka merkezlerine ilişkin değerlendirmelerine aşağıda yer verilmiştir.

S1 katılımcı, kuluçka merkezinin hızlandırma programına dâhil olmuştur.

Kuluçka merkezi ile ilgili görüşü ise aşağıdaki gibidir.

“Özellikle problem-çözüm tanımlarının daha açık olması, sunum teknikleri, hikâyeleştirme ve ekosistem oyuncularıyla tanışma gibi bilgiler edinmemi sağladı. Doğruları öğrendim.”

S2 katılımcı kuluçka merkezinden yararlanmamış olup sebebini şöyle ifade etmiştir;

“Daha rahat bir çalışma ortamı ve kendi ofisimiz olması ayrıca sürekli fabrikada üretim süreçlerinin içerisinde olmamız gerektiği için kuluçka merkezlerini tercih etmedik.”

S3 katılımcı, kuluçka merkezinden yararlanmamıştır ancak önemini aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

“Kendi ofisimizde çalışmak bize daha cazip geldi ancak kuluçka merkezindeki mentörlük ve sosyal çevre bir girişim için önemli konuların başında gelir.”

S4 katılımcı kuluçka merkezinden ofis ve network imkânlarından yararlanmıştır. Kuluçka merkezi ile ilgili değerlendirmesi aşağıdaki gibidir.

“Maliyet açısından büyük bir artışının olmasının yanı sıra networkü çok artırıyor. Uzun vadede birçok projeye destek alabiliyorsunuz.”

S5 katılımcı ise kuluçka merkezinden faydalanmamış olup, bürokratik süreçlerle uğraşmak istemediğini gerekçe olarak ifade etmiştir.

4.4.2.7. Melek Yatırımcıların Değerlendirilmesi

Melek yatırımcılara başvuran katılımcılar arasından sadece 1 kişidir. Mülakata katılan Startupçılarımızın melek yatırımcılara ilişkin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

S1 katılımcı melek yatırımcılara başvurmuştur. Melek yatırımcılarla ilgili bilgilere ise LinkedIn ve hızlandırıcı program ile ulaşmıştır. Melek yatırım desteğine başvurma sebebini aşağıdaki gibi açıklamıştır.

“Erken aşama startup olduğumuzdan dolayı başvurduk. Finansal yönden avantaj sağlarken aynı zamanda ticari olarak tavsiyelerini de aldık.”

Melek yatırımcılara başvurmayı tercih eden ancak projenin sürecinden kaynaklanan sebep ile başvuramayan S2 katılımcı, görüşlerini şöyle ifade etmiştir;

“Öz sermaye ile projeyi belirli bir yere getirmeyi, sonrasında projeyi daha büyük yerlere taşımak için melek yatırımcıyı tercih etmeyi planlıyorduk ancak projemiz 1. Yılın sonunda yapılan teklif ile satıldı ve exit kararı aldık.”

Melek yatırımcılara başvurmayan bir diğer katılımcı S3 ise;

“Proje başlangıçta gerçekten çok kârlı ilerledi. Algoritmamız bize her zaman doğru kararlar almamızda yardımcı oldu. Başlangıçta belirlediğimiz sermaye ile alım/satım işlemleri yaparak günlük %10-13 arası bir kârlılık ile işlem yaptığımız ve bu elde ettiğimiz gelirin şirketin ve projenin tüm masraflarını karşılamaya yetmesi, ek bütçe oluşturması gibi sebeplerden dolayı tercih etmedik ancak ilerleyen dönemler için bir melek yatırımcı ile görüşmeyi planlıyorduk.” Şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

S4 katılımcı melek yatırımcılara başvuramada yatırım talebinin olmamasını sebep göstermiştir. Melek yatırımcıya başvuramayı tercih eden S5 katılımcı ise, melek yatırımcıların yapacakları yatırım karşılında projenin yaklaşık %40’ını talep ettiklerini bu nedenle tercih etmediğini açıklamıştır.

4.4.3. Bulguların Değerlendirilmesi

Birçok kaynakta değinildiği gibi girişimcilerin başarılı ya da başarısız olmasında girişimcilerin sahip olduğu kişilik özellikleri, girişimcilik eğitiminin alınması, alınan girişimcilik eğitiminin uygulanabilirliği, ihtiyaç duyulan finansal kaynaklara ulaşabilme ve içinde bulunulan ülkenin sahip olduğu prosedürler vb. birçok faktör rol almaktadır.

Girişimcilerde sürekli öğrenme isteğinin olması, kriz anında doğru kararlar alabilme, istikrarlı ve hedef odaklı olmak, piyasadaki negatif değişimlere karşı önceden önlem alabilmek gibi davranışların sergilenmesi başarılı bir girişim için gerekli kıstaslar olduğu görülmektedir. Girişimcileri başarısızlığa sürükleyen nedenlere baktığımızda ise tecrübesizlik, yanlış kararların alınması, istikrarlı olamama, ihtiyaç duyulan fon kaynağına ulaşamama ve projenin gerektirdiği verileri elde etmenin zor olması gibi faktörler elde edilmiştir.

Bir girişimin başarılı ya da başarısız olarak sonuçlanmasında, yatırım yapılan sektörün de etkisi vardır. Sektörün ölçeklenebilir olması, büyümeye açık

olması, özellikle pandemi döneminde dijitalleşebiliyor olması ve belirsizlik ortamında risklerin minimize edilebilir olması önemli hususlardır.

Girişimcinin yatırım yaptığı sektörü iyi tanması, network ağının oluşturulmasında ve oluşabilecek riskleri önceden fark ederek önlem alınmasında gereklidir. Başlangıçta rağbet gören bir projede yaşanabilecek bir ekonomik dalgalanma veya güvensizlik ortamının oluşması gibi süreç iyi giderken, piyasada risklerin önceden tahmin edilememesinden dolayı süreç başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir. Bir başka elde edilen bilgi ise, seçilen sektörün niş (niche) bir alan olması ve lüks tüketim alanına girmesi nedeni ile herhangi bir ekonomik dalgalanmadan dolayı satış ve performansın beklenenin altına düşmesi ve bu sorunlara çözüm getirilememesi projeyi başarısızlığa sürükleyen nedenlerdendir.

Girişimcilerin, girişimcilik sürecinde karşılaştıkları zorluklara ilişkin verdikleri yanıtlara bakıldığında, başlangıç ve büyüme aşamasındaki start-uplar finansal kaynak elde etmede zorlanmaktadır. Finansal kaynak dışında zorluk yaşanan konular ise projenin karşı tarafa kabul ettirilme süreci, projenin yazılım-sistem kaynaklı sorunları ve nitelikli personel bulunamaması gibi sonuçlar elde edilmiştir.

Girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları aşabilmeleri, girişimcilik desteklerinin yeterli düzeyde verilebilmesi ve desteklerin girişimcilik hedeflerine uygun olabilmesi ile mümkündür. Girişimcilere sağlanan desteklerin hedef ve amaçları açıkça ortaya koymada yetersiz kaldığı, girişimcilere doğru yönlendirme yapılamadığı, desteklerin kısa vadede olmasının başlangıç aşamasındaki bir start-up için yeterli olmadığı görülmektedir. Bunların yanı sıra girişimcilerin yanıtlarına göre, yatırımcılardan bazılarının projeyi destekleyip büyütmeyi hedeflemektense karı ön planda tutmaları ve projeyi doğrudan satın alma odaklı olmaları, sağlanan desteklerin yeterli olmamasının bir diğer nedenidir. Girişimcilik desteklerinde eleştirilen bir diğer husus ise süreçlerin bürokratik olması, prosedürlerin iş yükü yaratması ve bazı desteklerin start-up anlayışına uygun olmamasıdır.

Kuluçka merkezleri, başlangıç aşamasındaki start-uplara ofis, ekipman gibi maddi yönden birçok destek sağlamanın yanında eğitim programları düzenleyerek girişimcilerin gelişmesine katkıda bulunma, mentörlük ve network ağını genişletme

imkanı sağlayarak alanında uzman kişilerin tecrübelerinden faydalanma imkanı sağladığından, startuplar için önemli bir yere sahiptir.

Elde edilen bulgularda, girişimcilerin kuluçka merkezlerine yönelik düşünce ve deneyimlerine bakıldığında kuluçka merkezlerinin problem çözme, sunum teknikleri gibi eğitim yönünden destekleyici olduğu ve uzun vadeli bir destek elde edebilme imkânı ile mentörlük desteğinin girişimcileri tatmin edebilecek düzeyde olduğu yönündedir. Katılımcıların ortak düşüncesi ise network ağının oluşmasında ve girişimcilik ekosistemine girilmesinde faydalı olmasıdır. Ancak girişimcilerin, kuluçka merkezlerini faydalı bulmalarına rağmen ofis, ofis ekipmanları ya da finansal yönden bir başka desteğe ihtiyaçları olmadığında kuluçka merkezlerini tercih etmedikleri görülmektedir. Maddi desteğe ihtiyaçları olmayan girişimciler, kuluçka merkezlerinin sağladığı mentörlük, eğitim programları ve network imkânlarını göz ardı etmişlerdir.

Başlangıç aşamasındaki girişimcilere öz kaynak ve danışmanlık hizmeti veren bir diğer önemli destek ise Melek yatırımcılardır. Melek yatırımcılar yatırım yaptıkları projelere ortak olabilmektedirler. Ortak olacakları projenin hedeflerine uygun hareket edebilmeleri, yatırım kararı alırken sadece karlılığı odak noktası haline getirmemeleri önem taşımaktadır. Girişimcilik ekosistemini geliştirmede hem melek yatırımcılara hem de girişimci adaylarına büyük rol düştüğünden yatırımcıların ulaşılabilir olması, yatırım kararlarının ve hedeflerin doğru belirlenebilmesi gerekmektedir.

Girişimcilerin melek yatırımcılarla ilgili görüşleri ele alındığında, erken aşama startupta finansal ve ticari bilgi elde edebilmede faydalı olduğu yönündedir. Girişimcilerin ihtiyaç duydukları finansal desteği melek yatırımcılardan sağlayamamalarının nedenleri ise projenin melek yatırımcılar tarafından yatırım talebi almaması ve melek yatırımcıların, projeyi destekleyerek girişimcilik ekosistemine destek olma amacından ziyade kar elde etmeye odaklanarak projenin tamamına sahip olma isteklerinden dolayı girişimciler tarafından tercih edilmemeleridir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada, ülkenin sosyo-ekonomik anlamda kalkınmasında önemli yere sahip olan girişimcilik ekosistemine, girişimcinin tanımına ve girişimcilerin daha yakından anlaşılabilmesi için girişimci kişilik özelliklerine değinilmiştir. Bir ürün veya katma değer yaratarak topluma fayda sağlayan girişimcilerin, başlangıç aşamasından itibaren ihtiyaç duydukları girişimcilik destekleri ve bu desteklerin avantaj ve dezavantajları ele alınmıştır. Teknoloji ve bilim yönünde evrilen girişimciliğin daha iyi anlaşılabilmesi için yeni nesil girişimciliğe ve kuşaklara değinilmiştir. Araştırma konusu olan, başlangıç aşamasındaki girişimcilerin girişimcilik desteklerine, kuluçka merkezlerine ve melek yatırımcılarına karşı yaklaşımları ele alınarak bu desteklerin, tercih edilip edilmeme sebepleri ile girişimcilikteki başarılarına etkisi ortaya konmuştur. Araştırmada, hem başarılı olan hem de başarısız olan girişimcilerin görüşleri ele alınmak üzere kendilerine açık uçlu soru yöneltilerek sonuçlara ulaşmaya çalışılmıştır.

Girişimcilikte başarılı olmada etkisi olan girişimci kişilik özelliklerine baktığımızda, bazı kişilik özelliklerine doğuştan sahip olunurken bazıları ise ailesel ve çevresel faktörlerin etkisi altında kalınarak oluşmuş davranış biçimleridir. Bu girişimcilikte gerekli olan davranış biçimlerinin sonradan edinilebileceğini ya da var olan kişilik özelliğinin geliştirilebilmesinin mümkün olduğu anlamına gelmektedir. Bulgulara bakıldığında istikrarlı olmama, öğrenmeye ve gelişime açık olmama, doğru kararları hızlı verememe gibi davranışlar girişim sürecini olumsuz yönde etkilemektedir. Bundan dolayıdır ki girişimci, girişimciliğin gerekliliklerine bağlı olarak eksik yönlerini ortaya koymalı ve bu eksik yönlerini geliştirmek için çaba göstermeli, gelişimi için eğitimler almalıdır. Bu yönden bakıldığında girişimcilik özellikleri arasında, esasında üzerinde durulması gereken en önemli kişilik unsuru sürekli kendini geliştirmedir.

Girişimcilere sağlanan destekler, girişimcilerin ihtiyacı olan finansal kaynakların tedarikinde, danışmanlar sayesinde tecrübe edinebilmede, organizasyon yönetimi ve girişimcilik eğitimlerinin alınmasında, teknolojik ürünler ortaya koyabilmede Ar-Ge çalışma ortamlarının sağlanmasında önemli bir yere sahiptir. Girişimcilerin proje geliştirdikleri sektörü tanımaları, oluşabilecek kriz ve

dalgalanmaları önceden görmelerini, hedeflerine ulaşmaları için hangi adımları atmaları gerektiğini tespit etmelerinde gereklidir. Başlangıç aşamasındaki girişimcinin, sektörel yönden eksikliklerini giderebilmesi için ise aynı alanda faaliyet gösteren, tecrübeli girişimcilerin desteğini alarak ilerlemesi doğru olacaktır. Bu da kuluçka merkezleri ya da melek yatırımcılar gibi destekler ile mümkün olabilmektedir. Girişimcilik desteklerinin girişimciler için faydalı ve tercih edilebilir olması için ise destek sağlayanların da bir girişimci gibi düşünmesi, değişen teknolojik gelişmelere ayak uydurması ve girişimci adaylarına ön ayak olabilmek adına faaliyetlerde bulunması gerekmektedir.

Kuluçka merkezlerine yönelik genel kanıya bakıldığında girişimcilere uzun vadede destek sağlandığı, girişimci ekosistemine girebilmede rolünün büyük olduğu, danışmanlık, eğitim, ofis vb. imkânların yeterli düzeyde sağlandığı yönündedir. Kuluçka merkezlerine karşı olumlu bir görüşün yaygın olmasına rağmen tercih edilme oranı düşüktür. Tercih edilmeme nedeni ise ofis ve ofis araçlarına ihtiyaç duyulmamasıdır. Sonuçlara bakıldığında kuluçka merkezlerinin maddi ortam sunmasının yanı sıra sağladığı eğitici ve finansal birçok desteği varken odaklanılan tek bir destek vardır. Girişimcilerdeki kuluçka merkezlerine yönelik sınırlı algının değişmesi gerekmektedir. Kuluçka merkezlerinin kendi faaliyetleri ile ilgili geniş kapsamlı bilgi vermesi, sağladıkları hizmet ve kalitelerinin daha geniş kitlelere duyurulması için yapılacak her çalışma, girişimci adaylar için cesaretlendirici bir kaynak olacaktır.

Melek yatırımcılar, girişimci destekleri arasında finansal kaynak ve tecrübelerin paylaşılması yönünden önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle Melek yatırımcı ağlarının yaygınlaşması ve girişimciler tarafından ulaşılabilir olması gerekmektedir. Sonuçlara göre melek yatırımcılara yönelik kanılar, literatürde olduğu gibi melek yatırımcıların tecrübelerinden faydalanmada ve finansal yönden destek sağlamada etkili olduğu yönünde olsa da kimileri tarafından melek yatırımcılar için, girişimciliğin desteklenmesi anlayışından uzak ve kar odaklı bir yaklaşımlarının olduğu da düşünülmektedir. Bu noktada melek yatırımcının yatırım kararlarını nelerin etkilediğini ve motivasyon kaynağının ne olduğunu ortaya koymak gerekmektedir. Girişimciler tarafından melek yatırım teklifinin alınmaması bir diğer

şikâyet unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Melek yatırımcılar, yatırım yapacakları proje için büyüme potansiyelinin olup olmaması, proje sahibinin istekli ve yetenekli olması gibi faktörleri değerlendirmektedirler. Bu nedenle bir girişimci finansal destek için melek yatırımcıları tercih ederse eğer, hayata geçirmek istediği fikrin melek yatırımcıları tercih etmek için uygun olup olmadığını değerlendirmesi gerekmektedir.

Girişimciliğin yaygınlaştırılması ve girişimcilerin uzun vadede ayakta kalabilmesi için kuluçka merkezlerinin, melek yatırımcıların ve diğer desteklerin, startup anlayışına ve ihtiyaçlara uygun bir şekilde faaliyetlerini geliştirmek durumundadırlar. Gelişim hiçbir alanda tek taraflı olmadığı gibi bu alanda da mümkün değildir. Bu nedenle girişimciler ve girişimci adayları da kendilerini sürekli geliştirmeleri gerekmektedir. Girişimde bulunacak bir kişi önce, fikrini hayata geçirebilmesi için ihtiyaç duyulan kaynakları, pazar ihtiyacını, büyüme potansiyelini, fikrin iş boyutunda ölçeklenebilir olmasını ve teknolojik yönünü doğru analiz ederek ve araştırmasını yaparak işe başlamalıdır. Fikrin hayata geçirilmesi aşamasında ise ihtiyaca yönelik en uygun girişimcilik desteklerinin belirlenmesi ve ona göre ilgili desteğin sağlanması için de iyi bir araştırma yapılması gerekmektedir. Birçok kaynakta değinildiği gibi, girişimcilerin doğru araştırma yapmaması ve gerekliliklerin doğru bir şekilde analiz edilememesi, en başından fikrin hayata geçirilmemesine ya da girişimin sonraki aşamalarda başarısız olmasına neden olacaktır.

Girişimcilerin, fikirlerini geliştirmesi için ve bu fikirleri topluma fayda sağlayabilecek bir çıktı haline getirmesi için en başta iyi bir araştırma yapmaları ve sürekli gelişme anlayışını benimsemeleri gerekmektedir. Girişimcilerin, nasıl araştırma yapmaları gerektiğini ve işe nereden başlamaları gerektiğini öğrenmeleri için iyi bir girişimcilik eğitimi almaları gerekmektedir. Bu noktada girişimcilik eğitimi veren kurumların doğru ve gerçek hayata uygulanabilir bir eğitim verip vermediklerini gözden geçirmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aidis, R. (2003). Entrepreneurship and Economic Transition . *Tinbergen Institute Discussion, Cilt: 15, Sayı: 2*, 16-17.
- Akçomak, İ. S. (2009). Incubators As Tools For Entrepreneurship Promotion In Developing Countries. -*Unu- Merit (UNU-MERIT) Working Paper Series*.
- Akın, H. B. (2010). Türkiye'de İş Yapma Ortamının Girişimcilik ve Ekonomik Özgürlükler Açısından Değerlendirilmesi, Sayı:55. *Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı*, 21-49.
- Akın, U. (2017, Aralık 13). *Startup Nedir ve Yaşam Döngüsü Nasıldır*. blogadgager: <http://www.blog.adgager.com>
- Akkaya, F. (2011). *İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM) Araştırma Raporu*. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı.
- Akpınar, T., & Küçüköksel, N. Ç. (2015). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı ve Girişimciliği Engellenen Sebepler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:1, Sayı:1*, 17-18.
- Anbar, A. (2020). Girişimcinin Finansmanında Alternatif Bir Yöntem Kitlese Fonlama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi. Cilt:88*, 237-254.
- Anbar, A., & Anbar, D. (2016). Girişimcinin Başarısında Finansal Okuryazarlığın Rolü . *Lisansüstü İşletm Öğrencileri Sempozyumu. Gaziantep*.
- Arı, A. (2019). Ulusal Yenilik ve Girişimcilik Sisteminin Geliştirilmesinde Kuluçka Merkezlerinin Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İzmir.
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, Cilt:1, Sayı:11*, 6-8.
- Aslan, G., Araza, A., & Bulut, Ç. (2012). Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt:7, Sayı: 2*, 3-4.
- Ata, F. İ. (2018). Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli . *MCSÜ Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 6, Sayı: 2*.

- Aydın, N. (2018). *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*. Cilt:2, Sayı:2, , 2.
- Aykan, E. (2012). Girişimciliğin Değişen Yüzü: Eko Girişimcilik. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:17, Sayı:3, 199-200.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:15, 156.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt:5, Sayı:2, 368-388.
- Başalp, A., & Yazlık, B. (2006). Türkiye'de Teknoparklar ve Sorunları. *XI.Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri* (s. 291-294). Ankara: TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi.
- Bayramoğlu, G. (2018). X ve Y Kuşağının Liderlik Davranışı Açısından Karşılaştırılması. *Ege Akademik Bakış*. Cilt:8, Sayı:1, 17.
- Benli, İ. B. (2012, Aralık 31). *Türkiye'deki Başlangıç Aşamasındaki Girişimcilere Verilen Desteklerin Etkinliği*. TEPAV: www.tepav.org.tr
- Binici, B. (2020). *Girişimcilik Nedir Girişimci Kimdir?* İTÜ Girişim. Erişim Tarihi: 31.05.2020: <http://itugirisim.org>
- Birsel, M., İslamoğlu, G., & Börü, D. (2009). Kültürel Boyutlar İçerisinde Şekillenen Çatışma Tarzları. *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt:10, Sayı:2, S: 245-262, 147-149.
- BKS İlerleme Raporu Birinci Çeyrek*. (2019, Mayıs). Hazine ve Maliye Bakanlığı: <http://www.hmb.gov.tr>
- Blank, S. (2010, Ocak 25). *What's A Startup?* Steve Blank: <http://www.steveblank.com>
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *ÇOMÜ Dergileri - Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. Cilt: 1, Sayı:2, 99.
- Büber, R. (2011). Girişimcilik Açısından Kültür ve Kişilik Özelliklerinin Analizi: Ostim Organize Sanayi Bölgesinde Bir Alan Araştırması . *(Yayınlanmamış*

Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü,.
Kütahya.

Busler, M. (2012). The Incubators Economic Indicators: Mixed Approaches. *Journal of Case Research in Business and Economics*.

Çağlar, M. T. (2019). Yeni Nesil Alternatif Finansman Yöntemi Olarak Kitlesele Fonlama: Dünya ve Türkiye Uygulaması. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:3, Sayı:2*, 18-34.

Çakır, Y. E. (2016, Haziran 21). *Startup Nedir?* Girişim Türkiye: <http://www.girisimturkiye.com>

Canbaz, M. F. (2013). Katılım Bankacılığının Türk Bankacılık Sistemindeki Yeri, Çalışma Şekli, Enstrümanları ve Performans Analizi. *Kırklareli Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Canbaz, M. F., & Öztürk, D. (2019). Melek Yatırımcılık Farkındalık Analizi: Afyonkarahisar Örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi. Cilt:6, Sayı: 12*, 204-224.

Çelik, A., İnce, M., & Bozyiğit, S. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. Cilt:7, Sayı:3*, 113-124.

Cengiz, D. T., & Turanlı, M. (2015). Türkiye'deki İşletmelerin Finansal Başarısızlığının Faktör Analizi ve Diskriminant Analizi İle İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi. Sayı: 23*, 61-78.

Çiftçi, F., & Zencir, E. (tarih yok). Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişim Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narlöy Örneği. *Turizm Akademik Dergisi, Cilt:6, Sayı:1, Ss. 131-145*, 133.

Çolakoğlu, H., & Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha

- Araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, Cilt: 17, Sayı: 37, 73-74.*
- Constable, K. (2015, Mart 30). *Entrepreneur*. The 5 Types Of Entrepreneurs. Erişim Tarihi: 27.06.2020: <http://www.entrepreneur.com> adresinden alındı
- Coşkun, A. (2011). Küresel Krizin Girişimcilik Üzerine Etkisi: Piyasaya Yeni Giren Firmalar Açısından Ülke Karşılaştırması. *Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:2, Sayfalar: 128-134, 129-133.*
- Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Spain, Madrid.
- Doğan, T., & Gülay, İ. (2019). Y Kuşağının Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi ve Stratejik Yönetim: Telekomünikasyon Sektöründe Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:23, Sayı:2., 703-717.*
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. *Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Cilt:9, Sayı:2, 210-211.*
- Durukan, T. (2006). Dünyeden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Kırklareli Üniversitesi, İİBF İşletme, 29.*
- Efeoğlu, E. (2014). Çevreci Açından Girişim: Eko-Girişimcilik. *Ç.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:23, Sayı:1. Ss.103-118, 105-107.*
- Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri.* (1993, Şubat). Türkiye Genç İşadamları Derneği. Erişim Tarihi: 06.06.2020: www.rga.com.tr
- Elagöz, İ. (2009). Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)'nin Girişimcilere Sağladığı Destekler . *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi, 160-165.*
- Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan . *Bilig. Sayı: 49, Sayfa: 59-82, 63-65.*

- Ertuğrul, M., & Altundal, V. (2018). Startup Finansmanında Katılım Bankalarının Potansiyel Rolü Üzerine Bir Değerlendirme. *AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. Cilt:20, Sayı: 1., 27-40.*
- Fogel, K., Hawk, A., Morck, R., & Yeung, B. (2006). Institutional Obstacles to Entrepreneurship. *Oxford Handbook of Entrepreneurship.*
- Girişimciliği Geliştirme Destek Programı İŞGEM/TEKMER Programı Uygulamaları Esasları KOSGEB.* (tarih yok). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı: <http://www.kosgeb.gov.tr>
- Göker, A. Z. (2019, Ekim). Girişimcilik Teorisi ve Kurumsal Girişimcilik Kavramı: Kurumsal Girişimcilik ve İş Tatmini İlişkisinde Örgüt Yapısının Rolü. *(Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, /Sosyal Bilimler Enstitüsü., Türkiye.*
- Göksel, A., & Güneş, G. (2017). Kuşaklar Arası Farklılaşma: X ve Y kuşaklarının Örgütsel Sessizlik Davranışı Bağlamında Analiz. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. Cilt:19, Sayı:3, , 807-828.*
- Gözek, S., & Akbay, C. (2012). Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimleri ve Sorunları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:9, Sayı:2, S:45-60, 47-49.*
- Gül, T. G., & Çakır, S. (2014). Teknoparklar ve Teknoloji Üretimi: İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi Örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi. Cilt: 9, Sayı:1.*
- Güleç, Ö. F. (2017). Nakit Akışları ve Kazançların Değer İlişkisi: Borsa İstanbul Uygulaması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi. Cilt:17, Sayı:2, 524-546.*
- Güler, B. K. (2008). Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi. *(Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.,*
- Güler, M., & Kırbaşlar, İ. (2020, Nisan). Teknoloji Transfer Ofislerinin Üniversite Sanayi İşbirliğindeki Rolü /İktisad Yayınevi.

- Gümüőođlu, Ő., & Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt:3, Sayı:1*, 100-101.
- Gündüz, Ő., & Pekçetaş, T. (2018). Kuşaklar ve Örgütsel Sessizlik/Seslilik. *İşletme Bilimi Dergisi. Cilt:6, Sayı:1.*, 89-115.
- Güney, S., & Çetin, A. (2003). Kültürün Giriőimcileđe Etkisi ve Türkiye'de Girişimcilik Kültürü. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:21, Sayı:1, S:189-210*, 198.
- Gürel, E. B. (2012). İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması. *Gümüőhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, Sayı:6*, 54-57.
- Hackett, S. M., & Dilts, D. M. (2004). A Systematic Review Of Business Incubation Research . *Journal Of Technology Transfer. 29;55-82*.
- Hakkımızda: Genç Girişimciler Kurulu.* (2021, Ağustos 31). Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği: <https://www.tobb.org.tr>
- Hakkımızda: Kredi Garanti Fonu.* (2021). Kredi Garanti Fonu: <https://kgf.com.tr> adresinden alındı
- Hakkımızda: TSKB.* (2014). Türkiye Sınai Kalkınma Bankası: <https://www.tskb.com.tr>
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (2006). Historical Perspectives on the Entrepreneur,. *Foundations and Trends in Entrepreneurship, vol: 2, no: 4, pp 261–408*.
- Herdjiono, I., Puspa, Y. H., & Maulany, G. (2017). The Factors Affecting Entrepreneurship Intention. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge, Cilt: 5, Sayı: 2*, 5-6.
- İnce, F. (2018). Z Kuşağının Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencileri Üzeride Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı:32*, 105-113.
- İpekten, O. B. (2006). Risk Sermayesi Finansman Modeli. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt: 7, Sayı: 1*, 385-408.

- İşgörücü, M., & Bozkurt, Ö. (2019). Girişimcilerin Finansal Kaynağı Olarak Melek Yatırımcılar Üzerine Bir İnceleme. K. Çapraz içinde, 2. *Intraders Uluslararası Ticaret Kongresi Kongre Kitabı* (s. 1-9).
- Kalfaoğlu, S., & Bedük, A. (2018). Türkiye'nin Startup Ekosisteminin İncelenmesi "OSR ROBOTİCS" Firması Örnek Olayı. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:2, Sayı:9, 25-40.*
- Kandemir, T., & İlter, B. (2019). Girişimcilik Faaliyetlerinde Teknoparkların Önemi: Afyon-Uşak Zafer Teknoloji Geliştirme Bölgesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:21, Sayı:4, 1216-1229.*
- Karabayır, M. E., & vd. (2012). Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığın Rolü: Türkiye'de Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi. Cilt: 67, Sayı:2, 69-93.*
- Karadeniz, E., Günay, F., Dalak, S., & Beyazgül, M. (2018). Halka Açık Restoran İşletmelerinde Nakit Akış Profillerinin Firma Yaşam Döngüsü Açısından İncelenmesi: Uluslararası Karşılaştırma . *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt:27, Sayı: 1., 139-156.*
- Karagöz, M., Dulupçu, M. A., Albeni, M., Demirgil, H., & Sungur, O. (2012). İşletme Kuluçkalarında Sunulan Destek Hizmetlerinin Yeni Kurulan Firmaların Hayatta Kalabilirliği Üzerine Etkisi: İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM) Örneği. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi. Cilt:1, Sayı:1, 13-21.*
- Kaur, H., & Bains, A. (2013). Understanding The Concept Of Entrepreneur Competency. *Journal of Business Management & Social Sciences Research. V: 2, No: 11.*
- Keleş, M. K., & Tunca, M. Z. (2010). Türkiye'deki Teknokentlerin Mevcut Durumunun İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı:11.*
- Koçak, O. (2009). Bilgi Teknolojilerini Kullanan Yeni Girişimcilik Modelinin İş Yaratma Etkisi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi , 383.*

- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Ünşveristesesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:14, Sayı:2*, 220-222.
- Kriss, R. (2020, Ocak 22). *Startup Vs. Small Business: What's The Real Difference?* Justbusiness: <http://www.justbusiness.com>
- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Destekleri Yönetmeliği.* (tarih yok). Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr>
- Kunday, Ö. (2014). Girişimci Olma Nedenleri ile Karşılaşılan Engeller Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi. Cilt:9, Sayı: 12.*, 318.
- Kurnaz, G., & Bedük, A. (2017). Türkiye'de ve Dünya'da Melek Yatırımcılık. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi. Cilt:20, Sayı:1* , 27-40.
- Lalkaka, R. (2001). Best Practices'in Business Incubation: Lessons (yet to be) Learned . *International Conference on Business Centers: Actors for Economic a Social Development Brussels.*
- Mahmood, N., Jianfeng, C., Jamil, F., Karmat, J., Khan, M., & Cai, Y. (2015). Business Incubators: Boon or Boondoggle for SMEs and Economic Development of Pakistan . *International Journal of u-and e- Service, Science and Technology. Vol:8, NO:4.*, 147-158.
- Mcadam, M., Galbraith, B., Mcadam, R., & Humphreys, P. (2006). Business Processes and Network in University Incubators: A Review and Research Agendas. *Techonology Analysis of Strategic Management. Vol:18, No:5.*, 451-472.
- Miçooğulları, S. U. (2018). Yeni Ekonomide Dijital Emek. *International Journal Of Labour Life and Social Policy*, 7.
- Naktiyok, A., & Kök, S. B. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi. Cilt:VIII, Sayı:2.*, 80-82.

- Öncül, M. S., Deniz, M., & İnce, A. R. (2016). Hofstede'nin Örgüt Kültürü Modelinin Potansiyel Girişimcilerin Yetiştirdiği Çevresel Özellikler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt:7, Sayı:1*, 259.
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:32, Ss. 81-95*, 84-88.
- Özdoğan, B. (2016). Girişimciliğin Desteği olarak Üniversite Kuluçka Merkezleri Türkiye Perspektifi. *2nd International Congress on Economics and Business.*, 115-124.
- Poyraz, E., & Tepeli, Y. (2016). Girişimciliğin Finansmanında Risk Sermayesi Finansman Sisteminin Önemi: Türkiye Uygulamaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. Cilt: 31, Sayı:1*, 35-56.
- Sakarya, Ş., & Bezirgan, E. (2018). Kitlesele Fonlama Platformları: Türkiye ve Yurtdışı Karşılaştırması. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt: 8, Sayı: 2*, 18-33.
- Şeker, Y. E., & Zicin, Y. (2020, Mart). *Melek Yatırımcılığın Dünü ve Bugünü*. Oran Orta Anadolu Kalkınma Ajansı: <http://www.oran.org.tr>
- Şekerdil, R. (2016). İç Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyal İnovasyon Üzerine Etkisi: İzmir İlinde Özel Banka Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.* İzmir.
- Sevsay, H., Mıynat, M., & Aktaş, H. (2017). Teknoloji Geliştirme Bölgesi Yatırımları Finansman Modellerinin İncelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi. Cilt: 24, Sayı: 2*, 447-467.
- Sezgin, O. B., & Orçun, Ç. (2020). Türk Girişimcilerin Perspektifinden Girişimciliğin Finansmanında Kitle Fonlaması: Kickstarter Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Sayı:1*, 476-505.

- Sönmez, A., Arıker, Ç., & Toksoy, A. (2016). Dünya'da ve Türkiye'de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, Cilt:17, Ss.37, 109.*
- Suk, J. Y., & Mooweon, R. (2006). Resource Mobilization and Business Incubation: The Case of Korean Incubators. *Development And Society/ Vol: 35, No:1., 29-46.*
- Sümer, G., & Onan, F. (2016). Dünya'da Faizsiz Bankacılığın Doğuşu, Türkiye'deki Katılım Bankacılığının Gelişme Süreci ve Konvansiyonel Bankalardan Farkları . *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Cilt: 17, Sayı: 3, 296-308.*
- Sungur, O., & Dulupçu, M. A. (2013). Türkiye'de İş Geliştirme Merkezlerinde (İŞGEM) Yeralan Kiracı Firmaların Hayatta Kalma Performansı. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt: 5, Sayı:8., 1-25.*
- Tariq, T. (2013). Start-up Financing. *University Of Twente. Faculty Of Management and Governance .*
- Tariq, T. (2013b, 2021). *Start-Up Financing*. University of Twente Student Theses: <http://purl.utwente.nl/essays/63483>
- Tekin, Z. (2020). Katılım Bankacılığında İnovatif ve Digital Çözümler: Türkiye İçin Bir Model Önerisi. *Turkish Studies -Economy. Cilt:15, Sayı:3, 1625-1638.*
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği.* (2016). Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr>
- Teknopark Nedir?* (2021, Ekim 4). Teknopark İstanbul: <http://www.teknoparkistanbul.com.tr>
- TEPAV.* (2020, 11 18). Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı: <https://www.tepav.org.tr/tr>
- Tepe, S., & Zaim, A. H. (2016). Türkiye ve Dünyada Teknopark Uygulamaları: Teknopark İstanbul Örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Özel Sayı:29., 19-43.*

- TGB 2021 İstatistik Bilgiler.* (2021, Mayıs 10). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri - Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı: <http://teknopark.sanayi.gov.tr>
- Toprak, Y. V. (2018). Türkiye'nin Gelişme Sürecinde Teknoloji Politikaları: Teknoparklar. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . Ankara.
- TÜBİTAK Teknoloji Transfer Ofisleri Destekleme Programı Uygulama Esasları.* (tarih yok). <http://www.tubitak.gov.tr>
- Türel, N. Ş., & Coşkun, H. (2018). Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Yatkınlığı: Bölümlerarası Karşılaştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt:2, Sayı:31, 326-357 .
- Turhan, M. (2021). Harvard Business Review Türkiye Perspektifinden Girişimcilik ve Girişimci Davranışı. *İş'te Davranış Dergisi*. Cilt:6, Sayı:1, 52-64.
- Türkiye Girişimcilik Eko-Sistemi Finansal Destekler.* (2018). Ekonomistler Kitapçık - 2, İstanbul Kalkınma Ajansı: <http://www.istka.org.tr>
- Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı.* (2020, Kasım 14). TTGV: <https://www.ttgiv.org.tr/>
- Türkoğlu, M., & Çelikkaya, S. (2011). Türkiye'de KOBİ'lere Yönelik Ar-Ge Destekleri. *Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt:3 Sayı:2, 56-71.
- Uluyol, O. (2008). Girişimcilikte Alternatif Bir Finansman Modeli Olarak Melek Finansman Yöntemi . *Sustainable Competition and Resource - Based View In Global Markets*, 50.
- Uluyol, O. (2009). Girişimci Gözüyle Finansal Kriz. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 138-139.
- Uygun, M., Güner, E., & Mete, S. (2018). Girişimcilik Eğitiminin Gençlerin Girişimcilik Motivasyonlarının Gelişimindeki Rolü. *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt: 25, S:3, 879-894.

Vural, A. (2019). Girişimciler için Yeni Nesil Bir Finansman Modeli "Kitle Fonlaması -Crowdfunding": Dünya ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme ve Model Önerisi. *Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Yayınlanmamış Doktora Tezi*.

What Is A Startup? (2013, Aralık 16). Forbes: <http://www.forbes.com>

Yakupoğlu, S. (2018). Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri İle İlgili Bir Çalışma: Kars İli Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (Hasan Kalyoncu Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü)*.

Yalçıntaş, M. (2014). Üniversites - Sanayi - Devlet İşbirliğinin Ülke Ekonomilerine Etkileri: Teknopark İstanbul Örneği. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi. Cilt:5, Sayı:10, 83-106*.

Yavuz, M. S., & Suyadal, M. C. (2020). Girişimciliğın Finansmanında Initial Coin Offening (ICO) Yöntemi ve Alternatif Finansman Yöntemleri İle Karşılaştırılması. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. Cilt: 21, Sayı:3*.

Yelkikalan, N., Akatay, A., & Altın, E. (2010). Yeni Girişimcilik Modeli ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği ve Y,M,Z Kuşaağı Girişimci. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi , 491*.

www.kobias.com.tr. (tarih yok). www.kobias.com.tr

www.marmarateknokent.tubitak.gov.tr

www.marmarateknokent.tubitak.gov.tr