

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI



TEKNOKENTLERDE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ:

MALATYA TEKNOKENT ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

HAZIRLAYAN

Doç. Dr. A. Fahimi AYDIN

Özlem SARITAŞ

MALATYA - 2019

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**TEKNOKENTLERDE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ:
MALATYA TEKNOKENT ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Özlem SARITAŞ

Danışman
Doç. Dr. A. Fahimi AYDIN

Malatya – 2019

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TEKNOKENTLERDE GİRİŞİMCİLİK
EKOSİSTEMİ: MALATYA TEKNOKENT
ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. A. Fahimi AYDIN

HAZIRLAYAN
Özlem SARITAŞ

Jürimiz 06.12.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda bu yüksek lisans tezini oybirliği ile başarılı bulunarak İktisat Anabilim dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyelerinin Unvan Ad Soyadı

imzası

Prof. Dr. Suzan ERGÜN

Doç. Dr. A. Fahimi Aydın (Danışman).....

Doç. Dr. Yusuf Ekrem AKBAŞ.....

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Mehmet KUBAT
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. A. Fahimi Aydın danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “Teknokentlerde Girişimcilik Ekosistemi: Malatya Teknokent Örneği” başlıklı bu çalışmamın tarafımdan, bilimsel ahlak ilkelerine aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Özlem SARITAŞ

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde desteğini esirgemeyen danışman hocam Sayın Doç. Dr. A. Fahimi Aydın'a teşekkür ederim. Ayrıca tüm eğitim hayatım boyunca anlayış ve desteği ile her zaman yanımda olan anneme, babama ve kız kardeşlerime teşekkürü borç bilirim.

Özlem SARITAŞ



ÖZET

Günümüzde girişimcilik ekosistemi kavramının önemi giderek artmaktadır. İçerisinde kendini besleyen birçok unsur barındıran girişimcilik ekosisteminin ana aktörü ise yenilikçi girişimcilerdir. Yenilikçi girişimciler ekosistemden beslenerek iş fikirlerini ya da projelerini sürekli olarak yeniler ve geliştirir. Bugünün gelişmiş ekonomilerine bakıldığında girişimcilik faaliyetleri ile ön plana çıktıkları görülmektedir. Girişimciliğin gelişmesi bireyleri girişimciliğe teşvik edecek, özendirecek ve destekleyecek güçlü bir girişimcilik ekosisteminin varlığı ile sağlanabilir.

Bu çalışmanın amacı girişimcilik ekosistemi kavramını anlamak ve Malatya Teknokent'te yer alan girişimcilerin girişimcilik ekosistemi özelliklerini ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda Malatya Teknokent'teki girişimcilerle mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Ekosistemi, Teknokentler

ABSTRACT

Today, the importance of the concept of entrepreneurship ecosystem is increasing. Innovative entrepreneurs are the main actors of the entrepreneurship ecosystem, which has many nourishing elements. Innovative entrepreneurs constantly nurture and develop their business ideas or projects by nurturing the ecosystem. Looking at today's developed economies, it is seen that they come to the forefront with entrepreneurship activities. The development of entrepreneurship can be achieved by the existence of a strong entrepreneurial ecosystem that will encourage, encourage and support individuals in entrepreneurship.

The aim of this study is to understand the concept of entrepreneurship ecosystem and entrepreneurs ecosystem characteristics of entrepreneurs in Malatya Technocity. For this purpose, interviews were conducted with entrepreneurs in Malatya Technocity.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Ecosystem, Technocities

İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY SAYFASI	iii
ONUR SÖZÜ	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar DİZİNİ	xi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
KISALTMALAR	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ

1.1. Girişim/Girişimci Tanımı ve Önemi.....	3
1.2. Yenilikçi Girişim/Girişimcilik.....	3
1.3. Girişimcilik Ekosistemi.....	5
1.4. Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları	7
1.4.1. Finansman	8
1.4.1.1. Arkadaşlar ve Aile	9
1.4.1.2. Melek Yatırım	9
1.4.1.3. Girişim Sermayesi (Risk Sermayesi).....	11
1.4.1.4. Borçlanma.....	14
1.4.1.5. Kitlese Fonlama	15
1.4.1.6. Halka Arz.....	17
1.4.2. Girişimcilik Kültürü.....	18
1.4.3. Destek.....	20
1.4.3.1. Hızlandırıcılar	21
1.4.3.2. Kuluçka Merkezleri.....	21
1.4.3.3. Ortak Çalışma Alanları.....	23

1.4.3.4. Mentorlar.....	24
1.4.3.5. Teknoloji Transfer Ofisleri.....	25
1.4.4. Düzenleyici Çerçeve ve Hukuki Altyapı.....	26
1.4.5. Eğitim.....	27
1.4.6. Ulaşılabilir Pazarlar	29
1.4.7. İnsan Sermayesi.....	31
1.4.8. Üniversiteler.....	32
1.5. Türkiye’de Girişimcilik Ekosistemi.....	35
1.5.1. Kuluçka Merkezleri.....	36
1.5.2. Kitlese Fonlama	37
1.5.3. Melek Yatırımcılık ve Risk Sermayesi	38

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYEDE TEKNOKENTLER

2.1.Teknokent Kavramı	43
2.2. Teknokentlerin Faydaları.....	46
2.2.1. Ülke Ekonomisine ve Bölgeye Faydaları	46
2.2.2. Girişimcilere Faydaları.....	46
2.2.3. Üniversiteye Faydaları	47
2.3. Teknokentlerin Kuruluş Modelleri	48
2.4. Dünyada Teknokentler	49
2.5. Türkiye’de Teknokentler.....	50
2.6. 4691 Sayılı TGBK Kapsamında Sağlanan Destek ve Teşvikler.....	51
2.7.Türkiye Teknokent’lerinin Mevcut Durumu	52
2.7.1. Aktif Teknokent Sayıları	55
2.7.2. Teknokentlerde Faaliyet Gösteren Firma Sayıları.....	56
2.7.3. Teknokentlerde İstihdam.....	56
2.7.4. Sektörel Dağılım	58
2.7.5. Teknokentlerde Patent.....	58
2.7.6. Teknokentlerde Tamamlanan/Devam Eden Proje Sayıları	58
2.7.7. Teknokentlerde İhracat	61
2.8. Türkiye’deki Teknokentlerin Sorunları	61

2.9. Malatya Teknokent	62
2.9.1. Pusula Ön Kulučka Merkezi	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MALATYA TEKNOKENT’TE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ

3.1. Literatür İncelemesi.....	66
3.2. Araştırmanın Amacı	69
3.3. Araştırmanın Sınırları.....	69
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	69
3.5. Araştırmanın Bulguları	70
3.5.1. Demografik Bulgular.....	70
3.5.2. Girişimcilik Ekosistemine İlişkin Bulgular	72
SONUÇ	86
KAYNAKÇA.....	91
EKLER	99

TABLÖLER DİZİNİ

Tablo 1.1. Türkiye’deki Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarının (GSYO)	
Gelişim Süreci	41
Tablo 2.1. 2018 Yılı Türkiye’deki Aktif Teknokentler.....	53
Tablo 2.2. Malatya Teknokent’in Ortaklık Yapısı	63
Tablo 3.1. Girişimcilere Ait Demografik Özellikler, Firmaların Faaliyet Gösterdiği	
Sektörler ve Faaliyet Süreleri	71
Tablo 3.2. Girişimciliğe Teşvik Eden İtici Güç	73
Tablo 3.3. Girişimcilik Eğitimi Alma Durumları.....	73
Tablo 3.4. Girişimcilerin Başvurduğu Finansal Kaynaklar	77
Tablo 3.5. Üniversitenin Sağladığı Faydalar.....	79
Tablo 3.6. Girişimcilerin İş Fikirleri Oluştuktan Sonra İlk Adımları	80
Tablo 3.7. Girişimcilerin Yetiştirilme Tarzları	81
Tablo 3.8. Girişimcilerin Karşılaştığı En Büyük Sorun/Engel	81
Tablo 3.9. Girişimcilerin En Çok Desteğe İhtiyaç Duyduğu Konu	82
Tablo 3.10. Teknokentte Faaliyet Göstermenin Avantajları.....	82
Tablo 3.11. Malatya Teknokent Yönetici Firması Tarafından Sunulan Destekler	84
Tablo 3.12. Firmaların Yıllık Cirolarından Ar-Ge Harcamalarına Ayrılan Pay	85

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1. Verilen Lisans Sayısı.....	39
Grafik 1.2. Yatırım Yapılan Şirketlerin Sektörlere Göre Dağılımı	40
Grafik 1.3. Melek ve Girişim (Risk) Sermayelerinin Türkiye’deki Girişimlere Yatırımları.....	42
Grafik 2.1. Yıllara Göre Aktif Teknokent Sayıları.....	55
Grafik 2.2. Yıllara Göre Teknokentlerde Faaliyet Gösteren Firma Sayıları	56
Grafik 2.3. Yıllara Göre Teknokent Bünyesinde Çalışan Personel Sayıları.....	57
Grafik 2.4. Firmaların Sektörel Dağılımı	58
Grafik 2.5. Yıllara Göre Teknokentlerde Tescil Edilen Patent Sayıları	59
Grafik 2.6. Yıllara Göre Teknokentlerde Tamamlanan/Devam Eden Proje Sayıları	60
Grafik 2.7. Yıllara Göre Teknokentlerde Gerçekleşen İhracat (milyon\$).....	61
Grafik 2.8. Malatya Teknokent’te Faaliyet Gösteren Firmaların Sektörel Dağılımı.....	64

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Yenilik Döngüsü (Süreci).....	4
Şekil 1.2. Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları.....	8
Şekil 1.3. Kuluçka Merkezlerinin Faaliyet Süreci.....	22
Şekil 1.4. Üniversite-Sanayi Arayüzü	25
Şekil 1.5. Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin Modellenmesi	34



KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
A.Ş.	: Anonim Şirketi
BKS	: Bireysel Katılım Sermayesi
BSTB	: Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
DDK	: Devlet Denetleme Kurulu
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
ERP	: Kurumsal Kaynak Planlaması
GED	: Girişimcilik Ekosistemi Derneği
GİSEP	: Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı
IASP	: Uluslararası Bilim Parkları Birliği
İZKA	: İzmir Kalkınma Ajansı
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
MAM	: Marmara Araştırma Merkezi
MİAD	: Malatyalı İş Adamları Derneği
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
SEO	: Arama Motoru Optimizasyonu
s.	: Sayfa
ss.	: Sayfa Sayısı
TEPAV	: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı

TGB	: Teknoloji Geliştirme Bölgesi
TGBK	:Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu
TTO	:Teknoloji Transfer Ofisi
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜGİAD	: Türkiye Genç İş Adamları Derneği
ÜSAMP	: Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezleri Programı



GİRİŞ

Girişimcilik ve yenilik kavramları birbiri ile bütünleşmiş, ayrılmaz bir hâl almıştır. Başarılı girişimciler yolun başında oluşturdıkları iş fikri ile yetinmeyip o iş fikrini sürekli geliştirme çabasında olan bireylerdir. Girişimcilerin daha üretken, daha yenilikçi bir yapıya dönüşmesi ancak sağlam bir girişimcilik ekosisteminin oluşması ile sağlanabilir. Bugün gelişmiş ekonomilere bakıldığında kalkınmadaki ana aktörün girişimciler olduğu bu yüzden girişimciliğin gelişmesine olanak tanıyan güçlü girişimcilik ekosistemleri inşa ettikleri görülmektedir. Yeni girişimcilerin ekosisteme dâhil olmasını sağlayan en etkin yapılar ise teknokentler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Parlak bir iş fikrine sahip olmak girişimciliğin sadece ilk basamağıdır. İş fikrini oluştururken genellikle tek başına olan girişimci projesini hayata geçirmek için finansmana, kültürel desteğe, insan sermayesine, eğitime, destek sistemlerine, girişimciliğe teşvik eden politikalara ve hatta ürün ya da hizmeti ticarileştirecek pazarlara ihtiyaç duymaktadır. Kısacası bu unsurların hepsini içinde barındıran bir girişimcilik ekosistemine ihtiyaç vardır.

Literatür incelemesi yapıldığında girişimcilik ekosistemine ilişkin çalışmaların genel olarak aynı temalar üzerinde durduğu, ekosistemi oluşturan unsurların benzerlik gösterdiği ve aynı zamanda bu unsurların etkinlik derecesinin ülkelere hatta bölgelere göre değişiklik gösterdiği görülmektedir.

Bu çalışmada Malatya Teknokent'teki girişimcilik ekosisteminin özellikleri derinlemesine araştırılmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde girişimciliğin tanımına, önemine, yenilikçi girişimci ve girişimciliğe kısaca değinilmiştir. Girişimcilik ekosistemi kavramına yer verilerek girişimcilik ekosistemini oluşturan bileşenler tek tek ele alınıp ayrıntılı bir şekilde incelenmeye çalışılmıştır. Bölüm sonunda Türkiye'de girişimcilik ekosistemine kısaca değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde dünyada ve Türkiye'de teknokent uygulamalarından bahsedilmiştir. Türkiye'de bulunan teknokentlerin kurulmaya başladığı tarihten itibaren gelişim sürecini göstermek amacıyla mevcut teknokentlerin sayısına, faaliyet gösteren firma sayılarına, alınan patentlere, sağlanan istihdama, ihracat rakamlarına ve sektörel dağılımlarına yer verilmiştir. Malatya Teknokent ve Pusula Ön Kuluçka Merkezi hakkında kısaca bilgiler verilerek bölüm sonlandırılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde öncelikle girişimcilik ekosistemi ile ilgili literatür incelemesine yer verilmiştir. Daha sonra araştırmanın amacı, sınırları, yöntemi ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre bir takım çıkarım ve önerilerde bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ

Bu bölümde yenilikçi girişimciliğe kısaca değinilerek girişimcilik ekosistemi ve ekosistemi oluşturan unsurlar ele alınmıştır.

1.1. Girişim/Girişimci Tanımı ve Önemi

Geçmişte kullanılan “teşebbüs” ve “müteşebbis” kavramları yerine günümüzde “girişim” ve “girişimci” kavramlarının kullanıldığı görülmektedir. Günlük hayatta, girişim; bir işi yapmak üzere harekete geçme, başlama ve kalkışma durumunu ifade etmekte iken girişimci; bu eylemleri gerçekleştiren, girişken kişi anlamında kullanılmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007: 102).

Yalçıntaş’a göre (2010: 97) bir toplumdaki dinamizmin kaynağı girişimci ve girişimciliktir. Eğer girişimci veya girişimcilik faaliyetleri olmazsa toplumlarda bu dinamizm oluşmaz. Bu dinamizmin oluşmaması durumunda yenilikler, üretimler, hizmetler konusunda gelişme ve ilerleme sağlanamaz.

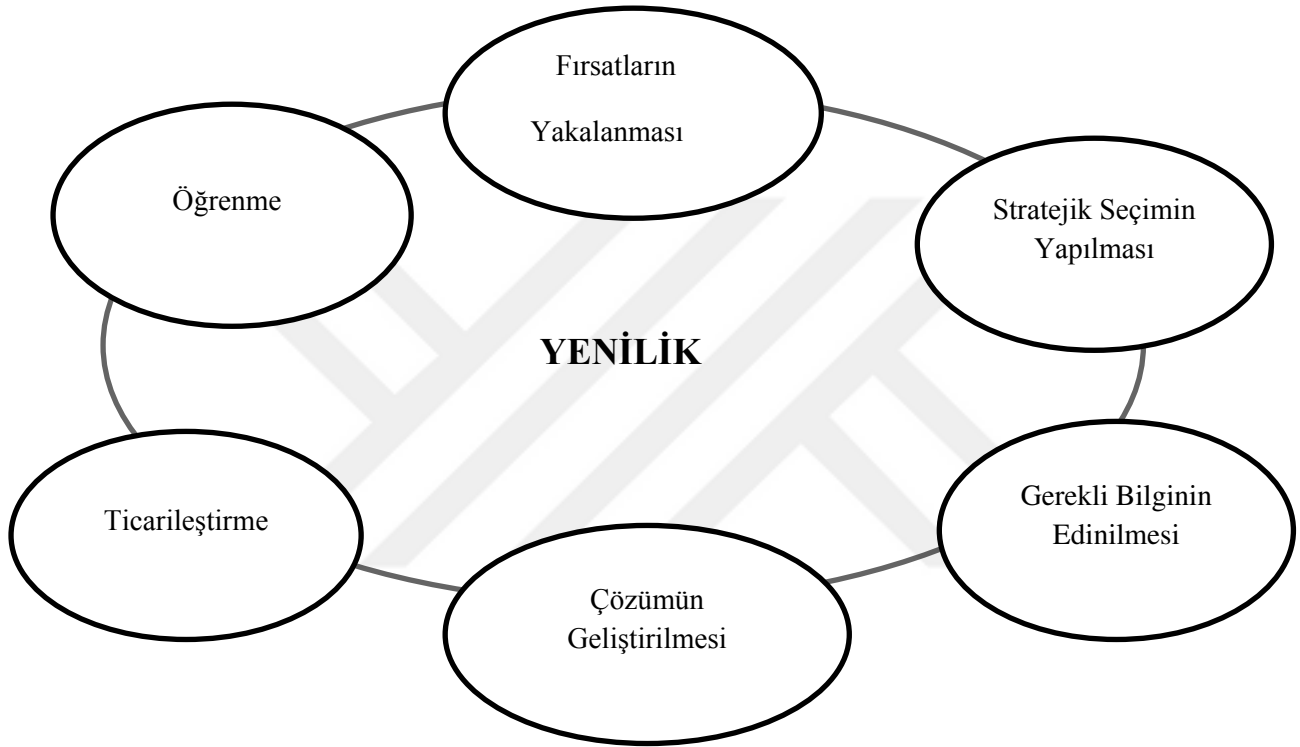
Çağımızda küresel boyutta hem teknoloji alanında hem de ekonomik ve sosyal alanlarda hızlı bir değişim yaşandığı görülmektedir. Bu değişime uyum sağlamak ve ülkelerin refah seviyelerinde artış sağlamak, girişimciliğin önemini anlayarak girişimciliğe hak ettiği değerin verilmesi ile mümkün olabilir. Çünkü girişimcilik faaliyetlerinde bireysel çıkarların yanı sıra ülke ekonomileri de ciddi boyutta etkilenmektedir. Kısacası özel sektör büyümenin motorudur ve özel sektörü oluşturan ve yaşatanlar ise girişimcilerdir (Yalçıntaş, 2010: 95).

1.2. Yenilikçi Girişim/Girişimcilik

İnovasyon yani yeniliğin tanımı ilk kez Avusturyalı ekonomist Joseph Schumpeter tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre yenilik, ekonomik gelişmenin temel gücüdür. Schumpeter’e göre stratejik olarak üstünlük elde etmek isteyen girişimciler yeniliğe odaklanmalıdır çünkü kapitalist ekonomilerde yapısal değişikliğin ve verimliliğin artmasının asıl nedeni yeniliktir (Sakaryalı, 2016: 3).

Yenilik, firmaların belirlediği kurumsal stratejilerinin en önemli parçasını oluşturan ve devamlılığı olan bir faaliyettir. Yenilik bir süreçtir ve bu süreçte firmalar

yenilik fikirleri için sürekli olarak fırsatları belirlemeli ve değerlendirmelidir. Yakalanan fırsatlar arasından en önemli olanı seçilmelidir. Ürün, hizmet ya da sürecin geliştirilebilmesi için gerekli olan tüm bilgiler bir araya getirilmelidir. Ürün son halini alana kadar gerekli tüm çalışmalar devam ettirilmeli ve ürün ya da hizmetin ticarileşmesine geçilmelidir. Öğrenme ise tüm bu aşamalara yansımaktadır ve firmaların sürekliliğinin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Elçi, 2006: 152-154)



Kaynak: Elçi, 2006: 152

Şekil 1.1. Yenilik Döngüsü (Süreci)

Yeni nesil girişimciler için “beyin gücü” ve “girişim ruhu” en önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu yüzden girişimcilerin yöneleceği iş alanları da değişikliğe uğramıştır. Yenilik, buluş ve Ar-Ge kavramları girişimcilerin ve girişimciliğin önemli parçaları haline gelmiştir. Bu üç kavramda zamanın ortak değerlerini, alışkanlıklarını, ruhunu kavrayabilme, geleceğe yönelik tahminlerde bulunma, demokratik şartların değerini bilme, kamu yararını gözetme gibi niteliklere temas etmektedir (Halıcı, 2005: 2).

Uzkurt’a (2012: 50–51) göre yenilikçi girişimciler; çevresel faktörlerde meydana gelen değişimleri yakından izleyerek bu değişimleri fırsata dönüştürmeli, katılımcı ve

demokratik olmalı, bireyler ve gruplar arası yaratıcı işbirlikleri kurmalı, yenilik ve başarı üzerine odaklanmalı, öğrenmeye ve ilerlemeye açık olmalı, risk alabilmeli ve aldığı riski iyi yönetebilmeli, ileri görüşlü stratejik bir lider özelliği taşımalıdır.

1.3. Girişimcilik Ekosistemi

Girişimcilik ekosistemi kavramının kullanımı ve önemi giderek artmaktadır fakat literatür incelemesi yapıldığında bu kavramın tanımına ilişkin bir fikir birliğinin oluşmadığı söylenebilir.

Mason ve Brown (2014:5) girişimcilik ekosistemini, “Yerel girişimcilik ortamındaki faaliyetlere arabuluculuk eden, resmi ya da gayri resmi bir biçimde birleşen ve birbirleriyle bağlantılı bir dizi girişimci aktör (hem potansiyel hem de mevcut), girişimci organizasyonlar (örneğin firmalar, risk sermayedarları, melek yatırımcılar, bankalar), kurumlar (üniversiteler, kamu sektörü kurumları, finansal kurumlar) ve girişimcilik süreçleri (örneğin, işletme doğum oranı, yüksek büyüme gösteren firmaların sayısı, gişe rekorları kıran girişimcilik seviyeleri, seri girişimci sayısı ve girişimci hırs seviyeleri)” olarak tanımlamışlardır.

Cohen (2006: 3)’ e göre girişimcilik ekosistemi; yeni iş fikirlerine destek ve kolaylaştırıcı unsurlar sunarak sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen ve belirli bir coğrafyayı paylaşan birbirine bağlı bir grup aktör olarak tanımlanmıştır.

Vogel (2013: 446) ise girişimcilik ekosistemini, coğrafi bir bölgede bulunan çeşitli ve etkileşimli topluluklar olarak tanımlayarak birbirine bağlı olan aktörlerden (girişimciler, kurumlar ve kuruluşlar) ve faktörlerden (pazar, düzenleyici çerçeve, destek ortamı, kültür) yeni bir girişim yaratmayı teşvik etmenin ve etkileşimin önemine vurgu yapmıştır.

Girişimcilik ekosistemi kavramının ortaya çıkışı günümüzdeki teknokent kavramının öncüsü konumundaki Silikon Vadisi’ne dayanmaktadır. Stanford üniversitesindeki öğrenciler, aldıkları akademik bilgi ve destek sayesinde iş fikirlerini gerçekleştirmeye başladıkları zaman, çevrelerinde bulunan yatırımcıların da desteğini almaya başladılar. Akademik bilgi ile beslenen bireylerin parlak fikirlerin yatırımlarla buluşması sonucu günlük hayatta kullanılan birçok teknolojinin de temelleri atılmış oldu. Günümüzde ABD, Silikon Vadisi sayesinde özellikle teknoloji alanında

girişimciliğin öncüsü ve lideri olarak kabul edilmektedir. San Francisco'ya dünyanın dört bir yanından gelen girişimciler, giderek daha fazla büyüyen ve gelişen bu ekosistem içerinde yer almaya çalışmaktadır (www.odtuteknokent.com.tr).

Isenberg (2010: 3-9) yaptığı çalışmada güçlü bir girişimcilik ekosisteminin oluşması için dikkat edilmesi gereken dokuz kuralı belirlemiştir. Bunlar:

1. Silikon Vadisi'ni taklit etmekten vazgeçin: Intel, Oracle, Google, eBay and Apple gibi yenilikçi devlere ev sahipliği yapan silikon Vadisi, girişimcilik ekosisteminin “altın standart” ı olarak görülmektedir. Silikon Vadisi, teknoloji, para, yetenek, yeniliği teşvik eden kültür ve başarısızlığa karşı yüksek toleransın hepsine sahip olduğu için hükümet liderleri Kaliforniya gibi olmak istemektedir. Fakat hkmetlerin başka bir Silikon Vadisi olma hırısı onları başarısızlığa ve hayal kırıklığına uğratmaktadır. Çünkü Silikon Vadisi bile bugün denese kendisi gibi olamayacaktır.

2. Girişimcilik ekosistemini yerel koşullar çerçevesinde şekillendirin: lkeler coğrafya, doğal kaynak ve kültür gibi konularda birbirlerinden farklı özelliklere sahiptir. Ekosistem oluşturulurken bunlar göz ardı edilmemeli ve yerel şartlar üzerine inşa edilmelidir.

3. Özel sektörü başlangıçtan itibaren işin içinde tutmak: Hükümetler, ekosistemi tek başına inşa edemezler bu yüzden başarılı bir girişimcilik ekosisteminin oluşması için başlangıçtan itibaren özel sektör dâhil edilmelidir.

4. Yüksek potansiyele sahip olanları destekleyin: Yüksek büyüme potansiyeline sahip her girişim doğası gereği yüksek risk taşımaktadır. Böyle firmaların başarılı olması için vergilendirmede gerekli düzenlemeler yapılarak, pazara ulaşımın n açılarak, bürokratik engellere gereğinden fazla takılmaları önleyerek büyümelerinin önündeki engeller kaldırılmalıdır.

5. Küçük girişimleri destekleyin: Isenberg bu kuralın önemini Microsoft rneği ile vurgulamıştır.

6. Kültürel değişimlerle mücadele edin: Kökleşmiş bir kültürü değiştirmek oldukça zor olmasına rağmen imknsız değildir. Bu yüzden kültür aşılanmalıdır ve kültürel değişimlere karşı gerekli direniş gösterilmelidir. Bu konuda verilebilecek en iyi rnek

Şili ve İrlanda'dır. Bu iki ülke bir nesilden daha az bir sürede girişimcilik ile ilgili sosyal normların değişebileceğini göstermişlerdir.

7. Hükümet olarak kaynakların nereden geldiğini vurgulayın: Yüksek potansiyelli girişimlere bile destek sağlarken kaynaklar bilinçli kullanılmalıdır. Yeni girişimler piyasanın sertliği ile kendileri yüzleşebilmelidir. Bu sayede girişimciler dayanıklılık kazanırlar ve becerilerini geliştirirler.

8. Kümelerin doğal olarak büyümelerine izin verin: Hükümetler girişimci kümeleri oluşturmaya çalışmamalı; var olan kümelerin gelişmesi ve büyümesine destek olmalıdır.

9. Yasal, bürokratik ve düzenleyici çerçeveleri yenilemek: Yasal ve düzenleyici çerçevelerin belirlenmesi, girişimciliğin oluşması ve gelişmesinde önemli bir role sahiptir. Ülkeler girişimcilik ile ilgili gerekli yasal düzenlemelere mevzuatlarında yer vermeli ve gerektiğinde yenilemelidir.

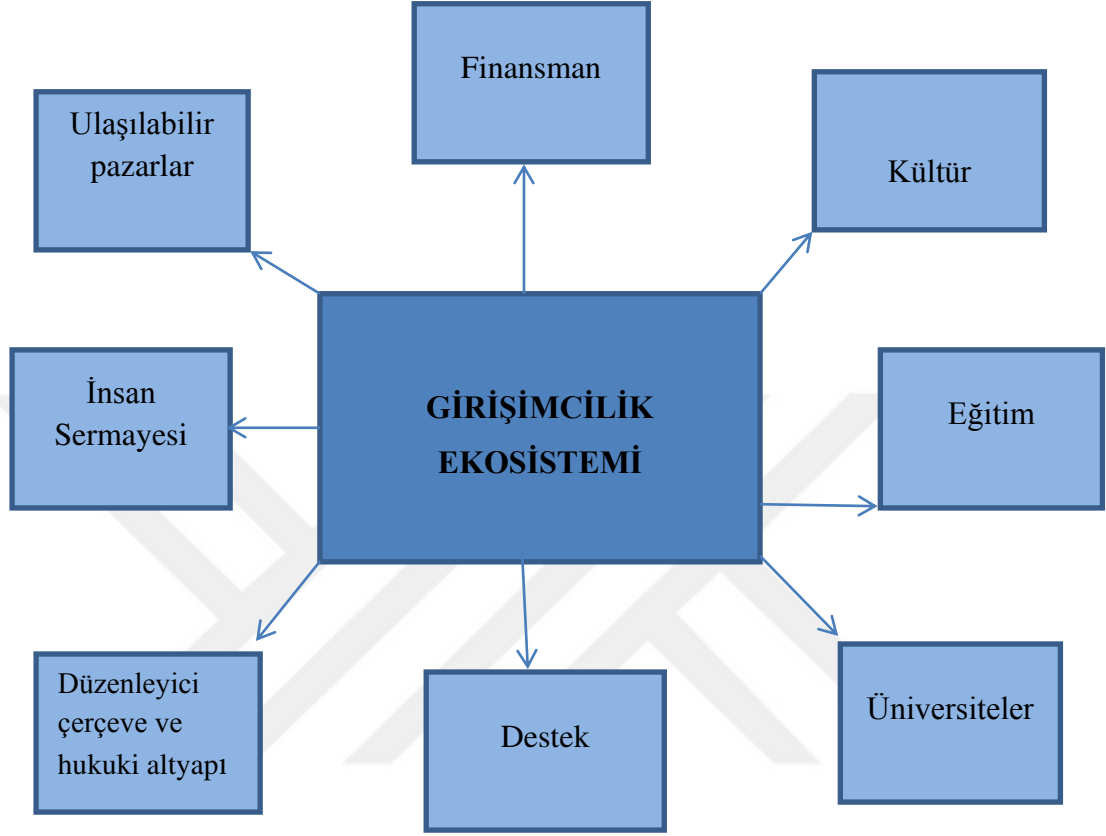
Bugün gelişmiş ülkelerde başarıları ile dikkat çeken girişimcilik ekosistemleri incelendiği zaman; yeni iş fikirleri üretip geliştirme arzusu ve yeteneğine sahip olan bireylerin bölgeye çekilmesi ve gerekli desteklerin sağlanması, yenilikçi fikirlerin gelişerek ve olgunlaşarak ticarileşmesini sağlayan girişimciliğin desteklenmesi ve yenilikçi firmaların bölgede kalmalarına olanak sağlayan kültürel ve sosyal niteliklerin geliştirilmesinin üzerinde durdukları görülmektedir (Cansız vd, 2018: 13).

1.4. Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları

Her bölgenin girişimcilik düzeyi farklıdır. Bazı bölgelerde yoğun bir şekilde girişimcilik faaliyetleri gerçekleşirken bazı bölgelerde yetersiz kalmaktadır. Bölgeler arasında böyle bir farkın ortaya çıkmasını sağlayan etmen bölgelerdeki girişimcilik ekosisteminin olgunluğu ile ilişkilidir. Olgun bir girişimcilik ekosisteminin içerisinde destekleyici birçok unsur yer almaktadır. Eğer bir bölge girişimciliği besleyen, girişimciliğe destek sağlayan unsurlara sahipse, o bölge girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için uygun bir yerdir (Duran, 2018: 69).

Girişimcilik ekosistemi kavramının öneminin artmaya başlamasıyla birlikte ekosistem için geliştirilen farklı modellerin ortaya çıktığı görülmektedir. ASPEN (2013: 2) tarafından yapılan çalışmada dokuz farklı modelin olduğu belirtilmiştir. Modellerde genel olarak benzer temalar üzerinde durulduğu söylenebilir. Geliştirilen dokuz

modelden biri de The World Economic Forum yani Dünya Ekonomik Forum’una aittir. Bu modele göre girişimcilik ekosistemi sekiz ana unsur ve bunları besleyen birçok alt unsurdan meydana gelmektedir.



Kaynak: WEF, 2014: 6

Şekil 1.2. Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları

1.4.1. Finansman

Finansman, girişimciliğin ve girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde en temel unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir fikrin veya yeniliğin gerçekleşmesi için gerekli finansmana ulaşmak şarttır. Aksi takdirde bu fikir ya da yenilik ne kadar önemli olsa da hatta girişimci, girişimcilik özelliklerinin hepsine sahip olsa da projenin hayata geçirilme olasılığı yoktur. Çoğu girişim kuruluş aşamasında girişimcinin kişisel birikimleri ile finanse edilmesine karşın sonraki aşamalara geçildiğinde farklı kaynaklardan gerekli finansmanı sağlaması gerekmektedir. Özellikle yenilikçi, yüksek büyüme potansiyeli taşıyan girişimlerin finansman ihtiyacı çok olduğu için muhakkak ki yeni finansman kanallarına ihtiyacı olacaktır (Aydın, 2015: 111- 112).

Bir işletmenin çarklarını para yağlar. Para olmadığı sürece en cesur ve en güzel şekilde yapılmış bir iş planı bile sadece bir kâğıt parçası olarak kalmaya mahkûmdur. Para, her düzeyde girişim için asli bir unsurdur. Firmalar bir işin başlangıç aşamasında ve gelişim sürecinin her aşamasında finansmana ihtiyaç duymaktadır. Hatta yıllık satış rakamları milyarlarca dolar olan olgunlaşmış işlerin bile kendi alanındaki gücünü koruyarak devam ettirebilmesi için sürekli olarak finanse edilmesi gerekmektedir (Luecke, 2008: 99).

WEF'e göre (2014: 6) girişimcilik ekosisteminde yer alan finansal bileşenler şunlardır:

- Arkadaşlar ve Aile,
- Melek Yatırımcılar,
- Özel Sermaye,
- Girişim (Risk) Sermayesi,
- Borçlanma.

1.4.1.1. Arkadaşlar ve Aile

Girişimciler iş fikirlerini hayat geçirmek için kuruluş sermayesi olarak kendi kişisel birikimlerinin yeterli olmadığı durumlarda gerekli finansmanı karşılamak için ilk olarak yakın çevresindeki eş-dosttan destek almaya başvurur. Çünkü bu borçlar için genellikle faiz uygulaması yapılmaz ve geri ödeme süresi çoğunlukla tam olarak belirtilmez. Fakat bu şekilde gerekli finansmana ulaşmanın faydalarının yanı sıra bir takım sakıncaları da bulunmaktadır. Bunlar; borç veren kişilerin yapılan işi sahiplenmesi, çalışanlara ve hatta yönetime müdahale etmesi, elde edilen kâr üzerinden pay almak istemesi ya da faaliyetleri yönlendirmek istemesidir (Duman ve Yücenurşen, 2014: 245).

1.4.1.2. Melek Yatırım

Yatırımcıya melek terimi ilk defa İngiltere'de yakıştırılmıştır. New Hampshire Üniversitesi'nden İngiliz Profesör William Wetzel, ABD'deki girişimcilik faaliyetleri ve finansman modelleri üzerinde inceleme yaparken salt getiri beklentisi dışında yatırımcının başka motivasyonlarının da olduğunu düşünerek literatüre ilk defa bu terimi eklemiştir. Yatırımcıların “melek yatırımcı” olarak nitelendirilmesi yatırımları ile

destek oldukları şirketlerle yakın ilişkiler kurması ve şirketlere samimi destekler sunmasından kaynaklanmaktadır. Melek yatırımcılar firmalara maddi destek sağlarken aynı zamanda kendi tecrübelerini, bilgi ve birikimlerini de girişimcilerle paylaşırlar yani melek yatırımcılar sadece finansal kaynak sağlayıcı değil aynı zamanda yol gösterendir (Uluyol, 2008: 49).

Melek yatırımcılar, kısa sürede kâra geçebilecek ve pazar değerini arttırma potansiyeline sahip yeni projelere ve firmalara, genellikle kuruluş ve büyüme aşamasında ihtiyaç duyulan finansmanı sağlayarak ortak olmak isteyen yatırımcılardır. Yatırım yaptıkları işletmelerin başarıya ulaşarak kâra geçmesi ve hisselerin değer kazanmasından bir süre sonra sahip oldukları hisseleri girişimciye, diğer yatırımcılara ya da borsada satma yoluna giderek yatırımdan ayrılmak isterler (Karabulut, 2016: 207). Daha sonra yeni fikir sahipleri ile irtibata geçer ve destekleyecek yeni iş fikirleri bulurlar. Bu özellikleri göz önüne alındığında melek yatırımcılar girişimciliğin gelişmesine katkı sağlarken aynı zamanda toplumsal olarak katma değer üretebilecek iş fikirlerinin hayata geçirilmesinde aktif bir rol üstlendikleri için toplumsal bir işleve de sahiplerdir (Uluyol, 2008: 50).

Melek yatırımcılar bireysel olarak sadece kendi sermayelerini kullanarak yatırım yapabildikleri gibi bu yatırımı birleşerek grup halinde de gerçekleştirebilirler. Birleşme sonucu daha büyük sermaye sağlayabilirler. Dünyada yatırımcılar ile iş fikri olan girişimcileri bir araya getirmeyi amaçlayan birçok melek yatırımcı ağı bulunmaktadır (Kanat, 2011: 9).

Preston (2007: 7)' a göre melek yatırımcılar:

- Sosyal sorumluluk duygusu olan
- Girişimcilik sürecinde rol alan
- Girişimciler için danışmanlık ve rehberlik rolünü üstlenen
- Bölgesel yatırım yapan
- Yatırımları sonucu ortaya çıkabilecek zararları göze alan
- Kendi birikimleri ile yatırım yapan
- Çeşitli alanlarda portföye sahip
- Yatırımlarının uzun dönemde getiri sağlamasını sabırlı bir şekilde bekleyebilen yatırımcılardır.

Yüksek gelir düzeyinde olan ve çoğunlukla başarılı iş adamları veya profesyoneller olan melek yatırımcılar şu özellikleri taşıyan firmalara destek sağlarlar (Luecke, 2008: 126):

- Risk sermayesi şirketlerinin ilgisini çekmeyecek kadar küçük olan,
- Olgunlaşma döneminde bile risk sermayesi şirketlerinin ilgisini çekemeyecek kadar az gelir elde eden,
- Bankaların kredi vermek için, risk sermayesi şirketlerinin ise yatırım yapmak için fazla riskli olan.

Melek yatırımcıların yatırımlarını yaptıkları ortak bir iş kolu bulunmayıp her sektör üzerine yatırım yapabilirler. Fakat geçmiş tecrübelerini paylaşabilecekleri, bilgi ve deneyim sahibi olduğu şirketlere yatırım yapmayı tercih ederler. Melek yatırımcılık yurt dışında adeta meslek haline gelmiştir ve bir iş adamı birden fazla şirkette yatırımları karşılığında pay sahibi olabildiği gibi, küçük oranlarla on işe daha ortak olabilmektedir (Uluyol, 2008: 49) .

1.4.1.3. Girişim Sermayesi (Risk Sermayesi)

Risk sermayesi genel olarak, yaratıcı ve aynı zamanda önemli ekonomik değerler üretme potansiyeline sahip fakat finansal açıdan yeterli güce sahip olmayan genç ve hızlı büyüyen firmaların yatırım fikirlerini ve projelerini hayata geçirmelerine imkân sağlayan bir yatırım finansmanı olarak tanımlanabilir (Er ve diğerleri, 2015: 36).

Metrick ve Yasuda (2011: 3)'ya göre risk sermayesinin beş temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar;

- Risk sermayesi finansal bir araçtır. Yatırımcıların sermayesini alarak doğrudan portföy şirketine yatırım yapar.
- Risk sermayesi sadece özel şirketlere yatırım yapar ve yatırım yapıldığı zaman şirketler hemen halka açılmazlar.
- Risk sermayesi, portföyünde yer alan şirketleri izleme ve onlara yardım etme konusunda aktif bir rol üstlenmektedir.
- Risk sermayesinin temel amacı, satış ya da halka arz aracılığıyla yatırımlarının finansal getiri oranını en üst düzeye çıkarmaktır.
- Risk sermayesi, şirketlerin içsel büyümesi üzerine yatırım yapar.

Genç teknoloji firmaları yenilik ve büyümenin önemli bir kaynağını oluşturmaktadır. Bu sebepten ötürü politika yapıcılar ilgilerini ileri teknoloji sektörlerine yöneltmişlerdir. Gelecek vaat eden fikirlere sahip çok sayıda yüksek kaliteli girişimcilerin ortaya çıkması için aktif bir araştırma ortamına ihtiyacı vardır. Ancak, potansiyel girişimciler fikirlerini ticarileştirmek için bir firma kurduklarında bazı engellerle de yüzleşmek zorunda kalırlar. Karşılaşılan engellerin başında sermaye eksikliği ve yeterli ticari deneyime sahip olmamak gelmemektedir. İş fikrini pazarlanabilir bir ürüne dönüştürmek, teknolojik ve yönetsel riskleri de beraberinde getirmektedir. Firma yönetimi konusunda henüz kendini ispatlamamış olan başlangıç girişimcilerinin başlangıç yatırımları ve araştırma harcamaları için gerekli finansmana ek olarak firmanın oluşumu esnasında iş bağlantıları, stratejik tavsiyeler ve yönetim alanında alabilecekleri diğer desteklere de ihtiyacı bulunmaktadır. Deneyimli risk sermayedarları hem para hem de yönetim alanında danışmanlık hizmeti vererek girişimciler için “bilgili sermaye” sunabilirler (Keuschnigg, 2003: 3).

Risk sermayedarları genellikle belirledikleri ölçütlere uyan firmaları ya da işletmeleri kendileri bulur. Çünkü risk sermayesi kuruluşları büyüme potansiyeli olan firmalara yatırım yapmak için adeta birbiri ile yarışır. Hatta Silikon Vadisi gibi gelecek vaat eden şirketlere ev sahipliği yapan yerlerde girişimcilik ağı kurarlar. Fakat bu hiçbir şey yapmadan yatırımcının gelmesini beklemek gerektiğini göstermez. Risk sermayesine ihtiyaç duyulacağı tarihten altı-sekiz ay kadar önce harekete geçmekte fayda vardır. Risk sermayedarları ile irtibat kurmak için izlenecek en iyi yollardan biri bu kuruluşların listesini bulmaktır. Listedeki çalışma alanına uygun olan yatırımcılara iş planına ilişkin uygulama özeti e-posta veya başka yöntem ile gönderilerek yatırımcıların dikkati çekilebilir ve yatırım gerçekleştirilebilir (Luecke, 2008: 134).

İş fikrine sahip girişimciler, risk sermayesi şirketlerine aşağıdaki bilgileri yazılı olarak sunarak müracaat ederler (Dilsiz ve Kölek, 2004: 14):

- Yatırımın maliyeti
- İşletmenin giderleri
- Hazırlanan pazar stratejisi
- Gelir tahmini
- Üretim şekli

- Yönetim biçimi
- Yöneticilerin sahip olduğu özellikler
- Oluşturulması planlanan mali yapı.

Risk sermayesi şirketleri gelen her müracaatı değerlendirmekle birlikte her projeye destek sağlamayı kabul etmemektedir. Başvuruda yazılı olarak beyan edilen bilgileri inceler ve kendi ölçütleri ile karşılaştırırlar. Uygun görülen proje sahipleri görüşmeye davet edilir. Girişimci ve yatırımcı arasında mutabakat sağlandığı takdirde girişimci projesi üzerinde ayrıntılı olarak çalışmaya başlar. Bu aşamada, oluşturulan projenin ekonomik, teknik ve mali yapısı minimum beş yıllık dönemi kapsayacak şekilde projeksiyon aracılığı ile incelenir ve fizibilite çalışması yapılır. Ortaya çıkan neticelerin değerlendirmesi olumlu olursa, yatırımcı projeye katılmak için koşullarını belirler. Yatırımcı tarafından belirtilen koşulların girişimci tarafından kabul edilmesi halinde karşılıklı hak ve yükümlülükleri içeren bir yatırım sözleşmesi hazırlanarak imzalanır (Dilsiz ve Kölek, 2004: 15).

Risk sermayesi ile gerekli finansmanı sağlama yoluna giren girişimciler, temelde bir ortaklığı da başlatmış olurlar. Bu ortaklığın bir tarafında teknolojik yenilikleri inceleyen, bu yenilikleri bir proje haline dönüştüren ve mal/hizmet üretimine başlayan girişimci yer alırken, diğer tarafta girişimcinin projesinde başarı elde edeceğine inanıp finansal destek sağlamak isteyen risk sermayesi şirketleri bulunmaktadır (Duman ve Yücenurşen, 2014: 248).

Risk sermayesi sahibi yatırımını yaptıktan sonra şirketleri izlemeye alır, portföy şirketlerinin teknik ve yönetim ekiplerini güçlendirmek maksadıyla bağlantılarını devreye sokar ve kurullarda yer almasının verdiği yetkinin etkisiyle şirketin plan ve stratejilerini etkilemek için uğraşır. Şirket halka açılınca veya başka şirketlere satınınca da risk sermayedarının yatırım süreci sona erer (Luecke, 2008: 134).

Risk sermayesinin ilk uygulandığı ülke ABD'dir. ABD'de bulunan girişim sermayesi şirketlerinin başarı elde etmesiyle birlikte, İngiltere, Japonya ve İsrail gibi Avrupa devletleri başta olmak üzere diğer ülkelerde de benimsenerek gelişmeye başlamıştır. Amerika'da 1970'li yıllardan sonra hem tutar hem de yatırım sayısı bakımından önemli boyutlara ulaşmış alternatif bir finansman yöntemidir. 2000 yılında yıllık toplam yatırım tutarı 105 milyar dolar gibi rekor seviyeye ulaşmıştır. 2000

yılından günümüze kadar dalgalı bir seyir izlemesine karşın genellikle artış eğiliminde olmuştur (Er ve diğerleri, 2015: 37).

Risk sermayesi, 1970 yılından günümüze kadar Amerika’da inovasyonun arkasındaki en büyük güçtür. Şuan birer dünya devi olan Microsoft, Yahoo, Amazon, Cisco, Apple, İntel ve Oracle gibi birçok inovasyon odaklı firma risk sermayesini kullanarak kurulmuşlardır. Özel sektörün yenilikçi iş fikirlerinin finansmanına katılmasını sağlayan önemli faktörlerden biri de girişim sermayesi fonlarının yaptıkları yatırımlardan ayrışmaları için uygun bir mekanizmanın var olmasıdır. Bu sebeple, ABD’de 1971 yılında NASDAQ kurulmuştur. Silikon Vadisinin başarısı üzerinde önemli katkılar sağlaması diğer ülkelerin de örnek alarak benzer modeller geliştirmelerine sebep olmuştur. Güney Kore’de kurulan KOSDAQ ve Japonya’da kurulan JASDAQ bunlara örnek olarak verilebilir. Kurulan bu borsalar hem girişimciler hem de risk sermayesi yatırımcıları açısından bir motivasyon aracı olmuştur (Elçi, 2006: 124-125).

1.4.1.4. Borçlanma

Borçla finansman yöntemi genellikle küçük ve orta ölçekli firmaların başvurduğu alternatif bir finansmandır. Bu finansmanda vade söz konusudur ve bu vade içinde anaparaya ek olarak faiz ödeme yükümlülüğü bulunmaktadır. Girişimciliğe yeni adım atacaklar, özelliklede yenilikçi ya da teknoloji odaklı girişimlerin borçlanma yolu ile kredi kurumlarına başvurması, zaten yüksek düzeyde olan riskini daha fazla arttırarak girişimin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olabilir. Yapılan birçok çalışma, çok başarılı projelerin bile alınan krediyi ödemede sıkıntı yaşanmasından dolayı başarısızlıkla sonuçlandığını göstermektedir (Aydın, 2015: 112).

Bankalar yeni girişimcilere uzun vadeli veya güvencesiz kredi sağlamaktan kaçınmaktadır. Kredi verirken bankalar aşağıdaki üç sorunun cevabını ararlar ve aldıkları cevaplardan tatmin olurlarsa kredi kullanmalarına hak tanırırlar (Luecke, 2008: 104):

- Borç alan, aldığı parayı ödeyebilecek mi?
- Borç almak isteyen kişi aldığı parayı geri ödeyecek bir karaktere sahip mi?
- Borç alacak kişinin geri ödeme yapmaması halinde, el koyabileceğim pazarlanabilir bir mal varlığına sahip mi?

1.4.1.5. Kitlesele Fonlama

Kitlesele fonlama, yenilikçi bir iş fikrine sahip girişimcilerin bu fikirlerini hayata geçirmek için ihtiyaçları olan gerekli finansmanı web siteleri ve sosyal medya araçlarının yardımı ile elde etmelerine olanak sağlayan yeni bir finansman yöntemi olarak tanımlanabilir (İzmirli Ata, 2018: 275).

Kitlesele fonlama, 2008 yılında yaşanan küresel finansal krizin ardından küçük ölçekli ve yeni kuruluş aşamasında olan genç işletmelerin finansal kaynak bulmakta yaşadıkları zorlukları gidermek amacıyla bir çeşit çözüm alternatifi olarak ortaya çıkarak hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. Kitlesele fonlamanın kısa sürede yaygınlaşmasını sağlayan etmenler (Onur ve Değirmenci, 2015: 1):

- Bankaların küçük ölçekli işletmelere geri ödeme konusunda risk taşıdıklarını düşünerek kredi vermek istememesi,
- Küçük ölçekli işler için gerekli finansman kaynağını bulma maliyetinin yüksek olması,
- Pek çok kişinin yardımlaşma konusunda istekli olması,
- İnternetin finansman bulma, alışveriş yapma, bağış toplama ve büyük topluluklara erişimi kolaylaştırmasıdır.

Ülkelerin girişimcilik ekosistemindeki gelişmişlik düzeyleri, kitlesele fonlama sisteminin başarısı üzerinde oldukça etkilidir. Girişimciliğe destek veren bir kültürel yapının varlığı, devlet tarafından girişimciliği teşvik eden ve kolaylaştıran politikaların geliştirilmesi, finansal kaynaklara erişim, kaliteli insan sermayesi, destekleyici kurumlar gibi unsurlar kitlesele fonlama için bir başarı kriteri özelliğindedir. Yani girişimcilik ekosistemini oluşturan unsurlar ile kitlesele fonlamanın işleyişi doğrudan ilişkilidir. Örneğin, ülkelerin yeni oluşacak firmalara yapılacak yatırımları desteklemek için gerekli yasal çerçeveyi oluşturması bir ihtiyaçtır. Teknolojik altyapının varlığı kitlesele fonlama sisteminin çalışmasında oldukça etkilidir. Kitlesele fonlamaya konu olabilecek yeni projelerin oluşturulması; o ülkede yaşayan insanların girişimciliği benimsemesi, yeni fikirlerin üretilmesi, ülke tarafından yenilikçiliği ve girişimciliğin desteklenmesi, bireylerin girişimciliğin gereği olarak risklere ve başarısızlıklara karşı yüksek tolerans

sergilemesi kısacası girişimcilik kültürü ile de doğrudan ilişkilidir (Atsan ve Erdoğan, 2015: 314).

Kitlese fonlama sisteminin birçok avantajı ve faydası olmasına karşın taşıdığı bir takım riskler de bulunmaktadır. Bu riskler şu şekilde sıralanabilir (Kirby ve Worner, 2014: 23-28):

- Kitlese fonlamanın başarısız olması,
- Fonlama platformunun kapanması,
- Dolandırıcılık riski,
- Bilgi asimetrisi ve kalitesi,
- Yatırımcının deneyimsiz olması,
- Yetersiz likidite,
- Siber saldırı.

Dünya Bankası'nın araştırmalarına göre; kitlese fonlama aracılığıyla girişimcilere aktarılan fonların 2025 yılında 90-96 milyon USD' ye ulaşması öngörülmektedir. Bu öngörünün gerçekleşmesi halinde en büyük potansiyele Çin sahip olacaktır ve Çin'i sırasıyla Doğu Asya, Orta Avrupa ve Latin Amerika izleyecektir (World Bank, 2013: 43).

1.4.1.5.1. Kitle Fonlama Türleri

Temelde dört çeşit kitlese fonlama bulunmaktadır. Bunlar; bağış bazlı, ödül temelli, borç ve ortaklık temellidir. Bu dört kitlese fonlama türü de finansal ve finansal olmayan kitlese fonlama olarak kendi aralarında ikiye ayrılmaktadır. Bağış ve ödül finansal olmayan, borç ve ortaklık temelli ise finansal kitlese fonlama türlerini oluşturmaktadır (İzmirli Ata, 2018: 281).

1.4.1.5.1.1. Bağış

Bu modelde, iş fikri veya proje sahiplerinin yatırımcılara sağladıkları fon katkılarında dolayı maddi ya da manevi herhangi bir getiri veya menfaat temin etmediği için, yapılan kaynak transferi destekçiler tarafından bağış olarak nitelendirilmektedir (Sakızlı, 2018: 11). Finansal açıdan bir beklenti söz konusu

olmadığı için riskten de bahsedilemez fakat bağış yolu ile istenilen miktarda fon fonun toplanması da zordur (Onur ve Değirmenci, 2015: 2).

1.4.1.5.1.2. Ödül

Ödül temelli kitlesel fonlama, projelerini gerçekleştirecek fonu sağlayanlar için genellikle maddi olmayan bazı ödüller vermeyi temin eden proje sahiplerinin başvurduğu bir yöntemdir (De Buysere vd, 2012: 10).

1.4.1.5.1.3. Borç

Kitlelerden toplanan fonlar borç niteliğinde olur ve önceden belirlenen sürenin sonunda alınan borç faizi ile birlikte yatırımcıya ödenir. Bu model bankalardan daha düşük faiz oranı ile borçlanmak isteyen ya da bankalardan kredi alabilmek için gerekli teminat ya da mal varlığına sahip olmayanlar tarafından tercih edilmektedir (De Buysere vd, 2012: 11).

1.4.1.5.1.4. Ortaklık Temelli

Bu modelde fon sağlayan yatırımcılar, fon sağladıkları girişim veya proje sahibi şirkette sağladıkları katkı oranında hisse sahibi olurlar. Genellikle start-up ya da inovasyon ekosisteminin bir parçası olarak öz sermaye üzerine katkı sağlayan bir finansmana erişim alternatifi olarak karşımıza çıkmaktadır (Sakızlı, 2018: 17).

1.4.1.6. Halka Arz

Halka arz büyümeyi ve kurumsallaşmayı hedefleyen firmalar için hem bir fırsat hem de ucuz ve farklı bir finansman yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Büyüme ve gelişmeyi hedefleyen firmalar bu amaçlarını gerçekleştirmek için bazen işletme dışı kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu firmalar uzun vadeli borçlanma imkânları sınırlı olduğu için çoğu zaman kısa vadeli borçlanmaya yönelmekte; bu da vadesinde ödenmemesi halinde ciddi sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca günümüzde küresel rekabet şartlarının giderek ağırlaşması, işletmelerin devamlılığını sayılabilmesi için daha uygun şartlarda finansman teminini kaçılmaz kılmaktadır (Dikbaş, 2006: 58).

Halka arz sayesinde bir gün önce mali durumları oldukça sıradan olan girişimci şirketlerin kurucularının ve idarecilerinin ertesi gün milyoner oldukları görülmüştür. Örneğin 1995 yılında kurulan eBay, 1998 yılında halka arza çıkmasının arifesinde

kurucusu olan Omidyar'ın elinde 44 milyon paya denk gelen hisse senedi vardı ve piyasada hiçbir değeri yoktu. Hisselerin ertesi gün NASDAQ'da satışa çıkmasıyla birlikte fiyatlarda bir tırmanış yaşanmıştır. Bir gün önce değersiz olan senet ertesi gün 4 milyar doların üzerine çıkmayı başarmıştır (Luecke, 2008: 146).

1.4.2. Girişimcilik Kültürü

Kültürün, girişimciliğin oluşmasında ve girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde yadsınamayacak etkileri vardır. Girişimcilik kültürü, girişimcilere yeni bir vizyon ve misyon kazandıran, çalışmalarının ve harcamalarının karşılığını almayı hedefleyen girişimci tipinin yetişmesini sağlayacak bir kültürdür (Tekin, 2005: 57).

Girişimcilik doğuştan gelen bir takım özellikler ve beceriler gerektirirken aynı zamanda içinde yaşanılan toplumun sosyo-ekonomik ortamının ürünü olduğu için bir kültür olayıdır. Her girişimci içinde yaşadığı toplumun kültürel değerleri ile donatılmıştır. Yani bireyler içinde yaşadığı toplumda hâkim olan kültürel değerlerin taşıyıcısıdır. Bu yüzden bir toplumdaki girişimcilik olgusunu anlamak için o toplumun sahip olduğu bazı kültürel unsurlarında bilinmesi gerekmektedir (Günay ve Çetin, 2003: 193-194).

Her toplumun sahip olduğu kültürel değerler birbiri ile aynı değildir. Aytaç ve İlhan (2007: 112) yaptıkları çalışmada girişimciliğin farklı kültürlerde farklı şekillerde gerçekleştiğini ve kültürel farklılıkların girişimcilerin davranışlarını etkilediğini belirtmiştir. Farklı kültürel özellikler, kendi bağlamlarında farklı davranış ölçüleri; özerklik, yenilikçi olma, teşebbüs isteği, değişiklik arzusu gibi eğilimleri ortaya çıkarabilmektedirler. Her kültür dinamik/atak davranışlar üretme kapasitesine sahiptir fakat bunun bazen toplumsal bazen de yönetsel kültür unsurlarındaki zayıflamanın bir sonucu olarak, girişimsel anlamda körelmelere neden olduğunu da göz ardı etmemek gerekmektedir. Bünyesinde girişimci değerlere yer veren kültürler girişimciliğin oluşması için sağlam zemin hazırlarken; yönetsel kültürün fazla otoriter olduğu ya da aşırı denetleyici bir yapıda olduğu toplumlarda ise girişimciliğin önü kapatılmaktadır.

Günümüzde girişimcilik kültürüne sahip olan ve bunu girişimcilik politikalarına uygun bir şekilde kullanmayı başarabilen toplumlar girişimcilikte başarılı olabilmektedir. Bir ülkede girişimcilik politikası amaçlarına uygun olarak yeni bir girişimci tipi geliştirilmek isteniyorsa ilk olarak yeni bir girişimcilik kültürünün

oluşturulması gerekmektedir. Yeni bir girişimcilik kültürünün oluşturularak girişimcilikte gelişme sağlayabilmek için girişimcilerin sahip olması gereken bazı nitelikler vardır. Örneğin; girişimci bireyler deneyimlerinden başarılı sonuçlar çıkarabilmeli, yeki ve sorumluluk üstlenebilmeli, uygun ve anlamlı riskler almaktan kaçınmamalı, rekabet ve mücadeleden zevk alabilmeli, yeniliklere açık olmalı, sürekli ve dengeli büyümeyi hedeflemeli, gündelik düşüncelerden ve önyargılardan etkilenmeden olayları doğru yorumlama yeteneğine sahip olmalıdır (Tekin, 2005: 58-59).

WEF’ e göre (2014: 7) girişimcilik kültürünün oluşmasında etkili olan altı ana unsur şunlardır:

- Risk ve başarısızlığın toleransı,
- Serbest meslek tercihi,
- Başarı öyküleri / rol modelleri,
- Araştırma kültürü,
- Girişimciliğin olumlu görüntüsü
- Yeniliklerin kutlanmasıdır.

Girişimciler, risk alabilen, riski hesaplayabilen ve hatta riski paylaşabilen bireylerdir. Belirsizliğe karşı yüksek toleransa sahip girişimcilerin başarı olma ihtimalleri kadar başarısızlığa uğrama ihtimalleri de yüksektir ve bu gerçek girişimciler tarafından kabullenilmiştir (Özkaşıkçı, 2013: 66-67). Kısacası bireyler girişimciliğe adım atarken bunun beraberinde getireceği riskleri kabullenir ve girişim sonucunun başarısızlıkla sonuçlanabileceği ihtimalini göze alarak başlarlar.

Girişimci kültürlerin genel olarak “kişisel bağımsızlık” görüşüne odaklandıkları görülmektedir. Bu tür kültürlerde bireylerin bağımsız olarak hareket etme istekleri olumlu olarak karşılanır. Sağlanan bu tolerans sayesinde bireyler kendilerini daha özgür hisseder, kendi sesine kulak verir, hayal ettiklerini gerçekleştirmek için çaba içerisine girer ve böylece girişimciliğin ortaya çıkmasındaki hayati unsurlar ivme kazanmış olur. Kişisel bağımsızlığa sahip olan bireyler, baskı kuran ve sınırlandıran etkilerden

uzaklaşarak; özgün, yaratıcı, yeni, farklı şeyler deneme, yeni şeyler icat etme imkânı yakalayabilirler (Aytaç ve İlhan, 2007: 116).

Yerel girişimcilik ekosisteminin oluşmasında ve girişimcilik kültürünün gelişmesinde en etkili paydaşlardan biri de yerel medyadır. Yerel medya, girişimci rol modellerinin tanıtımını yaparak girişimciliğe özendirir, bölgede bulunan başarılı girişimcilerin girişimcilik öykülerini duyurarak girişimciliğin kutlanmasını sağlar, yeni girişimcilere ilham kaynağı olur. Bunlara ek olarak paydaşlar arasında ortaya çıkabilecek iletişim kopuklukları da yerel medya vasıtasıyla giderilebilir (İZKA, 2013: 46).

1.4.3. Destek

Her iş fikri bulunduğu aşamaya göre farklı destek sistemlerine ihtiyaç duymaktadır. Girişimcilerin ekosistemlerde yer alan paydaşlar tarafından desteklenebilmesi için öncelikle tespit edilmeleri gerekir. Burada sadece işini kurmuş fakat büyütme amacı taşıyan girişimciler değil aynı zamanda fikir aşamasında olan veya girişimci olmak isteyen fakat iş fikrine sahip olmayan potansiyel girişimcilerin tespitinden bahsedilmektedir. Tespit edilen girişimciler mentörler, yatırımcılar ve diğer girişimcilerle bir araya gelme imkânı bulmaktadır. Yerel veya ulusal düzeyde organize edilen iş planı yarışmaları girişimcilerin tespiti için kullanılan temel araçtır. Buna ek olarak verilen girişimcilik eğitimi programları, kuluçka ve hızlandırıcı programlarının giriş süreçleri ve büyük şirketler tarafından uygulanan girişimcilik programları sayesinde de girişimcilerin tespit edilmesi mümkündür (İZKA, 2013: 39).

WEF'e göre (2014: 17) girişimcilik ekosisteminde destek sistemlerinin bileşenleri şunlardır:

- Hızlandırıcılar,
- Kuluçka merkezleri,
- Girişimci ağları,
- Mentorlar/ Danışmanlar,
- Profesyonel hizmetler.

1.4.3.1. Hızlandırıcılar

Girişim hızlandırma programı, herkese açık bir etkinlik ya da demo günü ile sonuçlanan mentorluk ve eğitim unsurlarını kapsayan sabit süreli ve kohort temelli program olarak tanımlanabilir. İlk girişim hızlandırma programı olan Y-Combinator 2005 yılında Paul Graham tarafından kurulmuştur ve Silikon Vadisi'nde yer almaktadır. Kurulan ikinci girişim hızlandırma programı ise iki yeni yatırımcı olan David Cohen ve Brad Feld tarafından 2007 yılında kurulan TechStars'tır (Cohen ve Hochberg, 2014: 2-4).

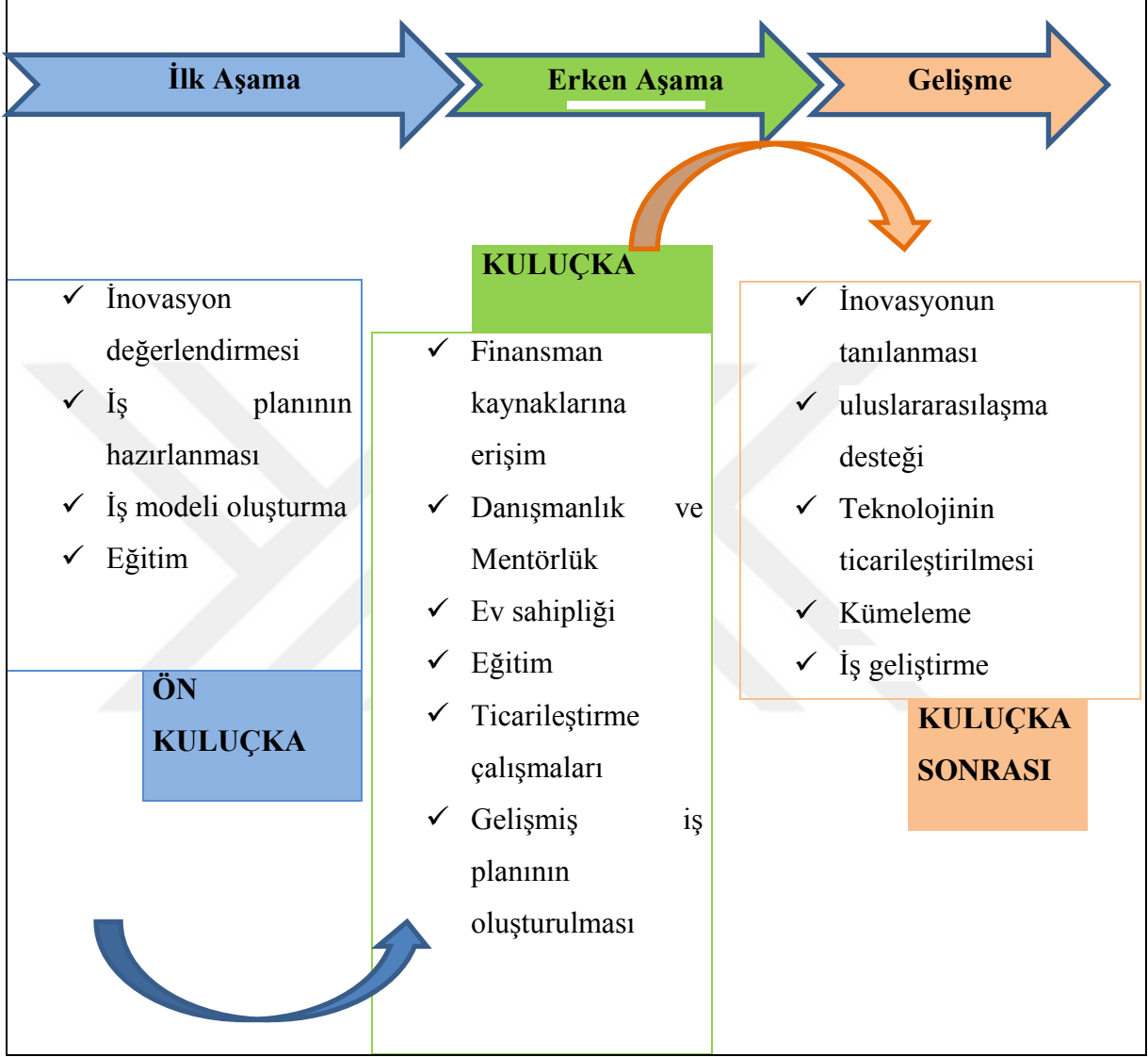
Bir girişimde başarı elde etmek için iyi ve yaratıcı bir fikre sahip olmak tek başına yeterli olmamaktadır. İş fikrinin yanında girişimcilerin işletme yönetimine dair bir takım bilgiye sahip olmaları gerekmektedir. Girişimcilerin hedef pazarı iyi belirlemesi ve ürünün buna uygunluğunu sorgulayıp anlaması gerekir. Start-up firmaları genellikle insan kaynakları yönetimi, finans, fiyatlandırma gibi konularda tecrübe sahibi değildir. Bu yüzden girişimciler bazen bu tecrübesizliğin beraberinde getireceği riskten kaçınırlar. Hızlandırıcılar, bu risklerin boyutunu anlamak ve gerekli tedbirleri almak için danışmanlık hizmetini sunarlar (Nguyen Thu, 2018: 23).

Hızlandırıcılar, hali hazırda iş planı ve kurucu takımı hazır olan, ürün geliştirme konusunda belirli bir ilerleme kaydetmiş girişimleri kabul ederler ve girişimcilerin 3-6 ay gibi kısa süreler içerisinde piyasaya açılmalarını hedefler. Hızlandırıcıların sağladıkları destekler; yoğun olarak çalışan bir ofis mekânı, sürekli faydalanılabilecek mentörlük hizmeti ve yeni bağlantı destekleri olarak sıralanabilir. Hızlandırıcıların işleyişi girişimcilik kampı formatında olup girişimlerin belirlenen sürenin sonunda erken dönem girişim sermayesi desteğinden faydalanabilecek kadar olgunlaşmış olmasını hedefler. Yapısı gereği genellikle bilgi işlem teknolojileri şirketlerine odaklanan hızlandırıcılar, genellikle girişimlere tohum sermayesi desteğini de sunmaktadır (İZKA ve TEPAV, 2013: 40).

1.4.3.2. Kuluçka Merkezleri

Kuluçka merkezleri girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde önemli bir role sahiptir. 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'nda (2001) kuluçka merkezleri; *“Özellikle genç ve yeni işletmeleri geliştirmek amacıyla; girişimci firmalara ofis hizmetleri, ekipman desteği, yönetim desteği, mali kaynaklara erişim, kritik iş ve*

teknik destek hizmetlerinin bir çatı altında tek elden sağlandığı yapılar” olarak tanımlanmıştır.



Kaynak: EURP, 2010: 6

Şekil 1.3. Kuluçka Merkezlerinin Faaliyet Süreci

Şekil 1.3'te kuluçka merkezlerinin faaliyet süreçleri yani bu merkezlere gelen firmaların kademeli olarak alacakları destekler verilmiştir. Şekildende anlaşılacağı gibi firmalar başlangıçtan ürünlerinin ticarileşmesine kadar her süreçte kuluçka merkezleri tarafından gerekli destekleri alabilmektedir. Bu merkezler girişimci firmalara sadece

fiziksel destek değil aynı zamanda danışmanlık ve mentörlük gibi hizmetlerde vermektedir.

Kuluçka merkezleri bir üniversitenin ya da kurumun himayesinde kurulabileceği gibi teknokentler tarafından desteklenen bir yapıda da olabilirler. Uluslararası literatürde inkübatör olarak adlandırılan bu merkezlerde firmaların ihtiyaçlarının çoğu yönetici yapılar tarafından karşılanmakta ve bu bölgelere gelen firmalar desteklenmektedir (Başalp, 2010: 58).

Birçok teknoloji firmasının ev sahibi konumunda olan Silikon Vadisi'nde onlarca kuluçka merkezi bulunmaktadır. Vadide yer alan bu merkezler başlangıç ve ileri aşama olarak çeşitlenmektedir. Bu kuluçka merkezleri mentörlük, teknik altyapı ve network geliştirme hizmetlerini sunarken aynı zamanda yeni girişimlere doğrudan yatırımcı olarak ortak olabilmektedir. Ayrıca farklı ülkelerden üniversiteler ve kümeler, bünyelerinde bulunan girişimcilerin silikon vadisinin yarattığı ekosistemden faydalanması için burada kuluçka merkezi açmaktadırlar. Bu amacı taşıyanlar arasında ODTÜ Teknokent'e ait T-Jump da yer almaktadır (Aydın, 2016: 3).

1.4.3.3. Ortak Çalışma Alanları

Ortak çalışma alanları girişimcileri ortak bir fiziksel alanda bir araya getirmek ve bu sayede girişimcilerin fiziksel yakınlığının doğuracağı etkileşim sayesinde iş fikirlerinin gelişmesine katkı sağlamayı hedefleyen yapılardır. Bu alanlar sayesinde bir araya gelen girişimcilere yönelik çeşitli aktiviteler düzenlenebilir. Ortak çalışma alanlarının yurtdışındaki örnekleri incelendiğinde genellikle eski bir endüstriyel binanın dönüştürülmesi ya da bir kentsel alanın yoğun olarak tanıtımlarının yapılması ve gerekli teşvik çalışmaları sonu bir girişimcilik mahallesi haline dönüşmesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu alanlar genellikle girişimcilerden talep edilen kira karşılığında hizmet vermektedir (İZKA ve TEPAV, 2013: 41).

Yenilikçi bir girişim faaliyetinde bulunmak isteyenlerin ilk yapması gerekenlerden biri düşük maliyetler ile çalışmak olmalıdır. Çünkü bu tür girişimler her girişimde olduğu gibi bir takım riskleri de beraberinde getirmektedir ve bu riski mümkün olduğunca azaltmak için maliyetleri azaltma yoluna gidilmelidir. Silikon Vadisi'ndeki girişimciler bu sorunları için ortak çalışma alanlarını tercih etmektedir. Hatta öyle ki erken dönemde tek başına ofis kiralayanların sayısı neredeyse sıfırdır. San

Francisco’da yaklaşık 50 ortak çalışma alanı bulunmaktadır. Bu alanlar girişimcilere sadece maliyetlerin düşürülmesine değil aynı zamanda çevre yapabilme ve basın ile iç içe olma fırsatı da tanımaktadır (Ünsal, 2013: 26-27).

1.4.3.4. Mentorlar

Mentor kelimesinin kökeni Yunan mitolojisine dayanmaktadır. Odyssey’de belirtildiğine göre Ithaca Kralı Odysseus savaşa gitmeden önce oğlu Telemachus’u hem koruması hem de bilgi ve deneyimi ile yetiştirmesi için en yakın arkadaşı olan Mentor’a emanet eder. Kralın savaştan dönmesi yirmi yıl kadar bir zaman alır fakat bu süre zarfında Mentor tarafından prens, kralın yokluğunda onun yerini alacak tüm bilgi ve deneyimi aktararak eğitmiş, yetiştirmiş ve destek olmuştur. Bu efsaneye dayanarak günümüzde mentor kavramı akıl hocası veya yol gösteren olarak kullanılmaktadır. (www.kalleinovasyon.com).

Kram (1983: 614) yaptığı çalışmada mentorluğun işlevlerini açıklamıştır. Çalışmaya göre mentorluğun işlevlerinden bazıları şunlardır:

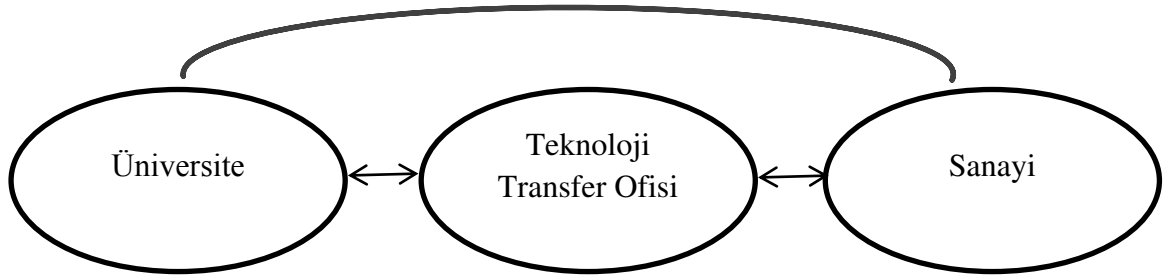
- Mentisine kapalı kapıları açmak,
- Öğretmek ve öğrettiklerinden geri bildirim sağlamak,
- Korumak ve destek olmak,
- Yeni düşünme ve uygulama yollarına özendirmek, yeteneklerini geliştirmeye teşvik etmek,
- Saygı göstermek,
- Profesyonel zorluklarla mücadele etmekte destek olmak.

Girişimcilik ekosisteminde mentorların rolü yadsınamaz. Özellikle yeni kurulan şirketler kafalarında oluşacak sorulara yanıt verecek bir hatta birden fazla danışmana ihtiyaç duyabilir. Yol gösteren konumunda bulunan mentorlar, hem tavsiye veren hem kılavuzluk yapan hem de yeri geldiğinde cesaret veren liderler olarak düşünülebilir. Daha önce benzer yollardan geçerek tecrübe edinmiş, yeni ve genç girişimcilerin ilk defa yaşadıklarını daha önce yaşamış yol gösterenlerin olması girişimcilik ekosisteminin işleyişi açısından ve mentora ihtiyacı olan firmaların hayatta kalabilmesi için kritik bir faktördür (Özkaşıkçı, 2013: 144).

1.4.3.5. Teknoloji Transfer Ofisleri

Teknoloji transferi, “kamu, firmalar, finansman kuruluşları, araştırma ve eğitim kuruluşları, sivil toplum örgütleri vb. değişik paydaşlar arasında bilgi, deneyim ve teçhizat akışı gibi bir dizi etkileşimi içeren geniş bir süreçler bütünü” olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte günümüzde teknoloji bilgi olarak görülmekte ve bu çerçevede teknoloji transferinin tanımı “teknoloji, bilgi-birikim, know-how, tasarım, üretim yöntemleri ve sistemlerinin faydaya ve ekonomik değere dönüşümünü temin etmek için veya daha da gelişmesini ve yeni ürünler, uygulamalar, malzemeler ve prosesler geliştirilmesini sağlamak amacıyla bilimsel ve araştırma kurumları, endüstri, kamu vb. ilgili taraflar arasında paylaşılması” şeklinde de yapılabilmektedir. Buradaki transfer kelimesi, ülke içinde ya da ülkelerarası teknoloji alışverişini ve işbirliğini kapsamaktadır (Kıngır vd, 2015: 98).

Teknoloji transfer ofisleri (TTO) ise Şekil 1.4’ten de anlaşılacağı üzere akademik girişimciliği tetikleyen, üniversite ile iş dünyası arasında köprü görevini üstlenen, üniversitenin teknoloji transferi faaliyetlerini yöneten arayüz birimleri olarak nitelendirilebilir (Hauksson, 1997: 18).



Kaynak: Hauksson, 1997: 18

Şekil 1.4. Üniversite-Sanayi Arayüzü

Günümüzde TTO’ların önemi giderek artmaktadır. Bu ofislerin amaçları üniversitelere göre farklılık gösterse de genel olarak amaçları şu şekilde sıralanabilir (Hauksson, 1997: 17-18):

- Üniversitelerde oluşturulan bir araştırma sonucunu pratiğe uygulamak,
- Araştırma sonucunda elde edilen entelektüel sermayeyi korumak,

- Üniversiteyi araştırma ile ilgili davalardan korumak,
- Üniversite için gelir elde etmek,
- Danışmanlık ve destek hizmetlerini üniversiteye sunmak,
- Telif haklarından doğan getirilerin paydaşlar arasında adil dağılmasını sağlamak.

TTO'lar iş dünyasındaki ihtiyaçları tespit ederek üniversitenin sahip olduğu bilgi ve uzmanlığı onların kullanımına sunan yapılanmalardır. TTO'lar üniversitedeki araştırmacılara, girişimcilere ve iş dünyası mensuplarına hizmet paketleri sunmaktadır. Bu hizmetler kamu ve özel fonlardan faydalanma, fikri ve sınai hakların yönetimi, proje yönetimi, şirketleşme ve girişimcilik alanlarında sunulmaktadır. TTO'lar tarafından sunulan bu hizmet paketleri üniversitenin araştırma alanlarına, sahip olduğu altyapıya ve olanaklarına göre ya da bulunduğu bölgedeki sektörel yapıya göre değişiklik göstermektedir. Gelişmiş ülkelerdeki TTO'lar incelendiğinde bunların büyük bir çoğunluğunun ticarileştirmeye odaklı çalışmalar yürüttüğü görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ise TTO tarafından genellikle üniversite – sanayi işbirliği etkileşimini artırmaya yönelik hizmet paketleri sunulduğu görülmektedir. Bu durumun ortaya çıkma nedeni ise gelişmekte olan ülkelerin teknoloji üretebilmek için Ar-Ge kültürünü yaygınlaştırmak ve teknoloji transferi kültürünü oluşturmak istemesidir (Bürken Özgün, 2018: 73).

1.4.4. Düzenleyici Çerçeve ve Hukuki Altyapı

Gelişen ekonomilerin başlıca hedefleri arasında; ekonomik büyümenin devam etmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, yatırımların artan oranlarda devam etmesi, rakipleri ile rekabet edebilmeleri, teknoloji alanında ilerleme kaydederek yenilikçi ve teknolojik ürünleri üretebilmeleri, özetle katma değeri yüksek ürünler üreterek dünya ticaretinden daha fazla pay almak istemeleri sayılabilir. Bu hedeflerin gerçekleşebilmesi için yenilikçi iş modellerine ve yenilikçi girişimlere ihtiyaç duyulmaktadır. Ülkeler bu tür işletmeleri ülke ekonomisinin büyümesine ve gelişmesine sağladığı katkılardan dolayı desteklemektedir (Ertuğrul ve Altundal, 2018: 29).

Hükümetler bireylerin yeni bir iş fikri oluşturmada ya da yeni bir girişim yaratmasında destek veya engel olabilirler. ABD hükümeti girişimciler için destekleyici

bir hükümet örneğidir. Devlete ait kar amacı gütmeyen birçok kuruluş tarafından girişimcilere ücretsiz destek ve servis hizmetleri sağlanmaktadır. (Solomon ve Fernald, 2014:8) Girişimciliğe destek veren ve bu alana özendirici tutumlar sergileyen ABD’de e-ticaret uygulaması devlet tarafından desteklenerek, bu uygulama için karşılıklı haklarının korunduğu gerekli yasal düzenlemeler yapılmıştır. Böylece online yatırım endüstrisinin oluşması sağlanmıştır (Onur ve Değirmenci, 2015: 7).

Girişimcilik ekosistemini oluşturan sekiz ana unsurdan biri olan düzenleyici çerçeve ve hukuki altyapının unsurları şunlardır (WEF, 2014: 17):

- İş kurma kolaylığı,
- Vergi teşvikleri,
- İş dostu mevzuat/ politikaların varlığı,
- Temel altyapıya erişim,
- Telekomünikasyona erişim,
- Taşıma.

Hükümetlerin girişimcilik ekosistemine müdahale araçlarından biri de maliye politikalarıdır. Teşvik politikası maliye politikasının kullandığı en önemli araçlardan biridir. Hükümetler tarafından oluşturulan finansal destek programları sayesinde girişimciler hangi aşamada olursa olsun gerekli desteği alabilirler. Finansal destek programlarından erken aşama girişimciler, KOBİ’ler hatta büyük ölçekli firmalarda yararlanabilir. Destek sistemi mekanizması esas olarak vatandaşlardan vergi yolu ile toplanan paranın bir kısmının kredi ya da hibe programları aracılığı ile girişimcilere aktarılmasına veya devletin vergi muafiyetleri ve istisnaları yoluyla alacaklarından feragat etmesi başka bir ifadeyle vergi harcaması yapmasına dayanmaktadır (Duran, 2018: 70).

1.4.5. Eğitim

Jones ve English (2004: 416) girişimcilik eğitimini, bireyleri harekete geçiren fikir, bilgi, özgüven ve yeteneğe sahip olmalarını sağlayan ve ticari fırsatları yakalayabilme becerisini kazandıran bir süreç olarak tanımlamıştır.

Eğitim her alanda olduğu gibi girişimcilik konusunda da sihirli bir anahtardır. Girişimciliğin kişilik özellikleri ve eğitim yolu ile elde edilen bir süreçtir. Bireyler sahip oldukları kişilik özelliklerine aldıkları eğitimi de ekleyince başarı şanslarını artırırılar (Dilsiz ve Kölük, 2004: 8).

WEF'e göre (2014: 17) girişimcilik eğitimini oluşturan üç temel unsur bulunmaktadır. Bunlar;

- Üniversite öncesi eğitim
- Üniversitede eğitim
- Girişimciye özgü eğitim

Girişimcilik eğitimi, girişimcilik yeteneğine sahip ve gerektiğinde risk almaktan kaçınmayacak bireylerin farkındalıklarının arttırılmasını ve iş planı geliştirme konusunda tecrübe kazanmalarını da destekler. Girişimcilik eğitimi kapsamı bakımından iki kategoriye ayrılabilir. Bunlardan birincisi teknik eğitimidir. Bu eğitim genellikle girişimcilik karakterine sahip bireylere verilir ve bütçe, hukuk gibi idari konularla bir girişimin devamlılığının sağlanması için gereken iş planının geliştirilmesi için verilebilir. İkinci tür eğitim ise bireylerdeki yaratıcılığı ortaya çıkarıp geliştirmeye, bireylerin kendi sınırlarını zorlayıcı bir şekilde düşünmeye teşvik etmeye, gerektiğinde risk almaktan kaçınmamaya ve hızlı kararlar alma becerilerinin geliştirilmesini kısacası bir girişimcilik karakterinin geliştirilmesini hedef alan eğitimlerdir. Dünyada girişimcilik eğitiminin en kapsamlı olarak verildiği yerlerin başında ABD'de bulunan Bobson Collega gelmektedir (İZKA, 2013: 39).

2000 yılında yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre girişimcilik konusunda odaklanan veya temel dal olarak girişimcilik eğitimi alan bireyler (Doğan ve diğerleri, 2010: 83);

- Yeni iş kurma konusunda üç kat daha fazla eğilime sahiptir.
- Kendi işinde çalışma konusunda üç kat daha fazla eğilime sahiptir.
- Yıllık %27 oranında daha fazla gelir elde etmektedir.
- Mal varlıkları %62 daha fazladır.
- Çalıştıkları işten sağladıkları tatmin düzeyi daha fazladır.

1.4.6. Ulaşılabilir Pazarlar

Pazar karşılanması gereken istek ve ihtiyaçları olan, satın alma gücü bulunan ve bu gücü harcama isteği olan kişiler ya da örgütlerden meydana gelmektedir. Hedef pazar ise satıcının pazarlama çabalarında hedef olarak aldığı müşteri veya tüketicilerden meydana gelmektedir (Mucuk, 2002: 39).

İş planı hazırlanırken üzerinde durulan en önemli konulardan biri pazar araştırması yapılmasıdır. Pazar araştırması aşağıdaki amaçlara yönelik olarak yapılabilir (Kâhyalar, 2014: 67-68);

- Yeni bir girişim/iş fikri için,
- Bir işletmenin mevcut durumdaki satışlarının düşüşe geçmesi halinde bu satışları geliştirmek için,
- Bir işletme, yeni bir ürün üretmeyi planladığı için,
- Yeni rakipler pazara girdiği ya da gireceği için.

Buradan pazar araştırmasının sadece piyasaya ilk defa sürülecek bir ürün için değil piyasaya daha önce sunulan ürünlerin pazardaki yerlerinin korunması ve rakiplerinden gelecek hamleleri takip ederek gerekli önlemleri alması için de gerekli olduğu söylenebilir.

Günümüzde iş hayatında kendini gösteren bir takım ciddi oluşumların işletmelerin pazarlama stratejileri, programları ve uygulamaları üzerinde köklü değişikliklere neden olduğu açıkça görülmektedir. Çağımızda pazarlamaya yeni anlayışlar getirerek ona yeni yön veren ve geleceğin belirleyicisi olarak kabul edilen birçok trend bulunmaktadır. Bunlar; bilgi teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve internetin büyük bir hızla ticarileşmesi, değişen dünya ekonomisi, müşteri değerinin öneminin artması, iş hayatının hızla globalleşmesidir (Mucuk, 2002: 10-11).

WEF (2014: 17) ulaşılabilir pazarları iç pazar ve uluslararası pazar olarak ikiye ayırarak bunların alt bileşenlerini şu şekilde belirtmiştir:

- İç Pazar
 - Küçük ve orta ölçekli şirketler
 - Büyük şirketler

-Hükümet

- Uluslararası Pazar

-Küçük ve orta ölçekli şirketler

- Büyük şirketler

-Hükümet

Girişimciyi harekete geçiren, girişimciliğe teşvik eden unsurların başında pazardaki fırsatlar gelmektedir. Bu nedenle girişimcilik tanımlanırken özellikle pazar ve pazardaki fırsatlara da değinilmektedir. Girişimcilik performansı üzerinde etkili olan tüm alt unsurlar aslında pazar fırsatlarının doğru tespit edilmesi ve bu fırsatların etkin bir şekilde değerlendirilmesi ile ilgilidir. Pazar koşullarının girişimcilik performansı üzerindeki etkisi pazar büyüklüğünün yanı sıra pazardaki rekabet yapısı, pazara giriş koşulları ve kamunun üstlendiği rol gibi birçok etmen tarafından şekillendirilmektedir. Pazar girişimciler için fırsatlar oluşturduğundan girişimcilik performansını da doğrudan etkilemektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2014: 8).

Bir firmanın rakipleri karşısındaki rekabet gücü o firmanın yatırım kapasitesine, Ar-Ge çalışmalarına ve kullandığı teknoloji ile uyumlu yenilik meydana getirme kabiliyetine bağlıdır. Uluslararası rekabet gücü ele alındığında ise mesele çok boyutlu bir niteliğe bürünmektedir ve bir ülkenin rekabet gücü tek tek firmaların rekabet gücünden daha fazlasını ifade etmektedir. Uluslararası pazarlara girmenin yolu Pazar araştırmasının yapılmasından geçmektedir. Pazar araştırmasında tüketicilerin alım gücü, zevk ve ihtiyaçları, davranışları, pazarın büyüklüğü ulaşılması gereken önemli bilgiler arasında yer almaktadır (Yücel, 1997: 65-67).

Girişimciliğin merkezi olarak kabul edilen Silikon Vadisi ve San Francisco’da başarıyı yakalayan ve milyon dolarlar kazanan çok sayıda şirketin “henüz hazır olmadıkları için” uluslararası pazarlara açılmadıkları görülmektedir. Bir ürünün yerel pazarın ötesine geçerek yurtdışı pazarlara açılması; yeni hedef kitlenin tanınması, yerelleşmenin doğru şekilde anlaşılması, üretimden satışa kadar bütün aşamaların detaylı olarak planlanması ve farklı bir kültüre uyum sağlamak demektir (Özkaşıkçı, 2013: 118).

1.4.7. İnsan Sermayesi

Girişimcilik ekosistemini oluşturan unsurlardan biri de beşeri sermaye olarak da bilinen insan sermayesidir. Elçi (2006: 61)'ye göre insan sermayesi, “bireylerin sahip olduğu yetenek, eğitim ve bilgilerini; bölgede bulunan insan kaynaklarının niteliğini ve miktarını” ifade eder.

WEF'e göre (2014: 17) insan sermayesinin unsurları şunlardır:

- Yönetim yeteneği,
- Teknik yetenek,
- Tecrübe,
- Dış kaynak kullanım durumu,
- Göçmen işgücüne erişim.

Bir işletmede çalışan bilgili, tecrübeli, nitelikli ve işine karşı bağlılığı yüksek olan bireyler o işletmenin en önemli zenginlik kaynağını oluşturmaktadır. Bir işletmenin başarılı olup olamayacağı sahip olduğu insan kaynaklarına bakılarak tespit edilebilir. Bir işletmede çalışan nitelikli insan sayısı arttıkça başarı oranı artmaktadır. Elbette ki var olan nitelikli insan kaynaklarından yararlanabilmenin asıl koşulu bu kaynakları yönetebilen ve en üst düzeyde yararlanmayı hedefleyen bir yöneticinin olması gerekmektedir. Yönetici bünyesinde bulundurduğu nitelikli iş gücünün başka firmalara/şirketlere geçmesini önlemek için ve çalışanların işletmeye olan bağlılıklarını artırmak için gerekli tedbirleri almalıdır (Şerbetçi, 2003: 7-10).

Uzman bir yönetici çalıştırmak, gerekli olan yetki ve sorumlulukları vermeye hazır bulunmak bir girişimcide olması beklenen niteliklerden biridir. Yönetim fonksiyonlarını profesyonellere teslim edilen firmalarda verimlilik üst düzeye çıkarken aynı zamanda girişimcilerin kendilerinden beklenenleri daha kolay yerine getirdikleri gözlemlenmektedir. Özetle girişimci tek kişilik bir ordu anlayışında olmamalı ve gerekli destekleri almalıdır (TÜGİAD, 1993: 17).

Dünya genelinde inovasyon yapan firmaların yaratıcılık konusunda gelişmiş özelliklere sahip, nitelikli ve yetenekli insan kaynağı neredeyse, oraya yatırım yaptıkları görülmektedir. Bu gerçeği kavrayan ve gerekli olan şartları sağlayan ülkeler inovasyon

odaklı firmaları kendilerine çekmek için adeta bir yarış içerisinde. Bu ülkelerde bilim ve teknoloji konularında yetkinliğe ulaşmış, yeniliğe açık bireyler yetiştirmek için büyük kaynaklar harcanmaktadır. Devletler eğitim sistemlerinde gelenekselliği bir kenara bırakıyorlar. Nitelikli insan gücünü yetiştirmek adına üniversiteler, kamu kurumları ve iş dünyası etkileşim halinde beraber çalışıyorlar. Bütün bunlarda yüksek nitelik gerektiren işlerde düşük maliyet ile çalışan insan kaynağına sahip ülkelerin rakipleri karşısındaki gücünü artırmaktadır (Elçi, 2006: 98).

Eğitim, insan sermayesinin geliştirilmesinde en önemli faktörlerden biridir. Eğitime yatırım yapılması halinde hem ülke ekonomisi hem de işletme yönetimi olumlu dönütler almaktadır. İnsan sermayesinin öneminin artmasıyla beraber işletmeler insan sermayesine daha fazla yatırım yapmaya başlamışlardır. Bu da tüm organizasyonların insan kaynakları yönetimine verdiği önemin artmasına neden olmuştur. Üçüncü bin yıla gelindiğinde, kâr hangi firmaların piyasada yer alacağını, teknolojik olarak üstünlüğe sahip olmak hangi firmaların rekabet avantajı sağlayabileceğini, kalite hangi firmaların büyümeye devam edeceğini gösterirken; insan sermayesinin bütün bunları gerçekleştirebilmek için temel bir kriter olarak karşımıza çıkacağı söylenebilir. Kısacası insan sermayesinin önemi giderek daha da artacak ve işletmelerin varlığını sürdürmesi, büyümesi, gelişmesi, başarı elde etmesi ve rakiplerine karşı avantaj elde etmesinde en önemli etken olacaktır (Şerbetçi, 2003: 12).

1.4.8. Üniversiteler

Üniversiteler, girişimcilik ekosisteminin oluşmasında ve gelişmesinde birçok görev üstlenerek ekosistemi desteklemektedir. Üniversiteler, özellikle bireylerin girişimciliği bir meslek veya kariyer olarak seçmesinde önemli rol oynarlar. Üniversiteler, bireylerin girişimcilik alanındaki yeteneklerini geliştirmesine, iş fikirlerini veya projelerini olgunlaştırmalarına ve girişimcilik alanında faydalanabilecekleri mevcut destekleri öğrenmelerine olanak sağlayacak program, ders ya da bağımsız eğitimler sunabilirler. Üniversiteler, bireylerin öğrencilikten girişimciliğe geçiş döneminde kuluçka merkezleri ve hızlandırıcılarla işbirliği yaparak bunlar arasında bir bağ kurucu görevini üstlenebilirler. Bunlara ek olarak inovasyon ekosisteminin temelinde yer alan kurumlar olan üniversitelerde yapılan araştırmalar, birçok girişimcilik projesinin ya da iş fikrinin de çıkış noktası olmaktadır (İZKA, 2013: 46).

Üniversiteler, yeniliğin besleyicisi, yaratıcı bilginin üretilmesi ve üretilen bilginin yayılması bakımından her zaman olduğu gibi bilgi toplumunda da ön sırada yer almaktadır. Bilginin önemi giderek artmakta ve bilgi, inovasyonun önemli bir parçası haline gelmektedir. Bu yüzden yaratıcı bilgiyi üreten ve ürettiği bilimsel bilgileri topluma sunan bir kuruluş olarak üniversiteler inovasyonun ve buluşçuluğun yaratılmasında ve yayılmasında giderek daha büyük bir rol üstlenmektedir. Bilgi temelli ekonomilerde üniversiteler hem insan sermayesi sağlayıcısı olarak hem de yeni şirketlerin kuruluşundaki tohumları atarak, inovasyon sisteminde kilit unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Etzkowitz vd, 2000: 314-315).

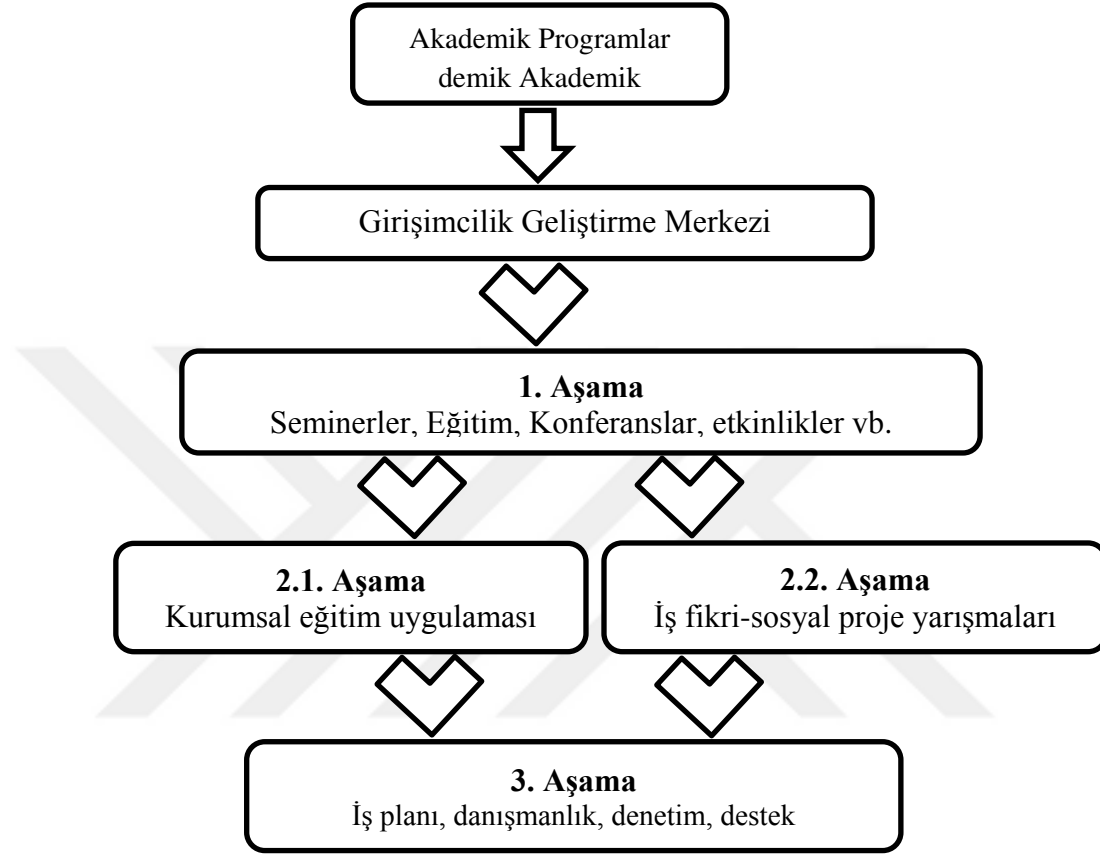
WEF'e göre (2014: 17) girişimcilik ekosisteminde üniversitelerin üstlendiği roller şunlardır:

- Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi,
- Yeni kurulacak şirketler için kilit rol oynamak,
- Yeni kurulan ya da kurulacak firma/şirketler için mezun öğrenci sağlama.

Politikalarının merkezinde inovasyon olan ülkeler yeniliklere dayalı girişimciliğe büyük önem vermektedir. Bu ülkelerde anaokulundan başlayarak yaratıcı düşünmeye, değişime ve yeniliğe açık; risk almaktan korkmayan bireyler yetiştirmek amacıyla çeşitli eğitim programları düzenlenmektedir. Özellikle mühendislik ve bilim dallarında eğitim veren üniversitelerde girişimcilik dersleri muhakkak müfredatta yer alır. Örneğin; ABD'de her yıl dörtte biri işletme bölümü; geri kalanı çeşitli mühendislik dallarında olmak üzere toplam 3000 öğrenci Stanford Üniversitesinden girişimcilik eğitimi almaktadır. ABD'deki girişimcilik düzeyi göz önünde bulundurulduğunda üniversite düzeyinde verilen bu tür eğitimlerin üniversiteden özel sektöre teknoloji transferini hızlandırdığı söylenebilir (Elçi, 2006: 130).

Stanford Üniversitesi'nden mezun olan öğrencilerin büyük bir çoğunluğu girişimci ya da yatırımcı olmakta veya Google, Facebook, Twitter gibi büyük şirketlerde çalışma olanağı bulmaktadır. Yani bu öğrencilerin birçoğu “yetenek” teknoloji ekosisteminin içinde yerlerini almaktadır. Zaten Stanford Üniversitesi'ndeki akademisyenlerin birçok girişimde ve yatırım şirketinde danışmanlık yapmalarından öğrencilerin etkilenmemesi imkânsızdır. Stanford Üniversitesi'ndeki öğrenciler öğrenimlerine devam ederken aynı zamanda çevre

yapabilme şansına sahiptirler ve bu onlar için en büyük avantajlardan biridir. Üniversitenin bulunduğu sokakların hemen hemen her yerinde girişimcilğe dair sohbetler duymak mümkündür. Bu yüzden bu öğrenciler girişimcilğe daha yakındır ve her zaman bir adım önde başlıyorlar (Ünsal, 2013: 14-20).



Kaynak: Čapienė ve Ragauskaitė, 2017: 286.

Şekil 1.5. Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin Modellenmesi

Şekil 1.5'e göre üniversitelerdeki girişimcilik eğitimi modeli üç aşamadan oluşmaktadır. Bilgi temelli ekonomilerde modelin ilk aşamasında seminer, eğitim, konferanslar, etkinlikler gibi geleneksel yöntemler kullanılır. Girişimcilik için gerekli davranış değişikliklerini ve psikolojik özelliklerin gelişimini teşvik etmek için modelin diğer aşamaları eylemlere ve pratik görevlere yöneliktir. Yeni fikirlerin gelişimini simüle eden araçlar, örneğin; iş planları, danışmanlar ile birlikte düşünerek yaratıcı olmak üçüncü aşamaya başarılı bir şekilde geçmeyi sağlar. Öğrencilerin iş fikirleri geliştirmelerini, profesyonel anlamda ufkunun genişlemesini ve iş projeleri ortaklığı kurmalarını sağlamak adına ulusal ya da uluslararası yarışmalara katılmalarının teşvik edilmesi gerekir (Čapienė ve Ragauskaitė, 2017: 285-286).

Teknokentler üniversiteler ile organik bir ilişki içerisinde. Teknokentler sayesinde üniversite bünyesindeki akademisyenlerin girişimci olmalarının önü açılmakta, yeni şirket kurabilmelerine, mevcut şirketlere ortak olabilmelerine veya şirketlerde yönetici olabilmelerine imkân sağlanmaktadır. Bunların sonucunda ise bilginin ticarileştirilebilmesinin önü açılmaktadır. Tam zamanlı veya yarı zamanlı çalışan akademisyenlerin bu sayede elde ettikleri gelirler ise döner sermaye kapsamına dâhil edilmemektedir (Özer, 2018: 24).

1.5. Türkiye’de Girişimcilik Ekosistemi

Cumhuriyetin kurulmasının ardından uygulanan politikalar sayesinde Türk girişimcisi önemli bir değişim yaşamıştır. Planlı Kalkınma dönemi ile beraber sanayileşen, 1980’li yıllardan sonra dışa açılma politikaları izleyen, rekabet gücünü gümrük birliği ile artıran, günümüzde ise yenilik ve Ar-Ge kapasitesini giderek artıran bir girişimcilik yapısı oluşmuştur. Son yıllarda yaşanan tüm bu olumlu gelişmelere karşın Türkiye’nin daha rekabetçi bir hale gelmesi beklenirken, ülkedeki girişimcilik ekosistemi gelişmiş ülkelerdeki ekosistemlere göre hâlâ istenen başarıyı yakalayamamıştır (Cansız, 2013: 61).

Türkiye’de girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak, güçlü bir girişimcilik ekosistemi oluşturmak ve girişimciliği geliştirmek amacı ile 2015-2018 dönemini kapsayan Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP), 2015 yılında kabul edilerek resmi gazetede yayımlanmıştır. Bu plan hazırlanırken hem Onuncu Kalkınma Planı hem de bu bağlamda hazırlanan diğer stratejik planlar göz ardı edilmeyerek; GİSEP’in bu planlar ile uyumlu olmasına fakat diğer planların tekrarı olmamasına gayret gösterilmiştir. GİSEP’in hedefleri (GİSEP, 2015: 70-72) :

- Girişimci dostu düzenli çevrenin geliştirilmesi,
- Yenilikçi girişimciliğin desteklenmesi,
- Tematik ve genel alanlarda destek sistemi geliştirerek bu sistemi uygulamak,
- Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi,
- Girişimcilik eğitiminin yaygınlaştırılması, girişimciler için danışmanlık hizmetlerinin geliştirilmesi,
- Girişimcilerin ihtiyacı olan finansmana ulaşmalarının kolaylaştırılmasıdır.

Ayrıca Türkiye’deki girişimciliğin ve girişimcilik ekosisteminin gelişmesine katkı sağlamak amacıyla 14 Mart 2016 tarihinde Adana’da Girişimcilik Ekosistemi Derneği (GED) kurulmuştur. GED, iş fikri olan girişimci adaylar ya da girişimciler ile ekosistemde yer alan diğer paydaşların bir araya gelmesine, aralarında etkileşim ve işbirliğinin oluşmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir. GED girişimcilik ekosistemini, girişimciliğin geliştirilmesini sağlamak amacı ile oluşturulan etkili bir ortam olarak tanımlamıştır. Bu ortam, girişimcileri ve girişimci olmaya aday bireyleri özendirir, özgüvenlerini artırır, cesaretlendirir ve girişimciliğe teşvik eder. Ortam, bir yandan yatırımcılar ve finans kuruluşları için henüz keşfedilmemiş olanaklar sunarken bir yandan da yerel yönetimler, üniversiteler, özel fonlar, danışmanlar için kendi kurumsal gelişmelerine ve bölgesel gelişmeye gelecek vaat eden bir alan olarak ifade edilebilir. Sistem, girişimciliğe adım atmak isteyen, girilen bu yolda başarılı olma olasılığını arttırmak isteyen bireyler için güvenli kazanç olanakları sunan, her paydaşın kazanç elde ettiği bir yaşam alanı olarak nitelendirilebilir (GED, 2016: 4-6).

1.5.1. Kuluçka Merkezleri

Start-up’ların büyümesini hızlandırmak için kurulan ve onlara ofis, danışmanlık, finansman ve network gibi çeşitli hizmetler sunan kuluçka merkezlerinden Türkiye’de yaklaşık olarak 60 tane bulunmaktadır. Türkiye’deki kuluçka merkezleri genellikle özel şirketler, belediyeler, kamu kurumları ve üniversitelerle işbirliği içinde hayata geçirilir. Her kurulan kuluçka merkezi aynı özelliklere sahip değildir. Bu yüzden kuluçka merkezi seçilirken ihtiyaçlara en uygun olanı seçilerek başvuru yapılmasında fayda vardır (www.startuphr.org).

Özdoğan’a göre (2016: 9-10) Türkiye’de kuluçka merkezleri henüz gelişme aşamasındadır ve giderek yaygınlaşmaktadır. Türkiye’de bulunan kuluçka merkezlerinin çoğunluğu üniversite desteklidir. Bu merkezlerin yaygınlaşarak sayılarının arttırılması ve öncelikle bünyesinde teknokent bulunan üniversitelerde aktif bir şekilde bölgede bulunan girişimcilere ve üniversite öğrencilerine açılması, ulusal ve bölgesel kalkınmaya destek olacak katma değerli projelerin oluşturulmasına zemin hazırlayacaktır.

Kuluçka merkezleri için yapılması gerekenlerin başında koordinasyonun sağlanması gerektiği söylenebilir. Çünkü Türkiye’de faaliyette olan kuluçka merkezi

sayısını ya da bünyelerinde kaç girişimcinin yer aldığının sorgulanabileceği bir oluşum ya da platform henüz bulunmamaktadır. Bunun sağlanması halinde kuluçka merkezleri birbirleri ile irtibat içerisinde olabilir ve girişimciler ya da proje sahipleri kendilerine uygun olan kuluçka merkezlerine daha kolay bir şekilde ulaşabilirler. Ayrıca kuluçka merkezlerinin diğer ülkelerde bulunan merkezlerle etkin iletişim ve etkileşimine imkân tanıyacak entegrasyonu sağlaması gerekmektedir (Özdoğan, 2016: 10).

1.5.2. Kitlese Fonlama

Bir finansman aracı olarak dünya çapında yaygın olarak kullanılmaya başlayan kitlese fonlama, son yıllarda Türkiye’de de kullanılmaya başlamıştır.

Birçok ülke tarafından oluşturulmaya başlayan kitlese fonlama platformları sayesinde girişimciler projelerini gerçekleştirmek için ihtiyaçları olan fonu sağlamanın yanında pazar araştırması yaparak ürünlerini pazarlama konusunda ayrıntılı bilgiye ulaşabilirler. Bu sistem sayesinde girişimciler, yatırımcılar ve tüketiciler internet ortamında buluşabilirler (Atsan ve Erdoğan, 2015:300).

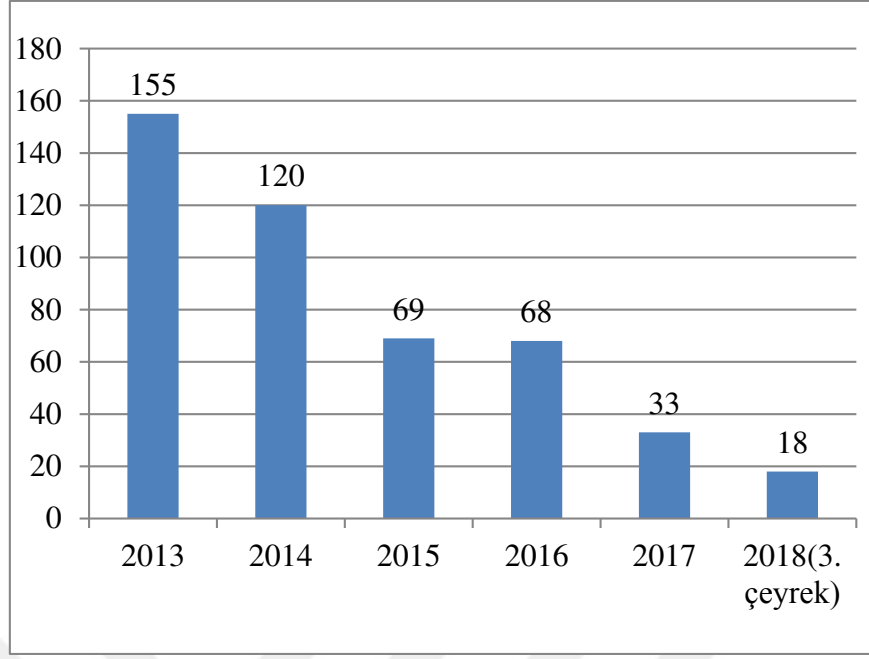
Türkiye’de 6 tane kitlese fonlama platformu bulunmaktadır. Bunlar; CrowdFon, FonlaBeni, FonGoGo, ArıKovanı, FonBulucu ve Buluşum platformlarıdır. Buluşum bağış temelli bir platform olup diğerleri ödöl temellidir. Buluşum Boyner Vakfı’na bağlı olan ve kâr amacı gütmeyen bir platformdur. Platformunda yalnızca toplum faydasını gözetken projelere yer vererek başarıya ulaşan projeler için herhangi bir komisyon talebinde bulunmamaktadır. Amacı, buluş sahibi ile destekçiyi bir araya getirmektir. ArıKovanı da yine Buluşum gibi kâr amacı taşımadan hizmet vermektedir. Platformunda Teknoloji ve inovasyon alanında projesinin prototipini tamamlayanlara yer vermektedir. Yani inovasyon odaklıdır ve inovasyona destek olmak amacını gütmektedir. ArıKovanı, bir Turkcell girişimidir ve Buluşumda olduğu gibi başarıya ulaşan projeler için komisyon talebinde bulunmamaktadır. CrowdFon, FonlaBeni, FonGoGo ve FonBulucu ise kâr amacı güden platformlardır. Başarıya ulaşan projeler için %7 ile %15 arası bir komisyon talebinde bulunurlar (Çubukçu, 2017: 161). İlerleyen yıllarda kitlese fonlama platformlarının sayısının ve etkinliğinin artacağı ve girişimcilerin ya da girişimci adaylarının bu platformlar sayesinde yatırımcılarla bir araya gelerek ihtiyaçları olan finansmanı karşılayabilecekleri öngörülebilir. Türkiye’de kitlese fonlamaya karşı farkındalık oluşturma çalışmaları yapılabilir. Bu sayede yeni

sayılan bu finansman aracı girişimciler ya da girişimci adayları tarafından yaygın olarak kullanılabilir ve Türkiye’deki girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde önemli bir rol üstlenebilir.

1.5.3. Melek Yatırımcılık ve Risk Sermayesi

Türkiye, ABD ve AB’ ye göre melek yatırımcılığa geç başlamıştır ve halen yeterince sistematik olarak uygulanamamaktadır. Türkiye’de melek yatırımcılığın yaygınlaşmasını zorlaştıran bir takım etkenler bulunmaktadır. Bunlar; yatırımcılık hakkında bilgi eksikliğinin var olması, melek yatırımcı olmak isteyenler ile yeni girişimcileri bir araya getirebilecek güvenilir platformların yeterli düzeyde yapılanmamış olması, ticaret ve sanayi odalarının melek yatırımcılığı yeterince desteklememesi olarak sıralanabilir. Özellikle ticaret ve sanayi odaları tarafından melek yatırımcılık kavramını, yararlarını ve yöntemini içeren eğitimlerin ve danışmanlıkların verilmesi ülkede melek yatırımcılığın gelişmesine ve yaygınlaşmasına büyük katkı sağlayabilir. Melek yatırımcılığın desteklenmesiyle yeni girişimlerin sayısında artış yaşanabilir, yeni işletmeler istihdam sağlayabilir, firmalar ihracata yönelebilir ve ülke ekonomisinin gelişmesine katkıda bulunabilirler (Karabulut, 2016: 212-213).

Türkiye’de melek yatırımcılığın hukuki alt yapısı ilk olarak 4059 sayılı Hazine Müsteşarlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanunu’na 13.06.2012 tarihinde eklenen Ek Madde 5 ile kurulmuştur. “Bireysel Katılım Sermayesi (BKS)” başlıklı bu madde “ *yüksek risk içermesi nedeniyle finansmana erişimde sıkıntı yaşayan başlangıç veya büyüme aşamasındaki girişimler için finansal bir araç olan bireysel katılım sermayesinin desteklenmesine, bireysel katılım yatırımcılarının ve bu maddeye tabi kişi, kurum ve kuruluşların faaliyetlerinin izlenmesine, denetlenmesine ve sona ermesine ilişkin hususları düzenlemektedir*”.

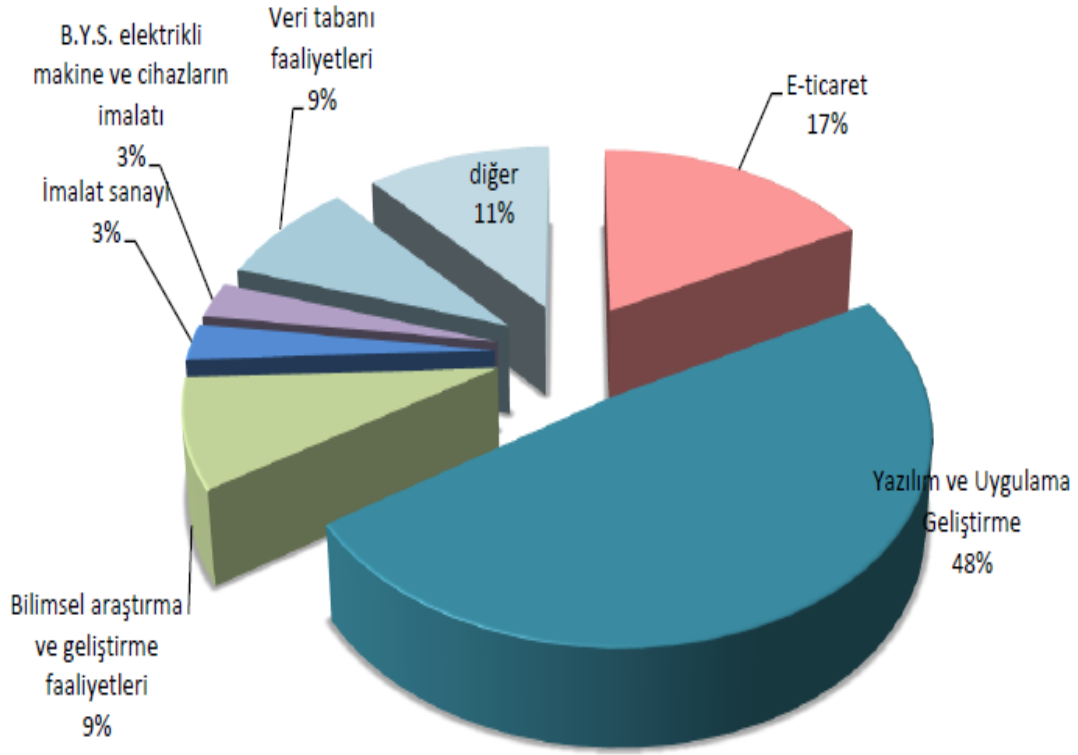


Kaynak: BKS İlerleme Raporu, 2018: 4.

Grafik 1.1. Verilen Lisans Sayısı

T.C Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın 2018 yılı üçüncü çeyreği itibari ile yayımladığı BKS İlerleme raporuna göre; 2013 yılından itibaren verilen lisans sayısının toplamı 463'tür. Verilen lisansların bölgesel dağılımı incelendiğinde en yüksek paya %81 oranla Marmara Bölgesi sahiptir. En çok lisans alan il ise İstanbul'dur. Bununla beraber akredite edilmiş ağlarda 424 melek yatırımcı lisansı olmadan faaliyet göstermektedir. (BKS İlerleme Raporu, 2018: 4-5-15).

BKS ile en çok yatırım yapılan sektörler ise Grafik 1.2'de gösterilmiş. Buna göre yatırımların % 48'i yazılım ve uygulama geliştirme, % 17'si e-ticaret, % 9'u veri tabanı faaliyetleri, % 9'u bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetleri, % 3'ü imalat sanayi, % 3'ü elektrikli makine ve cihazların imalatı, % 11' i ise diğer sektörlerle yapılmıştır.



Kaynak: BKS İlerleme Raporu, 2018: 12.

Grafik 1.2. Yatırım Yapılan Şirketlerin Sektörlere Göre Dağılımı

Grafik 1.2'ye göre en çok yatırım yapılan sektör %48 oranla yazılım ve uygulama geliştirme olmuştur. Türkiye'deki yenilikçi girişimcilerin çoğunun yazılım sektöründe faaliyet gösterdiği dikkate alındığında en çok yatırımın yazılım sektörüne yapılmasının beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir.

Türkiye'de ilk risk sermayesi girişiminin ise bankalar tarafından yapıldığı görülmektedir. 1996 yılında kurulan Vakıf Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı bu amaç doğrultusunda kurulan ilk fondur. 2009 yılında ismi Rhea Girişim olarak değiştirilmiştir. Türkiye'de girişim sermayesi yatırım ortaklığı sistemi her aşamadaki girişimleri desteklememektedir. Gerekli finansman ihtiyacının karşılanması için firmaların kurularak kâr elde etme aşamasını geçen büyüme aşamasına ulaşmaları gerekmektedir (Aydın, 2015: 119).

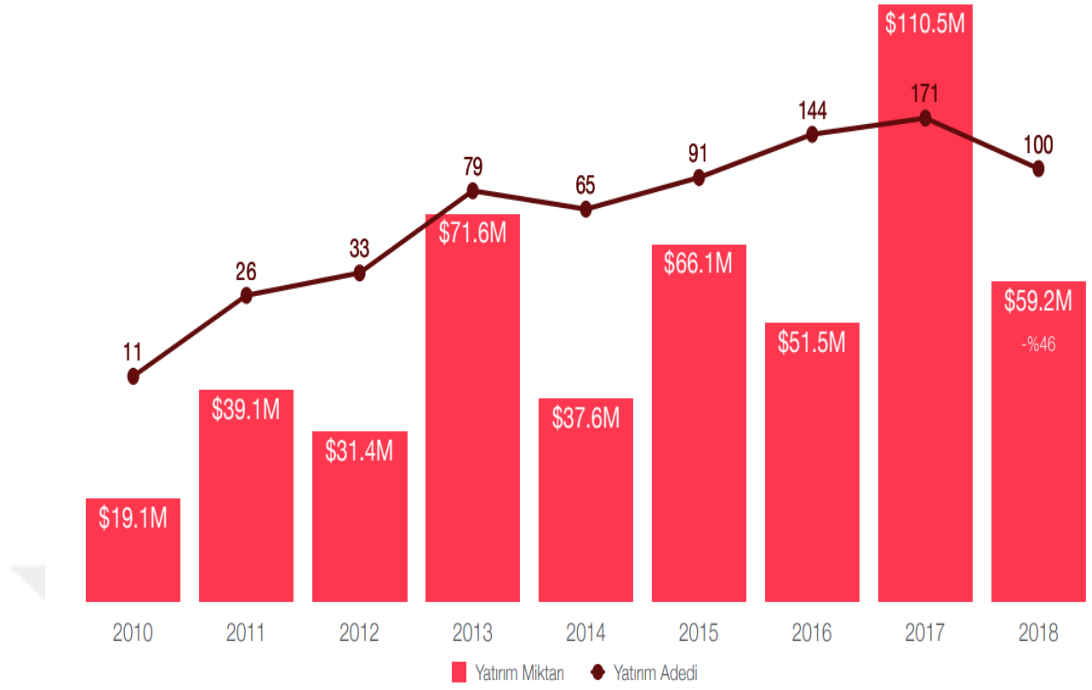
Tablo 1.1. Türkiye’deki Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarının (GSYO) Gelişim Süreci

Yıl	Ortaklık sayısı	Piyasa değeri (TL)
2000	1	2.835.000
2001	1	7.200.000
2002	1	4.230.000
2003	1	4.342.500
2004	2	85.230.000
2005	2	93.177.000
2006	2	95.922.000
2007	2	53.406.000
2008	2	40.824.000
2009	2	81.855.000
2010	2	187.056.000
2011	4	679.100.205
2012	5	871.814.003
2013	6	1.024.523.317
2014	6	1.471.180.981
2015	8	1.331.047.493
2016	8	1.086.433.720
2017	8	2.594.951.315
2018	7	-

Kaynak: SPK, 2019, www.spk.gov.tr.

Tablo 1.1’e göre Türkiye’deki GSYO sayısının ve piyasa değerlerinin 2000 yılından 2017 yılına kadar genel olarak bir artış sergilediği görülmektedir. İlerleyen yıllarda bu rakamların artacağı ve büyüme aşamasındaki birçok girişimin finansman ihtiyacının bu sayede giderileceği söylenebilir.

Startups.watch (2019: 4) tarafından yayınlanan rapora göre 2010-2018 yılları arasında melek ve giriş risk sermayelerinin Türkiye’deki girişimlere yatırımları Grafik 1.3’teki gibi olmuştur.



Kaynak: Startups.watch, 2019: 4.

Grafik 1.3. Melek ve Girişim (Risk) Sermayelerinin Türkiye’deki Girişimlere Yatırımları

Grafik 1.3’e göre yatırım miktarının ve adedinin en fazla olduğu yıl 2017 yılıdır. Yatırım miktarı açısından 2012, 2014, 2016 ve 2018 yıllarında bir önceki yıla oranla düşüş gözlemlenmiştir. Bir önceki yıla göre en fazla düşüşün yaşandığı yıl ise 2018’dir. Her ne kadar düşüş yaşansa da melek yatırımcılığa dair farkındalık oluşmaya başladığı ve ilerleyen yıllarda bu rakamların artacağı söylenebilir. Girişimciler ya da girişimciliğe atılmak isteyen bireylerin başvurabileceği finansal kaynakları tanıtan bilgilendirme etkinliklerinin sayısı artırılabilir.

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYEDE TEKNOKENTLER

Bu bölümde dünyada ve Türkiye’de teknokentlerin ortaya çıkışı ve Türkiye’deki teknokentlerin mevcut durumları ele alınmıştır.

2.1.Teknokent Kavramı

Uluslararası Bilim Parkları Birliği (IASP)’nin tanımına göre teknokent:

“Bir veya birden fazla üniversite veya araştırma merkezleri ile ilişkili, Bilgi ve ileri teknolojiye dayalı firmaların kuruluş gelişmesini teşvik etmek üzere tasarlanmış, Bünyesindeki firmalara teknoloji transferi ve iş idaresi konularında destek sağlayacak bir yönetim fonksiyonuna sahip, teşvik ve mülkiyete dayalı bir teşebbüstür” (www.iasp.ws/our-industry/definitions).

Ülkelerin küresel alanda rekabet edebilmeleri ya da üstünlük sağlamaları, o ülkenin yeni bilgi üretmesi ve teknolojik alanda gelişmişlik düzeyine bağlıdır. Yeni ve yenilikçi bilgilerin üretilip uygulandığı yerler için ülkelerin büyüklüğüne, yapısına, konumuna ve işlevine göre Bilim Parkı, Teknoloji Parkı, Araştırma parkı, Yenilik Merkezi, Teknopolis gibi çeşitli isimler kullanıldığı görülmektedir (Başar vd, 2016: 12). Gerçekte birbirlerini tamamlayan fakat kuruldukları ülkenin coğrafi yapısı, teknoloji politikaları, üniversitelerin imkânları, endüstri dokusu ve teknolojik gelişmişlik düzeyine göre farklı isimlerle adlandırılan teknoparklar için yapılan bazı tanımlar şöyledir (Harmancı ve Önen, 1999: 3-4):

Bilim Parkı

Büyük ve güçlü bir üniversite yanında mimarisi güzel olan binalarda bir araya gelen ileri teknoloji kökenli firma ya da araştırma geliştirme kuruluşlarından oluşan ve yanında olduğu üniversite ile önemli ilişkiler içerisinde olan siteler olarak tanımlanmaktadır.

Araştırma Parkı

Belirli koşullar altında küçük sanayi işletmelerine, temel araştırmalara göre geliştirilmiş olan projelere sahip büyük işletmelere bir üniversite ya da araştırma

kurumuyla yakın ilişkiler kurarak teknoloji alanında üretime destek sağlayan yapılar olarak tanımlanabilir.

Yenilik Merkezi

Yeni ve ileri teknolojiye dayalı firmaların oluşması ve gelişmesi için bir takım destek hizmetlerinin üniversiteler ile yakınlık kurularak gerçekleşmesini sağlamayı hedefleyen yerlerdir.

Teknoloji Parkı

Yeni teknolojilerin geliştirilmesine ve geliştirilen yeni teknolojilerin özellikle uygulama aşamasına önem verilen yerler olarak tanımlanmaktadır. Bu parkın temel amaçları; uluslararası rekabet gücünün artırılması için kalite iyileştirme, yeni ürün ve üretim aşamalarının geliştirilmesidir.

Türkiye’de 4691 sayılı kanunda “Teknoloji Geliştirme Bölgeleri” olarak ifade edilmekle birlikte, pratikte teknopark ya da teknokent kavramları da kullanılmaktadır. Bu çalışmada genel olarak teknokent kavramının kullanılması tercih edilmiştir.

Teknokentler, araştırma kuruluşları ya da üniversiteler tarafından tahsis edilen mekânlarda, yeni teknoloji üretme amacını taşıyan ve bu teknolojileri özümseme kabiliyeti olan girişimcileri bir araya getiren ve onlara ev sahipliği yapan kuruluşlardır. Araştırma ağırlıklı olan bu yapıların içerisinde faaliyet gösteren firmaların öncelikleri yeni teknolojik ürünlerin geliştirilmesi, uygulanması ve bunların ticarileştirilmesidir. Teknokentler, üniversitelerin teknik altyapısından ve temel bilgilerinden faydalanarak Uluslararası rekabette üstünlük kazanmak için yeni teknolojiler ışığında yeni ürün ve üretim süreçlerinin geliştirilmesi, ürün kalitesinde artış sağlanması çalışmasıdır (Yücel, 1997: 71).

Teknokent uygulaması, üniversitelerin sahip olduğu bilim ve teknoloji altyapı olanaklarının sanayinin ihtiyaçlarına uygun bir şekilde sanayiye aktarılması hadisesinin bir sistem olarak uygulaması olarak görülebilir. Bir AR-GE merkezinin hem gerekli makine-teçhizat olarak hem de nitelikli araştırmacı personel olarak donatmak, özellikle de küçük işletmeler açısından zordur. Teknokentler sayesinde üniversitenin araştırma altyapısı kullanılarak sanayinin teknolojik bilgi ihtiyacı giderilmektedir. Gelişmiş birçok

ülkede teknokent uygulamaları, kaynakların rasyonel olarak gelişmeye katkı sağladığı bir sistem olarak kabul görmektedir (Yücel, 1997: 71).

Dünya genelindeki teknokentlerin ortak hedefleri (Başar vd, 2016: 13):

- Üniversitelerin desteklenerek vereceği hizmetleri zenginleştirip etkinleştirmek,
- Sanayinin gelişmesini sağlayarak rekabet gücünü artırmak,
- Teknoloji odaklı bölgesel ve ekonomik gelişmeye hız kazandırmaktır.

Teknokentlerin ortak özellikleri (Harmancı ve Önen, 1999: 5);

- Gelişimini tamamlayan ve bilgisayar ağı bulunan bir üniversite yakınında hatta mümkün olduğu sürece kampüs içerisinde konumlanmaları,
- Teknik ve idari yeterliliğe sahip, yeni projeler üreterek yeni iş alanları yaratacak girişimcileri desteklemesi,
- Genellikle endüstri bölgelerine coğrafi olarak yakın olmaları,
- İletişim, ulaşım vb. altyapı olanaklarının tamamlanmış olması,
- Gelirlerinin; girişimciler tarafından ödenen kiralardan, patent haklarının satılması durumunda elde edilen paylardan ve eğer girişimcilerin firmasına ortak olunmuş ise hisseleri oranında dağıtılan kârdan elde edilen paylardan oluşması olarak sıralanabilir.

Teknokentler girişimcilik kavramına düşülmüş önemli bir dipnottur. Girişimciler teknokentlerin içinde ya da dışında yeni fikirler üretmeye, projeler geliştirmeye, yatırım yapmaya, gerekli riskleri üstlenmeye ve yenilikler icat etmeye devam edecektir. Ancak şüphesiz ki teknokent sayıları ne kadar artarsa artsın yeni fikirler üreten girişimci sayısına yetişemeyecektir. Girişimciliği kavrayarak, girişimciliği ve girişimciliğin ortaya çıkmasını sağlayan koşulları doğru bir şekilde ifade etmek, girişimcileri ve yenilikleri desteklemek teknoparkların temel görevidir. Teknokentler üzerine düşen bu görevi doğru ve düzenli bir şekilde yerine getirdiği sürece girişimciler risk almaktan çekinmeyecek, alınan riskler toplum tarafından sigortalanacak ve ortaya çıkan ürünler herkesle paylaşılacaktır (Halıcı, 2005: 3)

İnovasyon hem ulusal ve bölgesel rekabette hem de kalkınmada önemli bir role sahiptir. Günümüzde insan kaynakları, sermaye ve hammaddeyi yanı sıra bilgi

kavramının da ekonomik girdi oluşturmak için önem arz ettiği kabul görmektedir. Bilginin üretilmesi ve yayılmasında üniversitelerin ve Ar-Ge kuruluşlarının önemi giderek artmaktadır. Bu hususta iki farklı noktada yer alan bilginin ve pratiğin yani akademik ve iş ortamının birbirleri ile işbirliği içerisinde olmaları kaçınılmaz bir durumdur. Bu işbirliğinin oluşmasında ve gelişmesinde teknokentler önemli bir rol oynamaktadır (Görkemli, 2011: 59).

2.2. Teknokentlerin Faydaları

Teknokentler ülke ekonomisine ve bölgeye, girişimcilere ve üniversitelere bir takım faydalar sağlamaktadır.

2.2.1. Ülke Ekonomisine ve Bölgeye Faydaları

DDK'ya göre (2009: 35-36) teknokentlerin ülke ekonomisine ve bölgeye sağladığı faydalar şu şekilde sıralanabilir:

- Bazı bölgeler önemli ekonomik potansiyele sahip olmasına rağmen bunu üretime ve kalkınmaya dönüştürme konusunda bazen yetersiz kalmaktadırlar. Teknokentler bölgesel potansiyelleri harekete geçirerek bölgelerin kalkınmasında önemli bir rol oynarlar.
- Teknokentlerin, bulundukları bölgelerdeki kültürel gelişme, sosyal imkânlarda genişleme, sivil toplum kuruluşlarının etkinliğinin artması ve tersine beyin göçü gibi faydalarından da bahsedilebilir.
- Teknokentler, yeniliklerin sağladığı üretim kolaylığı ve düşük maliyet sayesinde üretim artışına ve böylece genel refah düzeyinin yükselmesine katkı sağlar.
- Teknokentler, yerli ve yabancı yeni girişimcilerin bölgeye gelmesini sağlar, yeni yatırımlar ise yeni iş alanları ortaya çıkarır.
- Teknolojik yeniliklerin sağladığı maliyet düşüklüğü, bölgede faaliyet gösteren firmaların rekabet güçlerini arttırmasına neden olur. Bu ise daha fazla üretim yapmayı yani daha fazla istihdamı gerektirir.

2.2.2. Girişimcilere Faydaları

Polat'a göre (2007: 15-16) teknokentlerin girişimcilere sağladığı faydalar şunlardır:

- Teknokentler firma ve akademik kurum arasında sinerji oluşturur.
- Bilginin, verilerin ve hatta teknolojinin partnerler arasında karşılıklı değişimi uyarılır ve gelişir.
- Firmalar, üniversite ve endüstri arasındaki bağları çok daha iyi idrak eder.
- Üniversiteler bilimsel bilgi ve uzmanlığı firmalara iletirler.
- Teknokentler firmalara önemli bir kaynak ağı sağlar.
- Firma ve üniversiteler arasındaki yakınlık, formal ve informal ağlardan doğal bir değişim imkânı yaratır.
- Firmalara vergi ayrıcalığı sağlanır.
- Firmalar arası karşılıklı etkileşim teşvik edilir.
- Teknokent, firmalara imaj ve saygınlık sağlar.
- Firmalar teknokent ve üniversite tarafından danışmanlık hizmeti alır.
- Teknokentler, işverenlere iletişim, fotokopi ve diğer sekreteryâ hizmetleri sunarak asıl hedeflerine daha etkili zaman ayırmalarını sağlar.
- Teknokentler, firmaların yaşama ve büyüme amaçlarına hizmet etmek için, düşük kira hizmeti, uygun fiziksel ortam, inkübatör ve yerel ekonomideki firmalarla bağlantı gibi olanaklar sunar.
- Firmalar ayrıca teknokentlerden finans, pazarlama ve yönetim alanlarında yardım alırlar.
- Tüketici araştırma maliyetini azaltır.
- Firmalar müşteri odaklı ve katma değerli daha fazla yeni ürün üretirler.

2.2.3. Üniversiteye Faydaları

Teknokentlerin üniversiteye katkıları şu şekilde sıralanabilir (DDK, 2009: 35):

- Sanayi ile işbirliği kurarak, ortak projelerin geliştirilmesi ve tez çalışması yapma fırsatlarını sağlaması,
- Finansman desteğinde bulunması,

- Üniversite öğrencileri için staj yapma olanağı sunması ve öğrencilerin mezun olduktan sonra kendi alanlarında iş bulma şanslarını arttırması,
- Öğretim elamanlarına iş fikirlerini ve projelerini uygulama ve test etme olanağı sunması,
- Üniversitelerin laboratuvarlarının gelişmesini sağlaması,
- Öğrencilerin sanayi ile irtibat kurmasını sağlaması ve bu sayede öğrencilerin girişimcilik yönlerinin gelişmesine katkı sağlaması,
- Teknokentler sayesinde öğrencilerin sanayi ile irtibat kurma olanağının olması ve bu sayede öğrencilerin girişimcilik yönlerinin geliştirilmesidir.

2.3. Teknokentlerin Kuruluş Modelleri

Tüm teknokentleri kapsayan bir kuruluş modeli bulunmamaktadır. Teknokentlerin sahipliğine bakıldığında standart bir modelin olmadığı görülmektedir. Teknokentlerde üniversiteler, yerel yönetimler, ticari şirketler, kamu kurumu niteliğini taşıyan meslek kuruluşları, kamu yararını gözetten dernekler ve vakıflar, bankalar çeşitli oranlarda mülkiyet hakkına sahip olabilirler (DDK, 2009: 36).

Teknokentler, kurulmasına öncülük edenlere göre 4 gruba ayrılabilirler. Bunlar (Tepe ve Zaim, 2016: 22):

Devlet Esaslı Model: Bu modele göre teknokentlerin kurulmasını devlet üstlenerek kurulacağı alanlarda altyapı çalışmalarını yapar ve teknokentlerin içerisinde yer alacak olan kuruluşlara vergi kolaylığı gibi olanaklar sunar.

Üniversite Esaslı Model: Bu modele göre üniversite kendi arazisi içerisinde ve yine kendi kaynaklarını kullanarak teknokent kurar. Teknokentin kurulması ve işletilmesindeki bütün süreçlerde ana aktör üniversitedir. Bu durumda dış müdahale endişelerinden uzak olma avantaj olsa da iş dünyasından kopuk olma dezavantajı da beraberinde gelmektedir.

Özel Sektöre Dayalı Model: Bu modelde finansman açısından güçlü konumda olan büyük şirketler ile üniversitelerin işbirliği ile teknokentler kurulur. Yönetimde söz sahibi olan taraf ise teknokentlerin kurulmasını sağlayan şirkettir.

Karma Model: Bu modelde üniversiteler, yerel yönetimler, bankalar, sivil toplum örgütleri veya vakıflar beraber hareket ederek teknokentlerin kurulmasını sağlarlar.

2.4. Dünyada Teknokentler

Dünyadaki ilk teknopark uygulamaları II. Dünya Savaşı sonrası görülmeye başlamıştır. Gelişmiş ülkelerin çoğunda teknokent uygulamaları bu ülkelerin ekonomik gelişme programları içerisinde önemli bir araç olarak kabul edilmiş ve sayıları giderek artmıştır (Yücel, 1997: 71).

1952 yılında A.B.D’ de kurulan Silikon Vadisi ismiyle bilinen Standford Research Park dünyanın ilk teknokenti olma özelliğine sahiptir. Teknokent yapısını faaliyete geçiren ilk ülke olan A.B.D diğer ülkelere de öncülük yaparak bu yapının tüm dünyaya yayılmasını sağlamıştır. A.B.D’ de bulunan teknokentlerin büyük bir bölümü federal hükümetler tarafından desteklenmiştir (Tepe ve Zaim, 2016: 22-24).

Dünya’da teknokentlerin kurulduğu ikinci ülke İngiltere’dir. 1980’li yıllara geldiği zaman dünyadaki toplam teknokent sayısının 21 olduğu görülmüştür. Bunların 12 tanesi ABD’de, 7 tanesi Fransa ve Belçika’da, 2 tanesi ise İngiltere’de bulunmaktaydı. Japonya’da ise 1980’li yıllarda ortaya atılan Teknopolis düşüncesi 1990’lı yıllarda uygulamaya geçirilmiştir. Japonya’da ortaya atılan teknopolis fikrinin amacı ise yöresel ve bölgesel kalkınmayı geliştirmektir (Alkibay vd, 2012: 68).

Teknokentler konusunda öncülük eden ülkelerden biri olan Çin’de hükümet, teknolojik alanda ilerlemeye katkı sağlayacak firmaların Ar-Ge harcamalarına destek sağlamanın yanı sıra bu firmalara düşük kira ve alt yapı indirimleri gibi hizmetlerde sunmuştur. Hükümetin firmalara sunduğu bu destekler sayesinde teknolojik girişim oranlarında ciddi artışlar meydana gelmiştir (Tepe ve Zaim, 2016: 24). Ülkedeki ilk teknokent merkezi hükümet tarafından onaylanarak 1988 yılında Pekin’de kurulmuştur. Yıllar itibariyle kurulan teknokent sayılarında hızlı bir artış gözlemlenmiş ve 1997 yılına gelindiğinde toplam teknokent sayısı 53’e yükselmiştir (Hu, 2003: 3).

İsrail’de bilim ve teknoloji parkları sanayi parkı olarak adlandırılmıştır. Ülkede modern anlamda sanayi parkları İsrail’in ünlü sanayicisi olan Stef Wertheimer’in, yeni bakış açılı sanayi bölgeleri kurma öngörüsünden yola çıkılarak kurulmuştur. Bu bağlamda ülkede kurulan ilk sanayi parkı Teffe parkı olmuştur. Bu sanayi parkı İsrail’in

Kuzey Galillee bölgesinde 1985 yılında kurulmuştur. İsrail'deki sanayi parklarının amacı ihracata dayalı sanayinin gelişebilmesi için destekleyici ve aynı zamanda teşvik edici çalışma ortamlarının yaratılması olmuştur. Teffen parkı ülke ihracatının %10'unu tek başına gerçekleştirmektedir (DDK, 2009: 75).

Fransa'da kurulan ilk teknokent Sophia Antipolis'tir. 1960 yılında kurulan teknokentin alanı 2.400 hektardır ve sahip olduğu 1.260 şirkette yaklaşık olarak 20.000 personel çalışmaktadır. Önemli şirketlere ev sahipliği yapmaktadır. Hindistan'da ise 1990'lı yıllarda ekonominin serbestleşmesi ile beraber teknoloji gelişimi alanında ciddi adımlar atılmaya başlanmıştır. Uluslararası standartlarda teknokentlerin kurulması bu adımların en önemlisi olmuştur. 1997 yılında kurulan Uluslararası Teknoloji Parkı Hindistan'daki teknokentlerin en büyüğü ve en önemlisidir (Tepe ve Zaim, 2016: 24).

2.5. Türkiye'de Teknokentler

Gelişmekte olan ülkelerin karşılaştıkları en büyük sorun, teknoloji üretemedikleri için teknolojiyi satın almak mecburiyetinde olmalarıdır. Teknoloji satın alan ülkelerin yapması gereken tek şey düğmeye basıp makineyi çalıştırmaktır yani alınan bu teknolojiyi bir adım ileri taşımak, geliştirmek gibi bir olanağı bulunmamaktadır. Bunun sonucunda ise teknolojiye dışa bağımlılık artmakta ve teknolojiyi geliştirerek sunan tarafın vermek istediği kadarı ile yetinme durumu söz konusu olmaktadır. Teknoloji satın alan taraflar sürekli olarak dezavantaja sahiptir ve her zaman bir adım geriden gelmeye mahkûmdur (Yalçıntaş, 2014: 87).

Birçok ülkede üniversite-sanayi işbirliği, sanayinin teknolojiye olan gereksinimini karşılarken, sanayi de üniversitelere pratik uygulama için gerekli olanakları sağlamaktadır. Bu karşılıklı işbirliği sayesinde ülkelerin gelişmesi hız kazanmaktadır (Yücel, 1997: 69). Türkiye ve Türkiye gibi teknolojiye dışa bağımlı olan ülkelere işbirliği arayışlarına bakıldığında sanayi odaklı girişimlerden söz etmek pek mümkün değildir. Çünkü piyasada yer alan firmalar daha çok katma değeri düşük ürünler üretmeye ve üretimde geleneksel üretim sistemlerini kullanmaya devam etmektedirler. Ucuz iş gücü her ne kadar avantaj gibi görünse de bu durum artık küresel rekabette üstünlüğe sahip olmak için yeterli değildir (Kiper, 2010: 8) .

Türkiye'de teknoloji politikalarından ilk olarak 1979-1983 dönemini içeren Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda söz edilmiştir. 1980-2000 döneminde ise

teknoparkların kurulması için çalışmalara başlanmıştır. 1989 yılında DPT (Devlet Planlama Teşkilatı), teknopark kurma çalışmalarını yapmak üzere hükümet tarafından görevlendirilmiştir (Yalçıntaş, 2014: 98). İlk olarak biyo-teknoloji, uzay araştırmaları ve uydu teknolojisi, elektronik, yenilenebilir enerji kaynakları, deniz bilimleri, demir ve kömür teknolojisi, hayvan ve bitki geliştirme ve gıda teknolojisi alanlarında faaliyet gösterecek teknoparklar kurulması amaçlanmıştır. 16 Kasım 1990 tarihinde, UNFSTD ile Türkiye hükümeti arasında “Türkiye’de Teknoparklar Kurulması İçin Program” başlıklı proje imzalanmıştır. Bu programa göre beş teknoparkın kurulması ve bunların İTÜ, ODTÜ, Ege Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve son olarak TÜBİTAK MAM’da kurulmaları öngörülmüştür. ODTÜ Teknokent ve TÜBİTAK MAM Teknokenti 4691 sayılı kanunun çıkmasından önce kurulmuş ve faaliyete geçmişlerdir (Tepe ve Zaim, 2016: 22).

Gelişmiş ekonomiye sahip ülkeler ile Türkiye kıyaslandığında Türkiye’nin 50 yıllık bir gecikme ile 2001 yılında çıkartılan ve 2002 yılında yürürlüğe giren 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu (TGBK) ile gerekli yasal çerçeve oluşturularak teknokentlerin kurulmasının önünü açtığı görülmektedir. Bu kanunun amacı:

Üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörlerinin işbirliği sağlanarak, ülke sanayinin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulması maksadıyla teknolojik bilgi üretmek, üründe ve üretim yöntemlerinde yenilik geliştirmek, ürün kalitesini veya standardını yükseltmek, verimliliği artırmak, üretim maliyetlerini düşürmek, teknolojik bilgiyi ticarileştirmek, teknoloji yoğun üretim ve girişimciliği desteklemek, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeni ve ileri teknolojilere uyumunu sağlamak, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunun kararları da dikkate alınarak teknoloji yoğun alanlarda yatırım olanakları yaratmak, araştırmacı ve vasıflı kişilere iş imkânı yaratmak, teknoloji transferine yardımcı olmak ve yüksek/ileri teknoloji sağlayacak yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak teknolojik alt yapıyı sağlamaktır (Resmi Gazete, 2001).

2.6. 4691 Sayılı TGBK Kapsamında Sağlanan Destek ve Teşvikler

4691 sayılı TGBK ile teknokentlerde faaliyet gösteren girişimci firmalara sağlanan destek ve muafiyetler şunlardır (Resmi Gazete, 2001) :

Kurumlar Vergisi Muafiyeti: Yönetici şirketlerin bu kanun uygulaması kapsamında elde ettikleri kazançlar ile bölgede faaliyet gösteren gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin, münhasıran bu bölgedeki yazılım ve AR-GE faaliyetlerinden elde

ettikleri kazançları 31/12/2023 tarihine kadar gelir ve kurumlar vergisinden müstesnadır.

Sigorta Prim Desteği: 4691 sayılı Kanun çerçevesinde ücreti gelir vergisinden istisna olan personelin bu çalışmaları karşılığında elde ettikleri ücretleri üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin yarısı Hazine tarafından karşılanmaktadır.

KDV Muafiyeti: 4691 Sayılı Kanun kapsamında teknokentlerde faaliyette bulunan girişimcilerinin kazançlarının gelir ve kurumlar vergisinden istisna bulunduğu süre içinde, bu bölgelerde ürettikleri ve sistem yönetimi, veri yönetimi, iş uygulamaları, sektörel, internet, mobil ve askeri komuta kontrol uygulama yazılımı şeklindeki teslim ve hizmetleri KDV’den müstesnadır.

Gümrük Vergisi İstisnası: Ar-Ge, yenilik ve tasarım projeleri ile ilgili araştırmalarda kullanılmak üzere ithal edilen eşya, gümrük vergisi ve her türlü fondan, bu kapsamda düzenlenen kağıtlar ve yapılan işlemler damga vergisi ve harçtan müstesna edilmiştir.

Damga Vergisi Teşviki: 4691 Sayılı Kanun kapsamında teknokentlerde çalışan Ar-Ge ve destek personelinin bu görevleri ile ilgili elde ettikleri ücretleri damga vergisinden istisna edilmiştir.

Ücretler dışında damga vergisi istisnası yoktur. Yönetici şirket, bu kanunun uygulanması ile ilgili olarak düzenlenen kâğıtlardan ve yapılan işlemlerden dolayı damga vergisinden ve harçtan muaftır.

2.7.Türkiye Teknokent’lerinin Mevcut Durumu

Teknolojik üretime yönelik yeni ürünler ve yeni üretim yöntemleri geliştirmek amacıyla sanayicileri, araştırmacı ve üniversitelerle bir araya getirecek 4691 sayılı kanun kapsamında; 2018 yılı Eylül ayı itibari ile kurulmuş toplam 81 adet Teknoloji Geliştirme Bölgesi vardır. En fazla teknokente sahip iller Ankara ve İstanbul’dur. İstanbul’da toplam 11 teknokent vardır. Bunların 6’sı aktif haldeyken 5’inin altyapı çalışmaları devam etmektedir. Ankara’da ise faaliyette olan 6 tane aktif teknokent mevcutken iken altyapı çalışmaları devam eden 3 teknokent vardır (BSTB, 2018).

Tablo 2.1. 2018 Yılı Türkiye’deki Aktif Teknokentler

SIRA NO	BÖLGE ADI	İL	YIL
1	ODTÜ Teknokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Ankara	2001
2	TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi Teknoparkı	Kocaeli	2001
3	Ankara Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Ankara	2002
4	İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İzmir	2002
5	GOSB Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kocaeli	2002
6	Hacettepe Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Ankara	2003
7	İTÜ Arı Teknokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İstanbul	2003
8	Eskişehir Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Eskişehir	2003
9	Selçuk Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Konya	2003
10	Kocaeli Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kocaeli	2003
11	Yıldız Teknik Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İstanbul	2003
12	İstanbul Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İstanbul	2003
13	Batı Akdeniz Teknokenti Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Antalya	2004
14	Erciyes Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kayseri	2004
15	Trabzon Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Trabzon	2004
16	Çukurova Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Adana	2004
17	Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Mersin	2005
18	Göller Bölgesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Isparta	2005
19	Ulutek Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Bursa	2005
20	Erzurum Ata Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Erzurum	2005
21	Gaziantep Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Gaziantep	2006
22	Ankara Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Ankara	2006
23	Gazi Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Ankara	2007
24	Fırat Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Elazığ	2007
25	Pamukkale Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Denizli	2007
26	Cumhuriyet Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Sivas	2007
27	Dicle Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Diyarbakır	2007
28	Trakya Üniversitesi Edirne Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Edirne	2008

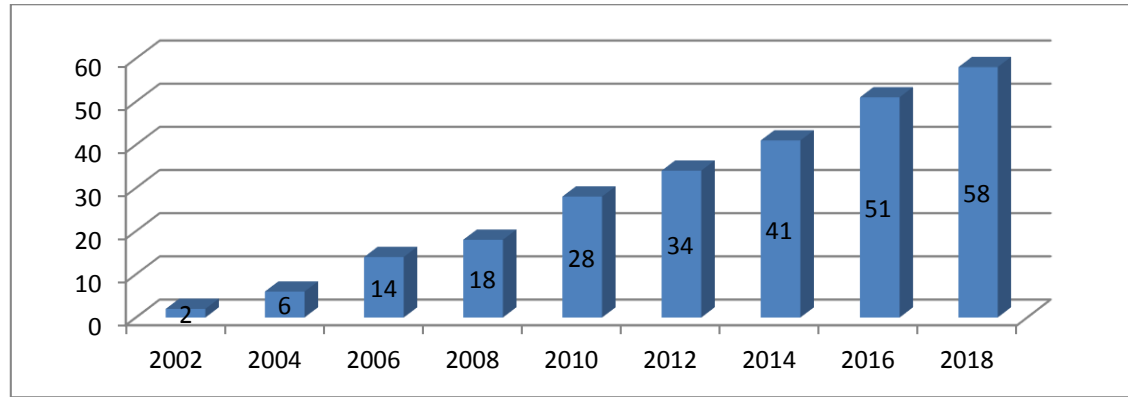
29	Sakarya Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Sakarya	2008
30	Tokat Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Tokat	2008
31	Boğaziçi Üniversitesi Teknoloji Geliştirme B.	İstanbul	2009
32	Bolu Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Bolu	2009
33	Malatya Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Malatya	2009
34	Kütahya Dumlupınar Tasarım Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kütahya	2009
35	İstanbul Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İstanbul	2009
36	Samsun Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Samsun	2009
37	Düzce Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Düzce	2010
38	Harran Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Şanlıurfa	2010
39	Kahramanmaraş Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kahramanmaraş	2011
40	Namık Kemal Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Tekirdağ	2011
41	Çanakkale Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Çanakkale	2011
42	İzmir Bilim ve Teknoloji parkı Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İzmir	2012
43	Yüzüncü Yıl Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Van	2012
44	Çorum Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Çorum	2012
45	Dokuz Eylül Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İzmir	2013
46	Bozok Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Yozgat	2013
47	Kırıkkale Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kırıkkale	2013
48	Marmara Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İstanbul	2014
49	Ege Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	İzmir	2014
50	Konya Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Konya	2015
51	Afyon-Uşak Zafer Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Afyonkarahisar-Uşak	2015
52	Niğde Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Niğde	2013
53	Celal Bayar Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Manisa	2012
54	Ankara Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Ankara	2014
55	Muallimköy Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kocaeli	2011
56	Adnan Menderes Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Aydın	2016

57	Kapadokya Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Nevşehir	2018
58	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi MAKÜ-BAKA Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Burdur	2013

Kaynak: BSTB, 2018

Tablo 2.1’de 2018 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren 58 teknokentin listesi verilmiştir. 4691 sayılı kanuna göre teknokentler üniversitelerin bünyesinde kurulmaktadır. 2018 yılı itibari ile Türkiye’de toplam 206 üniversite bulunmaktadır. Bunların 129’u devlet üniversitesi, 77’si ise vakıf üniversitesidir (Yükseköğretim Kurumu Başkanlığı, 2018). Türkiye’deki aktif teknokentler incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun devlet üniversiteleri bünyesinde kurulduğu görülmektedir. Faaliyette olan teknokentlerin 2 tanesi birden çok üniversite tarafından ortaklaşa kurulmuştur. Bunlardan biri Afyon Kocatepe Üniversitesi ile Uşak Üniversitesinin ortaklaşa kurduğu Afyon-Uşak Zafer teknokenti diğeri ise Selçuk üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Aksaray üniversitesi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi ve KTO Karatay Üniversitesinin ortaklaşa kurduğu Konya Teknokent’tir. Ayrıca tabloya göre Türkiye’nin yedi coğrafi bölgesinde de aktif teknokentlerin olduğu görülmektedir.

2.7.1. Aktif Teknokent Sayıları



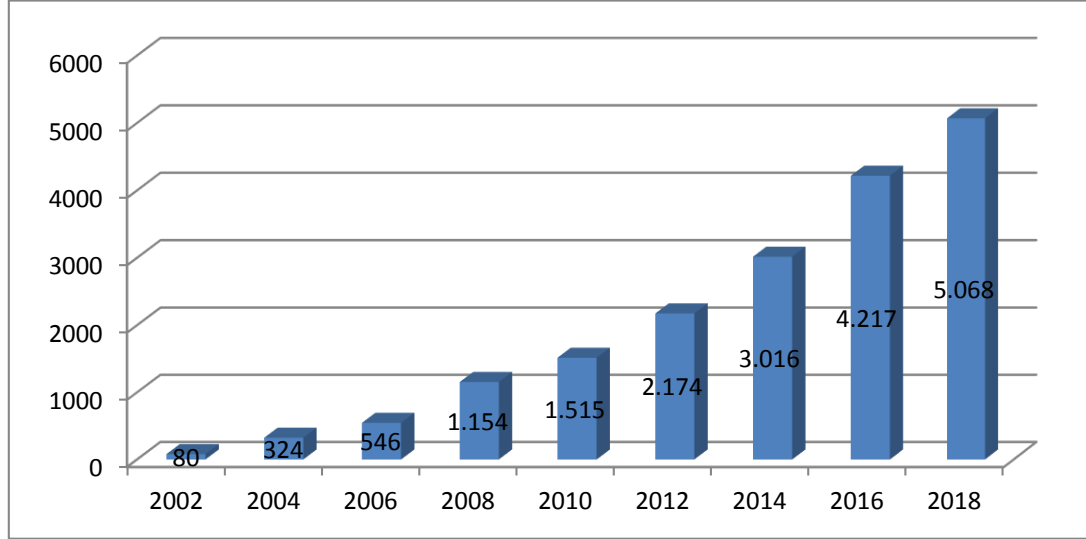
Kaynak: Cansız, 2017: 41 ve BSTB, 2018.

Grafik 2.1. Yıllara Göre Aktif Teknokent Sayıları

Türkiye’de bulunan teknokentlerin yıllara göre sayıları Grafik 2.1’de verilmiştir. Grafiğe göre Türkiye’de 2001 yılında kurulmaya başlayan teknokentler hızlı bir gelişim göstererek yıllar itibariyle sürekli artmıştır. 2002 yılında Türkiye’de bulunan teknokent sayısı 2 iken Eylül 2018 itibari ile 58’e yükselmiştir. Ayrıca Sanayi Bakanlığı’ndan alınan

verilere göre alt yapı çalışmaları devam eden 23 Teknoloji Geliştirme Bölgesi mevcuttur. Yani 2018 yılı itibariyle kurulan toplam Teknoloji Geliştirme Bölgesi sayısı 81'dir.

2.7.2. Teknokentlerde Faaliyet Gösteren Firma Sayıları



Kaynak: Cansız, 2017: 42 ve BSTB, 2018.

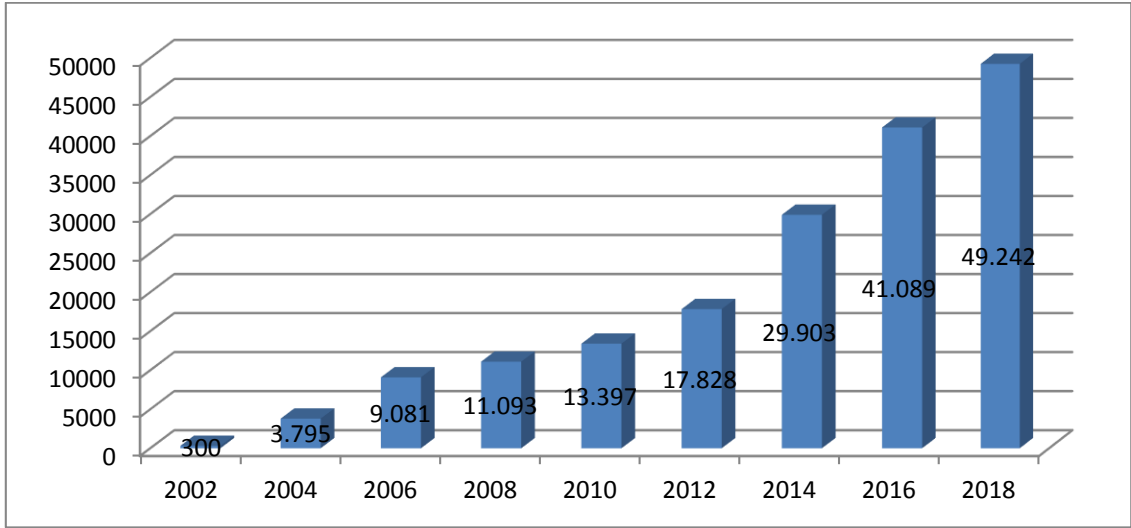
Grafik 2.2. Yıllara Göre Teknokentlerde Faaliyet Gösteren Firma Sayıları

Grafik 2.2'ye göre teknokentlerde faaliyet gösteren firma sayıları sürekli ve hızlı bir artış göstermiştir. Eylül 2018 tarihi itibari ile teknokentlerde faaliyet gösteren toplam firma sayısı 5.068'dir. Bunların 291 tanesi yabancı/yabancı ortaklı firmalara, 4.777 tanesi ise yerli firmalardan oluşmaktadır. Yerli firmaların yabancı firmalar ile ortaklık girişiminde bulunarak bu firmalarla ortak projelerde yer almaları dışa açılmaları hususunda kolaylık sağlayacaktır. Ayrıca teknokentlerde faaliyet gösteren firmalardan 1.066'sı akademisyen ortaklıdır. Sayıları giderek artan teknokentlerde yeni projelere sahip girişimciler tarafından kurulan firma sayısının ilerleyen yıllarda da artış göstereceği öngörülebilir.

2.7.3. Teknokentlerde İstihdam

İstihdam açısından ele alındığında teknokentler olumsuz bir faktör olarak görülebilir. Çünkü teknolojik alanda yapılan yenilikler insan gücüne duyulan ihtiyacı azaltır ve istihdam açısından olumsuz bir durum yaratır. Fakat toplam katkı açısından değerlendirildiğinde böyle olmadığı anlaşılır. Teknolojik yenilikler maliyetleri

düşürerek bölgede faaliyet gösteren firmaların rekabet gücünün artmasına sebep olur. Rekabet üstünlüğü, işletmelerin sattıkları ürünlerin miktarını arttırmaları ve bu da daha fazla üretim yapmak ve daha fazla istihdam anlamına gelmektedir. Teknokentler sayesinde bölgeye hem yerli hem de yabancı yeni girişimciler gelir, yapılan yeni yatırımlarda yeni iş olanakları yaratır (DDK, 2009: 36).

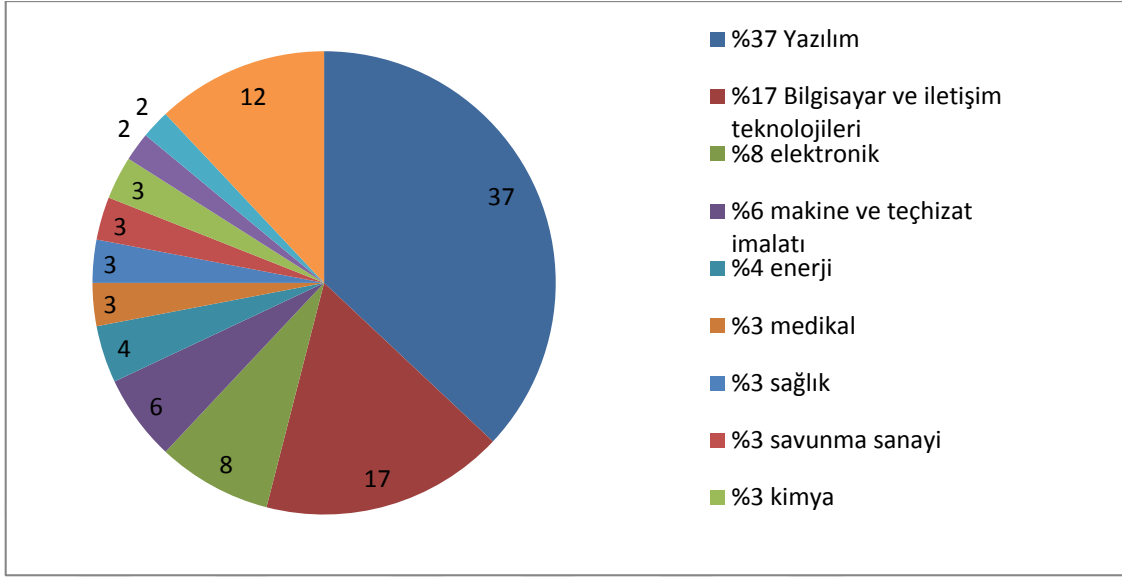


Kaynak: Cansız, 2017: 44 ve BSTB, 2018.

Grafik 2.3. Yıllara Göre Teknokent Bünyesinde Çalışan Personel Sayıları

Grafik 2.3'e göre kurulmaya başladığı yıldan itibaren teknokent bünyesinde çalışan personel sayısı sürekli artmıştır. Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde istihdam edilen personeller Ar-Ge, destek birimi ve kapsam dışı çalışanlardan meydana gelmektedir ve personelin büyük bir bölümünü Ar-Ge çalışanları oluşturmaktadır. 2018 yılı Eylül ayında teknokentlerde istihdam edilen personel sayısının toplamı 49.242 iken bunların 40.000'i Ar-Ge, 3.136'sı destek birimi ve 6.106'sı ise kapsam dışı personelden oluşmaktadır. Şuan altyapı çalışmaları devam eden teknoparklar faaliyete geçtiğinde teknokent bünyesinde çalışan personel sayısının artacağı öngörülebilir.

2.7.4. Sektörel Dağılım



Kaynak: BSTB, 2018.

Grafik 2.4. Firmaların Sektörel Dağılımı

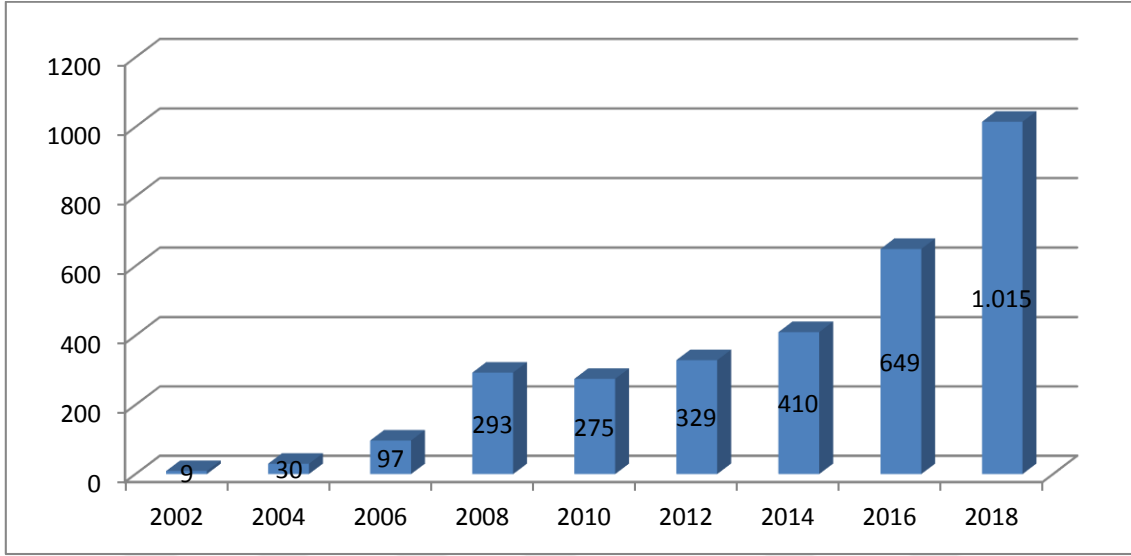
Grafik 2.4'e göre teknokentlerde yer alan firmaların %37'lik bir oranla en fazla yazılım sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Yazılım sektörünü sırası ile Bilgisayar ve iletişim teknolojileri, elektronik, makine ve teçhizat imalatı, enerji sektörü ve diğer sektörler izlemektedir.

2.7.5. Teknokentlerde Patent

Buluş belgesi olarak da adlandırılan patent; “ürün veya buluş sahibi kişiye, bulduğu ürünün satışı, pazarlaması, çoğaltılması, bir benzerinin üretilmesi gibi konularda ayrıcalıklar getiren resmi bir belge ve unvan” olarak tanımlanmaktadır. Patent belgesi ise buluş sahibinin elde ettiği bu hakları kullanabileceğini kanıtlayan belgedir (Doğan ve diğerleri, 2010: 112).

Bir ülkenin patent sayılarına ilişkin göstergelerden o ülkenin bilgi birikimi düzeyi anlaşılmaktadır. Son yıllarda dünyada patent sayılarının sürekli bir artış gösterdiği görülmektedir. OECD'ye göre patent sayılarındaki bu artışın iki nedeni bulunmaktadır. Bunlardan birincisi yeni ekonomik düzende iş dünyası tarafından patentin öneminin anlaşılması diğeri ise araştırma kurumlarının araştırma sonuçlarını giderek artan rekabete karşı koruma mecburiyeti hissetmeleridir (Elçi, 2006: 13).

Yeniliklerin ve yeni buluşların sanayiye uygulanması, ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeylerini doğrudan etkilemektedir. Günümüzde bütün gelişmiş ülkeler patent sistemini uygulamaktadır. Uygulanan bu sistem sayesinde buluş sahibinin buluşunu kullanma ve kullandırma konusunda belirli bir süre ayrıcalık hakkı kazanması, buluş yapılmasına özendirir ve böylece ortaya çıkan yeni buluşlar sanayiye uygulanarak ülke ekonomilerine katkı sağlanır (Doğan vd, 2010: 112).



Kaynak: Cansız, 2017: 50 ve BSTB, 2018.

Grafik 2.5. Yıllara Göre Teknokentlerde Tescil Edilen Patent Sayıları

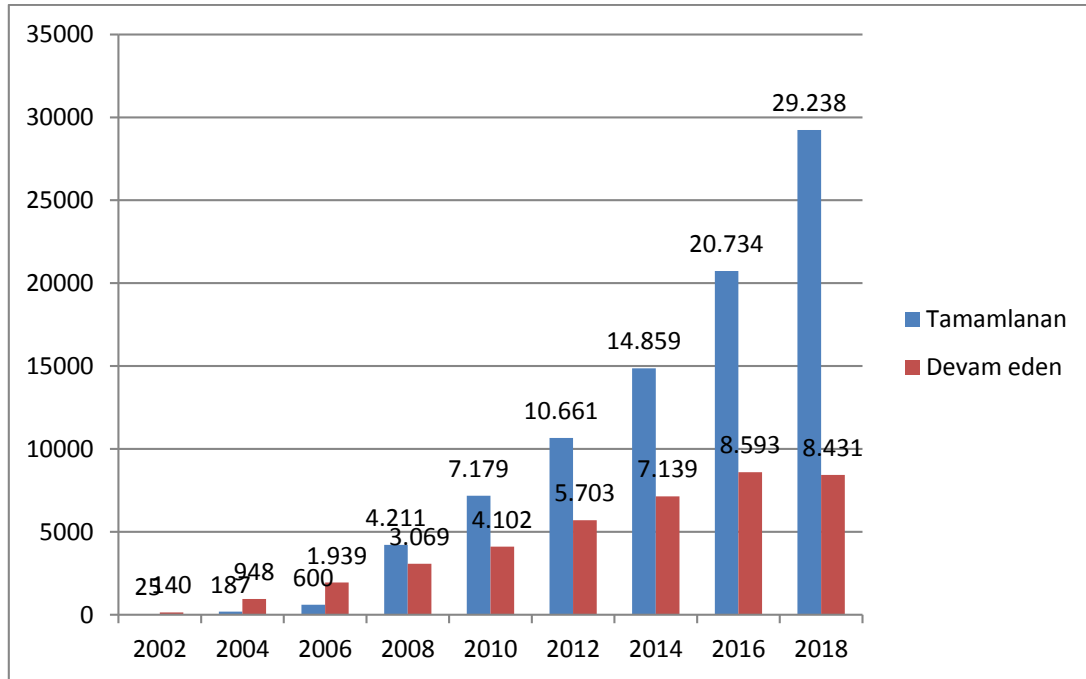
Grafik 2.5'e göre yıllar itibari ile teknokentlerde tescil edilen patent sayıları genel olarak artmıştır fakat önemli sayıda Ar-Ge projesi tamamlanmasına rağmen tescil edilen patent sayısının yetersiz olduğu söylenebilir. 2018 yılı Eylül ayı itibariyle patent başvuru sayısı 2.244 iken tescil edilen patent sayısı ise 1.015 olmuştur.

4691 Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'na (2001) göre, Teknokentlerde faaliyet gösteren firmalar elde ettikleri kazançtan 31 Aralık 2023 tarihine kadar gelir ve kurumlar vergisinden muaf tutuluyordu. Fakat 19 Ekim 2017 tarihli 10821 sayılı Resmi Gazeteye göre bu muafiyetten faydalanmak patent şartına bağlanmıştır. 2017 yılında yapılan yeni düzenleme ile firmaların kazançlarının gayri maddi haklarının satışı, devri ya da kiralanmasından elde edilmesi durumunda, elde edilen kazancın gelir ve kurumlar vergisinden muaf olması için hakların niteliğine göre patent veya fonksiyonel olarak patente eşdeğer belgelere bağlanması gerekmektedir. Bu karar kapsamında fonksiyonel olarak

patente eş değer belgeler; faydalı model belgesi, tasarım tescil belgesi, telif hakkı tescil belgesi, entegre devre topografyası tescil belgesi, yeni bitki çeşitlerine ait ıslahçı hakkı tescil belgesi ve benzeri belgelerdir (T.C Resmi Gazete, sayı:30215, 19 Ekim 2017).

Yapılan yeni düzenleme sonucunda Eylül 2018 verilerine (BTSTB) göre teknokentlerde ulusal/uluslararası patent tescil sayısı 1.015, devam eden patent başvuru sayısı 2.244, faydalı model tescil sayısı 461, devam eden faydalı model tescil sayısı 177, endüstriyel tasarım tescil sayısı 105, devam eden endüstriyel tasarım tescil sayısı 59 ve alınan yazılım telif hakkı ise 128’dir.

2.7.6. Teknokentlerde Tamamlanan/Devam Eden Proje Sayıları

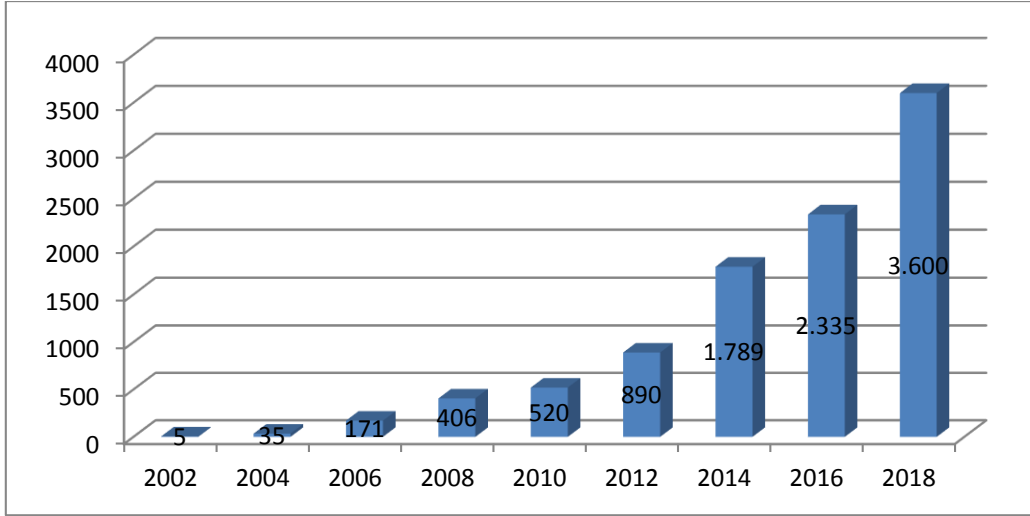


Kaynak: Cansız,2017: 48 ve BSTB,2018.

Grafik 2.6. Yıllara Göre Teknokentlerde Tamamlanan/Devam Eden Proje Sayıları

Grafik 2.6’da Türkiye’de kurulan teknoparklarda çift yıllara göre tamamlanan ve çalışmaları devam eden proje sayıları verilmiştir. Bu verilere göre proje sayılarında sürekli ve hızlı bir artış olduğu görülmektedir.

2.7.7. Teknokentlerde İhracat



Kaynak: Cansız, 2017: 52 ve BSTB, 2018

Grafik 2.7. Yıllara Göre Teknokentlerde Gerçekleşen İhracat (milyon\$)

Grafik 2.7'ye göre teknoloji geliştirme bölgelerinden yapılan ihracat rakamlarında yıllar itibari ile sürekli bir artış görülmektedir. BTSB verilerine göre 2018 yılında teknokentlerde yapılan ihracat toplamı 3.6 milyar\$ iken buna yurt içi satışlarda eklendiğinde toplam satışın 62.5 milyar\$ olduğu görülmektedir.

2.8. Türkiye'deki Teknokentlerin Sorunları

Türkiye'deki teknokentler çalışmalarını Sanayi Bakanlığı'nın kontrolünde sürdürmektedir. Sanayi Bakanlığı tarafından güçlü bir otokontrol mekanizması oluşturulmasına rağmen mevcut destek mekanizmaları yeterli değildir. Bu yüzden özellikle teknokentlerin kurulumu aşamasında büyük sorunlar yaşanmaktadır. Sanayi Bakanlığının teknokentler için sağladığı sınırlı miktardaki destek yapılanmanın tamamını finanse edememektedir. Bu konu hakkındaki yasal prosedürler incelendiği zaman üniversitelerin sahip olduğu kaynaklardan bu bölgeler için kaynak tahsisinde bulunmalarının mümkün olmadığı görülmektedir (Başalp ve Yazlık, 2006: 277-278).

Türkiye'de teknokentlerin üniversite-sanayi iş birliğinin geliştirilmesi felsefesiyle yola çıktığı fakat uygulamaya bakıldığında teknokentlerin büyük oranda sahibi ya da ortağının üniversiteler olduğu görülmektedir. Teknokentlerin gelişmesi için üniversite

sahipliğinin çok önemli bir yeri olmakla birlikte akademik dünyaya bırakılması ticarileşmesi gibi alanlarda geri kalmasına sebep olmaktadır (Cansız, 2017: 38).

Dünyada kurulan ve faaliyette bulunan teknoparklar göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'nin oluşum ve gelişim açısından geride kaldığı görülmektedir. Bu konuda geri kalma nedenleri (Alkibal vd, 2012: 68):

- Türkiye ekonomisinde bilime ve teknolojiye ayrılan sermayenin kısıtlı olması ve artış hızının yavaş olması,
- Sanayi sektörü ile Bilim ve Teknoloji sektörü arasında yeteri kadar işbirliğinin olmaması,
- Ar-Ge faaliyetlerinin ileri teknolojiyi yeterli ölçüde yakalayamaması olarak sayılabilir.

Türkiye ile gelişmiş ülkelerdeki teknoparklar kıyaslandığında teknokent çalışmalarının Türkiye'de çok yeni ve gelişme aşamasında olduğu söylenebilir. Gelecekte teknokent yapılarının Türkiye'nin Ar-Ge ve teknoloji alanındaki gücüne önemli katkılar sağlayacağı beklenmektedir. Fakat başarılı girişimcilerin ülkemizdeki teknokentlerden gelişmiş ülkelerdeki teknokentlere kayması başta olmak üzere Türkiye'deki teknokentlerin ve yeni girişimciliğin gelişmesini önleyecek gelişmiş ülkelerden kaynaklanan bazı sorunları da bulunmaktadır (Cansız, 2017: 54).

2.9. Malatya Teknokent

Bu bölümde Malatya teknokent ve Pusula ön kuluçka merkezi hakkında kısa bilgiler verilmiştir. Verilen bilgilerin ve verilerin tamamı Malatya Teknokent ve Pusula Ön Kuluçka Merkezi'nden ve resmi web sitelerinden alınmıştır.

Malatya Teknokent 10 Şubat 2010 tarihinde Resmi Gazate'de yayımlanan Bakanlar Kurulu'nun kararı ile kurulmuştur. 2012 yılında 1 firma ile faaliyete başlamıştır. 1975 yılında kurulan İnönü Üniversitesi kampüsü sınırları dâhilindedir. Malatya Teknokent olarak tahsis edilen bu alan şehir merkezine yaklaşık olarak 10 km mesafededir. Teknokentin İnönü Üniversitesi sınırları içinde yer alması, altyapı hizmetlerinden faydalanma özelliği ve şehir merkezine yakınlığı göz önünde bulundurulduğunda katılımcılar için nitelikli bir çalışma ortamı sağlayacak konumda olduğu söylenebilir.

Misyon

Girişimcilerin, paydaşların ve ortakların inovasyona dayalı ileri teknoloji alanındaki girişimlerini ya da düşüncelerini yönlendirmede, geliştirmede ve yenileştirmede başvuracakları temel kaynak olmak.

Vizyon

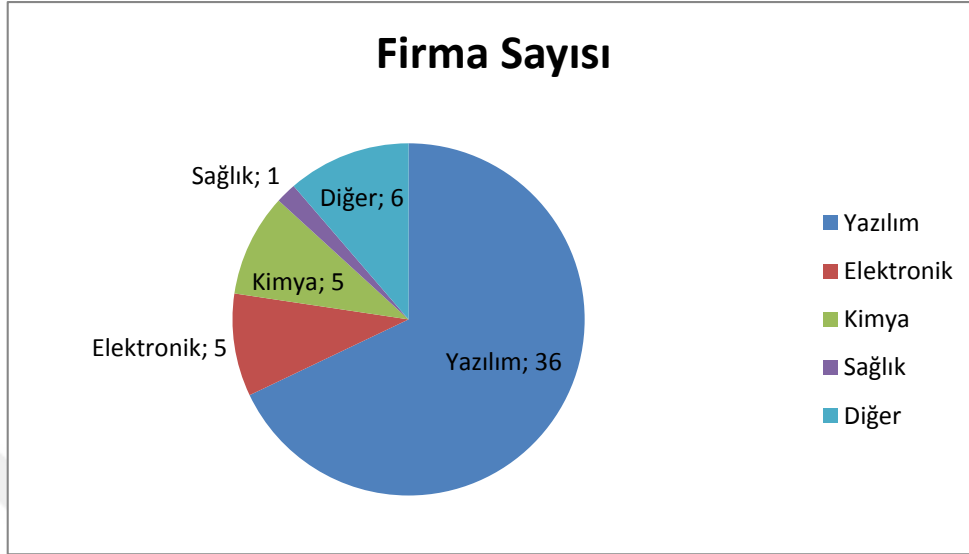
Özgünlüğe saygı, yeniliğe açıklık ve paylaşımcılık ilkeleri temelinde yeni fikirleri destekleyen ileri ve çağdaş bir sistem kurmak.

Tablo 2.2. Malatya Teknokent'in Ortaklık Yapısı

	ORTAKLAR	HİSSE (%)
1	İnönü Üniversitesi	% 61,49
2	Malatya Ticaret ve Sanayi Odası	% 7,43
3	Malatya Büyükşehir Belediyesi	% 6,76
4	Güneş Eğitim Tic. Ltd. Şti.	% 5,40
5	I. Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü	% 3,38
6	Malatya Ticaret Borsası	% 3,38
7	Çalık Denim Tekstil San. Ve Tic. A.Ş.	% 3,38
8	II. Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü	% 2,70
9	Mimsan Makina İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti.	% 2,70
10	Mel Tarım A.Ş.	% 1,69
11	Malatyalı İş Adamları Derneği(MİAD)	% 0,85
12	Budaksan İnş. Taşıma Gıda Tarım Tekstil Tem. Otomas Tic. Ve San. Ltd. Şti.	% 0,84
TOPLAM		% 100

Malatya Teknokent'te yer almak isteyen girişimcilerin taleplerinin değerlendirilmesinden ve uygun bulunanlar için yer tahsisinin yapılmasından Malatya Teknokent Yönetici A.Ş. sorumludur. Başvuru yapan firmanın hakem değerlendirmesi sonucu yönetim kurulu uygun bulunanlara yer tahsisi yapar ve teknokentte faaliyet göstermelerine izin verilir. Malatya Teknokent'te Haziran 2019 itibari ile toplam 53

firma yer almaktadır. Firmaların sektörlere göre dağılımı Grafik 2.8’de gösterildiği gibidir.



Grafik 2.8. Malatya Teknokent’te Faaliyet Gösteren Firmaların Sektörel Dağılımı

Grafik 2.8’e göre Malatya Teknokent’te yer alan firmaların büyük bir çoğunluğu (36) yazılım sektöründe faaliyet göstermektedir.

Firmaların 4’ü kadın, 49’u ise erkek girişimciler tarafından kurulmuştur.

Akademisyenler tarafından kurulan firma sayısı 19 olup 6 firma bünyesinde akademisyen çalıştırmaktadır.

Malatya Teknokent’te yer alan firmalardan hiçbiri 2018 yılına kadar ihracat yapmamıştır. 2018 yılında 2 firma ilk ihracatlarını gerçekleştirmişlerdir.

Teknokentte faaliyet gösteren firmalardan henüz patent alan bir firma bulunmamaktadır.

2.9.1. Pusula Ön Kuluçka Merkezi

2017 yılında kurulan Pusula Ön Kuluçkanın temel amacı, İnönü Üniversitesi bünyesindeki akademisyenler ve öğrenciler başta olmak üzere, Malatya ve bölgede girişimcilik potansiyeli taşıyanlar için oluşturdukları iş fikirlerinin ticari değere dönüşmesi adına gerekli olan altyapı, mentörlük / danışmanlık hizmetlerini sunmaktır.

Misyon

Girişimcilerin inovasyona dayalı ileri teknoloji alanındaki girişimlerini ya da düşüncelerini modelleme geliştirme ve yönlendirmede başvuracakları temel kaynak olmak.

Vizyon

Eğitimli ve girişimci insan gücü ile üreten, yaşam kalitesi yüksek bir bölge yaratmak. Bölgenin teknoloji geliştirme potansiyel ve kabiliyeti süreçlerine katkıda bulunan bir merkez olmaktır.

Pusula ön kuluçka merkezinin dört paydaşı bulunmaktadır. Bunlar;

- 1) İnönü Üniversitesi,
- 2)Malatya Teknokent,
- 3) Fırat Kalkınma Ajansı (FKA),
- 4) Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'dır.

Pusula Ön Kuluçka'nın içerisinde prototipleme atölyesi bulunmaktadır. Bu atölyeyi kullanarak girişimciler iş fikirlerini modelleyebilir ve prototip üretimi işlemlerini yapabilirler. Bu atölyenin gerekli altyapısı PUSULA LAB tarafından sağlanmaktadır. Laboratuvar girişimcilerin fikirlerini modellemesi ve prototip üretimi işlemlerini gerçekleştirmek için gerekli olan tüm donanımına sahiptir. Prototipleme atölyelerinde hem Malatya teknokent personeli hem de Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) uzmanları teknik destek ve rehberlik konusunda yardımcı olmaktadır.

Pusula Ön Kuluçka Merkezi bünyesinde Malatya'da, bölgede ve tüm ülkede girişimci ve girişimci adaylarına mentor-mentee eşleştirmeleriyle hizmet veren ve giderek büyüyen bir Pusula Mentor havuzu bulunmaktadır. Pusula Ön Kuluçka Merkezi Malatya Teknokentte yer almaktadır. Bu merkeze bağlı olarak eş zamanlı olarak kurulan Pusula Girişimcilik Merkezi ise İnönü Üniversitesi kampüsü içerisinde yer almaktadır. Pusula girişimcilik merkezinde 28.02.2018 tarihinden itibaren birer haftalık girişimcilik eğitimleri verilmeye başlanmıştır. KOSGEB destekli olarak verilen eğitimler İnönü Üniversitesi akademisyenleri tarafından verilmiştir. 20.07.2019 tarihine kadar 19 haftalık eğitim gerçekleştirilmiştir. Bu eğitimlere 475 girişimci aday katılmış fakat 368 kişi sertifika almaya hak kazanmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MALATYA TEKNOKENT'TE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ

3.1. Literatür İncelemesi

Stam, E. (2015), çalışmasında girişimcilik politikalarının girişimcilik miktarının artırılmasından girişimcilik kalitesinin artırılmasına doğru bir geçiş sürecinde olduğu ve gelecek adımın girişimcilik politikasından, girişimci bir ekonomiye yönelik politikaya geçeceğinin altını çizmiştir. Yazara göre girişimcilik ekosistemini oluşturan ve sağlıklı işlemlerini sağlayanlar girişimcilerdir. Çalışmada girişimcilik ekosistemi literatürü incelenmiş ve eksiklikler belirlenerek yeni bir sentez sunulmak istenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda yeni bir girişimcilik ekosistemi modeli belirlenmiştir. Ekosistem modeli çevre koşulları(resmi kurumlar, kültür, fiziksel altyapı ve talep) , sistematik koşullar(ağlar, finans, yetenek, bilgiliderlik ve destek hizmetleri), çıktılar(girişimcilik faaliyetleri) ve sonuçlar(kümülatif değer yaratımı) olmak üzere toplamda dört açıdan ele alınmıştır.

Scaringella ve diğerleri (2018) ekosistemler üzerine sistematik literatür incelemesi şeklinde bir çalışma sunmuşlardır. Bu çalışmada iş ekosistemi, inovasyon ekosistemi, bilgi ekosistemi ve girişimcilik ekosistemi olmak üzere dört ana ekosistem tanımlanarak ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bu çalışmanın sonucunda 1) dört ekosistem türü tanımlanarak ortak bir ekosistem kavramı anlayışı oluşturulmaya çalışılmış, 2) ekosistem değişmezleri belirlenmiş, 3) ekosistem arketipleri araştırılmıştır, 4) gelecekteki araştırma gündemini belirlemek için kavramsal bir temel oluşturacak temel değişmezleri esas alan bir çalışma alanı önerilmiştir.

Cansız ve diğerleri (2018), çalışmalarında girişimcilik ekosistemi kavramının son yıllarda üzerinde en çok tartışılan konulardan biri olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmada girişimcilik ekosistemi yaklaşımı kullanılarak Türkiye’de girişimcilik ekosistemi içinde eksik bir bileşen olduğu düşünülen ve sistem içinde faaliyet gösteren firmaların, girişimcilerin ve yenilik alanında çalışan aktörlerin yararlanabileceği bölgesel yenilik merkezlerinin kurulması ya da ekosistemde yer alan ara yüz mekanizmalarının desteklenerek yenilikçi girişimciliğin yetenek, kapasite ve rekabet gücünün artırılmasını amaçlayan yeni bir model önerisi sunulmuştur. Bu modele göre Türkiye’nin girişimcilik

ekosisteminin yenilik merkezlerine ihtiyaç duyduğu, kurulacak bu merkezlerin ulusal kalkınma politikasına hizmet edecek bir olmasının yanında bulundukları bölgenin girişimcilik ve yenilik ekosisteminin gelişmesi için katkı sağlayabileceği vurgulanmıştır. Sonuç olarak kurulacak yenilik merkezlerinin, girişimcilik ve inovasyon alanlarındaki boşlukları dolduracağı ve gelişmiş bölgelerde özellikle ticarileşme sorununu çözmeye odaklanarak Türkiye'deki Ar-Ge, yenilikçi girişimcilik ve ticarileşme kapasitesini geliştireceği belirtilmiştir.

Audretsch, D. B. ve Belitski, M. (2017), çalışmalarında bölgesel girişimcilik ekosistemine odaklanarak Bölgesel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi ile ekosistem bileşenlerinden oluşan yeni bir start-up modeli sunmuşlardır. Yapılan bu çalışma ile şehirlerdeki girişimcilik faaliyetlerindeki farklılıklar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma bölgesel inovasyon ve girişimcilik sistemlerine elverişli yeni politikaların geliştirilmesinde politika yapıcılarını desteklemekte ve kentsel girişimcilik ekosistemi üzerine yapılacak yeni araştırmalara kaynak niteliğindedir. Çalışmanın sonucunda bilgiye ve internete daha hızlı erişim sağlayan politikaların izlenmesinin daha fazla yeniliğe ve daha fazla girişimciliğe yol açacağı belirtilmiştir. Yüksek verimlilik için bölgesel girişimcilik sistemlerinin çerçevesi ve sistematik koşulları arasında tamamlamıcılığın önemi yazarlar tarafından vurgulanmıştır. Bölgesel ve kentsel sistemler bütüncül bir yaklaşımla modellenmiştir.

Suresh, J. ve Ramraj, R. (2012), çalışmalarında bireylerin bireyleri yeni bir işe başlama konusunda motive edecek kavramsal bir ekosistem çerçevesi geliştirmeyi amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda derinlemesine mülakat(görüşme) tekniği kullanılmıştır. Ekosistem faktörlerini test etmek için pilot bir çalışma kullanılmıştır. Girişimcilerle yapılan görüşmelerin sonucunda dış etkenlerin ve desteklerin hem bir işe başlamada hem de başlanılan işin başarısında oldukça etkili olduğu anlaşılmıştır. Bireylerin girişimcilik yolunu seçmelerinde etkili olan sekiz faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler moral desteği, finansman, teknoloji, pazar, toplum, ağlar, hükümet ve desteklerdir.

Isenberg, D. (2011), yaptığı çalışmada girişimciliğin para kazanma hırsları ile ilgili olduğunu ve başarılı olunması halinde genel ekonomi ve toplum üzerinde benzersiz etkiler yaratacağını belirtmiştir. Ekonomik bir dönüşüm ya da gelişimi yakalamak için

girişimcilere uygun ortamın sağlanması gerektiğini ve bunun için girişimcilik ekosisteminin olması gerektiği üzerinde durmuştur. Girişimcilik ekosisteminin oluşturmanın, geliştirmenin önemi ve ekosistemi oluşturan altı bileşen ele alınmıştır. Bu bileşenler politika, pazar, insan sermayesi, destek, kùltür ve finansdır. Sonuç olarak çalışmanın genelinde üzerinde durulduğu gibi girişimcilik ekosisteminin önemi vurgulanmış ve girişimcilik ekosistemi oluşturmadan diğer ekonomik stratejilerin girişimcilik üzerinde olumsuz etkiler meydana getireceği belirtilmiştir. Yazarın bu çalışmasıyla girişimcilik ekosistemi ile ilgili kendinden sonra yapılan çalışmalara kaynak teşkil ettiği sùylenabilir.

Mason ve Brown (2014) yapmış oldukları çalışmada gelişmiş ekonomilerin, yüksek potansiyelli firmaların sayısını artırmaya yönelik politikalar izlediği belirtilmiştir. Girişimcilik faaliyetlerinin artması için mevcut girişimcilere verilen desteklerin artması gerektiğini ve yüksek büyüme potansiyeline sahip girişimlere verilen desteklerin teşvik edici özelliğinin olduğu vurgulanmıştır. Çalışmanın sonucunda girişimciliği destekleyici nitelikte ortamlar oluşturmak için çeşitli öneriler sunulmuştur.

Acz ve diğerleri (2014) alışmalarında üç noktaya değinmişlerdir. İlk olarak girişimciliği ulusal düzeyde ölçmek için girişimlerin ayırt edici özelliklerini, güçlü yönlerini ve eksikliklerini belirlemeye çalışmışlardır. İkinci olarak ulusal girişimcilik ekosistemi kavramını tanıtmışlardır. Üçüncü olarak ise ulusal girişimcilik ekosistemi kavramını karakterize etmeye yönelik bir yaklaşım ileri sür÷lmüştür.

Etzkowitz ve Leydesdorff (2000) alışmalarında inovasyon ve üçlü sarmal (üniversite-sanayi-devlet işbirliği) modeli üzerinde durarak bilgi temelli toplumlarda üniversitelerin giderek artan önemine vurgu yapmışlardır. Devletlerin bilime dayalı ekonomik kalkınmada üniversitelere odaklanması gerektiği ileri sür÷lmüştür. Hem bölgesel hem de ulusal inovasyon sistemlerinde bilginin artan öneminin girişimci üniversite kavramını ortaya çıkardığı belirtilmiştir.

Roundy, P. (2016), çalışmasında girişimcilik ekosistemlerine duyulan ilginin giderek arttığını fakat geçmiş araştırmaların sadece bu tür sistemlerin fiziksel özelliklerine odaklanmalarını eksiklik olarak gördüğü için bu sistemlerin ihmal edilen konulardaki boşluklarını doldurmak amacını gütmüştür. Çalışmada sosyal sermayenin

önemi ve ekosistemde yer alan bileşenler arasındaki bağlantılara vurgu yapılmıştır. Çalışmanın ekosistem katılımcılarını bir araya getirmenin katılımcılar arasında bir etkileşim meydana getireceği ve bunların söylem alışverişinde bulunabileceği böylece bir girişimcilik kültürü oluşturulabileceği belirtilmiştir. Gelişmiş anlatılara sahip ekosistemlerin, gelişmiş anlatılara sahip olmayan ekosistemlere oranla daha etkili bir şekilde çalıştığı belirtilmiştir. Anlatıların evrensel olarak olumlu olmadığı konusunda bir uyarı yapılmıştır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı Malatya Teknokent'te yer alan firmaların girişimcilik ve girişimcilik ekosistemi özelliklerini ortaya çıkarmaktır.

3.3. Araştırmanın Sınırları

Bu çalışma Malatya teknokentte faaliyet gösteren 28 girişimci firma ile sınırlandırılmıştır. Bunun sebebi ise araştırma konusu firmaların saptanmasından sonra görüşme talebine 28 girişimciden olumlu yanıt alınmasıdır. Nitel bir çalışma olduğu için elde edilen veriler genelleştirilemez.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Malatya Teknokentteki firma sahipleri ile yarı yapılandırılmış mülakat (görüşme) tekniği kullanılmıştır. Girişimcilerden detaylı bilgiler edinmek için genellikle açık uçlu sorular kullanılmıştır. Yüz yüze yapılan her görüşme karşılıklı sohbet ortamında gerçekleştirilmiştir ve her görüşme yaklaşık 35 – 40 dakika sürmüştür. Görüşme formunda toplam 28 soru yer almaktadır. Bunlardan 7'si girişimcilerin demografik özelliklerine, 21'i ise girişimcilik ve girişimcilik ekosistemi üzerine hazırlanmıştır. Soruların bir kısmının hazırlanmasında literatürde yer alan çalışmaların anket sorularından faydalanılmıştır (Pekol, 2008; Cansız, 2013; Cansız, 2017). Görüşmeye katılan girişimcilere, hazırlanan sorular dışında düşünce ve önerilerini dile getirme olanağı tanınmıştır. Bu düşünceler ve öneriler de dikkate alınarak çalışmanın konusu kapsamında bir takım çıkarımlarda bulunulmuştur.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Malatya Teknokent'te yer alan girişimcilere ilişkin yapılan bu uygulamanın bulguları firma sahibi girişimcilerin kişisel görüşlerini içermektedir. Malatya Teknokent'te faaliyet gösteren 28 firmadan elde edilen veriler, bu araştırma bulgularının temeli niteliğindedir. Yapılan araştırmanın bulguları iki kategoriye ayrılmıştır. Birinci kategoride Malatya Teknokent'teki girişimcilerin demografik özelliklerine, ikinci kategoride ise girişimcilik ekosistemine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

3.5.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan girişimcilere ait demografik bilgiler Tablo 3.1'de gösterilmiştir. Tabloya göre katılımcıların yaşları 24 – 55 yaş arası değişmektedir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde çoğunluğun 30 yaş üstü olduğu görülse de girişimcilik süreleri ve yaşları beraber düşünüldüğünde girişimciliğe genç yaşlarda atıldıkları çıkarımı yapılabilir.

Görüşülen girişimcilerin cinsiyet oranlarına bakıldığında kadın girişimci sayısının erkeklere oranla oldukça düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıların 25'i erkek, 3'ü kadındır. Buradan kadınların erkeklere oranla girişimciliğe karşı daha çekimser olduğu çıkarımı yapılabilir. Girişimcilerin medeni durumu incelendiğinde 17 girişimcinin evli, 12 girişimcinin bekâr, 1 girişimcinin ise boşanmış olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında girişimcilere yöneltilen sorulardan bir diğeri girişimcilik sürelerine ilişkin olmuştur. 28 katılımcıdan 15'i 5 yıldan az bir süredir faaliyet gösterirken, 6 -15 yıl arasında faaliyet gösteren 12 girişimci bulunmaktadır. 2 katılımcı ise 27 yıldır girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadır. Girişimcilik süreleri dikkate alındığında 27 yıllık girişimcilik tecrübesine sahip girişimciler olmasına rağmen, görüşmeye katılanların çoğunluğunun girişimciliğin henüz başında sayılabileceği ve bazı deneyimleri henüz yaşayamamış oldukları yorumu yapılabilir.

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde 1'i ilkokul, 3'ü lise, 2'si ön lisans, 13'ü lisans, 3'ü yüksek lisans ve 6'sı doktora mezunudur. Buradan katılımcıların genel olarak eğitim düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca girişimcilerin büyük bir kısmının üniversitelerin mühendislik fakültelerinden mezun olduğu görülmektedir.

Tablo 3.1. Girişimcilere Ait Demografik Özellikler, Firmaların Faaliyet Gösterdiği Sektörler ve Faaliyet Süreleri

Girişimciler	Yaş	Cinsiyet	Medeni	Eğitim	Meslek	Sektör	Süre
			Durum	Durumu			
1. Katılımcı	37	Erkek	Bekâr	Lisans	Yazılım Mühendisi	Yazılım	8 yıl
2. Katılımcı	26	Erkek	Bekâr	Lisans	Yazılım Mühendisi	Yazılım	1 yıl
3. Katılımcı	25	Kadın	Evli	Lisans	İşletmeci	Yazılım	2 yıl
4. Katılımcı	43	Erkek	Evli	Lisans	Yazılım Uzmanı	Yazılım	12 yıl
5. Katılımcı	49	Erkek	Evli	Doktora	Öğretim Üyesi	Yazılım	2 yıl
6. Katılımcı	48	Erkek	Evli	Doktora	Öğretim Üyesi	Sağlık	2 yıl
7. Katılımcı	34	Erkek	Bekâr	Lise	Yazılım Uzmanı	Yazılım	9 yıl
8. Katılımcı	36	Erkek	Evli	Lisans	Yazılım Uzmanı	Yazılım	10 yıl
9. Katılımcı	55	Kadın	Evli	Önlisans	Ebru Sanatçısı	Kâğıt, Geleneksel sanatlar	7 ay
10. Katılımcı	35	Erkek	Evli	Lisans	Bilgisayar Progr.	Yazılım	13 yıl
11. Katılımcı	34	Erkek	Bekâr	Doktora	Bilgisayar Müh.	Yazılım	9 yıl
12. Katılımcı	50	Erkek	Bekâr	Lise	Yazılım Uzmanı	Yazılım	27 yıl
13. Katılımcı	31	Erkek	Evli	Lisans	Yazılım Mühendisi	Yazılım	6 yıl
14. Katılımcı	37	Erkek	Evli	Lisans	Bilgisayar Müh.	Siber Güvenlik	2 yıl
15. Katılımcı	50	Erkek	Boşanmış	İlkokul	Yazılım Uzmanı	Yazılım	27 yıl
16. Katılımcı	33	Erkek	Evli	Lisans	Elektrik Müh.	Elektronik	4 yıl
17. Katılımcı	24	Erkek	Bekâr	Yüksel Lisans	Yazılım Mühendisi	Sağlık	1 yıl
18. Katılımcı	50	Erkek	Evli	Lisans	Bilgisayar Müh.	Yazılım	7 yıl
19. Katılımcı	25	Erkek	Bekâr	Önlisans	Serbest Meslek	Yazılım	10 yıl
20. Katılımcı	26	Erkek	Evli	Lise	Serbest Meslek	Elektronik	1 yıl
21. Katılımcı	44	Erkek	Evli	Lisans	Dış Tic. Uzmanı	Bisiklet Paylaşım Sistemi	2 yıl
22. Katılımcı	43	Erkek	Evli	Doktora	Akademisyen	Yazılım	2 yıl

23. Katılımcı	30	Erkek	Bekâr	Yüksek Lisans	Elektrik Müh.	Elektronik	1 yıl
24. Katılımcı	27	Kadın	Bekâr	Yüksek Lisans	Eğitmen	Yazılım	2 yıl
25. Katılımcı	40	Erkek	Evli	Lisans	İnşaat Müh.	Yazılım	8 yıl
26. Katılımcı	34	Erkek	Bekâr	Doktora	Araştırma Görevlisi	Yazılım	7 yıl
27. Katılımcı	33	Erkek	Bekâr	Doktora	Proje Danışmanı	Hava ve Su	1 yıl
Basınç Sistemleri							
28. Katılımcı	26	Erkek	Bekâr	Lisans	Bilgisayar Mühendisi	Yazılım	3 yıl

Firmalardan 19'u yazılım, 3'ü elektronik, 2'si sağlık, 1'i kâğıt, 1'i geleneksel sanatlar, 1'i hava ve su basınç sistemleri, 1'i bisiklet paylaşım sistemleri ve 1'i ise siber güvenlik sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Girişimcilerin meslekleri, eğitim durumları ve faaliyet gösterdikleri sektörler karşılaştırıldığında hemen hemen hepsinin aldıkları eğitim neticesinde mesleklerini icra ettikleri ve faaliyet gösterdikleri sektörlerinde bununla uyumlu olduğu söylenebilir.

3.5.2. Girişimcilik Ekosistemine İlişkin Bulgular

Girişimci olmaya karar vermek ve gerçekleştirmek için çaba sarf etmek birçok zorluğu beraberinde getirmektedir. Fakat girişimci bireyler girişimcilikten elde edecekleri maddi ya da maddi olmayan fırsatları yakalamak için tüm zorlu süreçleri atlatmaya hazır bireylerdir. Her girişimcinin girişimci olma nedeni/nedenleri, girişimcilikten beklentisi farklıdır. Bu kapsamda Malatya Teknokent'te yer alan girişimcilere “sizi girişimciliğe teşvik eden itici güç ne oldu?” sorusu yöneltilerek girişimci olmak istemelerindeki asıl sebebin ne olduğuna cevap aranmıştır. Katılımcıların 14'ü para kazanmak için, 6'sı bağımsız çalışmak istediği için, 4'ü iş fikrine güvenip pazarda rağbet göreceğine inandığı için, 1'i kendini ispat etmek istediği için, 1'i risk almak istediği için, 1'i katma değer üretmek için, 1'i ise toplumda tanınmak ve saygınlık kazanmak için girişimci olmaya karar verdiğini dile getirmiştir.

Tablo 3.2. Girişimciliğe Teşvik Eden İtici Güç

	Sylen Sayısı
Para kazanma	14
Bağımsız alışma arzusu	6
İş fikrine güvenip pazarda rağbet göreceğine inanma	4
Kendini ispat etme	1
Risk almaya yatkın olma	1
Katma değer retme	1
Tanınma ve saygınlık kazanma	1

Tablo 3.2 incelendiğinde katılımcıların %50’sinin girişimci olmaya karar vermelerindeki asıl nedenin para kazanmak olduğu görülmektedir. O halde ekonomik g kazanmanın girişimciler için öncelikli amaç olduğu söylenbilir.

Araştırmaya katılan girişimcilere herhangi bir kurumdan girişimcilik eğitimi aldınız mı? Sorusunu yönelttiğimizde katılımcıların verdiği cevaplar Tablo 3.3’deki gibi olmuştur.

Tablo 3.3. Girişimcilik Eğitimi Alma Durumları

Evet	9
Hayır	19

Katılımcıların verdikleri cevaplara göre görüşmeye katılan girişimcilerin büyük bir çoğunluğu herhangi bir girişimcilik eğitimi almamıştır. Girişimcilik eğitimi alan katılımcılara “Aldığınız eğitim girişimciliğinizi nasıl etkiledi?” sorusunu yönelttiğimizde 9 girişimciden 3’ olumlu ya da olumsuz herhangi bir etkisinin olmadığını belirtirken; 6 katılımcı aldıkları eğitimin girişimcilikleri üzerinde olumlu etki yarattığını belirterek şu şekilde cevap vermişlerdir:

Katılımcı 10: “*Aldığım eğitim sayesinde pazarda nelerle karşılaşacağım hakkında fikir sahibi oldum. Bu sayede pazara girdiğimde rakiplerimle nasıl başa çıkacağımı ve pazara nasıl hâkim olacağımı öğrendim*”.

Katılımcı 13: “ Eğitimler elbette girişimciliğimize olumlu katkılar sağladı. En 6nemlisi katkısı yaptığımız girişimlerin sşrdşrşlebilir olmasını sağlamasıdır”.

Katılımcı 16: “Giriřimcilik eğitimini KOSGEB’den aldım. Bu eğitim pozitif y6nde bir girişimcilik bakış ačíısı kazanmamı sağladı”.

Katılımcı 18: “ Eđitimi KOSGEB’den aldım. Giriřimciliđimin her aşamasında eğitimlerin etkili olduğunu s6yleyebilirim. 6zellikle ilk kuruluş aşamasında işletme idaresinde neler yapılacağı hususunda ufkumu ačíı”.

Girişimciler hem pazar hem de şrşn konusunda ortaya 4ıkan veya 4ıkabilecek fırsatları takip eden ve bu fırsatlardan faydalanmak i4in 4eşitli stratejiler geliştirebilecek nitelikte olmalıdır. Girişimciler sşrekli olarak değişiklik arayışında olan, sunulan mal ve hizmetleri pazar koşullarını g6z 6nşnde bulundurarak yenileme ihtiyaçı duyan bir kişi olmak zorundadır. Girişimci bireyler sadece yerel pazarlarda değil uluslararası pazarlarda da yer almak istemeli, şrşn ve hizmet kalitesinde artış sağlamak istemeli ve gř4lř bir ilişki ağına sahip olmalıdır (TUGİAD, 1993: 17).

Girişimciler i4in belirledikleri stratejiler girişimlerinin gidişatının 6nemli bir belirleyicisidir ve her girişimci iş fikrine uygun olarak 4eşitli stratejiler geliştirmelidir. Malatya Teknokent’te yer alan firmaların nasıl stratejiler belirlediğini anlamak i4in katılımcılara Yurti4inde veya yurtdışında iş fikriniz ya da şrşnşnşz ile ilgili farkındalık oluşturmak i4in nasıl bir strateji belirlediniz? sorusu y6neltirmiştir. Katılımcıların hemen hemen hepsi (25) sosyal medya veya internet şzerinden tanıtım faaliyetleri ger4ekleştirdiklerini dile getirmişlerdir. Bunun dışında farkındalık oluşturmak i4in belirlenen diğer stratejiler şunlardır:

Katılımcı 1: “Stratejimi belirlerken insanların alışveriş alışkanlıklarını dikkate aldım. Onların bu alışkanlıklarına uygun uygulamalar hazırlayarak dikkat 4ekmeye 4alıştım”.

Katılımcı 4: “E-posta ile bilgilendirme, telefonla bilgilendirme, yerinde sunumlar, web ve sekt6rel dergilerde reklamlar ile mşşterilerimize ulaşmaya 4alışıyoruz. Bu sayede insanların verdiğimiz hizmeti fark etmelerini sağlıyoruz”.

Katılımcı 11: “ SEO ile 6ne 4ıkma, dşnya genelinde kullanıcıların kendi ulusal dillerinde uygulamayı kullanmalarını sağladık. Bizim i4in bu bir stratejiydi. Bu sayede dşnya 4apında farkındalık kazanma yolunda ilerlemekteyiz”.

Her girişimci ürün veya hizmet geliştirirken tüketici istek ve ihtiyaçlarını dikkate almak zorundadır. Ürününüz ile tüketicilere sunmak istediğiniz nedir ve insanlar ürününüzü neden tercih etmeli? Sorusu yöneltildiğinde katılımcıların büyük birçoğu geliştirdikleri ürün veya hizmetlerin zaman tasarrufu sağlayacağını, hızlı ve güvenilir olduklarını, hayatı kolaylaştıran hizmetler sunduklarını belirtmişlerdir. Bu cevaplar dışında verilen diğer cevapların bazıları şu şekildedir:

Katılımcı 3: *“Geliştirdiğimiz ERP çözümlerimiz ile müşterilerimizin işletmelerini gerçekten yönetmelerini sağlıyoruz. Ürün geliştirme, satış, tedarik, planlama, üretim, ihracat, ithalat, finans, muhasebe gibi tüm faaliyetlerinin aynı sistem üzerinden etkili bir şekilde takibini sağlıyoruz. İşletmelerde kişilere bağımlı olmayan, kendi kendini kontrol edebilen sistemler oluşturuyoruz. Devam eden faaliyetler ile ilgili doğru verilere anlık ulaşılması sağlanıyor. Bu sunduklarımızın tercih edilmemiz için yeterli sebepler olduğunu düşünüyorum”.*

Katılımcı 11: *Yabancı oldukları şehirlerde bile istenen yemeği belirlenen mekânlardan en uygun fiyata temin edebilmelerini sağlıyoruz. Bu yüzden tercih edilebiliriz”.*

Katılımcı 14: *“Türkiye’deki şirketlerin siber güvenlik açıklarını kapatmak için projelerimizle yola çıktık. Bu sebeple bizi tercih edebilirler”.*

Girişimcilere hangi pazarlama kanallarını kullanmayı tercih ediyorsunuz? Neden? soruları yöneltildiğinde katılımcıların 2’si henüz pazarlama aşamasına gelmediklerini belirtmişlerdir. Görüşme yapılan diğer girişimcilerden 22’si genel olarak firmaların resmi web sitelerinden, internet üzerinden (Appstore, Google, Google play, e-ticaret siteleri vb.) ve sosyal medya (Facebook, Instagram) üzerinden gerçekleştirdiklerini belirtirken, 1 girişimci bu kanallar dışında fuarları kullandığını, 3 girişimci yüz yüze görüşerek pazarlama yaptıklarını dile getirmişlerdir. Soruya ilişkin verilen cevaplardan birkaçı şu şekildedir:

Katılımcı 1: *“Fuarları ve internet kanallarını kullanıyoruz. Fuarlar direk müşteriye ulaşmamızı sağlıyor. İnternet ise ilgili kişilerin bize ulaşmasını sağlıyor”.*

Katılımcı 4: *“Müşterilerimiz ile doğrudan temasa geçip sunumlar yaptığımız toplantılar ile pazarlama faaliyetlerimizi devam ettiriyoruz. Mevcut müşterilerimizin doğrudan pozitif referansları olumlu sonuçlar almamızdaki en etkili faktör. Erp finans,*

zaman ve emek anlamında çok yüksek maliyetlidir. Müşterilerimizin karar vermeleri ancak çoğu zaman uzun tanıtım toplantıları ve güçlü referanslar ile sağlanabiliyor”.

Katılımcı 24: *“Birebir görüşerek veya büyük satış işleri yapan distribütörlerle anlaşarak hedef aldığımız firmalara ulaşıyoruz. Sistemimiz çok boyutlu olduğundan bire bir iletişim yoluyla anlatılması gerektiği için bu yolu kullanıyoruz”.*

Katılımcı 27: *“... İnternet üzerinden pazarlama yapmayı tercih ediyoruz. Ulaşabileceğimiz müşteri sayısının fazla olması ve ulaşılabilirliğin kolay olması nedeni ile”.*

Girişimcilik ekosistemini oluşturan temel taşlardan biri olan kültürün girişimcilik üzerindeki etkilerini anlatan birçok çalışma yapılmıştır. İçinde yaşanan toplumun kültürel özelliklerinin Malatya Teknokent’te yer alan girişimcilerin üzerinde nasıl etkiler bıraktığını anlamak için girişimcilere “İçinde yaşadığımız toplumun kültürel özelliklerinin etkilerinin girişimciliğinize yansması nasıl olmuştur”? Sorusu yöneltildiğinde 28 katılımcıdan 7 ‘si girişimcilik faaliyetlerinde kültürün olumlu ya da olumsuz herhangi bir etkisini görmediklerini, 20 katılımcı ise olumsuz olarak etkilendiklerini dile getirmişlerdir.

Katılımcı 4 : *“Çevremdeki insanların riske girmemin benim için bir felaket olacağı telkinlerine rağmen kendi işimi kurdum. Çokta güzel oldu. Eğer insanların girişimciliği riskli görüp caydırma çabalarına kulak assaydım şuan bu konumda olamayacaktım”.*

Katılımcı 15: *“ Malatya ili olarak düşündüğümde insanların genel olarak vizyon eksikliği olduğunu ve bu yüzden girişimciliği olumsuz etkilediğini söyleyebilirim. Büyük şehirlerde yetişmiş olmam benim için bir avantajdı bende bu avantajı kullandım”.*

Katılımcı 18: *“Negatif yönde olmuştur. Çevremizdeki olumsuz girişimcilik örnekleri ve söylemleri aslında bu tip bir işe girmemizi geciktirmiş veya zorlaştırmıştır”.*

Katılımcı 22: *“Olumsuz yönde etkileri olmuştur. Etrafımızdaki insanların çok çalışmaya ne gerek var, zaten bir işin var, bir tek senin mi aklına geldi bu fikirler başkaları da yapmıştır gibi cümleler kurarak isteğimizi azaltmıştır”.*

Katılımcı 28: *“ Çoğunlukla olumsuz olarak yansıdı. Toplumumuz risk almayı pek mantıklı bulmuyor riskten kaçınıyor ve kaçınmamızı bekliyor. Oysaki her başarılı girişimin ardında üstlenilen ağır riskler vardır... ”.*

Katılımcılardan sadece 1 tanesi girişimciliğinde kültürün olumlu etkilerini gördüğünü, çevresindeki bireylerin girişimcilik konusunda kendini teşvik ettiğini ve gerekli tüm destekleri sağladığını şu şekilde ifade etmiştir:

Katılımcı 27: “ *Tamamen pozitif etkilediğini söyleyebilirim. Aile ve arkadaş çevresi olarak tüm tanıdıklarımız girişimciliğe başlamamızda ve sonra gelişen tüm süreçlerde sürekli destek sağladılar*”.

Katılımcılara girişimci olmaya karar vermeden örnek aldıkları bir rol modelin olup olmadığını sorulduğunda 16 katılımcı herhangi bir rol modellerinin olmadığını belirtirken 12 katılımcı örnek aldığı bir rol model olduğunu belirtmiştir. Rol model alan girişimcilerden 2’si babasını, 1’i dedesini, 2’si arkadaşını ve 7’si ise alanında başarılı girişimcileri örnek aldığını belirtmiştir. Buradan herhangi bir rol model alınmadan, girişimciliğe adım atılabileceği sonucu çıkarılabileceği gibi başarılı girişimlere imza atan, tanınmış girişimcileri örnek alan girişimcilerin olduğu da söylenebilir.

Katılımcılara yöneltilen bir soru ise projelerini hayata geçirmek için kişisel birikimleri dışında destek aldıkları finansal kaynakların neler olduğudur. Katılımcılardan 2’si sadece kendi maddi olanaklarını kullandığını herhangi bir şekilde finansal destek almadıklarını dile getirmiştir. 26 katılımcı ise kişisel birikimlerini kullanmaya ek olarak en az bir kaynağa başvurduğunu belirtmiştir. Başvurulan kaynaklar Tablo 3.4’ te belirtildiği gibidir.

Tablo 3.4. Girişimcilerin Başvurduğu Finansal Kaynaklar

	Söylem Sayısı
KOSGEB	16
Yakın çevre / Eş dost	6
İŞKUR	4
Melek yatırım	2
Borçlanma(Banka kredisi)	2
BTSB	2
Kitlesel fonlama	1
Risk sermayesi	1
İÜBAP Ar-Ge proje desteği	1
Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK)	1
TÜBİTAK	1

Tablo 3.4'e göre girişimcilerin en çok başvurduğu finansal kaynak KOSGEB olmuştur. Diğer finansman kaynaklarına az sayıda başvuru yapılmasının sebebi bilgi eksikliğinden kaynaklanıyor olabilir. Girişimcilerin başvurabilecekleri her finansal kaynağın detayları ile anlatılacağı bilgilendirme toplantıları gerçekleştirilebilir. Yatırımcılar ile girişimcileri bir araya getirecek güvenilir platformlar oluşturulabilir. Bu sayede girişimcilik ekosistemi daha etkin hale getirilebilir.

Araştırma kapsamındaki girişimcilere “TÜBİTAK desteğine başvurduğunuz mu? Başvurma ya da başvuruda bulunmama sebepleriniz nelerdir?” sorusu yöneltildiğinde 24 katılımcı başvurmadıklarını, 3 katılımcı başvurup reddedildiğini ve 1 katılımcı ise başvurduğunu belirtmiştir. Yani 28 katılımcıdan sadece 1 tanesi projesini hayata geçirmek için TÜBİTAK desteğinden faydalanmıştır. Destekten faydalanan girişimci bu desteğe başvurma nedenini şu şekilde ifade etmiştir:

Katılımcı 17: “*Başvuru yaptım. Çünkü özellikle başlangıç aşamasında desteğe ihtiyacımız vardı. Bu açığı kapatmak için TÜBİTAK desteğinin uygun olacağını düşündük.*”

Katılımcılara TÜBİTAK desteğine başvuruda bulunmama nedenleri sorulduğunda hepsinin iki noktaya değindiği saptanmıştır. Bunlar TÜBİTAK desteğine başvuru sürecinin uzun olması ve birçok projenin reddedilmesidir. Buradan girişimcilerin TÜBİTAK desteğine başvurmak isteseler bile reddedileceğini düşündükleri için çekimser davrandıkları ve başvuru esnasında yaşanan sürecin yıpratıcı olmasının girişimciler üzerinde negatif bir etki bıraktığı yorumu yapılabilir. Bazı katılımcıların konuya ilişkin düşünceleri şöyledir:

Katılımcı 7: “*Hayır başvuru yapmadım genel olarak desteklere başvurmak, proje geliştirmekten daha zor ve uzun bir süreci kapsıyor bu yüzden başvuru yapmadım hiç ve yapmayı da düşünmüyorum.*”

Katılımcı 4: “*Hayır başvuruda bulunmadım. Projeleri dökümente etmek ve prosedürleri tamamlamak korkutucu geliyor. Bunun için çok vaktim de yok.*”

Katılımcı 27: “*Başvuruda bulunmadım. TÜBİTAK daha çok bilimsel temelli projelere destek verdiği için reddedileceğimi düşünerek başvuru yapmak için bir seçenek olarak görmedim.*”

Katılımcılara sorulan “Üniversitenin girişimciliğinize sağladığı faydalar sizce nelerdir?” sorusuna farklı yanıtlar alınmıştır. 5 girişimci herhangi bir fayda

sağlamadığını belirtirken 23 girişimci fayda/faydalar sağladığını ifade etmiştir. Verilen cevaplar Tablo 3.5’te görüldüğü gibidir. Girişimcilere (13) göre üniversitenin sağladığı en önemli avantaj firmada staj yapabilecek, faaliyet gösterilen alanda yetiştirilecek stajyer öğrencilere erişime olarak tanınmasıdır. Üniversitenin sahip olduğu hem teknik hem de akademik alt yapısından yararlanma fırsatının olması, firma bünyesinde çalışabilecek nitelikli işgücüne ulaşılabilmesi sağlanan diğer avantajlar arasında yer almaktadır.

Tablo 3.5. Üniversitenin Sağladığı Faydalar

	Söylem Sayısı
Stajyer öğrenciye erişim	13
Nitelikli işgücüne erişim	10
Danışmalık hizmeti	8
Altyapı desteği	8

Devlet tarafından sağlanan girişimcilik destek ve teşvikleri sizce yeterli mi sorusuna 24 girişimci hayır 4 girişimci ise evet yanıtını vermiştir. Buna göre girişimcilerin büyük bir çoğunluğu devlet tarafından sağlanan destek ve teşvikleri yeterli görmemektedir.

Görüşmeye katılan girişimcilerden biri yeterli olduğunu ancak süreçlerin yorucu olduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

Katılımcı 17: “ *Evet yeterli bence. Yalnız destekler yeterli olsa da süreçler çok yorucu, girişimciyi işinden çok bu süreçlere vakit ayırmak zorunda bırakıyor.*”

Devlet desteklerinin yeterli olmadığını belirten katılımcıların görüş ve önerilerinden bazıları şunlardır:

Katılımcı 9: “*Hayır değil. Desteklerin yatırım gerçekleştikten sonra verilmesi caydırıcı etki yaratıyor. Eğer gerçekten destek sağlanmak isteniyorsa yatırımın başında yapılmalı aksi halde hükmü kalmıyor.*”

Katılımcı 15: “*Finansal olarak destek vermek her girişimci için bir anlam ifade etmez, yapılması gereken asıl şey girişimciye vizyon katacak eğitimcilerin yetiştirilmesidir.*”

Katılımcı 24: “Bu konuda yetersizlikler mevcut ama sağlanan teşviklerin verimli kullanılmasına imkân veren uzman desteği daha çok eksik. Yeni başlayan birçok firma kaynakları etkili ve verimli kullanmakta maalesef güçlük çekiyor”.

girişimcilerin maddi desteğin yanında başka ihtiyaçlara da devlet tarafından daha fazla destek beklediği ve desteklerden faydalanmanın güç olduğu sonucu çıkarılabilir.

Görüşmeye katılan girişimcilere “Girişimcilere iş fikriniz oluştuktan sonra girişimci olmak adına attığınız ilk adım ne oldu?” sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar Tablo 3.6’daki gibi olmuştur.

Tablo 3.6. Girişimcilerin İş Fikirleri Oluştuktan Sonra İlk Adımları

	Söylem Sayısı
Finansal destek aramak	9
Teknokente başvuru yapmak	4
İş fikrini projeye dönüştürmek	3
Firma kurmak	2
Ürün geliştirme	2
Tecrübeli girişimcilerle görüşmek	3
Teknokenti ziyaret etmek	1
Kalifiye eleman aramak	1
Girişimcilik eğitimi almak için başvuru yapmak	1
Fizibilite	1
İşten istifa etmek	1

Araştırmaya katılan girişimcilere yetiştirilme tarzları sorulduğunda Tablo 3.7’de görüldüğü üzere katılımcıların büyük bir çoğunluğu (17) güvene dayalı serbest yetiştirilme tarzı ile yetiştirildiklerini dile getirmişlerdir. Katılımcılardan 6’sı genellikle kontrollü, 3’ü genellikle serbest, 2’si genellikle baskıcı bir yetiştirilme tarzı olduğunu belirtmiştir. Buradan genellikle güvene dayalı serbest olarak yetiştirilen bireylerin diğer yetiştirilme tarzlarında yetiştirilen bireylerden daha fazla girişimcilik eğilimine sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca aşırı korumacı, baskılı ailelerin bireyler üzerinde girişimcilik açısından negatif etkiler bıraktığı, bu bireylerin girişimciliğe karşı daha çekimser davrandığı söylenebilir.

Tablo 3.7. Girişimcilerin Yetiştirilme Tarzları

Yetiştirilme Tarzı	Söylem sayısı
Genellikle baskıcı	2
Genellikle serbest	3
Güvene dayalı serbest	17
Kontrollü	6

Her girişimci başarıya giden yolda bir takım sorun ve engeller ile karşılaşır ve bunlarla mücadele ederek faaliyetlerine devam etmek zorunda kalır. Her girişimin ve girişimcinin mücadele etmesi gereken sorunlar farklıdır. Karşılaşılan engeller, sorunlar bir ya da daha fazla olabilmektedir. Bu kapsamda Malatya Teknokent'teki girişimcilerin karşılaştıkları sorunların en büyüğünü saptamak adına girişimcilere sorulan girişimciliğinizde karşılaştığınız en büyük sorun ya da engel ne oldu? Sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplar Tablo 3.8'de gösterilmiştir. Buna göre 9 girişimci nitelikli iş gücüne ulaşma, 6 girişimci öz kaynak yetersizliği, 5 girişimci ülkenin ekonomik yapısı, 3 girişimci toplum olarak girişimciliğe önyargılı bakma, 2 girişimci vizyonsuz insanların varlığına maruz kalma, 1 kişi ise üretilen mal ve hizmetlere karşı insanların ilgisiz olması konusunda yaşadığını belirtmiştir. Buradan girişimcilerin karşılaştığı en büyük sorunun nitelikli işgücüne ulaşamamaları olduğu söylenebilir. Buna ek olarak gerekli finansmana ulaşmada yaşanan sorunlar ve ülke ekonomisinin yapısı, krizlere karşı direnç düzeyi vs. de girişimcilik faaliyetlerinin aksamasına neden olan sebepler arasındadır.

Tablo 3.8. Girişimcilerin Karşılaştığı En Büyük Sorun/Engel

	Söylem Sayısı
Nitelikli iş gücü yetersizliği	9
Öz kaynak yetersizliği	6
Ülkenin ekonomik yapısı	5
Girişimciliğe karşı önyargı	3
Vizyonsuzluk	2
İlgisizlik	1

Malatya Teknokent’te faaliyet gösteren girişimcilere firmalarının en çok hangi konuda desteğe ihtiyaç duydukları sorulduğunda 11 girişimci ürün ticarileştirme, 10 girişimci finansman, 5 girişimci nitelikli personel ve 2 girişimci ürün geliştirme konusunda desteğe ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir. Buradan üretilen mal ya da hizmet kadar bunların ticarileştirilmesinin de girişimciler için önemli olduğu söylenebilir. Girişimcilerin desteğe en çok ihtiyaç duyduğu ikinci bir konu ise gerekli finansmana ulaşmaktır.

Tablo 3.9. Girişimcilerin En Çok Desteğe İhtiyaç Duyduğu Konu

	Söylem Sayısı
Ürün ticarileştirme	11
Finansman	10
Nitelikli personel	5
Ürün geliştirme	2

Girişimcilere yöneltilen bir diğer soru “Sizce teknokentte girişimci olarak faaliyet göstermenin avantajları nelerdir?” olmuştur. Bu soruya verilen cevaplar Tablo 3.10’da belirtildiği gibi olmuştur.

Tablo 3.10. Teknokentte Faaliyet Göstermenin Avantajları

	Söylem Sayısı
Vergi muafiyeti	28
Bilgi paylaşımı	13
Profesyonel destek alma olanağı	7
Teknokent ismini kullanmak	1

Tablo 3.10’a göre tüm girişimciler tarafından verilen ortak cevap vergi indiriminden faydalanmak olmuştur. Katılımcıların 28’ i de teknokentte faaliyet göstermenin en büyük avantajının vergi muafiyetinden faydalanmak olduğunu belirtmiştir. Vergi muafiyetine ek olarak 17 girişimci farklı konularda çalışan birçok firmanın bir arada olmasının yeni fikirler üretme veya üretilen fikirleri geliştirme konusunda avantaj sağladığını, 7 girişimci

teknokentten profesyonel destek alma imkânının olduğunu ve 1 girişimci ise teknokent ismini kullanmanın avantaj olduğunu belirtmiştir.

Buradan girişimcilerin teknoparkta firma açma amaçlarının en önemlisinin vergi muafiyetinden faydalanmak olduğu söylenebilir. Farklı alanlarda faaliyet gösteren firma sahiplerinin ortak çatı altında yer alması, birbirleri ile fikir alışverişi yapmalarına olanak tanınması teknokenti girişimciler için cazip hale getirdiği yorumu yapılabilir. Girişimciler için teknokent bünyesinde yer alan profesyonellerden (danışmanlar, mentörler) destek almak ve teknokentin prestijinden faydalanmak girişimcilerin teknokenti tercih etmelerinin nedenleri arasında yer almaktadır.

Girişimcilere yöneltilen diğer bir soru ise “Malatya Teknokent’te faaliyet göstermenizin dezavantajı var mı? Varsa nelerdir?” olmuştur. Bu soru 15 girişimci tarafından cevaplanmıştır. Verilen cevaplara göre görüşmeye katılan 15 girişimciden 11’i Malatya Teknokent’te faaliyet göstermenin bir dezavantajı olmadığını belirtirken 4 girişimci merkeze uzak olmasının dezavantaj olduğunu belirtmiştir. Teknokent binasının merkeze olan uzaklığının kendileri için dezavantaj olduğunu belirten katılımcılardan biri şu şekilde cevap vermiştir:

Katılımcı 22: “Malatya Teknokent’te faaliyet göstermek çok avantajlı. Özellikle Ar-Ge faaliyetleri açısından oldukça fazla avantaj sunuyor. Ancak piyasa işleri açısından dezavantaj sağlıyor. Bu dezavantajın uzaklık kaynaklı olduğunu düşünüyorum.”

Teknokentlerde faaliyet gösteren firmalara TGB yönetici firmaları tarafından çeşitli imkânlar sunulmaktadır. Görüşmeye katılan girişimcilere Malatya Teknokent yönetici firması tarafından sunulan imkânlardan yararlanıp yararlanmadıkları sorulmuştur. Bu soruya 14 girişimci tarafından cevap verilmiştir. 12 girişimci sunulan imkânlardan yararlandığını belirtirken 2 girişimci yararlanmadığını dile getirmiştir. Yönetici firma tarafından sunulan imkânlardan yararlanmadıklarını belirten girişimcilerin yararlanmama gerekçeleri desteğe ihtiyaç duymamaları olmuştur.

Tablo 3.11’de Malatya Teknokent yönetici firması tarafından sunulan imkânlar ve girişimcilerin bu imkânların hangilerinden yararlandıkları verilmiştir. En fazla yararlanılan imkânın eğitim, seminer, bilgilendirme olduğu bunun dışında kalan diğer imkânlardan yararlanma oranının düşük olduğu gözlemlenmiştir

Tablo 3.11. Malatya Teknokent Yönetici Firması Tarafından Sunulan Destekler

	Söylem Sayısı
Eğitim/Seminer/Bilgilendirme	8
Teknik Danışmanlık	4
Pazarlama Danışmanlığı	2
Hukuk Danışmanlığı	1
Tanıtım Danışmanlığı	4

Girişimcilere yöneltilen bir diğer soru “Malatya Teknokent’in fiziksel olanakları ve destekleri hakkındaki görüşleriniz nelerdir?” olmuştur. Bu soruya 12 girişimci cevap vermeyi tercih etmiştir. Verilen cevaplar incelendiğinde 2 girişimci fiziksel olanaklar ve desteklerden memnun olduğunu belirtirken 10 girişimci memnun olmadıklarını ve fiziksel olanakların yetersiz olduğunu dile getirmişlerdir. Bu konuda olumsuz düşüncelere sahip girişimcilerin cevapları incelendiğinde hepsinin yemekhane ve iklimlendirme ile alakalı sorun yaşadıkları saptanmıştır. Bunlara ek olarak bir katılımcı çevre düzenlemesine ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir. Girişimciler tarafından verilen bazı cevaplar şu şekilde olmuştur:

Katılımcı 22: *“Malatya Teknokent’in fiziksel olanaklar açısından yetersiz ve geliştirilmeye ihtiyacı olduğunu düşünüyorum. Özellikle çevre düzenlemesi yeterli düzeyde değildir. İklimlendirme açısından oldukça sorun yaşıyoruz. Yaz aylarında çok sıcak, kış aylarında çok soğuk olmaktadır. Daha uygun koşullarda çalışmak için bu eksikliklerin giderilmesi gerekiyor.”*

Katılımcı 19: *“Güvenlikle alakalı herhangi bir sorun yok bu yönden memnunuz. Çevre düzenlemesi ile ilgili iyileştirme yapılabilir, yeşil alanlar artırılabilir. Bahçe düzenlemesi yapılarak oturacak çardak sayıları artırılabilir. Yemekhane çok sorunlu ve soğuk. Bu konularda iyileştirme sağlanması kesinlikle gerekiyor.”*

Katılımcı 4: *Genel olarak Malatya Teknokent’te bulunmaktan memnunuz. Firma olarak burada yeterli imkân ve altyapıya sahibiz. Ancak bugüne kadar ısınma ile ilgili sorunlarımız hep oldu. Ayrıca yemekhanede çok ciddi altyapı ve personel eksikliği sıkıntısı var.”*

Bugün gelişmiş ekonomilere bakıldığında bilgi ve teknoloji alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak değişen üretim sistemleri ve iş süreçleri, toplumların sosyo-ekonomik faaliyetlerinde hızlı bir değişim yaşamasına ve gelişmesine zemin

hazırlamıştır. Bilgi çağı olarak adlandırılan bu yeni dönemde ekonomik rekabete Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri yön vermektedir. Bu dönemde teknoloji ve bilgi üretmeyi başaran ülkeler/firmalar rekabet üstünlüğü sağlamıştır (Demirli, 2014: 96). Kısacası Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri ne kadar çoğalırsa hem firmalar hem de ülke ekonomisi o kadar canlılık kazanır ve girişimcilik ekosistemi gelişir diyebiliriz. Bu kapsamda Malatya Teknokent'te yer alan girişimci firmalara “ Firmanızda Ar-Ge çalışmaları yapılıyor mu? Yapılıyorsa ayrı bir Ar-Ge departmanınız var mı? Yıllık cironuzun ne kadarı Ar-Ge harcamalarına ayrılıyor?” soruları yöneltildiğinde 14 firma Ar-Ge çalışmaları yaptıklarını belirtirken 1 firma şuana kadar Ar-Ge çalışması yapmadıklarını belirtmiştir. 15 firmadan 6'sında Ar-Ge çalışmaları yapılmasına rağmen ayrı bir departman bulunmadığı, 9 firmada ise Ar-Ge çalışmaları yapılması için ayrı bir departman olduğu görülmüştür. Firmaların Ar-Ge çalışmaları için yıllık cirolarından ayırdıkları pay ise Tablo 3.12'deki gibidir. Tabloya göre 15 girişimciden 8'inin Ar-Ge harcamaları için yıllık cirolarının %8'inden fazlasını ayırdıkları görülmektedir. Faaliyet gösterdikleri sektörler ile beraber ele alındığında bu sekiz firmanın yazılım sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmüştür.

Tablo 3.12. Firmaların Yıllık Cirolarından Ar-Ge Harcamalarına Ayrılan Pay

	Söylem Sayısı
% 1'den az	1
% 1 - % 1.9	1
% 2 - % 2.9	1
% 3 - % 3.9	3
% 4 - % 7.9	0
% 8'den fazla	8

“Teknokentte yer alan diğer firmalar ile ortak Ar-Ge projesi yaptınız mı?” sorusunu yönelttiğimizde 15 girişimciden 14'ü herhangi bir firma ile ortak Ar-Ge projesi yapmadıklarını belirtirken 1 firma plastik bir aparat üzerine başka bir firma ile ortak Ar-Ge projesi yaptıklarını belirtmiştir.

SONUÇ

Ülke ekonomilerini ayakta tutan ana aktör girişimcilerdir. Bu yüzden sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen ülkeler bireyleri girişimciliğe teşvik etmek, girişimciliğin tüm süreçlerinde girişimcilere kolaylıklar sunmak adına kendi girişimcilik ekosistemini oluşturmaktadır.

Bu çalışma girişimcilik ekosistemini anlamak ve Malatya Teknokent'te yer alan girişimcilerin girişimcilik ekosistemi özelliklerini ortaya çıkarmak için hazırlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Malatya Teknokent'te faaliyet gösteren 28 girişimci ile mülakatlar gerçekleştirilerek bazı dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Görüşmeye katılan girişimcilerin %89.2'si erkektir. Erkek girişimciler sayı olarak kadın girişimcilere oranla oldukça fazladır. Buradan kadınların erkeklere oranla girişimciliğe karşı daha çekimser bir tutum sergilediği, erkeklerin girişimciliğe karşı daha istekli ve cesur olduğu söylenebilir. Kadınlara yönelik yapılacak girişimcilik etkinlikleri ve eğitimleri sayesinde, kadınlar girişimciliğe karşı cesaretlendirilebilirler. Örneğin, medyada başarılı kadın girişimcilere daha fazla yer verilebilir. Kadın girişimcilere özel alternatif finansman kaynakları geliştirilebilir ve vergi muafiyetleri azaltılabilir.
- Girişimciler yaş açısından değerlendirilğinde çoğunluğu 30 yaş üstü olmasına rağmen girişimcilik süreleri ve yaşları birlikte düşünüldüğünde çoğunluğunun genç yaşlarda girişimciliğe atıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Buradan genç yaştaki bireylerin risk almaya daha yatkın oldukları, hayal güçlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.
- Girişimcilerin % 85.7'si üniversite mezunudur ve eğitim seviyeleri yüksektir. Girişimcilerin meslekleri, eğitim durumları ve faaliyet gösterdikleri sektörler birlikte ele alındığında neredeyse tamamının aldıkları eğitim neticesinde mesleklerini icra ettikleri ve faaliyet gösterdikleri sektörlerin bununla uyumlu olduğu sonucuna ulaşılabilir.
- Girişimcilerin faaliyet süreleri incelendiğinde % 53.5'inin beş yıldan az süredir girişimci oldukları görülmektedir. Bu yüzden girişimciliğe dair bazı

tecrübe eksiklikleri olduğu söylenebilir. Sürdürülebilirliğin sağlanması için tecrübe eksikliklerinin giderilmesi gerekmektedir. Bunun için diğer girişimcilerle daha fazla zaman geçirerek bilgi ve tecrübe alışverişinde bulunabilecekleri ağlar oluşturulabilir.

- Katılımcıların % 67.8'i yazılım sektöründe faaliyet göstermektedir.
- Girişimcilerin % 50'sine göre girişimcilik faaliyetinde bulunmak istemelerinin en önemli nedeni refah düzeylerini yükseltecek maddi kazanç elde etmek istemeleridir.
- Görüşmeye katılan girişimcilerin % 67.8'i girişimcilik eğitimi almamıştır. Girişimcilik eğitimi alan katılımcılar bu eğitim sayesinde girişimciliğe karşı pozitif bakış açısı kazandıklarını, pazar ve pazarlama konusunda fikir edindiklerini, başlangıç aşamasında yol gösterici olduğunu vb. belirtmişlerdir. Alınan girişimcilik eğitiminin girişimciler üzerinde pozitif etkiler bıraktığı göz önüne alındığında hem mevcut girişimcilere hem de yeni fikirler oluşturan girişimci adaylarına yönelik verilen girişimcilik eğitimlerinin artırılması gerektiği söylenebilir.
- Girişimcilerin % 89.2'si ürün veya hizmetle ilgili farkındalık oluşturmak için reklam ve tanıtım faaliyetlerine önem vermektedirler. Sürdürülebilirliğin sağlanması için belli bir kitleye ulaştıktan sonra değil sürekli olarak tanıtım ve reklam faaliyetleri yenilenerek devam ettirilebilir.
- Malatya Teknokent'te zaman tasarrufu sağlayan, hızlı, güvenilir, hayatı kolaylaştıran ürün veya hizmetler üretilmektedir.
- Girişimcilerin % 78.5'i pazarlama kanalı olarak internet (Appstore, Google, Google play, e-ticaret siteleri vb.) ve sosyal medyayı (Facebook, Instagram) kullanmaktadır. İnternete kolay ve hızlı erişimin sağlanması, sosyal medyanın yaygın olarak kullanılması bu pazarlama kanallarını girişimciler için cazip hale getirir de farklı pazarlama kanallarına yönelebilirler.
- Girişimcilerin % 71.4'ü kültürün girişimcilikleri üzerinde olumsuz etkiler bıraktığını belirtmişlerdir.
- Yakın çevredeki girişimciler veya başarılı girişimciler rol model alınacağı gibi; girişimcilerin % 57.1'i rol model almadan kendi rol modelleri olarak

girişimciliğe atılmıştır. Medya girişimciliğin önemi üzerinde daha fazla durabilir ve başarılı girişimcileri tanıtacak faaliyetlerde bulunabilir.

- Girişimcilerin % 57.1'i KOSGEB tarafından sunulan finansal destekten faydalanmıştır. KOSGEB dışında kalan finansal kaynaklara başvuru oranlarının oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Diğer finansal kaynaklardan ziyade KOSGEB desteğinin tercih edilme sebebi bürokratik işlemlerin kısa sürmesi ve bu desteğe ulaşmanın daha kolay olması olabilir.
- Girişimcilerin % 46.2'sına göre niversitenin, girişimcilik faaliyetlerinde sağladığı en önemli avantaj stajyer öğrenciye ulaşma kolaylığı sunmasıdır. İlgili fakültelerin öğrencilerine verilen girişimcilik dersleri zorunlu hale getirilerek başarılı öğrencilerin teknokentlerde staj yapması sağlanabilir. Böylece stajyer ğrenci sayısı artırılabilir. Teknokentte yer alan firmalarda staj yapma imkânı bulan öğrenciler kendilerini geliştirerek girişimci olma yönünde ilerleyebilirler.
- Girişimcilerin %85.7'si devlet tarafından sağlanan destek ve teşvikleri yeterli görmemektedir. Devlet destek ve teşvikleri girişimci dostu haline getirilebilir ve ihtiyaçlara uygun olarak artırabilir. Geliştirdiğı projesi kabul edilen her girişimci için eğitim verilebilir böylece girişimcilerin başarısı artırılabilir ve desteklerin daha etkin hale gelmesi sağlanabilir.
- Girişimcilerin %85.7'si TÜBİTAK desteğine başvuru yapmamıştır. Başvuru yapmama gerekçeleri genel olarak reddedilme düşüncesi ve başvuru süreçlerinin gereğinden fazla yorucu ve uzun olmasıdır. Verilen desteklerden girişimcilerin daha fazla faydalanabilmeleri için bu desteklerle ilgili bilgilendirme toplantıları yapılabilir. Girişimciler üzerinde caydırıcı etki bırakan bürokratik işlemler azaltılabilir ve girişimcilerin TÜBİTAK desteklerine daha kolay ve hızlı yollardan başvuru yaparak faydalanmaları sağlanabilir.
- İş fikri oluşan girişimcilerin %32.1'i ilk olarak gerekli finansman kaynağına ulaşmaya çalışmıştır. Girişimcileri başvurabilecekleri alternatif finansman kaynakları hakkında bilgilendirmek için toplantılar düzenlenebilir. Bu toplantılarda başvurulabilecek her finansman kaynağı detaylı olarak anlatılabilir.

- Girişimcilerin % 71.4'ünün serbest ve güvene dayalı serbest yetiştirilme tarzında oldukları görülmektedir. Serbest ya da güvene dayalı serbest yetiştirilen bireylerde girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu, baskı ya da sürekli kontrol altında tutulan bireylerin girişimciliğe karşı daha çekimser kaldığı söylenebilir.
- Girişimcilerin % 32.1'ine göre girişimcilik faaliyetinde bulunurken karşılaştıkları en büyük sorun nitelikli işgücüne ulaşmaktır. Nitelikli iş gücünün artırılması için üniversitelerde öğrencilere sadece teorik olarak değil uygulamaya yönelik dersler verilebilir böylece girişimcilik yetenekleri geliştirilebilir.
- Girişimcilerin %39.2'sinin en çok ihtiyaç duyduğu konu üretilen ürün veya hizmetlerin ticarileştirilmesidir. Ticarileşmede yaşanan zorluğun sebebi reklam faaliyetlerinden kaynaklanan eksiklikler olabilir. Bu sorunun giderilmesi için her firma pazarlama departmanı oluşturabilir. Pazarlama departmanı oluşturmanın maliyeti yüksek olsa da getirisi çok yüksek olabilir. Ayrıca girişimcilerin pazarlama danışmanlığından daha fazla yararlanmaları sağlanabilir.
- Görüşmeye katılan girişimcilerin tamamına göre Malatya Teknokent'te faaliyet göstermenin en büyük avantajı vergi muafiyetinden yararlanmalarıdır. Teknokentlere yönelik destek ve teşvikler yenilenerek bu merkezlerin daha cazip bir yer haline gelmesi sağlanabilir.
- Görüşmeye katılan girişimcilerin %73.3' Malatya Teknokent'te faaliyet göstermenin belirgin bir dezavantajı olmadığını belirtmiştir. Girişimcilerin % 27.7'si ise teknokent lokasyonunun şehir merkezine uzak olmasının bir dezavantaj olduğunu belirtmişlerdir.
- Katılımcıların % 85.7'si teknokent yönetici firması tarafından sunulan imknlerden yararlanmaktadır. En fazla yararlanılan imkânın eğitim, seminer, bilgilendirme olduğu bunun dışında kalan diğer imknlerden yararlanma oranının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun sebebi girişimcilerin yararlanabileceği imkânlar hakkında detaylı bilgiye sahip olmamaları olabilir. Teknokent yönetimi tarafından girişimcilerin faydalanabileceği diğer destek hizmetleri hakkında bilgilendirme yapılabilir.

- Görüşmeye katılan girişimcilerin % 83.3'ü Malatya Teknokent'in fiziksel olanaklarının yetersiz olduğunu belirtmiştir. Bu yetersizliklerin yemekhane ve iklimlendirme konusunda olduğu saptanmıştır. Teknokent yönetici firması tarafından bu sorunları ortadan kaldıracak çözümler üretilebilir.
- Görüşmeye katılan girişimcilerin %93.3'ü Ar-Ge çalışmaları yapmaktadır ve % 32.1'inde ayrı bir Ar-Ge departmanı bulunmaktadır. Ayrıca girişimcilerin %57.1'inin Ar-Ge harcamaları için yıllık cirolarının %8'inden fazlasını ayırdıkları saptanmıştır. Verilen cevaplar ile firmaların faaliyet gösterdiği sektörler birlikte ele alındığında yazılım sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin diğer sektörlerde çalışan girişimcilere oranla daha fazla Ar-Ge çalışması yaptığı söylenebilir.
- Girişimcilerin % 93.3'ü diğer firmalar ile ortak Ar-Ge projesi yapmadıklarını belirtmiştir. Birbirini tamamlayacak nitelikte projeler yapan firmaların ortak Ar-Ge çalışmaları yapmalarını sağlayacak teşvik ve destekler artırılabilir. Böylece Ar-Ge işbirliği kültürü yaygınlaşabilir ve firmaların rekabet gücü artabilir.

KAYNAKÇA

- Acz, Z. J. Autio, E. ve Szerb, L. (2014). “National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and Policy Implications”, *Research Policy*, 43(3), pp.476–494.
- Alkibay, S. Orhaner, E. Korkmaz, S. ve Sertoğlu, A. (2012). “Üniversite Sanayi İşbirliği Çerçevesinde Teknoparklar, Yönetimsel Sorunları ve Çözüm Önerileri”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), ss. 65-90.
- ASPEN, (2013). *Entrepreneurial Ecosystem Diagnostic Toolkit*, Aspen Network of https://assets.aspeninstitute.org/content/uploads/files/content/docs/pubs/FINAL%20Ecosystem%20Toolkit%20Draft_print%20version.pdf. (08.10.2018).
- Atsan, N. ve Erdoğan O, E. (2015). “Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlel Fonlama (Crowdfunding)”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), ss. 297- 320.
- Audretsch, D. B. ve Belitski, M. (2017). “Entrepreneurial Ecosystems in Cities: Establishing the Framework Conditions”, *The Journal of Technology Transfer*, 42(5), pp. 1030–1051.
- Aydın, N. (2015). “Büyüme Potansiyeli Yüksek, Yenilikçi Girişimlerin Erken Aşama Finansmanı: Çiçeksepeti.com Örneği”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı:52, ss. 111- 125.
- Aydın, O. (2016). *Dünyadaki İnovasyon Kümelerinden Ne Öğrenebiliriz? Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) Yayınları*, No: 201634, ss.1-10.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (18), ss. 101-120.
- Başalp, A. (2010). “Teknoloji Geliştirme Bölgeleri’nin Türkiye Ekonomisine Yönelik Katkılarının Yeni Bir Model Çerçevesinde Analizi”, *Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Başalp, A. ve Yazlık, B. (2006). “Türkiye’de Teknoparklar ve Sorunları”, *Erciyes Üniversitesi TOBB Üniversitesi Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirimleri*, Ankara, ss.275-278.

- Başar, Ö.D, Adıgüzel, M. ve Eyiler, R.Y. (2016). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri: Yenilikçi Girişimlerde Bilginin Ticarileştirilmesi Araştırması, İstanbul, ss.111.
- Bürken Özgün, G. (2018). Girişimci Üniversite Kurgusunda Teknoloji Transfer Ofislerinin Rolünün İncelenmesi: Akdeniz Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Cansız, M. (2013). Türkiye'nin Yenilikçi Girişimcileri, T.C Kalkınma Bakanlığı, Yayın No: 2850, ss. 180.
- Cansız, M. (2017). "2023'e Doğru Türkiye Teknoparkları",T.C Kalkınma Bakanlığı, Yayın No:2972, ss.306.
- Cansız, M. Kurnaz, Z. Yavan, N. (2018). Girişimcilik Ekosisteminde Türkiye İçin Yeni Bir Araç: Yenilik Merkezleri/Ağları, Verimlilik Dergisi, (4), ss.7-69.
- Cohen, B. (2006). Sustainable Valley Entrepreneurial Ecosystems. Business Strategy and the Environment. 15(1). pp.1-14.
- Cohen, S. ve Hochberg, Y. V.(2014) Accelerating Startups: The Seed Accelerator Phenomenon, pp.215.
- Čapienė, A. ve Ragauskaitė, A. (2017). Entrepreneurship Education at University: Innovative Models and Current Trends. Research for Rural Development. (2), pp.284-291.
- Çubukçu, C. (2017). "Kitleli Fonlama: Türkiye'deki Kitleli Fonlama Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme", Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, 6(2), ss.155-172.
- De Buysere, K. Gajda, O. Kleverlaan, R. Marom, D. (2012). "A Framework for European Crowdfunding", European Crowdfunding Network. pp.40.
- Demirli, Y. (2014). "Türkiye'de Teknoparklara Yönelik Teşvikler ve Teknoparkların Bilim ve Teknoloji Kapasitesinin Gelişimine Katkısı" Maliye Dergisi, (166), ss.95-114.
- Devlet Denetleme Kurulu (DDK), (2009). 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu Uygulamalarının Değerlendirilmesi ile Uygulamada Ortaya Çıkan

Sorunların Çözümüne İlişkin Öneri Geliştirilmesi, Araştırma ve İnceleme Raporu, Ankara, Sayı:1, ss.463.

Dikbaş, K. (2006). Halka Arz, MÜSİAD Yayınları: İstanbul, ss. 128.

Dilsiz, İ. ve Kölük, N. (2004). Girişimcilik, Semih Ofset. ss.107.

Doğan, S. Altın, H. ve Başar, E. (2010). Meslek Yüksekokulları için Girişimcilik, Ankara: Nobel Yayınları, ss.129.

Duman, H. Ve Yücenurşen, M. (2014). “Girişimciliğin Finansmanı”, 241-255. Karadal, H.(Edit). Girişimcilik. Beta Basım A.Ş. ss.432.

Duran, H. (2018). “Türkiye’de Devletin Girişimcilik Destekleri ve Seçilmiş Bazı Değişkenlerin Yeni Firma Doğum Oranı Üzerine Etkisi”, Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi, 3(1), ss.68-85.

Elçi, Ş. (2007). İnovasyon, Ankara: Nova Yayınları, ss. 183.

Er, B. Şahin, Y.E. ve Mutlu, M. (2015). “Girişimciler için Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler”, Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 1(1), ss.31-54.

Ertuğrul, M. ve Altundal, V. (2018). “Startup Finansmanında Katılım Bankalarının Potansiyel Rolü Üzerine Bir Değerlendirme”, AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1), ss.27-40.

Etzkowitz, H. Webster, A. Gebhardt, C. ve Terre, B. (2000). “The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm”, Research Policy, (29), ss.314.

EURP (2010). The Smart Guide to Innovation Based Incubators. European Union Regional

Policy,http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/2007/working/innovationincubator.pdf (23/10/2018).

GİSEP (2015). “Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015 – 2018”, Ankara. https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Gisep_20152018_TR.pdf, ss. 103.

- Görkemli, N. (2011). “Bölgesel Kalkınmada Teknoparklar”, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, ss.203.
- Gümüş, , M. Yükseloğlu, S.M. ve Binark A. K. (2013), “Ülkemizde Teknoparkların Gelişimi ve Mühendislik Eğitimindeki Roller ”, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 17(1), ss.24-31.
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü, Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 21(1) , ss.189-210.
- Halıcı, E. (2005). Girişimcilik ve Teknoparklar: Girişimciliğin Eski ve Yeni Yüzü, ss.3 http://www.emo.org.tr/ekler/1f860e3b7f548ab_ek.pdf. (18.09.2018).
- Harmancı, M. ve Önen O. (1999). Dünyada ve Türkiye’de Teknopark ve Teknokent Uygulamaları, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ankara, ss.45.
- Hauksson, A.G. (1997). The Commercialization of University Research Discoveries: are University Technology Transfer Offices Stimulating the Process? Yayınlanmamış Doktora Tezi, MIT, ABD, pp.190.
- Hu Guangzhou, A. (2003). China's Technology Parks and Regional Economic Growth, pp.1-20.
- Isenberg, D. (2010) How to Start an Entrepreneurial Revolution, Harvard Business Review, pp.1-11.
- Isenberg, D. (2011), The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship, pp.1-13.
- İZKA & TEPAV, (2013). İzmir Girişimcilik Ekosisteminin Geliştirilmesi Stratejisi, ss.111.
- İzmirli Ata, F. (2018). “Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli”, MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 16(2), ss.273-296.
- Jones, C. ve English, J. (2004). Acontemporary Approach to Entrepreneurship Education, Education and Training, 46(8/9), pp.416–423.
- Kâhyalar, V. (2014). Başarılı Bir İşletme İçin Yeni Girişimcilik, İstanbul: Erguvan Yayınevi, ss. 200.

- Kalkınma Bakanlığı (2014). Onuncu Kalkınma Planı 2014/2018, Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, ss.137.
- Kanat, E. (2011). Dünya’da ve Türkiye’de Angel Capital (Melek Sermaye) Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Karabulut, A. T. (2016). “Yeni İşletmelerin Kurulması ve Büyümesi İçin Mevcut Girişimciden Yeni Girişimciye Destek Melek Yatırımcılık: İstanbul Ticaret Odası Meslek Komitesi Üyeleri Üzerine Bir Araştırma”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi, 15(29), s.205-221.
- Keuschnigg, C. (2003). Optimal Public Policy for Venture Capital Backed Innovation, University of St. Gallen, s.1- 60.
- Kıngır, S. Akaydın, A. Sarıışık, M. ve Bilen, A. (2015). Türkiye’de Bilim ve Sanayi Arayüzleri – Yeni Bir Model Önerisi Olarak; Teknoloji Transferi ve Geliştirme Merkezleri, 1. Bartın Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, Bartın Üniversitesi Yayınları (22), s.97 – 107.
- Kirby, E. ve Worner, S. (2014). Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast, İOSCO Çalışma Raporu, pp. 63.
- Kiper, M. (2010). “Dünyada ve Türkiye’de Üniversite-Sanayi İşbirliği ve Bu Kapsamda Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezleri Programı (ÜSAMP)”, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, ss. 161.
- Kram, K. (1983). Phases of the Mentor Relationship, Academic of Management Journal, (26), pp.608-625.
- Luecke, R. (2008) Entrepreneur’s Toolkit, (Çeviren) Şensoy, Ü. Girişimcinin El Kitabı, İstanbul: Kültür Yayınları, pp. 264.
- Mason, C. ve Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, Final Report to OECD, Paris, p.1-38.
- Metrick, A. ve Yasuda, A. (2011). Venture Capital & the Finance of Innovation, New Jersey, pp.575.
- Mucuk, İ. (2002.) Temel Pazarlama Bilgileri, İstanbul: Türkmen Kitapevi, ss. 196.

- MÜSİAD (2012). “ Küresel Rekabet İçin Ar-Ge ve İnovasyon, Stratejik Dönüşüm Önerisi”, MÜSİAD Araştırma Raporları, No:76, ss. 187.
- Nguyen Thu, T. (2018). How Do The Startup Accelerators Help The Start-ups to Scale?, Centria University of Applied Sciences, Degree Program in Business Management, pp. 41.
- Onur, M. Değirmenci, Ö. (2015). “Crowdfunding- Kitle Fonlaması”, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları, 2015(7), ss. 19.
- Özer, Y.E. (2018). Girişimci Üniversite ve Türkiye, (Edit) Işık, F. ve Batılı, B. Girişimci Üniversite. Ekonomik Teknik Dergi, (666), s.20-25.
- Özkaşıkçı. I. (2013). Dijital Çağda Girişimcilik Ekosistemi, İstanbul: Butik Yayıncılık, ss. 192.
- Pekol, Ö. (2008). Ulusal İnovasyon Sisteminde Teknoparkların Yeri ve Patent Sistemi Açısından Değerlendirilmesi, Uzmanlık Tezi. T.C. Türk Patent Enstitüsü Patent Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Polat, Ç. (2007). Assessment of Technology Development Activities in Turkish Technoparks, Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Preston, S. L. (2007). Angel Financing For Entrepreneurs, San Francisco: Jossey-Bass. p. 372.
- Roundy, P. (2016), “Start-up Community Narratives: The Discursive Construction of Entrepreneurial Ecosystems”, The Journal of Entrepreneurship, 25(2), p.232–248.
- Sakaryalı Dinler, A. (2016). İnovasyon, Bursa: Ekin Yayınları, ss. 248.
- Sakızlı, E. (2018). Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitleli Fonlama, İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV), s.1-21.
- Scaringella, L. ve Radziwon, A (2018), “Innovation, entrepreneurial, knowledge, and business ecosystems: Old wine in new bottles?”, Technological Forecasting and Social Change, (136) , p.59–87.

- Solomon Gerorge, T. ve Fernald Leloyd, W. (2014). The Growth of Entrepreneurship Education In The United States. p.1-20. <https://www.researchgate.net/publication/242735217>. (23.09.2018).
- Stam, E. (2015), “Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: a Sympathetic Critique”, *European Planning Studies*, 23(9), p.1759–1769.
- Startups.watch (2019). Türkiye Girişim Ekosistemi 2018/2019, ss. 21.
- Suresh, J. ve Ramraj, R. (2012), “Entrepreneurial Ecosystem: Case Study on the Influence of Environmental Factors on Entrepreneurial Success”, *European Journal of Business and Management*, 4(16), p.95–102.
- Şerbetçi, D. (2003). “21.yy İşletmelerinin Gerçek Zenginlik Kaynağı: İnsan Sermayesi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ss. 18.
- Tepe, S. ve Zaim, H. (2016). “ Türkiye ve Dünyada Teknopark Uygulamaları: Teknopark İstanbul Örneği” *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(29), s.19-43.
- TÜGİAD (1993). *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi Ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri*, İstanbul: Simge Ofis Matbaacılık, ss. 66.
- Uluyol. O. (2008). “Girişimcilikte Alternatif Bir Finansman Modeli Olarak Melek Finansman Yöntemi” *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), s.43-68.
- Uzkurt, C. (2012). *Yenilikçi Girişimcilik*, (edit.) Erdoğan, Z. *Girişimcilik ve Kobiler*, Bursa: Ekin yayıncılık, ss. 254.
- Ünsal, S. (2013). *Silikon Vadisi ve Girişimcilik*. Bankalar Arası Kart Merkezi (BKM), İstanbul, ss. 63.
- Vogel, P. (2013). *The Employment Outlook for Youth: Building Entrepreneurial Ecosystems as a Way Forward*, pp.443-449.
- Yalçıntaş, M. (2010). *Çağımızda Girişimcilik*, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), s.95-98.
- Yalçıntaş, M. (2014). “Üniversite – Sanayi – Devlet İşbirliğinin Ülke Ekonomilerine Etkileri: Teknopark İstanbul Örneği”, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 5(10), s.83-106.

- Yücel, İ. H. (1997). Bilim-Teknoloji Politikaları ve 21. Yüzyılın Toplumu, Ankara: DPT Yayını, ss.23.
- World Bank. (2013). Crowdfunding's Potential for the Developing World. p.1-102.
- World Economic Forum (2014), Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Early Stage Company Growth Dynamicss. <http://reports.weforum.org/entrepreneurial-ecosystems-around-the-globeand-earlystage-company-growth-dynamics/wp>. pp.240
- <https://www.hazine.gov.tr/bks-raporlama-ve-istatistik?type=icon>. (10.05.2019).
- <https://www.iasp.ws/our-industry/definitions>. (10.11.2018).
- <https://www.kalleinovasyon.com/kocluk-ve-mentorluk>. (10.11.2019).
- <http://www.malatyateknokent.com.tr> (05.04.2018).
- <http://odtuteknokent.com.tr/tr/blog/dunyada-ve-turkiyede-girisimcilikekosistemi>, (10.11.2018)
- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2001/07/20010706.htm>. (03.10.2018).
- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/10/20171019.pdf>. (22.09.2018).
- <http://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/AylikIstatistikBultenleri>. (02.01.2019).
- <https://startuphr.org/blog/turkiyedeki-hizlandirma-programlari-ve-kulucka-merkezi/> (12.05.2019)
- https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/1095/2017_gyue_siralama.pdf (26.10.2018)
- http://www.yok.gov.tr/web/guest/universitelerimiz_ (25.10.2018).

EKLER

EK-1- Görüşme Formu

Demografik Özellikler	
1) Yaşınız	5) Mesleğiniz
2) Cinsiyetiniz	6) Faaliyet Gösterdiğiniz Sektör
3) Eğitim Durumunuz	7) Ne Kadar Süredir Girişimcisiniz
4) Medeni Durumunuz	

8) Sizi girişimciliğe teşvik eden itici güç ne oldu?

- ☐ Kendini ispat etme ☐ Bağımsız çalışma arzusu
- ☐ Tanınma ve saygınlık kazanma ☐ Risk almaya yatkın olma
- ☐ İstihdama katkı sağlama ☐ Para kazanma
- ☐ İş fikrine güvenip pazarda rağbet göreceğine inanma

Diğer:

9) Herhangi bir kurum ya da kuruluştan girişimcilik eğitimi aldınız mı? Aldığınız eğitim girişimciliğinizi nasıl etkiledi?

10) Yurtiçinde veya yurtdışında iş fikriniz ya da ürününüz ile ilgili farkındalık oluşturmak için nasıl bir strateji belirlediniz?

11) Ürününüzle tüketicilere sunmak istediğiniz nedir ve insanlar ürününüzü neden tercih etmeli?

12) Hangi pazarlama kanallarını kullanmayı tercih ediyorsunuz? Neden?

13) İçinde yaşadığımız toplumun kültürel özelliklerinin etkilerinin girişimciliğinize yansımaları nasıl olmuştur?

14) Girişimci olmaya karar vermeden önce örnek aldığınız bir rol model var mıydı? Varsa bu modelin size yakınlık derecesi neydi?

15) Projenizi hayata geçirmek için kişisel birikimleriniz dışında destek aldığınız finansal kaynak/kaynaklar nelerdir?

- | | |
|--|---|
| ☐ Yakın çevre/eş dost | ☐ Risk sermayesi |
| ☐ KOSGEB | ☐ TÜBİTAK |
| ☐ İşKUR | ☐ Melek Yatırım |
| ☐ Kitlemel Fonlama | ☐ Borçlanma |

Diğeri:

16) TÜBİTAK desteğine başvurduğunuz mu? Başvurma ya da başvuruda bulunmama sebepleriniz nelerdir?

17) Üniversitenin girişimciliğimize sağladığı faydalar nelerdir?

18) Devlet tarafından sağlanan girişimcilik destek ve teşvikleri sizce yeterli mi?

19) İş fikriniz oluştuktan sonra girişimci olmak adına attığınız ilk adım ne oldu?

20) Yetiştirilme tarzınız nasıldı?

- | | |
|--|---|
| ☐ Genellikle baskıcı | ☐ Genellikle serbest |
| ☐ Güvene dayalı serbest | ☐ Kontrollü |

21) Girişimciliğinizde karşılaştığınız en büyük sorun ya da engel ne oldu?

22) Sizce firmanız en çok hangi konuda desteğe ihtiyaç duymaktadır?

23) Sizce teknokentte girişimci olarak faaliyet göstermenin avantajları nelerdir?

24) Teknokent'te faaliyet göstermenizin dezavantajı var mı? Varsa nelerdir?

25) Malatya Teknokent Yönetici Firmasının sunduğu imkânlardan yararlanıldı mı? Yararlanıldıysa hangi imkânlardan yararlanıldı, yararlanılmadıysa nedeni nedir?

Evet yararlanıldı;

- ☐ Eğitim/seminer/bilgilendirme
☐ Teknik danışmanlık (laboratuvar, akademisyen vs)
☐ Pazarlama danışmanlığı
☐ Hukuk danışmanlığı (patent, marka, risk sermayesi vs)
☐ Tanıtım danışmanlığı

Diğer :

Hayır yararlanılmadı;

- ☐ Yönetim tarafından eğitim, danışmanlık gibi imkânların sağlanmaması
☐ Desteğe ihtiyaç duyulmaması

Diğer :

26) Malatya Teknokent'in fiziksel olanakları ve destekleri hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

27) Firmanızda Ar-Ge çalışmaları yapılıyor mu? Yapılıyorsa ayrı bir Ar-Ge departmanı var mı? Yıllık cironuzun ne kadarı Ar-Ge harcamalarına ayrılıyor?

Ar-Ge çalışmaları yapılıyor ve Ar-Ge departmanı VAR ise:

- ☐ Ar-Ge harcaması %1'den az
☐ % 1 - % 1.9
☐ % 2 - % 2.9
☐ % 3 - % 3.9
☐ % 4 - % 7.9
☐ % 8' den fazla

Ar-Ge çalışmaları yapılıyor fakat Ar-Ge departmanı YOK ise:

- ☐ Ar-Ge harcaması %1'den az
☐ % 1 - % 1.9
☐ % 2 - % 2.9
☐ % 3 - % 3.9
☐ % 4 - % 7.9
☐ % 8' den fazla

28) Teknokentte yer alan diğer firmalarla ortak Ar-Ge projesi yaptınız mı? Evet ise kısaca bilgi verir misiniz?



Malatya Teknokent
Teknoloji Geliştirme Bölgesi Yönetici A.Ş.



Sayı : 100/430-4
Konu : Uygulama İzni (Özlem SARITAŞ)

16.05.2019

İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi: 15.04.2019 tarih ve 29218 sayılı yazınız.

Üniversiteniz Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Özlem SARITAŞ Teknokentlerde Girişimcilik Ekosistemi Malatya Teknokent Örneği konulu tez hazırladığını ve Tez çalışmasında kullanılmak üzere Malatya Teknokentte yer alan girişimcilere ekte sunulan sorular dahilinde görüşme Mülakat uygulama yapılması konusunda gerekli iznin verilmesi hususu vurgulanmıştır.

Söz konusu konuya ilişkin olarak Malatya Teknokent bünyesinde bulunan firmalar ile Tez konusuna ilişkin uygulama (Mülakat) yapması konusunda herhangi bir sakınca bulunmamaktadır.

Gereğini bilgilerinizi arz ederim.

Feramuz KARACA
Genel Müdür V.