



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Ana Bilim Dalı

**TÜRKİYE’DE YENİLİKÇİ GİRİŞİMCİLERİN SOSYO-EKONOMİK DURUMLARI
ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA (TEKNOLOJİ GELİŞTİRME
BÖLGELERİ ÖRNEĞİ)**

MEHMET CANSIZ

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2012

TÜRKİYE'DE YENİLİKÇİ GİRİŞİMCİLERİN SOSYO-EKONOMİK DURUMLARI
ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA (TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGELERİ
ÖRNEĞİ)

MEHMET CANSIZ

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2012

KABUL VE ONAY

Mehmet CANSIZ tarafından hazırlanan "Türkiye’de Yenilikçi Girişimcilerin Sosyo-Ekonomik Durumları Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği)" başlıklı bu çalışma, 04.12.2012 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Serdar SAĞLAM (Başkan)

Doç. Dr. Cahit GELEKÇİ (Danışman)

Doç. Dr. Hayati BEŞİRLİ

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Yusuf ÇELİK

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin 1 (bir) yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

4.12.2012

Mehmet CANSIZ

Rahmetli Hocam M. Cihat ÖZÖNDER'in anısına...

TEŞEKKÜR

Çalışmaya anket doldurarak ve mülakat yaparak çok değerli vakitlerini ayıran girişimcilere teşekkürü bir borç bilirim.

Bu tezin ortaya çıkışında birikimlerini paylaşarak sağladıkları katkılar ve yardımlardan dolayı başta tez danışmanım Doç. Dr. Cahit Gelekçi olmak üzere Doç. Dr. Serdar Sağlam ve Doç. Dr. Hayati Beşirli'ye teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmaları sırasında desteklerini hiç esirgemeyen aileme teşekkür ederim.

ÖZET

CANSIZ, Mehmet. Türkiye’de Yenilikçi Girişimcilerin Sosyo-Ekonomik Durumları Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012

Çalışmada Türkiye’de Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde faaliyet gösteren girişimcilerin sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri ile işletmelerin ekonomik yapıları anket ve mülakat teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Bu özelliklerden yola çıkarak hızlı büyüyen ve büyümeyen işletmeler karşılaştırılmıştır. Girişimcilerin başarılarıyla ilişkili sosyal ve ekonomik faktörler tespit edilmiştir. Girişimcilerin işe başlama süreçlerinde ve başarılarında; ekonomik ve politik etkenlerin yanı sıra aile yapıları, aldıkları eğitim, içinde yaşadıkları sosyo-kültürel ortam, girişimcilerin deneyimleri, işletme dönemi faaliyetleri ve kullanabilecekleri sosyal sermaye düzeyleri etkilidir.

Çalışma kapsamında yenilikçi girişimciliğin geliştirilmesi için; girişimcilerin seçimi ve eğitimine, üniversitelerin imkânlarının genişletilmesine, kamu desteklerinin etkinleştirilmesi ile sosyal hayatın her alanında beşeri ve sosyal sermayenin geliştirilmesine yönelik strateji ve politika önerileri geliştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler

Girişimcilik, yenilik, yenilikçi girişimcilik, teknoloji geliştirme bölgesi, teknopark, Ar-Ge, sosyal sermaye.

ABSTRACT

CANSIZ, Mehmet. Sociological Research on Socio-Economic Status of Innovative Entrepreneurs in Turkey (Technology Development Zone Case), Master's Thesis, Ankara 2012

In this study, the socio-economic and cultural characteristics of entrepreneurs operating in the Technology Development Zones in Turkey, and economic structures of their businesses were analyzed using the questionnaire and interview techniques. High growing and stagnant businesses were compared based on these features. Social and economic factors associated with the achievements of entrepreneurs have been identified. For start-up processes and achievements of entrepreneurs, their family structures, education, socio-cultural environment, experiences, business period activities and potential level of social capital that they can benefit are effective besides economic and political factors.

Within the scope of study, strategy and policy recommendations have been developed in the areas of selection and training of entrepreneurs, expansion of facilities of universities, strengthening public sector support mechanisms and improving the human and social capital in all aspects of social life; for improving entrepreneurship in Turkey.

Key Words

Entrepreneurship, innovation, innovative entrepreneurship, technology development zone, technopark, R&D and social capital.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR	xiv
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ ve YÖNTEMİ	4
1.1. Araştırmanın Konusu	4
1.2. Araştırmanın Amacı	5
1.3. Araştırmanın Önemi.....	5
1.4. Araştırmanın Kapsamı	6
1.5. Araştırmanın Problemleri	7
1.6. Araştırmanın Yöntemi.....	7
1.7. Araştırmanın Kısıtları	10
2. BÖLÜM: KAVRAMSAL ve KURAMSAL ÇERÇEVE.....	11
2.1. Kavramsal Çerçeve	11
2.1.1. Girişimcilik	11
2.1.2. Yenilik ve Yenilikçi Girişimcilik	14
2.1.3. Hızlı Büyüyen İşletmeler	15
2.2. Kuramsal Çerçeve	16
2.2.1. Sosyal Sermaye ve Girişimcilik.....	17
2.2.2. Aile ve Girişimcilik	23
2.2.3. Eğitim ve Girişimcilik	25
2.2.4. Sosyo-Kültürel Yapı ve Girişimcilik	28
3. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ	36
3.1. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	36
3.2. Günümüzde Girişimciliğin Durumu.....	42
3.3. Yenilikçi Girişimcilik	45
4. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN BULGULARI	49
4.1. Girişimcilerin Sosyo-Demografik Özellikleri	51
4.1.1. Cinsiyet ve Yaş Dağılımı.....	51
4.1.2. Eğitim Durumu	52
4.1.3. Aile Özellikleri	61
4.2. Girişimcilerin Sosyo-Kültürel Faaliyetleri	79
4.3. Girişimcilerin Deneyimleri.....	88

4.4. Girişimcilerin Sahip Oldukları İşletmelerinin Özellikleri	95
4.4.1. Kuruluş Tarihi, İl ve Sektör Bilgileri.....	95
4.4.2. Çalışan Sayısı, Sermaye Miktarı ve Ortak Sayısı	99
4.4.3. Finans Kaynakları ve Satış Yapılan İşletmeler.....	103
4.4.4. İşletme Dönemi Faaliyetleri.....	106
4.4.5. Geleceğe Yönelik Planlar	118
4.4.6. Yenilik ve Ar-Ge	119
4.4.7. Girişimcilerin İşletme Faaliyetlerine İlişkin Görüşleri.....	127
4.5. Hızlı Büyümeyle İlişkili Faktörler	132
SONUÇ.....	134
KAYNAKLAR	141
EK 1. ANKET SORULARI.....	156
EK 2. MÜLAKAT SORULARI	161
EK 3. MÜLAKAT YAPILAN GİRİŞİMCİLERİN SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	162

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Girişimcilik Ekosistemi.....	13
Tablo 2.2: AB’de Hızlı büyüyen İşletmelerin Oranı (Yüzde)	16
Tablo 3.1: Kent ve Kır Nüfusu (1970-2010)	40
Tablo 3.2: İşletme ve Çalışan Sayısı ile Ciro ve Yatırımların Dağılımı (2009).....	40
Tablo 3.3: Kadının İşgücüne Katılımı ve İşsizlik Oranları (Yüzde)	41
Tablo 3.4: Yetişkin Nüfusun Eğitim Düzeyi (25-64 Yaş Grubu).....	42
Tablo 3.5: Okullaşma Oranları (Brüt Yüzde).....	42
Tablo 3.6 : Seçilmiş Ülkeler Erken Dönem Girişimcilik Faaliyet İndeksi (2011).....	44
Tablo 3.7: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TGB) Göstergeleri	47
Tablo 3.8: TTGV Destekleri.....	48
Tablo 3.9: TÜBİTAK KOBİ Ar-Ge Destekleri.....	48
Tablo 4.1: İllere Göre Ankete Katılan Girişimci Sayısı	50
Tablo 4.2: Girişimcilerin Yaş Dağılımı	52
Tablo 4.3: Girişimcilerin Eğitim Durumu	53
Tablo 4.4: Eğitim Düzeyi ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu.....	53
Tablo 4.5: Girişimcilerin Bitirdikleri Okul Türleri	57
Tablo 4.6: Okul Öncesi Eğitim ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	58
Tablo 4.7: Girişimcilerin Yabancı Dil Bilgileri ve Düzeyleri	60
Tablo 4.8: Medeni Durum ve Sahip Olunan Çocuk Sayısı	62
Tablo 4.9: Girişimcilerin Kardeş Sayısı	64
Tablo 4.10: Girişimcinin Anne ve Babasının Eğitim Durumu.....	64
Tablo 4.11: Anne Eğitim Düzeyi ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Düzeyi.....	67
Tablo 4.12: Anne ve Babanın Mesleği	69

Tablo 4.13: Annenin Çalışması ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Düzeyi	69
Tablo 4.14: Ailede Girişimci Olma Durumu	72
Tablo 4.15: Girişimci, Baba ve Annenin Yaşadıkları Yerler	75
Tablo 4.16: Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Faaliyetler	79
Tablo 4.17: Dünya Ekonomisini Takip ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	82
Tablo 4.18: Facebook Kullanımı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	83
Tablo 4.19: Twitter Kullanımı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	83
Tablo 4.20: LinkedIn Kullanımı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	84
Tablo 4.21: Girişimcilerin Sahip Oldukları Varlıklar	87
Tablo 4.22: Girişimcilerin Deneyimleri	89
Tablo 4.23: İş Kurmadan Önce Çalışma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki	91
Tablo 4.24: İş Amaçlı Yurtdışı Deneyimi ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki	93
Tablo 4.25: Eğitime Paralel İş Kurma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki	94
Tablo 4.26: İşletmelerin Kuruluş Tarihleri	96
Tablo 4.27: İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği İller	98
Tablo 4.28: İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektörler	98
Tablo 4.29: Kuruluşunda ve 2012 Yılı İtibarıyla Çalışan Sayısı	99
Tablo 4.30: İşletmelerin Sermaye Miktarları (Cari Fiyatlar) ve Çalışan Sayıları	100
Tablo 4.31: İşletmelerin Ortak Sayısı	101
Tablo 4.32: Ortak Sayısı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	102
Tablo 4.33: Kullanılan Finansman Kaynakları	104
Tablo 4.34: Satış Yapılan İşletme Sayısı	105
Tablo 4.35: Satış Yapılan Yabancı İşletmeler ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki ..	105
Tablo 4.36: İşletme Dönemi Yapılan Faaliyetleri	106
Tablo 4.37: Ortak Ar-Ge Projesi Yapma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki	107
Tablo 4.38: İhracat Yapma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	108
Tablo 4.39: Mesleki Eğitimlere Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	110
Tablo 4.40: Mesleki Seminerlere Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki	111

Tablo 4.41: Danışmanlık Hizmeti Kullanma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki ...	112
Tablo 4.42: Yurtiçi Fuarlara Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu .	115
Tablo 4.43: Yurtdışı Fuarlara Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu	115
Tablo 4.44: Girişim Sermayesi Kullanma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki.....	117
Tablo 4.45: Planlanan Faaliyetler	119
Tablo 4.46: İşletmelerin Yenilik Faaliyetleri (ort.)	120
Tablo 4.47: İşletmelerin Yenilik Faaliyetleri	121
Tablo 4.48: Ar-Ge Proje Sayısı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu.....	121
Tablo 4.49: Projelere Kamu Desteği Alma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki	122
Tablo 4.50: Girişimcilerin İşletme Faaliyetlerine İlişkin Görüşleri	128
Tablo 4.51: Hızlı Büyümeyle İlişkili Faktörler (anket).....	132
Tablo 4.52: Hızlı Büyümeyle İlişkili Faktörler (mülakat).....	133

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3.1: Erken Dönem Girişimcilik Faaliyet İndeksi	44
Grafik 3.2: Türkiye'de Fırsata ve İhtiyaca Dayalı Girişimcilik Oranları.....	45
Grafik 4.1: Girişimcilerin Cinsiyeti.....	51
Grafik 4.2: Hızlı Büyüyen Girişimcilerin Yaş Dağılım Oranları	52
Grafik 4.3: Girişimcilerin Eğitim Düzeyi.....	56
Grafik 4.4: Girişimcilerin Okul Öncesi Eğitim Alma Oranındaki Değişim.....	59
Grafik 4.5: Girişimcilerin Eşlerinin Eğitim Düzeyleri	62
Grafik 4.6: Girişimcilerin Eşlerinin Yaptığı İşler.....	63
Grafik 4.7: Eşlerinin Çalışma Durumu ile Lisans ve Üstü Eğitim Düzeyi.....	63
Grafik 4.8: Anne ve Babanın Üniversite ve Üstü Eğitilmiş Olma Oranı.....	67
Grafik 4.9: Babalarının Kamu Çalışanı ve Girişimci Olma Oranı	70
Grafik 4.10: Annenin Kamu Çalışanı Olma Oranı	71
Grafik 4.11: Aile Fertleri arasında Girişimci Olma Oranı.....	72
Grafik 4.12: Babaların Dönemler İtibarıyla Yaşadıkları Yerler.....	76
Grafik 4.13: Annelerin Dönemler İtibarıyla Yaşadıkları Yerler	77
Grafik 4.14: Girişimcilerin Kültürel Faaliyetlere Katılım Oranları	80
Grafik 4.15: Düzenli Sağlık ve Spor Faaliyetleri	80
Grafik 4.16: Sosyal Ağların Düzenli Kullanım Oranları.....	81
Grafik 4.17: Dünya Ekonomisini Takip Etme Oranı.....	82
Grafik 4.18: Sosyal Ağların Kullanım Oranları	86
Grafik 4.19: Girişimci Olmadan Önce Çalışma Oranı	92
Grafik 4.20: Girişimcilik Öncesi İş Amaçlı Yurtdışı Deneyimi.....	94
Grafik 4.21: Eğitimine Paralel İş Kuran Girişimcilerin Oranı	95
Grafik 4.22: Kuruluş Yıllarına Göre Hızlı Büyüyen İşletmelerin Oranı	97
Grafik 4.23: İki'den Fazla Ortaklı İşletmelerin Dağılımı	103
Grafik 4.24: Ortak Ar-Ge Proje Yürütme Oranı.....	107

Grafik 4.25: İhracat Yapan İşletmelerin Oranı	109
Grafik 4.26: Mesleki Eğitim Alma Oranı	111
Grafik 4.27: Danışmanlık Kullanım Oranı	113
Grafik 4.28: Fuarlara Katılım Oranları	116
Grafik 4.29: Girişim Sermayesi Kullanım Oranları	118

KISALTMALAR

AB:	<i>Avrupa Birliği</i>
ABD:	<i>Amerika Birleşik Devletleri</i>
Ar-Ge:	<i>Araştırma Geliştirme</i>
BSTB:	<i>Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı</i>
DBİY:	<i>Dünya Bankası İş Yapma Raporu</i>
GEDI:	<i>Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi</i>
GEM:	<i>Küresel Girişimcilik Monitörü</i>
GGP:	<i>Girişimcilik Göstergeleri Programı (OECD – EUROSTAT)</i>
IMD:	<i>İşletme Geliştirme Uluslararası Enstitüsü</i>
KB:	<i>Kalkınma Bakanlığı</i>
KOSGEB:	<i>Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı</i>
OECD:	<i>İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı</i>
OSB:	<i>Organize Sanayi Bölgesi</i>
TGB:	<i>Teknoloji Geliştirme Bölgesi</i>
TTGV:	<i>Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı</i>
TÜBİTAK:	<i>Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu</i>
TÜİK:	<i>Türkiye İstatistik Kurumu</i>

GİRİŞ

Girişimcilik son yıllarda tüm dünyada en çok tartışılan konuların başında gelmektedir. Son dönemde yapılan birçok çalışmada ekonomik büyüme ile girişimcilik arasında pozitif bir ilişki olduğu ve istihdam artışının önemli bir kısmının yenilikçi girişimler tarafından sağlandığı ifade edilmektedir (Kauffman 2011, 2012), (Van Praag and Versloot, 2007). Bu işletmeler literatüre hızlı büyüyen (high growth) işletmeler olarak geçmiştir (OECD, 2010).

Dünyada 1980'li yıllardan itibaren bilgi teknolojilerinde önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Buna paralel olarak yenilikçi girişimcilere yönelik ilgi de artmıştır. Bu dönemde başlanan birçok küçük girişim zamanla milyarlarca dolarlık bütçelere ve binlerle ifade edilen istihdama sahip büyük işletmelere dönüşmüştür. Apple, Oracle, Microsoft ve Intel bunlara verilecek uç örneklerdir. Ayrıca bugün faaliyet gösteren orta düzeyli pek çok işletmenin temeli, yine bu dönemde başlatılan küçük girişimlerden oluşmaktadır. Ülkemizde özellikle yazılım geliştirme, bilgisayar ve cep telefonu tamiri, alım-satımı konularında çok sayıda küçük işletme faaliyet göstermektedir.

Girişimcilik ekonomik büyümede, rekabetçiliğin artmasında, yeni teknoloji üretiminde, işsizliğin ve yoksulluğun azaltılmasında, refah düzeyinin yükseltilerek geniş bir toplumsal tabana yaygınlaştırılmasında, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasında, beşeri ve sosyal sermaye düzeyinin artırılmasında ve sosyal yapının değişiminde önemli etkileri bulunmaktadır (Jack, 1999: 115).

Girişimcinin risk alma, yeniliğe öncü olma, hırslı ve çalışkan olma, bağımsız olma, sorumluluk alma, kendine güven, iletişim becerisi, liderlik yeteneği, yenilikçilik, enerjik olma, özerklik, öz güven gibi özellikleri bulunmaktadır (Kirzner 1997), (Mc Clelland 1961, 1976), (Hisrich ve Peters, 2001), (Schumpeter 1975, 2000), (Drucker, 1993), (Dönmezer, 1998), (Ertübey, 1992). Bu özelliklerin yanında girişimciliğin gelişmesinde içerisinde yaşanan toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel şartlarının önemli rolü bulunmaktadır. Bu yüzden son yıllarda girişimcilik araştırmalarında sosyal

yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Bazı toplumların sosyal yapıları, girişimciliği baskılarken, bazıları girişimciliğin önünü açıcı bir tutum sergilemektedir.

Ekonomik ve politik unsurların yanında girişimciliği en çok aile (Hisrich ve Peters 1998), (TÜSİAD, 1987), eğitim (Blgseven, 1977), (Verheul, vd., 2003) ve kültür (Hofstede, 1980), (Hisrich ve Peters 2001), (Morrison, 2000) etkilemektedir. Bununla birlikte bazı araştırmacılar beşeri sermayenin (Lucas, 1988), (Becker, 1993) önemi üzerinde daha fazla dururken diğerleri ise sosyal yapı ve bireyin etkileşiminden ortaya çıkan sosyal sermaye kavramının önemini vurgulamaktadır (Fukuyama, 2000), (Coleman, 1998), (Bourdieu, 1986), (Putnam, 1995).

Girişimciliğin gelişiminde, girişimci kişiliğin şekillenmesinde ve yeteneklerinin ortaya çıkmasında ailenin, eğitimin, sosyal sermayenin ve içinde yaşanılan sosyo-kültürel ortamın önemli etkileri bulunmaktadır. Bu konularda yapılacak araştırmalar girişimciliğin geliştirilmesi için son derece faydalıdır. Özellikle politika yapıcılar kaynak transferi ve geleceği planlama konusunda bilimsel araştırma ve değerlendirmelere ihtiyaç duymaktadırlar. Türkiye'de girişimciliğin başarısını etkileyen sosyal faktörler üzerine yeterince araştırma bulunmamaktadır.

Türkiye'de girişimcilik Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren önemli bir dönüşüm geçirerek batılı ve gelişmiş ülkelerin yapısına yakınsama eğilimindedir. Cumhuriyet dönemi ve sonrasında izlenen politikalar çerçevesinde girişimcilik giderek iç piyasada rekabet gücü kazanmış daha sonra ihracat yapar hale gelmiştir.

Türkiye'de Kalkınma Planları'nda belirlenen politikalar çerçevesinde yenilik altyapısının güçlendirilmesi ve Ar-Ge projelerinin artırılması amacıyla çeşitli programlar ve projeler geliştirilmiştir. Bu çerçevede 2001 yılından itibaren yasal altyapısı oluşturulan Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TGB) kurulmaya başlanmıştır. 2012 yılı itibarıyla Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinin yapıldığı aktif TGB sayısı 33'e yükselmiştir. Buralarda yaklaşık 2.000 işletme faaliyet gösterirken 17 bin kişilik nitelikli istihdam kapasitesi oluşturulmuş ve 6 bine yakın Ar-Ge projesi gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla, TGB'leri yenilikçi girişimcilerin yığıldığı ve bazılarında ise kümelenildiği bölgeler olarak değerlendirmek mümkündür.

Gelişmiş ülkeler ile karşılaştırıldığında TGB uygulamalarının Türkiye'de çok yeni ve gelişme evresinde olduğunu söylemek mümkündür. Aynı yorum TGB'lerde faaliyet gösteren işletmeler için de geçerlidir. Önümüzdeki dönemde bu yapının Türkiye'nin yenilikçilik kapasitesine ve teknoloji üretim gücüne önemli katkılar sağlaması beklenmektedir. TGB'lere yönelik son yıllarda yapılan bilimsel araştırma sayısı artmaktadır. Bu çalışmalarda daha çok konunun teknoloji ve ekonomik boyutu ön plana çıkmakta konunun sosyal boyutuna ilişkin yapılan analizlerin sayısı hala çok azdır.

Bu çalışma, yenilikçi girişimciliğe odaklanmaktadır. Türkiye'de yenilikçi girişimlerin yoğunlaştığı yer olan ve teknoparklar olarak da bilinen TGB'lerdeki girişimciler, çalışmanın hedef grubunu oluşturmaktadır. Anket ve mülakat teknikleri kullanılarak toplanan veriler ile Türkiye'de TGB'lerde faaliyet gösteren yenilikçi girişimcilerin ve bunların sahip oldukları işletmelerin sosyal ve ekonomik özellikleri belirlenmiş, hızlı büyüyen ve büyümeyen girişimciler tespit edilerek karşılaştırılmıştır. Hızlı büyüyen girişimcilerin başarısında etkisi olan faktörler ortaya konulmuş ve edinilen bulgulara dayanarak yenilikçi girişimciliğin geliştirilmesine yönelik strateji ve politika önerileri oluşturulmuştur.

Birinci bölümde; araştırmanın konusu, amacı, önemi, kapsamı, yöntemi ve kısıtları açıklanmıştır.

İkinci bölümde; konuya ilişkin kavramlar tanımlanmış ve çalışmada kullanılacak kuramsal çerçeve anlatılmıştır. Girişimcilik, yenilikçi girişimcilik ve hızlı büyüyen işletmeler kavramsal olarak tanımlanmış ve girişimciliğin belirleyici unsurlarının neler olduğu, nasıl bir ortamda geliştiği ve girişimcilerin nasıl başarılı olduğu konuları irdelenmiştir. Kuramsal olarak eğitim, aile, sosyal sermaye ve sosyo-kültürel yapının girişimcilik üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Üçüncü bölümde; Türkiye'de girişimciliğin kısa tarihsel gelişimi, sosyal ve ekonomik yapının girişimcilik üzerindeki etkileri, girişimciliğe yönelik politikalar ve girişimciliğin günümüzdeki durumu anlatılmıştır.

Dördüncü bölümde; TGB'lerde yer alan girişimcilere yönelik uygulanan anket ve mülakat çalışmalarından oluşan saha araştırmasının bulguları tartışılmıştır.

Son bölümde ise çalışmanın sonuç ve değerlendirmeleri yer almaktadır.

1. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VE YÖNTEMİ

1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Araştırmanın konusunu Türkiye'de faaliyet gösteren yenilikçi girişimciler oluşturmaktadır. Girişimci fırsatları yakalayan gerekli riski alarak sosyal, ekonomik ve fiziki kaynakları yatırıma dönüştüren (Çetindamar, 2002:33), yenilikçi (Schumpeter, 2000:51) ve değişimi başlatan kişi olarak görülür (Morrison, 2005:9). Girişimci tanımının içerisinde yenilik unsurunun önemli bir yeri vardır. Yenilik, fikri uygulanabilir bir sürece çevirebilme anlamında kullanılmakta (OECD, 2010) olup bu süreci gerçekleştiren girişimcilere yenilikçi denilmektedir.

Yaptıkları iş daha çok ekonomik bir aktivite olsa da girişimciler yaşadıkları sosyo-kültürel ortamdaki, aldıkları eğitimden ve ailelerinden önemli düzeyde etkilenmekte ve aynı zamanda bunları da etkilemektedirler.

Bu çerçevede araştırmanın konusunu Türkiye'de yenilikçi girişimcilerin sosyo-ekonomik özellikleri, hızlı büyüyen başarılı girişimcilerin diğerlerinden farklılıkları, bu farklılıkların sosyal sermaye yaklaşımı çerçevesinde analiz edilmesi oluşturmaktadır. Sosyal sermayeyi etkileyen faktörleri bireyin sahip olduğu kişisel özellikler, eğitim ve beşeri sermaye, aile, içinde yaşanılan sosyo-kültürel ve ekonomik ortam ve sahip olunan ekonomik sermaye olarak sıralayabiliriz. Bu yüzden çalışmada bu faktörler girişimciliği etkileme ve sosyal sermaye oluşturma güçleri açısından incelenmiştir.

OECD tanımına göre üç yıl üst üste en az yüzde 20 oranında büyüyen (ciro veya çalışan sayısı açısından) ve izlenmeye başladığında en az 10 kişi çalıştıran işletmeler hızlı büyüyen işletmeler olarak tanımlanmaktadır (OECD, 2012:16). Eğer bu işletmeler hızlı büyüme başarısını faaliyete başladığı ilk beş yılda gerçekleştirirse bunlara ceylan işletme (gazelle) denilmektedir (OECD, 2012). Diğer taraftan GEM, beş yıldan fazla süre hayatta kalan işletmeleri kurumsal girişimci olarak tanımlamaktadır (GEM, 2012).

Bu çalışmada hızlı büyüyen işletmeler başarılı olarak kabul edilmiştir. Bu işletmeler en az üç yıl üst üste yüzde 20 büyüyen (ciro veya çalışan sayısı), izlemeye

başlanıldığından itibaren en az 10 kişi çalıştıran ve en az 5 yıldır faaliyet gösteren olarak tanımlanmıştır.

Asgari beş yıl faaliyet gösterme şartı diğer bir deyişle GEM (2012)'ye göre kurumsal girişimcilerin çalışmada kullanılmasının en önemli nedeni yenilik ve Ar-Ge faaliyetlerinde bulunan girişimcilerin kuruluş aşamasından itibaren projelerini gerçekleştirmeleri, ürünlerini ticarileştirebilmeleri ve piyasada tutunarak hayatta kalabilmeleri için en az beş yıl süre gerektirmektedir. Bu yüzden beş yılın sonunda piyasada tutunabilen işletme zaten başarılı olarak nitelendirilir. Ancak bu çalışmada bunların içinde hızlı büyüyenlere odaklanılmıştır.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı; yenilikçi girişimcilerin başarılı olmalarında etkili olan sosyo-ekonomik ve kültürel faktörleri sosyal sermaye kavramı ve yaklaşımı çerçevesinde incelemektir. Bu çerçevede, çalışmada Türkiye'de yenilikçi girişimcilerin sosyal ve ekonomik özellikleri belirlenecek, işletme başarıları ile girişimcinin özellikleri ve faaliyetleri arasındaki ilişkiler incelenerek girişimcilerin başarılı olmasında etkili olan faktörler saptanacak ve başarıyı getiren faktörlerden yola çıkarak yenilik tabanlı girişimciliğin gelişimine katkı sağlayacak strateji ve politika önerileri geliştirilecektir.

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Son dönemde yapılan çalışmalar, işletmelerin büyümesi ile yenilik faaliyetleri arasında çok yakın bir ilişki olduğunu göstermektedir (OECD; 2011). Özellikle hızlı büyüyen ve istihdam artışı sağlayan girişimlerin yenilikçi olmaları dikkat çekmektedir. Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkeler yenilikçi girişimcilik kapasitelerini geliştirmek amacıyla strateji ve politikalar geliştirmektedirler.

Türkiye'de son yıllarda yenilik ve Ar-Ge konusunda uygulanan strateji ve politikalar ile bu alanda son derece önemli ivme kazanmıştır. Ancak hala Ar-Ge ve yeniliğe dayalı girişimcilik yeterince gelişmemiş, girişimcilerin yenilikçilik kültürü, Ar-Ge kapasitesi ve teknoloji yönetimi becerisi yeterli değildir (KB, 2012:139). Bu

yetersizliklerin yanında yenilikçi girişimciliğin geliştirilmesine ve bu kesime sağlanan teşvik ve desteklere yönelik yapılan ihtiyaç ve etki analizi ile inceleme ve araştırma sayısı da oldukça azdır.

Hâlbuki yenilikçi girişimcilik Türkiye'nin uzun vadeli büyüme, rekabet gücünün artırılması, teknoloji geliştirme ve üretim ile ihracat yapısının teknoloji yoğun mal ve hizmet lehine geliştirme konusunda kilit öneme sahiptir.

Bu yüzden araştırma ile, yenilikçi girişimciliğin ekonomik ve sosyal özelliklerinin belirlenmesi, başarıyı getiren faktörlerin tartışılması bu alana yönelik daha iyi politikalar belirlenmesi sağlanabilecektir. Diğer taraftan yenilikçi girişimcilik çeşitli destek programları ile kamu tarafından desteklenmektedir. Bu desteklerin Türkiye'nin hedefleri doğrultusunda önümüzdeki dönemde artarak devam edeceği düşünüldüğünde; çalışmanın sonuçlarının bu destek programların iyileştirilmelerinde kullanılabileceği ve girişimcilerin daha başarılı olmalarına katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

Bir yandan politika belirleyicilere veri sağlayacak olması diğer taraftan destek programı uygulayıcılarına yol gösterebilecek olması yenilikçi girişimciliğin dünyada geldiği durumla birlikte değerlendirildiğinde çalışmanın önemi daha da belirginleşmektedir.

1.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Türkiye'de yenilikçi birçok işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden büyük ölçekli olanlar genel olarak sanayi bölgelerinde faaliyet gösterirken daha küçük işletmeler ise TGB'lerde yer almaktadır. Bu çalışma daha çok küçük ölçekli yenilikçi girişimcileri ve bunların sahip oldukları işletmeleri kapsamaktadır.

Türkiye'de 2001 yılından itibaren yenilikçi işletmeler, kamu tarafından sağlanan altyapı destekleri ve vergisel teşvikler ile TGB'de toplanarak bir yığınlaşma oluşturulmakta ve yığınlaşma kapasitesi artmaya devam ederek işbirliği ağları ile kümelere dönüşmektedir. TGB'ler Türkiye'deki yenilikçi girişimcilerin yığınlaştığı bölgeler olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle araştırmanın kapsamı yenilikçi girişimcilerin yığınlaştığı mekânlar olan TGB'lerle sınırlıdır.

Türkiye'de 2012 yılı sonu itibarıyla 45 TGB kurulmuş olup bunların 33'ü aktif olarak yenilikçi girişimcilere hizmet vermektedir. TGB'lerde yaklaşık 2 bin işletme bulunmakta ve bu işletmelerde 17 bin kişilik nitelikli istihdam sağlanmaktadır (BSTB, 2012).

1.5. ARAŞTIRMANIN PROBLEMLERİ

Araştırmanın temel sorunsalı gelişmiş ülkeler ile karşılaştırıldığında Türkiye'de yenilikçi girişimciliğin yeterince gelişmemiş olması ve bunların gelişmiş ülkeler düzeyine çıkarılabilmesi için neler yapılması gerektiğidir.

Araştırmanın temel kabulü; yenilikçi girişimcilerin işe başlamasında ve hızlı büyüme performansı göstererek başarılı olmasında onların sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerinin etkili olmasıdır.

Bu kapsamda araştırmanın cevap arayacağı problemler aşağıda verilmiştir.

1. TGB'de faaliyet gösteren girişimcilerin sosyo-ekonomik özellikleri nelerdir?
2. Girişimcilerin sahip oldukları işletmelerinin ekonomik özellikleri nelerdir?
3. Hızlı büyüyen işletmelere sahip girişimciler ile hızlı büyümeyenler karşılaştırıldığında ortaya çıkan benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?
4. Hızlı büyümeyle ilişkisi olan temel faktörler nelerdir?
5. Türkiye'de yenilikçi girişimciliğin daha başarılı olmasını sağlayabilmek amacıyla kamu tarafından uygulanan politikalar nelerdir?

1.6. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma kapsamında öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Aile, eğitim, sosyal sermaye ve kültürün girişimciliğin başlaması ve başarılı bir şekilde sürdürülmesinde önemli etkileri olduğu çalışmanın temel varsayımını oluşturmaktadır.

Bireyin girişimci yeteneklerini geliştirilmesinde ve girişimciliğe yönlendirilmesinde ailenin ve eğitimin önemli rolleri bulunmaktadır. Aile ve eğitim temelde nitelikli bir beşeri sermaye ile yenilikçi, sorgulayan, araştıran, özgüvene ve organizasyon yeteneğine sahip bireylerin oluşturulmasında kilit rol oynamaktadır. Diğer

tarafından ailenin girişimciliğe başlangıçta ekonomik sermaye katkısı da son derece önemlidir. Çok sayıda girişimci işe başlarken gereken sermayeyi ailelerinden sağlamaktadır.

Sosyal sermaye ise bireyin gerek girişimciliğe başlaması gerekse faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmesinde beşeri ve ekonomik sermayeyi en etkin bir şekilde kullanabilmesini sağlayan kaynakları ifade etmektedir. Bu kaynaklar bireyin sahip olduğu çevre, dahil olduğu ağlar ve organizasyonları ifade etmektedir. Sosyal sermaye mikro ve makro düzeyde analiz edilebilir. Mikro düzeyde bireyin kullanabileceği kaynaklar dikkate alınırken makro düzeyde ise tüm bireylerin faydalanabileceği güven ve kültürel ortam anlaşılmaktadır.

Sosyo-kültürel yapı ise aile, eğitim, sosyal sermayeyi de içine alan girişimcinin faaliyet gösterdiği tüm ekosistemle ilişkilidir. Bunlar karşılıklı olarak birbirinden etkilenmekte ve etkilemektedir. Girişimcilik toplumda normlar, gelenek, görenek, adet ve ahlâkî değerlerden etkilenmektedir. Kişinin sosyal çevresi, ailesi, öğretmenleri, yakın arkadaşları, okuduğu kitaplar, dinlediği hikâyeler, içerisinde bulunduğu alt kültür, o kişinin yeni bir iş ya da işletme kurma istek ve çabalarına olumlu veya olumsuz katkı sağlayabilmektedir.

Bu çerçevede çalışmada girişimcilerin ailelerinin, eğitimlerinin, sosyal sermayenin ve sosyo-kültürel yapının TGB'lerde faaliyet gösteren yenilikçi girişimcilerin gerek işe başlama sürecinde gerekse işletme dönemi faaliyetlerinde etkilerini anlamak ve açıklayabilmek amacıyla bir saha araştırması yapılmıştır.

Araştırmada sahadaki gerçekliğin daha iyi anlaşılması için nicel ve nitel araştırma yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Bu çerçevede girişimcilere ve işletmelerine yönelik bilgilerin toplanmasında anket ve mülakat teknikleri uygulanmıştır.

Araştırmanın amacı ve problemleri çerçevesinde girişimcilere uygulanmak üzere anket sorularını içeren bir form hazırlanmıştır (bkz. Ek:1). Anket formu araştırma evreni TGB'lerde 2012 yılı Ocak ayı itibarıyla faaliyet gösteren 1.800 girişimciye uygulanmak üzere girişimcilerinin elektronik posta adreslerine, çalışmanın amacını ve anketin bizzatı girişimci tarafından doldurulması gerektiğini belirten bir açıklama ile

gönderilmiştir. TGB'lerde yer alan yaklaşık 200 işletmenin doğru elektronik posta adresine ulaşılammıştır. TGB'lerde faaliyet gösteren 70 yabancı işletme ve 30 büyük kurumsal şirket çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Geriye kalan yaklaşık 1.500 işletmenin 330'u anket uygulamasına katılmıştır. Ankete katılan işletmeler tüm evrenin yaklaşık yüzde 18'idir. Yabancı işletmeler ile kurumsal büyük işletmeler çıkarıldığında ise aynı oran yüzde 19,4 çıkmaktadır. Anket yapılan girişimcilerin illere ve sektörlere göre dağılımları TGB'lerde faaliyet gösteren tüm girişimcilerin dağılımlarıyla uyumluluk göstermektedir. Bu durum araştırmayı güçlü kılan bir özelliktir.

Anket verilerinden yararlanılarak TGB'lerde yer alan girişimcilerin bireysel, sosyal ve ekonomik özellikleri belirlenmiş, hızlı büyüyen işletmeler tespit edilmiş ve hızlı büyüyen işletmeler ile diğerleri arasındaki farklılıklar ortaya konulmuştur. Bu farklılıklar istatistikî olarak analiz edilerek, başarıda etkili olan faktörler belirlenmiştir.

İstatistikî analizlerde paket programlar kullanılmıştır. Kategorik değişkenler sayı ve yüzde pay olarak verilmiştir. Kategorik verilerin karşılaştırılması ve ilişkilerin analizinde değişkenler arasında bağımlılık ve birlikte değişim olup olmadığını ortaya koymak için Ki-kare (X^2) testi kullanılmıştır. Ki-kare testlerinde gözlem sayısının 5'in altına düştüğü durumlarda Fisher's Exact testi yapılarak elde edilen değerlerin geçerliliği sağlanmıştır.

Anket çalışmasının tamamlanması ve analizlerin yapılmasından sonra, Ankara'da ODTÜ TGB, Hacettepe TGB, Gazi TGB ve Bilkent TGB'nde yer alan başarılı ve başarılı olma potansiyeli taşıyan girişimcilerle derinlemesine yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak görüşmeler yapılmıştır. Mülakatların amacı; girişimcilerin tecrübelerini, başarıya götüren faktörleri, yetiştirme tarzlarını, aile özelliklerini, arkadaşlıklarını, girişimciliğe başlama süreçlerini, yaşadıkları zorlukları ve kamudan beklentilerini daha iyi analiz edebilmektir. Bu çerçevede mülakatlar daha önceden hazırlanmış ve Ek 2'de verilen soru kâğıdı üzerinden yapılmıştır.

Mülakatlar, yaklaşık 90 dakikalık görüşmeler halinde girişimcilerin işyerlerinde yapılmıştır. Görüşmeler ses kaydına alınmış ve daha sonra dökümü yapılarak önemli olduğu düşünülen kısımlar çalışmaya dahil edilmiştir. Bazı girişimciler ses kaydı yapılmasını istememişlerdir. Bu durumda notlar alınmıştır. Görüşülen girişimcilerin 3'ü

kadın 5'i akademisyen olmak üzere toplam 20 kişi olup Ek 3'de mülakat yapılan girişimcilerin demografik özellikleri verilmiştir. Mülakat sonuçlarının aktarılmasında G harfi her girişimciye verilen numara ile birlikte kullanılmıştır. Örneğin G3, üçüncü mülakat yapılmış girişimciyi ifade etmektedir. Mülakatlarda tekrarların başlaması, amaca uygun bilgilerin elde edilmesi ve kaynakların (özellikle zamanın) sınırlı olması nedenleriyle 20 mülakat yeterli bulunarak görüşmeler sonlandırılmıştır.

1.7. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

1. Anket formlarının bu alandaki politikalarla ve kaynak tahsisiyle yakından ilişkili Kalkınma Bakanlığı'na ait (eski adıyla Devlet Planlama Teşkilatı) elektronik posta uzantılı bir adresten gönderilmiş olması, ankete katılan girişimcilerin, konuya ilgi duyan, kamu politikaları ve Ar-Ge desteklerine duyarlı girişimciler olma ihtimalini artırmaktadır. Bu varsayım çerçevesinde ankete katılan girişimcilerin TGB'de yer alan ortalama girişimcilerden rekabetçilik, kalite ve iş yapış biçimleri bakımından daha iyi durumda olabileceklerini düşündürmekte ve anket sonuçlarının gerçek durumdan daha iyi olma olasılığını ortaya çıkarmaktadır.
2. Ankete hızlı büyüyen işletmeleri belirleyebilmek amacıyla, işletmelere ilişkin kuruluş yılı, yıllar itibarıyla elde edilen ciro, çalışan sayısı ve ihracat değerlerine ilişkin veriler talep edilmiştir. Ancak, girişimcilerin verdiği cevaplar, Maliye Bakanlığı, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu gibi bilgi toplayan ve derleyen kurumların veri tabanlarından kontrol edilmemiştir. Ancak bilginin gizli tutulacağı belirtilmesi ve çalışmanın girişimci açısından mali bir sonucunun olmaması nedeniyle alınan bilgilerin doğru varsayılmasını mümkün kılmaktadır.
3. Anket verilerine göre girişimlerin yaklaşık yüzde 15'i şahıs işletmelerinden, yüzde 75'i 2-4 ortaklı ve yüzde 10'u 5 ve 5'den fazla ortaklı işletmelerden oluşmaktadır. Anket formları her işletmede bir girişimci tarafından doldurulmuştur. Ankete cevap veren işletme ortağının etkisiz bir ortak olma ihtimali bulunmaktadır. Diğer taraftan mülakatlar ise işletmeden doğrudan sorumlu olan ve onun başarısında etkisi bulunan girişimcilerle yapılmıştır.

2. BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Girişimci, yenilik, yenilikçi girişimcilik ve hızlı büyüyen işletmeler kavramsal olarak tanımlanmıştır. Kuramsal olarak ise sosyal yapı ve sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkileri ortaya konulmuştur. Sosyal yapı aile, eğitim ve kültür çerçevesinde ele alınmıştır.

2.1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.1. Girişimcilik

Girişimci yenilik yapan, finansman bularak bir işi planlayan, gerekli olan insan gücü organizasyonu sağlayan, fırsatları gözleyen ve onları bulduğunda riski alarak bir iş kuran kişi olarak tanımlanmaktadır (TÜSİAD, 1987, 2002:33). Hisrich ve Peters girişimciyi; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer yaratacak şekilde biraraya getiren ve aynı zamanda, yenilik ve yeni bir düzenin yaratıcısı olarak görmektedirler (Hisrich ve Peters, 2001:9). Schumpeter ise girişimciyi yenilik yapan ve denenmemiş teknolojileri geliştiren, buluş yaparak veya yeni bir ürün için denenmemiş bir üretim tekniği geliştiren ya da var olan bir ürünü yeni yöntemler ile üreterek ya da endüstrileri yeniden düzenleyerek üretim yöntemlerinde reform yapan ya da daha çok devrim yaratan kişi yada kişiler olarak görür (Schumpeter 1975:132, 2000:51).

Girişimcilik ise yeterli çaba ve zaman tahsis edilerek, finansal, fiziksel ve sosyal kaynakları kullanarak ve risklere katlanılarak parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde edilerek yeni bir değer yaratma süreci olarak tanımlamaktadırlar (Hisrich ve Peters,1998). Morrison ve arkadaşları tarafından girişimciliğin esası yaratıcılık ve yenilikçilik ile değişimi başlatmak olarak görülürken (Morrison, Rimmington&Williams, 2005: 9), Drucker girişimciliği, bir amaca yönelik değişim yaratma çabaları ve farklı strateji ve yönetim uygulanması olarak tanımlamaktadır (Drucker, 1993).

McClelland'a (1961) göre girişimciyi tanımlamada sosyal bilimcilerin üzerinde birleştikleri noktalar (a) belirli konularda yetenekli olma ve kâr için riskleri göze alabilme; (b) enerjik bir kişilik; (c) kişisel sorumluluk duygusuna sahip olma; (d) verdiği kararların başarısını para ile ölçebilme yeteneği; (e) gelecek hakkında sağlam tahminler yapabilme; (f) organizasyon yeteneği; (g) ve nihayet kendilerine prestij sağlama ve aldıkları risk karşılığında kişisel yarar elde etmedir (İlhan, 2003). Long (1983) ise, girişimcilik tanımlarının üç ortak yönünü tespit etmiştir. Bunlar; (1) belirsizlik ve risk, (2) bütünleşik yönetsel beceri ve (3) yaratıcı fırsatçılıktır (Long, 1983). Girişimcilik kavramının genel olarak yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi ifade edildiği görülmektedir (Stevenson, Gumpert, 1991).

Girişimciliği; bireysel özellikler, yetenekler ve tecrübeler, girişimciliğe genel bir çerçeve sağlayan ekonomik yapı ve iş ortamı ile girişimcinin doğup büyüdüğü ve yaşamaya devam ettiği sosyal yapı etkilemektedir. Bu faktörler yalnızca girişimciliği değil birbirlerini de etkilemekte ve girişimcilikten etkilenmektedir.

Küresel Girişimcilik Monitörü'ne (GEM) göre girişimcilik sosyal, kültürel ve politik ortam tarafından şekillendirilmekte ve girişimci faaliyetleri ile sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamaktadır. OECD, genel olarak girişimciliğin çerçevesini belirleyen unsurları girişimcilik ekosistemi olarak tanımlamakta olup bunları; (1) düzenleyici çerçeve, (2) pazar koşulları, (3) finans erişim, (4) bilginin oluşumu ve yayılımı, (5) girişimcilik kabiliyetleri ve (6) kültür şeklinde altı eksen altında gruplandırmıştır (bkz. Tablo 2.1).

Tablo 2.1: Girişimcilik Ekosistemi

1. Düzenleyici Çerçeve	2. Pazar Koşulları	3. Finansal Erişim
<ul style="list-style-type: none"> • İdari Yük (iş kurma/büyütme) • İcra ve iflas mevzuatı, • Sağlık ve çevre mevzuatı, • Ürün ve iş piyasaları mevzuatı, • Adalet sistemi, Vergi sistemi • Sosyal güvenlik mevzuatı 	<ul style="list-style-type: none"> • Rekabet mevzuatı, • Dış pazarlara erişim, • İç pazara erişim, • Kamu ihaleleri, • Kamunun rolü, • Pazarın kalitesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kredi piyasaları, • Özel sermaye, • Girişim sermayesi, • Yatırım melekleri • Sermaye piyasaları
4. Bilginin Oluşumu ve Yayılımı	5. Girişimcilik Kabiliyetleri	6. Kültür
<ul style="list-style-type: none"> • Ar-Ge yatırımları, • Üniversite-sanayi işbirliği • Firmalar arası işbirlikleri, • Teknoloji, internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Eğitim ve deneyim, öğrenim, • Girişimcilik altyapısı, • Danışmanlık/egitim hizmetleri, • İşgücü hareketliliği 	<ul style="list-style-type: none"> • Risk algısı, • Girişimci algısı, • İş sahibi olma istekliliği,

OECD, 2012

Ekonomik gelişmişlik, girişimciliğin gelişmesinde en önemli faktörlerden birisidir. Yeterli sermaye birikimi, bankacılık sisteminin gelişmişliği ve iş dünyasının yeterince finansman sağlayabilmesi, yatırım için uygun mevzuat ve teknik altyapı ile kamu yönetiminde etkinlik, yenilik ve teknolojik yetenekler, adalet ve vergi sistemi gibi uygun iş ortamını oluşturan faktörler girişimciliğin gelişiminde son derece önemlidir.

Girişimciliğin ortaya çıkmasının zorunlu koşulu olan girişimci kişiliğin oluşumunda ve girişimcilik ediminde bulunulmasında bireyin doğuştan sahip olduğu potansiyel özellikler etkili olmakla birlikte, söz konusu potansiyel özelliklerin açığa çıkması ve yeteneklerin geliştirilmesi önemli ölçüde girişimciliğin oluşumunu etkileyen eğitim ile aile ve özellikle içerisinde yaşadığı sosyal ve ekonomik ortama bağlıdır (Aytaç ve İlhan; 2006). Bu çerçevede girişimcilik ile bireyin içerisinde yaşadığı, doğup büyüdüğü sosyal yapı arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Birey mensubu olduğu toplumun sosyal yapısından, teknolojik altyapısından, ekonomik faaliyetlerden ve eğitim durumundan büyük oranda etkilenmekte ve düşünce yapısına bu ortam şekil vermektedir (Aytaç, 2006 :142-147). Girişimci iktisadi olduğu kadar, sosyal yönleri ile de toplumu değiştiren ve geliştiren bir taraf olarak görülmektedir (Thornton, 1999).

2.1.2. Yenilik ve Yenilikçi Girişimcilik

Yenilik (inovasyon), sosyal, kültürel ve idari ortamlarda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması anlamına gelirken en basit anlamıyla bilginin faydaya dönüştürülmesi olarak ifade edilmektedir (Elçi, 2007:1). Bu kavram şimdiye kadar görülmemiş, farklı ve kendine özgü olan bir yapıyı anlatmakta kullanılan bir kavram olmakla birlikte, durumlara ve sorunlara farklı bakış açısıyla yaklaşarak farklı ve etkili çözümler bulmak olarak da tanımlanmaktadır. OECD'ye göre yenilik, "fikri uygulanabilir bir sürece çevirebilme" anlamında kullanılmaktadır (Taymaz, 2001:17). Diğer bir deyişle yenilik, yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde gerçekleştirilmesidir (TÜBİTAK, 2005).

İşletmeler açısından yenilik, verimliliği ve karlılığı artırması, yeni pazarlar ile mevcut pazarların genişlemesini sağladığı için önemli rekabet avantajı sağlamaktadır (Elçi, 2007:2). Yenilik, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Görüldüğü üzere, üç tür yenilik bulunmaktadır. Bunlar süreç, ürün ve hizmet yenilikleridir. Bu kapsamda yenilikçi işletme, belirli bir dönem süresince bir yenilik gerçekleştirmiş veya sürekli olarak gerçekleştirmekte olan işletmedir. Bu işletme sahipleri ve yenilik faaliyeti odağında işletmesini kuran kişiye yenilikçi girişimci diyebiliriz.

Yenilikçilik ise fikirleri alıp onları faydalı sonuçlar yaratacak şekilde kullanma sürecini ifade etmektedir. Bu sayede girişimci pazarda yeni ürün, kaynak, yöntem ve uygulamalarla kısa bir süre için de olsa rekabet avantajı sağlamaktadır.

Çalışma kapsamında yenilik kavramı girişimcilerin inovasyon ve Ar-Ge faaliyetlerini de içerecek şekilde kullanılmıştır.

2.1.3. Hızlı Büyüyen İşletmeler

AB ve OECD işletmeleri; rekabet gücü düşük, rekabetçi ve hızlı büyüyen işletme olarak tanımlanmaktadır. OECD'ye göre bir işletmenin hızlı büyüyen olarak tanımlanabilmesi için iki koşul bulunmaktadır. Bunlar; üç yıl üst üste en az yüzde 20 büyüme (ciro veya istihdam olarak), ve izlenmeye başlandığında en az 10 çalışanı bulunmalıdır (OECD, 2012:16). Çalışmada hızlı büyüyen girişimciler için bu tanım kullanılmıştır.

Hızlı büyüyen işletmeler ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlamaktadırlar. Diğer işletmeler ile karşılaştırıldığında bu işletmeler sağladıkları istihdam artışı ve yenilik yapma kapasiteleri daha yüksektir. Bu önemli katkılar başta gelişmiş ülkelerin dikkatini çekmiş ve tüm dünyada artan bir şekilde bu işletmelere önem verilmeye başlanmıştır (EU, 2011:5).

Birçok nicel çalışmanın sonucuna göre az sayıda işletme hızlı bir şekilde büyürken çok fazla yeni iş yaratmaktadır (Schreyer 2000), (Autio, vd., 2000), (Fritsch and Weyh 2006). Magnus ve Dan hızlı büyüyen işletmelerin istihdama etkisini inceleyen çalışmalarında istihdamdaki net artışın çok büyük oranda hızlı büyüyen işletmelerce sağlandığını tespit etmiştir (Magnus ve Dan, 2008). Başka bir çalışmada ise 1977 ile 2005 arasında ABD'de net istihdam artışının çok büyük oranda yeni firmalar tarafından sağlandığı tespit edilmiştir (Kane, 2010). Büyük Britanya'da 2002–2008 yıllarını kapsayan bir çalışmada ise yeni istihdamın yarısının tüm firmaların sayıca yüzde 6'sına denk gelen hızlı büyüyen işletmeler tarafından yaratıldığı vurgulanmaktadır (Anyadike, 2009).

Yapılan birçok çalışmada hızlı büyüyen işletmelerin yenilik kapasitelerinin ortalama işletmelerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Smallbone 1995), (Schreyer 2000). AB (15) ülkelerinde hızlı büyüyen işletmelerin Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri daha fazladır (Sectoral Innovation Watch Project, 2008). Tatum'a göre hızlı büyüyen işletmelerin yeni fikirler geliştirmesi, yeni pazarlara girmesi konularında ortalama işletmelerden çok daha iyi oldukları tespit edilmiş ve hızlı büyüyen işletmeler için yeniliğin temel bir şey olduğu belirtilmiştir (Tatum, 2007).

Hızlı büyüyen işletmeler farklı işletme büyüklüklerinden oluşabilmekle beraber bunların yüzde 70'ini küçük işletmeler ve yeni girişimciler oluşturmaktadır. Hızlı büyüyen işletmelerin tüm işletmeler içerisindeki oranları ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. AB'ye üye ülkelerde hızlı büyüyen işletmelerin tüm işletmelere oranı Tablo 2.2'de gösterilmektedir. Genel olarak gelişmekte olan ülkelerde hızlı büyüyen işletme oranlarının, gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörler ise, ülkelerinin ekonomik ve teknolojik konumuna bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Hızlı büyüyen işletmeleri sektörel dağılımlarına bakıldığında; yüzde 11,9 ile yiyecek-içecek ilk sırada gelirken, tekstil ve hazır giyim sektörü yüzde 10,8 ile ikinci sırada gelmektedir. Bu sektörleri yüzde 10,7 ile otomotiv, yüzde 10,4 ile bilgi yoğun hizmetler, yüzde 9,6 ile biyoteknoloji ve yüzde 7,7 ile inşaat izlemektedir (EU, 2011:10-20).

Tablo 2.2: AB'de Hızlı büyüyen İşletmelerin Oranı (Yüzde)

Yüzde 5'den Az	Yüzde 5-10 Arası	Yüzde 10-20 Arası	Yüzde 20'den Fazla
Almanya	Macaristan	Estonya	Bulgaristan
Belçika	Norveç	Avusturya	Litvanya
Çek Cumhuriyeti	İspanya	Slovenya	
Yunanistan	İtalya	Romanya	

EU, Sectoral Innovation Watch Project, 2008

Türkiye'de hızlı büyüyen işletmelere yönelik kapsamlı bir çalışma yapılmamıştır. Bu yüzden diğer ülkeler ile kıyaslama yapılamamaktadır.

2.2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmada kuramsal olarak sosyal ve beşeri sermaye ile sosyal yapıyı oluşturan eğitim, aile ve kültürün girişimcilik üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Beşeri sermaye, eğitim sürecinde kazanılmış bilgi, beceri ve yeteneklerden oluşmaktadır. İnsanın üretken olarak ortaya koyabileceği toplam kapasite olarak değerlendirilebilir. Sosyal sermaye ise tüm sosyal yapıyı çevreleyen, bireyin toplumdaki ağlar, ilişkiler ve normlar çerçevesinde başarısını etkileyen bir kavram olarak ele alınmıştır. Bu anlamda sosyal sermaye bireyin kullanabileceği tüm sermayelerin (beşeri ve ekonomik) verimliliğini artıran ve ilişkiler ile ağlar sayesinde yapılan faaliyetin

maliyetlerini düşüren ve bireyin amacı doğrultusunda rekabet gücünü artıran bir sermaye türüdür.

Bu çalışmada girişimcinin bireysel başarısında Coleman ve Bourdieu'nun sosyal sermaye yaklaşımları temel alınırken girişimci ekosisteminin geliştirilmesi anlamında ise Fukuyama ve Putnam görüşlerinden yararlanılmıştır. Diğer taraftan çalışmada girişimci üzerindeki etkisi bağlamında sosyal yapı; eğitim, aile ve kültür bağlamında ele alınmıştır.

2.2.1. Sosyal Sermaye ve Girişimcilik

Kalkınma ve sosyal sermaye arasındaki ilişki üzerine yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Konuya ilgi duyan araştırmacıların bakış açılarına göre sosyal sermayenin tanımı değişmektedir. Konuyu bireysel düzeyde inceleyen Coleman ve Bourdieu kişinin sosyal sermayeyi kullanarak amaçları doğrultusunda başarılı olabileceği üzerinde durmuşlardır. Coleman eğitimdeki başarı ile aile boyutunda sosyal sermayeye yaklaşırken (Coleman, 1998), Bourdieu analizinde toplumsal sınıflara vurgu yapmaktadır (Bourdieu, 1986). Konuyu toplumsal düzeyde inceleyen Fukuyama, toplumdaki güven ile maliyetlerinin azalması ve büyük ölçekli organizasyon yeteneği üzerinde dururken, (Fukuyama, 2000) Putnam ise konuyu toplumdaki demokrasi ve katılımcılık boyutuyla incelemiştir (Putnam, 1995).

Son yıllarda uluslararası kuruluşlar da konuyla ilgilenmektedir. Dünya Bankası; sosyal sermayeyi kurumlar, ağlar ve sosyal normlarla toplumsal etkileşimin nitelik ve nicelik olarak biçimlenmesi olarak tanımlamaktadır (World Bank, 2002). OECD'ye göre ise sosyal sermaye; gruplar arasındaki işbirliği kolaylaştıran ağlar ve paylaşılan değer ve normları" ifade etmektedir (OECD, 2001).

Bourdieu, sosyal sermayenin etkilerini mikro düzeyde analiz etmektedir, O kişinin toplum içerisindeki belirli statülere ulaşmasında ve bu statülere ulaşırken hangi kaynakları harekete geçirdiğini belirlemede sosyal sermayenin etkilerini araştırmıştır (Lelandais, 2004:177). İnsanlar, sosyal yapı içerisinde kendi pozisyonlarını korumak ve geliştirmek için sürekli rekabet içerisindeyler. Bu rekabet sürecinde sosyal sermaye

ekonomik ve beşeri sermayelerini harekete geçirmelerini sağlayan temel bir faktör olarak görülür (Bourdieu, 1986:49).

Bourdieu, sosyal sermayeyi bir bireyin ya da bir grubun, kalıcı bir ilişkiler ağında, az çok kurumlaşmış karşılıklı tanınmalar sayesinde elde ettiği gerçek ya da potansiyel kaynakların toplamı veya harekete geçirme olanağı bulunan sermaye ve güçlerin toplamı olarak tanımlamakta (Bourdieu ve Wacquant, 2003:108), sosyal sermayeyi diğer sermaye kavramları ile kurulan bağlantı olarak görmektedir (Portes, 1998). Ekonomideki aktörler, sosyal ilişkiler kurmak suretiyle sosyal sermaye elde eder ve bunu diğer ekonomik ve kültürel sermaye formlarına ulaşmada kullanabilirler. Bourdieu, sosyal sermayeyi kişisel bir kaynak olarak ele alıp (Braun, 2002:9) kavrama araçsal bir şekilde bakmakta ve gruplara katıldıkları için bireylerin artan faydaları üzerine yoğunlaşmaktadır (Parthasarathy and Chopde, 2000:3). Bourdieu'ya göre sosyal ilişkilerin kendisi, bireylerin ilişkili olduğu grupların sahip olduğu kaynaklara ulaşmaya izin vermekte ve bu sosyal ilişkiler söz konusu kaynakların miktar ve kalitesini belirlemektedir (Portes, 2002:1).

Birey, aile veya gruplar belirli normlar çerçevesinde, sosyal ilişkiler yoluyla dahil olduğu grup ve ağların kaynaklarını kullanma imkanına sahiptir. Ulaşabilecek sosyal sermaye seviyesi, aslında sosyal ağlar ve gruplar içerisindeki konumdan kaynaklanmaktadır. Bu konum bireyin, ailenin veya yine bir başka grubun hedeflerine ulaşabilmek için yaptığı yatırımların bir sonucudur. Sosyal sermaye uzun süreli iletişim ağlarına sahip olmayla bağlantılı fiili ve potansiyel kaynakların toplamını temsil etmektedir. Bourdieu, bireyin bağlarının değerinin yani sosyal sermaye büyüklüğünün, harekete geçirebildiği bağlantı sayısına ve her bir bağlantıyla sahip olunan beşeri, sosyal ve ekonomik sermaye büyüklüklerine bağlı olduğunu ortaya koymuştur (Bourdieu, 1986:248-249).

Bu çerçevede, girişimci başarısını artırmak amacıyla sosyal ilişkiler yoluyla dahil olduğu ağlar ve grupların kaynaklarını kullanmaktadır. Girişimcinin kullanabileceği kaynakların kalitesi ise dahil olduğu ağlara ve gruplara göre ve o gruplardaki konumuna göre değişecektir. Girişimci yeni edindiği kaynaklar ile kendi beşeri ve ekonomik sermayesini birleştirerek potansiyel kaynaklarını ve başarısını artırabilecektir.

Coleman (1990) tarafından geliştirilen rasyonel seçim yaklaşımında, sosyal sermaye, sosyal ilişkilerden ortaya çıkan bireysel bir kaynak olarak kavramlaştırılmıştır. Coleman'a göre sosyal sermaye, bireysel kaynak olmakla birlikte, bireyden bağımsızdır. Diğer sermaye türleri (beşeri ve ekonomik sermaye) tamamıyla bunlara sahip olan kişiye ait olduğu halde sosyal sermaye, bireyin kendi mülkiyetinde olan bir sermaye türü olmayıp sosyal ilişkilerinin doğal bir ürünü olarak ortaya çıkar (Coleman, 1990:302). Ancak bizzat kendisinde olmasa da birey, sosyal sermayeyi kişisel veya ortak amaçlar için kullanarak hedeflere ulaşabilmektedir. Coleman'ın sosyal sermaye anlayışı, onu nasıl rasyonel amaçlarla kullanabileceği üzerine odaklanmaktadır.

Coleman, sosyal ilişkilerin, kişiler tarafından kullanılabilmesine imkân sağlayan niteliklerini şu üç başlık altında toplamaktadır: (1) Bilgi (Enformasyon) kanalları, (2) sosyal normlar ve etkin yaptırımlar, (3) zorunluluklar, beklentiler ve sosyal yapıların güvenilirliği. Bilgi akışı eyleme geçilmesini kolaylaştırdığından, bilgi kanalları sosyal ilişkilerin en önemli unsurudur. Sosyal bir yapı içerisinde oluşmuş ve yerleşmiş bir takım normlar ve bu normlara paralel olarak ortaya çıkan yaptırımlar, bazı pozitif eylemleri kolaylaştırırken, negatif sonuçlara yol açacak eylemleri kısıtlayacaktır. Normlar ve yaptırımlar kişisel çıkarlara yönelik eylemlerin onaylanmaması, ortak yararlar için eylemlerin ise ödüllendirilmesi suretiyle desteklenebilir (Coleman, 1990:311).

Coleman, sosyal sermayeyi, içerisinde karşılıklı beklentilerinin bulunduğu ve ilişkilerin yüksek dereceli bir güven ve ortak değerlerle oluşturduğu, böylece bir bireyin iletişim ağlarının ötesine geçtiği bir kaynak olarak görmektedir (Field, 2008:28). Sosyal sermaye, bireysel olanla kolektif olan arasına köprü kurmaya yarayan, herkesin yararlanabileceği tarafsız ve mükemmel bir kamusal mal olarak karşımıza çıkar (Fuchs, 2006:89). Coleman sosyal sermayenin beşeri işlemleri kolaylaştırdığını ve toplumsal kurumların kalitesini artırdığını ileri sürmekte ve bireylerin faaliyetlerini kolaylaştıran bir kaynak olarak ele almaktadır (Coleman, 1988). Bireylerin, ailelerin veya grupların kendi sosyal sermaye güçlerini başkalarına yatırım yaparak oluşturduklarını belirtmektedir. Bu yatırım biçimi, sonuçta bir getiri beklentisi söz konusu olduğundan finansal ve beşeri sermaye yatırımıyla paralellik arz etmektedir (Coleman, 1994:95-98).

Coleman'a göre sosyal sermayenin en önemli etkilerinden biri, gelecek nesiller için beşeri sermaye oluşturma etkisidir. Güçlü ilişkilere sahip ailelerin çocuklarının sahip olduğu eğitim düzeyinin zayıf ilişkilere sahip ailelerin çocuklarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ona göre yüksek derecede sosyal sermaye, yüksek eğitim seviyesine, beşeri sermaye oluşumuna ve yüksek ekonomik performansa destek olmaktadır (Coleman, 1988).

Bourdieu sosyal sermayeyi sadece onu gerçekleştirmek için çaba gösterenlerin yarattığı ve sadece onların faydalanabileceği bir kaynak olarak görürken, Coleman sosyal sermayeyi kamusal mal olarak görür. Sosyal sermayenin sadece güçlülerle sınırlı olmadığını, aynı zaman da fakirlere ve kenarda kalmış topluluklara da ciddi yararlar sağladığını vurgulamaktadır (Field, 2008:28).

Rasyonel seçim yaklaşımını benimseyen Burt (1997) ve Lin (2001) sosyal sermayenin bireysel kullanımı üzerinde durmuşlardır. Lin, sosyal sermaye kavramının bireysel ilişkiler ve ağ yapılanmalarına odaklanmıştır. Lin, sosyal sermayeyi ağ yapılanmaları yoluyla kişiye sunulan bir kaynak olarak görerek sosyal sermayeyi piyasada getiri elde etme beklentisi ile sosyal ilişkilere yapılan yatırım olarak tanımlamıştır. Ona göre sosyal sermaye aktörlerin eylemleri için ulaşıp kullandığı, sosyal ağlar içerisinde yer alan kaynaklardır ve bireylerde değil sosyal ilişkiler içerisinde gizli ancak bu kaynaklara ulaşım ve bunların kullanımı aktörlere/bireylere aittir (Lin, 2001:19-25). Kişinin, ilişkilerinde ve ağ düzeneklerinde yer alan bu kaynakların farkında olması ve kaynakları harekete geçirmek için seçim yapması gerekir. Kişi sadece varlığından haberdar olduğu ve hangi kaynaklara ulaşması gerektiği bilgisine sahip olduğu sürece, bu bağlara sermaye özelliği kazandırabilir. Bireyin sosyal ilişkileri vasıtasıyla ulaşabileceği kaynakları onun kişisel sosyal sermaye potansiyelini oluşturur. Bu kaynakları harekete geçirmese bile bunlar kendisine sembolik fayda sağlayabilir. Kimi zaman, sadece önemli kişilerle önemli bağlantılara sahip olduğunun bilinmesi dahi kişinin sosyal çevresinde itibarını artırabilir (Esercan; 2009) ve faaliyetlerini kolaylaştırabilir.

Burt, sosyal sermayeye kişinin ağ düzenekleri içerisindeki konumuna bağlı olarak elde ettiği, kaynaklara ulaşma fırsatı olarak yaklaşır. Burt ABD'deki firmalarda ağ içerisinde stratejik bakımdan önemli konumda bulunan çalışanların diğerlerine göre

daha fazla avantaj elde ettiklerini saptamıştır. Sosyal sermayeyi, beşeri sermayenin çevresel koşullar bakımından tamamlayıcısı olarak gören Burt'e göre bilgi, eğitim ve kıdemin getirisi kısmen kişinin hiyerarşik konumuna bağlıdır. Beşeri sermaye bireysel beceriyle ilgiliyse, sosyal sermaye fırsatlarla ilgilidir (Burt, 1997:359).

Sosyal sermayeye makro düzeyde yaklaşan Putnam, sosyal sermayeyi toplumsal katılım anlamında incelemektedir. Putnam'a göre, kişiler arası güven, yaygın gönüllü örgütler ağı ve uzlaşmacı değerler, ekonomik refah düzeyinin yükselmesinde büyük rol oynamıştır. Bu rol o kadar büyük boyutlarda gerçekleşmiştir ki salt ekonomik faaliyetleri ve faktörleri bile geride bırakmaktadır (Esmer, 1999:95). Putnam'a (1995) göre sosyal sermaye hedeflere etkin bir biçimde ulaşmak için birlikte hareket etmeyi sağlayan, işbirliğini kolaylaştıran, etkinliği arttıran, kabiliyetleri geliştiren (Roller, 2007:381) güven, norm ve ilişki ağlarından oluşmaktadır (Putnam, 1993:5). Bu yönüyle sosyal sermaye ekonomik ve beşeri sermayeye yapılan yatırımların faydasını arttırmaktadır (Putnam, 1995:4). Bu tanımda sözü edilen ağlar, bireylerin birden çok örgüte üye olarak örgütler arası sağladıkları bağlantılardır. Ona göre güven ve sosyal iletişim ağlarının geliştiği yerlerde bireyler, şirketler, yerleşim alanları ve hatta milletlerin zenginleşeceğini iddia etmektedir (Putnam, 2000:319).

Bir toplumdaki sosyal sermayenin boyutu o toplumdaki toplumsal birlik oluşturma ve ortaklık kurma dereceleri ile gösterilmektedir. Bu dernekleşme ve ortaklık kurma becerileri kolektif normlar ve güven aracılığı ile gelişmektedir (Lin, 2001: 23). Putnam sosyal sermayenin kişiye ait olduğu fikrine katılmakla birlikte onun aynı zamanda bir kamu malı olduğunu ileri sürer. Putnam sosyal sermayeyi, cemaat, devlet ve hatta uluslar düzeyinde daha büyük insan toplulukları için bir kaynak olarak gördüğü gibi sosyal sermaye kavramını daha çok toplumsal bir düzeyde ele almıştır (Putnam, 1995:67). Sosyal sermayeyi iletişim ağlarına katılma ve ortaya çıkan karşılıklı toplumsal güven ve normlara bağladığı söylenebilir (OECD, 2010:12), (Field 2008:53).

Sosyal sermayeye ulusal düzeyde ele alan diğer düşünür Fukuyama'dır. Fukuyama, ekonomik ve toplumsal refahın üretilmesinde en önemli katkının sosyal sermaye aracılığı ile sağlandığını ifade etmektedir. Güvenin düşük olduğu toplumlarda büyük ölçekli sanayi ve organizasyonlar yaratmanın yolunun devlet müdahalesinden geçtiğini, oysa yüksek güvenli toplumda bu iş için devlet desteğine gereksinim

duyulmadan kolaylıkla yapılabileceğini belirtmektedir (Şan, 2006). Bir toplumun güven düzeyi yüksek ise ekonomik anlamda da son derece yüksek bir performans sergileyebilecektir (Fukuyama, 2000:351).

İşletmelerin başarısında ve yenileşmesinde güçlü sosyal sermaye kaynaklarına sahip girişimciler oldukça önemli başarılar sağlayabilmektedirler. Girişimciler, iş kurma ve genişletme kararlarında sosyal ilişkilerini kullanmakta (Granovetter, 1985) iş düşüncelerini arkadaş ve akraba gibi ulaşabilecekleri kaynakları kullanmaktadırlar. Özellikle kuruluş aşamasında sosyal sermaye kaynakları arasında aile ve akrabalığın rolü oldukça belirgindir (Greve ve Salaff, 2003:2-4). Bu boyutta ele alındığında sosyal sermaye, girişimcilerin amaçlarına erişmesini kolaylaştıran ilişki kaynaklarıdır (Lin, 1999), (Portes, 1998).

Diğer taraftan günümüzde gelişen iletişim araçlarının ve sosyal medyanın etkin kullanımı, girişimcilerin bilgi ve tecrübe düzeylerini artırmalarında etkili olabilmektedir. Sosyal ve ekonomik ağlar içerisinde yer alan işletmelerin ekonomik performansı üzerinde olumlu rol oynamaktadır (Onyx ve Bullen, 2000:23). Amit ve Glosten, gerçekleştirdikleri araştırmada başarılı girişimcilerin hızlı ve yeterli bilgiye sahip olan ve müşteriler ile muhtemel yatırımcılara ulaşabilecekleri ağlarda yer aldıklarını tespit etmişlerdir (Amit ve Glosten, 1993). Neergard ve Madsen (2004) ise, geniş ağlarda bulunmanın, daha fazla kaynağa ulaşım imkânı sağlamasından dolayı bir girişimin büyümesi için önemli olduğunu ortaya koymaktadır (Neergard ve Madsen, 2004).

Yapılan çalışmalar sosyal sermayenin birbiriyle etkileşimli olarak mikro ve makro düzeyde ele alınabileceğini göstermektedir. Sosyal sermaye ulusal, bölgesel, yerel düzeyde inceleneceği gibi kişi, aile ve grup düzeyinde de ele alınabilir. Bireysel düzeyde sosyal sermayeyi kişinin yaratabileceği toplam kaynaklar ve hedeflerine ulaşmada kullanabileceği her türlü potansiyel kaynak olarak görebiliriz. Bu bağlamda girişimciliğin gelişmesinde bu kavramın önemli bir fonksiyonu bulunmaktadır. İçinde bulunulan iş ortamının şartları, bölgenin ve ülkenin ekonomik ve sosyal koşulları girişimcinin başarısını etkilediği gibi bireysel sosyal sermaye potansiyeli girişimcinin başarısında önemli etkiler yaratmaktadır. Makro koşulların tüm girişimciler için ortak

bir veri olduğu kabul edildiğinde, bireysel olarak girişimcilerin sosyal sermaye güçleri onların başarısında fark yaratacak unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.2. Aile ve Girişimcilik

Aile bireylerin yeteneklerinin geliştirilmesi, alışkanlıklar edinmesi ve tutum geliştirmesinde (Gökçe 1996:155), karakteri ve davranışı üzerinde birinci derecede belirleyici olan bir kurumdur. Birey ekonomik ve sosyal beceriler kazanmasına yönelik ilk yetenekleri bu ortamda edinir (Kağıtçıbaşı, 2000). Yapılan araştırmalar sonucunda başarılı olan girişimcilerin sahip olduğu değerlerin en belirginleri olan özerklik, bağımsız olma ve kendine güven duyma gibi özelliklerin oluşumu ve gelişiminde ailenin önemli bir payı olduğunu göstermiştir (Kao, 1989:100). Aile temel olarak bireylere girişimci değerlerin benimsetilmesinde uygun bir zihinsel arka plânın oluşmasında ve bireylerin girişimciliğe bakış açılarının biçimlenişinde işlevsel bir role sahiptir (İlhan, 2003).

Başta sosyalleşme süreci olmak üzere ailenin, sahip olduğu meslek, eğitim düzeyi, ekonomik durumu, yaşadığı yer ve genel toplumsal statüsü girişimciliğin oluşumunu etkilemektedir. Ailenin, dışa dönük, başarı yönelimli, atak, üretken, tutumlu yaşantısı, çocuk üzerinde erken girişimci temayüllerin yerleşmesine hizmet eder. Bir toplumda aile ortamı girişimciliğe destek veren özellikleri bünyesinde barındırıyorsa o toplumda daha fazla girişimci çıkmaktadır. Aile veya akrabalık içerisinde bağımsızlığa, özerkliğe, kendi ayağı üzerinde durmaya yönelik vurgular yüksekse, çocuklar girişimciliğe dair özellikleri daha çabuk edinmektedirler (Hisrich ve Peters 1998, 2001:54).

Diğer taraftan geleneksel ve ataerkil aile yapıları girişimciliği ve yenilikçiliği engelleyici bir yapıdadır. Ataerkil ailedeki sıkı denetim ve itaat kültürü çok baskındır. Bu yapı içerisinde yenilikçiliğe açıklık, bireysel başarının hedeflenmesi, dinamizm, üretkenlik, risk almak gibi girişimciliğe özgü değerler ön planda değildir. Buna karşın, modern aile yapıları, görece değişken, dinamik, rekabetçi bir kültüre açıklık gösterirler (Aytaç ve İlhan; 2006).

Ailenin eğitim düzeyinin girişimciliğin gelişimi üzerinde etkileri bulunmaktadır. Eğitimin çocuk yetiştirmede, anne davranışını nasıl etkilediğini ortaya koyan birçok çalışma bulunmaktadır. Anneleri eğitilmiş çocukların zekâ ölçümleri, zihinsel gelişme testleri ve okuldaki performanslarında daha başarılı oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca girişimcilik bağlamında eğitilmiş annelerin çocuklarında özerklik ve daha az bağımlı olma ve daha az yardıma ihtiyaç duyma hususlarının ön plana çıkmaktadır (Kağıtçıbaşı, 1990: 54-56). Bu çerçevede, annenin eğitim düzeyinin yükseltilmesi ile yetiştirilen çocuklardaki beceri artışı, kendine güven ve özerklik gibi girişimci birey özelliklerinin kazanılmasında doğrudan bir ilişki olduğu rahatlıkla söylenebilecektir.

Çocuğun potansiyel girişimci olarak yetişmesinde, ailenin yaşam tarzı ve girişimciliğe açıklığı etkilidir (Ertübey, 1992: 233). Özellikle ailesi girişimci olan çocuklar girişimci eğilimleri daha çabuk benimsemek (Swedberg 2000), (Çetindamar, 2002: 52) ve girişimci olmalarını tetikleyen önemli bir unsurdur (Hisrich ve Peters 1995:55-58). Küçük yaşta çalışmaya ve küçük yatırımlar yapmaya teşvik edilmiş aile ortamlarında rekabet, kazanç elde etme ve mücadelecilik gibi değerlere çocuklarda aşinalık oluşur (Hisrich ve Peters 2001:54).

Girişimci ailelerde, mesleğe ilişkin değerlerin, normların, rollerin, pratiklerin ve meslek ahlâkının, ailede kazanılması, mesleki başarı için bireyi gerekli bilgi ve tecrübe konusunda donanımlı kılmaktadır (İlhan, 2003). Örneğin, girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer bir iş kurdukları ya da aile işini büyüttükleri çoğu kez dikkati çeker. Yine, işçi ya da memur ailelerden gelenlerin de sıklıkla ailelerinin meslekleri yönünde sosyalleştikleri, verili koşullara paralel iş/meslek edinmeye yöneldikleri görülür. Bu durum, mevcut sosyal ve ekonomik koşulların, kariyer tercihi yapmada belirleyici rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır (Bridge vd., 1998:54-55).

TÜSİAD'ın yaptığı bir araştırmada girişimcilerin yüzde 62 gibi büyük bir kısmının ilk girişimcilik becerilerini aile ortamında kazanmış oldukları açığa çıkmıştır. Bu girişimciler, yaşadıkları çocukluk ve yakın aile çevresinin kendilerini yarışmacı ve mücadelecilik kıldığını belirtmişlerdir (TÜSİAD, 1987: 37).

Ailenin girişimcilik üzerinde en önemli desteklerinden biri de sermaye desteğidir. Gaziantep, Kayseri ve Denizli'deki girişimciler üzerinde yapılan bir araştırmada, girişimcilerin iş kurmaya başlarken girişimcilerin yüzde 42'sini aileden

almışlardır (Özcan, 1995:103). Buna ek olarak; Konya, Kayseri, Sivas ve Tokat'taki girişimciler üzerinde yapılan bir başka araştırmada ise, girişimcilerin ilk sermayelerini yüzde 58 oranında ailelerinden temin ettikleri açığa çıkmıştır (Esen ve Çonkar, 1999:107). Yine, Türkiye'de yapılan bir başka araştırmaya göre, ülkemizdeki sanayicilerin yüzde 56'sı, işlerini kurarken babalarından destek almışlardır (Ertübey, 1992:228). Bu durum, ailenin girişimciliğin oluşmasının ve gelişmesinin önemli bir dinamiği olduğunu ortaya koymaktadır.

2.2.3. Eğitim ve Girişimcilik

İnsanın niteliğinin gelişmesine yardımcı olacak her faktör, aynı zamanda bir beşeri sermaye faktörüdür. Eğitim, sağlık, beslenme, konut ve göç olgusu birer beşeri sermaye faktörü olmakla birlikte nitelikleri geliştirecek en önemli etmenin eğitim olduğu konusunda genel kabul bulunmaktadır. Bu bağlamda beşeri sermayenin temel dayanak noktası eğitimidir (Altay, 2005).

OECD beşeri sermayeyi, eğitim sürecinde kazanılmış bilgi, beceri ve yetenekler olarak tanımlamaktadır. Beşeri sermaye ekonomik faaliyetlerle ilgili insanın üretken olarak ortaya koyabileceği tüm nitelikleri içermektedir (OECD, 1988:8). Lucas, beşeri sermayenin iki yönlü bir etkisinin olacağını vurgulamaktadır. Beşeri sermaye öncelikle çalışanların verimliliğinin artmasını daha sonra ise bireyin beşeri sermayesindeki artışla tüm üretim faktörlerinin üretkenliklerine katkı sağlayacaktır (Lucas, 1988:17-18). Becker ise yaptığı çalışmalarda daha iyi eğitim almış insanların kazançlarının diğerleri ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Becker 1993:20-21).

Eğitim çocukluktan itibaren bireylerin değerlerini, davranış ve yeteneklerini şekillendiren en önemli kurumdur (World Economic Forum, 2009:15-16). Eğitim, insanlarda davranış değişikliği yaratma süreci olarak tanımlanmaktadır. Eğitimin çok çeşitli işlevleri bulunmakta olup en önemlilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Toplumun kültürel mirasını genç kuşaklara aktarmak.
- Ekonominin gereksinim duyduğu insan gücünü yetiştirmek.
- Mesleki bilgi ve beceri kazandırmak.
- Bilimi geliştirmek.

- Yenilikçi, girişimci ve rasyonel düşünen tipte bireyler yetiştirmek (Tezcan 1995: 135).

Eğitim, gelişme veya büyümenin temel kaynağı olan nitelikli insan gücüne önemli katkılar sağlayan ve sonuçta kalkınmayı sağlayan önemli unsurlardan birisidir (Gürak 2000: 28).

Girişimciliği uyarmada eğitim önemli bir araçtır. Eğitim; bireye, kendine güven ve bağımsızlık kazandırmaktadır. Bu nitelikler işe başlama, iş kurma ve ilerlemede etkilidir (Verheul vd., 2003:582). Toplumsal yönden girişimciliğin gelişimine fayda sağlayabilmek için eğitim sistemlerinin yaratıcılığı ve girişimciliği teşvik edecek biçimde düzenlenmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Ancak bu sayede çocukları girişimciliğe yatkın olarak yetiştirmek mümkün olabilecektir (Blgseven, 1977:115).

Erken çocukluk eğitimi olarak da adlandırılan okul öncesi eğitim, çocuğun doğumundan, ilköğretime başladığı güne kadarki dönemi içermektedir. Bu dönemde çocukta duyguların gelişimini ve algılama gücünü arttırarak akıl yürütme sürecinde çocuklara yardımcı olan ve yaratıcılığını geliştiren; bağımsızlık kazanmasına olanak sağlayan bir süreçtir (Hickman, vd., 2008), (Reynolds, vd., 2011). Bireyin okul öncesi eğitim almış olmasının hayatının devamında önemli etkileri bulunmaktadır. Okul öncesi eğitim alan bireyler almayanlar ile karşılaştırıldığında; iş, araba ve ev sahipliği, aile kurma, eğitim hayatında başarılı olma ve akademik kariyer yapma ve sosyal hizmetlerden yararlanma bakımında daha fazla başarı sağlarken, suç oranları gibi olumsuz durumlarda ise daha az dahil olmaktadır (Belfield, vd., 2006), (Doyle, vd., 2009).

Girişimcilik için toplumun genel eğitim düzeyi de önem taşır. Eğitim düzeyinin yüksekliği, toplumsal dinamizm ve gelişme için ateşleyici bir rol oynar. Eğitimsel donanımın yüksekliği, toplumdaki kaynakların etkin kullanımına, hak ve sorumluluk bilincinin yükselmesine, kaynak üretme, kazanç elde etme, bilgiye pratik değer kazandırma, her işte ve uğraşta işlevsellik gözetme gibi, gelişme için gerekli temayüllere açıklık getirir. Bu da, sonuçta, girişimci bir kültürel ortamı ortaya çıkarmaktadır (Aytaç ve İlhan; 2006).

Eğitimin girişimciliğe diğer bir katkı sağladığı alan ise girişimcilik eğitimleridir. Bu örgün eğitim içinde yapıldığı gibi iş kurmadan önce girişimcilere sağlanan eğitimleri de içermektedir. Girişimcilik eğitimi ana hatlarıyla (1) fırsatları belirleme, (2) bu fırsatları yeni fikirler üreterek ve gerekli kaynakları harekete geçirerek gerçekleştirme, (3) yeni bir girişim kurma ve yönetme, (4) yaratıcı ve eleştirel düşünme yeteneklerini geliştirmeyi amaçlamaktadır (Consortium for Entrepreneurship Education, 2005:3-5).

Avrupa'daki birçok ülke girişimcilik konusunu resmi müfredata "bir şekilde" dâhil etmiştir. Bazı ülkeler girişimcilik öğrenimini ilköğretimden başlatırken bazıları ise daha lise düzeyinde başlamaktadır. Bazı ülkelerde girişimcilik dersleri zorunluymen bazılarında seçmeli ders olarak verilmektedir. Ancak Kuzey Avrupa'da yer alan bazı ülkelerin ise girişimcilik eğitimi ve öğretimi stratejileri bulunmaktadır (EU, EURYDICE 2012). Danimarka'nın söz konusu stratejisi incelendiğinde; girişimcilik eğitim yöntemleri ile yetenekleri ölçme ve değerlendirme tekniklerinin geliştirilmesi, ortak finansman bulunması, özel sektörle bağlantısı ve okul öncesi dönemden üniversite dönemine kadar farklılaştırılmış yöntemler ile bireylerin daha girişimci ve yenilikçi yetiştirilmesi hedeflenmektedir (Danish Agency for Science, 2009:13-20).

Girişimcilik eğitimleri konusunda gelişmiş ülke örneklerinde genellikle girişimcilik eğitimleri, öğrenci-girişimci aktiviteleri ve girişimcilik araştırmaları kapsamında yürütülen projeler yer almaktadır. Bu konuda Türkiye'de de Sabancı ve Özyeğin Üniversiteleri başta olmak üzere birtakım girişimler bulunmaktadır. Ancak Türkiye'de üniversite-sanayi işbirliğinin yeterince etkin çalışmaması birçok kamu üniversitesinde bu alanların beklenen düzeyde gelişmesini engellemiştir.

Programlarında girişimcilik ve yenilikçilik derslerine ağırlık veren okulların girişimci yetiştirmeye daha başarılı oldukları ve ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı alanlarda faaliyette buldukları görülmektedir (Hisrich ve Peters, 1998). Britanya'da yapılan başka bir araştırmada, müfredatın bir parçası olarak okullarda verilen girişimcilik derslerinin ve özellikle de staj programlarının girişimcilik faaliyetlerini ciddi şekilde arttırdığını göstermektedir. Aynı çalışmada kamu tarafından verilen "kendi işini kur" tarzı eğitim programlarının ise girişimcilik kabiliyeti üzerinde müspet bir etkisi olmadığı sonucuna varılmıştır (Levie, 2009).

Girişimcilik eğitimlerinin sadece geleceğin iş dünyası için değil aynı zamanda beşeri sermaye artışı sağlaması bakımından da önemli sonuçları bulunmaktadır. Söz konusu eğitimin farklı düzeylerde okul öncesinden başlayarak üniversite devam etmesi girişimcilerin başarı ve kalitesini artırmanın yanında çalışanların verimliliklerinin artmasına, yeni teknolojilerin keşfedilmesine ve toplumda her alanda yenilikler yapmasına katkılar sağlayacaktır.

2.2.4. Sosyo-Kültürel Yapı ve Girişimcilik

Kültürel boyut, girişimciliğin oluşumuna zemin hazırlamaktadır (Stone, 2005:4). Kültürün özellikle erken evre girişimciliği ciddi oranda etkilediğine dair bulgular içeren çalışmalar bulunmaktadır (Zhao, vd., 2010). Morrison, kültürün girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirlediğini ileri sürer. Ona göre kültür, girişimciliği başlatan, harekete geçiren güdülere bünyesinde yer vermektedir. Örneğin, demokratik kültürler, kişileri yenilikleri denemeye, teşebbüse geçmeye teşvik eder. Bu toplumlarda, yeni şeyler yapma, değişiklik ve teşebbüse geçmenin olumlu karşılanması doğal olarak girişimci eğilimlerin pekişmesine yardım eder. Bu bakımdan özellikle Kuzey Amerika gibi daha eşitlikçi ve demokratik toplumlar girişimci kişiliğin ortaya çıkmasına ve gelişmesine daha fazla katkı sağlamaktadır (Morrison, 2000: 62-66).

McClelland ise, girişimciliğe destek veren kültürlerin üç temel davranışı öne çıkarttıkları ve bunların (1) yüksek sorumluluk üstlenme (2) hesaplı risk alma ve (3) performansa dönük geri bildirim talep etme olduğu üzerinde durmaktadır (Johnson, 1990:40). Kültür içerisinde farklı alt sistemler, gruplar, yapılar, kurumlar vardır. Bunlar, girişimciliği olumlu ya da olumsuz yapıcı etkiler meydana getirebilmektedirler. Buna örnek olarak, geleneksel bir toplum içerisinde modern bir ailede yetişen çocukların başarılı girişimci olmaları verilmektedir (Hisrich ve Peters 2001:54).

Girişimci kültürde yüksek başarı güdüsü egemendir (Bridge vd., 1998:68). Örneğin yüksek başarı güdüsünün Amerikan toplumunda desteklenmesi Amerika'da girişimci kültürün gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Pillis, 1998). Bir kültürde kişinin kendi patronu olmaya, bireysel fırsatlara sahip olmaya, başarılı olmaya ve para kazanmaya çok önem veriliyorsa, bu kültürde girişimcilik destekleniyor demektir.

Böyle bir kültürün içerisinde işletme kurma oranları yüksektir. Ancak hiçbir kültür tamamen girişimciliğe destek verir ya da karşısındadır diye nitelenemez (Hisrich ve Peters, 1998).

Başarılı girişimcilerin bulunduğu sosyal çevrelerde, taklit ya da özenme yoluyla da girişimci faaliyetler artar. Akran ya da akrabalık konseptleri, girişimci atraksiyonlar için yol açıcı rol oynar. Örneğin, arkadaşlarının başarılı girişimci olduğunu gören kişiler, onlar gibi olmaya dolayısıyla işletme kurmaya heveslenirler. Bu çevreler, potansiyel girişimciler için, öykünme, buluşma ve yeni işletmeler kurma çabalarına destek verirler (Hisrich-Peters, 2001:12).

Kültürel yapı içerisinde, para kazanma, iş kurma, fırsat kollama ve başarılı olmaya önem verme gibi özellikler doğal olarak girişimci güdülerin yerleşmesine ve girişimci tutum ve davranışların yaygınlaşmasına yol açmaktadır. Bireyin, yeni, farklı, özgün yanlarına tolerans gösteren sosyal gruplar, değişimci/yenilikçi aktiviteleri yaygınlaştırırlar. Genel olarak toplumsal yapı girişimci kişilik/benlik oluşumuna tesir eder. Bu faktörler, bireyi ve toplumu girişimci karakteristikler doğrultusunda sosyalleşmesini sağlar. Örneğin, gelişmiş demokrasilerin toplum düzenlerine bakıldığında, genel planda, bireyciliğe, özgür teşebbüse, çalışma ve kişisel sermaye birikimine dönük temayüllerin büyük bir destek ve ağırlığa sahip olduğu görülür (Sinha, 1985), (Choi, 1992), (Kağıtçıbaşı, 2000: 102-104).

Weber'e (1920) göre ülkelerin dini havası ve aile çevresinin yönlendirdiği eğitim ile kazanılan özellikler kişinin meslek seçiminde ve daha sonraki mesleki kaderini etkilemektedir (Gürata, 1997). Hagen'e göre ise, girişimciliğin gelişmesinde en uygun ortamın, "başarı", "yükselme" ve "doyma beklentisi" en fazla olan toplumsal gruplar olduğunu belirtir. Başarı güdüsünü teşvik eden toplumsal ortamların girişimcilik için etkili bir arka plan oluşturduğu vurgulanmaktadır (Hagen, 1961).

Bazı inanç sistemleri başarı güdüsü ve girişken çabaları teşvik edebilmektedir. Protestan ahlâkının Batı'da güçlü girişimci bireyin oluşmasına katkısı bu bağlamda değerlendirilmektedir. Weber'e göre, Protestanlıktaki, maddiyata, üretime, sermayeye ve çalışmaya yapılan vurguların fazla olması, yine kişileri tembellik ve faaliyetsizlikten kurtarmaya yönelik telkinler, kişiyi iyi bir mümin olmak adına üretmeye/çalışmaya yönelten güdüler oluşmuştur. Bu güdüler, kişinin yapıp edeceği her tür fiil ve eyleme

meşruiyet kazandırıcı bir işlev görmektedir. Yine, Weber, Protestanlığın bireycilik, başarılı olma güdüsü, girişimci mesleklerin meşruiyeti, rasyonalite ve özgüveni vurgulayan bir kültürü teşvik ettiğini iddia etmiştir (Basu ve Altınay, 2002:373). Ona göre bu, Protestanlığın dinsel amacının dinsel olmayan pratik bir yöne çevrilerek, bireyin bir girişimci olarak faaliyette bulunmasını sağlamaktadır (Schroeder 1996:33). Weber'e göre *“Katolik daha sakin, daha az kazanma güdüsü ile donatılmıştır, çok az bir geliri de olsa sonunda ona onur ve zenginlik getirebilecek tehlikeli, heyecanlı bir yaşam biçimine tercih eder. Atasözü, ya iyi yiye ya da iyi uyuyun, der. Buna göre Protestanlar çok iyi yerken Katolikler iyi uyumaktadırlar”* (aktaran Gürata, 1997).

Weber'in yanı sıra, Mc Clelland da, dini değerlerin girişimci davranışa yol açtığını ifade etmektedir. Ona göre de, Protestan iş ahlakı, çocuğa bağımsız yetiştirme pratikleri ve güçlü başarı motifi kazandırmakta ve zevki engelleyici bir tesir meydana getirmektedir. Bu sayede, yüksek başarı kültürü oluşmakta ve başarıya odaklı girişimciler ortaya çıkmaktadır (Ülgener, 1981: 17-18), (Güney-Çetin, 2003: 198).

Kültür üzerine gerçekleştirilen dünya çapındaki araştırmalardan biri de Hofstede'e aittir. Hofstede kültürel boyutları dört ana başlık altında toplamıştır (Hofstede 1980). Bu başlıklar, bireycilik-toplumculuk, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma ve kadınsı-erkeksi olarak tanımlanmaktadır (Hofstede, 1981:25). Son yıllarda bu başlıklara uzun vadeye odaklanılabilir boyutuda eklenmiştir. Kültürel boyutların her biri girişimciliğin gelişimini etkilemekle birlikte bu boyutların birbirleriyle etkileşimi de önem kazanmaktadır.

Güç mesafesi boyutu, bir örgütte astların üstlerinin emirlerini yerine getirirken nasıl davrandıkları ile ilgilidir. Hofstede'ye göre (1983) güç mesafesi yüksek olan kültürlerde bireyler üstlerine bağımlıdırlar (Hofstede, 1983:60). Üstlerin verdiği emirler sorgulanmaz, astların daha itaatkâr olması ve karar alma süreçlerinde daha az katılımcı olması beklenir (Luther ve Luther 2002:273). Bu da kendini daha çok bürokrasi, daha merkezi bir güç dağılımı ve organizasyon yapısı şeklinde gösterir (Newman ve Nollen, 1996), (Shane, 1993), (Yılmaz vd., 2005). Düşük güç mesafesi kültürleri ise, daha eşitlikçidir ve genel anlamda topluluğu oluşturan üyeler birbirleriyle eşit görülür (Geletkanycz, 1997). Bu toplumlarda astlar yöneticileri ile kendilerini eşdeğer olarak görmektedir. Astlar bağımsız olmaya değer verir, yöneticiler, astlarına danışıp karar

alırlar. İnsanlar çalışmayı sever, çalışanlar patronlarına karşı rahattır, çalışanların özgüveni yüksektir (Hofstede, 1980).

Girişimcilik açısından bakıldığında, düşük güç mesafesinin olduğu toplumlarda genel olarak girişimcilik daha çok gelişme potansiyeli taşıyor iken güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda ise bu potansiyel daha düşüktür. Yapılan bazı araştırmalarda Türk kültürü yüksek güç mesafesine sahip olarak nitelendirilmiştir (T. Acuner, 2002: 11-12), (Sargut, 2001:229).

Belirsizlikten kaçınma boyutu, toplumların belirsizlik karşısındaki hoşgörü derecesinin bir göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Belirsiz bir durum, birey tarafından, yeterli veri olamaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan ve kategorize edilmeyen bir durumdur (Erdem, 2001:44), (Teoh ve Foo, 1997:32). Hofstede'ye (1991) göre belirsizlikten kaçınma boyutu bir topluluğun üyelerinin belirsizliğin ve bilinmeyi tehdit olarak algılama ve bundan tedirgin olma derecesi olarak tanımlanmıştır (Hofstede, 1991).

Belirsizlikten kaçınma seviyeleri düşük olan kültürlerde, güncel yaşamdaki belirsizlik katlanılabilir bir düzeyde, düşük stres düzeyi ön planda ve tutuculuk seviyesi az olup görecelik ön plandadır (Hofstede 1980:187; 1983:61). Bu kültürlerde üyelerin farklı fikir, yaklaşım ve kavramlara daha toleranslı olması ve bildik olmayan durumlarda daha rahat davranması beklenmektedir (Geletkanycz, 1997). Belirsizlikten kaçınma seviyeleri yüksek olan kültürlerde ise, belirsizlik sürekli mücadele edilen bir durumdur. Bireylerin stres ve endişe seviyeleri daha yüksektir. Tutuculuk daha ön planda ve yazılı kuralların ve düzenlemelerin mutlaka olması gerekmektedir (Hofstede 1980:187; 1983:61).

Sargut'a (2001) göre, bir toplumda belirsizlikten kaçınma eğilimleri yüksekse, yaşamı kendileri için daha güvenli bir duruma getirmek amacıyla iş güvencesini, yazılı ve biçimsel kuralları artırmaya çalışmaktadır (Sargut, 2001:180). Oysa yenilikçilik, risk ve esneklik belirsizliğin kabulünü gerektirmektedir. Girişimcilik faaliyetleri uzun vadeli yatırım ve kararları gerektirir (Hisrich ve Peters, 1986), (Hitt vd., 1999) ve belirsizliğin kabullenilmesi girişimcilik için tercih edilen bir çevresel faktördür (Mintzberg, 1973). Çoğu zaman tahmin edilmesi güç bir yapı arz eden girişimcilik faaliyetlerini yürütürken riskleri ve getirileri anlayabilmek ve belirsizliği kabullenmek gerekir (Kanter, 1983). Bu

yüzden girişimcilerin belirsizliğe karşı toleransları daha yüksektir. Girişimci, birçok kişinin cesaret edemeyeceği belirsizlik düzeylerinde risk alarak işini sürdürmeye devam eder (Sargut,1995). Belirsizliğe toleransın yüksek olduğu toplumlarda bireyler daha yenilikçi olmakta, daha fazla risk almakta, daha fazla proaktif davranışlar göstermekte ve sonuçta yüksek bir girişimci yaklaşım sergilemektedirler (Entrialgo 2000: 147), (Shane 1993).

Bazı çalışmalarda Türk kültürünün belirsizlikten kaçınma seviyesinin yüksek olduğu belirtilmiştir (Hofstede 1980), (Sargut 1996:182; 2001), (Wasti, 2002). ABD, Danimarka, İsveç, İngiltere, İrlanda, Hollanda ve Norveç gibi ülkeler belirsizlikten kaçınma oranının düşük olduğu ülkeler iken; Türkiye, Yunanistan, Japonya, Kore, Latin Avrupa ve Latin Amerika ülkeleri belirsizlikten kaçınma oranının yüksek olduğu ülkelerdir (Seymen vd., 2005:163).

Diğer bir kültürel boyut ise erkeksi ve kadınsı özelliklere sahip olmaktır. Erkeksi kültür özellikleri, kendini öne çıkarmak, performans sergilemek, görülebilir bir başarı sağlamak ve para kazanmak” iken kadınsı kültür özellikleri, “kendini öne çıkarmamak, insan ilişkilerine paradan daha fazla önem vermek, hayat kalitesini artırıcı faaliyetler yapmak, çevreyi korumak, insanlara yardımcı olmak, güç gösterisinde bulunmamak” gibi özelliklerden oluşmaktadır (Seymen vd., 2005:164). Bir toplumun erkeksi özellik göstermesi, o toplumdaki bireylerin daha iddialı, daha hırslı, daha rekabetçi, maddi başarıya önem vermesi, kendisi için büyük ve güçlü olan her şeye saygı göstermesi anlamına gelmekte dolayısıyla girişimciliği destekleyen bir yapı arz etmektedir. Diğer yandan kadınsı özellik gösteren toplumlar ise, iddia ve rekabet ön planda değildir (Hofstede, 1980:390; 1983:63; 1984:390), (Sargut, 2001:175). Erkeksi özellik gösteren kültürlerde, kadınsı özellik gösteren kültürlerle karşılaştırıldığında girişimcilik daha fazla gelişmiştir (Yeloğlu, 2001), (Hofstede, 1980).

Son olarak bireyci ve toplumcu kültürlerde girişimciliğin gelişimine bakıldığında; bireyci topluluklarda özgürlük, bağımsızlık, başarı odaklılık, yenilikçilik ve dışa dönüklülüğün ön plana çıktığı görülmektedir (Shane 1993), (Wasti ve Fis 2009). Bireyciliğin hâkim olarak yerleşmiş olduğu kültürlerde, bireyi ancak kişisel çıkar ve kişisel amaç başarımı harekete geçirebilir. Toplumcu kültürlerde ise toplumsal çıkarlar,

bireysel çıkarların önünde yer alır. Toplumcu yapı, işbirliğine, uyuma, toplumsal fayda ve çıkarlara önem veren bir kültürdür (Stone, 2005:4).

Toplumcu ya da bireyci olmasının da risk almada büyük etkisi bulunmaktadır. Toplumcu ortamda kişiler daha az risk alırken, bireyci kültürde kişiler kendilerini daha özgür ve bağımsız hissetmekte ve daha fazla risk almaktadır (Kreiser; Marino ve Weaver:6-11). Girişimci kültürler, “kişisel bağımsızlık” temasına odaklanmışlardır. Bu kültürlerde bireylerin bağımsız hareket etme istemlerinin önü kapanmaz, aksine olumlu karşılanır. Kişisel bağımsızlığa sahip kişi, baskılayıcı/sınırlayıcı etkilerden uzaklaşarak yeni, özgün, farklı, yaratıcı şeyler denemek ve buluşlar yapma imkânı yakalamaktadır (Bridge vd., 1998:68).

Hofstede’ye (2001) göre, girişimcilik faaliyetleri, bireyci ve toplumcu kültürlere göre önemli ölçüde farklılaşır. Bireyci kültürlerde girişimci karakter daha çabuk oluşmaktadır (Hofstede, 2001). Bireyci özelliğe sahip olanlar kendi sorunlarını kendileri çözerler. Her birey kendi “özel” hayatına oldukça önem verir. Kendi karar verme davranışlarında oldukça bireycidirler. Ancak bireyci özellik gösterenler kendilerini bağımsız olarak görürler (Sargut 2001:185). Ortaklaşa karar verme davranışı içerisinde bulunanlar ise, bir aile içerisinde ve aileye bağımlı bir biçimde bulunmaya ihtiyaç duyarlar (Hofstede 1980:230). Ortaklaşa davranış gösteren bir birey kendini ait olduğu gruba bağımlı hissederler (Sargut 2001:185). Hiyerarşide odaklama, yakın denetim ve yönetme gibi olgularda ortaklaşa davranış kültürünün özelliklerindedir (Sargut, 1996:7). Hofstede göre sosyo-ekonomik düzeyi yüksek ülkelerin yurttaşları bireyci davranışa yönelirken, sosyo-ekonomik düzeyi düşük ülkelerin yurttaşları ise toplumcu davranışa yönelmektedir (Seymen vd., 2005:161-162).

Türk toplumu, Japonya, Pakistan ve Arjantin gibi toplulukçu ülkelerle birlikte anılmaktadır. Bireyci toplumlar ise, Amerika, Kanada, İngiltere ve Avustralya gibi endüstride, teknolojik gelişmede ve refah sıralamasında ön sırada olan ülkelerdir (Hofstede 1980, 2001). Türk toplumu ortaklaşa davranış göstermesine rağmen birey bazında durum farklılık gösterebilir. Yani toplumda, bireyci özelliğini öne çıkaran bireyler mutlaka bulunacaktır (Yeloğlu, 2001). Paşa, bu bulgulara ek olarak, Türk kültürünün tutucu, kuralcı ve geleneklere daha bağlı bir özelliğe sahip olduğunu belirtmiştir (Paşa, 2000:415).

Genel anlamda Araştırmacılar; bireyciliği yüksek, belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesi boyutları düşük ve erkeksi özellik gösteren kültürlerin girişimciliğin gelişimini kolaylaştırdığını ifade etmektedirler (Hayton vd., 2002).

Sargut (2001) “Türk tipi yönetim modeli” önermesinde bulunmuştur. Girişimcilikle ilgili özellikleri de içeren modelini aşağıdaki varsayımlar üzerinde temellendirmiştir:

- Türk kültürü ortaklaşa davranışı, bireyciliğin önünde tutmaktadır.
- Türk kültüründe belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksektir.
- Türk kültürü denetim noktası dışarıda olan bireyler üretmektedir.
- Türk toplumunda bireylerin değişmeye direnci yüksektir.
- Türk kültürü çatışmadan kaçınmayı ya da çatışmayı bastırmayı öngörür.
- Uzlaşma ve yarışmadan kaçınma da Türk kültürü tarafından özendirilir (Sargut, 2001:175).

Son yıllarda yapılan uluslararası çalışmalarda Türkiye’de kültürün girişimciliği desteklemesi açısından gelişmiş ülkelerle çok farkın olmadığı ortaya çıkmaktadır. Ernst and Young (2011) tarafından gelişmiş ülkelerde (G20) yapılan bir araştırmada "*sahip olunan kültürün girişimciliği özendirip özendirmediği*" vatandaşlara sorulmuştur. Katılımcıların yüzde 76’sı kültürün girişimciliği özendirdiği önermesine “tamamen katılıyorum” ve “katılıyorum” şeklinde cevap vermiştir. Bu oran Hindistan’da yüzde 98, Çin’de yüzde 92, Kanada’da yüzde 88, ABD’de yüzde 88, Suudi Arabistan yüzde 86 ve Türkiye’de yüzde 82’dir.

AB Komisyonu tarafından yaptırılan bir araştırmada, girişimciliğin kültürel boyutlarıyla ilgili konulara odaklanmıştır. “Farklı işler arasında tercih yapabileceğinizi varsayın, kendi işinizi yapmayı mı, ücretli çalışmayı mı tercih edersiniz” sorusuna “kendi işimi yapmak isterim” cevabını verenlerin oranı AB’de (27)’de yüzde 45, ABD’de yüzde 55, Çin’de yüzde 71, Türkiye’de ise yüzde 51’dir. Girişimcilerin imajı ile diğer meslek grupları ile karşılaştırıldığında ise AB (27)’deki katılımcıların yüzde 49’u girişimcilerin imajını daha olumlu bulmuştur. Bu oran Danimarka’da yüzde 83’e, ABD’de yüzde 73’e ulaşmaktadır. Türkiye’de de katılımcıların büyük bir kısmı (Yüzde 63) girişimcilerin imajını daha olumlu bulmuşlardır (Flash Eurobarometer, 2010:283).

Yakın dönemdeki değişmeleri dışarıda tutacak olursak, Türk toplumu genelde, topluma bağlılığı yüksek, bireyciliğin gelişmediği, kişisel inisiyatif ve girişimci değer ve faaliyetlerin zayıf olduğu bir sosyal doku özelliği gösterir. Bu anlamda Türk toplumu daha çok bürokratik, yani "memur toplumu" olarak da nitelendirilebilir. Girişimci güdüler ile girişimci benlik/kişilik ve kültürel kalıpların oluşmasının önünde, toplumun söz konusu örgütlenme tarzı büyük bir engel gibi durmaktadır (Prens Sabahattin, 1965) (Keyder, 1983), (Mardin, 1992). Acuner ve İlhan'a (2002) göre Anadolu'nun zengin gelenek ve görenekleri, dini ve milli motifleri Türkiye'de toplumcu davranışa temel oluştursa da bilişim çağında toplumsal yaşamın değişimi ve küreselleşmenin yerel anlamdaki yansımaları ile birlikte Türk iş kültüründe genel olarak toplumcu davranıştan uzaklaşıldığı görülmektedir. Dolayısıyla, Türk iş kültürünün ne salt anlamıyla toplumcu ne de salt anlamıyla bireyci bir yapı arz etmediği ifade edilmektedir (Acuner ve İlhan, 2002:12-13).

3. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ

3.1. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Osmanlı İmparatorluğu'nda ekonomik faaliyetler geniş ölçüde devlet kontrolü altında yapılmaktaydı. Kuruluş yıllarından itibaren Anadolu Selçuklu Devletinde olduğu gibi, şehirlerde üretim yapan zanaatkârlar merkezi otoritenin yönlendirmesiyle yarı-resmi örgütler halinde birleşmiştir. Kendi içlerinden seçtikleri ve yarı-dini bir lider olarak tanımlanan, Ahi şeyhinin önderliğinde çalışmalarını sürdürmüşlerdir. Bazı kamu işlevlerinin yerine getirilmesinden de sorumlu olan Ahi teşkilatı, şehirlerde bir tür yerel otorite işlevi 15. yüzyıldan itibaren ise Osmanlı şehirlerinde lonca teşkilatı yaygın olarak faaliyet göstermiştir (Aktar, 1990). Sosyal ve mesleki bir kurum olan loncalar, sahip olduğu yaptırım gücü ve siyasi nüfuzu sayesinde toplumda büyük bir etkiye sahip olmakla beraber merkezi hükümetin siyasi, iktisadi ve mali denetimi karşısında özerklik kazanamamıştır (Tezel, 1994).

Loncalar, Osmanlı girişimci sınıfına iki şekilde tesir ederek girişimciliğin gelişmesini olumsuz yönde etkilediği ileri sürülebilir. Birincisi, loncalar üyelerine durağan, yeniliklere kapalı, kanaatkâr, ihtiyacı kadar çalışma, zihniyetini yerleştirmiştir. Böylece kişilerin yenilikleri kabul etmesi, çok miktarda mal üretmesi, fazla çalışıp servet biriktirmesi gibi girişimciliğin temel gelişme alanları loncalar tarafından desteklenmemiştir. İkinci olarak, loncalar dükkân ve atölye sayısını sınırlamak, rekabeti engellemek, sıkı fiyat kontrollerine tabi tutmak suretiyle girişimcilik fırsatlarını daraltmış ve girişimcilerin hareket edebilecekleri alanları sınırlamıştır. Bu şartlar altında girişimciliğin gelişmesi de çok kısıtlı olmuştur (Altıparmak, 1933).

Osmanlı ekonomisi daha çok iç pazar ihtiyacını karşılamaya yönelikti. Bununla beraber İstanbul, Bursa, Edirne ve Selanik gibi büyük şehirlerde dış talebe yönelik de üretim yapılmaktaydı. Ancak, 17 ve 18. yüzyıllarda ithalat giderek artmış ve 19. yüzyılın ortalarına doğru en yüksek noktaya ulaşmıştır. Bu gelişmenin bir neticesi olarak Osmanlı pazarları yabancı tüccar veya onların temsilcilerinin denetimine

girmiştir. Böylece bir zamanların canlı dokuma merkezleri dışarıya sadece hammadde ihraç eder duruma gelmişlerdir (Önsoy 1988). 19. yüzyıl başlarında Anadolu'daki mamul mallar üretimi incelendiğinde, küçük ve orta ölçekli atölyelerde geleneksel el tezgâhlarının kullanıldığı ve bu işletmelerdeki sermaye birikiminin sınırlı kaldığı ortaya çıkmaktadır. Loncaların gücü 19. yüzyıl boyunca azalarak yüzyılın son çeyreğine gelindiğinde, bunların imalathaneler üzerinde pek etkisi kalmamıştı (Pamuk, 1994).

Girişimciliğin gelişimini etkileyen önemli unsurların başında mülkiyet sistemi gelmektedir. Osmanlı toplumunda servet ve zenginlik kavramları iktidarla özdeşleşmiş olup ferdin mevki yükseldikçe zenginliği de artardı. Toplumda sermayenin iktisat dışı faaliyetle elde edilmesi, kişileri sermaye edinmek için ticaret ve sanayiden ziyade memurluğa yükselmeye yönlendirmiştir (Çokgezen, 2000:527). Diğer bir önemli husus ise İmparatorluk döneminde tüccar ve esnafın malının ve mülkünün bir teminatının olmaması ve sahip olduğu mal ve servetin müsadere yoluyla bir anda elinden alınabilmesiydi. Bu durum, fertlerin servet biriktirmek amacıyla iktisadi faaliyetlerde bulunmasını engellemiş, tasarrufa mani olmuş ve el değiştiren servetin iktisat dışı alanlarda kullanımına sebebiyet vererek Osmanlı'da girişimci sınıfın gelişimini ve sermaye birikimini engellemiştir (Altıparmak, 1933).

Devlette memuriyetin cazipliği ekonomik faaliyetlerin genellikle gayrimüslimlerin elinde toplanmasına neden olmuş ve Osmanlı İmparatorluğu'ndan Türkiye Cumhuriyeti'ne yeterli sermaye birikimi ve bu birikime sahip girişimci bir sınıf intikal etmemiştir (Çokgezen, 2000:528). Tarihsel olarak ahilik ve lonca sistemlerinin bugünün rekabet koşulları ile karşılaştırılması doğru olmamakla birlikte söz konusu yapıların ve uygulanan mülkiyet sisteminin bugünün dünyasındaki girişimcilik yaklaşımı çerçevesinde Türkiye'deki girişimcilik kültürünü desteklediğini söylemek de doğru olmayacaktır.

Öte yandan Türkiye'de, Cumhuriyet'in ilk yıllarında bağımsız bir ekonomi, sanayi ve girişimci sınıf oluşturma çalışmaları önem kazanmıştır. 1. İzmir İktisat Kongresinde, özel teşebbüse dayalı, himayeci ve milli bir iktisat politikası öngörülmüş ve devletin girişimcileri koruması ve desteklemesi yönünde kararlar alınmıştır. Bu kapsamda yeni Türkiye Cumhuriyeti kendi girişimci sınıfın yaratılması projesini uygulamıştır. Devlet kaynaklarını ihale olanakları, devletle ortaklık kurma, düşük faizli

kredi, kamu iktisadi teşekküllerinden ara mal sağlama ve yurt dışı mübadeleye kolay ulaşım olanakları sağlama yolları ile dağıtmıştır (Çokgezen, 2000:529).

Belirlenen bu politikalar ve alınan tedbirlerin sonucunda 1923-1930 döneminde 178 anonim şirket kurulmuştur. Cumhuriyetin, kuruluş yıllarındaki imkânsızlıklar göz önünde bulundurulduğunda ve özel işletme sayısındaki artışa bakarak, girişimci sınıf yaratma politikasının başarılı olduğu söylenebilir (Altıparmak, 1933).

Girişimci sınıf oluşturma çabaları 1930'lu yıllardan sonra da artarak devam etmiştir. Ancak uygulanan tüm politikalara rağmen 1929'da yaşanan Dünya ekonomik krizinin de etkisiyle Türkiye'de özel sektörün beklenen atılımları gerçekleştirilmesi mümkün olmamıştır. 2. Dünya savaşı yıllarında uygulanan savaş ekonomisi nedeni ile artan baskı ve denetimler ve varlık vergisi iş dünyasında güvensizliklere neden olmuştur (Buğra, 1997), (Çokgezen, 2000), (Vorhoff, 2001).

Soral'a göre; bu yıllarda girişimcilik, Cumhuriyet döneminde gördüğü aşırı himaye ile yapay bir şekilde yaşatılmaya çalışılmıştır. Ekonomik kalkınmayı sağlayacak ne ekonomik sermayeye ne de beşeri ve sosyal sermayeye sahip değildir (Soral, 1974). Türk iş dünyası devlete bağımlı bir yapı arz etmektedir. Devletin kaynaklar anlamında dağıtıcı "baba devlet" olarak algılandığını ancak günü gününü tutmayan iktisadi politikaları nedeni ile uzun dönemli kalkınma politikalarının uygulanmasında istikrarsızlıklar yarattığı vurgulanmaktadır. İş adamlarının toplumsal geçmişleri dikkate alındığında iş hayatında başarılı olabilmek için ticaret yeteneğinin dışında aile desteğinin ve hükümet yetkilileri ile olan bağların önemi vurgulanmaktadır (Buğra, 1997).

1960'lı yıllarda Planlı Kalkınma dönemiyle birlikte girişimciliğin ve sanayi sektörünün geliştirilmesi en önemli politika alanlarından birisi olmuştur. 1970'li ve 1980'li yıllarda benimsenen sanayileşme stratejileri ve uygulanan ekonomi politikaları büyük farklılıklar göstermiştir. 1980 yılına kadar ithal ikamesi politikası uygulanmış; 1980 yılından sonra ise, ihracata dönük sanayileşmenin uygulamaya konulmasıyla, serbest piyasa ekonomisinin ilke ve esaslarının geliştirilmesi yönünde önemli gelişmeler kaydedilmiştir.

1995 yılında Gümrük Birliği'ne girişle birlikte Türk sanayisi başlangıçta çalkantılı bir döneme girmiş, daha sonra uluslararası rekabetin getirdiği baskı ile yapılan çeşitli reformlar sonrasında rekabet gücünü artırarak yoluna devam etmiştir. Gümrük birliği özel sektörün dinamizminin artırılmasına önemli katkılar sağlamış ve Türk ekonomisinin iç ve dış etkilere karşı uyum yeteneğini artırmıştır. Son yıllardaki endüstriyel büyümenin kaynağını özel sektörün yatırımları ve dinamizmi oluşturmuştur.

1930'lu yıllarda ekonominin yüzde 40'ı tarım sektöründen oluşmakta iken 2012 yılına gelindiğinde bu oran yüzde 8'in altına düşmüştür. Hizmetler sektöründe ise tarım sektörünün aksine bir gelişme sağlanarak, yüzde 45'lerden, 2012 yılında GSMH'nin yaklaşık yüzde 67'lere ulaşmıştır. Sanayi sektöründe ise yüzde 15'lerden yüzde 23'lere gelinmiştir. Bu eğilim Türkiye'nin gelişmiş ülke ekonomilerine benzer bir yapıda ilerlemektedir. Sanayi sektörünün ülke ekonomisi içerisindeki payı çok değişmemesine rağmen, yapısal olarak çok önemli aşamalar kaydetmiştir.

Kurtuluş Savaşı sonrasında Genç Cumhuriyetin teşvik politikaları ile birlikte nüfus sürekli artmıştır. 1950'li yıllarda yaklaşık 21 milyon olan Türkiye nüfusu 2012 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 75 milyona yükselmiştir (KB, 2011). Nüfusun artışıyla birlikte toplumun ihtiyaçlarının niteliği ve niceliği artmaya başlamıştır. Birçok yeni iş ve girişimlere ihtiyaç duyulmuş ve girişimci sınıf daha da gelişmeye başlamıştır.

Girişimciliğin gelişiminde diğer önemli bir unsur ise kentleşmedir. Bu süreç sadece tarımdaki dönüşümün ve sanayileşmenin bir sonucu değil, toplumsal değişme sürecinin de bir göstergesidir (Kongar, 1995:397). Bir yandan kırsal hayatın zorlukları, diğer yandan kentsel yaşamın çekiciliği, Türkiye'de ekonomik gelişmelere paralel olarak kentleşmeyi hızlandırmıştır. Kentleşme hareketlerinin gelişimi incelendiğinde, 1970'e kadar yavaş artış kaydeden ülke kent nüfusu, bu tarihten sonra çok hızlı bir artış sürecine girmiştir. 1970'de yaklaşık yüzde 29 olan (bkz. Tablo 3.1) kent nüfusu 2010 yılına gelindiğinde yüzde 71'e çıkarak tam anlamıyla tersine dönmüştür. Sanayi faaliyetlerinin geliştiği İstanbul, İzmir, Ankara ve Adana gibi merkezlere yönelik başlayan göçler, bugün daha geniş bir kentsel alana yayılmıştır.

Tablo 3.1: Kent ve Kır Nüfusu (1970-2010)

Yıllar	Toplam Nüfus (Bin Kişi)	Kent Nüfus Oranı (Yüzde)	Kır Nüfus Oranı (Yüzde)
1970	35.605	28,7	71,3
1980	44.737	35,9	64,1
1990	56.473	51,3	48,7
2000	67.804	57,0	43,0
2010	73.722	71,0	29,0

Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, 2012

Kentleşme ile ekonomik gelişme arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Büyük kentler aynı zamanda ekonomik faaliyetlerin, sosyal sermayenin en fazla geliştiği bölgelerdir. Örneğin İstanbul, Ankara ve İzmir illeri aynı zamanda girişimciliğin en geliştiği bölgelerdir (bkz. Tablo 3.2).

Tablo 3.2: İşletme ve Çalışan Sayısı ile Ciro ve Yatırımların Dağılımı (2009)

İller	İşletme Sayısı (Yüzde)	Çalışan Sayısı (Yüzde)	Ciro (Yüzde)	Yatırım (Yüzde)
İstanbul	24	31	38	37
Ankara	7	9	10	15
İzmir	6	7	7	5
Türkiye	100	100	100	100

TÜİK, İş İstatistikleri, 2009

Tüysüz'ün (2011) sosyal sermaye endeksini bölgelere göre belirlediği çalışmasına göre, endeks değerleri en yüksek beş bölge İzmir (0,93), Ankara (0,83), Aydın (0,79), Bursa (0,72) ve İstanbul (0,63) Nuts-2 Bölgeleridir. Bölgelerin sosyal sermaye endeksi değerleri, bölgelere ait Gayri Safi Katma Değer verileriyle değerlendirildiğinde yüksek bir ilişki göze çarpmakta; genel olarak, ekonomik anlamda gelişmiş bölgelerin sosyal sermaye açısından da gelişmiş olduğu görülmektedir. Buna göre bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyeleri ile sosyal sermaye düzeyleri arasında pozitif bir ilişki vardır (Tüysüz 2011:128).

Kırsal alandan ayrılıp kente göç etme, kent yaşamının özelliklerine uyum ve zihniyet değişimleri, aile yapısında ve aile içi ilişkilerde de bir takım değişiklikleri beraberinde getirmiş ve kadının toplumsal konumunu ve çalışma yaşamındaki yerini

etkilemiştir. Bu kapsamda Türkiye’de kadın, gerçek anlamda 1950’lerden sonra kırdan kente yönelik göçün beraberinde getirdiği kentleşme sonucunda işgücü piyasası içerisinde yer almaya başlamıştır. İstihdam, tarım sektöründe azalırken tarım dışı sektörlerde artmaktadır. Bu durum, kadın istihdamı için de aynen geçerli olmaktadır. Gelişmekte olan ülke ve bölgelerde kadın işgücü tarım sektöründe yoğunlaşırken, gelişmiş ülkelerde kadınların yoğun olarak çalıştığı sektör hizmet sektörü olmaktadır. Buna bağlı olarak, gelişmiş ülkelerde ücretsiz aile işçiliğinin yerini de ücretli çalışan kadın almaktadır (Berber, Eser, 2008).

Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranlarına bakıldığında, oranların düşük olduğu ve giderek daha da düştüğü gözlenmektedir. 1990 yılında yüzde 37 civarında olan kadınların işgücüne katılım oranı, 2000 yılında yüzde 30’a, 2011 yılında ise yaklaşık yüzde 32 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde kadın işsizliği ise sırasıyla yaklaşık yüzde 8, 6 ve 11 olarak gerçekleşmiştir (bkz. Tablo 3.3).

Tablo 3.3: Kadının İşgücüne Katılımı ve İşsizlik Oranları (Yüzde)

	1990	1995	2000	2005	2010	2011
İşsizlik	8,5	7,3	6,3	11,2	13,0	11,3
İşgücüne Katılım	36,8	34,6	30,3	25,7	30,4	31,8

OECD, 2012

Son yıllarda, gelişmiş ülkelerde, kadınların işgücüne katılım oranları büyük ölçüde artmasına rağmen, birçok gelişmekte olan ülkede ve Türkiye’de 2005’li yıllara kadar azalma eğilimi göstermektedir. Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranlarındaki düşüş eğiliminin önemli birkaç nedeni vardır. Birincisi, genç nüfusun öğrenimde geçirdiği sürenin son zamanlarda uzamış olmasıdır. Diğeri ise işgücünün yapısında görülen, tarımsal etkinliklerden tarım dışı etkinliklere kayıştır. Kırsal alanda ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadın, kente göç ile birlikte eğitimsiz ve de deneyimsiz olmaları nedeniyle işgücü piyasasına hemen katılamamakta, bu da işgücüne katılım oranını olumsuz etkilemektedir (Berber, Eser, 2008).

Yetişkin nüfusun eğitim düzeyine ilişkin bilgiler Tablo 3.4’te verilmiştir. Buna göre yetişkin nüfus içerisinde üniversite mezunu olanların oranı gün geçtikçe artmakla birlikte hala yüzde 13’ler düzeyindedir. Bu oranlar gelişmiş ülkelerde yaklaşık yüzde 30’dur.

Tablo 3.4: Yetişkin Nüfusun Eğitim Düzeyi (25-64 Yaş Grubu)

	Ortaöğretim Altı (Yüzde)	Ortaöğretim (Yüzde)	Yükseköğretim (Yüzde)
1991	82	12	6
2001	76	16	8
2009	68	19	13

OECD, 2011

Türkiye’de eğitim kademelerinde sağlanan ilerlemeler (bkz. Tablo 3.5) incelendiğinde okul öncesi eğitim dışındaki tüm alanlarda okullaşma oranlarında son derece önemli gelişmeler sağlandığı görülmektedir. 1950’li yıllarda yüzde 70 düzeyinde olan ilköğretim okullaşma oranı 2010 yılı itibarıyla yüzde 108 olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıllar içerisinde yüksek öğretimde ise 1’lerden yüzde 34 düzeylerine çıkmıştır. Bu orana açık öğretim mezunları eklendiğinde üniversite mezunu oranı yüzde 67'lere çıkmaktadır (TÜİK, 2012).

Tablo 3.5: Okullaşma Oranları (Brüt Yüzde)

Eğitimin Basamakları	1950	1960	1970	1980	1990	1994	2000	2010
Okul Öncesi Eğitim (1)	-	-	-	-	-	5,1	10,1	45,3
İlkokul (2,3)	69,5	81,1	99,7	97,7	101,9	104,4	100,9	107,6
Ortaokul (3)	4,8	15,8	30,7	40,6	60,3	65,6	61,0	93,3
Lise ve Dengi Okul	5,2	13,2	20,1	28,4	38,5	53,0	-	-
Yükseköğretim	1,3	3,1	5,7	6,4	15,7	22,1	28,0	33,6

TÜİK ve Kalkınma Bakanlığı

(1) 4-5 yaş nüfusunu kapsar.

(2) 1997-98 öğretim yılından itibaren 8 yıllık kesintisiz zorunlu eğitime geçilmiştir.

(3) Okullaşma oranlarına 1997-1998 döneminden itibaren açık öğretim ve lise öğrencileri dahil edilmiştir.

3.2. GÜNÜMÜZDE GİRİŞİMCİLİĞİN DURUMU

Girişimciler, büyük işletme veya küçük ve orta boy işletme (KOBİ) kurmaktadır. Türkiye’de bulunan 3,3 milyon girişimin yüzde 99,9’u KOBİ’dir (TÜİK, 2012). KOBİ’ler Türkiye’de;

- Toplam istihdamın yüzde 78’ini,
- Toplam katma değer in yüzde 55’ini,

- Toplam satışların yüzde 65,5'ini,
 - Toplam yatırımların yüzde 50'sini,
 - Toplam ihracatın yüzde 59'unu,
 - Toplam kredilerin yüzde 24'ünü,
- oluşturmaktadır (KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, 2011:10-11).

Buradan da anlaşılacağı üzere Türk girişimcisi KOBİ ağırlıklı bir yapıya sahiptir. Türkiye'deki KOBİ'lerin genel özellikleri ise aşağıda verilmektedir;

- Kurumsallaşma düzeyleri düşük, finansmana erişimleri kısıtlıdır.
- Sermaye yapıları yetersiz ve düşük kapasitelere sahiptir.
- Düşük teknoloji ile üretim yapmakta ve Ar-Ge ile yenilik yetenekleri çok sınırlıdır.
- Eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden yararlanma son derece düşüktür.
- Yeni yatırım yapmak ve ihracata yönelmek için finansman ihtiyacı bulunmaktadır (Cansız, 2008:79).

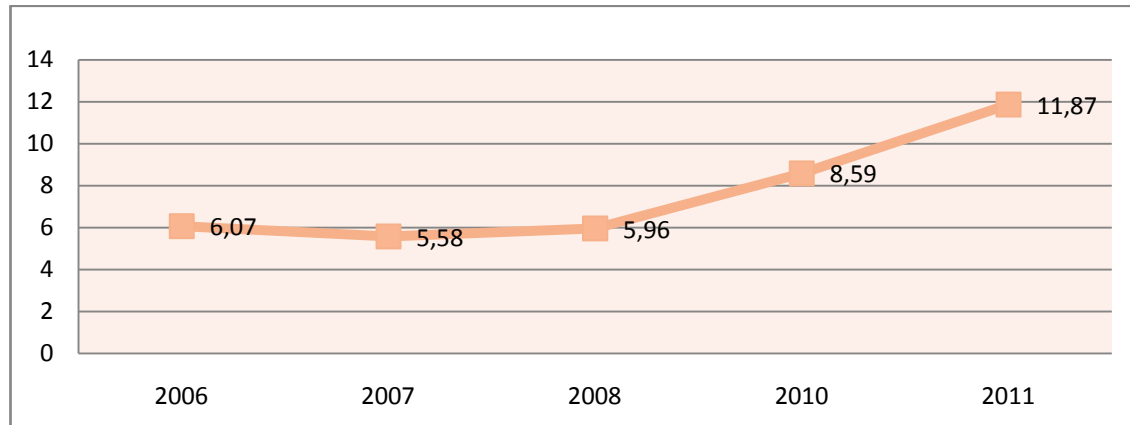
Dünya Bankası yatırım ortamı araştırmasına göre Türkiye'de yeni kurulan işletmelerin yaklaşık yüzde 50'si ilk iki yılda başarısız olmakta ve dört yılın sonunda sadece yarısı ayakta kalabilmektedir. Yüksek iş hacim oranlarına rağmen ayakta kalan girişimlerin 2. ve 4. yılları arasında istihdam artışı yüzde 10'un altında gerçekleşmekte, işletmeler yeterince büyümemektedir. Bunun sonucu olarak da Türkiye'de orta ölçekli işletmelerin en yavaş büyüyen işletme grubunu oluşturduğu ve KOBİ'lerin benzer ülke KOBİ'lerine kıyasla daha yavaş büyüdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla yeni işlerin yaratılmasında önemli rol oynayan yeni girişimcilerin, kurulma ve gelişme aşamalarında desteklenmesi önem taşımaktadır (aktaran, Cansız, 2011:79).

KOSGEB veri tabanında kayıtlı imalat sanayi KOBİ'lerine ilişkin verilere göre, işletmelerin tepe yöneticilerinin yaklaşık yüzde 70'i aynı zamanda işletme sahibidir. KOBİ ölçeğindeki işletmelerin yüzde 65'inin işletme sahibi, lise ve altı eğitim düzeyindedir. KOBİ ölçeğindeki işletme sahiplerinin yaş ortalaması 41'dir. İşletmelerin yüzde 81,5'inin sahibi 50 yaşın altındadır (KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı 2011-2013).

Kuruluş aşamasından kurumsal girişimci aşamasına kadarki süreye GEM'de erken dönem girişimcilik adı verilmekte ve girişimde bulunan kişilerin yetişkin nüfus

içerisindeki oranı olarak ifade edilmektedir. Türkiye’de erken dönem girişimcilik oranı 2006 yılında yüzde 6 iken, 2011’de yaklaşık yüzde 12 olmuştur. Bu artış girişimciliğin geliştiğini göstermektedir.

Grafik 3.1: Erken Dönem Girişimcilik Faaliyet İndeksi



GEM (Taslak) Türkiye Girişimcilik Raporu, 2012

Erken dönem girişimciliği diğer seçilmiş ülkeler ile kıyasladığımızda Türkiye'nin gelişmiş birçok ülkenin üzerinde bir ortalamaya sahip olduğu söylenebileceği gibi Çin, Arjantin ve Brezilya gibi gelişen ülkelerinde gerisindedir. Diğer taraftan bu endeks değerlerinin yüksek olması girişimcilerin yenilikçi olduğu anlamına gelmemektedir. Türkiye'deki bu girişimcilik kapasitesinin teknoloji yoğun alanlara dönüşmesine ihtiyaç devam etmektedir.

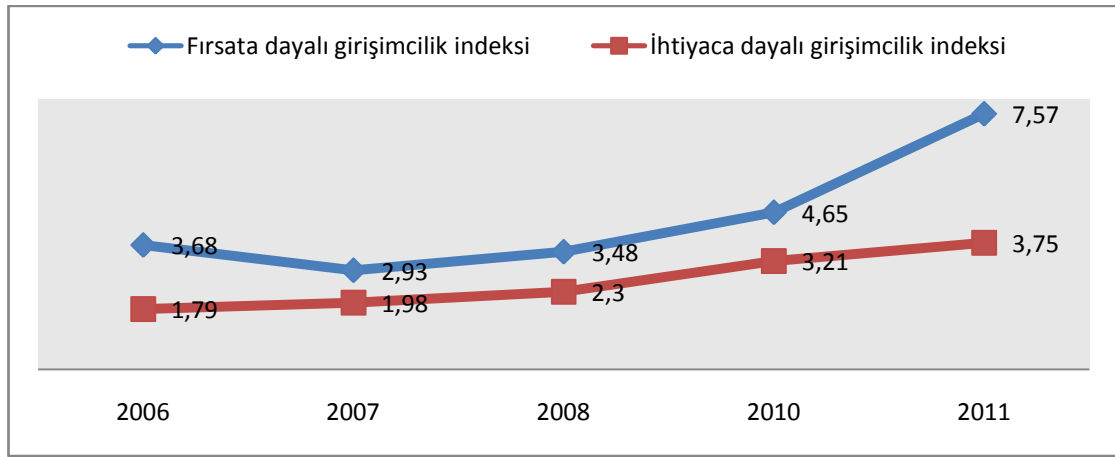
Tablo 3.6 : Seçilmiş Ülkeler Erken Dönem Girişimcilik Faaliyet İndeksi (2011)

Ülkeler	Değer (Yüzde)	Ülkeler	Değer (Yüzde)
Çin	24.01	Portekiz	7.54
Arjantin	20.78	Büyük Britanya	7.29
Brezilya	14.89	Macaristan	6.29
ABD	12.34	İspanya	5.81
Türkiye	11.87	Fransa	5.73
Meksika	9.62	Almanya	5.62
Güney Afrika	9.14	Japonya	5.22
Polonya	9.03	Danimarka	4.63
Kore	7.82	Rusya	4.57
Çek Cumhuriyeti	7.64	Malezya	4.92

GEM Taslak Türkiye Girişimcilik Raporu, 2012

GEM girişimcileri piyasadaki fırsatları değerlendiren ve başka bir alternatifi olmadığı için girişimci olmak zorunda kalan girişimciler diye ikiye ayırmaktadır. Türkiye’de Fırsatları değerlendirmek amacıyla girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin sayısı, 2006 yılından beri artış eğilimindedir. 2006 yılında her 100 kişiden yaklaşık 3,7’si fırsatları değerlendirmek için girişimcilik faaliyetinde bulunurken, 2011 yılında bu oran 7,6 kişiye çıkmıştır. İhtiyaçtan dolayı girişimcilik faaliyeti başlayanlarda ise 2006 yılında bu oran yüzde 1,8 iken bu 2011 yılında yüzde 3,8’e çıkmıştır.

Grafik 3.2: Türkiye’de Fırsata ve İhtiyaca Dayalı Girişimcilik Oranları



GEM Taslak Türkiye Girişimcilik Raporu, 2012

3.3. YENİLİKÇİ GİRİŞİMCİLİK

Ar-Ge harcamalarının 2010 yılı itibarıyla GSYH içindeki payı Türkiye’de yüzde 0,84 iken, AB-27’de yüzde 1,9, Japonya’da (2009 yılı) yüzde 3,36, Güney Kore’de yüzde 3,74 ve ABD’de (2009 yılı) yüzde 2,9’dur. Diğer taraftan özel sektör tarafından gerçekleştirilen Ar-Ge harcamalarının toplam Ar-Ge harcamalarına oranı 2005 yılında yüzde 33,8 iken bu oran 2010 yılında yüzde 42,5’e yükselmiştir. Ancak AB-27 ortalaması olan yüzde 63,9’un gerisinde olup özellikle de KOBİ’lerin Ar-Ge kapasitesi ve Ar-Ge’ye olan talebinin artırılması ihtiyacı sürmektedir (KB, 2012:136)

Ar-Ge insan kaynağı bir ülkenin yenilik kapasitesini belirleyen en önemli unsurlardan biridir. 2010 yılında ülkemizde 81.792 Ar-Ge personeli ve 64.341

araştırmacı bulunmakta olup bunların yüzde 45,9'u özel sektörde, yüzde 40,2'si yükseköğretim sektöründe ve yüzde 13,9'u kamu sektöründe istihdam edilmiştir. Gelişmiş ülkeler ile karşılaştırıldığında Ar-Ge insan kaynağının gerek nitelik gerekse de nicelik olarak iyileştirilmeye ihtiyacı vardır (KB, 2012:136).

Ar-Ge çalışmalarının ürüne dönüşmesi ve rekabet gücüne katkısının artırılmasında özel sektör önemli rol üstlenmektedir. 2010 yılında Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamalarının yüzde 46'sı yükseköğretim, yüzde 42,5'i özel sektör ve yüzde 11,4'ü kamu kurumları tarafından gerçekleştirilmiştir. AB-27 ortalamasında ise bu oranlar yüzde 52 özel sektör, yüzde 33,2 yükseköğretim ve yüzde 14,8 kamu sektörü olarak gerçekleşmiştir (KB, 2012:136).

TÜİK Yenilik Araştırması'na göre 2008-2010 yıllarını kapsayan üç yıllık dönemde 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerin yüzde 51,4'ü yenilik faaliyetinde bulunmuştur. Yenilik faaliyetleri girişimlerin büyüklük grubu ile orantılı olarak artmaktadır. 10-49 çalışanı olan girişimlerin yüzde 49,4'ü, 50-249 çalışanı olan girişimlerin %58,9'u ve 250 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerin yüzde 69,7'si yenilik faaliyetinde bulunmuştur. Aynı araştırma yenilik faaliyetlerini teknolojik ve teknolojik olmayan olarak da sınıflamakta ve girişimlerin yüzde 35,2'sinin teknolojik, yüzde 42,5'nin teknolojik olmayan yenilik faaliyetinde bulunduğunu ifade etmektedir (TÜİK, 2011).

Yenilikçi girişimciliğin gelişmişliğini gösteren önemli verilerden biri de kuşkusuz girişim sermayesi endeksleridir. Girişim (risk) sermayesine erişim kolaylığı açısından Türkiye Küresel Rekabetçilik Endeksi'nde 137 ülke arasında 99'uncu sıradadır (WEF, 2012).

Aralık 2012 tarihi itibarıyla 45 adet Teknoloji Geliştirme Bölgesi kurulmuş olup 32 bölge aktif olarak hizmet vermektedir. Burada faaliyet gösteren firma sayısı Aralık 2012 sonu itibarıyla 2.037'ye ulaşmıştır. Bu işletmelerin 71'i yabancı sermayeli girişimlerdir.

Tablo 3.7: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TGB) Göstergeleri

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TGB Sayısı	28	31	37	39	43	45
Toplam İşletme Sayısı	802	1.154	1.254	1.515	1.800	2.037
Yabancı İşletme Sayısı	25	32	53	64	66	71
Ar-Ge Projesi Sayısı	2.525	3.069	3.403	4.102	4.979	5.121
Ar-Ge Çalışanı Sayısı	9.770	11.093	11.021	13.397	15.822	17.784

BTSB verileri, 2012

Yenilikçi girişimciliğe yönelik olarak Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOSGEB, TÜBİTAK, Kalkınma Ajansları ve TTGV tarafından çeşitli destekler sağlanmaktadır.

Yenilikçi KOBİ'ler KOSGEB tarafından Teknoloji Geliştirme Merkezleri (TEKMER) ve duvarsız teknoloji kuluçkalarının (inkübatörlerin) bulunduğu merkez müdürlükleri tarafından desteklenmektedir. 2012 yılı itibarıyla 31 adet TEKMER, girişimcileri desteklemeye devam etmektedir. Bugüne kadar yaklaşık 3.000 adet proje desteklenmiş, bu projelerin 1000'i ticarileşmiş, 400'e yakın patent alınmış, 25 bin nitelikli istihdam sağlanarak, yaklaşık 1.6 milyar TL tutarında ihracat gerçekleştirilmiştir (KOSGEB, 2011).

BTSB'nin yenilikçi girişimciliğe yönelik en önemli desteği Teknogirişim Sermayesi Desteğidir. Bu desteğin amacı, yüksek eğitimli ve nitelikli gençlerin teknoloji ve yenilik odaklı iş fikirlerini katma değer ve nitelikli istihdam yaratma potansiyeli yüksek teşebbüslere dönüştürebilmelerini teşvik etmektir. Program kapsamında desteklenmesi uygun bulunan girişimci, firmasını kurmasını müteakip en fazla 100 bin TL hibe desteğiyle bir yıl süre boyunca desteklenmektedir. 2009-2012 döneminde programa 3.339 başvuru alınmış, başvuruların 767'si desteklenmeye değer bulunmuş ve bunların 741'i ile sözleşme imzalanmıştır.

TTGV 1991 yılında bağımsız, şeffaf ve izlenebilir bir yapı olarak kamu-özel sektör ortaklığı modeli ile kamu fonlarının özel sektörün Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde kullanılması hizmetini yürütmek amacıyla kurulmuştur. TTGV'nin destekleri aşağıdaki tabloda verilmiştir (TTGV, 2012).

Tablo 3.8: TTGV Destekleri

	2007	2008	2009	2010	Toplam
Desteklenen Proje Sayısı	88	116	113	47	364
Desteklenen Projelerde KOBİ Oranı (%)	88	88	80	86	86
Destek Tutarı (Milyon ABD Doları)	17,6	21,3	24,8	14,2	77,9

TTGV, 2012

TUBİTAK tarafından 2007-2011 yıllarında KOBİ'lere sağlanan Ar-Ge proje destekleri aşağıdaki tabloda özet olarak verilmiştir. Tabloda görüleceği üzere işletme başına verilen destek tutarında yıllar itibariyle azalma gözlenmektedir.

Tablo 3.9: TUBİTAK KOBİ Ar-Ge Destekleri

	2007	2008	2009	2010	2011
Destek Tutarı (Milyon TL)	101	110	196	160	163
Hibe Destek Verilen KOBİ Sayısı	454	636	1.203	1.169	1.190
Hibe Destek Verilen Proje Sayısı	517	732	1.400	1.367	1.416

TUBİTAK, 2012

2006 yılında kurulan Kalkınma Ajansları da yenilikçi girişimciliğe yönelik destekler sağlamaktadır. Başta gelişmiş bölgelerde olmak üzere Ar-Ge ve yenilik destek programları hazırlanmış ve 2011 yılında yaklaşık 67 milyon TL'lik destek sağlanmıştır (KB, 2012).

Ayrıca Maliye Bakanlığı Ar-Ge desteklerine ilişkin vergisel teşvik sağlarken Kalkınma Bakanlığı ise girişimcilerin başarılarını artırabilmek amacıyla üniversitelerde araştırma merkezleri ile mükemmeliyet merkezleri kurulmasına yönelik kaynak sağlamaktadır.

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmada veriler anket ve mülakat teknikleri toplanmıştır. Çalışmanın evreni 2012 yılı itibarıyla faaliyette bulunan 33 TGB'de yer alan işletmelerden oluşmaktadır. Anket çalışmasının yapıldığı tarihte TGB'lerde faaliyet gösteren yaklaşık 1.800 işletme bulunmaktadır. Ancak bu işletmelerin içinde 70 yabancı işletme ve 30 kurumsal büyük işletme bulunmaktadır. Bu işletmeler çalışmanın amaçlarına uygun olmadığı için çalışmanın evreninden çıkarılmıştır. Çalışmanın evreni TGB'lerde faaliyet gösteren 1.700 işletmedir.

Araştırma ile Türkiye genelinde 33 TGB'de 2011 yılı sonu itibarıyla faaliyet gösteren 1.700 işletmeye elektronik posta ile anket formu gönderilmiş ve bu anket formları 330 işletme sahibi girişimci tarafından doldurarak geri gönderilmiştir. Böylece, bu çalışmada araştırma evreninin yaklaşık yüzde 19,4'üne ulaşılmıştır.

GEM, 5 yıldan fazla faaliyet gösteren işletmeleri kurumsal işletme olarak tanımlamaktadır. OECD'ye göre bir işletmenin hızlı büyüyen işletme olmasında kullanılan ölçütler ise 3 yıl üst üste en az yüzde 20 ciro ya da istihdam artışı sağlayan ve izleme döneminde en az 10 çalışanı olan işletmeler hızlı büyüyen işletmeler olarak tanımlanmaktadır.

Bu çalışmada, hızlı büyüyen işletmeler için OECD'nin ölçütlerinin yanında GEM'in kurumsal işletme şartı olan en az 5 yıl faaliyette bulunma koşulu birlikte değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmenin birlikte yapılmasının en önemli nedeni, yenilikçi işletmelerinde yapılan Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinden sonra ürünün ticarileşmesi için belli bir zamana ihtiyaç duyulmasıdır. Bu nedenle, TGB'lerde beş yıldan fazla süredir faaliyet gösteren işletmeler içinden hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen işletmelerin karşılaştırması yapılmıştır.

Çalışmada, hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen işletmelerin belirlenmesinde 2008 yılından önce kurulan girişimlerin verileri değerlendirilmiştir. 2007 yılı itibarıyla TGB'lerde faaliyet gösteren işletme sayısı 802'dir. Ankete katılan işletmelerin ise, 134'ü 2008 yılı öncesinde kurulmuştur. Bu durumda 2007 yılında TGB'lerde faaliyet gösteren

işletmelerin yaklaşık yüzde 17'sine ulaşılmıştır. 134 işletmenin 32'si hızlı büyüyen özelliği gösterirken hızlı büyüyen özelliği göstermeyen işletme sayısı 102'dir. Bu kapsamda girişimlerin özellikleri tablolar ile verilirken, anketin geneli (330 girişimci), hızlı büyüyen (32 girişimci) ve hızlı büyümeyen (102 girişim) olarak 3 ayrı kategori yapılmıştır. Diğer taraftan, bazı konularda değişim eğilimini gösterebilmek amacıyla, işletmelerini 2008 ve sonrasında kuran 196 girişimciye ilişkin veriler şekiller aracılığıyla gösterilmiştir.

Çalışmaya katılan girişimciler ve TGB'lerde yer alan tüm işletmelerin illere göre dağılımları Tablo 4.1'de verilmiştir. TGB'de yer alan girişimlerin yüzde 18,3'ü ankete katılmıştır. TGB'ler açısından en önemli kentler olan Ankara, İstanbul, Kocaeli, Konya ve İzmir'de bulunan 1.301 (yüzde 67) girişimden 221'i (yüzde 17) ankete katılmıştır.

Tablo 4.1: İllere Göre Ankete Katılan Girişimci Sayısı

İller	İşletme Sayısı*	Anket Katılan İşletme Sayısı	Anket Katılan İşletmelerin Oranı (Yüzde)	Toplam İçindeki Oran (Yüzde)	Evren İçindeki Oran (Yüzde)
Ankara	710	104	31,5	37,8	14,6
İstanbul	209	59	17,9	11,1	28,2
Kocaeli	202	21	6,4	10,8	10,4
Konya	102	17	5,2	5,4	16,7
İzmir	78	20	6,1	4,2	25,6
Kayseri	63	13	3,9	3,4	20,6
Bursa	50	10	3,0	2,7	20,0
Eskişehir	44	12	3,6	2,3	27,3
Mersin	34	18	5,5	1,8	52,9
Diğer	308	56	17,0	20,5	18,2
Genel Toplam	1.800	330	100	100	18,3

*BTSSB'nın TGB Verilerinden (2012) Yararlanılmıştır.

Diğer taraftan, ankete katılan işletmelerin yüzde 46'sı bilişim sektöründe yer alırken TGB'lerde bilişim sektörünün toplam içindeki payı yüzde 55'tir. Elektronik sektörü ankete katılan işletmelerin yüzde 11'ni oluştururken elektronik sektörünün TGB'lerdeki oranı yüzde 8'dir. Aynı oranlar savunma sektöründe de yüzde 5 ve yüzde 6 olarak gerçekleşmiştir. Benzer birliktelik diğer sektörlerde de gözlemlenmiştir.

Gerek sektörel temsil oranlarının yakınlığı gerekse illerin çalışmadaki temsil düzeyleri bir arada değerlendirildiğinde ankete cevap veren girişimcilerin Türkiye'deki TGB'leri yansıtabilecek nitelikte olduğu kabul edilebilir.

Ayrıca çalışma kapsamında 20 mülakat görüşmesi yapılmıştır. Bu görüşmeler zaman ve kaynak kısıtı dolayısıyla, Ankara'daki TGB'lerde faaliyet gösteren girişimcilerle yapılmıştır.

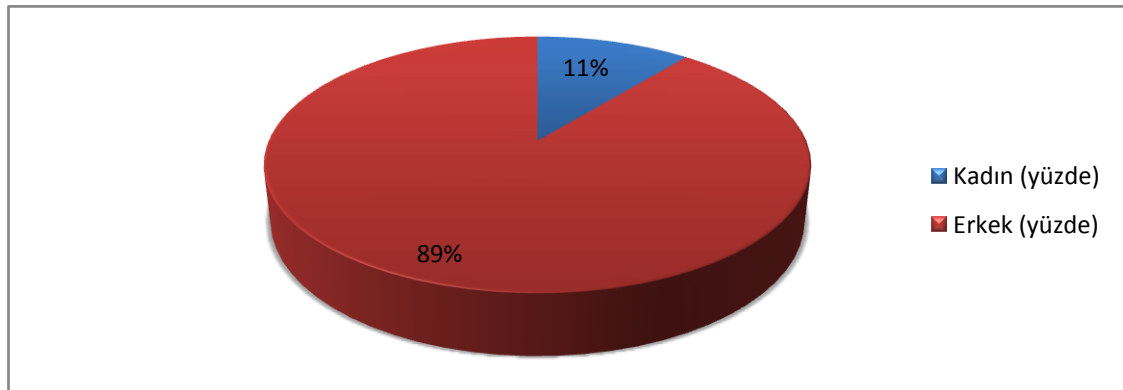
Çalışma kapsamında yapılan anket ve mülakat sonuçları konularına göre bir arada verilmektedir.

4.1. GİRİŞİMCİLERİN SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

4.1.1. Cinsiyet ve Yaş Dağılımı

Ankete katılan girişimcilerin yaklaşık yüzde 11'i (36 girişimci) kadın, yüzde 89'u ise (294 girişimci) erkektir (bkz. Grafik 4.1).

Grafik 4.1: Girişimcilerin Cinsiyeti



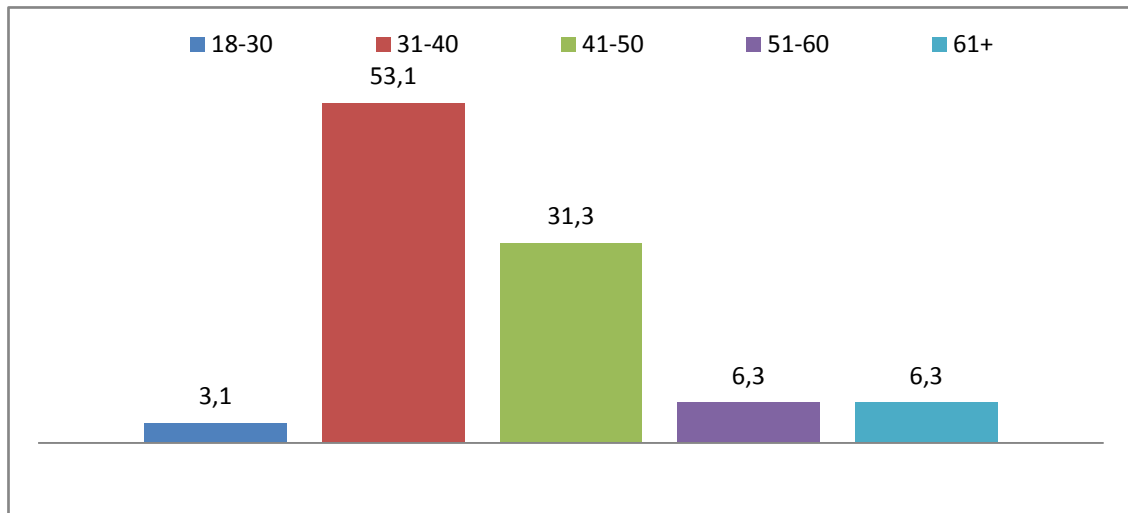
Araştırmaya katılan girişimcilerin yaş ve cinsiyet özellikleri Tablo 4.2'de verilmiştir. Girişimcilerin yaklaşık yüzde 62'si 40 yaşın altındadır. Kadın girişimcilerin yaklaşık yüzde 44'ü (16 girişimci) ve erkek girişimcilerin yüzde 42'si (123 girişimci) ağırlıklı olarak 31-40 yaş aralığındadır. Ankete katılan girişimcilerin yüzde 10'u (34 girişimci) 50 yaş ve üstünde yer almaktadır. 50 yaşın üstünde yer alan girişimciler genellikle akademik kökenli girişimcilerdir.

Tablo 4.2: Girişimcilerin Yaş Dağılımı

	18-30	31-40	41-50	51-60	61+	Toplam
Kadın	7 (% 19,4)	16 (% 44,4)	10 (% 27,8)	10 (% 27,8)	3 (% 8,3)	36 (% 10,9)
Erkek	60 (% 20,4)	123 (% 41,8)	80 (% 27,2)	25 (% 8,5)	6 (% 2,0)	294 (% 89,1)
Hızlı Büyüyen Girişimci	1 (% 3,1)	17 (% 53,1)	10 (% 31,3)	2 (% 6,3)	2 (% 6,3)	32 (% 100)
Hızlı Büyümeyen Girişimci	7 (% 6,9)	37 (% 36,3)	39 (% 38,2)	15 (% 14,7)	4 (% 3,9)	102 (% 100)
Genel Toplam*	67 (% 20,3)	139 (% 42,1)	90 (% 27,3)	25 (% 7,6)	9 (% 2,7)	330 (% 100)

*Genel toplam, ankete katılan tüm girişimcileri kapsamaktadır (Hızlı büyüyen, hızlı büyümeyen ve 2008 yılı ve sonrasında işlerini kuran girişimciler). Bu bölümdeki tüm tablolarda genel toplam bu şekilde kullanılmıştır.

Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 53'ü (17 birey) 31-40 yaş grubunda yüzde 31'i ise 41-50 yaş grubundadır (bkz Grafik 4.2).

Grafik 4.2: Hızlı Büyüyen Girişimcilerin Yaş Dağılım Oranları

4.1.2. Eğitim Durumu

Araştırmaya katılan girişimcilerin eğitim düzeyleri Tablo 4.3'te verilmiştir. Girişimcilerin yaklaşık yüzde 2'si lise, yüzde 37'si üniversite mezunu, yüzde 31'i yüksek lisans ve yüzde 30'u ise doktora düzeyinde eğitime sahiptir.

Hızlı büyüyen girişimcilerden yüzde 22'si üniversite, yüzde 50'si yüksek lisans ve yüzde 28'i ise doktora düzeyinde eğitime sahiptir. Hızlı büyümeyen girişimcilerin yüzde 5'i lise, yüzde 53'ü üniversite, yüzde 21'i yüksek lisans ve yüzde 20'si doktora düzeyinde eğitime sahiptir. Bu durum hızlı büyüyen girişimcilerin ortalama eğitim sürelerinin hızlı büyüyenlere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.3: Girişimcilerin Eğitim Durumu

	Lise	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
Hızlı Büyüyen Girişimci	-	7 (%21,8)	16 (%50)	9 (%28,2)	32
Hızlı Büyümeyen Girişimci	5 (%4,9)	54 (%52,9)	22 (%21,5)	21 (%20,5)	102
Genel Toplam	8 (%2,4)	122 (%36,9)	101 (%30,6)	99 (%30)	330

Eğitim seviyesinin yükselmesiyle hızlı büyüme arasında ($p=0,002$) bir ilişki bulunmaktadır (bkz Tablo 4.4). Genel olarak eğitim düzeyinin yükselmesi beşeri sermaye artışı sağlamakta ve sosyal sermayenin kalitesini ve etkinliğini artırmaktadır (Bourdieu, 1986). OECD ise, daha eğitilmiş bireylerin gruplarla ve ağlarla daha iyi ilişkiler kurarak daha güçlü bir sosyal sermaye oluşturduklarını vurgulamaktadır. (OECD, 2010:18).

Tablo 4.4: Eğitim Düzeyi ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Eğitim Düzeyi	Hızlı Büyüyen Girişimci	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Toplam
Lise	-	5 (4,9)	5
Üniversite	7 (% 21,8)	54(% 52,9)	61
Yüksek Lisans	16 (% 50)	22(% 21,5)	38
Doktora	9 (% 28,1)	21 (% 20,5)	30
Toplam	32	102	134
$MC\chi_p^2 = 24,174$ $sd = 3, p = 0,002 < 0,05$ Fet: 001			

Anket çalışmasında ortaya çıkan bu bulgu, mülakat çalışmalarında girişimciler tarafından da gündeme getirilmiştir. Bir girişimci teknik bilginin önemine değinmektedir. *"Eğer amacınızı Ar-Ge ile para kazanmak olarak belirlediyseniz teknik*

donanımınız ne kadar iyi ise, başarılı olma şansınız o kadar yüksektir. Ben işimi yüksek lisans sonrasında kurdum şimdi ise doktora devam ediyorum. Bana göre yenilikçi girişimcilerin öğrenme ve kendini geliştirme işlerini bırakmaması gerekir" (G19). Nitekim beşeri sermaye, eğitim sürecinde kazanılmış üretken bilgi, beceri ve yeteneklerden oluşmaktadır (OECD, 1988:8). Beşeri sermayenin artması ise girişimcinin başarısına önemli katkılar sağlamaktadır. Diğer bir girişimci teknik bilginin ve iyi bir mühendis olmanın önemine katılmakla beraber başarı için yüksek lisans veya doktoranın önemli olmadığını düşünmekte olup eğitim seviyesinin yükselmesiyle risk alma kapasitesinin düştüğünü belirtmektedir. *"Bizdeki eğitim çok teorik ve uygulamadan o kadar uzak ki, bu durumda yüksek lisans veya doktora sizi törpüler, biraz girişimcilik ruhunuz varsa o bile kaybolur" (G17).*

Diğer taraftan mülakatlarda özellikle mühendislik alanında üniversite eğitiminin nitelikleri, mezunların çalıştığı sektörler ve eğitim kalitesi ile üniversitelerin kapasitelerinin yükseltilmesinin girişimcilik üzerindeki etkileri vurgulanmıştır. Bu kapsamda bir girişimci görüşünü şöyle ifade etmektedir. *"En önemli sıkıntım, kalifiye eleman bulamamaktır. Mesela ben 1.500-2.000 TL'ye mühendis çalıştıracığım dediğim zaman buradan nizamiyeye kadar kuyruk oluyor. Ama 3.000-4.000 TL'ye mühendis çalıştıracığım dediğim zaman adam bulamıyorum. Üniversitelerin eğitimi çok eksik, sayılı üniversitelerin dışında düzgün eğitim veren yok. Bu üniversitelerde daha fazla kadro verilmeli ve bu kadrolara uygun ücret sağlanmalıdır. Piyasada, doktoralı, yüksek lisans mezunu bilgisayar mühendisi ayda 6-7 bin TL kazanırken sen üniversitede asistana 2-3 Bin TL verirken sistemin kendini geliştirmesini ve üretmesini engellersin. Bu da üniversitenin içinin boşalmasını ve yeni mezunların kalitesinin düşmesini beraberinde getirir" (G3).* Diğer önemli bir husus ise, girişimcinin kendisinin iyi mühendis olmasıdır. Bu konuda görüşlerini paylaşan bir girişimci şöyle düşünmektedir. *"Bana göre ülkenin kalkınması teknoloji üretebilmesine bağlıdır. Uluslararası düzeyde hem girişimcilik yönü iyi hem de mühendisliği iyi olan gençlerin yetiştirilmesi gerekiyor. Eğer bu süreç geliştirilemez ise proje çöplüğü ve başarısız mühendisler ile ülke kaynakları boşa gider. Bu yüzden girişimci üniversite ve girişimci mühendis çok önemlidir" (G19).*

Nitelikli insan kaynağındaki eksiklik, diğer deyişle beşeri sermaye zayıflığı, görüşme yapılan tüm girişimciler tarafından vurgulanmıştır. Özellikle işletmesini geliştirmiş ve belirli bir yol kat etmiş girişimciler nitelikli mühendisin kritik olduğunu belirtmektedir. Girişimciler eğitim sisteminin, özellikle yükseköğrenimin ilgili sektörlerin ihtiyaçlarına ve güncel çalışma koşullarına uygun insan kaynağı yetiştiremediği hususlarında birleşmektedir.

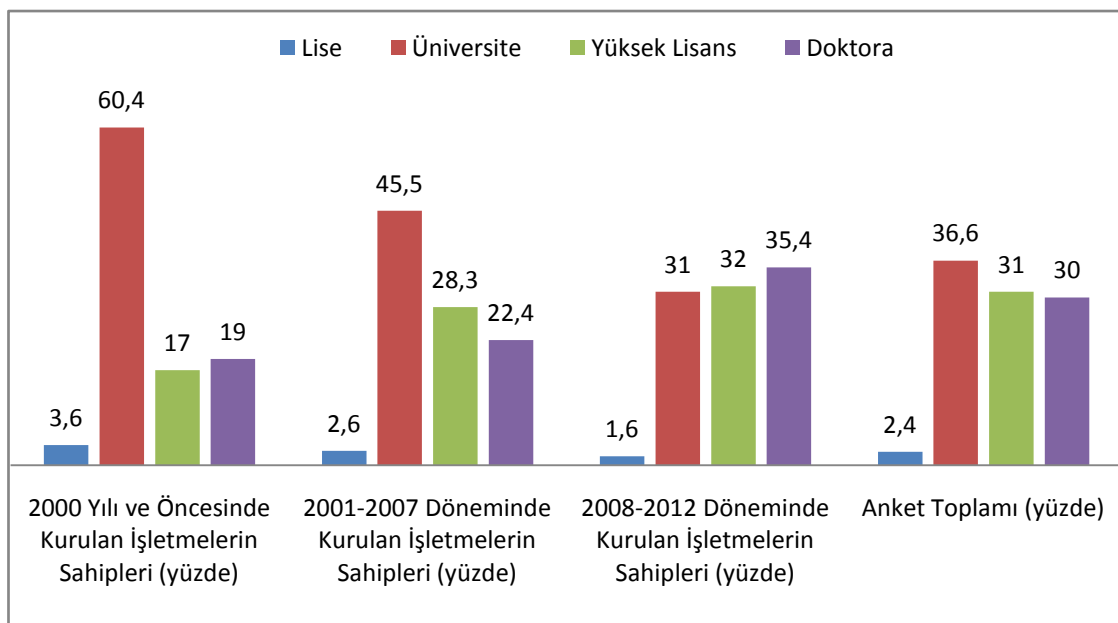
Bu konudaki görüşlerini açıklayan bir girişimciye göre *"bilgisayar veya elektronik mühendisleri kolay mezun oluyor ve 5-6 üniversite dışında eğitimin kalitesi yeterli değildir. Gerekli nitelikler yanında öğrenmeyi öğrenen mühendisler yetiştirmemiz lazım. Örneğin, Hacettepe Üniversitesi yılda 80 mezun veriyor, bunu 200'e çıkarmak kolay değil. Hacettepe Üniversitesi'ndeki kültürü başka üniversitelere aşılammamız lazım. Bu yapısal bir sorundur"* (G1). Bir başka girişimci ise konuya daha makro açıdan yaklaşmaktadır. *"Bu yapısal bir sorundur. Pratiğe yönelik adam bulmak çok zor oluyor. Eğitimler çok teorik kalıyor"* (G2). Akademisyen bir girişimci ise konuya farklı bir açıdan yaklaşmaktadır. *"Biz akademisyen olduğumuz için, bir ağımız var ama diğer işletmeler daha sıkıntılıdır"* (G4). Diğer bir girişimci Türkiye'deki hizmet sektörlerinin en iyi mühendisleri istihdam ettiklerini ve bunun sakıncalarını anlatmaktadır. *"Bankaların aldığı adamlara bakıyorum, ilk bindeki mühendisler, oraya sen son 1.000'deki adamları da koysan aynı işi yapacak hatta daha iyi bile yaparlar. Çünkü bir süre sonra bu ilk bindeki adamlar yaptıkları bu rutin işten memnun olmazlar. Burada bilinçsiz bir durum var. En iyi yetiştirdiğiniz mühendisleri üretimde değil de hizmet sektörüne kullanmanız üstelik bekçilik yaptırmanız makro açıdan baktığınızda bizim hatamız. ASELSAN gibi birkaç kurumsal işletme olmasaydı Türkiye'nin en iyi mühendislerinin hepsi bankalara gidecekti ve o da ülkeye bir şey katmayacaktı. Çünkü orada bekçilik yapacaklardı"* (G5).

Başka bir girişimci ise eğitimin girişimcilik özelliklerini kazandırmadaki önemini vurgulayarak eğitim sisteminde yapılması gereken değişikliklere işaret etmektedir. *"Son zamanlarda ilkokullardan itibaren girişimcilik derslerinden bahsedilmektedir. Burada yapılması gereken ilkokuldan itibaren girişimcilik dersi vermek değil, öğrencilerin girişimci kişiliğini yani yaratıcılık ve yenilikçilik yeteneklerini geliştirecek şekilde yetiştirilmesidir. Daha sonra ise birey ortaokul ve*

lisede girişimcilikle tanıştırılmalıdır. Derlerde projelerin yapılması, özgüven verici programlar düzenlenmesi, yani öncelikli ders olarak girişimcilik vermektten ziyade diğer derslerin işleniş biçiminde değişim yapılarak girişimci ve yenilikçi yetenekleri geliştirici olması gerekmektedir" (G19). Bir bireyin özgüvene sahip, sorgulayıcı, eleştirel ve girişimcilik yeteneklerini geliştirici nitelikte bir eğitim alması gelecekte girişimciliğe başlamasında ve başarılı olmasında önemli etkisinin olacağı kanaati genel olarak mülakatlarda farklı şekillerde ifade edilmiştir. Başta gelişmiş ülkelerde girişimcilik eğitimi bu alandaki politikaların merkezinde bulunmaktadır. Bazı yenilik tabanlı güçlü girişimcilere sahip ülkelerde girişimcilik eğitimi ve öğretmenlere yönelik strateji dokümanları bulunmaktadır.

Grafik 4.3'te girişimcilerin eğitim düzeylerinin yıllar itibarıyla değişimleri verilmektedir. Buna göre 2008 yılı ve sonrasında işletmelerini kuran girişimcilerin yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitime sahip olma oranları geçmişle karşılaştırıldığında artmıştır. Yüksek lisans düzeyinde eğitime sahip girişimcilerin oranı 2000 yılı öncesinde yüzde 17 düzeyinde iken bu oran 2012 yılı itibarıyla yüzde 31'e yükselmiştir. Aynı oran doktora düzeyinde ise yüzde 19'lardan yüzde 30'lara gelmiştir. Bu eğilim gelecekte hızlı büyüyen işletmelerin sayısını artıracak bir etkiyi yaratabilecektir.

Grafik 4.3: Girişimcilerin Eğitim Düzeyi



Girişimcilerin bitirdikleri okul türlerine ilişkin veriler Tablo 4.5'te gösterilmektedir. Girişimcilerin yaklaşık yüzde 9'u okul öncesi eğitimde, yüzde 7'si ilköğretimi ve yüzde 11'i ise lise eğitimlerini özel okullarda tamamlamışlardır. Üniversite düzeyinde ise özel üniversiteye gitme oranları yüzde 2-4 düzeylerine düşmektedir. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 86'sı okul öncesi eğitimi, yüzde 84'ü ilköğretimi, yüzde 81'i liseyi, 78'i üniversiteyi, yüzde 53'ü yüksek lisansı ve yüzde 67'si doktora devlet okulunda tamamlamıştır. Hızlı büyüyen özelliği göstermeyen girişimlerin ise, yaklaşık yüzde 90'ı okul öncesi eğitimi, yüzde 89'u ilköğretimi, yüzde 85'i liseyi, 79'i üniversiteyi, yüzde 65'i yüksek lisansı ve yüzde 48'i doktora devlet okulunda tamamlamıştır. Görüleceği üzere hızlı büyüyen özelliği gösteren girişimciler okul öncesi eğitim-lise dönemlerinde yüzde 14-19 arasında özel okullarda eğitim almışlardır.

Tablo 4.5: Girişimcilerin Bitirdikleri Okul Türleri

	Okul Türü	Özel Okul	Devlet Okulu	Burslu	Yurtdışı	Toplam
Hızlı Büyüyen Girişimci	Okul Öncesi Eğitim	4 (%12,5)	21 (%65,6)	0	0	25
	İlköğretim	5 (%15,6)	27 (% 84,4)	0	0	32
	Lise	6 (%18,8)	26 (% 81,3)	0	0	32
	Üniversite	2 (%6,3)	25 (%78,1)	4 (%12,5)	1 (%3,1)	32
	Yüksek Lisans	3 (%9,4)	17 (% 53,1)	2 (%6,3)	3 (%9,4)	25
	Doktora	0	6 (%66,6)	0	3 (%33,4)	9
Hızlı Büyümeyen Girişimci	Okul Öncesi Eğitim	2 (% 10)	18 (% 90)	0	0	20
	İlköğretim	8 (% 7,8)	91 (% 89,2)	1 (% 0,9)	2 (%1,9)	102
	Lise	12 (% 11,8)	87 (% 85,3)	3 (% 2,9)	0	102
	Üniversite	2 (% 1,9)	81 (% 79,4)	4 (%3,9)	10 (%9,8)	97
	Yüksek Lisans	3 (% 2,9)	28 (% 27,5)	2 (%1,96)	10 (%9,8)	43
	Doktora	2 (% 1,96)	10 (% 9,8)	0	9 (%8,8)	21
Genel Toplam	Okul Öncesi Eğitim	13 (% 9,2)	128 (% 88,8)	0	3 (% 2)	144
	İlköğretim	24 (% 7,3)	298 (% 90,3)	2 (% 0,6)	6 (% 1,8)	330
	Lise	35 (% 10,6)	286 (% 86,7)	7 (% 2,1)	2 (% 0,6)	330
	Üniversite	12 (% 3,6)	278 (% 84,2)	17 (%5,2)	15 (% 4,5)	322
	Yüksek Lisans	9 (% 4,5)	145 (% 72,5)	16 (% 8)	30 (% 15)	200
	Doktora	2 (% 2,1)	71 (% 71,7)	2 (% 2,1)	24(%24,1)	99

Okul öncesi eğitim alan girişimcilerin oranı yaklaşık yüzde 44'tür. Hızlı büyüyen girişimcilerin yüzde 78'i okul öncesi eğitim almış iken aynı oran hızlı büyümeyen girişimcilerde yaklaşık yüzde 20'dir. Girişimcinin okul öncesi eğitim

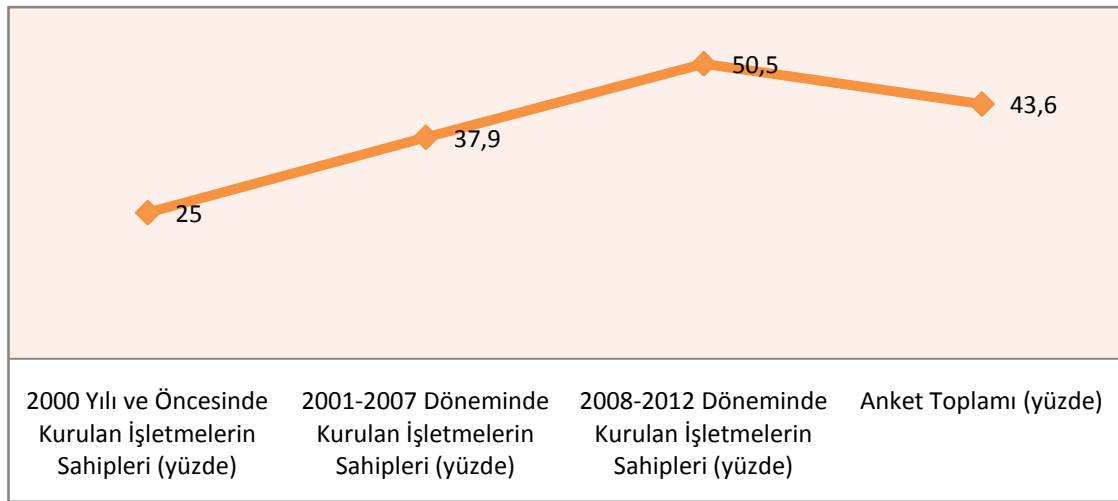
almasının işletmenin hızlı büyüyen olması arasında bir ($p < 0,001$) ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.6).

Tablo 4.6: Okul Öncesi Eğitim ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

	Hızlı Büyüyen Girişimci	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Toplam
Okul Öncesi Eğitim Almayan	7 (%21,9)	82 (%80,4)	89
Okul Öncesi Eğitim Alan	25 (%78,1)	20 (%19,6)	45
Toplam	32	102	134
$\chi^2 = 34,818$ sd = 1, p < 0,001			

Bazı araştırmalara göre, okul öncesi eğitim, bireyde duyguların gelişimini ve algılama gücünü artırarak akıl yürütme sürecinde yardımcı olan ve yaratıcılığını geliştiren, özerklik sağlayan bir süreçtir. Okul öncesi eğitim alan bireyler almayanlar ile karşılaştırıldığında iş sahibi olma bakımından bu eğitimi alanlar lehine önemli farklar bulunduğu ortaya koyulmuştur (Reynolds, vd., 2006), (Doyle, vd., 2009). Bu araştırmada ise okul öncesi eğitimin işletme başarısında girişimciye avantaj sağlayabileceği yönünde bulgu elde edilmiştir.

Grafik 4.4'te okul öncesi eğitim alan girişimcilerin oranları verilmektedir. Okul öncesi eğitim alma oranı 2008 yılı sonrasında faaliyete başlayan girişimcilerde yüzde 50 düzeylerine ulaşmıştır. Genel ortalama ise bu artışa paralel olarak yüzde 43 seviyelerine yaklaşmıştır. Bu durum uygulanan eğitim politikalarıyla paralellik göstermektedir. Türkiye'de okul öncesi eğitim alanında okullaşma oranları 1990 yıllardan itibaren önemli bir artış kaydetmiştir. 1980 yılında yüzde 6 düzeylerinde olan okullaşma oranı 2010 yılında yüzde 27'lere çıkmıştır (TÜİK ve Kalkınma Bakanlığı, 2012).

Grafik 4.4: Girişimcilerin Okul Öncesi Eğitim Alma Oranındaki Değişim

Girişimcilerin yabancı dil bilgisi Tablo 4.7’de verilmiştir. Girişimcilerin yüzde 99,1’i İngilizce, yüzde 35,5’i Almanca, yüzde 10,6’sı Fransızca, yüzde 7,9’u İtalyanca, yüzde 4,2’si Rusça, yüzde 3,6’sı İspanyolca, yüzde 2,4’ü Arapça ve yüzde 0,6’sı Çince bilgisine sahiptirler.

Hızlı büyüyen girişimcilerin yabancı dil bilgileri incelendiğinde; girişimcilerin iyi ve çok iyi düzeyde dil bilgisi oranlarına sahip olduğu; yaklaşık yüzde 84’ünün İngilizce, yüzde 19’unun Fransızca, yüzde 16’sının Almanca ve yüzde 3’ünün İtalyanca bildiği görülmektedir. Hızlı büyümeyen girişimcilerin yabancı dil bilgileri incelendiğinde ise, girişimcilerin iyi ve çok iyi düzeyde dil bilgisi oranlarına sahip olduğu; yaklaşık yüzde 66’sının İngilizce, yüzde 3’ünün Fransızca ve yüzde 9’unun Almanca bildiği görülmektedir. Hızlı büyüyen girişimcilerde genel olarak dil bilgisinin hızlı büyüyenler ile karşılaştırıldığında daha iyi bir düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 4.7: Girişimcilerin Yabancı Dil Bilgileri ve Düzeyleri

	Diller*	Düşük	Orta	İyi	Çok İyi	Toplam
Hızlı Büyüyen Girişimci	İngilizce	1 (% 3,1)	4 (% 12,5)	10 (% 31,3)	17 (% 53,1)	32
	Almanca	6 (% 18,8)	5 (% 15,6)	1 (% 3,1)	4 (% 12,5)	16
	İspanyolca	1 (% 3,1)	-	-	-	1
	Fransızca	3 (% 9,4)	1 (% 3,1)	1 (% 3,1)	5 (% 15,6)	10
	Rusça	3 (% 9,4)	-	-	-	3
	Çince	-	-	-	-	-
	Arapça	1 (% 3,1)	-	-	-	-
	İtalyanca	-	1 (% 3,1)	1 (% 3,1)	-	-
Hızlı Büyümeyen Girişimci	İngilizce	5 (% 4,9)	27 (% 26,5)	25 (% 24,5)	42 (% 41,2)	99
	Almanca	13 (% 12,7)	8 (% 7,8)	3 (% 2,9)	6 (% 5,9)	30
	İspanyolca	2 (% 1,96)	1 (% 0,98)	-	-	3
	Fransızca	5 (% 4,9)	3 (% 2,9)	2 (% 1,96)	1 (% 0,98)	11
	Rusça	1 (% 0,98)	2 (% 1,96)	-	-	3
	Çince	1 (% 0,98)	-	-	-	1
	Arapça	2 (% 1,96)	-	-	-	2
	İtalyanca	1 (% 0,98)	2 (% 1,96)	4 (% 3,9)	-	7
Genel Toplam	İngilizce	17 (% 5,2)	60 (% 18,2)	100 (% 30,3)	150 (% 45,5)	327
	Almanca	60 (% 18,2)	32 (% 9,7)	13 (% 3,9)	12 (% 3,6)	117
	İspanyolca	7 (% 2,1)	4 (% 1,2)	1 (% 0,3)	0	12
	Fransızca	10 (% 3,0)	9 (% 2,7)	5 (% 1,5)	11 (% 3,3)	35
	Rusça	7 (% 2,1)	4 (% 1,2)	2 (% 0,6)	1 (% 0,3)	14
	Çince	2 (% 0,6)	0	0	0	2
	Arapça	5 (% 1,5)	2 (% 0,6)	1 (% 0,3)	0	8
	İtalyanca	9 (% 2,7)	9 (% 2,7)	7 (% 2,1)	1 (% 0,3)	26

*Girişimcilerin bazıları birden fazla dil bilmektedir.

Çok büyük oranda İngilizce olmak üzere girişimcilerin önemli bir çoğunluğu en az bir yabancı dil bilmektedirler.

Yapılan mülakatlarda yabancı dil bilmenin özellikle de İngilizcenin önemli fırsatlar sağladığı girişimciler tarafından belirtilmiştir. "Bu işler kapanarak olmuyor, dünyaya açılmak, o insanlar neler yapıyor bilmek ve gelişmiş ülkelerin girişimci ağlarına dahil olmak gerekir. Bunlar ise tercümanla olmaz. Bana göre Ar-Ge yapıyorsanız en azından İngilizce'yi iyi düzeyde kullanabilmek gerekir" (G20). Başka bir girişimci ise konuya uluslararası projeler açısından yaklaşmaktadır. "Bizim Türkiye'de başarılı olmamızın önemli nedenlerinden birisi uluslararası tecrübemiz. Gelişmiş ülkeler bizden ileride olduğu için onlarla işbirliği yapmak, ortak projelerde

birlikte çalışmak veya iş yapmak yakın gelecekte Türkiye'nin tartışacağı konuları sizin daha önceden bilmenizi sağlıyor. Biz 7. Çerçeve Programından proje alan bir işletmeyiz. Buralar da proje yazmak ve projeyi savunmak dil olmadan, hizmet satın alarak yapılacak şeyler değildir. Ar-Ge ve yenilik diye cümleye başlayacaksan önce adamların dilini bilmek gerekir diye düşünüyorum" (G19).

Eğitim konusu genel olarak değerlendirildiğinde; anket bulgularına göre eğitim seviyesindeki artış ve okul öncesi eğitim girişimci başarısında etkilidir. Buna karşılık mülakat çalışmalarında, eğitimin niteliğinin artışı, eğitim altyapısı, eğitimin tüm kademelerinde yenilikçi ve yaratıcı bir bakış açısı, üniversitelerin kapasiteleri ve imkânları ile yabancı dile hâkimiyet konuları özellikle üzerinde durulan konuların başında gelmiştir. Gerek anket gerekse mülakat çalışmalarında ortaya çıkan hususlar girişimcinin beşeri sermayesini nitelikli bir şekilde arttırmasına yöneliktir. Girişimcinin beşeri sermayesinin artışı ise potansiyel ve mevcut sosyal sermayelerinde artış sağlayarak girişimci başarısında olumlu bir etki sağlayabilecektir.

4.1.3. Aile Özellikleri

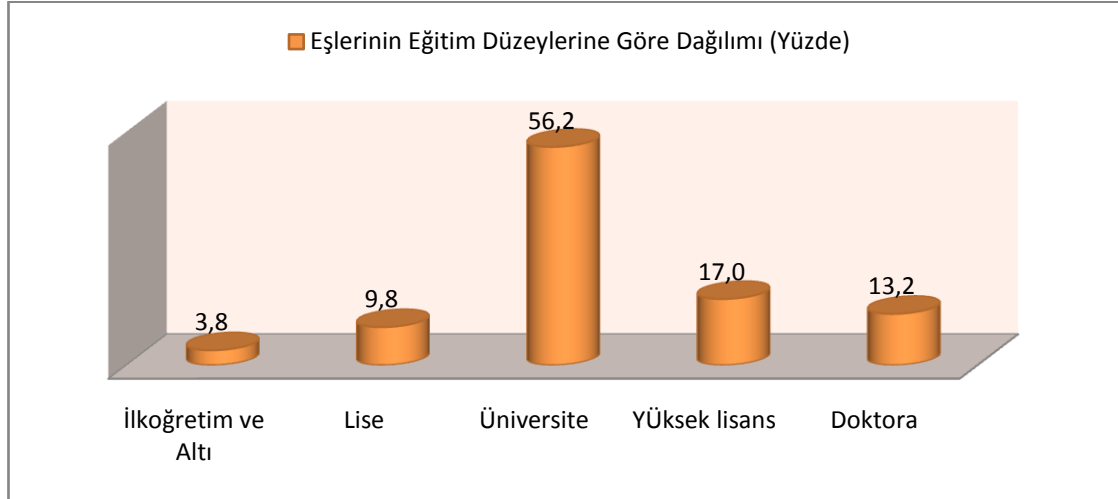
Girişimcilerin medeni durumu ve çocuk sayıları Tablo 4.8'de verilmiştir. Ankete katılan girişimcilerin yaklaşık yüzde 71'i evli olup bunların yüzde 33'ü çocuk sahibi değilken yaklaşık yüzde 59'nun 1 veya 2 çocuğu bulunmaktadır.

Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 81'i evlidir. Bunların yüzde 12'sinin çocuğu bulunmamakta olup 1 ve 2 çocuk sahibi olanların oranı yüzde 81'dir. Hızlı büyümeyen girişimlerin ise, yaklaşık yüzde 84'ü evlidir. Bunların yüzde 34'ünün çocuğu bulunmamakta olup 1 ve 2 çocuk sahibi olanların oranı yüzde 59'dur.

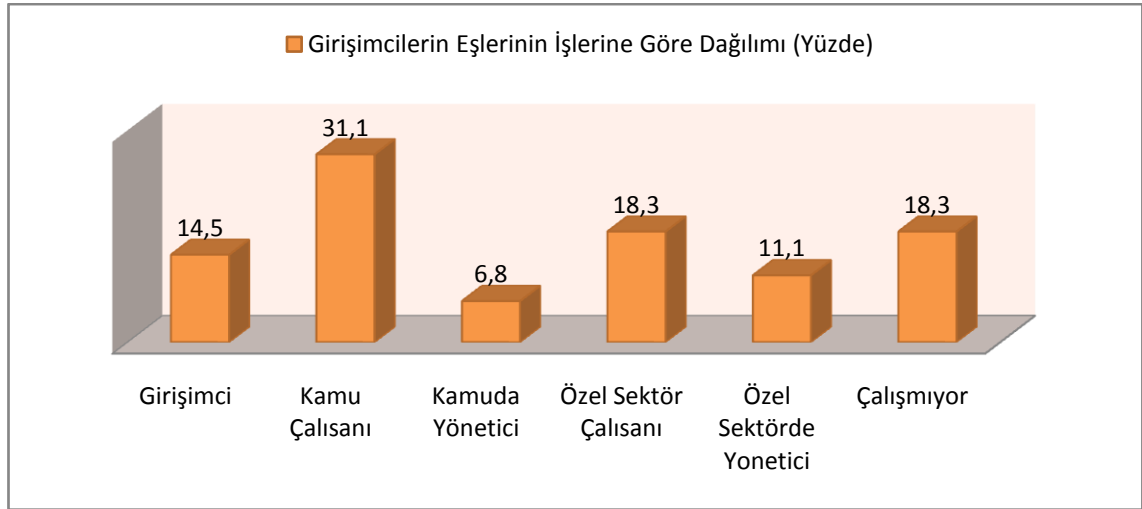
Tablo 4.8: Medeni Durum ve Sahip Olunan Çocuk Sayısı

	Evli	Bekâr	Evli ise Çocuk Sayısı				
			Yok	1	2	3	4+
Hızlı Büyüyen Girişimci	26 (%81,3)	6 (%18,8)	4 (%12)	6 (%23)	15 (%57,6)	1 (%3,8)	-
Hızlı Büyümeyen Girişimci	86 (%84,3)	16 (%15,7)	29 (%33,7)	26 (%30,2)	25 (%29)	5 (%5,8)	1 (%1,1)
Genel Toplam	235 (%71,2)	95 (%28,8)	77 (%32,7)	70 (%29,7)	69 (%29,3)	13 (%18)	6 (%2,5)

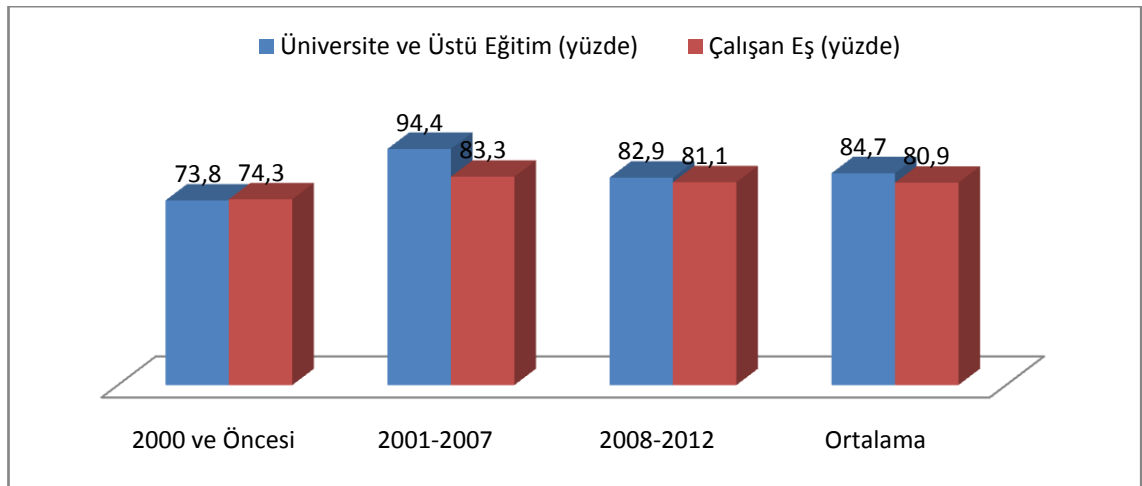
Evli olan girişimcilerin eşlerinin eğitim ve iş bilgilerine ilişkin veriler Grafik 4.5, 4.6 ve 4.7'de verilmektedir. Eşlerin eğitim düzeyleri incelendiğinde, eşlerin yaklaşık yüzde 14'nün lise ve altı düzeyde eğitime sahip olduğu görülürken yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitime sahip olanların oranı yaklaşık yüzde 30'dur. Doktora düzeyinin yüksek olması girişimcilerin akademik kökenli olduğuna dair bir işaret olarak alınabilir.

Grafik 4.5: Girişimcilerin Eşlerinin Eğitim Düzeyleri

Girişimcilerin eşlerinin işleri incelendiğinde, eşlerin yaklaşık 18'nin çalışmadığı buna karşılık yüze 38'nin kamuda çalıştığı ve yüzde 14,5'nin ise girişimci olduğu görülmektedir.

Grafik 4.6: Girişimcilerin Eşlerinin Yaptığı İşler

Eşlerin çalışma ve eğitim durumlarının yıllar itibarıyla değişimleri incelendiğinde, üniversite ve üstü eğitime sahip olanların oranı 2000 yılı öncesi yüzde 74'ler düzeyinde iken 2012 ortalaması yüzde 85'ler düzeyine gelmiştir. Aynı yıllarda eşin çalışma durumu ise yaklaşık yüzde 74'lerden yüzde 81'e yükselmiştir.

Grafik 4.7: Eşlerinin Çalışma Durumu ile Lisans ve Üstü Eğitim Düzeyi

Girişimcilerin kardeş sayısını gösteren veriler Tablo 4,9'da gösterilmektedir. Girişimcilerin yaklaşık yüzde 36'sı 1, yüzde 30'u 2, yüzde 15'i 3, yüzde 12'si 4 ve daha fazla kardeş sahibi iken girişimcilerin yüzde 7'sinin kardeşi bulunmamaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 50'si bir kardeşe, yüzde 12'si iki kardeşe ve

yüzde 16'sı üç kardeşe sahip iken hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 39'u bir kardeşe, yüzde 25'i iki kardeşe ve yüzde 15'i üç kardeşe sahiptir.

Tablo 4.9: Girişimcilerin Kardeş Sayısı

	YOK	1	2	3	4+
Hızlı Büyüyen Girişimci	4 (%12,5)	16 (%50)	4 (%12,5)	5 (%15,6)	3 (%9,4)
Hızlı Büyümeyen Girişimci	6 (%5,9)	40 (%39,2)	26 (%25,5)	15 (%14,7)	15 (%14,7)
Genel Toplam	23 (%7)	119 (%36,1)	99 (%30)	49 (%14,8)	39 (%11,9)

Girişimcilerin anne ve babalarının eğitim durumlarına ilişkin veriler Tablo 4.10'da gösterilmektedir. Girişimcilerin babalarının yaklaşık yüzde 30'u ilköğretim ve altı, yüzde 25'i lise mezunu, yüzde 36'sı üniversite mezunu olup yüzde 6'sı yüksek lisans derecesine ve yüzde 3'ü doktora derecesine sahiptir. Girişimcilerin annelerinin ise yaklaşık yüzde 49'u ilköğretim ve altı, yüzde 26'sı lise mezunu, yüzde 21'i üniversite mezunu, yüzde 2'si yüksek lisans derecesine ve yüzde 2'si doktora derecesine sahiptir.

Tablo 4.10: Girişimcinin Anne ve Babasının Eğitim Durumu

		İlköğretim ve Altı	Lise	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
Hızlı Büyüyen Girişimci	Baba	9 (%28,2)	6 (%18,8)	12 (%37,5)	2 (%6,3)	3 (%9,4)
	Anne	10 (%31,3)	9 (%28,1)	10 (%31,3)	1 (%3,1)	2 (%6,3)
Hızlı Büyümeyen Girişimci	Baba	31 (%30,4)	35 (%34,3)	26 (%25,5)	7 (%6,9)	3 (%2,9)
	Anne	53 (%52)	33 (%32,4)	12 (%11,8)	1 (%0,98)	3 (%2,9)
Genel Toplam	Baba	98 (%29,7)	82 (%24,8)	118 (%35,8)	21 (%6,4)	11 (%3,3)
	Anne	163 (%49,4)	86 (%26,1)	70 (%21,2)	5 (%1,5)	6 (%1,8)

Girişimcilerin babalarının yüzde 45'nin üniversite ve üstü eğitime sahip oldukları görülmektedir. Annelerin ise, yaklaşık 25'inin üniversite ve üstü eğitime sahiptir. Bu durum Türkiye ortalamaları ile karşılaştırıldığında TGB'de yer alan girişimcilerin son derece eğitilmiş ailelerin çocukları olduğunu göstermektedir.

Birey ekonomik ve sosyal beceriler kazanmasına yönelik yetenekleri aile ortamında edinir (Kağıtçıbaşı, 2000). Bu bulgu literatürdeki tartışmalarla paralellik taşımaktadır. Başarılı olan girişimcilerin sahip oldukları özerklik ve kendine güven duyma gibi özellikler (Kao, 1989:100) ile girişimcilik için uygun bir zihinsel arka plânın oluşarak bireylerin girişimciliğe bakış açılarının biçimlenişinde aile işlevsel bir role sahiptir (İlhan, 2003). Ailenin eğitim düzeyinin yüksek olması çocukların kendine güvenen, özerk ve girişken olmalarını etkilediği gibi, ailenin ulaşabileceği diğer bireylerin, ağların ve sosyal grupların sayısını ve kalitesini artıracakları için yapılan faaliyetlerde başarıyı da artıracaktır (Bourdieu, 1986), (Coleman, 1990).

Mülakat çalışmalarında ailenin çocuk yetiştirme tarzına vurgu yapılmaktadır. *“Girişimci olmamda aile ortamının katkısı vardır. Ailem sürekli olarak girişimlerime maddi-manevi destek oldu ve olmaya devam ediyor. Kendime güven duymama ve doğru ve yanlışlar yapıp hayat dersleri almama imkân tanıdıklarıdır”* (G7). Diğer bir örnekte ise şu şekildedir. *“Ailemin beni yetiştirirken verdikleri özgüven ve sorumluluk duygusu olduğunu düşünüyorum”* (G10). Bir başka girişimci babasının davranışlarını şöyle özetlemektedir. *“Babam bana hep inisiyatif verirdi ve ben sorumluluk alırdım”* (G8). Aynı konuya vurgu yapan bir başka girişimci görüşlerini şöyle ifade ediyor. *“Çocukluk döneminde ailemin çalışmamı desteklemesi benim girişimciliğe yönelmeme katkı sağlamıştır. Simit satardım, küçükken ailem çalışmamı desteklerdi. Annem benim simitle kazandığım parayı benden alırdı ve yüzde 10 faizle bana geri verirdi. Bu tip durumlar bana parayı yönetmeyi öğretti”* (G5).

Hızlı büyüyen girişimcilerin babalarının yaklaşık yüzde 28’i ilköğretim ve altı, yüzde 19’u lise mezunu, yüzde 38’i üniversite mezunu, yüzde 6’sı yüksek lisans derecesinde ve yüzde 9’u doktora derecesinde eğitime sahiptirler. Hızlı büyümeyen girişimcilerin ise, babalarının yaklaşık yüzde 30’u ilköğretim ve altı, yüzde 34’ü lise mezunu, yüzde 25’i üniversite mezunu, yüzde 7’si yüksek lisans derecesinde ve yüzde 3’ü doktora derecesinde eğitime sahiptirler.

Hızlı büyüyen girişimcilerin annelerinin ise yaklaşık yüzde 31’i ilköğretim ve altı, yüzde 28’i lise mezunu, yüzde 31’i üniversite mezunu, yüzde 3’ü yüksek lisans derecesinde ve yüzde 6’sı doktora derecesinde eğitime sahiptirler. Hızlı büyümeyen

girişimcilerin annelerinin ise yaklaşık yüzde 52'si ilköğretim ve altı, yüzde 32'si lise mezunu, yüzde 12'si üniversite mezunu, yüzde 1'i yüksek lisans derecesinde ve yüzde 3'ü doktora derecesinde eğitime sahiptirler.

Hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen girişimcilerin babalarının ve annelerinin eğitimleri karşılaştırıldığında; hızlı büyüyen girişimcilerin ebeveynlerinin eğitim düzeylerinin hızlı büyüyenlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Aile eğitiminin daha yüksek olması girişimlerin daha nitelikli ortamlarda ve daha iyi koşullarda yetişmiş olma ve sosyal sermaye düzeylerinin daha yüksek olma olasılığını artırmaktadır. Eğitimin sosyal sermayeyi geliştirici bir unsur olduğu bir çok çalışmada vurgulanmıştır (Coleman, 1990), (Bourdieu, 1986). Daha eğitilmiş bireylerin kendi çevrelerinde de daha eğitilmiş bireyler ile ilişki kurdukları daha nitelikli ağlara dahil oldukları düşünüldüğünde, aileleri daha eğitilmiş girişimciler, işe başlama ve geliştirme aşamalarında işi kolaylaştırabilecek kişilere ve ağlara ulaşma konusunda diğerleri ile karşılaştırıldığında daha avantajlı olacaklardır.

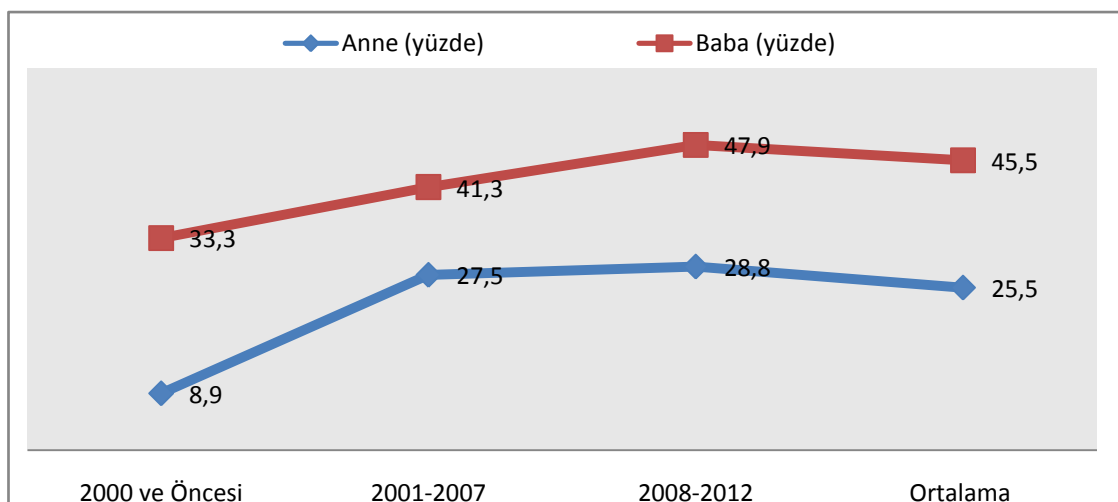
Ailenin girişimcilğe olan etkisi yapılan mülakatlarda ortaya çıkmıştır. Örneğin, babası özel sektörde yönetici, annesi ise akademisyen olan kadın girişimci iş hayatına TÜBİTAK'ta başlamış ve üç senelik bir tecrübenin ardından aynı işyerinden kadın arkadaşı ile birlikte kamu görevinden ayrılarak TGB'de işletmesini kurmuştur. *“Benim girişimci olma sürecimde, ailemin son derece önemli katkısı ve yönlendirmesi bulunmaktadır. Kendine güvenen bir birey olarak yetişmemin yanında ailemin sürekli beni desteklemesi ve cesaretlendirmesi girişimci olmamda etkilidir. Bu katkı ve yönlendirme onların eğitim ve kültür seviyelerinin yüksekliğinden kaynaklanmaktadır”* (G6).

Annenin eğitim düzeyi ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde annelerin üniversite üstü eğitim almaları istatistikî açıdan ($p=0,006$) önemli bir etkiye sahiptir (bkz. Tablo 4.11). Bireyin çocukluk sürecinde babadan daha çok anne ile etkileşimde olduğu düşünüldüğünde annenin daha eğitilmiş olmasının çocuğun gelişiminde daha önemli olduğu ileri sürülebilir. Yapılan çalışmalarda girişimcilik için vazgeçilmez olan özerklik kazanmanın, annesi eğitilmiş olan çocuklarda daha fazla geliştiği tespit edilmiştir (Kağıtçıbaşı, 1990:54-56).

Tablo 4.11: Anne Eğitim Düzeyi ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Düzeyi

	Hızlı Büyüyen Girişimci	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Toplam
Lise ve Altı Eğitime Sahip Olma	19 (% 59,4)	86 (% 84,3)	105
Üniversite ve Üstü Eğitime Sahip Olma	13 (% 40,6)	16 (% 15,7)	29
Toplam	32	102	134
$\chi^2_y = 7,523$ sd =1, p = 0,006 < 0,01			

Anne ve babanın üniversite ve üstü eğitim düzeyine sahip olma durumlarındaki dönemler itibarıyla değişimler Grafik 4.8'te gösterilmiştir. 2000 yılı öncesi annelerin yüzde 9'u ve babaların yüzde 33'ü üniversite ve üstü eğitime sahip iken aynı oranlar yıllar içinde artarak 2012 yılında ortalama yüzde 25 ve yüzde 45 olarak gerçekleşmiştir. Özellikle bu veriler, anne eğitimi ile hızlı büyüme arasındaki ilişki ile birlikte değerlendirildiğinde, diğer bütün şartlar aynı kalmak kaydıyla annenin eğitim düzeyinin artmış olması TGB'lerde önümüzdeki dönemdeki başarının artmasını sağlayabilecek bir unsurdur.

Grafik 4.8: Anne ve Babanın Üniversite ve Üstü Eğitimli Olma Oranı

Girişimcilerin baba ve annelerinin çalışma durumlarına ilişkin bilgiler Tablo 4.12'de verilmiştir. Girişimcilerin babalarının yaklaşık yüzde 4'ü büyük işletme ve

yüzde 22'si KOBİ ölçeğinde girişimcidir. Bu durumda ankete katılan girişimcilerin yaklaşık yüzde 26'sının babası girişimcidir. Anneleri girişimci olanların oranı ise yüzde 2'dir.

Girişimcilerin babalarının yaklaşık yüzde 50'si kamu çalışanı olup bunların yüzde 24'ü kamuda yöneticidir. Aynı şekilde babaların yaklaşık yüzde 16'sı özel sektörde çalışırken, özel sektörde yönetici olarak çalışanların oranı ise yüzde 5'ler düzeyindedir. Görüleceği üzere yönetici babaya sahip girişimcilerin oranı yaklaşık yüzde 17 civarındadır. Diğer iş kollarında çalışanların oranı ise yüzde 7'dir.

Girişimcilerin annelerinin yaklaşık yüzde 62'si iş sahibi değil iken çalışanların yaklaşık yüzde 28'i kamu çalışanı olup bunların yüzde 2'si ise yöneticidir. Annesi girişimci olanların oranı ise yaklaşık yüzde 2'dir.

Hızlı büyüyen girişimcilerin annelerinin yaklaşık yüzde 70'i çalışırken iken bu oran hızlı büyümeyenlerde yüzde 20 düzeyindedir. Hızlı büyüyen girişimciler ile hızlı büyümeyenler arasında annelerin çalışma durumları karşılaştırıldığında arada önemli bir fark bulunmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin annelerinin yaklaşık yüzde 63'ü kamu çalışanı, yüzde 6'sı özel sektör çalışanı ve yüzde 3'ü ise girişimcidir. Hızlı büyümeyen girişimcilerin annelerinin ise, yaklaşık yüzde 15'i kamu çalışanı, yüzde 5'i özel sektör çalışanı ve yüzde 4'ü ise girişimcidir.

Tablo 4.12: Anne ve Babanın Mesleği

		Büyük İşletme Sahibi	KOBİ Sahibi	Kamu Çalışanı	Kamuda Yönetici	Özel Sektörde Çalışan	Özel Sektörde Yönetici
Hızlı Büyüyen Girişimci	Baba	-	10 (%31,3)	14 (%43,8)	3 (%9,4)	2 (%6,3)	4 (%9,4)
	Anne	-	1 (%3,1)	19 (%59,4)	1 (%3,1)	2 (%6,3)	0
Hızlı Büyümeyen Girişimci	Baba	6 (%5,9)	26 (%25,5)	26 (%25,5)	11 (%10,8)	9 (%8,8)	6 (%5,9)
	Anne	2 (%1,9)	2 (%1,9)	15 (%14,7)	0	3 (%2,9)	2 (%1,9)
Genel Toplam	Baba	12 (%3,6)	73 (%22,1)	121 (%37,8)	38 (%11,8)	37 (%11,2)	15 (%4,5)
	Anne	2 (%0,6)	5 (%1,5)	86 (%26,1)	7 (%2,1)	18 (%5,5)	4 (%1,2)

Annelerin çalışmasının hızlı büyümeye etkisine bakıldığında, annenin çalışması işletmelerin hızlı büyüyen olup olmamasında istatistikî açıdan önemli bir ilişkiye ($p < 0,001$) sahiptir (bkz. Tablo 4.13). Bu durum girişimcinin okul öncesi eğitim alma durumu ile de paralellik göstermektedir. Annenin çalışması çocukların ya okul çağına kadar aile büyükleri tarafından bakılmasını ya da kreş ve anaokulu ihtiyacını gündeme getirmektedir.

Tablo 4.13: Annenin Çalışması ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Düzeyi

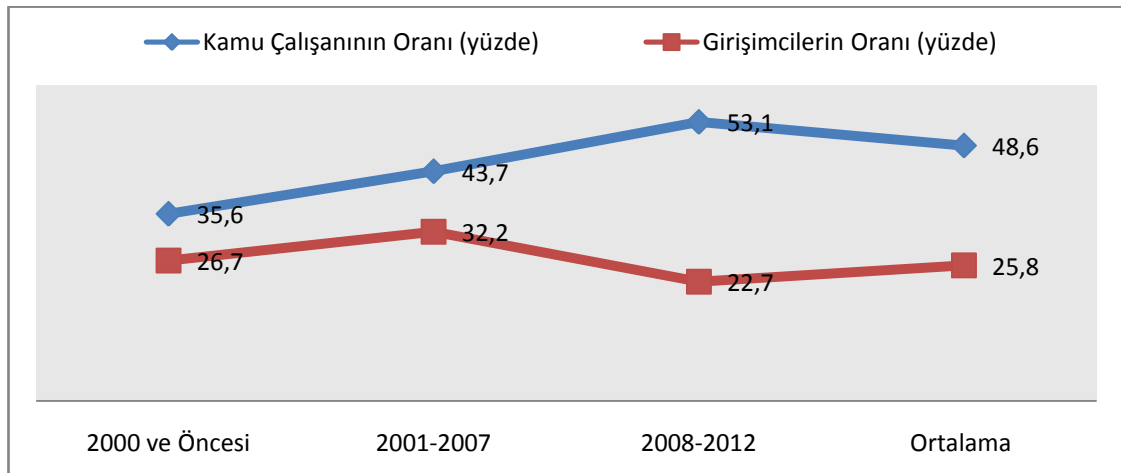
	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Anne çalışmıyor	76 (% 74,5)	8 (% 25)	84
Anne çalışıyor	26 (% 25,5)	24 (% 75)	50
Toplam	102	32	134
$\chi^2_y = 23,454$ sd = 1, $p < 0,001$			

Hızlı büyüyen girişimcilerin babalarının yaklaşık yüzde 53'ü kamu çalışanı, yüzde 31'i girişimci ve yüzde 16'sı özel sektör çalışanıdır. Hızlı büyümeyen girişimcilerin babalarının ise, yaklaşık yüzde 36'sı kamu çalışanı, yüzde 31'i girişimci ve yüzde 15'i ise özel sektör çalışanıdır.

Birçok nicel araştırmada girişimcilerin çocuklarının da girişimci olduğu konusunda veri bulunmaktadır. Girişimci ailelerde, mesleğe ilişkin değerlerin, normların, rollerin, pratiklerin ve meslek ahlakının ailede kazanılması, mesleksi başarı için bireyi gerekli bilgi ve tecrübe konusunda donanımlı kıldığı konusunda çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (İlhan, 2003). Bu çalışmada ise özellikle hızlı büyüyen girişimcilerin anne ve babalarının önemli bir kesiminin kamu çalışanları olması dikkat çekmektedir.

Grafik 4.9'da dönemler itibarıyla girişimcilerin babalarının kamu çalışanı ve girişimci olma durumlarına ilişkin oranlar verilmektedir. 2000 yılı öncesi girişimcilerin babaların yüzde 27'si girişimci ve yüzde 36'sı kamu çalışanı iken 2012 yılında kamu çalışanı olan babaların oranı yüzde 49'a gelmiş ve girişimci babaların oranı ise yaklaşık yüzde 26 ile aynı seviyelerde kalmıştır.

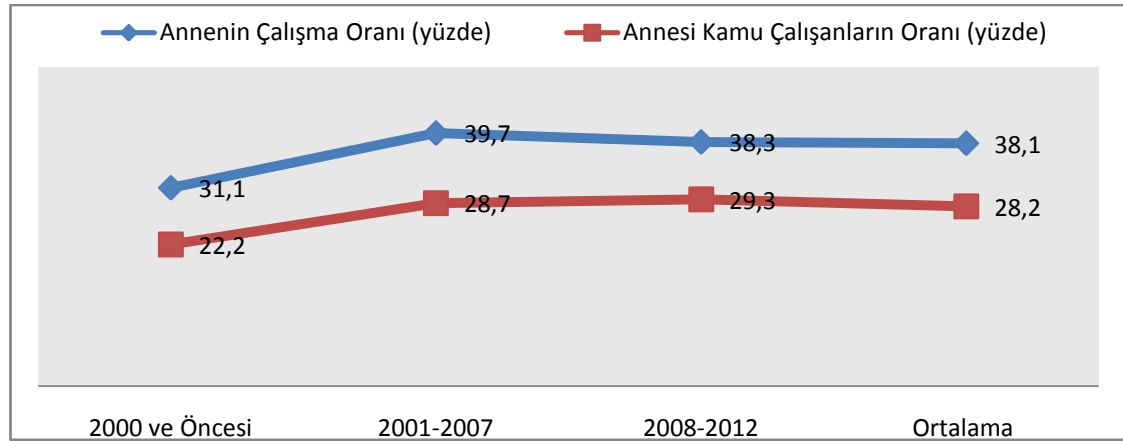
Grafik 4.9: Babalarının Kamu Çalışanı ve Girişimci Olma Oranı



Grafik 4.10'da dönemler itibarıyla girişimcilerin annelerinin çalışma ve kamu çalışanı olma oranları verilmektedir. 2000 yılı öncesi annelerin çalışma oranı ortalama yüzde 31 iken 2012 yılında aynı oran yüzde 38'e yükselmiştir. Annenin kamu çalışanı olma oranı ise 2000 yılı öncesinde yüzde 22'lerden 2012 yılında yüzde 28'e

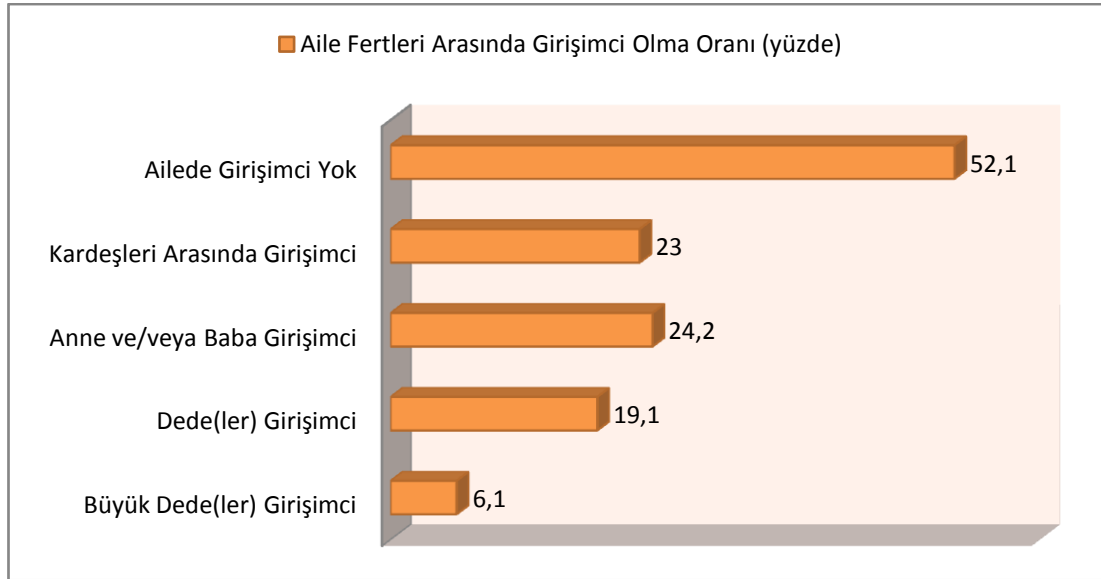
yükselmiştir. Özellikle bu veriler, anne çalışmasının hızlı büyüyen ile ilişkisi ile birlikte değerlendirildiğinde, diğer bütün şartlar aynı kalmak kaydıyla annenin eğitim düzeyinin artmış olması TGB'lerde önümüzdeki dönemdeki başarının artmasını sağlayabilecek bir unsurdur.

Grafik 4.10: Annenin Kamu Çalışanı Olma Oranı



Baba ve anne mesleklerindeki kamu çalışanı oranının artış eğilim yenilikçi girişimcilerin içerisinde orta sınıfa dahil memur ailelerinin çocukların ağırlık kazanmaya başladığını göstermektedir.

Grafik 4.11'de ailede girişimcilik faaliyetleri görülmektedir. Ailesinde girişimci bulunmayanların oranı yaklaşık yüzde 52'dir. Anne ve/veya babanın girişimci olma durumu yüzde 24,2 iken, bu rakamı yüzde 23 ile kardeşler ve yüzde 19 ile dedeler takip etmektedir. Büyük dedelerin girişimci olma oranı ise yüzde 6 düzeyindedir.

Grafik 4.11: Aile Fertleri arasında Girişimci Olma Oranı

Tablo 4.14’te ise, ailede girişimci olma durumu hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen ayrımında verilmiştir. Ailesinde girişimci bulunmayan hızlı büyüyen işletmelerin oranı yaklaşık yüzde 41 iken, hızlı büyümeyenlerde bu oran yüzde 45’dir.

Tablo 4.14: Ailede Girişimci Olma Durumu

	Anne-Baba	Dede	Girişimci Yok
Hızlı Büyüyen Girişimci	11 (%34,4)	5 (%15,6)	13 (%40,6)
Hızlı Büyümeyen Girişimci	36 (%35,2)	19 (%18,6)	46 (%45,1)
Genel Toplam	92 (%24,2)	57 (%17,3)	172 (%52,1)

Girişimcilerin yaklaşık yüzde 28’inin anne veya babasının girişimci olduğu gözlenmektedir. Hızlı büyüyen girişimlerin anne ve babasının girişimci olma oranı yüzde 34 iken hızlı büyümeyen girişimlerde bu oran yüzde 35’tir. Ayrıca, dedelerin girişimci olma yüzdeleri anket genelinde yüzde 17 iken hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen grupta paralel bir özellik göstermekte ve yüzde 16-18 civarındadır.

Ailenin girişimciliği desteklemesi yanında karşı çıktığı durumlarda bulunmaktadır. Bu gibi durumlarda genellikle girişimcilerin mevcut bir işi bulunmakta iken ve özellikle kamuda çalışanların işlerini bırakıp girişimci olmalarına aileleri karşı çıkmaktadır. Karşı çıkanlar bazen bizzat girişimci olan baba olabilmektedir. “*Babamın*

müteahhitlik firması var. Yurtdışında çok iş yapmıştır ve önemli riskler alan bir adamdır. Bana işimi kurma sürecinde söylediği şey, kesinlikle üniversitedeki görevimden istifa etmemem ve memuriyeti bırakmamamdır. Hatta ben istifa edip bu işe başladıktan 3 ay sonra babama söyleyebildim. Diğer taraftan annem destekledi ama o da üniversiteden ayrılmamamı istedi". Babanın girişimci olmasına rağmen oğlunun girişimci olmasını istememesinin nedenleri üzerinde konuştuğumuzda babasının kendisine "rahat uyumanı ve az stresli bir hayatının olmasını isterdim" ifadesini kullandığını belirtti. Bunun yanında babam çocukluğumda beni her türlü adamla iletişime soktu, hiç kimseyi ne hakir göreceksin ne de küçük derdi hep 4-5 yaşlarında tek başıma restorana gönderir ve tek başıma yemek yedirirdi. Ben sonradan öğrendim restoran sahibine önceden söylüyormuş ama ben bunu bilmiyordum. Beni çok teşvik etti, koruyayım kollayayım demedi açıkça, her işi kendim yapmaya başladım. Bu davranış tarzının benim risk almamda kendime güvenmemde etkili olduğunu düşünüyorum" (G2).

Özellikle girişimci olmaya karar veren bireyin yapacak başka bir işi var ise bu durum daha da belirginleşiyor. Bu durumda olan bir girişimci ailesinin davranışını şöyle özetlemektedir. *Ailem desteklemedi "oğlum okuldaki asistanlığını bırakmadan yap dediler". ASELSAN'daki önemli bir iş teklifini kabul etmedim ve kendi işletmemi kurdum. ASELSAN'ı kabul etmediğim için ailemden önemli bir tepki aldım" (G1).* Başka bir girişimci ailesinden destek alamadığını söylemiştir. *"Girişimcilik bizim kültürümüzde çok değerli değil. TÜBİTAK'ta mühendis olmak girişimci olmaktan daha saygın olarak kabul edilmektedir. Bu yüzden ailem dezavantaj oldu. Babam iş kuruyorum diye iki ay konuşmadı benle. Millet TÜBİTAK'a girmeye çalışıyor sen çıkıyorsun dedi. Hala da söylemeye devam ediyorlar. Hatta eşim de çok destek olmadı. Herkes o ilk girişimi yaparken tepki gösterdi. Dedem kayısı tüccarıdır. Türkiye'nin ilk girişimcilerinden olmasına rağmen o bile istemedi. "Ailelerimiz memur aile, girişimci değil. Düzene ayak uydurmuşlar. Ailem riski sevmiyor" (G3).*

Bir girişimci ise, girişimciliğe başlama konusunda dini bir telkinin etkisini vurgulamıştır. *"Ailemde kesinlikle girişimci yok. İslami sebeplerle yola çıktım. Peygamber Efendimizin "rızkın onda dokuzu ticarettedir" sözünden yola çıktım ve girişimci oldum" (G1).* Bazı inanç sistemleri başarı güdüsü ve girişken çabaları teşvik

edebilmektedir. Bu konudaki çalışmaları hayli yaygın olan Max Weber'e göre, Protestanlıktaki maddiyata, üretime, sermayeye ve çalışmaya yapılan vurguların fazla olması, kişiyi iyi bir mümin olmak adına üretmeye/çalışmaya yöneltmiştir. O Protestanlığın bireycilik, başarılı olma güdüsü, girişimci mesleklerin meşruiyeti, rasyonalite ve özgüveni vurgulayan bir kültürü teşvik ettiğini iddia etmiştir (Basu ve Altınay, 2002:373).

Girişimciliğe başlama sürecinde ailenin önemli etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler bazen olumlu bazen de olumsuz olabilmektedir. Olumsuz durumlar genelde girişimcilerin kamuda veya özel sektörde bir işleri olmasından kaynaklanmaktadır. Aslında bu kişiler yalnızca kaynaklarını ve zamanlarını değil bir de mevcut işlerini bırakarak daha fazla risk almaktadırlar.

Diğer taraftan TGB'lerde yer alan akademik kökenli girişimciler ile yapılan mülakatlarda ailenin etkilerinden ziyade mesleki anlamda belirli bir olgunluğa gelmenin etkili olduğu vurgulanmaktadır. *"Akademik olarak belli bir olgunluğa geldikten sonra daha farklı şeyler olması gerektiğini görüyorsunuz. Gerek yayın sayısı gerek piyasa ile ilişkiler derken belli bir tecrübe oluşuyor ve o yetkinlikten de spin-off'lar çıkıyor"* (G4).

Girişimci ve aile bireylerinin dönemler itibarıyla yaşadıkları yerlere ilişkin bilgiler Tablo 4.15'te verilmektedir. Girişimcilerin yaklaşık yüzde 57'si ilköğretim döneminde, yüzde 70'i lise döneminde, yüzde 90'ı üniversite döneminde ve yüzde 92'si iş hayatını büyük şehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler.

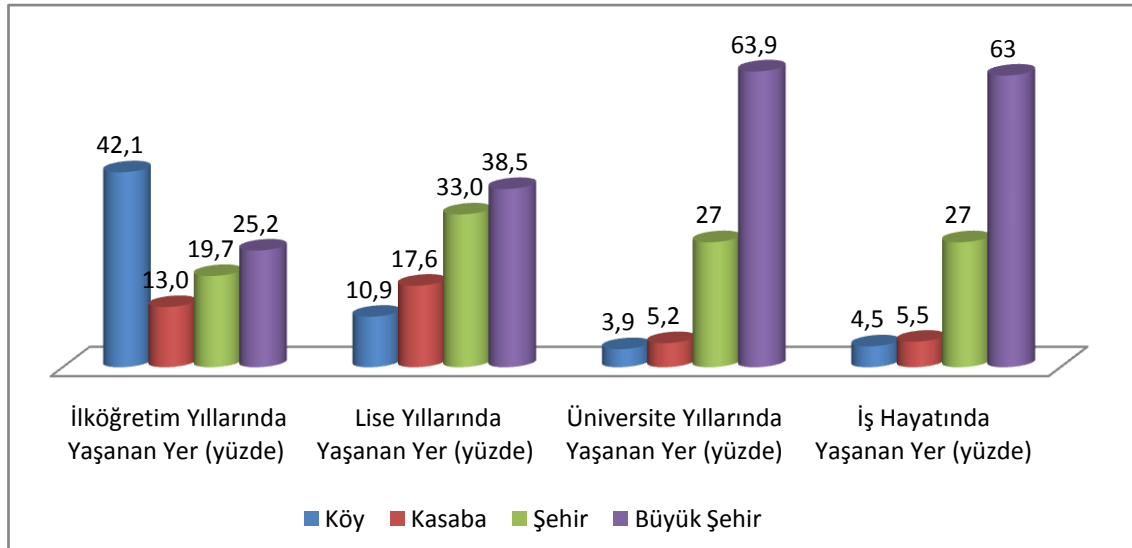
Tablo 4.15: Girişimci, Baba ve Annenin Yaşadıkları Yerler

		Dönemler	Köy	Kasaba	Şehir	Büyük Şehir
Hızlı Büyüyen Girişimci	Girişimci	İlköğretim	1(% 3,1)	3 (%9,4)	4(%12,5)	24 (%75)
		Lise	-	-	3(%9,4)	29 (%90,6)
		Üniversite	-	-	1(%3,1)	31 (%96,9)
		İş Hayatı	-	-	1(%3,1)	31 (%96,9)
	Baba	İlköğretim	12(%37,5)	4(%12,5)	7(%21,9)	9 (%28,1)
		Lise	3(%9,4)	5(%15,6)	12(%37,5)	12 (%37,5)
		Üniversite	-	2(%6,3)	7(%21,9)	23 (%71,9)
		İş Hayatı	-	-	5(%15,6)	27 (%84,4)
	Anne	İlköğretim	8(%25)	2(%6,3)	9(%28,1)	13 (%40,6)
		Lise	7(%21,9)	3(%9,4)	9(%28,1)	13 (%40,6)
		Üniversite	-	1(%3,1)	7(%21,9)	24 (%75)
		İş Hayatı	-	-	6(%18,8)	26 (%81,3)
Hızlı Büyümeyen Girişimci	Girişimci	İlköğretim	5(%4,9)	10(%9,8)	28(%27,5)	59 (%57,8)
		Lise	-	4(%3,9)	27(%26,5)	71 (%69,6)
		Üniversite	-	-	13(%12,7)	89 (%87,3)
		İş Hayatı	-	-	9(%8,8)	93 (%91,2)
	Baba	İlköğretim	41(%40,2)	13(%12,7)	20(%19,6)	28 (%27,5)
		Lise	12(%11,8)	21(%20,6)	29(%28,4)	40 (%39,2)
		Üniversite	4(%3,9)	6(%5,9)	29(%28,4)	63 (%61,8)
		İş Hayatı	5(%4,9)	4(%3,9)	32(%31,4)	61 (%59,8)
	Anne	İlköğretim	31(%30,4)	14(%13,7)	26(%25,5)	31 (%30,4)
		Lise	21(%20,6)	14(%13,7)	29(%28,4)	38 (%37,3)
		Üniversite	5(%4,9)	4(%3,9)	34(%33,3)	59 (%57,8)
		İş Hayatı	5(%4,9)	4(%3,9)	33(%32,4)	60 (%58,8)
Anket Genel	Girişimci	İlköğretim	24(%7,3)	35(%10,6)	84(%25,5)	187(%56,7)
		Lise	1(%0,3)	17(%5,2)	81(%24,5)	231 (%70)
		Üniversite	-	-	34(%10,3)	296(%89,7)
		İş Hayatı	2(%0,6)	-	25(%7,6)	303(%91,8)
	Baba	İlköğretim	139(%42,1)	43(%13)	65(%19,7)	83 (%25,2)
		Lise	36(%10,9)	58(%17,6)	109(%33)	127(%38,5)
		Üniversite	13(%3,9)	17(%5,2)	89(%27)	211(%63,9)
		İş Hayatı	15(%4,5)	18(%5,5)	89(%27)	208 (%63)
	Anne	İlköğretim	106(%32,1)	43(%13)	75(%22,7)	106(%32,1)
		Lise	72(%21,8)	43(%13)	88(%26,7)	127(%38,5)
		Üniversite	14(%4,2)	18(%5,5)	97(%29,4)	201(%60,9)
		İş Hayatı	14(%4,2)	18(%5,5)	92(%27,9)	206(%62,4)

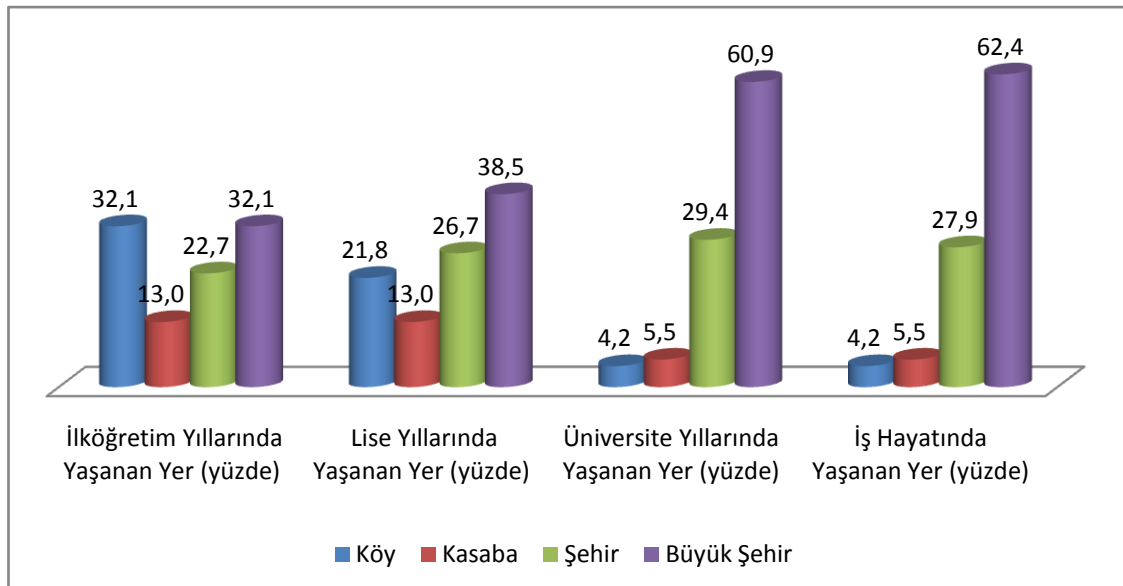
Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 75'i ilköğretim döneminde, yüzde 91'i lise döneminde, yüzde 97'si üniversite döneminde ve yüzde 97'si iş hayatını büyük şehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler. Hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yaklaşık yüzde 58'i ilköğretim döneminde, yüzde 70'i lise döneminde, yüzde 87'si üniversite döneminde ve yüzde 91'i iş hayatını büyük şehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler. Her iki grup karşılaştırıldığında büyük şehirlerde bulunma durumu hızlı büyüyen niteliğindeki girişimciler için daha yüksektir.

Girişimcilerin babalarına bakıldığında ise, yaklaşık yüzde 42'si ilköğretim döneminde, yüzde 71'i lise döneminde, yüzde 64'ü üniversite döneminde ve yüzde 63'ü iş hayatını büyükşehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler. Hızlı büyüyen girişimcilerin babalarının yaklaşık yüzde 50'si ilköğretim döneminde, yüzde 75'i lise döneminde, yüzde 94'ü üniversite döneminde ve yüzde 94'ü iş hayatını büyükşehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler. Hızlı büyümeyen girişimcilerin babalarının ise, yaklaşık yüzde 53'ü ilköğretim döneminde, yüzde 68'i lise döneminde, yüzde 90'ı üniversite döneminde ve yüzde 91'i iş hayatını büyükşehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler (bkz. Grafik 4.12).

Grafik 4.12: Babaların Dönemler İtibarıyla Yaşadıkları Yerler



Girişimcilerin annelerine bakıldığında; yaklaşık yüzde 32'si ilköğretim döneminde, yüzde 38'i lise döneminde, yüzde 61'i üniversite döneminde ve yüzde 62'si iş hayatını büyükşehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler. Hızlı büyüyen girişimcilerin annelerinin yaklaşık yüzde 41'i ilköğretim döneminde, yüzde 41'i lise döneminde, yüzde 75'i üniversite döneminde ve yüzde 81'i iş hayatını büyükşehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler. Hızlı büyümeyen girişimcilerinin ise annelerine yaklaşık yüzde 30'u ilköğretim döneminde, yüzde 37'si lise döneminde, yüzde 58'i üniversite döneminde ve yüzde 59'u iş hayatını büyükşehirlerde sürdürmüş ve sürdürmektedirler (bkz. Grafik 4.13).

Grafik 4.13: Annelerin Dönemler İtibarıyla Yaşadıkları Yerler

Hızlı büyüyen özelliği gösteren girişimci ve aileleri, hızlı büyüyen özelliği göstermeyenlere göre hayatlarının daha fazla bir bölümünün büyük şehirlerde geçirmişlerdir. Girişimcilik faaliyetleri büyük şehirlerin önemli bir fonksiyonudur. Buralardaki nüfus, müşteri potansiyeli, ölçek ekonomileri, işletme maliyetlerinin düşüklüğü ve nitelikli eleman bulabilme potansiyeli gibi şartların yanında bu kentlerin bireylere sunduğu daha iyi eğitim, sosyal koşullar fırsatlar, bilgi ve ilişki ağlarına yakınlık büyük kentleri cazibe merkezleri yapmaktadır.

Büyük kentlerin ticaret ve sanayi merkezleri olması, daha iyi eğitim olanakları ve girişimci kapasitesinin oluşmasında sağladığı faydalar göz önüne alındığında girişimcilerin ve onları fazlasıyla etkilediği düşünülen ailelerinin yaşadıkları yerler önem arz etmektedir. Diğer sosyal ve ekonomik koşullardan bağımsız olarak, büyük kentlerde yetişen, okuyan ve çalışan kişilerin uygun şartlar oluşması koşuluyla yenilikçi girişimci olma ihtimallerinin daha küçük kentlerde yaşayan insanlara göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Başta sosyalleşme süreci olmak üzere ailenin sahip olduğu meslek, eğitim düzeyi, ekonomik durumu, yaşadığı yer ve genel toplumsal statüsü girişimciliğin oluşumunu etkilemektedir (Hisrich ve Peters, 1998). Yapılan araştırmada girişimcilerin yüzde 62 gibi büyük bir kısmının ilk girişimcilik becerilerini aile ortamında kazanmış

oldukları açığa çıkmıştır. Bu girişimciler, yaşadıkları çocukluk ve yakın aile çevresinin kendilerini yarışmacı ve mücadeleci kıldığını belirtmişlerdir (TÜSİAD, 1987:37).

Gerek anket çalışması gerekse mülakatlardan görüleceği üzere ailenin girişimciliğin başlamasında ve başarılı olmasında önemli etkileri bulunmaktadır. Anket sonuçlarına göre son yıllarda ailesi kamu çalışanı olan girişimcilerde artış gözlenmektedir. Türkiye’de memur ailelerin sermaye birikimlerinin düşük olması ve risk alma hususlarında çekingen olmaları sonucunda girişimcilerin ailelerinden sermaye desteği almaları çok kolay olmayabilir. Bazı durumlarda ise sermaye desteği sağlanmış da olabilir. Dolayısıyla bu artışın gerçekleşmesinde kamu tarafından sağlanan hibe türü desteklerin sermaye sağlama ve risk karşısında beklenen kaybı azaltma yönüyle etkili olduğu ileri sürülebilir. Üçüncü bölümde anlatıldığı gibi Türkiye’de son yıllarda girişimciliğe yönelik destekler de önemli ölçüde artmıştır.

Coleman'a göre sosyal sermayenin en önemli etkilerinden biri, gelecek nesiller için beşeri sermaye oluşturma etkisidir. Güçlü ilişkilere sahip ailelerin yüksek derecede sosyal sermaye, yüksek eğitim seviyesine, beşeri sermaye oluşumuna ve yüksek ekonomik performansa destek olmaktadır (Coleman, 1988). Ailede alınan eğitim, ailenin ekonomik ve sosyal imkânları girişimcinin başarısını etkilemektedir. Annenin çalışması bu konuda önemli farklardan birini yaratmakta ve girişimcinin başarısını etkilemektedir. Annenin çalışması hem aileye ekonomik katkı sağlaması hem de çalışmanın getirdiği farkındalık ve fırsatlar ile bireyin yetişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda babanın yanında annenin de çalışması ailenin ve girişimcinin ulaşabileceği kaynakları ve ağları artırmaktadır. Bu artışın girişimcinin yetişme döneminden iş dünyasına atılması ve başarılı olmasına kadar birçok aşamada girişimciye katkıları olacaktır.

4.2. GİRİŞİMCİLERİN SOSYO-KÜLTÜREL FAALİYETLERİ

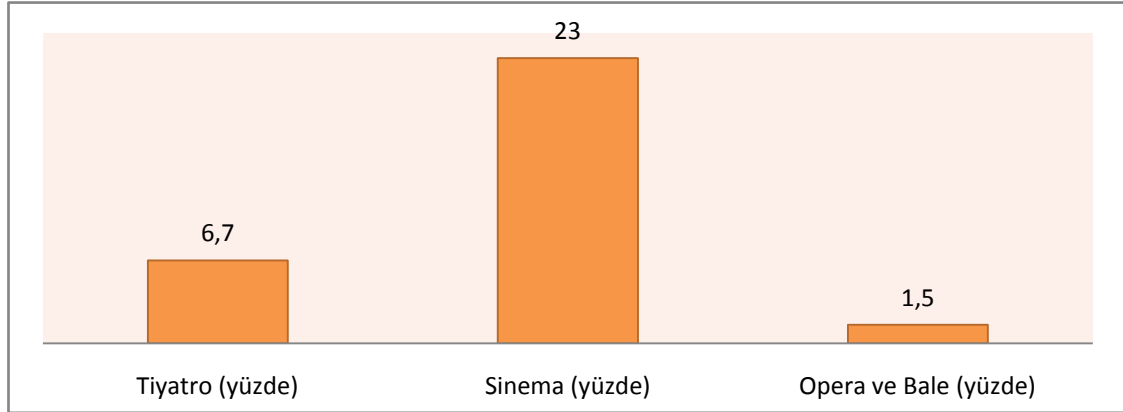
Ankete katılan girişimcilerin sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik faaliyetlerine ilişkin bilgiler Tablo 4.16’da verilmiştir.

Tablo 4.16: Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Faaliyetler

	Faaliyetler	Düzenli olarak	Bazen	Hiç
Hızlı Büyüyen Girişimci	Tiyatroya giderim	4 (% 12,5)	24 (% 75,0)	4(% 12,5)
	Sinemaya giderim	9 (% 28,1)	21 (% 65,5)	2 (% 6,3)
	Opera ve baleye giderim	-	16 (% 50,0)	16 (% 50)
	Kitap Okurum	13 (% 40,6)	18 (% 56,3)	1 (% 3,1)
	Günlük gazete okurum	21 (% 65,6)	10 (% 31,3)	1 (% 3,1)
	Yurtdışında tatil yaparım	10 (% 31,3)	15 (% 46,9)	7(% 21,9)
	Ekonomiyi takip ederim	26 (% 81,3)	6 (% 18,7)	-
	Dünya ekonomisini takip ederim	26 (% 81,3)	6 (% 18,7)	-
	Spor yaparım	13 (% 40,6)	17 (% 53,1)	2 (% 6,3)
	Çek up (genel sağlık kontrolü) yaparım	11 (% 34,4)	15 (% 46,9)	6(% 18,8)
	Facebook uygulamasını takip ederim	18 (% 56,3)	8 (% 25)	6 (% 18,7)
	Twitter uygulamasını takip ederim	17 (% 53,1)	8 (% 25,0)	7 (% 21,9)
	LinkedIn uygulamasını takip ederim	19 (% 59,4)	7 (% 21,9)	6(% 18,7)
	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Tiyatroya giderim	6 (% 5,9)	74 (% 72,5)
Sinemaya giderim		26 (% 25,5)	72 (% 70,6)	4 (% 3,9)
Opera ve baleye giderim		2 (% 1,96)	31 (% 30,4)	69(% 67,6)
Kitap Okurum		56 (% 54,9)	44 (% 43,1)	2 (% 1,96)
Günlük gazete okurum		79 (% 77,5)	20 (% 19,6)	3 (% 2,9)
Yurtdışında tatil yaparım		24 (% 23,5)	35 (% 34,3)	43(% 42,2)
Ekonomiyi takip ederim		77 (% 75,5)	22 (% 21,6)	3 (% 2,9)
Dünya ekonomisini takip ederim		54 (% 52,9)	31 (% 30,4)	17(% 16,7)
Spor yaparım		36 (% 35,3)	55 (% 53,9)	11(% 10,8)
Çek up (genel sağlık kontrolü) yaparım		28 (% 27,5)	38 (% 37,3)	36(% 35,3)
Facebook uygulamasını takip ederim		25 (% 24,5)	41 (% 40,2)	36(% 35,3)
Twitter uygulamasını takip ederim		17 (% 16,7)	25 (% 24,5)	60(% 58,8)
LinkedIn uygulamasını takip ederim		20 (% 19,6)	30 (% 29,4)	52 (% 51)
Genel Toplam		Tiyatroya giderim	22 (% 6,7)	231 (% 70,0)
	Sinemaya giderim	76 (% 23,0)	239 (% 72,4)	15 (% 4,5)
	Opera ve baleye giderim	5 (% 1,5)	112 (% 33,9)	213(% 64,5)
	Kitap Okurum	178 (% 53,9)	143 (% 43,3)	9 (% 2,7)
	Günlük gazete okurum	234 (% 70,9)	83 (% 25,2)	13 (% 3,9)
	Yurtdışında tatil yaparım	55 (% 16,7)	134 (% 40,6)	141(% 42,7)
	Ekonomiyi takip ederim	231 (% 70,0)	88 (% 26,7)	11 (% 3,3)
	Dünya ekonomisini takip ederim	176 (% 53,3)	121 (% 36,7)	33 (% 10)
	Spor yaparım	112 (% 33,9)	196 (% 59,4)	22 (% 6,7)
	Çek up (genel sağlık kontrolü) yaparım	71 (% 21,5)	147 (% 44,5)	112(% 33,9)
	Facebook uygulamasını takip ederim	105 (% 31,8)	130 (% 39,4)	95(% 28,8)
	Twitter uygulamasını takip ederim	59 (% 17,9)	86 (% 26,1)	185(% 56,1)
	LinkedIn uygulamasını takip ederim	85 (% 25,8)	107 (% 32,4)	138(% 41,8)

Girişimcilerin yaklaşık yüzde 7'si tiyatroya, yüzde 23'ü sinemaya, yüzde 2'si opera ve baleye düzenli olarak gittiğini ifade etmiştir (bkz. Grafik 4.14).

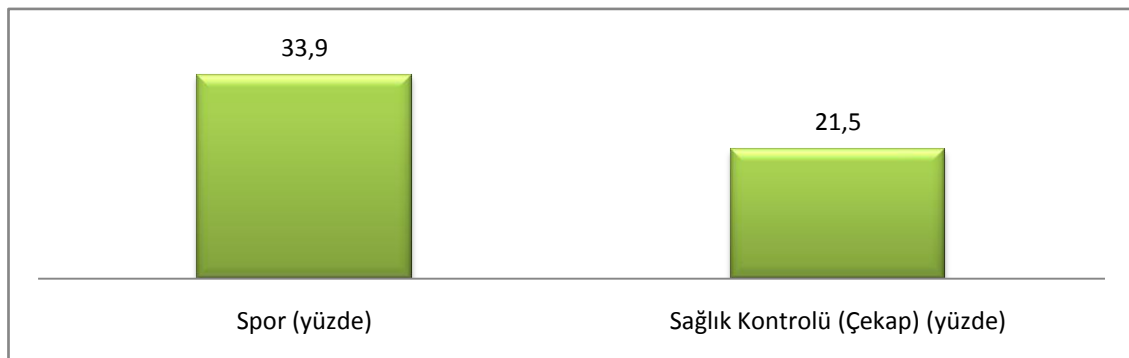
Grafik 4.14: Girişimcilerin Kültürel Faaliyetlere Katılım Oranları



Girişimcilerin yüzde 54'nün kitap okuma, yüzde 71'nin günlük gazete okuma, yüzde 70'inin ekonomiyi takip etme, yüzde 53'ünün de dünya ekonomisini takip etme konularında düzenli faaliyetleri bulunmaktadır. Girişimcilerin yüzde 17'si düzenli olarak yurtdışında tatil yapmaktadır.

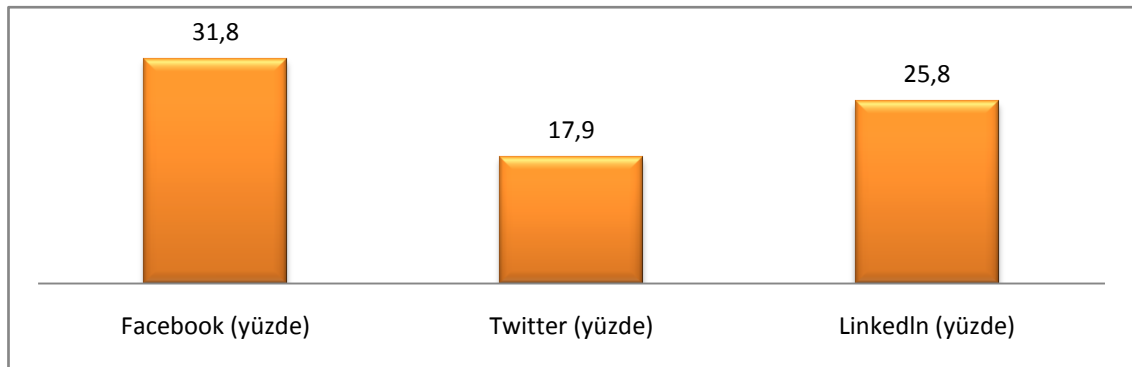
Girişimcilerin sağlık kontrolleri spora verdikleri önem incelendiğinde bunların yüzde 34'ü düzenli olarak spor yaparken yüzde 21'i ise düzenli olarak çekap yaptırmaktadır (bkz. Grafik 4.15).

Grafik 4.15: Düzenli Sağlık ve Spor Faaliyetleri



Girişimcilerin teknoloji aracılığıyla iletişime verdikleri önemi anlamak amacıyla internet kullanımlarına paralel olarak yaygınlaşan iletişim araçlarına ilişkin kullanım düzeyleri incelenmiştir. Girişimcilerin yüzde 32'si düzenli olarak facebook, yüzde 18'i düzenli olarak twitter ve yüzde 26'sı düzenli olarak linkedin uygulamasını takip etmektedir (bkz. Grafik 4.16).

Grafik 4.16: Sosyal Ağların Düzenli Kullanım Oranları



Hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen girişimciler arasında en önemli farklılıklar, dünya ekonomisinin takibi ile facebook, twitter ve linkedin uygulamalarını kullanma durumlarındadır. Sosyal medyanın ve profesyonel ağların kullanımı bakımından hızlı büyüyen girişimcilerin daha etkin olduğu görülmektedir. Girişimcilerin sosyal bir kişilik sahibi olması, çeşitli organizasyonlara ve ağlara dahil olmaları ve sosyal çevresini aynı zamanda işini geliştirebilmek için kullanmaları onların başarısını artırabilmektedir. Bu kapsamda girişimcilerin günlük işlerinin yanı sıra sosyal ve profesyonel ağları düzenli olarak takip etmeleri onların sahip oldukları sosyal sermayeyi etkin kullanmak yönünde çabaları olduğunu ve bu bilince sahip olduklarının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Dünya ekonomisini düzenli olarak takip etme ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, dünya ekonomisini düzenli olarak takip eden hızlı büyüyen işletmelerin oranı hızlı büyümeyenlere oranla daha fazladır (yüzde 81,3'e karşın yüzde 52,9). Dünya ekonomisi düzenli olarak takip etmek hızlı büyüyen olma üzerinde istatistiki olarak anlamlı ($p=0,014$) bir ilişkiye sahiptir (bkz. Tablo 4.17). Bu durum hızlı büyüyen girişimcilerin sadece yerel ekonomileri değil küresel ekonomiyi de takip etme hususunda hızlı büyümeyen girişimciler ile karşılaştırıldığında daha duyarlı olduklarını göstermektedir. Dünya ekonomisindeki gelişmeleri takip etmek, kendi sektörüyle ilgili

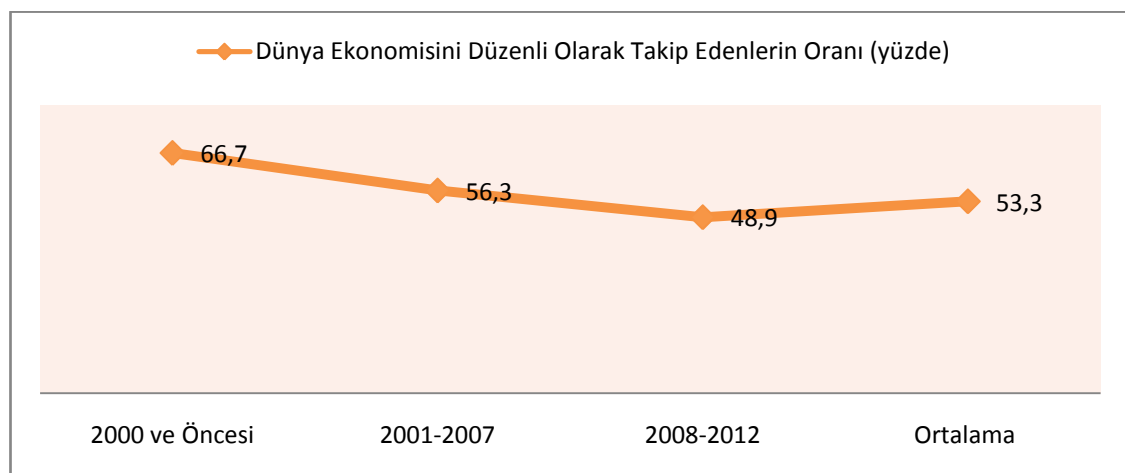
gelişmiş ülkelerdeki uygulamaları bilmek, girişimcinin sonraki dönemde Türkiye'ye yansıtacak gelişmelere karşı hazırlıklı olmasını sağlayabilecektir. Bu durum yabancı dili etkin kullanmayı gerektirmektedir.

Tablo 4.17: Dünya Ekonomisini Takip ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Düzenli Olarak	54(% 52,9)	26(% 81,3)	80
Bazen	31(% 30,4)	5(% 15,6)	36
Hiç	17(% 16,7)	1(% 3,1)	18
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 8,572$ sd = 2, p = 0,014 < 0,05		FET:0,013	

Grafik 4.17'de girişimcilerin kuruluş yılları itibarıyla dünya ekonomisini takip etme durumunun değişimi gösterilmektedir. 2000 yılı öncesinde girişimcilerin yüzde 68'i tarafından takip edilen dünya ekonomisi yıllar içinde düşerek yüzde 53'lere gerilemiştir. Bir başarı faktörü olarak dünya ekonomisinin takip edilmesi oranlarının düşüş eğilimi girişimcilerin dünya ekonomisini takip etme ile elde edecekleri avantajları daha az yakalayacaklarını gösterebilmektedir.

Grafik 4.17: Dünya Ekonomisini Takip Etme Oranı



Facebook kullanımının hızlı büyüyen durumu üzerindeki ilişkisi incelendiğinde, Hızlı büyüyen grupta düzenli olarak kullanan girişimcilerin oranı hızlı büyümeyen gruba oranla daha yüksek olduğu görülmektedir (yüzde 56,3'e karşın yüzde 24,5). Hızlı büyüyen grupta facebook kullanım oranı istatistikî açıdan anlamlı ($p=0,003$) bulunmuştur. Facebook kullanımı ile hızlı büyüyen olma arasında bir ilişki görülmektedir (bkz. Tablo 4.18).

Tablo 4.18: Facebook Kullanımı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Kullanım Düzeyi	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Düzenli Olarak	25 (% 24,5)	18 (% 56,3)	43
Bazen	41 (% 40,2)	8 (% 25)	50
Hiç	36 (% 35,3)	6 (% 18,7)	41
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 11,678$ sd = 2, p = 0,003 < 0,05			

Twitter kullanımı ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, hızlı büyüyen grupta sosyal paylaşım sitelerinden twitterı düzenli olarak kullanan girişimcilerin oranı hızlı büyümeyen gruba oranla daha yüksektir (yüzde 53,1'e karşın yüzde 16,7). Hızlı büyüyen grupta twitter kullanım oranı istatistikî açıdan anlamlı ($p<0,001$) bulunmuştur. Twitter kullanımı ile hızlı büyüyen olma arasında bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.19).

Tablo 4.19: Twitter Kullanımı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Kullanım Düzeyi	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Düzenli Olarak	17 (% 16,7)	17 (% 53,1)	34
Bazen	25 (% 24,5)	8 (% 25)	33
Hiç	60 (% 58,8)	7 (% 21,9)	67
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 19,414$ sd = 2, p < 0,001			

LinkedIn kullanımı ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, Hızlı büyüyen grupta sosyal paylaşım sitelerinden linkedlni düzenli olarak kullanan bireylerin oranı hızlı büyümeyen gruba oranla daha yüksektir (yüzde 59,4'e karşın yüzde 19,6). Hızlı büyüyen grupta linkedIn kullanım oranı istatistiksel açıdan anlamlı ($p < 0,001$) bulunmuştur. LinkedIn kullanımı ile hızlı büyüyen olma arasında bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.20).

Tablo 4.20: LinkedIn Kullanımı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

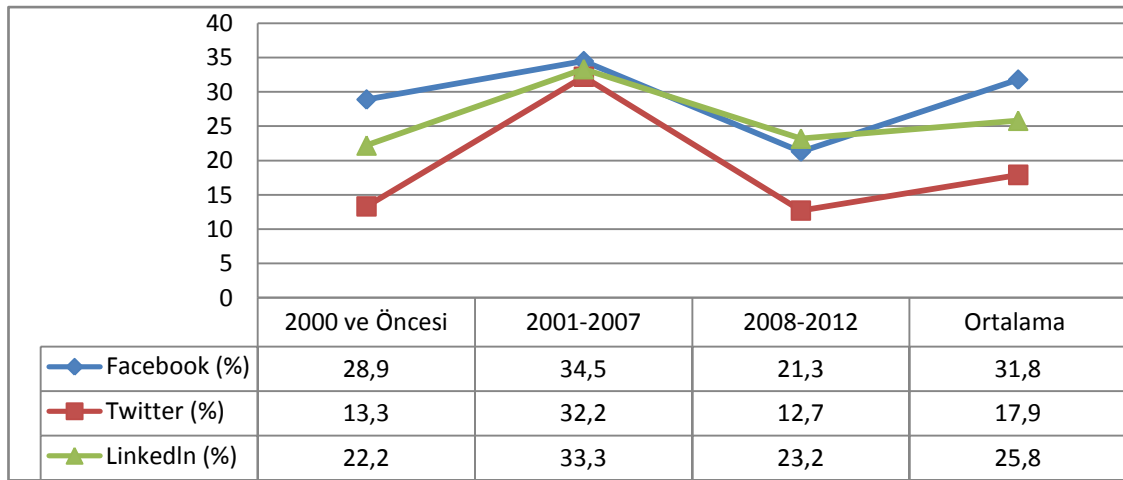
Kullanım Düzeyi	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Düzenli Olarak	20 (% 19,6)	19 (% 59,4)	39
Bazen	30 (% 29,4)	7 (% 21,9)	39
Hiç	52 (% 51)	6 (% 18,7)	56
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 21,880$ sd = 2, $p < 0,001$			

Hızlı büyüyen girişimcilerde facebook, twitter ve linkedln uygulamalarını kullanma oranlarının yüksekliği ile sağlanan başarı arasında güçlü ilişkiler bulunmaktadır. Bu durum hızlı büyüyen girişimcilerin sosyal iletişim araçlarını daha iyi kullandıklarını göstermektedir. Girişimci kişiliğin önemli özelliklerinden olan etkili iletişim, sosyal ağlar içinde bunlardan yararlanma hızlı büyüyen girişimciler arasında daha sık görülmektedir. Bu durum hızlı büyüyen girişimcilerin sosyal çevreleriyle ve tanımadıkları kişilerle iletişime geçmede daha dışa dönük olduklarını; söz konusu iletişim kanallarından edindikleri bilgilerin başarıyı sağlamalarına faydası olduğu ileri sürülebilir.

Bir girişimci bu konuya ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmektedir. *"Facebook'ta tüm okul arkadaşlarım var, bunların her biri bir yerlerde mühendis veya girişimci. Dost sohbetlerinin yanında ne zaman bilmediğim bir konu veya durumla karşılaşsam muhakkak yol gösteren ve faydalı bilgiler veren arkadaşlarım oluyor. Bu da işlem maliyetlerimi ve bu konuya harcayacağım zamanı azaltıyor. Diğer taraftan twitteri sadece iş için kullanıyorum. Burada dünyadaki gelişmeleri takip ediyor, sektörümde önde giden şirketleri ve girişimcileri takip ediyorum"* (G16). Başka bir girişimci ise aynı

konuda görüşlerini şöyle ifade etmektedir. *"Bunlara çok fazla vakit harcamadığınız sürece son derece faydalı olabiliyorlar. Ben her gün değil ama haftada 3-4 kez ne var ne yok diye bakarım. Bazen işimle ilgili araştırmalar yaparım ve bu bağlamda bazı arkadaşlar ile haberleşiriz, bilginin paylaşımı ve yayılımı için internet ve bu kanallar çok önemli"* (G17). Diğer bir girişimci ise görüşlerini şöyle ifade etmektedir. *"Face'de arkadaşlarımla görüşüyor yeni arkadaşlıklar ediniyorum. Twitteri, Ar-Ge ve yenilik politika ve uygulamalarına yönelik takip ediyorum. Diğerinde de profesyonel olarak benim işimi yapan veya benzer işleri yapan insanlarla bir ağa dahil oluyorum. Buralarda bazen hiç tahmin edemeyeceğiniz alanlar hakkında bilgi sahibi oluyorsunuz. Bazen bu bilgiler girişiminizde maliyetlerinizi düşürüyor"* (G19). Girişimci karşı karşıya kaldığı sorunları çeşitli sanal ortamlarda paylaşarak, o konuda tecrübesi olan insanlardan yardım alabilmekte, bilgisini ve tecrübesini artırarak sorunlarının çözülmesini sağlayabilmektedir. Buna karşılık kendisi de, bilgi ve tecrübesiyle diğer bireylerin yararlanabileceği bir kaynak olmaktadır. Bu durumda sosyal iletişim araçlarının etkin kullanımı, çeşitli ağlara ve tartışma platformlarına katılım, girişimcilerin sosyal sermaye güçlerini ve etki alanlarını artırarak girişimcilerin işletme başarılarını etkileyebilecektir.

Grafik 4.18'de girişimcilerin sosyal ağları kullanım oranları yıllar itibariyle gösterilmektedir. 2001-2007 döneminde işletmelerini kuran girişimcilerin sosyal ağları kullanma oranlarının en üst düzeye çıktığını sonraki yıllarda işletmelerini kuran girişimcilerin sosyal ağları takip oranlarının düştüğü görülmektedir. Bu eğilim başarı faktörü olarak çıkan sosyal ağların kullanma oranlarının düşmesini ve gelecekte girişimcilerin söz konusu ağların faydalarından yararlanma olasılığını düşeceğini göstermektedir.

Grafik 4.18: Sosyal Ağların Kullanım Oranları

Girişimcilerin sosyal ağların yanında iş çevrelerini geliştirmelerinin önemli faydaları bulunmaktadır. Bir girişimci bu konudaki düşüncelerini şöyle ifade etmektedir. *“Sosyal bir yapıya sahip olmamın faydaları çok büyüktür. Örneğin sosyal hayatta üye olduğum dernekler vardır. Pazar sabahları topluca kahvaltı yaparız. Bunları üye olduğum dernek ve vakıflar düzenler. Bunun çok etkisi oldu işletme başarımda. Mesela yeni projem bu toplantılardan birinde konuştuğum başka bir hocanın anlattıklarından etkilenerek oldu. Hocanın söyledikleri benim kafamda hemen şimşek çaktırdı. Diğer taraftan üye olduğum bu birliklerde her sektörden çeşitli uzmanlık alanlarında insanlar ile tanışıyorsunuz ve sizin bilemeyeceğiniz bazı sorunları çözebilecek bir network ün içerisinde oluyorsunuz. Biz sonuçta her şeyi bilemeyiz ve her şey için bir istihdam sağlayamayız. Ama bu bağlantılar birçok sorunu aşmamı veya aşma yöntemini bulma konusunda çok yardımcı olmaktadır. Bir taraftan da keyif alıyorum. Sosyal ortamlarda işimi büyütmek için bulunmuyorum ama bu benim işimi de büyütüyor. Masonik teşkilatlar, cemaatler ve siyasi partiler var bu üç yapılanma da ticarete işe yaramaktadır”* (G1). Aynı konuda başka bir girişimci görüşlerini şöyle ifade etmektedir. *“Üye olduğum derneklerin işimde bazen çok faydası oluyor. Düzenledikleri etkinliklere muhakkak katılıyorum. Bu etkinliklerde sektörden farklı kişilerle tanışmak hem çevremi genişletiyor hem de anlatılanlardan yeni şeyler öğreniyorum. Bu durum bazen doğrudan satış yapmanızı da sağlayabiliyor”* (G17).

Putnam, bireylerin ilişki ağlarına dahil olması ve sivil toplum kuruluşlarına katılması sahip oldukları ekonomik ve beşeri sermayenin faydasını arttırmaktadır (Putnam, 1995:4) diyerek güven ve sosyal iletişim ağlarının geliştiği yerlerde bireyin, işletme, bölge ve ulusal düzeyde zenginleşileceğini iddia etmektedir (Putnam, 2000:319). İş dünyasında oluşturulacak birliktelikler birçok avantajı beraberinde getirmektedir. Özellikle küçük ve yeni kurulan işletmeler için yeni çevreler edinmek, yeni ağlara girmek, onların sorunlarını çözmeye, satış ve pazar şanslarını arttırmada, yeni projelere girmelerinde ve dolayısıyla hayatta kalıp büyümelerinde son derece önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilerin ilgili mesleki örgütlere, derneklere, vakıflara ve sivil toplum kuruluşlarına üye olmalarının desteklenmesi onların sosyal sermaye güçlerini artıracak bir unsurdur.

Tablo 4.21’de girişimcilerin sahip oldukları mal varlıkları ve kullandıkları araçlar bulunmaktadır. Girişimcilerin yaklaşık yüzde 63’ünün kendisine ait evi, yüzde 70’inin arsa yatırımı ve yüzde 80’inin kendisine ait otomobili bulunmaktadır. Diğer taraftan girişimcilerin yüzde 35’inde teknoloji kullanımına yönelik navigasyon sistemi, yüzde 78’inde akıllı telefon ve yüzde 42’sinde de tablet bilgisayar bulunmaktadır.

Tablo 4.21: Girişimcilerin Sahip Oldukları Varlıklar

	Sorular	Evet
Hızlı Büyüyen Girişimci	Kendinize ait eviniz var mı?	25 (%78,1)
	Kendinize ait arsanız var mı?	14 (%43,8)
	Kendinize ait otomobiliniz var mı?	28 (%87,5)
	Otomobil varsa navigasyon sisteminiz var mı?	10 (%31,3)
	Akıllı telefona sahip misiniz?	30 (%93,8)
	Tablet bilgisayarınız var mı?	25 (%78,1)
Hızlı Büyümeyen Girişimci	Kendinize ait eviniz var mı?	81 (%79,4)
	Kendinize ait arsanız var mı?	46 (%45,1)
	Kendinize ait otomobiliniz var mı?	94 (%92,2)
	Otomobil varsa navigasyon sisteminiz var mı?	48 (%47,1)
	Akıllı telefona sahip misiniz?	88 (%86,3)
	Tablet bilgisayarınız var mı?	48 (%47,1)
Genel Toplam	Kendinize ait eviniz var mı?	207 (%62,7)
	Kendinize ait arsanız var mı?	96 (%29,1)
	Kendinize ait otomobiliniz var mı?	264 (%80)
	Otomobil varsa navigasyon sisteminiz var mı?	115 (%34,8)
	Akıllı telefona sahip misiniz?	259 (%78,5)
	Tablet bilgisayarınız var mı?	139 (%42,1)

4.3. GİRİŞİMCİLERİN DENEYİMLERİ

Girişimcilerin iş kurmadan önceki deneyimlerine ilişkin bilgiler Tablo 4.22’de verilmektedir. Girişimcilerin yüzde 48’inin iş ile ilgili staj yapma, yüzde 70’inin işini kurmadan önce çalışma, yüzde 70’inin daha önce işi ile ilgili bir yerde çalışma, yüzde 48’inin iş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulunma, yüzde 13’ünün girişimcilik eğitimi alma, yüzde 75’inin işini kurarken iş planı hazırlama deneyimi bulunmaktadır. Girişimcilerin yüzde 18’inin ise daha önce başarısız bir girişimi bulunmaktadır. Diğer taraftan girişimcilerin yüzde 74’ü kurdukları iş ile aldıkları üniversite eğitimi paraleldir.

Hızlı büyüyen girişimcilerin; yüzde 63’ü staj, yüzde 100’ü çalışma, yüzde 75’i işle ilgili çalışma, yüzde 81’i iş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulunma, yüzde 3’ü girişimcilik eğitimi alma, yüzde 66’sının iş planı hazırlama ve yüzde 28’inin daha önce başarısız bir girişimi deneyimine sahiptir. Bu girişimcilerin yüzde 88’inin işi ile aldıkları eğitim konusu aynıdır. Hızlı büyümeyen girişimcilerin; yüzde 41’i staj, yüzde 79’u çalışma, yüzde 59’u işle ilgili çalışma, yüzde 44’ü iş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulunma, yüzde 13’ü girişimcilik eğitimi alma, yüzde 65’inin iş planı hazırlama ve yüzde 14’ünün daha önce başarısız bir iş girişim deneyimine sahiptir. Bu girişimcilerin yüzde 65’inin işi ile aldıkları eğitim konusu aynıdır.

Tablo 4.22: Girişimcilerin Deneyimleri

Sorular		Evet	Hayır	Kısmen
Hızlı Büyüyen Girişimci	İşinizi kurmadan önce işinizle ilgili staj yaptınız mı?	20(% 62,5)	11(%34,4)	1(% 3,1)
	İşinizi kurmadan önce herhangi bir işyerinde çalıştınız mı?	32 (% 100)	-	-
	Daha önce işinizle ilgili bir işyerinde çalıştınız mı?	24 (% 75)	8 (% 25)	-
	İş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulundunuz mu?	26 (% 81,3)	6 (% 18,8)	-
	Kurduğunuz işin aldığınız bir eğitimle doğrudan bir ilişkisi var mı?	28 (% 87,5)	3 (% 9,4)	1 (% 3,1)
	İşinizi kurarken girişimcilik eğitimi aldınız mı?	1 (% 3,1)	31 (% 96,9)	-
	İşinizi kurarken iş planı hazırladınız mı?	21 (% 65,6)	9(% 28,1)	2(% 6,3)
	Daha önce başarısız bir girişiminiz oldu mu?	9(% 28,1)	21(% 65,6)	2(% 6,3)
Hızlı Büyüyenmeyen Girişimci	İşinizi kurmadan önce işinizle ilgili staj yaptınız mı?	42 (% 41,2)	49 (% 48,0)	11(%10,8)
	İşinizi kurmadan önce herhangi bir işyerinde çalıştınız mı?	81 (% 79,4)	21 (% 20,6)	-
	Daha önce işinizle ilgili bir işyerinde çalıştınız mı?	60 (% 58,8)	39 (% 38,2)	3 (% 2,9)
	İş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulundunuz mu?	45 (% 44,1)	57 (% 55,9)	-
	Kurduğunuz işin aldığınız bir eğitimle doğrudan bir ilişkisi var mı?	66 (% 64,7)	18 (% 17,6)	18 (% 17,6)
	İşinizi kurarken girişimcilik eğitimi aldınız mı?	13 (% 12,7)	89 (% 87,3)	-
	İşinizi kurarken iş planı hazırladınız mı?	66 (% 64,7)	29 (% 28,4)	7 (% 6,9)
	Daha önce başarısız bir girişiminiz oldu mu?	14 (% 13,7)	79 (% 77,5)	9 (% 8,8)
Genel Toplam	İşinizi kurmadan önce işinizle ilgili staj yaptınız mı?	159 (% 48,2)	132 (%40)	39(%11,)
	İşinizi kurmadan önce herhangi bir işyerinde çalıştınız mı?	232 (% 70,3)	89 (% 27)	9 (% 2,7)
	Daha önce işinizle ilgili bir işyerinde çalıştınız mı?	232 (% 70,3)	89 (% 27)	9 (% 2,7)
	İş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulundunuz mu?	157 (% 47,6)	167 (% 50,6)	6 (% 1,8)
	Kurduğunuz işin aldığınız bir eğitimle doğrudan bir ilişkisi var mı?	245 (% 74,2)	45 (% 13,6)	40(%12,)
	İşinizi kurarken girişimcilik eğitimi aldınız mı?	43 (% 13,0)	287 (% 87)	-
	İşinizi kurarken iş planı hazırladınız mı?	248 (% 75,2)	59 (% 17,9)	23(% 7,0)
	Daha önce başarısız bir girişiminiz oldu mu?	58 (% 17,6)	252 (%76,4)	20(% 6,1)

Söz konusu özelliklerde girişimcilik eğitimi dışında hızlı büyüyen girişimciler hızlı büyüyenler karşılaştırıldığında ise farklılıklar bulunmaktadır. İş amaçlı yurt dışında bulunma, staj, çalışma ve eğitimleri doğrultusunda iş kurma gibi tecrübelerinde farklar en yüksek düzeyde bulunmaktadır.

Mülakat yapılan girişimcilerden girişimcilik eğitimleri konusunda çeşitli görüşler gelmiştir. Girişimcilik eğitimlerine ilişkin olarak bu eğitimi alan bir girişimci konuya ilişkin düşüncesini aşağıdaki gibi ifade etmektedir. *“Girişimcilik eğitimlerinin önemli faydaları bulunmaktadır. Girişimcilik eğitimlerinin sayısı artmasına rağmen Ar-Ge yapan girişimcilerin bu eğitimi alma oranlarının düşük olduğunu tahmin ediyorum. Bunun iki nedeni olduğunu düşünüyorum. Birincisi Ar-Ge yapan insanlar zaten yeterince donanımlı oldukları için ihtiyaçları olmadığını ve girişimcilik eğitimlerinin işe yaramadığını düşünüyorlar. İkincisi benim aldığım eğitim gerçekten eğitim düzeyi daha düşük insanlara yöneliktir. Bence bu eğitimlerin uygun modüller ile çekici hale getirilmesi, niteliklerinin artırılarak yenilikçi girişimcilere yönelik hale getirilmesi gerekmektedir. Bir de Ar-Ge projelerine destek sağlayan kurumların ilk girişimciliğe başlarken bu eğitimi zorunlu tutmalarının faydaları olabilir”* (G20).

Bir başka girişimci ise konuya ilişkin düşüncelerini şöyle ifade etmektedir. *“Girişimcilik eğitimlerinin 100 binlere ulaşmasından ziyade bu işlerin etkin yapılması gerekir. Bana göre, üniversitelerde verilecek kısa teorik bilgi ve başarı örneklerinin incelenmesi yanında öğrencilerin staj ve çalışmaya yönlendirilmesi, gelecekte insanların girişimci olmalarında ve başarılarında önemli etkiler sağlayacaktır. Kaldı ki üniversitelerin ellerinde artık gelişmiş teknoparklar olması, öğretim üyelerinin bu yerlerde iş kurmaları, bu çalışma ortamını da kendiliğinden sağlayabilecektir. Örneğin teknoparkta bulunan işletmeler o üniversiteden öğrencilere girişimcilik dersi kapsamında staj ve yarı zamanlı çalışma ayarlamaları durumunda üniversite tarafından alınan kiralarda indirimle gidilebilir. Dolayısıyla öğrenciler Ar-Ge kültürü ve gerçek girişimcilikle tanışırlar. Bunlar için dünyayı yeniden keşfetmeye de gerek yok ABD'nin bu işi nasıl yaptığına bakılması yeterli olabilir”* (G17).

Son yıllarda Türkiye'de girişimcilik eğitimlerinin sayısı ve niteliği artmıştır. 2010-2012 döneminde yaklaşık 110 bin potansiyel girişimciye girişimcilik eğitimleri verilmiş ve yaklaşık 4 bin girişimci işlerine başlamıştır (KOSGEB, 2012). Anket genelinde ise girişimcilik eğitimlerini alan girişimcilerin oranı yüzde 13 düzeyindedir. Bilindiği gibi yenilikçi girişimcilerin tamamına yakını mühendis kökenli olup alanlarının uzmanı olan kişilerdir. Ancak genellikle bu kesimin işletme yönetimi, kurumsallaşma, muhasebe ve finansman konularında bilgi düzeyleri yeterli

değildir. Bu yüzden girişimcilik eğitimlerinin yenilikçi girişimciler için çok faydası olabilir. Bu kesimin eğitimlerden yararlanabilmesi için girişimcilik eğitimlerinin içeriği ve farkındalığı konusunda çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Girişimcilerin iş kurmadan önce herhangi bir yerde çalışmasının hızlı büyüyen olma ile ilişkisi incelendiğinde; hızlı büyüyen girişimcilerin sayısı, hızlı büyümeyenlere göre daha yüksektir (yüzde 100'e karşın yüzde 79,4). Hızlı büyüme ile iş kurmadan önce herhangi bir yerde çalışmak arasında bir ilişki ($p=0,010$) bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.23).

Tablo 4.23: İş Kurmadan Önce Çalışma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Çalışma Durumu	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Evet	81 (%79,4)	32 (%100)	113
Hayır	21 (%20,6)	-	20
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 7,813$ sd = 2, p = 0,020 < 0,05 * FET:0,04			

Daha önce iş tecrübesi edinmenin hiç çalışmadan girişimci olanlara göre önemli avantajları bulunmaktadır. Tecrübenin önemli olduğu alanlardan birisi kuşkusuz çalışma deneyimidir. Girişimcilerin çalışmış olmaları onların girişimcilik yeteneklerini arttırdığı gibi bir işletmenin nasıl yönetileceği, müşteri ilişkileri, ihtiyaç duyabileceği her türlü araç ve bilgi için nereye başvurabileceğini bilmeleri açısından faydaları bulunmaktadır. Diğer taraftan bu tecrübelerin yanında daha önce çalışmanın potansiyel müşterilere yönelik bir çevre edinimini ve rekabet edeceği işletmeleri de tanımış olma fırsatını beraberinde getirmiş olabilir. Çevrenin genişlemesi de sosyal sermayenin gelişmesinden dolayı yeni fırsatların yakalanma ihtimalini artırmaktadır.

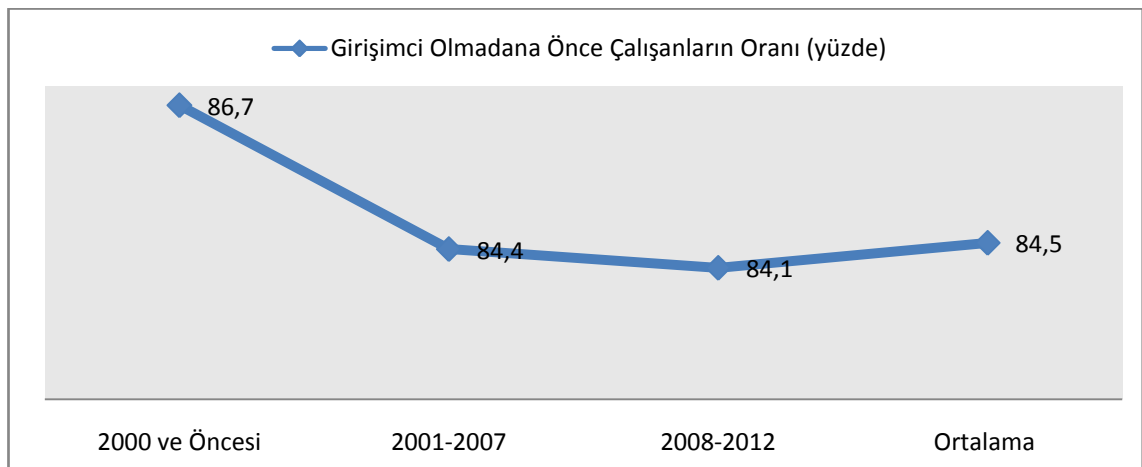
Mülakat yapılan bir girişimci çalışma deneyimi için şöyle düşünmektedir. “Uzun süre yurt içi ve yurt dışında (ABD) farklı sektörlerde kadrolu personel ve bağımsız uzman olarak çalıştım. Şimdiki başarımda bu tecrübemin önemli faydaları olmuştur” (G7). Daha önce çalışmadan işini kuran bir girişimci ise durumu şöyle değerlendirmektedir. “Biz üniversiteyi bitirince hiç çalışmadan iki ortak kendi işimizi

kurduk. Sizin anlayacağınız işi işte öğrendik. Çok keyifli yanları var ama çok fazla bedel ödediğimizi söyleyebilirim. En azından birimizin çalışma tecrübesi olsaydı birçok konuda fazla zaman kaybetmezdik. Tecrübe gerçekten maliyetli bir şey” (G17). Bazı durumlarda girişimciliğe başlamadan önce yapılan işlerin olumsuz etkileri de bulunabilmektedir. “Arkadaşlarım biz de şirket kuracağız ama biraz çalıştıktan sonra, tecrübe kazandıktan sonra gireceğiz bu işlere diyorlardı. Ben onların görüşlerine katılmıyordum. Çünkü bir çarka girdikten sonra ve evlendikten sonra işler iyice zorlaşıyor. Nitekim sonra şirket kuracağız diyen birçok arkadaşım şimdi işletme sahibi değiller. Yeni mezunlar daha çok risk alıyorlar ancak beş sene sonra risk almak zorlaşıyor” (G1).

Bu durumda anket ve mülakatlardan insanların bir yerlerde çalıştıktan ve belirli tecrübeleri edindikten sonra girişimci olmalarının başarılarının arttığı sonucu çıkmaktadır. Ancak çalışma süresinin uzaması ise potansiyel girişimciliğin engellenmesine neden olabilmektedir. Evlilik ve çocuk sahibi olma ile çeşitli ihtiyaçlar çerçevesinde ev ve araba borçlanmaları gibi faktörler riskten kaçınmayı beraberinde getirerek girişimciliğe atılacak şartları ortadan kaldırmaktadır. Özellikle sermaye kısıtlı olan girişimciler için bu durum daha da belirgin hale gelmektedir.

Girişimciliğe başlamadan önce çalışma deneyimine ilişkin bilgiler Grafik 4.19'da gösterilmektedir. 2000 yılı ve öncesinde işlerini kuran girişimcilerin yüzde 87'si çalışma deneyimine sahip iken bu oran 2012 yılında yüzde 84'e gerilemiştir.

Grafik 4.19: Girişimci Olmadan Önce Çalışma Oranı



Girişimcilerin iş kurmadan önce iş amaçlı yurtdışında bulunma durumlarının hızlı büyüyen olma ile ilişkisi incelendiğinde; iş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulunma ile hızlı büyüme arasında bir ilişki ($p < 0,001$) bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.24).

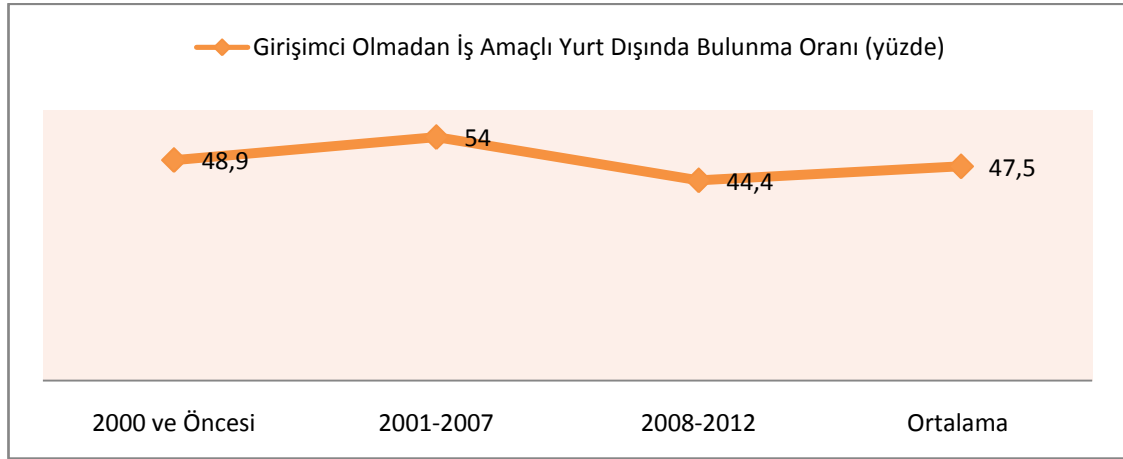
Tablo 4.24: İş Amaçlı Yurtdışı Deneyimi ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Yurtdışı Deneyimi	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Evet	45(%44,1)	26(%81,2)	71
Hayır	57(%55,9)	6(%18,8)	63
Toplam	102	32	134
$\chi^2_p = 13,482$ sd =1, $p < 0,001$			

Başarıyı getiren faktörlerden biri uluslararası tecrübe olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan mülakatlarda yurtdışı tecrübesinin sağladığı avantajlar sıralanmıştır. Bunların başında ise yurtdışında yapılan işlerin 2-3 yıl içinde Türkiye'ye gelmeye başladığında sektörde avantajlı olabilme imkânı sağlamasıdır. Mülakat yapılan girişimcilerden biri bu durumu “*Yurtdışı tecrübem bana çok önemli katkılar sağladı*” (G2) şeklinde özetlemektedir. Diğer bir girişimci “*Avrupa ve ABD ile yaptığımız işler maddi anlamda bize çok kar getiren işler değildi. Ama orada kazandığımız bilgi, bize Türkiye’de çok kar sağladı. ABD senin mühendisliğinden yararlanıyor ama Türkiye’de hizmet sağlayan sen oluyorsun. Özetle yurtdışı çalışmalarımız bize Türkiye’de yolun gidişatını gösterdi ve avantaj getirdi*”(G3). Başka bir girişimci ise benzer durumu şöyle ifade ediyor; “*Yurtdışıyla iş yapmak çok zor iyi değilseniz zaten yapamazsınız, ama onlarla çalışmaya başlayınca sadece iş alanlarında değil çalışma disiplinleri ve yaklaşımları konusunda birçok şey öğreniyorsunuz, bu da işletmenizde kurumsallaşmaya katkı sağlıyor*”.(G12) Bir başka girişimci ise görüşünü şöyle ifade etmektedir. “*İş kurmadan önce kurumsal bir işletmenin Ar-Ge bölümünde çalıştım. Bu vesile ile çok sayıda yurtdışı tecrübem oldu. Üstelik gittiğim yerler dünya teknolojisinin belirlendiği yerler diyebilirim. Bu deneyimin bana sağladığı en önemli fayda adamların iş yapış ve işe bakış biçimlerini anlamam. Ancak orada gerçekten profesyonellik nedir, ne değildir anlıyorsunuz*” (G19).

İşlerini 2000 yılı öncesinde kuran girişimcilerin girişimcilik öncesinde yurtdışı iş tecrübesi olanların oranı yüzde 49 iken aynı oran 2012 yılında ortalama yüzde 47,5'e gerilemiştir (bkz. Grafik 4.20).

Grafik 4.20: Girişimcilik Öncesi İş Amaçlı Yurtdışı Deneyimi



Girişimcilerin aldıkları eğitimin kurdukları işle ilişkisine yönelik alınan cevaplar incelendiğinde; alınan eğitime paralel iş kurma ile hızlı büyüme arasında bir ilişki ($p=0,039$) bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.25).

Tablo 4.25: Eğitime Paralel İş Kurma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

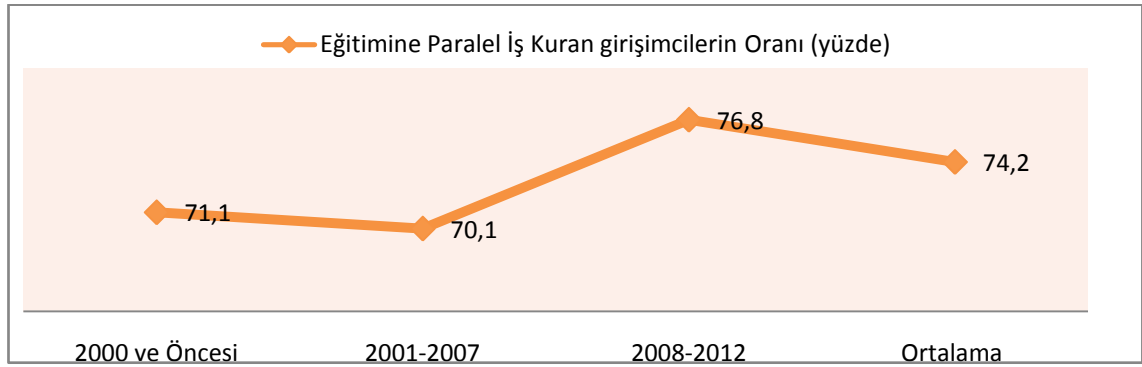
Eğitime Paralel İş	Hızlı Büyümeyen Girişimci	Hızlı Büyüyen Girişimci	Toplam
Evet	66 (%64,7)	28 (%87,5)	94
Hayır	18 (%17,6)	3 (%9,4)	21
Kısmen	18 (%17,6)	1 (%3,1)	19
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 6,491$ sd = 2, $p = 0,039 < 0,05$ FET:0,02			

Bir girişimci yenilik tabanlı işletme kuruyorsa işin temeline hakim olması gerektiği konusu mülakatlarda gündeme gelmiştir. Mülakat yapılan girişimcilerden biri bu konudaki görüşlerini şöyle ifade etmektedir. "Ar-Ge ile uğraşan girişimcinin işinin bütün inceliklerini bilmesi gerekir. Bu iş, hizmet sektörüne ya da küçük üretim tezgâhlarındaki işe benzemez. Bu yüzden iyi mühendis önemlidir. Yazılıma, donanıma

ve malzemeye hâkim olmak gerekir. Bu işi ancak eğitimini alanlar yapabilir. Dünyanın her yerinde böyledir. ABD'nin hangi vadisine giderseniz gidin Ar-Ge yapan işletmeci ya da ekonomist bulamazsınız. Siz işten anlamazsanız başkasının aklına mecbur kalırsınız. Ondan sonra ortada ne proje ne de ekip kalır" (G18).

İşlerini 2000 yılı öncesinde kuran girişimcilerden eğitimlerine paralel iş kuranların oranı yüzde 71 iken aynı oran, 2012 yılında ortalama yüzde 74'e yükselmiştir (bkz.Grafik 4.21).

Grafik 4.21: Eğitimine Paralel İş Kuran Girişimcilerin Oranı



Deneyim ve yeteneklerin girişimci başarılarında önemli etkileri olduğu nitel ve nicel veriler ile anlaşılmaktadır. Söz konusu kazanımların girişimcinin aynı zamanda sosyal sermayelerine de önemli katkılar sağlamaktadır. Yurtdışı ve iş tecrübesi girişimcinin aynı zamanda ulaşabileceği ağları da genişletmektedir.

4.4. GİRİŞİMCİLERİN SAHİP OLDUKLARI İŞLETMELERİNİN ÖZELLİKLERİ

4.4.1. Kuruluş Tarihi, İl ve Sektör Bilgileri

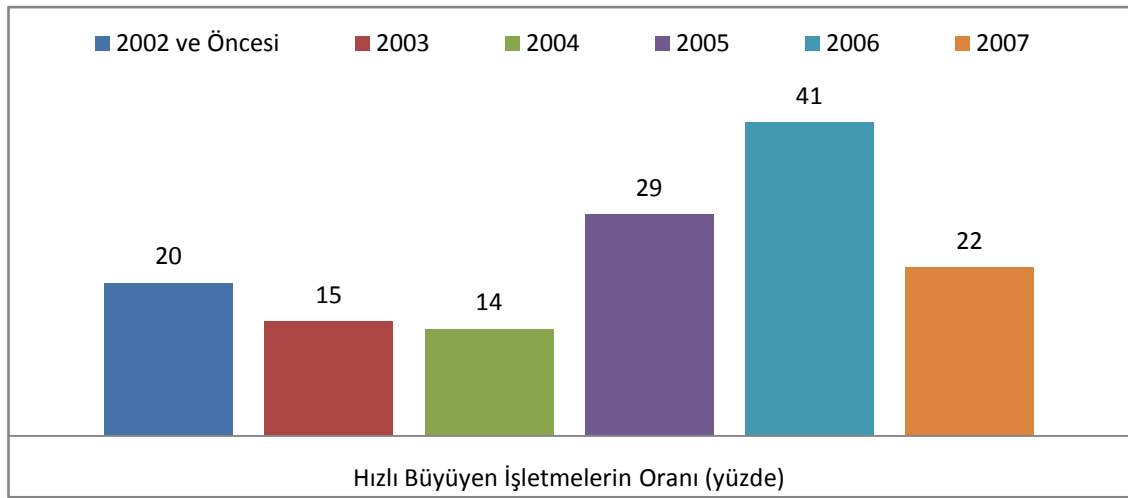
İşletmelerin kuruluş yılları Tablo 4.26'da verilmektedir. İşletmelerin yüzde 15'i 2002 yılı ve öncesi kurulmuş iken yüzde 59'luk bir çoğunluğu ise 2008 ve sonraki yıllarda kurumuştur.

Hızlı büyüyen işletmelerin oranı yüzde 24 düzeyindedir. Anket verileri çerçevesinde yapılan incelemede 2008 ve 2009 yılında kurulan işletmelerden önümüzdeki üç yıl içerisinde 8 hızlı büyüyen işletme daha çıkma ihtimali bulunmaktadır. Bu kapsamda önümüzdeki yıllarda TGB'lerdeki hızlı büyüyen işletme oranının yüzde 19'lar düzeyinde olması beklenmektedir. Bu oran AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında oldukça yüksektir. Genel olarak gelişmekte olan ülkelerde hızlı büyüyen işletme oranları, gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında daha yüksektir (EU, 2011:10-18).

Tablo 4.26: İşletmelerin Kuruluş Tarihleri

	2001 ve Önce	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Hızlı Büyüyen İşletme	8	2	2	2	5	9	4	4	4
Hızlı Büyümeyen İşletme	37	3	11	12	12	13	14		
Hızlı Büyüme Oranı (yüzde)	18	40	15	14	29	41	22		
Toplam	45	5	13	14	17	22	18	22	41

2006 yılında kurulan işletmelerin yüzde 41'i, 2005 yılında kurulan işletmelerin yüzde 29'u ve 2007 yılında kurulan işletmelerin yüzde 22'si hızlı büyüyen işletmedir. Diğer bir deyişle hızlı büyüyen işletmelerin yaklaşık yüzde 69'u 2005-2007 yılları arasında kurulmuştur (bkz. Grafik 4.22). Bu da literatürdeki hızlı büyüyen işletmelerin nispeten daha genç işletmelerden oluştuğu bilgisini Türkiye'de TGB örneğinde doğrulamaktadır (Kane 2010). Diğer taraftan bu işletmelerin kuruldukları yıllarda ülkedeki ekonomik ve politik istikrarın büyük önemi bulunmaktadır. 2005-2007 yıllarında Türkiye ekonomisi son yıllardaki en fazla büyümenin yaşandığı ve siyasi istikrarın bulunduğu bir döneme denk gelmektedir. Buda girişimciliği destekleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Grafik 4.22: Kuruluş Yıllarına Göre Hızlı Büyüyen İşletmelerin Oranı

Tablo 4.27’de işletmelerin illere göre dağılımı verilmektedir. Tüm işletmelerin yaklaşık yüzde 31’i Ankara’da yer alırken, bunu sırasıyla yüzde 18 ile İstanbul ve yüzde 6 ile Kocaeli ve İzmir izlemektedir. Bu, Türkiye’de TGB’lerde yer alan işletme sayıları ile paralel bir dağılımdır.

Hızlı büyüyen işletmelerin ise, yüzde 50’si İstanbul’da yer alırken yüzde 34’ü Ankara’da yer almaktadır. Kendi içlerindeki dağılım analiz edildiğinde ise; örneğin Ankara’da hızlı büyüyen olup olmadığı sorgulanabilen (2007 ve öncesinde kurulan) 42 işletmenin 11’i hızlı büyüyen iken diğer bir ifade ile Ankara’da kurulan işletmelerin yüzde 26’sı hızlı büyüyen olabilir iken, aynı oran İstanbul için yüzde 42’dir. İstanbul ve Ankara’nın, nitelikli insan kaynağı, güçlü üniversite altyapısı ve sosyal sermaye gücünün bu başarıda önemli bir payı bulunduğu değerlendirilmektedir. Diğer şehirlerde TGB’lerin nispeten daha yeni olması ve işletme sayılarının düşüklüğü göz önüne alındığında aynı hesaplamanın objektif sonuçlar vermeyeceği düşünülmektedir.

Tablo 4.27: İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği İller

İl	Hızlı Büyüyen İşletme Sayısı	Hızlı Büyümeyen İşletme Sayısı	Toplam İşletme Sayısı
Ankara	11	31	104
İstanbul	16	22	59
Kocaeli	2	3	21
İzmir	-	8	20
Konya	1	6	17
Eskişehir	1	4	12
Erzurum	1	3	6
Diğer	-	33	91
Toplam	32	102	330

Tablo 4.28’de hızlı büyüyen işletmelerin sektörleri verilmektedir. Tabloya göre işletmelerin yaklaşık yüzde 46’sı bilişim, yüzde 11’i elektronik ve yüzde 10’u ise makine sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Bu oranlar TGB’lerde bulunan tüm işletmelerin dağılımlarıyla yaklaşık olarak paralellik göstermektedir.

Tablo 4.28: İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektörler

Sektörler	Hızlı Büyüyen İşletme Sayısı	Hızlı Büyümeyen İşletme Sayısı	Hızlı Büyüyen İşletmelerin Oranı	Anket Geneli
Bilişim	17	60	% 22	152 (%46)
Elektronik	2	10	% 16	38 (%11)
Makine	4	9	% 30	32 (%10)
Diğer	9	23	% 28	108 (%33)
Genel Toplam	32	102	%24	330

Hızlı büyüyen işletmelerin yaklaşık yüzde 53’ü bilişim sektöründe yer alırken bunu yüzde 12 ile makine ve yüzde 6 ile elektronik ve savunma sanayi izlemektedir. Hızlı büyüyen işletmelerin sektör içerisindeki dağılımları incelendiğinde; bilişim sektöründe yüzde 22’si başarılı olmuştur. Başarı sıralamasında yüzde 30 ile makine sektörü birinci gelmekteyken bunu yüzde 22 ile bilişim ve yüzde 16 ile elektronik izlemektedir.

4.4.2. Çalışan Sayısı, Sermaye Miktarı ve Ortak Sayısı

İşletmelerde kuruluş tarihinde ve anketin yapıldığı tarih olan 2012'nin ilk yarısındaki çalışan sayıları Tablo 4.29'da gösterilmektedir. Kuruluş tarihinde işletmelerin yüzde 91'inde 1 ile 5 kişi arasında çalışan bulunmaktadır. Aynı oran hızlı büyüyen işletmelerde yüzde 81 iken, hızlı büyümeyen işletmelerde yüzde 91'dir.

2012 yılına gelindiğinde ise işletmelerin yaklaşık yüzde 56'sı 1-5 kişi, yüzde 18'i 6-10, yüzde 9'u 11-15 kişi ve yüzde 9'u 15 ve üzerinde kişi çalıştırmaktadır. Hızlı büyüyen işletmelerin yaklaşık yüzde 84'ü 15 ve üzerinde çalışana sahip iken yüzde 16'sı ise 11-15 çalışana sahiptir. Hızlı büyümeyen işletmelerin ise yüzde 37'si 1-5 kişi, yüzde 28'i 6-10 kişi, yüzde 18'i 11-15 kişi ve yüzde 17'si 15 ve üzerinde kişi çalıştırmaktadır.

Tablo 4.29: Kuruluşunda ve 2012 Yılı İtibarıyla Çalışan Sayısı

İstihdam Durumu	Anket Genel		Hızlı Büyümeyen İşletme		Hızlı Büyüyen İşletme	
	Kuruluş	2012	Kuruluş	2012	Kuruluş	2012
Çalışan Yok	5 (%1,5)	2 (%0,6)	1 (%0,98)	-	-	-
1-5 Kişi Çalıştıran	302 (%91,5)	186 (%56,4)	93 (%91,2)	38 (%37,3)	26 (%81,2)	-
6-10 Kişi Çalıştıran	15 (%4,6)	60 (%18,2)	3 (%2,9)	29 (%28,4)	4 (%12,5)	-
11-15 Kişi Çalıştıran	7 (%2,1)	30 (%9,1)	4 (%3,9)	18 (%17,6)	2 (%6,3)	5 (%15,6)
15+ Kişi Çalıştıran	1 (%0,3)	52 (%15,8)	1 (%0,98)	17 (%16,7)	-	27 (%84,4)

Tablo 4.30'da işletmelerin kuruluşta ve anketin yapıldığı 2012 yılının ilk üç ayındaki sermaye miktarları ve çalışan sayıları verilmiştir. TGB'lerde yer alan işletmelerin ortalama 70 bin TL civarında bir sermaye ve 3 çalışan ile kurulduğu gözlenmektedir. İşletmeler genel olarak sermayelerini yaklaşık 5 kat ve çalışan sayıları ise 4 kat artırmışlardır.

Hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen işletmelerin yıl bazında çalışan sayısındaki değişimler incelendiğinde hızlı büyüyen işletmeler 6 yılda ortalama 5 olan çalışan sayısını 37'ye çıkarırken hızlı büyümeyen işletmeler 16'ya çıkarmışlardır.

Hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen işletmelerin yıl bazında sermaye miktarlarındaki değişimler incelendiğinde hızlı büyüyen işletmelerin 6 yılda ortalama 60 Bin TL olan sermayelerini 800 bin TL'ye çıkarırken hızlı büyümeyen işletmelerin yaklaşık 500 bin TL'ye çıkarmış oldukları görülmektedir. Hızlı büyüyen işletmeler sermayelerini yaklaşık 13 kat artırırken çalışan sayılarını ise yaklaşık 9 kat artmıştır. Hızlı büyümeyen işletmelerde ise, sermaye miktarı yaklaşık 9 kat artarken çalışan sayısı ise 5 kat artmıştır.

Tablo 4.30: İşletmelerin Sermaye Miktarları (Cari Fiyatlar) ve Çalışan Sayıları

İşletme Tipi	Başlangıç Sermayesi (Bin TL)	Sermaye (2012) (Bin TL)	Başlangıç Çalışan Sayısı	Çalışan Sayısı (2012)
Hızlı Büyüyen Ortalama	63	812	4	37
Hızlı Büyümeyen Ortalama	60	526	3	16
Genel Ortalama	69	329	3	11

Bir işletmeyi başarılı kılan en önemli unsurların başında iyi bir ekip gelmektedir. Bu anlamda gerek ortaklar gerekse çalışanların uyumu ve niteliği çok önemlidir. *“Beraber çalıştığım insanları seçerken dikkat ediyorum. İyi ekip çok önemlidir. Çalışanlarımdan bazıları işletmeye ortaktır. Bundan sonra da bu yöntemi devam ettirmeyi düşünüyorum. Bir yazılım şirketinde çalışanların işletmeye ortak olması aslında olması gereken bir şeydir. Çünkü çalışan mühendisler buradan ayrıldığında beyinleri burada kalmıyor. Gittiği zaman o bilgi ve bağlantılar ile gidiyorlar. Yazılım bir insanın beynindedir. Ürün somut değil ve hemen de kendini göstermiyor. Siz ürünü geliştirip müşteriye gönderdikten birkaç ay sonra ürününüzün ne olduğunu ve sorunların neler olduğunu neleri daha da geliştirmeniz gerektiğini anlıyorsunuz. Bu süreçte de bu yazılımı geliştiren firmanın önemli unsurları olması ürünün ve işletmenin geleceğini belirler, bu yüzden ortaklığın çok önemli fonksiyonları bulunmaktadır”* (G1). İşletme çalışanlarının belirli oranlarda işletmeye ortak olması çalışanların motivasyonunu ve sahiplenmesini artırmaktadır. Dünyadaki büyük yatırımcılar da yeni küçük şirketler kurarken işe aldıkları başarılı mühendisleri ve işletmenin kilit fonksiyonlarını yöneten kişileri işletmeye ortak yapmaktadırlar.

Kazanılan başarıda nitelikli elemanların önemli olduğu da belirtilmiştir. Mülakat yapılan tüm girişimciler iyi mühendis vurgusu yapmışlardır. Bunun yanında bazı işletmeler son yıllarda işletmelerine sosyal bilimci aldıklarını ve bu kişilerin farklı bakış açılarıyla birçok alanda önemli açılım ve faydalar sağladıklarını belirtmişlerdir. *GII'e göre "4 yıl işletmeye teknik olmayan pazarlama alanında birisini aldım. Bilirsiniz Ar-Ge projelerinde genelde teknik olmayan elemanlar desteklenmez, bizler de aslında talep etmeyiz. Açıkça söylemek gerekirse teknik olmayan birine maaş vermek başlangıçta çok zoruma gitti. Ama şimdi faydasını gördükçe çok önemli bir karar olduğunu görüyorum".* Ar-Ge projelerinde küçük firmaların desteklenmesinde ya da potansiyel hızlı büyüyen işletmelere kamu tarafından sunulacak desteklerde dil bilen, uluslar arası ve ulusal tecrübesi olan üniversitelerin sosyal bilimlerinden mezun pazarlama elemanı desteğinin bu tip işletmelerde çok faydası olacağı düşünülmektedir.

Tablo 4.31'de işletmelerin ortak sayılarına ilişkin bilgiler verilmektedir. Buna göre işletmelerin yaklaşık yüzde 15'i şahıs işletmesi olup ortağı bulunmamaktadır. İşletmelerin yaklaşık yüzde 70'i 2 ve 3 ortağa sahipken yüzde 10'unda ise 5 veya daha fazla ortak bulunmaktadır.

Hızlı büyüyen işletmelerde en sık görülen ortak sayısı 2 olup (yüzde 37) bunu yüzde 25 ile 3 ortak izlemektedir. Hızlı büyümeyen işletmelerde ise, aynı oranlar yüzde 54 ve yüzde 17'dir.

Tablo 4.31: İşletmelerin Ortak Sayısı

Ortak Sayısı	1	2	3	4	5+
Hızlı Büyüyen İşletme	1 (%3,1)	12 (%37,5)	8 (%25)	4 (%12,5)	7 (%21,8)
Hızlı Büyümeyen İşletme	10 (%9,8)	55 (%53,9)	17 (%16,7)	4 (%3,9)	16 (%15,8)
Genel	51 (%15,5)	176 (%53,3)	56 (%17)	15 (%4,5)	32 (%9,7)

Ortak sayısının hızlı büyüyen olma durumu ile ilişkisi incelendiğinde, Hızlı büyüyen işletmelerde ortalama ortak sayısının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ortak sayısının 3'den yüksek olması ile hızlı büyüme arasında ($p=0,021$) bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.32).

Tablo 4.32: Ortak Sayısı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Ortak Sayısı	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
1-2	65 (% 63,7)	13 (% 40,6)	78
3+	37 (% 36,3)	19 (% 59,4)	56
Toplam	102	32	134
$\chi_p^2 = 5.343$ sd = 1, $p=0,021 < 0,05$			

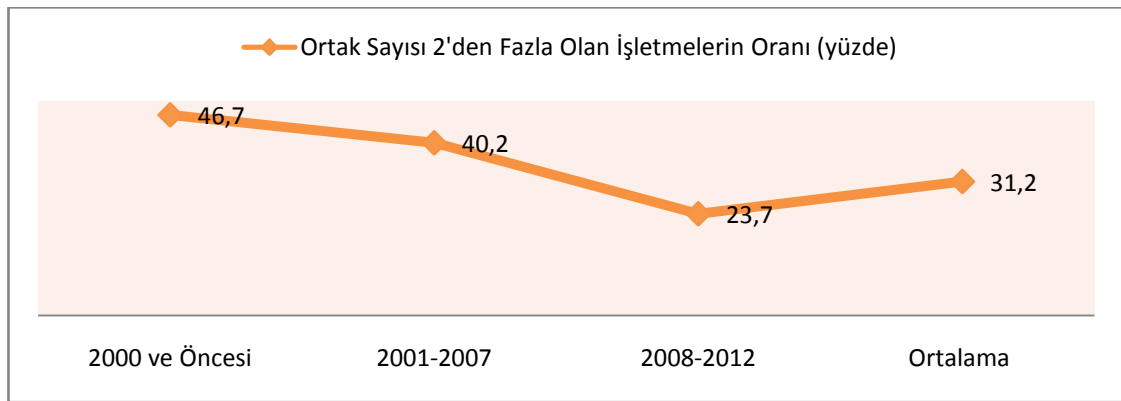
Girişimciler tarafından üzerinde önemle durulan bir diğer husus ise, ekip çalışmasıdır. Sahada edinilen izlenimler, girişimcilerin ortaklarının genellikle arkadaş çevrelerinden olmasıdır. Bunlar genellikle üniversiteyi beraber okumuşlar ya da aynı liseden olup üniversitenin farklı mühendislik bölümlerini bitirmişlerdir. Konuya ilişkin bir girişimci görüşlerini şöyle ifade etmektedir. *“Başarıda en önemli unsurlardan biri iyi bir ekip olmamız”* (G5). Diğer bir girişimci ise görüşlerini *“ortaklarımı uzun süredir tanırım. Biri çocukluk arkadaşım diğeri üniversiteden. Üçümüz de çeşitli iş deneyimlerimiz olduktan sonra işimizi kurduk. Bizim iyi arkadaş olmamız normalde sorun olabilecek birçok sorunu kendiliğinden hallediyor”* (G18) şeklinde ifade etmektedir. Bir başka girişimci ise ortak sayısının ve yaptıkları işlerin sağladığı avantajlardan bahsetmektedir. *“Biz dört ortağız ortaklardan üçünün aynı zamanda başka işleri de var. Burada hem ortak hem genel müdür olarak işleri ben yürütüyorum. Sorunlar yaşadığımızda ortaklarımın iş çevresi ve olanakları çok işimize yarıyor. Bu kredi kullanmadan maliyetsiz danışmanlık kullanmaya kadar çok geniş anlamda fayda sağlıyor”* (G19).

Grafik 4.23'te ikiden fazla ortağa sahip işletmelerin kuruluş yıllarına göre oranları verilmektedir. 2000 yılı ve öncesinde kurulan işletmelerin yüzde 47'si ikiden fazla ortağa sahip iken 2012 yılına bu oran sürekli düşerek yüzde 31'e gerilemiştir. İş

ortamında istikrar, hızlı büyüme, kredi faizlerinin düşmesi ve bunlara ek olarak yenilikçi girişimcilere sağlanan kamu desteklerinin artması girişimciliği kolaylaştırıp ortak sayısının azalmasına yol açabilir.

Ortaklık yapmanın zorlukları bir kenara bırakıldığında, ortak sayısının artması işletmede mühendislik alanlarının farklılaşmasını, yeteneklerin artmasını ve işletmenin kullanabileceği potansiyel kaynakların artmasını sağlayarak işletmenin kullanabileceği sosyal sermaye kapasitesini genişletmektedir. Bu da orta vadede girişimcilere iş yapma kolaylığı ve çeşitli fırsatlar olarak dönebilmektedir. Ancak ikiden fazla ortağa sahip girişimcilerin oranının azalıyor olması işletmelerin sağlayabilecekleri potansiyel başarıları olumsuz yönde etkileyebilecektir.

Grafik 4.23: İki'den Fazla Ortaklı İşletmelerin Dağılımı



4.4.3. Finans Kaynakları ve Satış Yapılan İşletmeler

İşletmelerin kullandıkları finansman kaynaklarına ilişkin bilgiler Tablo 4.33'te gösterilmektedir. Girişimciler yüzde 60 ile en çok kullandıkları finansman kaynağını devlet yardımları olarak görmekte iken, bunu yüzde 53 ile ticari krediler ve yüzde 48 ile aile ve çevresinin izlediği görülmektedir.

Hızlı büyüyen işletmelerin yaklaşık yüzde 59'u ticari kredi, yüzde 34'ü aile ve çevresinden kredi, yüzde 22'si leasing, yüzde 16'sı iş çevresinden kredi, yüzde 69'u devlet desteği ve yüzde 17'si diğer finansman türlerini almayı tercih etmektedir. Hızlı büyümeyen işletmelerin ise yaklaşık yüzde 69'u ticari kredi, yüzde 47'si aile ve

çevresinden kredi, yüzde 15'i leasing, yüzde 23'ü iş çevresinden kredi, yüzde 49'u devlet desteği ve yüzde 17'si diğer finansman türlerini almayı tercih etmektedir. Görüleceği gibi hızlı büyüyen işletmeler devlet yardımlarını en yüksek oranda finansman kaynağı olarak görürken (yaklaşık yüzde 69), hızlı büyümeyen işletmeler ticari krediyi (yaklaşık yüzde 69) görmektedirler.

Tablo 4.33: Kullanılan Finansman Kaynakları

	Ticari Kredi	Aile ve Çevresi	Leasing	İş Çevresi	Devlet Destekleri	Diğer
Hızlı Büyüyen İşletme	19 (%59,4)	11 (%34,4)	7 (%21,9)	5 (%15,6)	22 (%68,8)	5 (%15,6)
Hızlı Büyümeyen İşletme	70 (%68,6)	48 (%47,1)	15 (%14,7)	23 (%14,7)	50 (%49)	17 (%16,7)
Genel Toplam	176 (%53,3)	158 (%47,9)	25 (%7,6)	72 (%21,8)	199 (%60,3)	54 (%16,4)

* Girişimciler birden fazla şık işaretleyebilmektedir.

Tablo 4.33'te işletmelerin satış yaptıkları yerli ve yabancı işletmelerin sayısı verilmektedir. TGB'lerde ağırlıklı olarak Ar-Ge faaliyetleri yapıldığı için genel olarak satış yapılan işletme sayıları düşük olmaktadır. İşletmelerin satış yaptığı işletme ve yabancı işletme sayısı ağırlıklı olarak (yüzde 35) 1 ile 5 arasındadır. Hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 75'i onun üzerinde işletmeye satış yaparken bu oran, hızlı büyümeyen işletmelerde yüzde 50 civarındadır.

Genel olarak işletmelerin yaklaşık yüzde 56'sı yabancı işletmelere herhangi bir satış yapmamıştır. Hızlı büyüyen işletmelerin yaklaşık yüzde 12'si onun üzerinde yabancı işletmeye satış yaparken, hızlı büyümeyen işletmelerin yaklaşık yüzde yüzde 11'i yabancı işletmeye satış yapmaktadır. Bu durum genel olarak yenilikçi girişimcilerde yabancılara satış ve hizmet sağlamanın rekabet gücünü artıracığı ve tecrübe anlamında işletmenin önemli yetkiliklerin farkına varması ve kazanılmasını sağlayabilmektedir.

Uluslararası tecrübenin önemine değinen bir girişimci görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmektedir. *"Yabancılar ile çalışmanın ve iş yapmanın kolay ve zor yanları bulunmakta. Bir de eğer karşıdaki kurumsal ise kolaylıklar ve zorluklar daha da*

artıyor. Çalışmak kolay çünkü her şey tanımlı saat gibi işliyor. Zor yanı ise küll yutmuyorlar. Ama şunu net bir şekilde söyleyebilirim ki bir girişimci yabancılara satabiliyorsa gerçekten bunu başarı olarak görmek lazım " (G17).

Tablo 4.34: Satış Yapılan İşletme Sayısı

Satış Yapılan İşletme Sayısı	Hızlı Büyüyen İşletme		Hızlı Büyümeyen İşletme		Anket Genel	
	Yerli İşletme	Yabancı İşletme	Yerli İşletme	Yabancı İşletme	Yerli İşletme	Yabancı İşletme
Satış Yok	-	-	4 (%3,9)	44 (%43,1)	50 (%15,2)	186 (%56,4)
1-5 İşletme	3 (%9,4)	22 (%68,8)	22 (%21,6)	43 (%42,2)	115 (%34,8)	116 (%35,2)
6-10 İşletme	5 (%15,6)	6 (%18,7)	25 (%24,5)	4 (%3,9)	56 (%17)	10 (%3)
11-20 İşletme	8 (%25)	4 (%12,5)	12 (%11,8)	4 (%3,9)	35 (%10,6)	10 (%3)
21-50 İşletme	6 (%18,8)	-	15 (%14,7)	3 (%2,9)	29 (%8,8)	4 (%1,2)
50+ İşletme	10 (%31,3)	-	24 (%23,5)	4 (%3,9)	45 (%13,6)	4 (%1,2)

Satış yapılan yabancı işletme sayısı ile hızlı büyüyen arasındaki ilişki incelendiğinde, satış yapılan yabancı işletme sayısında hızlı büyüyenler ve büyümeyenlere göre istatistiki açıdan anlamlı bir fark göstermektedir (yüzde 31,3'e karşın yüzde 14,6). Beşten fazla yabancı işletmeye satış yapılabilmesi ile hızlı büyüme arasında ($p < 0,000$) bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.35).

Tablo 4.35: Satış Yapılan Yabancı İşletmeler ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Yabancı İşletmeye Satış	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Satış Yok	44 (%43,1)	-	44
Satış Var	58 (%56,9)	32 (%100)	63
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 24,174$ sd=2, $p=0,000 < 0,01$ FET:0,000			

4.4.4. İşletme Dönemi Faaliyetleri

Girişimcilerin çeşitli faaliyetlerine yönelik sorulara verdikleri cevaplar Tablo 4.36'da gösterilmektedir.

Tablo 4.36: İşletme Dönemi Yapılan Faaliyetleri

Sorular	Hızlı Büyüyen İşletme			Hızlı Büyümeyen İşletme			Genel Toplam		
	Evete	Hayır	Kısmen	Evete	Hayır	Kısmen	Evete	Hayır	Kısmen
Diğer işletmelerle ortak Ar-Ge projesi yaptınız mı?	20 %62,5	12 %37,5	-	31 %30,4	71 %69,6	-	110 %33,3	197 %59,7	23 %7
Ortak iş yapmayı düşündür müsünüz?	32 %100	-	-	89 %87,3	9 %8,8	4 %3,9	285 %86,4	26 %7,9	19 %5,8
İhracat yapıyor musunuz?	26 %81,3	6 %18,7	-	40 %39,2	62 %60,8	-	104 %31,5	217 %65,8	9 %2,7
İthalat yapıyor musunuz?	17 %53,1	11 %34,4	4 %12,5	39 %38,2	56 %54,9	7 %6,9	110 %33,3	193 %58,5	27 %8,2
Daha önce ticari banka kredisi kullandınız mı?	24 %75	8 %25	-	62 %60,8	40 %39,2	-	152 %46,1	176 %53,9	-
Daha önce kefalet desteği aldınız mı?	6 %18,8	26 %81,3	-	14 %13,7	87 %85,3	1 %0,9	31 %9,4	298 %90,3	1 %0,3
Ticari veriler içeren veri tabanlarına ulaşma imkânınız var mı?	9 %28,1	18 %56,3	5 %15,6	33 %32,4	58 %56,9	11 %10,8	79 %23,9	204 %61,8	47 %14,2
Mesleğinizle ilgili eğitimlere katılıyor musunuz?	28 %87,5	4 %12,6	-	63 %61,8	39 %38,2	-	230 %69,7	55 %16,7	45 %13,6
Mesleki seminer konferans vs takip eder misiniz?	24 %75	8 %25	-	57 %55,9	45 %44,1	-	228 %69,1	67 %20,3	35 %10,6
Mesleğinizle ilgili dergileri takip ediyor musunuz?	28 %87,5	1 %3,1	3 %9,4	73 %71,6	13 %12,7	16 %15,7	248 %75,2	26 %7,9	56 %17
Herhangi bir konuda danışmanlık hizmeti aldınız mı?	32 %96,5	1 %3,1	-	53 %52	49 %48	-	189 %57,3	124 %37,6	17 %5,2
Yurtiçi fuarlara katılıyor musunuz?	26 %81,3	6 %18,8	-	56 %54,9	46 %45,1	-	180 %54,5	121 %36,7	29 %8,8
Yurtdışı fuarlara katılıyor musunuz?	26 %81,3	6 %18,8	-	29 %28,4	73 %71,6	-	101 %30,6	203 %61,5	26 %7,9
Girişim sermayesi kullandınız mı?	11 %34,4	21 %65,6	-	6 %5,9	96 %94,1	-	122 %37	201 %60,9	7 %2,1

İşletmelerin yüzde 33'ü diğer işletmeler ile ortak Ar-Ge çalışması yürütmüşlerdir. Hızlı büyüyen işletmelerde yüzde 30 civarında olan ortak Ar-Ge faaliyeti hızlı büyüyen işletmelerde yüzde 63'e çıkmaktadır. Bu durum hızlı büyüyen işletmelerin işbirliği yapabilme ve ortak proje yürütebilme kapasitelerinin yüksek olduğunu göstermekte olup işbirliği yapan veya yapma eğiliminde olan girişimcilerin hızlı büyüyen olma olasılıklarının artabileceği göstermektedir.

Ortak Ar-Ge projesi yapmanın hızlı büyüme ile ilişkisi incelendiğinde, diğer işletmeler ile ortak proje gerçekleştirme konusunda hızlı büyüyen işletmelerin, hızlı büyüyen işletmelere göre daha yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir (yüzde

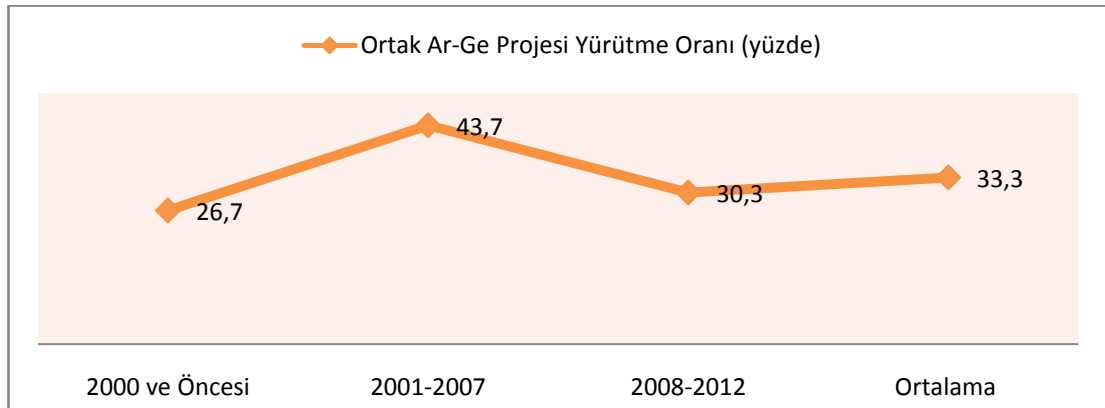
62,5'e karşın yüzde 30,4). Ortak proje geliştirmek ile hızlı büyüme arasında bir ($p=0,001$) ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.37).

Tablo 4.37: Ortak Ar-Ge Projesi Yapma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Ortak Proje Sayısı	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	71 (% 69,6)	12 (% 37,5)	83
Evet	31 (% 30,4)	20 (% 62,5)	51
Toplam	102	32	134
$\chi^2_y = 10,652$ sd = 1, p = 0,001 < 0,05			

Ortak Ar-Ge projesi yürüten girişimcilerin oranı 2000 ve öncesinde yüzde 27 düzeylerinde iken aynı oran 2012 yılında yüzde 33'e yükselmiştir (bkz. Grafik 4.24). 2008 yılından sonra kurulan işletmelerin zamanla ikinci ve üçüncü projelerini yapacağı varsayıldığında söz konusu oranların önümüzdeki dönemde daha da artacağı söylenebilir.

Grafik 4.24: Ortak Ar-Ge Proje Yürütme Oranı



Ortak iş yapmayı düşünen girişimcilerin sayısı 285 olup bu sayı işletmelerin yaklaşık yüzde 86'sına denk gelmektedir. Hızlı büyümeyen girişimcilerde bu oran yüzde 87 iken hızlı büyüyen girişimcilerin tamamı ortak iş yapmayı düşünmektedir. Daha önce vurgulandığı gibi genel olarak Türk işletmelerinde ortaklık ve birlikte iş yapma kültürü zayıftır (Cansız, 2011). Ancak bu durumun yüksek eğitilmiş ve donanımlı TGB girişimcileri için farklı olduğu görülmektedir.

Ankete katılan işletmelerin yaklaşık yüzde 31'i (104 işletme) ihracat yapmaktadır. Hızlı büyümeyen işletmelerin yüzde 39'u ihracat yaparken hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 84'ü ihracat yapmaktadır.

İşletmelerin uluslararası pazarlarda mal ve hizmet satabilmesi onların rekabet gücünün günden güne artmasına sebep olmakta ve yeni tecrübeler kazanmalarında önemli bir etken olmaktadır. Bu kapsamda işletmelerin ihracatçı özellik göstermelerinin onların hızlı büyüyen işletme olmasında önemli bir etkisi bulunabileceği değerlendirilmektedir.

İhracat yapmanın hızlı büyüyen üzerindeki ilişkisi incelendiğinde, ihracat yapan işletmelerin sayısı hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen işletmelere göre farklılık göstermektedir. Hızlı büyüyen grubu içerisinde ihracat yapanların oranının ihracat yapmayanlara göre yüksek olduğu tespit edilmiştir (yüzde 84,4'e karşın yüzde 39,2). İhracat yapma ile hızlı büyüme arasında bir ($p < 0,001$) ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.38).

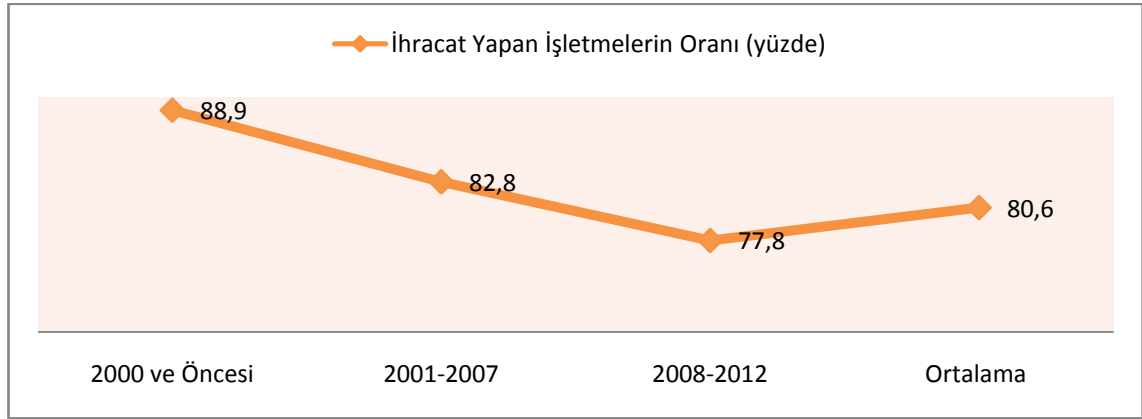
Tablo 4.38: İhracat Yapma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

İhracat Yapma Durumu	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	62 (% 60,8)	6 (% 18,7)	68
Evet	40 (% 39,2)	26 (% 81,3)	66
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 20,036$ sd = 1, p < 0,001			

İhracat yapan işletmelerin oranı 2000 yılı ve öncesinde yüzde 90 düzeylerinde iken aynı oran 2012 yılında yüzde 81'e gerilemiştir (bkz. Grafik 4.28). İhracat yapma oranı düşüyor gibi gözükse de son yıllarda kurulan işletmelerin anket çalışmasında ağırlığı düşünüldüğünde yeni işletmelerin bile çok yüksek oranda ihracat yapabilmesi TGB'lerden önümüzdeki dönemde yüksek teknoloji ihracatında önemli artışlar yapılabileceği beklentisini artırmaktadır.

Grafik 4.25'te ihracat yapan işletmelerin kuruluş yıllarına göre oranları verilmektedir. 2000 yılı ve öncesinde kurulan işletmelerin yüzde 89'u ihracat yaparken 2012 yılında bu oran yüzde 80'e gerilemiştir.

Grafik 4.25: İhracat Yapan İşletmelerin Oranı



Ankete katılan işletmelerden yüzde 33'ü ithalat yapmaktadır. Hızlı büyümeyen girişimcilerin yüzde 38'i ithalat yaparken, Hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 53'ü ithalat yapmaktadır.

Ticari banka kredisi kullanan işletmelerin oranı yüzde 46'dır. Hızlı büyümeyen işletmelerin yüzde 61'i ticari banka kredisi kullanırken, Hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 75'i ticari banka kredisi kullanmıştır.

Bankalardan ticari kredi kullanılırken kefalet desteği kredi garanti fonu ya da esnaf kefalet kooperatiflerinden kullanılmaktadır. Kefalet desteği alan toplam işletmelerin oranı yüzde 10 (31 işletme) civarındadır. Hızlı büyümeyen işletmelerin yüzde 14'ü kefalet desteği alırken, hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 19'u kefalet desteği almıştır.

Ticari veriler içeren veri tabanları; işletmelerin dış pazarları ve kendisine potansiyel müşteri olabilecek işletmeleri tanıma fırsatı sağlamaktadır. Ticari veri tabanları kullanan işletmelerin oranı yaklaşık yüzde 24'tür. Hızlı büyümeyen işletmelerin yüzde 32'sinin bu veri tabanlarına ulaşma imkânı varken, hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 28'i ticari veriler içeren veri tabanlarına sahiptirler.

Ankete katılan işletmelerin yüzde 70'i (230 işletme) mesleki eğitimlere katılmaktadır. Hızlı büyümeyen işletmelerin yüzde 62'sinin, hızlı büyüyen işletmelerin ise yüzde 87'sinin mesleği ile ilgili eğitimlere katıldığı gözlemlenmiştir. Mesleki yayınları takip eden işletmelerin oranı yüzde 75 civarındadır. Hızlı büyüyen işletmelerde bu oran yüzde 87 iken hızlı büyümeyen işletmelerde yüzde 75 düzeyindedir. Son olarak mesleki seminer ve konferanslara katılım düzeylerine bakıldığında toplam işletmelerin yüzde 69'u (228 işletme) bu tür faaliyetlere katılırken, aynı oran hızlı büyüyen işletmelerde yüzde 75, hızlı büyümeyen işletmelerde ise yüzde 56'dır.

Genel olarak TGB'lerde eğitim, mesleki yayınları takip, seminer ve konferanslara katılım oranları son derece yüksek olmakla birlikte, hızlı büyüyen işletmelerin, hızlı büyümeyen işletmelere göre bu alanları daha fazla önemsendiği görülmektedir. Bu durum hızlı büyüyen girişimcilerin mesleki anlamda güncel gelişmeleri daha yakın takip ettiklerini, yeni öğrendiklerini kendi işlerinde uygulama olasılıklarının daha yüksek olacağı ve bunların da işletme başarısına yani hızlı büyüyen olma durumuna yol açabileceği düşünülmektedir.

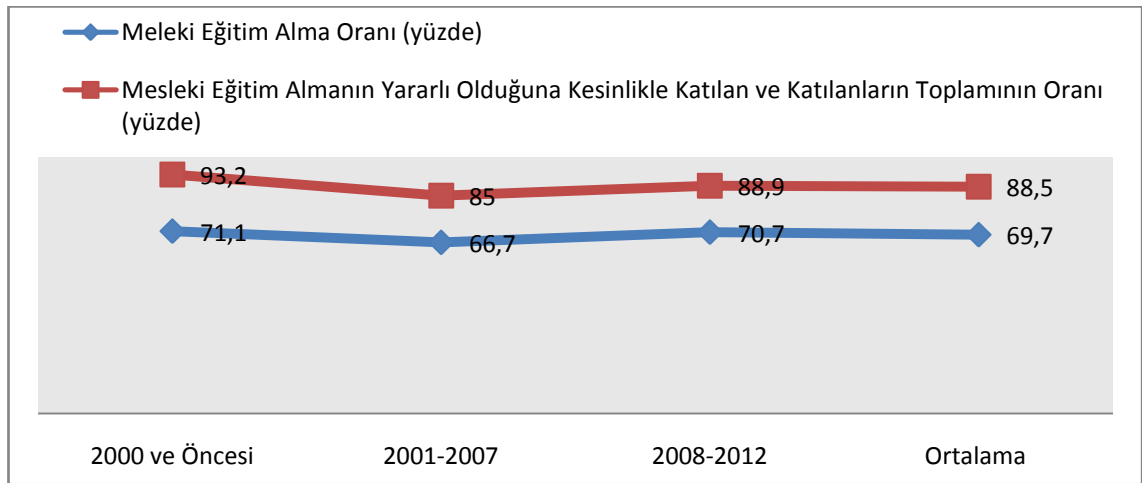
Mesleki eğitim ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, mesleki eğitime katılan işletmelerin sayısı hızlı büyüyen ve hızlı büyümeyen işletmelere göre farklılık göstermektedir. Hızlı büyüyen işletmelerin sahipleri büyümeyen işletmelerin sahipleri ile karşılaştırıldığında mesleki eğitim katılmanın hızlı büyüyen girişimciler lehine olduğu görülmektedir (yüzde 87,5'e karşın yüzde 61,8). Mesleki eğitimlere katılma ile hızlı büyüme arasında bir ilişki ($p < 0,024$) bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.39).

Tablo 4.39: Mesleki Eğitimlere Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Mesleki Eğitimlere Katılım	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	39 (% 38,2)	4 (% 12,4)	43
Evet	63 (% 61,8)	28 (% 87,6)	91
Toplam	102	32	134
$\chi_p^2 = 7,431$ sd = 1, p = 0,007 < 0,01 FET:0,008			

Mesleki eğitim alan girişimcilerin oranı 2000 yılı ve öncesinde yüzde 71 düzeylerinde iken aynı oran 2012 yılında yüzde 70 olarak gerçekleşmiştir. Mesleki eğitim almanın faydalı olduğuna katılanların oranı ise aynı dönemde yüzde 93'ten yüzde 88'e gerilemiştir (bkz. Grafik 4.26). Mesleki eğitimin hızlı büyüyen olma ile ilişkisi olduğu düşünüldüğünde TGB'lerde mesleki eğitimlerin yaygınlaştırılması önemli faydalar sağlayabilecektir.

Grafik 4.26: Mesleki Eğitim Alma Oranı



Mesleki seminerlere katılım ile hızlı büyüme olma arasındaki ilişki incelendiğinde, hızlı büyüyen işletmelerde mesleki seminerlere katılma oranının hızlı büyümeyenlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir (yüzde 75 e karşın yüzde 55,9). Mesleki seminerlere katılma ile hızlı büyüme arasında bir ilişki ($p = 0,043$) bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.40).

Tablo 4.40: Mesleki Seminerlere Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Mesleki Seminerlere Katılım	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	45 (% 44,1)	8 (% 25)	23
Evet	57 (% 55,9)	24 (% 75)	81
Toplam	102	32	134
$\chi_p^2 = 6,305$ sd = 2, p = 0,043 < 0,05 FET:0,035			

Mesleki eğitim ve seminerler konusunda mülakat yapılan girişimcilerin genel olarak duyarlı oldukları söylenebilir. Bu konuda bir girişimci görüşlerini şöyle anlatmaktadır. *"Seminer ve eğitimler çalıştığım alanla ilgiliyse mutlaka vakit ayırırım. Bunların iki türlü faydası oluyor. Birincisi yeni bilgiler, değişimler ve gelişmeleri takip ediyor ve mesleki anlamda zinde kalmanızı sağlıyor. Öğrendikleriniz bildiklerinizle birleşince yeni projeler ortaya çıkabiliyor. İkincisi ise yeni tanıştığınız insanlar ve eski sınıf arkadaşlarıyla yapılan mesleki sohbetler, kamu destekleri ve yeni gelişmelerle ilgili oluyor. Bazen bizden kim nerede neler yapıyor bilmek bile çok faydalı olabiliyor"* (G18).

Ankete katılan işletmeler arasında danışmanlık hizmeti alan işletmelerin oranı yaklaşık yüzde 57 (189 işletme) iken aynı oran hızlı büyüyen işletmelerde yüzde 97 ve hızlı büyümeyen işletmelerde yüzde 52'dir.

Danışmanlık hizmeti kullanma ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, hızlı büyüyen işletmeler arasında danışmanlık hizmeti kullananların oranı, hızlı büyümeyen işletmelere göre yüksektir (yüzde 96,9'e karşın yüzde 52). Danışmanlık hizmeti kullanma ile hızlı büyüme arasında bir ilişki ($p < 0,001$) bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.41).

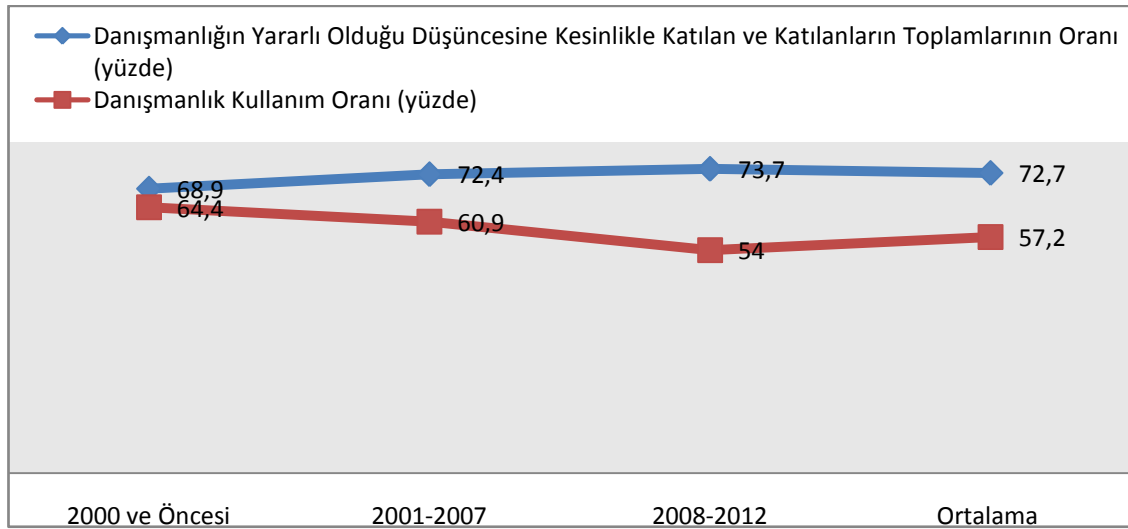
Tablo 4.41: Danışmanlık Hizmeti Kullanma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Danışmanlık Alma	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	49 (% 48)	1 (% 3,1)	50
Evet	53 (% 52)	31 (% 100)	84
Toplam	102	32	134
$MC \chi_p^2 = 21,017$ sd = 2, p < 0,001 FET:0,000			

Yenilik tabanlı işletmelerin danışmanlık almaları, üniversitelerin araştırma merkezleri ile birlikte çalışmaları, yürüttükleri Ar-Ge projelerinde mentör kullanmaları projelerin başarılarında önemli rol oynamaktadır. Burada da hızlı büyüyen işletmelerin danışmanlık konusunda çok hassas olmaları bu durumu desteklemektedir.

Girişimcilerin danışmanlık kullanım oranları 2000 yılı ve öncesinde işletmesini kuran girişimcilerde yüzde 64 düzeylerinde iken aynı oran 2012 yılında yüzde 57'ye gerilemiştir. Diğer taraftan danışmanlığın yararlı olduğu düşüncesine girişimcilerin işe başladıkları yıllar itibarıyla bakıldığında 2000 öncesinde yüzde 69 iken 2012 yılı itibarıyla yüzde 73'e yükselmiştir. Danışmanlık kullanımının faydasına ilişkin algının sürekli artışı danışmanlık kullanımı ile hızlı büyüyen olma arasındaki ilişkiyle birlikte değerlendirildiğinde TGB girişimcilerinin önümüzdeki dönemde başarılarının artabileceğini göstermektedir (bkz Grafik 4.27).

Grafik 4.27: Danışmanlık Kullanım Oranı



Mülakat çalışmalarında danışmanlık konusu tüm girişimciler tarafından üzerinde durulan bir husustur. Bir girişimci danışmanlık almanın faydaları üzerinde görüşlerini şu şekilde söylemektedir. *“Projelere başvururken muhakkak akademisyen danışmanlığı alırım. Bu aldığım danışmanlık projemin güçlenmesini ve daha iyi hale gelmesini sağladığı gibi bazı kapıların da daha rahat açılmasını sağlıyor. Çünkü neticede projeyi değerlendirenler yine akademisyenlerdir. Eğer bir akademisyenin karşısına tüccar mantığıyla çıkarsanız hiç şansınız olmaz. Bu yüzden hakemler geldiğinde muhakkak danışmanımı da yanımda bulundururum”* (G1).

Diğer bir girişimci ise danışmanlıkla bağlantılı olarak eğitim sistemini de ilgilendiren danışmanların niteliği ve işletmelerin ihtiyacı konusundaki düşüncelerini şöyle ifade etmektedir *“İşletmeler geliştikçe ihtiyaç duydukları danışmanın niteliği*

farklılaşıyor. Mesela bize danışmanlık verebilecek 3-4 hoca biliyorum ama onların kendi firmaları var. Bana niye öğretsin ki ben onun bir yerden sonra rakibi oluyorum” (G12). Diğer bir girişimci yine danışmanlık ihtiyacının niteliği arttıkça bu alanda yetişmiş danışman eksikliğini vurgulamaktadır. “Ar-Ge'nin başlangıç aşamalarında işletmelere birçok hocanın danışmanlık yapabileceği bilinmektedir. Ancak firma güçlendikçe 2. veya 3. projesinden sonra ticarileşme aşamasına geldiğinde Ar-Ge desteği verebilecek danışman sayıları azalmakta. Artık firma belirli bir olgunluğa erişmeye başladıkça daha nitelikli hocaları talep etmeye başlıyor. Bu durumda da hoca sayısı çok azalmaktadır. En önemli isimlerin aynı alanda kendi firmasının olması o anlamda verdiği danışmanlığı piyasadan çekmesiyle sonuçlanıyor. Artık o hocaya rakip olmak çok zor oluyor. Birçok firmanın çıkabileceği bir alanda hocaların kendi firmalarıyla devam etmeleri bireysel başarıyı getirebilir ama ulusal ekonomi açısından düşünüldüğü de bu faydalı bir model midir?”(G20).

Eğitim altyapısının yeterince geliştiği ülkelerde bu durumun önemli bir sorun teşkil etmeyeceği aşikârdır. Ancak bizim ülkemizde her alanda sınırlı uluslararası nitelikte uzman ve öğretim elemanı bulunmakta ya da bazı alanlarda hala çok büyük eksikler bulunmaktadır. Bu yüzden eğitim başlığında da tartışıldığı üzere üniversitelerin güçlendirilmesi ve nitelikli akademik personel gerek girişimci olma hususunda gerekse nitelikli danışmanlık alanında yenilik tabanlı girişimciliğin gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır.

İşletmelerin fuarlara katılım düzeylerine bakıldığında; ankete katılan işletmelerin iç pazara yönelik olarak yurtiçi fuarlara katılım oranı yaklaşık yüzde 54 (180 işletme) civarındadır. Hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 81'i yurt içi fuarlara katılırken bu oran hızlı büyümeyen işletmelerde yaklaşık yüzde 55'dir. Diğer taraftan dış pazarlara yönelik fuarlara katılım oranı ise yüzde 30'lar (101 işletme) düzeyindedir. Yurt dışı fuarlara katılım oranı hızlı büyüyen işletmelerde yüzde 81 düzeylerinde iken aynı oran hızlı büyümeyen işletmelerde yüzde 28'ler düzeyindedir.

Ürünlerini gerek yurt içi pazarlarda gerekse yurt dışı pazarlarda sergileyen işletmeler, yeni müşteriler edinmekte, rakip işletmeleri ve ürünlerini daha iyi tanımakta ve bu süreçler sonrasında rekabet güçlerini artıracak bazı tecrübeler edinmektedirler.

Hızlı büyüyen işletmelerin her iki fuar tipinde de hızlı büyümeyen işletmelere göre daha faal oldukları katılım düzeylerinin daha yüksek oldukları görülmektedir. Aradaki farklılığın başarıyı sağlayacak faktörler arasında olabileceği düşünülmektedir.

Yurtiçi fuarlara katılım ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, hızlı büyüyen işletmeler içerisinde yurtiçi fuarlara katılanların oranı hızlı büyümeyenlere göre yüksektir (yüzde 81,2'ye karşın yüzde 54,9). Yurtiçi fuarlara katılım ile hızlı büyüme arasında ($p=0,008$) bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.42).

Tablo 4.42: Yurtiçi Fuarlara Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Yurtiçi Fuarlara Katılım	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	46 (% 45,1)	6 (% 18,8)	52
Evet	56 (% 54,9)	26 (% 81,2)	82
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 21,017$ sd = 1, $p=0,008 < 0,05$			

Yurtdışı fuarlara katılım ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, yurtdışı fuarlara katılan hızlı büyüyen işletmelerin oranının, hızlı büyümeyenlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir (yüzde 81,2' ye karşın yüzde 28,4). Yurtdışı fuarlara katılım ile hızlı büyüme arasında ($p<0,001$) bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.43).

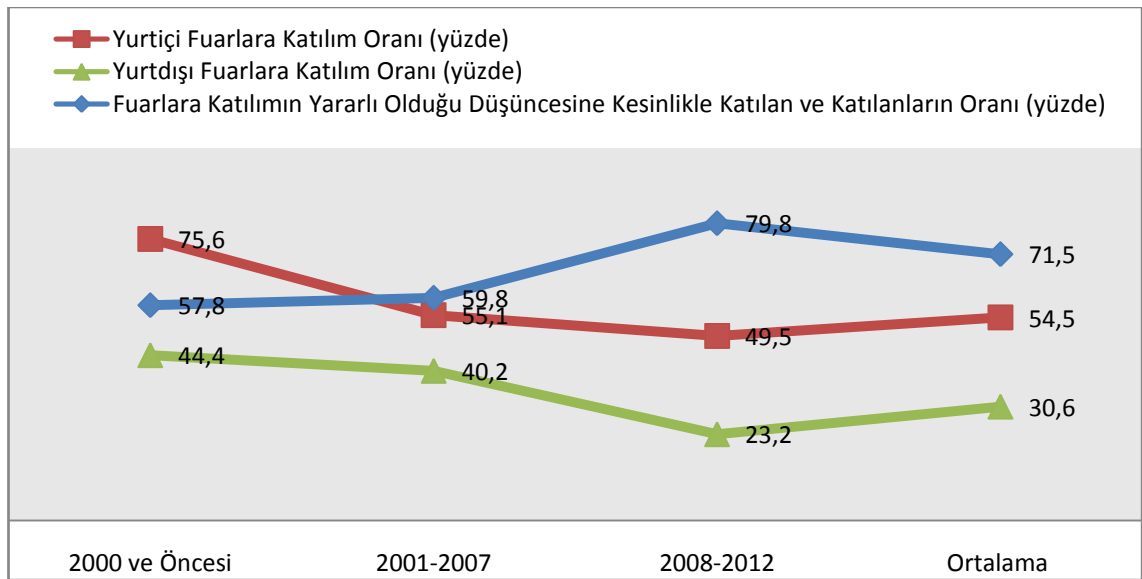
Tablo 4.43: Yurtdışı Fuarlara Katılım ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Yurtdışı Fuarlara Katılım	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	73 (% 71,5)	6 (% 18,8)	79
Evet	29 (% 28,4)	26 (% 81,2)	55
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 28,182$ sd = 1, $p < 0,001$			

Fuarların önemi konusunda mülakat yapılan girişimcilerden biri düşüncesi ve tecrübelerini şöyle ifade etmektedir. *"Ben şahsen fuarların çok faydalı olacağına inanmazdım. KOSGEB desteği ile İtalya'da teknoloji fuarına katıldığımda tüm fikirlerim değişti. Fuarlarda sizin ürünlerin benzerlerini ve rakiplerinizi tanıma fırsatınız oluyor. Sadece bu bile çok faydalı"*(G16).

Girişimcilerin yurtiçi fuarlara katılım oranları 2000 yılı ve öncesinde işletmesini kuran girişimcilerde yüzde 76 düzeylerinde iken aynı oran 2012 yılında yüzde 54'e gerilemiştir. Yurtdışı fuarlara katılım oranları 2000 yılı ve öncesinde işletmesini kuran girişimcilerde yüzde 44 düzeylerinde iken aynı oran 2012 yılında yüzde 31'e gerilemiştir. Fuarlara katılımın faydalı olduğu düşüncesi ise aynı dönemde yüzde 58'den yüzde 71'e yükselmiştir (bkz. Grafik 4.28). Fuarlara katılımın hızlı büyüyen olma üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, bu alandaki destek ve uygulamaların geliştirilmeye ihtiyacı olduğu düşünülmektedir.

Grafik 4.28: Fuarlara Katılım Oranları



Girişim sermayesi kullananların oranı yüzde 37 (122 işletme) düzeyindedir. Hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 34'ü girişim sermayesi kullanmış iken hızlı büyümeyen işletmelerin oranı yüzde 6 düzeyinde kalmıştır. Son yıllarda girişim sermayesi faaliyetlerinin Türkiye'de yaygınlaşmaya başlaması sonucunda ankete katılan

ve 2008 yılından sonra kurulan işletmelerde bu oran giderek artmaktadır (yaklaşık yüzde 55).

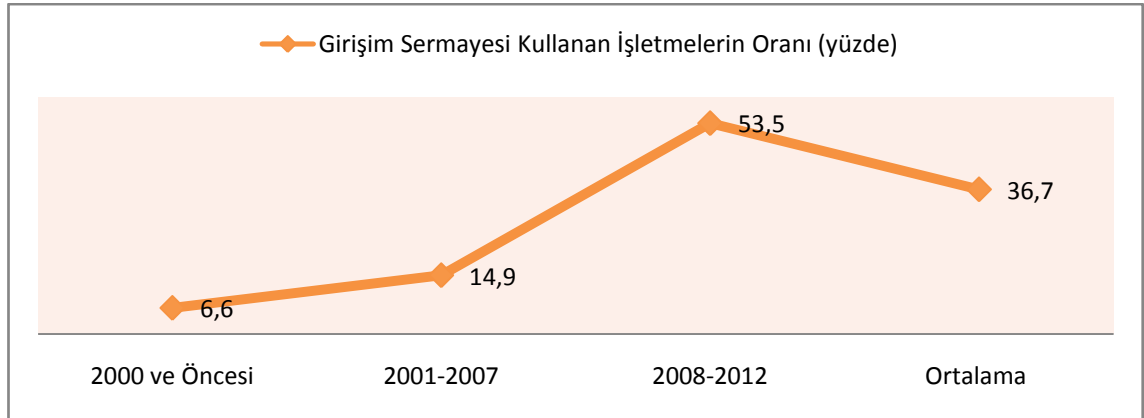
Tüm dünyada girişim sermayesi kullanımı küçük girişimler için büyüme konusunda önemli bir araç olarak görülmektedir. Bu işletmelere daha büyük sermayenin ortak olması için öncelikle küçük işletmelerin yürüttükleri projelerin uygulanabilir ve ticarileşebilir bir ürüne dayanması gerekmektedir. Hızlı büyüyen işletmelerde hızlı büyümeyenlere göre girişim sermayesi kullanımı konusunda önemli bir fark bulunmaktadır. Bu fark, işletmelerin büyümesinde etkili olabilecek düzeydedir.

Girişim sermayesi kullanma ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, girişim sermayesi kullananlar arasında hızlı büyüyen işletmelerin oranının hızlı büyümeyenlere göre daha yüksek olduğu gözlenmektedir (yüzde 64,7'ye karşı yüzde 35,3). Girişim sermayesi kullanımı ile hızlı büyüme arasında bir ilişki ($p < 0,001$) bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.44).

Tablo 4.44: Girişim Sermayesi Kullanma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Girişim Sermayesi Kullanım	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
Hayır	96 (% 94,1)	21 (% 65,6)	117
Evet	6 (% 5,9)	11 (% 34,4)	17
Toplam	102	32	134
$MC\chi_p^2 = 18,253 \quad sd = 2, \quad p = 0,001 < 0,01$			

Grafik 4.29'da girişim sermayesi kullanımının oranları gösterilmektedir. 2000 ve öncesi işletmesini kuran girişimcilerin girişim sermayesi kullanma oranları yüzde 6 iken aynı oran 2001-2007 yılları arasında kurulan işletmeler için yüzde 15'tir. Ancak, 2008-2012 yıllarında işletmesini kuran girişimcilerde ise yüzde 53,5 düzeylerinde olduğu görülmektedir. Bu durum 2008 yılından itibaren BSTB tarafından verilen Tekno-Girişim Sermaye Desteğinin TGB'lerde yüksek oranlarda kullanılmasından kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir.

Grafik 4.29: Girişim Sermayesi Kullanım Oranları

4.4.5. Geleceğe Yönelik Planlar

Tablo 4.45'te girişimcilerin geleceğe ilişkin ihracat, yatırım, Ar-Ge ve yenilik ile istihdam konularındaki planları ve düşünceleri verilmiştir. Araştırmaya katılan işletmelerin önümüzdeki 3 yıl içerisindeki faaliyet düşünceleri incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 81'i ihracat yapma, yüzde 86'sı yeni yatırım yapma, yüzde 96'sı yeni bir Ar-Ge projesi yapma, yüzde 90'ı yenilik yapma ve yüzde 92'si istihdam artışı planlamaktadır.

Hızlı büyüyen işletmelerin önümüzdeki 3 yıl içerisindeki düşünceleri incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 97'sinin ihracat yapma, yüzde 94'ünün yeni yatırım yapma, yüzde 97'sinin yeni bir Ar-Ge projesi yapma, yüzde 94'ünün yenilik yapma, yüzde 88'inin istihdam artışı planladığı görülmektedir. Hızlı büyüyen olamayan işletmelerin önümüzdeki 3 yıl içerisindeki faaliyet düşünceler incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 81'inin ihracat yapma, yüzde 81'inin yeni yatırım yapma, yüzde 96'sının yeni bir Ar-Ge projesi yapma, yüzde 89'unun yenilik yapma, yüzde 97'sinin istihdam artışı planladığı görülmektedir.

Tablo 4.45: Planlanan Faaliyetler

	Faaliyetler	Evet	Hayır	Kısmen
Genel Toplam	İhracat	266 (% 80,6)	35 (% 10,6)	29 (% 8,8)
	Yatırım	282 (% 85,5)	24 (% 7,3)	24 (% 7,3)
	Ar-Ge	318 (% 96,4)	6 (% 1,8)	6 (% 1,8)
	Yenilik	298 (% 90,3)	11 (% 3,3)	21 (% 6,4)
	İstihdam	302 (% 91,5)	10 (% 3,0)	18 (% 5,5)
Hızlı Büyüyen İşletme	İhracat	31 (% 96,9)	-	1 (% 3,1)
	Yatırım	30 (% 93,8)	-	2 (% 6,3)
	Ar-Ge	31 (% 96,9)	-	1 (% 3,1)
	Yenilik	30 (% 93,8)	1 (% 3,1)	1 (% 3,1)
	İstihdam	28 (% 87,5)	1 (% 3,1)	3 (% 9,4)
Hızlı Büyümeyen İşletme	İhracat	83 (% 81,4)	8 (% 7,8)	11 (% 10,8)
	Yatırım	83 (% 81,4)	10 (% 9,8)	9 (% 8,8)
	Ar-Ge	98 (% 96,1)	1 (% 0,98)	3 (% 2,9)
	Yenilik	91 (% 89,2)	3 (% 2,9)	8 (% 7,8)
	İstihdam	99 (% 97,1)	-	2 (% 2,9)

İstihdam artışı dışında tüm alanlarda hızlı büyüyen işletmelerin oranları daha yüksektir. Bu durum hızlı büyüyen girişimcilerin orta vadede ihracat, yatırım, Ar-Ge ve yenilik konularına ağırlık vererek büyümeyi planladıklarını ve hızlı büyümeyen girişimcilere göre daha fazla büyüme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Diğer taraftan TGB’de girişimcilerin ekonomiye olumlu yaklaştıkları ve beklentilerin gelişme yönünde olacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

4.4.6. Yenilik ve Ar-Ge

İşletmelerin yenilik faaliyetlerine ilişkin bilgiler Tablo 4.46 ve 4.47’de gösterilmektedir. Ankete katılan işletmeler tarafından yaklaşık 1.100 Ar-Ge projesi tamamlanmış veya çalışmalarına devam edilmektedir. 2012 yılı itibarıyla TGB’lerde yürütülen veya yürütülmekte olan toplam proje sayısı ise yaklaşık 5.000’dir. Bu projelerin yaklaşık yarısı kamu tarafından desteklenmiştir. Yürütülen projelerden yaklaşık yüzde 20’si patent veya faydalı modele dönüşmüştür.

Tablo 4.46: İşletmelerin Yenilik Faaliyetleri (ort.)

	Hızlı Büyüyen İşletme	(Ort.)	Hızlı Büyümeyen İşletme	(Ort.)	Genel	(Ort.)
Ar-Ge Proje Sayısı	155	4,8	339	3,3	1.098	3,3
Kamu Desteği	97	3	167	1,6	554	1,7
Belgeli Ürün	26	0,8	67	0,6	200	0,6

Hızlı büyüyen işletmelerde ortalama 4,8 proje gerçekleştirilirken işletme başına ortalama 3 projeye başka bir ifadeyle projelerin yüzde 63'üne kamudan destek sağlanmıştır. İşletme başına alınan ortalama patent veya faydalı model sayısı 0,8 olup projelerin patent ya da faydalı modele dönüşme oranı yüzde 17'dir. Hızlı büyüyen işletmelerde ise ortalama 3,3 proje yürütülürken işletme başına ortalama 1,6 projeye başka bir ifadeyle projelerin yüzde 49'una kamudan destek sağlanmıştır. İşletme başına alınan ortalama patent veya faydalı model sayısı 0,6 olup projelerin patent ya da faydalı modele dönüşme oranı yüzde 20 olarak gerçekleşmiştir.

Görüleceği üzere hızlı büyüyen işletmeler gerek proje sayıları gerekse bu projeler için kamudan sağladıkları destek oranları hızlı büyüyen işletmeler ile karşılaştırıldığında daha yüksek olup bu anlamda hızlı büyüyen işletmelerin daha rekabetçi olduğu söylenebilir. Bu da literatürdeki hızlı büyüyen işletmelerin daha yenilikçi olduğu konusundaki savların yapılan araştırma içerisinde geçerli olduğunu göstermektedir. Ayrıca işletmelerin yenilik kapasiteleri ve faaliyetlerinin büyüme ve başarıyı getiren önemli faktörler arasında yer alabileceği konusundaki teorileri desteklemektedir.

Tablo 4.47: İşletmelerin Yenilik Faaliyetleri

	Faaliyet/ Proje Sayısı	1	2	3	4	5-9	10+
Hızlı Büyüyen İşletme	Yürütülen Ar-Ge Proje Sayısı	-	7 % 21,9	3 %9,4	7 %21,9	13 %40,7	2 %6,3
	Kamu Desteği Alınan Proje Sayısı	9 %28,1	4 % 12,5	9 %28,1	2 %6,3	8 %25	-
	Belge Alınan (Patent gibi) Proje Sayısı	7 %21,9	4 % 12,5	2 %6,3	-	1 %3,1	-
Hızlı Büyümeyen İşletme	Yürütülen Ar-Ge Proje Sayısı	12 %11,8	32 %31,4	22 %21,6	9 %8,8	24 %23,6	3 %2,9
	Kamu Desteği Alınan Proje Sayısı	43 %42,2	22 %21,6	5 %4,9	4 %3,9	9 %8,9	-
	Belge Alınan (Patent gibi) Proje Sayısı	24 %23,5	8 % 7,8	4 %3,9	-	3 %2,9	-
Anket Genel	Yürütülen Ar-Ge Proje Sayısı	71 %21,5	89 %27	52 %15,8	34 %10,3	76 %23,0	8 %2,4
	Kamu Desteği Alınan Proje Sayısı	132 %40	58 %17,6	28 %8,5	13 %3,9	27 %8,1	2 %0,6
	Belge Alınan (Patent gibi) Proje Sayısı	71 %65,5	25 %7,6	7 %2,1	3 %0,9	7 %2,1	1 %0,3

Gerçekleştirilen Ar-Ge proje sayısı ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, hızlı büyüyen grupta Ar-Ge proje sayısı 4'ün üzerinde olan işletmelerin oranı hızlı büyümeyen gruba göre daha fazladır (yüzde 68,8'e karşın yüzde 35,3). Ar-Ge proje sayısı ile hızlı büyüme arasında $p=0,01$) bir ilişki bulunmaktadır (bkz. Tablo 4.48).

Tablo 4.48: Ar-Ge Proje Sayısı ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki Durumu

Proje Sayısı	Hızlı Büyümeyen İşletme	Hızlı Büyüyen İşletme	Toplam
1-3	66 (% 64,7)	10 (% 31,2)	76
4+	36 (% 35,3)	22 (% 68,8)	58
Toplam	102	32	134
$\chi_p^2 = 11.106$ sd = 1, $p = 0,01 < 0,05$			

Ar-Ge projelerine kamu desteği alabilme ile hızlı büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde, hızlı büyüyen işletmelerin Ar-Ge projelerinin 3'ten fazla proje için kamu desteği alma durumu, hızlı büyümeyen işletmelere göre daha yüksektir (yüzde

59,4'e karşın yüzde 17,6). Ar-Ge projelerine kamu desteği alabilme ile hızlı büyüme arasında bir ilişki ($p=0,01$) bulunmuştur (bkz. Tablo 4.49).

Tablo 4.49: Projelere Kamu Desteği Alma ile Hızlı Büyüme Arasındaki İlişki

Kamu Desteği	Hızlı Büyümeyen	Hızlı Büyüyen	Toplam
Alınan Proje Sayısı	İşletme*	İşletme	
1-2	65 (% 63,7)	13 (% 40,6)	78
3+	18 (% 17,6)	19 (% 59,4)	37
Toplam	83	32	115
$MC\chi_p^2 = 23.554$ sd = 2, $p = 0,001 < 0,05$ *			

*19 girişimci kamu desteği kullanmamıştır.

“Bizim başarımız veya bize benzeyen işletmelerin başarıları “ben de başarabilirim” anlayışını bugünkü öğrencilere verecektir. Bence kaçırılan nokta bu, eğer burayı atlarsak, bu işi gelecekte başarabilecek insanları bankalarda işe girer ve sizin elinizde nitelikli mühendis kalmaz. Esas kendini göstermesi gerekenler zayıflatılmamalı, çünkü başarılı projeler bunlardan çıkıyor” (G5).

Mülakatların tamamında kamunun sağladığı destek mekanizmalarını kullanıcı dostu haline getirme, bürokrasiyi azaltma, destek verilen kaynağın avans olarak verilmesi gibi hususlara değinilmiştir.

Yapılan mülakatlarda desteklenecek girişimcilerin seçim sürecine ilişkin ciddi öneriler gelmiştir. *“Proje değerlendirme süreçlerinde sadece proje değerlendirilmemeli, girişimcinin kendisi çok daha kıymetli, bakın mesela ben çıkış projemle devam etmiyorum, benim çıkış projem “karar destek sistemleri” idi ama şimdi yaptığım iş çok farklı. Çünkü ben karar destek sistemleri olarak yol almadım, girişimci olarak yol aldım. Eğer siz girişimciyi yakalayabilerseniz yeni projeler muhakkak geliyor. Eğer ben karar destek sistemi projem ile KOSGEB’den destek almasaydım bugün burada olmayacaktım. KOSGEB’den destek aldığım projem çok başarı sağlamadı ama ben girişimci olarak şu anda başarılıyım. O gün beni destekleyen KOSGEB yöneticisi zaten projeme çok inanmadı, girişimciliğime inandığı için risk aldı ve beni destekledi. Ben şu anda devletin bana verdiği kaynağı neredeyse vergi olarak*

geri ödedim bundan sonra sağlayacağım katkılar da sizin benim gibi yeni girişimciler bulmanıza yarayabilir” (G1).

Türkiye’de yenilikçi girişimcilik desteklerinde daha çok projeye odaklanılmaktadır. Hâlbuki bu gelişmişlik düzeyi için başlangıç projelerin çok iyi Ar-Ge unsurları ve yenilik unsurları içermesi her zaman mümkün değildir. Bunun için sağlanacak desteklerde projeyi sunan girişimcilerin 5-10 yıl sonra neler yapabilecekleri düşünülmelidir. Söz konusu örnek de görüldüğü gibi belki de o gün girişimcilik özelliklerine bakılmasaydı ve projeye odaklanılsaydı bugün böyle bir girişimci de olmazdı. Başka bir girişimcinin bu konudaki görüşü şöyledir. *"Evet bu süreç kötü kullanıma müsait olması itibarıyla yüksek risk içermektedir. Her zaman başarılı girişimcileri yakalamak çok mümkün olmayabilir. Ama bu işin doğasında da kabul edersiniz ki risk vardır. Bunun için değerlendiricilerin objektifliğinden ziyade sistemin ve ülkedeki sosyal-siyasi kültürün işleyişi önemlidir. Ancak yine de projeler değerlendirilirken projelerin olumsuz yanlarının girişimcilik özellikleriyle kapatılabileceğini karar vericiler tarafından değerlendirilmesi gereken bir husus olarak görüyorum"* (G19).

Bir başka girişimci ise yenilikçi girişimcilerin bir öğrenme süreci yaşadığına vurgu yapmaktadır. *"Bu tip girişimcilik yönü çok kuvvetli gençleri, aldıkları projeler ile girişimcilikte acemiliklerini atmakta ve tecrübe kazanmaktadırlar. Daha sonraki projeleri hem yapılabilir hem de piyasayla temas etmiş biri tarafından gerçekleştirileceği düşünüldüğünde kamunun kısa vadede kayıp gibi görünen kaynaklarının orta ve uzun vadede boşa gitmeyeceği görülecektir"*(G15).

Diğer bir girişimci kamu destek sistemine ilişkin olarak belirlenecek ölçütler ve performans göstergeleri çerçevesinde kamunun özel kesime kaynak aktarabileceği bir sistem kurulması üzerinde durmaktadır. *"Ancak unutulmaması gereken, desteklenen projelerin yenilik ve Ar-Ge odaklı olmasıdır. Buraya ayırdığınız kaynak büyük oranda başarı getirmeyebilir ama her yıl desteklenen projelerden 10 yeni sağlam girişimci, burada kamunun harcadığı kaynağın çok daha fazlasıyla kamuya dönmesini sağlar. Yani bu işin doğası biraz riskli olmasındadır. Bu riskleri azaltabilmek için ise girişimcilik yeteneklerinin objektif olarak ölçüleceği yöntemlerin kamu tarafından*

geliştirilmesi veya bu konuda hedef ve stratejileri belirleyip kaynak aktarma ve proje destekleme işini daha profesyonel kurumlara devretmektir"(G20).

Kamu tarafından sağlanan yenilik tabanlı girişimcilik desteklerinin uygulanmasında sadece projeye odaklanılmasının her zaman başarılı sonuçlar vermeyeceği, projenin önemi yanında projeyi hazırlayan girişimcilerin özelliklerine de bakılması gerektiği genel olarak mülakatlarda dile getirilmiştir.

Bir başka girişimciye göre *"kamu desteği olmadan zaten buralara gelemezdik. Personel maliyeti çok önemli, Bizde hak ediş mantığı var bu mantık projeleri verimsizleştiriyor. Bir de en başarılı girişimci yaşı 40 ve üstüdür. Tekno-girişimde bu şartlara uygun insanları da desteklememiz lazım. Çünkü size bu şekilde gelecek insanların kafasındaki proje daha uygulanabilir olacaktır. Programda sınırlamayı değiştirirsek çok daha iyi olur"(G4).*

Diğer taraftan mülakatlarda üzerinde durulan önemli konulardan biri de Ar-Ge sonrasında projelerin ticarileşmesine yönelik kamu desteklerinin çok yetersiz olması konusudur. *"Ar-Ge proje destekleri ve girişimcilik konusunda ortalıkta kaynak bolluğu bulunurken ticarileşme konusunda kamu tarafından sağlanan desteklerimiz çok eksik. Yani buradan çıkıp üretime geçmem için yeterince teşvik yok. Biraz daha nakdîm olsa kapasitemi artıracam. Şu an ayda 1 tesis kuruyorum ve parasını alınca diğerine geçiyorum oysa nakdîm olsa ayda 5 tane kuracağım" (G1).*

Ar-Ge projelerin sonuçlarının ticarileştirilmesi ise Türkiye'nin şu anda en çok ihtiyaç duyduğu boş bir alan olarak görülmektedir.

Bu durumda kuluçka (inkübator) ortamları ve girişimci destek programlarında kamunun girişimcileri ortaya çıkardığı bir ortam olarak görmek gerekir. Daha sonra alınan ikinci projeler daha nitelikli ve katma değerli olmaktadır. İncelenen ve görülen örnekler bunu desteklemektedir. Birçok örnekte KOSGEB ve son yıllarda Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tekno-girişim destekleriyle girişimci destekleniyor daha sonra ise TÜBİTAK'tan veya TTGV'den daha nitelikli proje destekleri sağlanıyor. Bu bize kamu tarafından oluşturulmuş birincil ve ikincil desteklerin varlığını göstermektedir. KOSGEB ve BSTB girişimci okulları ya da fabrikaları olarak nitelendirilebilir.

TÜBİTAK ve TTGV daha ciddi Ar-Ge çalışmalarının yapıldığı ve artık ticarileşebilir ürünlerin ortaya çıktığı yerler olarak görülmektedir.

Mülakat yapılan girişimcilerin neredeyse yarısı işletmelerini KOSGEB'in TEKMER'lerinden aldıkları proje destekleriyle kurmuş olup başarılarında KOSGEB'in önemli bir payı olduğu üzerinde önemle durmaktadırlar. Bunun yanında girişimciler tarafından TEKMER'lerin etkinliğinin azalması ve KOSGEB'in hedef kitlesinin hizmet sektörleriyle birlikte genişlemesiyle KOSGEB'in üretimi desteklemekten uzaklaşacağı endişesi genel olarak vurgulanmaktadır.

Türkiye'de TEKMER'ler tarafından oluşturulan altyapı üniversite sanayi işbirliğinin gelişimine ve yenilikçi girişimcilik kültürünün oluşmasına önemli katkılar sağlamıştır. 1990'lı yıllarda kurulan TEKMER'ler özellikle İstanbul ve Ankara'da önemli başarılar sağlamış ve 2000'li yıllarda kurulan TGB'ler için teknolojik ve sosyal altyapı sağlamıştır. KOSGEB'in destek sağladığı en önemli mekanizma olan TEKMER müdürlükleri 2009 yılında diğer işletme geliştirme merkez müdürlüklerine bağlanarak müdürlük vasfı kaldırılmıştır. Bu yapılanmanın TEKMER'lerin motivasyonunu ve etkisini azalttığı konusu mülakat yapılan girişimciler tarafından vurgulanan hususlar ararsındadır.

Bu konuda görüşlerini açıklayan bir girişimci şöyle demektedir. *“TEKMER'den yetişerek başarılı olmuş bir girişimci olarak bence KOSGEB'in TEKMER'leri kapatması çok hatalıydı. Bunu KOSGEB'lilere söylediğinizde hemen karşı çıkıyorlar ve biz kapatmadık ki, müdürlüğünü kaldırdık diyorlar. Mesela bizim bağlı olduğumuz TEKMER, başka bir KOSGEB müdürlüğüne bağlandı ve inanılmaz sorunlar yaşadık. Zamanla TEKMER'lerdeki Ar-GE ve yenilik konusunda uzmanlaşmış nitelikli personel de erimeye başlayınca zaten hiç çekilmez oldu. Kendinize muhatap bulamamak bir girişimci için ne demek bilir misiniz? Sonra KOSGEB uzun süre kredi işleriyle uğraştı. Bana göre, KOSGEB'in görevi üretimi ve Ar-Ge faaliyetlerini desteklemektir. Katma değerli yeni ürünü ancak buradan çıkarabilirsiniz”* (G2). Aynı konu çerçevesinde bir başka girişimci görüşlerini şöyle ifade etmektedir. *“ TEKMER deki danışmanlık, eğitim ve geçmiş tecrübelerin aktarıldığı sistemin bir an önce aktif hale getirilmesi*

gerekmektedir. İlk kuruluş ve sorunlar aşamasında TEKMER çok önemliydi. TGB'ler ise başarı sağlandıkça işe yarıyor" şeklinde ifade etmektedir (G8).

Bir başka girişimci, kamunun destek sağlarken daha yenilikçi olması gerektiğini savunarak yeni bir destek modeli önermektedir. *"Bence kamunun destek mantığını geliştirilmesi gereklidir. Belki desteklerin dağıtımında doğrudan değil de kamunun kolaylaştırıcı olarak sisteme girmesi verimsizlikleri azaltabilir. Bu tip uygulamalar gelişmiş ülkelerde mevcuttur. Bu yapılar incelenerek ülkemize özgü bir model de geliştirilebilir"*(G20). Türkiye'de son yıllarda TTGV ile bu tip bir ortaklığı Ar-Ge desteklerinde (eski adıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı) Ekonomi Bakanlığı yapmıştır. Kaynak koyan hedefleri belirleyen Bakanlık, destek uygulamalarında, kamu yararı için kurulmuş TTGV'nin kullanılması ile maliyet etkinliğinin yanında projelerin uzman bir kuruluş tarafından seçilmesi ile programların başarısını artırmıştır. Diğer taraftan son yıllarda özel üniversiteler bünyesinde kurulan KOBİ Fabrikası ve Garaj gibi kuluçka ve hızlandırıcılar ile işbirlikleri yapılarak kamu destek performansının artırılacağı düşünülmektedir.

Mülakat yapılan girişimcilerin çoğu kamu desteklerinin kötüye kullanılmasının mümkün olduğunu ve bizim gibi ülkelerde bunu yapacak insan sayısının pek de az olmayacağını vurguladıktan sonra bu gibi durumların başarı potansiyeli olan girişimcileri etkilememesi gerektiğini savunmaktadır. Bu konuda bir girişimci görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmektedir. *"Başarılı girişimciler belirli sıkıntılar çekmiş, az ile kanaat etmiş, disiplinli, çalışkan ve sabırlı insanlardır. Sahtekâr adamdan Ar-Ge çıkmıyor. Bu insan tipinin sistemin boşluklarını değerlendirmesi ve kötüye kullanması, bürokrasiyi daha kuralcı bir hale getirmektedir. Bu iki süreç zamanla birbirini beslemekte ve sonuçta gerçekten desteklenmeyi hak eden ve bu işi düzgün yapıp başarılı olabilecek kişiler sistemden elenebilmektedir. Kamu kurumlarının bu kötüye kullanmayı engellemek için sistemi çok sıkıtları zaman işler daha da kötüye gidiyor"*(G5).

Mülakatlarda kamu tarafından sağlanan desteklerin süreçlerinin iyileştirilmesi üzerine çeşitli düşünceler ifade edilmiştir. Bu konuda bir girişimci görüşlerini şöyle ifade etmektedir. *"Genel olarak kamuda sağlanan desteklerde ödemeler çok geç*

veriliyor, süreçler çok yavaş işliyor, bu da bize olumsuz yansıyor. Kamunun Ar-Ge desteklerinde hak ediş mantığından çıkıp ön ödemeli bir yapıya dönüşmesi gerekmektedir"(G2). Bilindiği gibi AB fonları ve birçok gelişmiş ülkedeki yenilik ve Ar-Ge desteklerinde avans yöntemi kullanılmaktadır. Bu yöntem proje başarısını doğrudan etkileyebilmektedir.

4.4.7. Girişimcilerin İşletme Faaliyetlerine İlişkin Görüşleri

Girişimcilerin işletme öncesi dönem ve işletme dönemine ilişkin faaliyetlerine yönelik görüşleri Tablo 4.50’de gösterilmektedir.

“İşletme faaliyetlerinde danışmanlık almak işletme başarısına etkilidir” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 73’ü katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 74’ü bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 70’i katılmaktadır.

"İşletme çalışanları için eğitim almak işletme başarısında etkilidir” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 88’i katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 91’i bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 87’si katılmaktadır.

“Fuarlara katılım işletme başarısında etkilidir” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 73’ü katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 91’i bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 87’si katılmaktadır.

“Yabancı işletmeler ile ortak iş ve proje yapmanın çok önemli faydaları bulunmaktadır” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 74’ü katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 72’si bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 67’si katılmaktadır.

“İşyeri kurmadan önce aynı alanda staj yapmak faydalıdır” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 77’si katılmaktadır. Hızlı

büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 88'i bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 73'ü katılmaktadır.

Tablo 4.50: Girişimcilerin İşletme Faaliyetlerine İlişkin Görüşleri

İşletme Faaliyetleri	Genel		Hızlı Büyüyen Girişimciler		Hızlı Büyümeyen Girişimciler	
	Kesinlikle katılıyor	Katılıyor	Kesinlikle katılıyor	Katılıyor	Kesinlikle katılıyor	Katılıyor
İşletme faaliyetlerinde danışmanlık hizmeti almak işletme başarısında etkilidir.	116 %35	124 %38	12 %37	12 %37	29 %28	43 %42
İşletme çalışanları için eğitim almak işletme başarısında etkilidir.	163 %49	129 %39	13 %41	16 %50	44 %43	45 %44
Fuarlara katılım işletme başarısında etkilidir.	113 %34	122 %37	9 %28	14 %44	28 %27	28 %27
Yabancı işletmeler ile ortak iş ve proje yapmanın çok önemli faydaları bulunmaktadır.	115 %35	130 %39	11 %34	12 %37	28 %27	40 %39
İşyeri kurmadan önce aynı alanda staj yapmak faydalıdır.	123 %37	132 %40	8 %25	17 %53	35 %34	40 %39
İş kurmadan önce ilgili başka işletmede çalışmak faydalıdır.	164 %50	112 %34	18 %56	11 %34	49 %48	38 %37
Girişimcilik eğitimleri iş kurarken önemlidir.	93 %28	114 %34	8 %25	12 %37	23 %22	31 %3
İş planı hazırlamak işletme başarısı için önemlidir.	161 %49	127 %38	12 %37	16 %50	39 %38	48 %47
Daha önce denenmemiş alanlarda Ar-Ge yaparım.	112 %34	116 %35	11 %34	11 %34	31 %30	32 %31
Çalışanlarımı işletmeme ortak yapmayı düşünürüm.	64 %19	83 %25	10 %31	12 %37	17 %17	23 %22
TGB'de bulunmak işletme başarımı olumlu etkiliyor.	118 %36	101 %31	13 %41	11 %34	34 %33	37 %36

“İş kurmadan önce ilgili başka işletmede çalışmak faydalıdır” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 84'ü katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 91'i bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 85'i katılmaktadır.

“Girişimcilik eğitimleri iş kurarken önemlidir” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 62'si katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 63'ü bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 53'ü katılmaktadır.

“İş planı hazırlamak işletme başarısı için önemlidir” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 88'i katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 88'i bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 85'i katılmaktadır.

“Daha önce denenmemiş alanlarda Ar-Ge yaparım” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 69'u katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 68'i bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 62'si katılmaktadır.

“Çalışanlarımı işletmeme ortak yapmayı düşünürüm” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 65'i katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 69'u bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 39'u katılmaktadır.

Teknoloji geliştiren işletmeler için bazı çalışanlar kritik öneme sahiptir. Bu uzman kişilere, girişimcilerin işveren olarak gereken güven verilmesi işletme için çok önemli olabilmektedir. Özellikle bilişim sektöründe bu durum çok daha öne çıkmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 69'u çalışanlarını işletmeye ortak etmeye kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum cevabını verirken aynı durum hızlı büyümeyen girişimler yüzde 39'da kalmaktadır. Girişimcilerin işletmelerinin başarısı için ortaklık konusunda hızlı büyüyen girişimcilerin daha duyarlı olduğu görülmektedir.

“TGB' de bulunmak işletme başarıımı olumlu etkiliyor” şeklindeki önermeye verilen cevaplar incelendiğinde; girişimcilerin yaklaşık yüzde 67'si katılmaktadır. Hızlı büyüyen girişimcilerin yaklaşık yüzde 75'i bu görüşe katılırken hızlı büyümeyen girişimcilerin ise yüzde 69'u katılmaktadır.

Girişimciler TGB'lerin kendilerine çok faydalı olduğunu belirtmektedirler. Bu konuda görüşlerini ifade eden bir girişimci şöyle düşünmektedir. *TGB'de büyük sinerji var koridorlarda iş dışı çok muhabbet dönüyor, diğer firmalarla çok iyi dostluklar kuruluyor bunun da işin verimine çok faydası oluyor" (G8).*

Diğer bir girişimci şöyle söylemektedir. *“TGB'nin statü olarak çok faydasını görüyorum. Dün Urfa'da idim, GAP İdaresi bizi konuşmacı olarak çağırdı, oradaki tüm paydaşlara sunuş yaptık ve eğitim verdim. Türkiye'de bu alanda başka firmalar da var ama teknokent içerisinde olmamız bizi otomatik olarak bazı networklere sokuyor. Neden? Bu işi Ar-Ge aşamasından başlayarak yaptığımız için. Bizi çağıranlar, bu adamlar bu işin sıfırından yani kâğıt üstünden nihai aşamasına kadar bilgilendirmeye ehildir diye düşünerek çağırıyor bizi. Düşünsenize bu konuda ben artık bölgede bir sıfır öndeyim diğer rakip firmalara göre. Çünkü oradaki yatırımcılar, GAP idaresi ve Kalkınma Ajansları ile bire bir bağlantım var artık. Bundan sonra aynı konuda olabilecek işlerde doğrudan bağlantı noktasıyım”* (G2).

Diğer bir girişimci devletin sağladığı vergisel teşviğin TGB'ler tarafından alındığını belirterek durumu şöyle ifade etmektedir. *“TGB'ler şu hesabı yapar. Bir adamdan işletmenin alacağı vergi indirimi neyse 10 metre karenin kirası da aşağı yukarı o oluyor. Dolayısıyla devletin verdiği Teknopark A.Ş. alıyor. Benim burada esas kazanımım yanımdaki işletme ve üniversite ile onlarla kuracağım ilişkililerdir. Ayrıca Teknokent firması olmanın önemli bir referans olduğu ortadadır”* (G1).

Mülakat yapılan girişimciler, genel olarak TGB yönetimlerinin iyileştirilmesi gerektiğini düşünülmektedir. Tüm girişimciler bu alanlarda devletin sağladığı vergisel teşviklerin çok önemli olduğunu ancak bu kaynağın TGB'ler tarafından alındığını, ifade etmektedirler. Bu imkânın devlet tarafından verilmesinin yanında çeşitli kriterlerin de getirilebileceği vurgulanan hususlar arasında yer almaktadır. Örnek olarak ise genel olarak başarılı girişimcilerden alınan kiraların belirli ölçüde azaltılmasının da önemli bir destek olacağı konusundadır. Benzer şekilde TGB'lerdeki yığılmaları önleyecek ve girişimciye yansıyan fiyat baskısını ortadan kaldıracak önerilerde gelmiştir. Bunlar içinde en dikkat çeken öneri 50 Ar-Ge personeli olan işletmeye nerede olursa olsun sağlanan vergisel teşviğin, 30 Ar-Ge personeline çekilmesidir. Bu durumda TGB'lerdeki yığılma azalabilecek, yüksek kiralar gerçek değerlerine gelebilecek, yeni girişimciler daha rahat yer bulabilecek ve büyüyen girişimciler ise daha düşük maliyetlerde yer temin ederek yeni bölgelerde yığınlar oluşturulabilecektir.

Diğer bir girişimci TGB bağlamında üniversite sanayi işbirliğindeki bariyerlerin kaldırılması gerektiğini düşünmektedir. *“Üniversiteyle sanayi arasında psikolojik bariyerler var. Hem bir girişimci hem de akademisyen olarak bunların büyük çoğunluğu üniversiteden kaynaklanıyor. Üniversite girişimciyi küçük görüyor. Üniversite hocası şöyle düşünüyor “yıllarımı verdim bu araştırmaya karşına geçmiş bir tüccar beni çalıştıracak diyor”. Girişimci de diyor ki parasını vereceğiz, hocam diye geldik, hizmet alacağız kaç liraysa yaptığı tafraya bak yüzde 50 ortaklık istiyor diye bakınca sizin üniversite sanayi işbirliği bu bakış açılarından yara alıyor”* (G2). Bir başka girişimci üniversite ile iş dünyasını birbirine yaklaştıracak araçlara ihtiyaç olduğunu vurgulamakta ve öneri de getirmektedir. *“Akademi ile iş dünyasını birbirine yaklaştıracak kolaylaştırıcı araçlar eksik. Ben olsam teknoparkların içine iş geliştirme ofisleri kurardım, o zaten zaman geçtikçe kendiliğinde teknoloji transfer ofisine dönüşür”* (G4).

TGB’lerin faydaları konusunda işletmeler arası işbirliğine vurgu yapılmaktadır. Bu konuda görüşlerini açıklayan bir girişimci düşüncelerini şöyle ifade etmektedir. *“Teknoparkta birkaç firma ile samimiyim ve bu girişimci arkadaşlar ile birçok şeyi konuşuyoruz. Özellikle benden daha önce işe başlamış ve çıkış yapmış girişimcilerle olan dostluğum bana önemli avantajlar sağlıyor. Çünkü onların daha önce geçmiş oldukları aşamalarda benim debelenip dünyayı tekrar keşfetmeme gerek yok”* (G1). Girişimciler arasında kurulmuş olan bu bağlar daha önceden edinilen tecrübenin tekrar tecrübe edilmeden kullanılmasını sağlamaktadır. Bu da girişimci için zaman ve para kaybetmeden karşılaşılan sorunlarda önlem almayı sağlamaktadır. Bazen bu tecrübeler erken uyarı sistemleri gibi 3-6 ay sonra karşılaşılabileceğiniz sorunlara yönelik önlem almanızı sağlayarak firmanızın yaşama şansını artırmaktadır. Bu durum aynı zamanda kamunun bu tür yığınlaşma ve kümelenme bölgeleri oluşturmasının faydalarını görmesi anlamına da gelmektedir.

Görüleceği gibi tüm sorularda hızlı büyüyen girişimciler ile hızlı büyümeyenler arasında yüzde 7 ile yüzde 20 arasında hızlı büyüyen işletmeler lehine farklılık bulunmaktadır. Yani çağdaş girişimcilik anlamında hızlı büyüyen işletmeler daha yüksek oranlarda beklenen cevapları vermektedirler. Ancak girişimcilerin eğitimi ve çalışanları işletmeye ortak yapma önermeleri konusunda aradaki makas iyice açılmıştır.

Eğitim ve ortaklık konusundaki bu farklılığın her ikisi de işletmenin orta ve uzun vadeli başarısı için önemli olduğu düşünülmektedir. Birincisi başarıyı sürdürebilecek beşeri ve sosyal sermayeyi yetiştirme konusunda etkili iken diğeri ise mevcutta çok başarılı ve kilit öneme sahip uzman personeli elinde tutmayı amaçlayarak işletmeyi geliştirmeyi amaçlamaktadır.

4.5. HIZLI BÜYÜMEYLE İLİŞKİLİ FAKTÖRLER

Anket çalışması çerçevesinde yapılan istatistikî analizlerde hızlı büyüyen olmayı etkileyen 23 değişken tespit edilmiştir. Bu değişkenler ve ilişki güçlerine göre dağılımı Tablo 4.51'de verilmiştir. Çalışmada istatistikî analiz ile belirlenen 23 değişkenin yapılan mülakatlarda girişimciler tarafından önemi vurgulanmıştır. Bu husus çalışmayı ayrıca güçlendirmektedir.

Tablo 4.51: Hızlı Büyümeyle İlişkili Faktörler (anket)

Değişken	P Değeri	Değişken	P Değeri
1. Okul öncesi eğitim almış olmak	P < 0,001	13. Alınan eğitim ile yapılan işin örtüşmesi	P = 0,039
2. Eğitim düzeyinin yüksekliği	p = 0,002	14. Ortak sayısının 3'den fazla olması	P = 0,021
3. Annenin üniversite mezunu	P = 0,006	15. Beşten fazla yabancı işletmeye satış	P < 0,000
4. Annenin çalışması	p < 0,001	16. Ortak proje geliştirmek	P = 0,001
5. Dünya ekonomisi düzenli olarak takip etmek	p = 0,014	17. İhracat yapmak	P < 0,001
6. Facebook kullanımı	P = 0,003	18. Mesleki eğitimlere katılmak	P < 0,024
7. Twitter kullanımı	p < 0,001	19. Danışmanlık hizmeti kullanmak	P < 0,001
8. LinkedIn kullanımı	P < 0,001	20. Yurtiçi fuarlara katılmak	P = 0,008
9. Ar-Ge proje sayısındaki artış	P = 0,010	21. Yurtdışı fuarlara katılmak	P < 0,001
10. Ar-Ge projelerine kamu desteği alabilmek	P = 0,010	22. Girişim sermayesi kullanmak	P < 0,001
11. İş kurmadan önce çalışmak	P = 0,010	23. Mesleki seminerlere katılmak	P = 0,043
12. İş kurmadan önce iş amaçlı yurt dışında bulunmak	P < 0,001		

Anket çalışması ile belirlenen değişkenlere ilave olarak mülakat çalışmasında girişimci başarısında etkili olabilecek faktörler belirlenmiştir. Yapılan 20 mülakat görüşmesinde girişimciler tarafından en çok üzerinde durulan konular ve kaç girişimci tarafından bahsedildiğine ilişkin bilgiler Tablo 4.52'de verilmiştir.

Tablo 4.52: Hızlı Büyümeyle İlişkili Faktörler (mülakat)

Faktörler	Girişimciler Tarafından Konuyu Vurgulama Sıklığı
1. Aile ortamının girişimciliği desteklemesi	20
2. Etkin kamu destekleri	20
3. Beşeri sermaye	18
4. Sosyal sermaye	17
5. Yabancı dil	16
6. Çeşitli kurum ve kuruluşlara üye olmak	15
7. Uluslararası projeler ve işbirlikleri	15
8. Girişimcilik yetenekleri ve geliştirilmesi	15

SONUÇ

Girişimciliğe başlamayı ve başarılı olmayı etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Ekonomik yapı ve mevcut iş ortamının koşulları veri olarak alındığında, kişisel özellikler, yetenek ve deneyimler, eğitim, aile, kültür ve sosyal sermaye girişimciliği ve girişimcilerin başarısını etkilemektedir. Çalışma kapsamında söz konusu alanlara ilişkin tespit edilen hususlara yönelik değerlendirme ve öneriler aşağıda sıralanmaktadır.

Çalışma kapsamında TGB'lerde faaliyet gösteren 32 hızlı büyüyen işletme tespit edilmiştir. TGB'lerde yer alan işletmelerin yüzde 24'ü önemli bir başarı sağlamaktadır. Hızlı büyüyen işletmelerin yüzde 84'ü İstanbul ve Ankara'daki TGB'lerde faaliyet göstermektedir. Bu durum yenilikçi girişimciliğin gelişebilmesi için ekonomik ve sosyal bakımdan belli bir gelişmişlik düzeyine ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Yenilikçi girişimcilerin yaklaşık yüzde 2'si lise, yüzde 37'si üniversite mezunu, yüzde 31'i yüksek lisans ve yüzde 30'u ise doktora derecesine sahiptir. Hızlı büyüyen girişimcilerden yüzde 22'si üniversite, yüzde 50'si yüksek lisans ve yüzde 28'i ise doktora düzeyinde eğitime sahiptir. Hızlı büyümeyen girişimcilerin yüzde 5'i lise, yüzde 53'ü üniversite, yüzde 21'i yüksek lisans ve yüzde 20'si doktora düzeyinde eğitime sahiptir. Yenilikçi girişimcilerin eğitim seviyeleri yükseldikçe başarı şansları artmakta, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitime sahip girişimciler daha başarılı olmaktadır. Yenilikçi girişimcilikte, girişimcilik yeteneklerinin yanında işi kuran kişinin teknik ve mühendislik bilgisi son derece önemlidir.

Çalışmada eğitimle ilgili olarak ortaya çıkan diğer önemli bir sonuç ise Türkiye'nin girişimci ve rekabetçi mühendis sayısının yetersizliğidir. Burada çözülmesi gereken iki temel sorun tespit edilmiştir. Bunlardan birincisi üniversitelerin birçoğunda yeterli eğitim altyapısı bulunmamasıdır. İkincisi ise kapasitenin bulunduğu üniversitelerde dahi sahaya yönelik yeterli pratik uygulamaların yapılmaması ve eğitimin öğretimle (sınıf içi) sınırlı kalmasıdır. Üniversitelerde bir yandan gerekli donanım ihtiyacı diğer taraftan da öğretim elemanı yetiştirme konusunda iyileştirmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca yetiştirilen akademisyenlere piyasa koşullarında imkân

ve şartlar sağlanmasıdır. Eğitimin sürdürülebilirliği ve kendini yeniden üretmesi açısından son derece önemlidir. Eğitimin niteliğinin iyileştirilerek amaç odaklı, piyasaya dönük yetenek, beceri ve proje uygulamalarına yeterli önemin verilmesi gerekmektedir. Bu çalışmalar da girişimciliğin gelişmesine ve yenilikçi girişimcilerin başarılarına katkı sağlayacaktır.

Eğitim konusunda hızlı büyüyen girişimciler ile hızlı büyümeyenler arasında okul öncesi eğitim alanlar bakımından önemli bir farklılık tespit edilmiştir. Okul öncesi eğitim alan girişimciler diğerleriyle karşılaştırıldığında daha başarılı olmaktadır. Bu durum söz konusu eğitimin bireye kazandırdığı sorgulama, yaratıcılık ve özgüvenle ilişkilidir.

Eğitimle ilgili olarak yabancı dile hâkim olmanın girişimcilere önemli avantajlar sağladığı anlaşılmıştır. Uluslararası işbirliği, dış kaynaklı projeler yapabilmek ve dünyayı takip edebilmek amacıyla yenilikçi girişimcilerin yabancı dile özellikle de İngilizce'yi iyi derecede kullanabilmesi gerekmektedir.

Gelecekte daha nitelikli ve yenilikçi girişimcilere sahip olabilmek için genel olarak eğitimin, tüm aşamalarını girişimci özelliklerini bireye kazandıracak nitelikte yapılandırılması potansiyel girişimci sayısını ve bunların başarısını arttıracığı ileri sürülebilir. Bireyde iletişim, eleştirel düşünce, problem çözme, ortak çalışma yapabilme, yaratıcılık ve yenilik yapabilme yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik farklı düzeylerde okul öncesi eğitimden başlayarak üniversite sonrasında da devam edecek bir girişimcilik eğitim sistemine ihtiyaç bulunmaktadır. Bu yeteneklerin nasıl geliştirileceği, hangi yöntem ve tekniklerin kullanılacağı ve bunlar için gerekli eğitim altyapısını ortaya koyan uzun vadeli bir stratejiye ihtiyaç bulunmaktadır. Nitekim yenilik bakımından gelişmiş birçok ekonomide bu konu strateji dokümanları hazırlanarak geliştirilmeye çalışılmaktadır.

Başta gelişmiş bölgeler olmak üzere üniversitelerin girişimciliği geliştirmeye yönelik faaliyetlerinin iyileştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede üniversiteler, TGB'lerin sağladığı sosyo-kültürel ve ekonomik imkânlardan yararlanmak başta olmak üzere girişimcilik eğitimleri ve projeleri yaparak kendi öğrencilerinin yeteneklerini geliştirebilirler. Mühendislik fakülteleri ile işletme bölümlerinin ortak

geliştirebilecekleri projeler yanında girişimcilik derslerinin tüm öğrencilere seçmeli, mühendislik öğrencileri için zorunlu olarak verilmesi hususu karar vericiler tarafından değerlendirilmelidir. Ayrıca, girişimcilik derslerinde başarılı olan öğrencilere yurtdışı staj, eğitim ve bilgi ile görgü artırıcı gezi imkânları da sunulmalıdır. Böylece geleceğin girişimcileri gerek konunun inceliklerini öğrenme gerekse staj ve çeşitli programlar ile girişimcilik ekosistemini daha iyi tanımaları sağlanabilir.

İş kurma öncesinde verilen girişimcilik eğitimlerinin potansiyel girişimcilere verilmesinin son derece önemli faydaları olduğu konusunda birçok çalışma bulunmaktadır. Anket bulgularına göre bu eğitimlerden yararlanma oranı yenilikçi girişimcilerde yüzde 13'tür. Mülakat çalışmalarında ise konunun önemi vurgulanmış ve mevcut durumda verilen iş kurma öncesi girişimcilik eğitimlerinin yüksek düzeyde eğitime sahip yenilikçi girişimcilere yönelik olmadığı belirtilmiştir. Mülakat ve anket bulguları birlikte değerlendirildiğinde, bu kesime yönelik üniversiteler veya TGB'ler tarafından uygun girişimcilik eğitimlerinin uygulamalı bir şekilde tasarlanmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, mevcut durumda yenilikçi girişimcilere yönelik uygulanan kamu desteklerinde girişimcilik eğitimlerin zorunlu hale getirilmesi ve yukarıda bahsedilen nitelikte bir eğitimin sağlanması desteklerin etkinliğini ve işletmelerin başarılarını artıracaktır.

Girişimcilerin aile yapıları incelendiğinde genel olarak 1-3 kardeşe sahip oldukları, anne ve babaların çok büyük kısmının şehirlerde yaşadıkları görülmektedir. Ailelerin eğitim düzeyine bakıldığında, girişimcilerin babalarının yaklaşık yüzde 30'u ilköğretim ve altı eğitime sahip iken üniversite ve üstü eğitime sahip olma oranı yaklaşık yüzde 45'tir. Annelerinin ise yaklaşık yüzde 49'u ilköğretim ve altı eğitime sahip iken yüzde 25'i üniversite ve üstü eğitime sahiptir. Yenilikçi girişimcilerin ebeveynlerinin Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde eğitime sahip olduğu görülmektedir.

Ailelerin mesleki yapıları incelendiğinde, babalarının yaklaşık 26'sı girişimci iken yüzde 50'si kamu çalışanıdır. Annesi girişimci olanların oranı ise yaklaşık yüzde 2 ve kamu çalışanı olma oranı yüzde 28'dir. Annenin çalışma oranının yüzde 38 olması yine Türkiye ortalamasının (yüzde 25) üzerindedir. Diğer dikkat çeken bir unsur, kamu

çalışanı anne veya babaya sahip girişimcilerin oranının yüksekliği ve bu oranın yıllar içerisinde giderek artmasıdır. Türkiye'nin istikrarlı büyüdüğü bir dönemde bu durumun farklı nedenleri olabilir. İlk olarak memur ailelerin kamu desteği hakkında bilgi sahibi olması kamu desteklerine ulaşmada kolaylaştırıcı olabilir. İkinci olarak, kamu çalışanlarının çocukları için girişimciliği bir alternatif olarak görmeye başlamış; çocuklarını bu yönde de geliştirmeye çalışmış olabilirler. Yapılan mülakatlarda ailenin girişimciliğe başlamada önemli etkileri olduğu görülmüştür. Aileleri kamu çalışanı olan girişimciler, girişimci ailelere sahip girişimcilerinki gibi çocuklarını iyi eğitim ve yeniliğe açık bir şekilde yetiştirdiklerini ifade etmişlerdir. Üçüncüsü ise memur ailelerin eğitim düzeyinin ortalama eğitim düzeyinin üstünde olmasıdır. Ailelerin eğitim düzeylerinin yüksekliğinin de girişimcilikte etkisi bulunmaktadır. Diğer taraftan kamuda bir iş olup da bu işi bırakarak girişimci olan kişilerin aileleri bu duruma destek olmamış ve çocuklarının kamudaki işlerini bırakmasını istemediği vakalarda görülmektedir. Bu durumda garantili bir iş ve gelir yüksek alternatif maliyet oluşturmaktadır.

Girişimcinin eğitim düzeyi, ailenin eğitilmiş olması, annenin çalışması ve genellikle kentlerde yaşanması; girişimcinin dahil olabileceği, ulaşabileceği ve kullanabileceği ağlar, sosyal organizasyonlar, gruplar ve tanıdığı diğer bireylerin sayısını ve niteliğini geliştirmekte ve girişimcinin başarılı olmasını sağlayacak kalite ve nicelikte sosyal sermaye potansiyeli ortaya çıkarmaktadır. Bu potansiyeli harekete geçirmekte başarılı olan girişimciler gerek kuruluş aşamasında gerekse işletme döneminde böyle bir sosyal sermaye gücünden yoksun olanlara göre daha fazla gelişme ihtimali bulmaktadır.

Başarılı girişimciler genel olarak dünya ekonomisi, facebook, twitter ve linkedini düzenli olarak takip etmekte ve kendi işlerini kurmadan önce benzer işlerde çalışma deneyimine sahip olmaktadır. Bu şekilde, girişimciler kendi bilgi deneyim ve ilişkilerini güçlendirme imkânına sahip olabilmektedir. Bu durum beşeri ve sosyal sermayelerini arttırmakta ve gerek işlem maliyetlerinin azaltılması gerekse nitelikli bilgi ve kişilere ulaşılabilme imkânları sağlaması bakımından girişimcilere avantaj sağlamaktadır.

Mesleki seminer ve eğitimlere katılım ile danışmanlık kullanma durumu başarı faktörleri arasında yer almaktadır. İşletme sahibi ve çalışanlarının eğitim düzeyinin artması ve çeşitli seminerlere katılım aynı zamanda işletmenin dahil olabileceği ağları artırmakta ve böylece işletmenin kullanabileceği ilişkileri geliştirerek başarı sağlamayı kolaylaştırmaktadır.

Ortak sayısı ile başarı arasında bir ilişki bulunmuştur. Yapılan birçok çalışmada Türkiye’de ortaklık kültürünün gelişmediği, işletmelerin 2. ve 3. nesilden sonra yok olduğu ortaya konulmuştur. Buna örnek olarak Türkiye’de 50-150 yıllık köklü işletmelerin sayısının azlığı verilmektedir. Ancak TGB’lerde beşeri sermayenin yüksekliği, yapılan işin ticaretten ziyade yenilik ve Ar-Ge olması, ortaklık yapan girişimcilerin genellikle üniversite veya çocukluk arkadaşı olmaları nedeniyle aralarındaki bağların güçlülüğünden, işbirliğinin işletme başarısını etkilemede önemli olduğu bilincinin bulunmasından ve mühendislik alanlarının farklılığı sayesinde iş bölümüne gidilmesi gibi faktörler bu ortamlarda ortaklıkların daha başarılı olmasına neden olabilmektedir. Çalışmanın bulgularına göre ortak sayısının 2’den fazla olması işletme başarısını etkilemektedir. Bunun en önde gelen sebepleri iyi anlaşıldığı sürece ortak sayısı işletmenin kullanabileceği sosyal sermaye gücünü artırmakta ve ortaklar arasında iş bölümüne gidilerek daha az istihdama dolayısıyla daha düşük işletme maliyetler oluşturması gibi önemli avantajlar sağlamaktadır.

İşletmelerin birbirleriyle ilişkilerinde ortak iş yapma ve ortak proje yürütme konularında güven sorunu nedeniyle faaliyetlerin gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında düşük olduğu bilinmektedir. Araştırma kapsamında TGB’lerde yer alan girişimcilerin ortak iş yapma, çalışanını işletmeye ortak yapma ve ortak Ar-Ge projeleri geliştirme ve yürütme konusuna oldukça açık ve duyarlı oldukları gözükmektedir. Bu durum girişimcilerin beşeri ve sosyal sermaye güçlerinden, yenilikçi girişimciler arasındaki yoğun güven duygusundan kaynaklanabilmektedir.

Çalışma kapsamında belirlenen başarı faktörlerinin yenilikçi girişimcilik desteklerinde ağırlıklandırılarak seçim kriteri olarak kullanılabilceği düşünülmektedir. Ayrıca Türkiye’de yenilikçi girişimciler desteklenirken proje odaklı bir belirleme süreci izlenmektedir. Yeni girişimci destekleri verilirken projenin yanısıra girişimcinin

özelliklerinin de değerlendirilebileceği yöntemler geliştirilmesi seçilen projelerin, verilen desteklerin ve izlenen politikaların başarısını artırabilecektir.

Kamu desteklerinin daha etkin olabileceği ve bunun sağlanabilmesi için öncelikle desteklerinin etki ve değerlendirme analizlerinin yapılması ve gelişmiş ülkelerin başarılı uygulama modellerinin Türkiye'ye özgü bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Bu kapsamda destek sağlayan kuruluşların desteklerin faydalarını ölçecek etki analizlerini bağımsız kuruluşlara yaptırarak nerelerde hatalar yapıldığını belirlemesi ve planlarını buna göre yapması projelerin ve girişimcilerin başarısını artıracaktır. Kamunun özellikle Ar-Ge ve yenilik desteklerinden başlamak üzere girişimcilere sağlayacağı hizmetlerde özel sektör ile işbirliği sağlaması da önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Örnek olarak TTGV gibi kurum ve kuruluşların gerek proje seçiminde gerekse değerlendirmelerde kullanılması maliyet etkinliği sağlamanın yanında proje başarılarının da artmasını sağlayacaktır. Aynı çerçevede, Türkiye'de teknoloji tabanlı kamu dışı kuluçka sayısı son birkaç yılda artmaya başlamıştır. Özellikle TGB'lerdeki merkezler dışında Özyeğin Üniversitesi ile ilişkili "Girişim Fabrikası" ve TOBB Üniversitesindeki "Garaj" bunlara verilecek örneklerdir. Kamunun bu merkezlerin geliştirilmesini desteklemesi ve içlerinden başarılı olanlarla işbirliği yaparak kamu kaynaklarının bir kısmının bu merkezlerce, kamu tarafından belirlenecek politika, hedef ve strateji çerçevesinde kullandırılarak işbirliğine gidilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Ayrıca birçok örnekte görüleceği gibi yenilik faaliyet kapsamında geliştirilen ürün ve hizmetlerin bu ürünü geliştiren girişimciler tarafından ticarileştirilmesi her zaman mümkün değildir. Bu yüzden bu bölgelerde geliştirilen ürünlerin ticarileştirilmesinde daha büyük yatırımlar yapabilecek sermayedarlar ile girişimcilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyacın sanayide faaliyet gösteren işletmeler ile kurulacak bağlar ile melek yatırımcılar, girişim sermayesi, uzun vadeli yatırım kredileri ve ticarileştirme destekleri kapsamında yapılacak düzenleme ve iyileştirmelere bağlıdır.

Çalışmada edinilen bilgilerden Türkiye'de uygulanan TGB politikalarının genel olarak başarılı olduğu, yenilik ve Ar-Ge çalışmalarının gelişebileceği sosyo-kültürel ve ekonomik ortamlar oluşturulduğu tespit edilmiştir. Artık Türkiye'nin TGB anlamında

sıçrama sağlayacak, daha nitelikli girişimciler ile daha yüksek katma değerli projeleri gerçekleştireceği döneme gelinmiştir. Bu kapsamda gerek kamuya gerek üniversitelere ve TGB'lere son derece önemli görevler düşmektedir.

Sonuç olarak kamunun, başarı potansiyeli yüksek girişimcileri belirlemesi ve desteklemesi hem kamu kaynaklarında etkinlik sağlayacak hem de girişimcilerin daha başarılı olmasıyla ülke ekonomisine önemli bir katkı sağlanmış olacaktır. Ancak bir girişimcinin başarısı sadece mevcut yatırımına veya çıkış projesine bağlı değildir. Kazanılan başarılarında girişimci olmadan önce edinilen deneyim ve geliştirilen yeteneklerin önemli etkileri bulunmaktadır. Bunların başında iyi bir eğitim, özerklik, özgüven, yeniliklere açıklık, risk alabilmek ve etkin ağlara dahil olmak gibi özellikler sayılabilir. Bu özellikler başta aile, eğitim ve kültür olmak üzere sosyal çevrede şekillenmektedir. Bunların yanında iş ve yurtdışı gibi bazı tecrübeler de başarıyı etkilemektedir.

Türkiye'nin uzun dönemli ekonomik gelişmesini sürdürebilmesi ve rekabet gücünü artırabilmesi, teknolojik yeteneğini hızla güçlendirmesi, teknoloji yoğun sanayilerini geliştirilmesi, üretimin artırılması ve ihracat yapısının teknoloji yoğun alanlara dönüştürmesiyle mümkün olabilecektir. Bu çerçevede yenilik tabanlı girişimciliğin geliştirilebilmesi için, kamu, üniversite ve özel sektör arasında etkin bir yönetim mekanizmasının kurulması başta olmak üzere sosyal ve ekonomik altyapının her alanda iyileştirilmesi, üniversiteler, araştırma merkezleri, araştırmacılar, finansman sağlayıcılar, büyük girişimler ile yenilikçi girişimciler arasında etkin ağlar kurulması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- ACS, Zoltan J, ve Laszlo Szerb. (2012), Global Entrepreneurship And Development Index
- AKTAR, Ayhan. (1990), “Kapitalizm, Az Gelişmişlik ve Türkiye’de Küçük Sanayi”, Afa Yayıncılık, İstanbul.
- ALTIPARMAK, Aytekin. (1993), “Müteşebbis Kavramı ve Tanzimat’tan 1932’ye Türkiye’de Müteşebbis Sınıfının Gelişimi” Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri
- AMIT, R., Glosten, L. Ve Muller, E., (1993), Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. Journal of Management Studies, 30: 815-834.
- ANYADIKE D., Bonner, M.,K., Hart, M., Mason, C., (2009), Business Growth and Innovation, The wider impact of rapidly-growing firms in UK city-regions, NESTA. <http://www.nesta.org.uk/library/documents/Business-Growth-Innovation-report-v2.pdf>, Erişim tarihi 15.11.2012,
- AYTAÇ, Ö., Süleyman İ., (2007) "Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, no.18:101-120.
- AYTAÇ, Ö., (2006), “Girişimcilik:Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:15, Ağustos:139-160.
- AYTAÇ, R., (1999), “Elazığ’da Girişimcilik ve Girişimci Kültürü; Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası’na Kayıtlı İş Adamları Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme”, Yüksek lisans Tezi, Fırat üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Elazığ
- ALTAY, A., (2005), Beşeri Sermayenin Karşılaştırmalı Analizi, TÜGİAD Yayınları, İstanbul.

- AUTIO, E., Arenius, P., and Wallenius, H., (2000): Economic Impact of High-Growth Companies in Finland, Working Paper 2000/3.
- BASU, A., ALTINAY, Eser (2002), “The Interaction Between Culture and Entrepreneurship in London’s Immigrant Businesses”, International Small Business Journal, V: 20, No: 4, pp. 371-393.
- BELFIELD, C. R., Nores, M., Barnett, S., & Schweinhart, L. (2006). The High/scope perry preschool program: Cost-benefit analysis using data from the age-40 follow up. The Journal of Human Resources, 41, 162-190.
- BERBER, M., Eser, B., Y., (2008), “Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz”, “İş,Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt:10 Sayı:2, Nisan.
- BECKER, Garry S. (1993) Human Capital, Third Edition, Chicago, The University of Chicago Press.
- BLGSEVEN, A.K., (1977), Sosyolojik Açıdan Eğitim Yolu ile Kalkınmanın Esasları, Ün. Yayınları, No 2262.
- BOURDIEU, Pierre, (1983), “Ökonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales Kapital”, Hrsg: KRECKEL, Reinhard, Soziale Ungleichheit, Soziale Welt, Sonderband 2. Göttingen, s. 183-198.
- BOURDIEU, P. (1986), The Forms of Capital, in John G. Richardson (ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York, Greenwood Press,s.241-258.
- BOURDIEU, Pierre, (2010), “Sermaye Biçimleri”, Sosyal Sermaye – Kuram, Uygulama, Eleştiri, Derleyenler: M. M. Şahin ve A. Z. Ünal, Sosyal Sermaye, Değişim, İstanbul, s. 45-75.
- BOURDIEU, Pierre ve Loic J. D. Wacquant, (2003), Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar, (Çev. Nazlı Ökten) ,İletişim Yayınları, İstanbul.

- BRIDGE, S., O'Neill, K. and Cromie, S., (1998) Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business, Macmillan, London
- BUĞRA, A., (1997), Devlet ve İşadamları, İletişim Yayınları, İstanbul
- BURT, Ronald, S., (1997), A Note on Social Capital and Network Content, Social Networks, 19, 355-374.
- CANSIZ, M., (2008), "Türkiye'de KOBİ'ler ve KOSGEB", Planlama Uzmanlığı Tezi, Kalkınma Bakanlığı (DPT) Yayınları, Ankara.
- CANSIZ, M., (2010), Türkiye'de Organize Sanayi Bölgeleri Politikaları ve Uygulamaları, Kalkınma Bakanlığı (DPT) Yayınları, Ankara
- CANSIZ, M. (2011), Türkiye'de Kümelenme Politikaları ve Uygulamaları. Ankara: OSBÜK.
- COLEMAN, J., (1988), "Social Capital In The Creation Of Human Capital," American Journal Of Sociology. 94 Supplement:(Pp. S95-120).
- COLEMAN, J. (1990). Foundations of social theory. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- COLEMAN, J., (2010), "Beşeri Sermayenin Yaratımında Sosyal Sermaye", Sosyal Sermaye – Kuram, Uygulama, Eleştiri-, Derleyenler: M.Murat ŞAHİN ve A.Zeki ÜNAL, Değişim Yayınları, İstanbul
- CONSORTIUM FOR ENTREPRENEURSHIP EDUCATION., (2012), "Entrepreneurship Education Everywhere". http://www.entre-ed.org/_entre/whitepaperfinal.pdf, 01.12.2012 tarihinde erişilmiştir.
- ÇELİK, A., AKGEMCİ, T., (1998), Girişimcilik Kültürü ve KOBİler, Ank: Nobel Yay.
- ÇETİNDAMAR, D., (2002), "Türkiye'de Girişimcilik", TÜSİAD

- ÇOKGEZEN, M., (2000), New Fragmentations and New Cooperations in the Turkish Bourgeoisie. *Environment and Planning : Government and Policy*. Vol 18, ss:525-544.
- DANISH AGENCY FOR SCIENCE, Technology and Innovation, (2009) Danimarka Girişimcilik Eğitim Stratejisi (<http://en.fi.dk/publications/2010/strategy-for-education-and-training-in-entrepreneurship/strategy-for-education-and-training-in-entrepreneurship-pdf>) (Erişim Tarihi, 01.12.2012)
- DOYLE, O., Harmon, C. P., Heckman, J. J., Tremblay, R. E., (2009), Investing in Early Human Development: Timing and Economic Efficiency. *Economics and Human Biology*, 1(6), 1-6.
- DÖNMEZER, Sulhi, (1998), *Sosyolojiye Giriş*, Beta Yayınları, 11. Baskı, İstanbul.
- DRUCKER, P. (1993), *Innovation and Entrepreneurship*, New York, USA: HarperCollins. KIRZNER, Israel M. (1973), *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, USA: The University of Chicago Press.
- Dünya Bankası, (2010), *Türkiye Yatırım Ortamı Değerlendirmesi*.
- ELÇİ, Şirin, (2007), *İnovasyon*, Ankara.
- ENTRIALGO, Montserrat et al. (2000), "Psychological Characteristics and Process: The Role of Entrepreneurship in Spanish SMEs", *European journal of Innovation Management*, Vol: 3, No: 3, pp. 137-149.
- Ernst and Young, (2011), *Girişimciler Konuşuyor: Girişimcilik Barometresi*.
- ERTÜBEY, N.Ö. (1992), "Ege Bölgesi Girişimci Profili Ön Çalışması (Modernleşmeci Ölçütlerle Girişimci Kavramı)" *Ege Üni. Sosyoloji Dergisi*, Sayı 2., ss.22-27, İzmir
- ERDEM, F. (2001), "Girişimcilerin Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Yaklaşım". *Akdeniz S.S.B.F Dergisi* (2). 43-61.

- ESMER, Yılmaz, (1999), Devrim, Evrim, Statüko: Türkiye’de Sosyal, Siyasal, Ekonomik Değerler. TESEV Yayınları, İstanbul.
- EU, EURYDICE. (2012), Avrupa’da Okullarda Girişimcilik Öğrenimi. Avrupa Komisyonu.
- EU, (2006), “Entrepreneurship education in Europe: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning”, Final Proceedings of the Conference on Entrepreneurship Education in Oslo.
- EU, (2010), Flash Eurobarometer.
- EU, INNOVA, (2010), Sectoral Innovation Watch January, Input Paper 23.
- EU, (2011), Kay M., Antje S., High-Growth Companies, Input Paper to the workshop: as drivers for job creation and innovation: How to support them best?, 2011
- EU, (2008), Sectoral Innovation Systems in Europe: Monitoring, Analysing Trends And Identifying Challenges, Centre for European Economic Research, Europe INNOVA/PRO INNO Final Report Machinery and Equipment Sectors.
- FIELD, John (2008), Sosyal Sermaye, Çev: Bahar Bilgen ve Bayram Şen, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2.Baskı, İstanbul.
- FRITSCH, M. and Weyh, A., (2006), How Large are the Direct Employment Effects of New Business? An Empirical Investigation for West Germany, Small Business Economics, 27, pp. 245-260.
- FUKUYAMA, F., (2000), Güven, Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması, Çev.: Ahmet Bugdaycı. Türkiye İş Bankası, Kültür Yayınları, No: 370, İstanbul.
- GELETKANYCZ, M. A., (1997), "The Saliency of "Culture's Consequences": The Effects of Cultural Values on Top Executive Commitment to the Status Quo, Strategic Management Journal, 18(8), 615-634.

- GEM, (2011), Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe. 2011.
- GÖKÇE, Birsen, (1996), Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kurumlar, Savaş Yayınları, Ankara.
- GRANOVETTER, Mark, (1985), "Economic Action and Social Structure:The Problem of Embeddedness", The American Journal of Sociology, Cilt 91, Sayı 3, ss.481-510.
- GREVE, A., SALAFF, J., W., (2003), "Social Networks and Entrepreneurship", Entrepreneurship Theory and Practice, Cilt 28, Sayı 1, ss.1 -22.
- GÜNEY, S., ÇETİN, A., (2003), "Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye'de Girişimcilik Kültürü", H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Ankara.
- HAYTON, J. C., George, G. ve Zahra, S. A., (2002), □ National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research□ h, Entrepreneurship Theory and Practice, 26(4), 33-53.
- HICKMAN, G.P., Bartholomew, M., Mathwig, J., & Heinrich, R.S. (2008), Differential Development Pathways of High School Dropouts and Graduates. The Journal of Education Research, 102(1), 3-14.
- HISRICH R., D., Peters M. P., (1986), Establishing a New Business Venture Unit Within a Firm, Journal of Business Venturing, 1, 307-322.
- HISRICH, R. D., Peters M. P., (1995), Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing", "A New Enterprise, Donnelley And Sons Company, United State Of America.
- HISRICH R D., Peters M. P., (1998), Entrepreneurship, Irwin Mc Graw Hill.
- HISRICH R D., Peters M. P., (2001). Entrepreneurship, 5th Edition, McGraw- Hill Higher

- HITT, M. A., Nixon, R. D., Hoskisson, R. E. ve Kochhar, R. (1999), □ Corporate Entrepreneurship and Cross-Functional Fertilization: Activation, Process and Disintegration of New Product Design Team□ h, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 145.167.
- HOFSTEDE, G., (1980), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Newbury Park: Sage Publications, Inc.
- HOFSTEDE, G., (1981), "Culture and Organizations". *International Studies of Management & Organization*, 10(4). 15-41.
- HOFSTEDE, G., (1983), "National Cultures in Four Dimensions. A Research-Based Theory Of Cultural Differences Among Nations". *International Studies of Management & Organization*, 13(12).46-74.
- HOFSTEDE, G. (1984), *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Newbury Park, Sage Publications
- HOFSTEDE, G., Neuijen, B., Ohayv, D. D., Sanders, G., (1990), □ Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases, *Administrative Science Quarterly*, 35, 286.316.
- HOFSTEDE, G., (1991), *Culture and Organizations: Software of the Mind*, Londra, İngiltere, Mcgraw-Hill.
- HOFSTEDE, G., (1994) *Culture and Organizations*, London: HarperCollins
- HOFSTEDE, G., (2001), *Culture's consequences* (2nd edn). Thousand Oaks, CA: Sage.
- İLHAN, Süleyman, (2005), Bazı Değişkenler Açısından Elazığ'da Girişimci Profili, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Cilt: 15, sayı: 1, sayfa: 217-248, Elazığ.
- JACK, S., Anderson, L., Alistair R., (1999), "Entrepreneurship Education within the Enterprise Culture: Producing Reflective Practitioners ", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, V:5, No: 3, pp. 110-125.

- JOHNSON, B.R., (1990), "Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14
- KAO, J., (1989), *Entrepreneurship, Creativity and Organization*, N.J. Prentice Hall.
- KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem, (1990), *İnsan-Aile-Kültür*, Remzi Kitapevi, Ankara.
- KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem, (2000), *Kültürel Psikoloji. Kültür Bağlamında İnsan ve Aile*, İst: Evrim Yayınları
- KANE, Tim. (2010), *The Importance of Startups in Job Creation and Destruction*. Kauffman Foundation.
- KANTER, R. M. (1983), *The Change Masters: Innovation and Entrepreneurship in the American Corporation*, New York, Simon and Schuster.
- KREISER, P., Louis, M., Weaver, K. M., (2009), "Correlates of Entrepreneurship: The Impact of National Culture on Risk-Taking and Proactiveness in SMEs", University of Alabama,
- KAUFFMAN, (2012), *The Ascent of America's High-Growth Companies, An Analysis of the Geography of Entrepreneurship*, Ewing Marion Kauffman Foundation.
- KAUFFMAN, (2012), *Rules For Growth, Promoting Innovation and Growth Through Legal Reform*, Ewing Marion Kauffman Foundation.
- KEYDER, Çağlar, (1983), *Toplumsal Tarih Çalışmaları*, Ankara: Dost Yayınları
- KOSGEB, (2011), *KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2011-2013)*, Ankara.
- KONGAR, Emre, (1995), *İmparatorluktan Günümüze Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*, Remzi Kitapevi, Ankara.
- LEVIE, Jonathan, M. H., ve Danes, M. A., (2009), "Büyük Britanya'da İş veya İşletme Eğitiminin Fırsatları Tanımlama ve Girişimcilik Yetenekleri Belirlemedeki Etkisi". *Frontiers of Entrepreneurship Research* 29, no. 23: 1-11.

- LELANDAIS, Gülçin Erdi. (2004), "Alternatif Küreselleşme Yanlısı Hareketler Özellikleri ve Sosyal Sermaye", Sivil Toplum, Yönetişim-Sosyal Sermaye, Nisan-Eylül, Sayı: 6-7.
- LIN, Nan, (1999), "Building a Network Theory of Social Capital", Connections, Cilt 22, Sayı 1, ss.28-51.
- LIN, Nan, (2001), Social Capital: A Theory of Social Structure, Cambridge University Pres, NY.
- LONG, W., (1983), "The Meaning of Entrepreneurship", American Journal of Small Business, VIII.
- LUCAS, R.E., (1998), "On the Mechanics of Economic Development," Journal of Monetary Economics, ss. 3 42.
- MAGNUS, Henrekson, Johansson Dan, (2008), "Hızlı büyüyens as Job Creators – A Survey and Interpretation of the Evidence".
- MARDİN, Şerif, (1992), Jön Türklerin Siyasi Fikirleri (1895-1908), İst: İletişim Yay.
- MILLER, Paul, ve Kirsten Bound. (2011), The Startup Factories. NESTA.
- MINTZBERG, H., (1973), Strategy Making in Three Modes, California Management Review,16(2), 44-53.
- MORRISON, Alison, (2000), "Entrepreneurship: What Triggers It?", International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, V:6, No: 2, pp.59-71.
- MORRISON, A., Rimmington, M., Williams, C., (2005), Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries, Oxford, UK: Elsevier Butterworth Heinemann.
- NEERGARD, H., Madsen, H., 2004. Knowledge-intensive entrepreneurship in a Social Capital Perspective. Journal of Enterprising Culture, 12(2): 105-125.

- NEWMAN, K. L., NOLLEN, S. D., (1996), □ Culture and Congruence: The Fit Between Management Practices and National Culture, *Journal of International Business Studies*, 27, 753. 779.
- OECD, (1998), Human Capital Investment, Paris.
- OECD, (2010), Sosyal Sermaye, Beşeri Sermaye ve Sağlık, Paris.
- OECD, (2010), KOBİ'ler, Girişimcilik ve Yenilikçilik, Paris.
- OECD, (2010), Yapısal ve Demografik İş İstatistikleri Veritabanı. OECD.
- OECD, (2010), OECD studies on SMEs and Entrepreneurship, High-Growth Enterprises, What Governments Can Do to Make a Difference http://www.tem.fi/files/28938/High-Growth_Enterprises_What_Governments_Can_Do_to_Make_a_Difference.pdf, erişim tarihi, 15.12.2012.
- OECD, (2012), Bilim, Teknoloji ve Ar-Ge İstatistikleri (veritabanı). "Ana Bilim ve Teknoloji Göstergeleri".
- OECD, (2012), Entrepreneurship at a Glance, <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/3012011ec017.pdf?expires=1355598758&id=id&accname=guest&checksum=C9FCC7CB700D19434CB2F79171A09B41>, erişim tarihi, 15.12.2012.
- ONYX, Jenny, Paul Bullen, (2000), "Measuring Social Capital In Five Communities", *Journal Of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-41.
- ÖNSOY, Rifat, (1988), "Tanzimat Dönemi Osmanlı Sanayii ve Sanayileşme Politikası" Türkiye İş Bankası Yayınları, Birinci Baskı, Ankara.
- PAMUK, Şevket. (1994), "Osmanlı Ekonomisinde Bağımlılık ve Büyüme", Tarih Vakfı Yurt Yayınları Türkiye Araştırmaları 8, İkinci Baskı, İstanbul.
- PARTHASARATHY, D., V., K., Chopde, (2000), Building Social Capital: Collective Action, Adoption of Agricultural Innovations, and Poverty Reduction in the

- Indian Semi- Arid Tropics, http://www.gdnet.org/pdf/776_D.pdf, (Erişim tarihi, 7-7-2007).
- PAŞA, F. S., (2000), "Leadership Influence in a High Power Distance and Collectivist Culture". *Leadership & Organization Development Journal*, 21(8). 414:426.
- PILLIS, E.G., (1998), "Achievement Got To Do With It? The Role Of National Culture in The Relationship Between Entrepreneurship and Achievement Motivation", Working Paper,
- PORTES, A., (1998), Social capital: Its origins and applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24. Temmuz 2008.
- PORTES, A. and Mooney M., (2002) Social capital and community development. In: Guille'n M, Collins R, England P and Meyer M (eds) *The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field*, New York: Russell Sage, 303–29
- PUTNAM, R., Leonardi, R., Nanetti, R.Y., (1993), *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- PUTNAM, R.D., (1995) Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6 (1), 65-78.
- PUTNAM, R.D., (2000), *Bowling alone: The collapse and revival of american community*. New York: Simon and Schuster.
- REYNOLDS, A. J., Temple, J. A., White, B. A. B., Ou, S.-R.and Robertson, D. L., (2011), Age 26 Cost-Benefit Analysis of the Child-Parent Center Early Education Program. *Child Development*, 82: 379–404.
- SARGUT, S., (1995), "Kùltùrler Arası Farklılaşma ve Yönetim", Verso Yayıncılık, Ankara.
- SARGUT, A.S., (1996), "Liderlik Kuramları için Baęlamsal Bir Çerçeve: Kùltùrlerarası Bir Yaklaşım". *Amme İdaresi Dergisi*, 29(4). 3-17.

- SARGUT, A.S., (2001), Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim. Ankara: İmge.
- SCHREYER, P., (2000), "High growth firms and employment", STI Working Papers, DSTI/DOC, OECD, Paris.
- SEYMEN, O. A., T. Bolat, S. Güney, B. Aydınlan, H. Çeken, T. Durukan, Z. Eser, A. Gökdeniz, K. Gül, E. C. Karadağlı, O. İ. Bolat, M. Gül, O. Çekirge, T. Harak, (2005) Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmecilik, Nobel Yayınları, Ankara.
- SHANE, S. A., (1993), The effect of cultural differences in perceptions of transactions costs on national differences in the preference for international joint ventures. *Asia Pacific Journal of Management*, 10, 57-69
- SMALLBONE, D., Leigh, R. and North, D., (1995), The characteristics and strategies of high growth SMEs, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 1 No.3, pp. 44-62.
- SORAL, E., (1974), Özel Kesimde Türk Müteşebbisleri. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi yayınları.
- STEVENSON, H., Gumpert, D., (1991), *The Heart of Entrepreneurship, Entrepreneurship Creativity at Work*, Harvard Business Review paperback.
- STONE, C., (2005), "Design as a Tool For Leadership And Social Change", *Human Ecology*, Cornell University Academic Research Library, Vol: 32, No:3, March.
- ŞAN, M. K., (2006), "Bilgi Toplumuna Geçişte Sosyal Sermayenin Taşıdığı Önem ve Türkiye Gerçeği, 5. Uluslar arası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Bildiriler Kitabı, Cilt:1 sh. 113-140), Kasım, İzmit.
- TATUM, D., (2007), *Innovating the Development Of Innovation, Research – Technology Management*, May-June, pp. 15-18.
- TAYMAZ, E., (2001), *Ulusal Yenilik Sistemi Türkiye İmalat Sanayinde Teknolojik Değişim ve Yenilik Süreçleri*, TÜBİTAK, Ankara, Mart, s.17.

- TEOH, Y. H. ve Foo, L. S. (1997), “Moderating Effects Of Tolerance For Ambiguity And Risk-Taking Propensity On The Conflict-Perceived Performance Relationship: Evidence From Singaporean Entrepreneurs”. *Journal of Business Venturing*, 12(1). 67-81.
- TEZCAN, Mahmut, *Sosyolojiye Giriş*, (1995), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Ankara.
- TEZEL, Yahya. (1994), “Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)”, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, Üçüncü Baskı, İstanbul
- THORNTON, P.H., (1999), “The Sociology of Entrepreneurship”, *Annual Review of Sociology*, Aug. Vol.25
- TÜBİTAK, (2005), Oslo Klavuzu, 3. Baskı, http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Oslo_3_TR.pdf, Erişim tarihi: 10.12.2012
- TÜİK, (2011), Ar-Ge Araştırması, 2010. Haber Bülteni, Ankara.
- TÜİK, (2012), Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009, Ankara.
- TÜYSÜZ, Nurettin; *Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelir Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması*, Kalkınma Bakanlığı, 2011.
- TÜSİAD, (1987), *Türkiye’de Girişimcilik ile ilgili Sorunlar ve Çözümler*, İstanbul.
- TUSİAD, (2008), *Ulusal İnnovasyon Girişimi, 2008 Yılı Çalışmaları*, TÜSAİD ve Sabancı Üniversitesi Ortak Çalışması.
- VAN Praag, C.M. and P. Versloot, (2007), “What is the value of entrepreneurship? A review of recent research”, *Small Business Economics* 29(4), 351-382.
- WASTI, S.A., (1994)., “The Influence of Cultural Values on Work Related to Attitudes and Organizational Structure: A Comparative Study., Ankara, Middle East Technical University”, Unpublished Master Thesis, Business Administration.

- WASTI, S.A., (2000), “Örgütsel Bağlılığı Belirleyen Evrensel ve kültürel Etmenler: Türk Kültürüne Bir Bakış”, Türkiye’de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları, (Editör Z.Aycan), Ankara, Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- WASTI, S. Arzu, Fis Murat, A., (2009), Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi, ODTU Gelisme Dergisi, 35 (Ozel Sayı), 127-164
- WESTLUND, H., (2006), Social capital as capital in the economic sense. Social capital in the knowledge economy: Theory and empirics içerisinde (27-38). Springer Berlin Heidelberg.
- VERHEUL, Ingrid. vd., (2003), “An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture”, SMEs in the Age of Globalization, Ed. David B. Audretsch, Northampton: An Elgar Reference Collection, pp.536-606.
- WEBER, Max, (1999), Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu, (Çev.Z.Gürata), Ank:Ayraç Yay.
- WILKINSON, R., (1996), Unhealthy Societies: The Afflictions of Inequality, London: Routledge,.
- WILLIAMS, S.-NARENDAN, S., (1999), “Determinants of Managerial Risk: Exploring Personality and Cultural Influences”, The Journal of Social Psychology,139 (1)
- WHITLEY, R., (1992), Societies, Firms and Markets: The Social Structuring of Business Systems, European Business Systems, Sage Publications, 5-45
- WHITLEY, R., (1998), Internationalization and Varieties of Capitalism: the Limited Effects of Cross-National Coordination of Economic Activities on the Nature of Business Systems. Review of International Political Economy, 5(3) 445-481.
- WHITLEY, P. F., (2000), “Economic Growth and Social Capital”, Political Studies, Vol.48. ss. 443-466.

- WEF, (2009), *Educating the Next Wave of Entrepreneurs, Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century A Report of the Global Education Initiative.*
- WEF, (2011), *Küresel Girişimcilik ve Erken Evre İşletmelerin Başarılı Büyüme Stratejileri.*
- WEF, (2012), *Global Competitiveness Report 2012-2013.* Geneva.
- WORLD BANK, (2002), *What is Social Capital?*,<http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/whatsc.htm>, (Erişim tarihi;15-11-2011).
- VORHOFF, K., (2001), *Türkiye’de işadamları dernekleri: işlevsel dayanışma, kültürel farklılık ve devlet arasında, içerisinde Yerasimos, S, Günter Seufert ve Karin Vornhoff (ed.). Türkiye’de Sivil Toplum ve Milliyetçilik. İletişim Yayınları. İstanbul.*
- VAN Stel A., Carree M., and Thurik R., (2005), “The effect of entrepreneurial activity on national economic growth”, *Small Business Economics*, 24 (3), 311-321.
- YELOĞLU, Okan, Hakkı, (2011), *Türk Toplumsal Kültürünün Örgüt Yapılarına Olan Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma*, ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, Cilt: 2 Sayı: 4 Aralık.
- YILMAZ, C., Alpan, L. ve Ergun, E., (2005), “Cultural Determinants of Customer and Learning-Oriented Value Systems and Their Joint Effects on Firm Performance”, *Journal of Business Research*, 58, 1340-1352.

EK 1. ANKET SORULARI

Sayın girişimci;

Bu çalışmada siz değerli girişimcilerin sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri ile işletmenizin özelliklerini belirleyerek Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nde faaliyet gösteren işletmelerin özelliklerini belirlemeye çalışacağım.

Alınan bilgiler akademik bir çalışmada kullanılacak olup üçüncü şahıslarla kesinlikle paylaşılmayacaktır.

Araştırma sonucunda; ayrıca, siz girişimciler için daha etkin politika ve destek modelleri belirlemek üzere politika yapımcıları için öneriler sunulacaktır.

Planlama Uzmanı Mehmet Cansız
Kalkınma Bakanlığı (DPT), Ankara.
Tel: 2946437 mcansiz@dpt.gov.tr

Sorular

1. Cinsiyetiniz ve hangi yaş aralığında bulunmaktasınız?

Cinsiyet	18-30	31-40	41-50	51-60	61+
Kadın					
Erkek					

2. Eğitim aldığınız okullar aşağıdaki hangi özelliklere sahiptir?

	Özel okul	Devlet okulu	Burslu	Yurtdışı
Anaokul veya Kreş				
İlköğretim				
Lise				
Üniversite				
Yüksek Lisans				
Doktora				

3. Bildiğiniz yabancı diller ve derecesi nedir?

	Düşük	Orta	İyi	Çok iyi
İngilizce				
Almanca				
İspanyolca				
Fransızca				
Rusça				
Çince				
Arapça				
İtalyanca				
Diğer yazınız:				
Yabancı dil bilmiyorum				

4. Medeni Durum ve çocuk sahibi olma

Evli	Bekar	Çocuğunuz Varsa Sayısı

5. Siz hariç kardeş sayınızı işaretleyiniz.

	Yok	1	2	3	4	5+
Kardeş sayısı						

6. Anne, baba ve eşin öğrenim durumu nedir?

	İlköğretim ve Öncesi	Lise	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
Babanız					
Anneniz					
Evli iseniz eşiniz					

7. Anne, Baba ve Eşin mesleği (emekli ise, daha önce yaptığı iş) nedir?

	Büyük işletme sahibi	KOBİ sahibi	Kamu çalışanı	Kamuda yönetici	Özel sektörde çalışan	Özel sektörde yönetici	Diğer	Çalışmıyor
Babanız								
Anneniz								
Evli iseniz eşiniz								

8. Dönemler itibarıyla aile bireylerinin yaşadığı yerleşim yerlerinin büyüklüğünü belirtiniz. (Bu soruda kişinin yaşadığı yer önemlidir. Örneğin anne üniversite mezunu olmayabilir ama o dönemde nerde yaşadığı işaretlenmelidir.)

	Dönem	Köy	Kasaba	Şehir	Büyük Şehir Belediyesi Hudutlarında
Siz	İlköğretim				
	Lise				
	Üniversite				
	İş hayatı				
Baba	İlköğretim				
	Lise				
	Üniversite				
	İş hayatı				
Anne	İlköğretim				
	Lise				
	Üniversite				
	İş hayatı				

9. Aşağıdaki aile bireylerinden girişimci olanları belirtiniz.

Anne-Baba	Kardeşler	Dede	Büyük Dede	Yok	Diğer

10. Size uygun olan bölümü işaretleyiniz.

Faaliyetler	Düzenli olarak	Bazen	Hiç
Tiyatroya giderim			
Sinemaya giderim			
Opera ve baleye giderim			
Kitap okurum			
Günlük gazete okurum			
Yurtdışında tatil yaparım			
Ekonomiyi takip ederim			
Dünya ekonomisini takip ederim			
Spor yaparım			
Çek up (genel sağlık kontrolü) yaptırırım			
Facebook uygulamasını takip ederim			
Twitter uygulamasını takip ederim			
LinkedIn uygulamasını takip ederim			

11. Size uygun olan bölümü işaretleyiniz.

	Evet	Hayır
Kendinize ait eviniz var mı?		
Kendinize ait arsanız var mı?		
Kendinize ait otomobiliniz var mı?		
Otomobil varsa navigasyon sistemi var mı?		
Akıllı telefona sahip misiniz?		
Tablet bilgisayarınız var mı?		

12. Size uygun olan bölümü işaretleyiniz (birden fazla işaretleyebilirsiniz).

	Ticari kredi	Aile ve çevresi	Leasing	İş çevresi	Devlet destekleri	Diğer
Finansman ihtiyaçlarınızı nasıl karşılıyorsunuz?						

13. Ar-Ge faaliyetlerinize ilişkin aşağıdaki soruları yanıtlayınız.

	1	2	3	4	5+ Belirtiniz	10+ Belirtiniz
Yürüttüğünüz Ar-Ge proje sayısı kaçtır?						
Bu projelerden kaç için kamu desteği aldınız?						
Kaç projeniz patentli ürüne dönüştü? (Faydalı model vs.)						

19. Size uygun olan bölümü işaretleyiniz.

	Evet	Hayır	Kısmen
Diğer işletmelerle ortak Ar-Ge projesi yaptınız mı?			
Ortak iş yapmayı düşünür müsünüz? (ortak proje, tedarik, satış)			
İhracat yapıyor musunuz?			
İthalat yapıyor musunuz?			
Daha önce ticari banka kredisi kullandınız mı?			
Daha önce kefalet desteği aldınız mı?			
Ticari bilgiler içeren veri tabanlarına ulaşma imkânınız var mı?			
Mesleğinizle ilgili eğitimlere katılıyor musunuz?			
Herhangi bir konuda danışmanlık hizmeti aldınız mı?			
Mesleğinizle ilgili dergileri takip ediyor musunuz?			
Yurtiçi fuarlara katılıyor musunuz?			
Yurtdışı fuarlara katılıyor musunuz?			
Girişim sermayesi kullandınız mı?			
Mesleki seminer konferans gibi faaliyetleri takip eder misiniz?			

20. Size uygun olan bölümü işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kısmen	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
İşletme faaliyetlerinde danışmanlık almak işletme başarısında etkilidir					
İşletme çalışanları için eğitim almak işletme başarısında etkilidir					
Fuarlara katılım işletme başarısında etkilidir					
Yabancı işletme ile ortak iş ve proje yapmanın çok önemli faydaları bulunmaktadır					
İşyeri kurmadan önce aynı alanda staj yapmak faydalıdır					
İş kurmadan önce ilgili başka işletmede çalışmak faydalıdır					
Girişimcilik eğitimleri iş kurarken önemlidir					
İş planını hazırlamak işletme başarısı için önemlidir					
Daha önce denenmemiş alanlarda Ar-Ge yaparım					
Çalışanlarımı işletmeme ortak yapmayı düşünürüm					
TGB'de veya TEKMER'de bulunmak işletme başarıma olumlu etkiliyor					

Ad ve soy ad:

E posta:

Web Adresi:

Bulunduğu İl:

Yer (Tekmer veya Teknopark adı veya diğer adres) :

EK 2. MÜLAKAT SORULARI

1. Girişimci olmaya nasıl karar verdiniz? Kimler etkili oldu? Aile, arkadaş, Örnek alınan biri var mı? Almış olduğunuz eğitimin etkisi var mı?
2. Aile ortamınız ve yetiştirilmeme tarzınız sizce içerisinde bulunduğunuz başarılı duruma katkı sağladı mı? Örneğin aile içi demokrasi, kararların tartışılması, size güven verilmesi, risk alma yeteneğinize katkı gibi..
3. Başarınızı getiren en önemli faktörler nelerdir? (İyi ekip, eğitiminiz, piyasayı koklamanız, kaliteli ürün, kurumsallaşma, network gibi...) Rakiplerinize göre avantajlı olduğunuz alanlar nelerdir? (Maliyet, ürün teknolojisi, yenilik ve Ar-Ge projeleriniz, reklam gibi...)
4. Sosyal ağları kullanma ve çeşitli dernek ve vakıflara üyeliklerin faydaları nelerdir?
5. Başarılı işletmelerin oluşabilmesi için, Kamudan beklentileriniz neler? Devlet yardımı, vergi, düzenleme vs. Kamu nasıl bir destek modeli ortaya koymalı kimleri nasıl desteklemeli? Eğitim sisteminde yapılabilecek değişiklikler?
6. Türkiye'deki TGB (Teknopark) uygulamalarını ve içerisinde bulunduğunuz Teknoparkı nasıl değerlendiriyorsunuz. Sizin gibi başarılı işletmelerin oluşabilmesi için, Teknopark AŞ'ler neler yapabilir?
7. Bizim atladığımız sizin vurgulamak istediğiniz bir şey var mı?

**EK 3. MÜLAKAT YAPILAN GİRİŞİMCİLERİN SOSYO-
DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ**

Girişimciler	CİNSİYET	YAŞ	EĞİTİM	TGB	TARİH
G1	ERKEK	33	DOKTORA	HACETTEPE	4.06.2012
G2	ERKEK	48	DOKTORA	HACETTEPE	4.06.2012
G3	ERKEK	39	YÜKSEK LİSANS	ODTÜ	4.06.2012
G4	ERKEK	43	YÜKSEK LİSANS	ODTÜ	5.06.2012
G5	ERKEK	58	DOKTORA	ODTÜ	5.06.2012
G6	KADIN	29	YÜKSEK LİSANS	BİLKENT	6.06.2012
G7	ERKEK	36	YÜKSEK LİSANS	BİLKENT	6.06.2012
G8	ERKEK	44	YÜKSEK LİSANS	BİLKENT	7.06.2012
G9	ERKEK	39	YÜKSEK LİSANS	HACETTEPE	7.06.2012
G10	ERKEK	28	YÜKSEK LİSANS	HACETTEPE	8.06.2012
G11	ERKEK	42	ÜNİVERSİTE	HACETTEPE	8.06.2012
G12	ERKEK	27	ÜNİVERSİTE	GAZİ	11.06.2012
G13	ERKEK	35	ÜNİVERSİTE	ODTÜ	11.06.2012
G14	KADIN	45	DOKTORA	ODTÜ	12.06.2012
G15	KADIN	34	YÜKSEK LİSANS	ODTÜ	12.06.2012
G16	ERKEK	38	YÜKSEK LİSANS	ODTÜ	13.06.2012
G17	ERKEK	35	DOKTORA	BİLKENT	14.06.2012
G18	ERKEK	33	ÜNİVERSİTE	GAZİ	15.06.2012
G19	ERKEK	38	YÜKSEK LİSANS	HACETTEPE	19.06.2012
G20	ERKEK	40	YÜKSEK LİSANS	ODTÜ	20.06.2012