

T.C
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ
ANA BİLİM DALI



İŞ GELİŞTİRME MERKEZLERİNİN GİRİŞİMCİLER
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ELAZIĞ İŞGEM ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Nurcan YÜCEL

HAZIRLAYAN
Bihter TUT

ELAZIĞ, 2019

T.C
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

**İŞ GELİŞTİRME MERKEZLERİNİN GİRİŞİMCİLER
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ELAZIĞ İŞGEM ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Nurcan YÜCEL

HAZIRLAYAN
Bihter TUT

Jürimiz, 11./5./2019 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans / doktora tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1. Prof. Dr. Melik TÜRKE
2. Dr. Öğr. Üyesi Abdunnur YILDIZ
3. Dr. Öğr. Üyesi Nurcan YÜCEL

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ömer Osman UMAR
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****İş Geliştirme Merkezlerinin Girişimciler Üzerindeki Etkisi: Elazığ İşgem Örneği****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Ana Bilim Dalı****Elazığ-2019; Sayfa: X+74**

İş Geliştirme Merkezleri, Türkiye’de halen faaliyette olan bir girişim destek programıdır. Genellikle girişimciler, ilk işlerinde hüsrana uğramaktadırlar. İŞGEM, girişimcilere iş koçluğu yapmaktadır. Yapılan desteklerde işi geliştirme, düzey gelişimi ve satış becerileri yer almaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren önemli iş kuluçkaları uygulamalarından birisi olan İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM)’nin girişimcilerin özellikleri üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında girişimcilik kavramına değinilerek, girişimcilik türleri ve girişimci özellikleri açıklanmıştır. Ekosistemde yer alan kuluçka merkezi türlerinden yola çıkılarak, İş Geliştirme Merkezlerinin desteklerin ve hizmetlerin özelinde girişimciliğe olan etkileri incelenmiştir. Çalışmada kullanılan veri seti, Elazığ İş Geliştirme Merkezinden elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, İş Geliştirme Merkezleri

ABSTRACT

Master Thesis

**The Effect of Business Development Centers on Entrepreneurs:
Elazığ İşgem Example**

Firat University

Social Sciences Institute

Entrepreneurship and Innovation Management

Elazığ-2019; Page: X+74

Business Development Centers, is an attempt to support programs which are still operating in Turkey. Generally, entrepreneurs are frustrated in their first job. ISGEM provides business coaching to entrepreneurs. Supports include business development, level development and sales skills.

In this study, one of the important business incubators operating in Turkey which applications Business Development Centers (BDC) 's impact on entrepreneurs have tried to determine. Within the scope of the study, entrepreneurship types and entrepreneurial characteristics are explained. Based on the types of incubation centers in the ecosystem, the effects on entrepreneurship in the Business Development Centers were examined. The data set used in this study was obtained from Elazığ Business Development Center.

Key Words: Entrepreneurship, Business Development Centers

İÇİNDEKİLER

ONAY	I
ÖZET	II
ABSTRACT	III
Master Thesis	III
İÇİNDEKİLER	IV
ŞEKİLLER LİSTESİ	VII
TABLolar LİSTESİ	VIII
ÖN SÖZ	IX
KISALTMALAR	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK	2
1.1. Girişimci ve Girişimcilik.....	2
1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	5
1.3. Girişimciliğin Önemi	10
1.4. Girişimcilik Türleri	11
1.4.1. Ticari Girişimcilik	11
1.4.2. İç Girişimcilik.....	11
1.4.3. Akademik Girişimcilik	12
1.4.4. Sosyal Girişimcilik	12
1.4.5. Ekogirişimcilik	13
1.4.6. Sürdürülebilir Girişimcilik	14
1.4.7. Kadın Girişimcilik	15
1.5. Girişimcinin Özellikleri	16
1.5.1. Özgüven.....	17
1.5.2. Rekabetçi Düşünme.....	18
1.5.3. Yenilikçi ve Yaratıcı Düşünme	19
1.5.4. Proaktiflik	20
1.5.5. Liderlik	20
1.5.6. Duygusal Zeka.....	21

İKİNCİ BÖLÜM

KULUÇKA MERKEZLERİ VE İŞ GELİŞTİRME MERKEZLERİ.....	23
2.1. Kuluçka Merkezi Nedir?	23
2.2. Kuluçka Merkezlerinin Önemi	25
2.3. Kuruluş Amaçları Bakımından Kuluçka Merkezleri	26
2.4. İş Geliştirme Merkezi Kavramı.....	30
2.4.1. İş Geliştirme Merkezleri Destek Çeşitleri	32
2.4.1.1. Kiralık Mekân ve Donanım Sağlama.....	33
2.4.1.2. İdari Danışmanlık	33
2.4.1.3. İş Planlaması	33
2.4.1.4. Büro Hizmetleri	34
2.4.1.5. Mali Konularda Danışmanlık ve Yardım.....	34
2.4.1.6. Pazarlama, Teknolojik Danışmanlık, Muhasebe Hizmetleri, Hukuksal ve Fikir Hakları Danışmanlığı	34
2.5. Elazığ İŞGEM Modeli ve Verdiği Hizmetler.....	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İŞGEM'İN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	38
3.1. Elazığ İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM)	38
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	40
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	41
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	42
3.5. Araştırma Modeli	43
3.6. Analiz ve Bulgular	45
3.6.1. Araştırmanın Güvenirliliği ve Geçerliliği	45
3.6.2. Kişisel Bilgilere Yönelik Bulgular	46
3.6.3. Araştırma Modelinin Test Edilmesi	47
3.6.4. Kişisel Özelliklere Göre İŞGEM'in Sağladığı Hizmetlere Yönelik Farklılık Analizleri	51
3.6.4.1. Cinsiyete Göre Farklılık Analizi.....	51
3.6.4.2. Medeni Duruma Göre Farklılık Analizi.....	53
3.6.4.3. Eğitim Düzeyine Göre Farklılık Analizi.....	54
3.6.4.4. Yaşa Göre Farklılık Analizi	55

SONUÇ	57
KAYNAKÇA	60
EKLER	66
Ek 1. Orijinallik Raporu	666
Ek 2. Anket Formu	67
Ek 3. Gönüllü Olur Formu	669
Ek 4. Etik Kurul Kararı	70
Ek 5. İŞGEM İzin Belgesi.....	72
ÖZGEÇMİŞ	73



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci.....	8
Şekil 2: Kuluçka Sisteminin Genel Yapısı	244
Şekil 3: Kuluçka Nesilleri	322
Şekil 4: Araştırma Modeli	444



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Farklı Girişimcilik ve Girişimci Tanımları.....	4
Tablo 2: Klasik İktisatçılara Göre Başarılı Bir Girişimci Olmanın Belirleyicileri	9
Tablo 3: Cinsiyete Göre Bulgular	466
Tablo 4: Yaş Dağılımına Göre Bulgular	466
Tablo 5: Medeni Duruma Göre Bulgular	477
Tablo 6: Eğitim Düzeyine Göre Bulgular	477
Tablo 7: İş Geliştirme Merkezlerinin Verdiği Desteklerin Ve Hizmetlerin Girişimciler Üzerindeki Etkisine Yönelik Pearson Korelasyon Katsayıları Sonuçları.....	50
Tablo 8: Hipotez Tablosu.....	50
Tablo 9: Cinsiyete Göre Büro Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri	52
Tablo 10: Cinsiyete Göre Ortak Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri	53
Tablo 11: Medeni Duruma Göre Ortak Hizmetlerin Farklılık Düzeyleri	544
Tablo 12: Medeni Duruma Göre Danışmanlık Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri.....	544
Tablo 13: Eğitim Düzeyine Göre Eğitim Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri	555
Tablo 14: Yaşa Göre Büro Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri	55

ÖN SÖZ

Hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini hep hissettiren canım anneme ve canım babama,

Sonsuz destekleriyle daima yanımda olan hayat arkadaşım Gökhan Tut'a,

Eşsiz deneyim ve tecrübeleri ile araştırmanın her aşamasına değer katan, yardımlarını esirgemeyen kıymetli arkadaşım Pelin Güçlü'ye,

Kısa sürede bana çok değer katan, değerli tecrübelerini paylaşarak beni yönlendiren, çalışma azmi ve başarılarını gıpta ile örnek aldığım, ufkumu aydınlatan çok kıymetli hocalarım; Nurcan Yücel'e, Barbaros Epikmen Tunç'a ve Murat Katı'ya

Bugüne kadar bana emek veren diğer bütün hocalarıma,

Teşekkürlerimi sunarım.

KISALTMALAR

AR-GE: Araştım ve Geliştirme

GSYH: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

İşGEM: İş Geliştirme Merkezi



GİRİŞ

Günümüzde girişimcilik çok boyutlu ve farklı tanımları olan bir kavram haline gelmiştir. Girişimciliğin türleri ve girişimcide olması gereken özellikleri açıklamak konunun tüm hatlarıyla anlaşılması bakımından önemli hale gelmiştir. Kuluçka merkezleri ise; girişimcilerin büyümelerini ve hayatta kalmalarını sürdürmeleri için birçok desteği birarada sunan mekanizmalar olması bakımından önemli görülmüştür. İş kuluçkalarının bir ayağını oluşturan İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM) de sağladıkları imkanlar ve hizmetler ile girişimcilik ekosisteminde katkı sunan yapılar olmuştur.

Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın birinci bölümünde; girişimci ve girişimcilik kavramına değinilmiştir. Girişimciliğin tarihsel gelişimi ve ekonomik gelişme için önemine vurgu yapılmıştır. Girişimcinin sahip olması gereken özellikler hakkında bilgi verilmiştir.

İkinci bölümde; kuluçka merkezleri açıklanarak kuluçka merkezlerinin özelliklerine ve tarihsel gelişimlerine değinilmiştir. Kuluçka merkezlerinden biri olan iş geliştirme merkezleri, iş geliştirme merkezlerinin yapısı ve girişimciye verdiği destekleri ve faaliyetleri hakkında bilgiler verilmiştir.

Son olarak üçüncü bölümünde ise; İŞGEM' in verdiği destekler ve sağladığı hizmetler ile girişimciler üzerindeki etkileri açıklanmış ve değerlendirmeler yapılmıştır. Ayrıca, bundan sonra yapılacak çalışmalara rehber olması açısından öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

1.1. Girişimci ve Girişimcilik

Günümüzde girişimci ve girişimcilik kavramları teknolojinin gelişmesi ve rekabetin artması ile önemli kavramlar haline gelmiştir. Bununla birlikte, bu kavramların güncel hayatta kullanılması yaygınlaşmıştır. Bu sebeple, kavramların anlamlarının doğru bir şekilde tanımlanması önem kazanmıştır. Girişimcilik terimi dilimize Fransızca “entreprende” (bir iş yapmak) kelimesinden türeyerek girmiştir. Dilimizde “girişmek” eyleminden türemiş bir isimdir. Etimolojik anlamda bakıldığında, girişimci sözcüğü ‘entre’ (girmek) ve ‘prendre’ (almak, üstlenmek) sözcüklerinden oluşmakta ve ‘bir şey yapmak’ anlamına gelmektedir (Öğüt, 2006:431). Türk Dil Kurumu girişimci kelimesini; “üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse, müteşebbis” ve “ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse” şeklinde tanımlamaktadır (tdk.gov.tr). Bu doğrultuda girişimci, başlattığı faaliyetin bitiminde doğabilecek sonuçları önceden hesaplayan ve sonuçta doğacak riski üstlenmekten çekinmeyen kimsedir. Girişimci; risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerini üstlenen kişi olarak tanımlanmıştır.

Girişimci üretim faktörlerini bir araya getirerek gerekli girişimi başlatan bunu yaparken de mal ve hizmet üretimi için gerekli finansman kaynaklarını ve pazarlarını araştıran kişi şeklinde açıklanmıştır (Eyüpoğlu, 2007:58). Dünyada başarılı olmuş girişimciler incelendiğinde (Bill Gates, Mark Zuckerberg, Jeff Bezos, Steve Jobs vb.), anılan özellikleri kişilik yapılarında barındıran insanlar olarak dikkat çekmektedirler. Richard Cantillon’a göre girişimci; henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alan kişidir (Çetindamar ve Dilek (2002:33). Girişimciler, yenilikçi ve bilinmeyen teknolojiyi geliştiren, deneyen yani inovatif yeniliklere öncülük eden kişilerdir. Girişimcilerin cesur, yenilikçi ve risk alabilen iş insanları olmaları gerekmektedir. Girişimcilerdeki temel özellikler, konulara farklı açılardan bakabilme, cesur ve yenilikçi kişilik yapılarına sahip olmalarıdır.

Girişimcilik, bir ülkenin iktisadi büyümesi ve kalkınmasında büyük bir önem taşımaktadır. Girişimcilik, 21. yüzyılın başlarında genel olarak bilinen bir kavram haline gelmiştir. Günümüzde ise iktisatçıların, siyasilerin, akademisyenlerin ve iş insanlarının dünyasında da yer bulmuştur. Girişimciliğin, literatürde genel olarak kabul görmüş belirli bir tanımı bulunmamakta ve çeşitli araştırmalarda farklı tanımlar yapıldığı görülmektedir. Girişimcilik çok boyutlu bir kavram olup tek bir tanımı bulunmamaktadır. Girişimcilik farklı bakış açıları ile değişik şekillerde ifade edilebilen bir kavramdır.

Girişimci, ekonomik kaynakları kullanarak kişisel bilgi becerileri ile üretim sürecine başlar. Bu yönüyle girişimci toplumsal fayda yaratan ekonomik bir aktördür. Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır (tüsiad.org.tr). Dolayısıyla girişimci ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinde ve istihdam sağlanmasında önemli bir faktördür.

Hisrich (1986) girişimciliği; *“gerekli zaman ayrılarak ve çaba gösterilerek aynı zamanda finansal, psikolojik ve sosyal riskler değerlendirilerek ve alınarak, sonucunda parasal ödüller veya bireysel başarı elde edilmek üzere yeni bir şeyler yaratma süreci”* olarak tanımlamaktadır (89-90). Yapılan birbirinden farklı girişimcilik tanımları incelendiğinde girişimcilik; *“insanlarının hayallerinin önündeki engellerin kaldırılarak gerçekleştirilmesidir”* şeklinde ifade edilmektedir.

Bununla birlikte, girişimcilik kavramı markalar tarafından da ele alınmış ve her marka kendi girişimcilik tanımını ortaya koymuştur. Bu çerçevede bazı markaların girişimcilik tanımları aşağıda verilmiştir (itugirisim.org):

Apple: “Eski kuralları çağdaş yeniliklerle yorumlayan ve aksiyona geçiren beceri.”

Microsoft: “Fayda ve prestij odaklı tüm eylemlerin kesiştiği nokta.”

İkea: “Fikir üreten sıra dışı yöntemleri takdis eden anlayış.”

Google: “Geçmişle gelecekle birleştiren ve şimdiki yaratan yetenek.” olarak ifade etmiştir.

Yapılan tanımlardan girişimciliğin, belirli karakteristik özellikleri gerektirdiği görülmektedir. Girişimciliğin tanımlarında yer alan risk alabilme, yenilikçi olabilme, program yapabilme becerisi, konulara farklı açılardan bakma yetisine sahip olma gibi özellikler, girişimcilikte başarılı olabilmenin anahtarları olarak sıralanmaktadır.

Tablo 1: Farklı Girişimcilik ve Girişimci Tanımları

Yazar	Tanım
Schumpeter (1934)	Girişimci; pazarlarda değişim yaratabilen yenilikçidir. Değişimin beş belirtisi ise; a) Yeni/Geliştirilmiş bir ürünün yaratılması b) Yeni bir üretim yönteminin oluşturulması c) Yeni bir pazarın oluşturulması d) Yeni bir arz kaynağının tanıtımı e) Yeni bir örgütün oluşturulması
McClelland (1961)	Girişimci; yüksek derecede başarıma güdüsüne sahip olan kişidir. Bu da doğrudan girişimcilik süreci ile ilişkilidir. Girişimci enerjik, risk alıcıdır.
Kirzner (1978)	Girişimci; pazardaki fırsatları gören ve harekete geçen kişidir. Tam anlamı ile vurgun yapar.
Shapiro (1975)	Girişimci; insiyatif alan, sosyal ve ekonomik düzeni organize eden ve başarısızlık riskini kabul eden kişidir.
Kao ve Stevenson (1985)	Girişimcilik; iş fırsatlarını görebilme ve bunu bir değere dönüştürebilmedir.
Timmons ve Spinelli (2008)	Girişimcilik; bir düşünce biçimi, anlamlandırma, fırsat odaklı tutum, bütüncül bir yaklaşım ve liderlik tabanlıdır.
Hoselitz (1960)	Girişimci; belirli bir fiyattan satın alıp belirsiz bir fiyattan satan kişidir.
Cole (1968)	Girişimcilik; kar odaklı bir işletmeye başlanması, sürdürülmesi ve geliştirilmesi için yapılan bir faaliyettir
Drucker (1985)	Girişimcilik; mevcut kaynakların zenginliğini, servet üretme kapasitesiyle birleştiren inovatif bir eylemdir.

Gartner (1985)	Girişimcilik; yeni bir organizasyonun yaratılmasıdır.
Kirzner (1985)	Bir girişimci, kar fırsatlarının varlığını algılayan ve sonsuz ihtiyaçların tatmin edilmesi için eylem başlatan kişidir.
Hisrich&Peters (1989)	Girişimcilik, gerekli zamanı ve çabayı ayırarak, finansal, sosyal ve fiziki riskleri öngörüp, parasal ödül ve kişisel tatmin elde etme yoluyla farklı bir Şey retme sürecidir.
Stevenson vd. (1989)	Girişimcilik; mevcut kaynaklardan bağımsız olarak bir fırsatın izini sürmektir.
Kaish ve Gilad (1991)	Girişimcilik; öncelikle bir keşif sürecidir ve riskli ortamlarda faaliyet göstermektir.
Herron ve Robinson (1993)	Girişimcilik; ekonomik kaynakların yeniden tahsisini başlatan ve yöneten, amaçların bu araçlarla yaratılmasını sağlayan bir dizi davranıştır.
Panda (2000)	Girişimci; yenilikleri algılayan ve fırsatlardan iş yaratan, belirsizlik koşullarında karar veren, kendi faaliyetlerini yöneterek pazar payı için başkalarıyla rekabet içinde olan kişidir.
Kuratko ve Hodgetts (2004)	Girişimcilik; yeni fikirlerin ve yaratıcı üzümlerin oluşturulması ve uygulanmasına yönelik enerji ve tutkunun bileşkesidir.
Lazear (2005)	Girişimci; sınırlı kaynakları koordine etmekle ilgili kararları almada uzmanlaşmış kişidir.
Martin ve Osberg (2007)	Girişimci; fırsatın ortaya çıkışını algılar, bu fırsatı tanımlar ve kullanılması için gerekli kişisel yetenekler kümesini harekete geçirir. Söz konusu kapasitesinin fırsatı somutlaştırıp sonuca çevirmesini sağlar.

Kaynak: Rusu vd., 2012:5373; Saifan 2012:24.

1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimcilik olgusu, insanlık kadar eski bir tarihe sahiptir. İnsanların varoldukları andan itibaren girişimci bir yapıda olmaları, ihtiyaçların karşılanması ve hayatta kalma dürtüsü ile ilişkili bir kavramdır. Bu doğrultuda yaptıkları avcılık, iftcilik, mal takası gibi basit faaliyetler, hayatta kalma dürtüsü sonucu meydana gelen faaliyetlerdir. Bu faaliyetler dikkate alındığında, insanoğlunun tarihin ilk anlardan itibaren girişimci olduğu ileri sürülebilir. İnsanoğlunun hayatta kalma dürtüsü sonucu

yürüttüğü faaliyetler, neolitik çağa girilmesiyle birlikte şekil değiştirmeye başlamıştır. Neolitik çağda maden ile tanışılması ve madenin işlenmeye başlaması, beraberinde ticaret faaliyetlerini de getirmiştir. Ticari faaliyetlerin başlaması, girişimcilik ve girişimci türlerinin de artık yavaş yavaş ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ortaya çıkan bu ekonomik faaliyetler, getirinin artmasına ve zenginleşmeye neden olmuştur. Kazancın artması ve zenginleşme, suç oranını da arttırmıştır. Bu da insanların güvenlik amacıyla bir araya gelmelerine ve birlikte hareket etmelerine sebep olmuştur. Bu güvenlik ihtiyacı sonucunda meydana gelen sosyolojik yapılar, yerleşim yerlerinin de büyümesine ve şehirleşmeye yol açmıştır. Öte yandan, Orta Çağda girişimciler büyük tarım sahaları, kale ve kamu binalarının inşası, manastır vb dini yapıların inşası gibi feodal sistemin belirlediği projelerin yönetimini üstlenmişler ve bireysel anlamda risk almamışlardır.

Orta Çağda girişimciliğin diğer boyutu korporasyonlarla (lonca) gerçekleştirilmiştir. Korporasyonlar küçük sanayi kuruluşları, meslek kuruluşları, esnaf kuruluşları gibi üretici ve tüketici birliği sağlayan kuruluşlardır. Kullanılan üretim faktörleri mal sahibi olan girişimcinindir. Girişimci de, işinin başında bulunmakta ve çalışmaktadır. Korporasyonların bir özelliği de, üreticilerle tüketiciler arasında aracı bir sınıfa yer verilmemesidir (Özgüven 1992:30). Tüm bu sosyolojik faaliyetler, ekonomik yapıların büyümesine ve gelişmesine neden olmuştur. Şehirleşmelerin artması ile ticaret de bölgesel olmaktan çıkarak şehirlerarası olmaya başlamış ve daha da büyümüştür. Girişimcilik, insanoglunun avcılık ve toplayıcılık devrine son verip (cilalı taş) neolitik dönemde üretime başlamasıyla birlikte ilk formunu almaya başlamıştır. Bu dönemden kısa bir süre sonra yerel olsa dahi maden devrinin başlamasıyla bugünkü anlamda olmasa bile iş yerlerinin kurulması neticesinde ticari hayat da başlamıştır. Tunç Devrinde şehir devletleri kurulmuş ve ticaret yerel olmaktan çıkıp şehirlerarasına yayılmıştır (Ercan vd., 2009:60).

Üretimin artması ve toplumun ihtiyaç fazlalarının oluşması, bu ihtiyaç fazlasının pazarlanmasını da beraberinde getirmiştir. Bu pazarlama faaliyetlerinin giderek artması ticari faaliyetlerinde giderek artan bir karakter kazanmasını sağlamıştır. Şehirleşmenin gelişmesi ve ticaretin de, yerelden şehirlerarası özellik kazanması, yerel çaptaki girişimci/girişimcilik kavramlarının özelliklerinin de artmasına ve gelişmesine neden

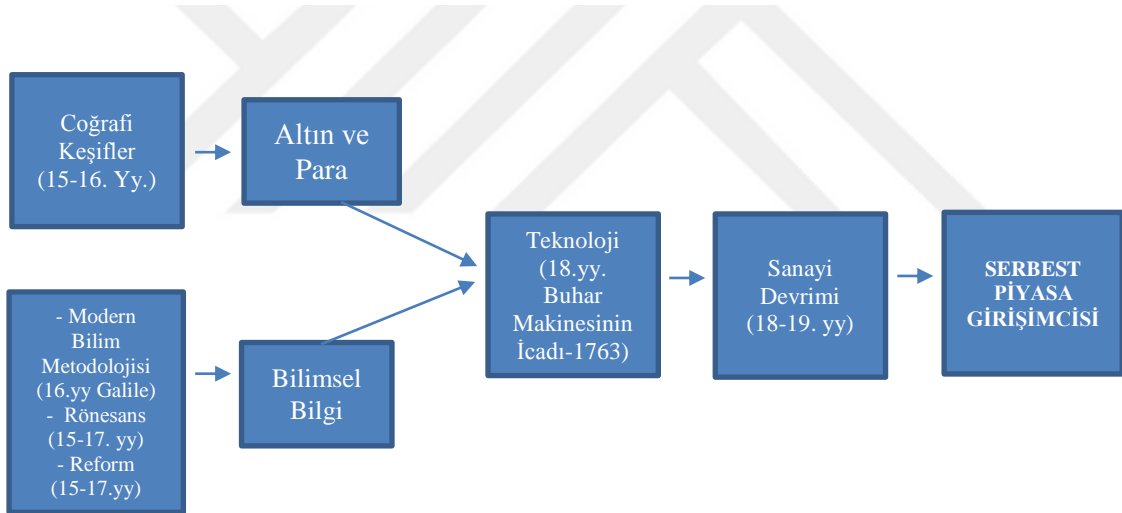
olmuştur. Girişimcilerin yüksek risk alarak şehirlerarası ticaret yapmaya başlamaları, günümüzdeki girişimcinin temel özelliklerini kazanmaya başlatmıştır. Girişimciliğin ve girişimcinin özellikleri arasında yer alan cesaret, yenilikçi özelliklere açık olma, bilinmeyen teknolojiyi bulup kullanma gibi özellikler dikkate alındığında, eski çağlardaki ticari faaliyetler, girişimciliğin ilk evresi olarak kabul edilmiştir. Bu faaliyetleri yürüten iş insanları da ilk girişimciler olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Eski zamanlarda kervanlarla yapılan ticaret, girişimciliğin ilk şekli olarak ifade edilmiştir. Daha sonraları girişimcilik, ticari teşebbüslerden sanayi teşebbüslerine kadar uzanmış ve günümüzdeki hâlini almıştır. (Cavid, 2001:77).

Orta çağda meydana gelen ticari faaliyetler, Feodal sistemlerin meydana gelmesine sebep olmuştur. Bu dönemde bölgesel olarak toprak sahipleri ve üreticiler, haydut tehditlerine karşı güvenliği sağlamak amacıyla oluşuma gitmişlerdir. Bu güvenlik ihtiyacı, en fazla imkâna sahip en büyük toprak sahibine diğer toprak sahiplerini ve üreticilerini koruma görevini vermiştir. En büyük üretici, elindeki imkânlarla silahlı kuvvetler oluşturmuş ve güvenliği temin etmiştir. Bir nevi dönüşüm yaşayan Orta Çağ döneminde girişimciler, oluşan bu Feodal yapılardaki fırsatlara yönelerek bölgesel bir karakter almıştır.

Öte yandan, Orta Çağda girişimciler büyük tarım sahaları, kale ve kamu binalarının inşası, manastır vb. dini yapıların inşası gibi feodal sistemin belirlediği projelerin yönetimini üstlenmişler ve bireysel anlamda risk almamışlardır. Ortaçağın sona ermesi ve sanayi devrimi ile birlikte girişimcilik, şekil değiştirmeye başlamış ve yeni kavramların üretilmesine sebep olmuştur. Sanayi devrimi, ekonomik yaşamı değiştirmiş ve bu değişim içerisinde girişimcinin ekonomik hayatta çok önemli bir yer aldığı anlaşılmıştır. Girişimcinin öneminin anlaşılması, beraberinde “Girişimcilik” kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kelime, ekonomik yazında ilk kez 1730’larda Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. John Stuart ile İngiliz yazıtındaki kullanımı ise 19. yüzyıla rastlamaktadır (Çetindamar, 2002:33). Bu kavramın ortaya çıkması, büyük gelişmelerin ve değişimlerin ortaya çıkmasına neden olan iktisadi faaliyetlerin en temel yapı taşı olmuştur. Girişimcilerin ve girişimciliğin özelliklerinin giderek netleşmesi ve kendi içerisinde gelişmesi, ekonomik faaliyetlerin artmasına ve ürün çeşitliğinin çoğalmasına yol açmıştır.

Diğer taraftan, 1800'lü yıllarda sanayileşmenin yaygınlaşmasının büyük etkisiyle, girişimci ve risk sermayecisi arasındaki fark belirginlik kazanmıştır. Buna Thomas Edison'un teknolojik bir yenilik geliştirmesine karşın gerekli sermayeyi çıkaramaması iyi bir örnek teşkil etmiştir (Hisrich ve Peters, 1998:6). Modern girişimcilik, Sanayi Devriminin sonucu olarak sermayenin olağanüstü artmasıyla birlikte başlamış olup modern girişimcilik ve girişimci tanımlarını oluşturmuştur. Modern bilim temelinde gelişen girişimcilik dünyasında aktif hale gelen girişimciler, oluşan bilimsel verilerden hareketle üretimin daha büyük hacme ulaşacak yapıya bürünmesi için gerekli olan teknolojik ilerlemeyi sağlamışlardır.

Sanayi devriminden sonra önem kazanan girişimciler, modern bilim temelinde ulaşılan bilgilerden faydalanarak, büyük hacimli üretime imkân sağlayan yeni teknolojik ilerlemelere imza atmışlardır. Bu süreç Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1: Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci

Kaynak : Ercan vd., 2009:62.

Şekil 1'de görüldüğü üzere; coğrafi keşiflerle birlikte gelen değerli madenler (altın gibi.) ve para ile bilimsel çalışmalar sonucunda üretilen bilginin bir araya gelmesi, teknolojik gelişmeyi sağlamıştır.

Teknolojik gelişmenin başlaması ile birlikte sanayi devriminin de temeli atılmıştır. Teknolojik gelişmenin artması sanayi devriminin gerçekleşmesini sağlamıştır.

Sanayi devriminin olması ile birlikte serbest piyasa ekonomisi gibi ekonomi modellerinin ortaya çıkması, serbest piyasaya girişimcilerini doğurmuştur.

Tablo 2: Klasik İktisatçılara Göre Başarılı Bir Girişimci Olmanın Belirleyicileri

Yazar	Girişimci Olarak Başlamak	Girişimci Olarak Başarmak	Başlamak Ve Başarılı Olmak İçin Girişimci
Cantillon	-	-	Dikkatli ve temkinli, risk taşıyan
Say	Sermaye elde etmek için yeterli bir tanınırlık	Yargı, azim, iş dünyası ve meslek ile ilgili bilgi	Riski desteklemek
Marshall	Gençler risk almak isterler	Entelektüel, genel yetenek, ticaret bilgisi, risk almak, liderlik ve sermaye sahipliği	-
Schumpeter	Başlama arzusu	-	Liderlik
Knight	Sermaye artırma kabiliyeti, arzu/motivasyon önemlidir	Belirsizlikle başa çıkmak, kendine güven, entelektüel kapasite	Şans
Kirzner	Uyanıklık	Kar fırsatları genişletmek için yaratıcılık ve liderlik	-

Kaynak: Rusu vd., 2012:3572.

Bu tarihsel süreç ise modern girişimcilik ve modern girişimcilerin önemini daha da arttırmıştır. Böylece girişimcilik ve girişimci, ekonomide çok önemli bir yer almıştır. Girişimciler, toplum içerisinde normal bireylerin sahip olmadığı özelliklere sahip olarak ekonomik faaliyetlerde önemli roller oynamaya başlamıştır.

1.3. Girişimciliğin Önemi

Günümüz rekabet koşullarında girişimcinin önemli bir özelliği, yenilikçi olması ve bunu devamlı kullanabilmesidir. Bu özellik girişimcinin, beklenmeyen durumlarda, ortaya çıkan problemleri çözme yeteneğini de kapsamaktadır. Dolayısıyla, yenilikçilik kritik bir özellik olup yalnız girişimciliğin değil, tüm işletme risklerinin başarı ile sonuçlandırılmasında önemli rol oynamaktadır.

Girişimciliğin önemini, özellikle üç alan için vurgulamak mümkündür. Bunlar (Coulter, 2001:11);

- Yenilikçilik-icatçılık,
- Yeni işletmelerin doğması-büyümesi,
- Yeni iş alanları yaratmadır.

Girişimci, yenilikçi özelliği ile farklı iş fikrini hayata geçirerek yeni firmaların doğmasına olanak sağlamaktadır. İstihdam yaratarak işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunarak ekonomik büyümenin önemli bir bileşenini de oluşturmaktadır.

Bununla birlikte, girişimcilerin buldukları topluma karşı görevleri ve katkıları bulunmaktadır. Bunlar kısaca şöyle sıralanmaktadır (www.ytukvk.org.tr):

1. Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde en önemli sorunlardan biri işsizliktir. İşsizlik ürün/hizmet üretimi için yeni yatırımların yapılmaması sonucunda doğar. Girişimci sayısı ne kadar artarsa, istihdam oranı da artmaktadır. Dolayısıyla işsizlikten kurtulmanın en etkin yolu, kişilerin kendi işlerini kurmalarıdır.

2. Toplumsal refah düzeyinin yükselmesi bireylerin refahlarıyla ilgilidir. Bireylerin refahını artıracak bir faktör ise kendi işine sahip olmasıdır. Dolayısıyla girişimcilik toplumsal refahın oluşturulmasında ve tabana yayılmasında etkin rol oynayabilecek bir mekanizmadır.

3. Girişimciler hem bilimi ve teknolojiyi kullanarak, hem de bu alanlara kaynak aktararak bilimin ve teknolojinin gelişmesine yardımcı olmaktadırlar.

4. Girişimciler kullanılan potansiyelleri kullanarak, bunların atıl olmalarını önlerler.

1.4. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik kavramı ve girişimciliğın önemi kısaca açıklandıktan sonra girişimcilik türleri hakkında bilgi verilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda girişimcilik türleri; ticari girişimcilik, iç girişimcilik, akademik girişimcilik, sosyal girişimcilik, ekogirişimcilik, sürdürülebilir girişimcilik ve kadın girişimciliği olarak ele alınmıştır.

1.4.1. Ticari Girişimcilik

Ticari girişimcilik üretilen ürün ve hizmetlerle sahibine kar, müşterisine katma değer sağlayan bir girişimcilik türüdür. Üretim faktörlerinin bir araya getirilip kâr amacıyla mal veya hizmet üretmesine ticari girişimcilik denilmektedir (www.parakazanma.xyz).

Ticarî girişimciliğın temel amacı, kâra ulaşmaktır; sosyal girişimciliğın temel amacı ise, sosyal misyon ve hizmete önem vererek sosyal değer ve toplumsal katkı sağlamak için sosyal getiriler elde etmektir (Austin vd., 2006:7; Sharir ve Lerner, 2006:8). Tüketicinin ihtiyaç ve beklentilerini gideren bir iş fikrinin bulunması sonucu gerekli ürün ve hizmet üretimi yapılarak kar elde edilmesi amaçlanmaktadır. Hizmet üretiminin yapılması sonucunda kar edilmesi amaçlandığından buna özel sektör girişimciliği de denilmektedir. Bu alanda yapılan her türlü ticaret bir ticari girişimciliğdir. Restoran açmak, bisiklet üretmek ve satmak, doğal ürünlerin üretilip satılması gibi her türlü ekonomik teşebbüs, ticari girişimciliğdir.

1.4.2. İç Girişimcilik

En geniş tanımıyla “faaliyet halindeki organizasyonlardaki girişimcilik” olarak ele alınan iç girişimcilik; organizasyonel ve genel ekonomik gelişmede çok önemli bir dinamik unsur olarak değerlendirilmektedir (Ağca ve Kurt, 2007:89-90).

Bu kavrama yalnız akademisyenler değil uygulamacılar da 30 yılı aşkın süredir ilgi göstermektedir. Bunun nedeni iç girişimcilik olgusunun kar ve mali büyüme açısından firmalara canlılık katması ve daha iyi performans göstermelerini sağlaması olarak yorumlanmaktadır. Bir diğer neden de iç girişimciliğın sektör veya firma ayrımı yapmamasıdır. İç girişimcilik kavramı, büyük firmaların kendilerini, buldukları zaman dilimindeki teknoloji, iktisadi yapı, sosyolojik yapı gibi dinamiklere uygun hale

getirmek için güncelleme faaliyetidir. İşletmelerin/firmaların iç girişimci olmaları, firmaların öncelikle devamlılıklarını sürdürmelerini sonrasında ise büyümelerine olanak sağlayacaktır. İç girişimcilik kavramını anlayamayan ve uygulayamayan firmalar, girişimcilik kavramının en önemli özelliklerinden birisini, yenilikçi olma özelliğini ihlal edecekleri için, çağın gerektirdiği yapıdan uzaklaşarak pazar paylarının düşmelerine ve ekonomik faaliyetlerden kopmasına neden olacaktır.

1.4.3. Akademik Girişimcilik

Zaman içerisinde akademik girişimcilik olarak tanımlanmaya başlayan girişimci üniversite kavramı; üniversitelerin ve endüstriyel ortakların akademik araştırma çıktılarının ticarileştirilmesine yönelik faaliyetleri kapsamaktadır. Bununla birlikte akademik girişimcilik; akademik yapıları geliştirerek nitelikli insan yetiştirme ve bilgi üretme anlamında bölgesel kalkınmaya önemli katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan akademik girişimcilik; girişimcilik alanına veriler ve yenilikler üreten, üretilen bu yapıları sosyo-ekonomik alanlarda kazandıran, mezunlarını girişimci özellikleri ile donatabilen özelliklere sahip üniversitelerdir. Bunun en bariz göstergesi ise akademik girişimcilik özelliği olan üniversitelerin Ar-Ge Merkezlerinin olması ve bu merkezlerin verimli bir şekilde aktifleştirilmesidir. Shane (2004) akademik girişimciliği, tamamen üniversitelerin kurduğu şirketlere odaklanarak, akademik kuruluşun içinde yaratılan bir fikri mülkiyetten faydalanmak suretiyle yeni bir firmanın kurulması şeklinde tanımlamaktadır (Shane 2004:4).

1.4.4. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik kavramını tanımlamaya çalışan birçok bakış açısı bulunmaktadır. Bu yüzden tanımlar arasındaki kavramsal boyuttaki ayrımları ortaya koymak önemli hale gelmektedir. Sosyal girişimcilik yeni bir kavram olarak görülebilmektedir. Ancak, sosyal girişimciliğin temelinde yatan mantık oldukça eskidir. Sosyal girişimcilik, özel sektör girişimcilik ile kamu girişimciliğinin karışımı olan bir girişimdir şeklinde açıklanmaktadır. Öncelikle sosyal girişimciliğin temelinde rol oynayan girişimci modeli, sosyal ve toplumsal sorunlara karşı duyarlı olan girişimcilerin meydana getirdiği modeldir. Toplum her zaman sosyal girişimcilere sahip olmuştur (Dess, 2001:1). Sosyal girişimcilik, kamu girişimciliği ile ticari girişimciliğin karışımı olan bir modeldir. Ticari girişimciliğin kâr etme amacı ile sosyal ve toplumsal

sorunlara duyarsız kalamama durumunun oluşturmuş olduğu bir roldür. Girişimcilik faaliyetleri sonucunda elde edilen kârın toplumsal ve sosyal sorunların çözümünde kullanılmasıdır. Austin vd., dar bir tanımlamayla sosyal girişimciliği, kâr-amacı gütmeyen organizasyonların gelir elde etmek için yenilik üretmeleri olarak tanımlamaktadır (Austin vd., 2006:2).

Sosyal girişimcilik, her faaliyetin devamlılığını sağlamak ve maksimum etkiye olmasını sağlamak için gereken ekonomik boyutu vardır. Bu ekonomik boyut ister istemez bu girişimcilik türünün kâr amacı gütmemesini de beraberinde getirecektir. Fakat bu elde edilen kar, toplumsal sorunların çözümünde kullanılacaktır. Esasında, organizasyonlar belirli pay sahipleri tarafından sahiplenilmediklerinde ve kâr organizasyonu yönlendiren temel amaç olmadığında “sosyal” olurlar. Bu organizasyonlar devletten ziyade topluma aittirler (Thompson, 2002:415).

Mair ve Marti gibi birçok yazar, sosyal girişimciliğin en belirgin özelliğini sosyal girişimsel aktivitelerin kâr amacı gütmeyen doğası olarak tanımlamaktadır (Mair ve Marti, 2006:39). Bu yazarların kavramı, sosyal bir amaçla ya da kâr amacı gütmeyen bir sektörde yapılan yenilikçi faaliyetler olarak gördüğü sonucu ortaya çıkmaktadır. Sonuçta sosyal girişimcilik, içinde yetiştiği toplumun, sosyal sorunlarına vakıf olmuş insanların, yetiştikleri toplumun sorunlarına kayıtsız kalamama durumunun ortaya çıktığı bir faaliyetler bütünüdür.

1.4.5. Ekogirişimcilik

Girişimcilikle ilgili her geçen gün yeni araştırmalar yapılmakta ve bu da bu disiplinin daha geniş kapsamlı olmasını sağlamaktadır. Son yıllarda doğanın tahribatı ve bunun önlenmesi için gelişen bilinç, çevresel girişimlerin sayısını artırmaktadır.

Çevresel odaklı bir girişimcilik türü olarak tanımlanan, ekoloji ve girişimcilik kavramlarının birleştirilmesiyle oluşan ekogirişimcilik, 1990’lı yılların başında girişimcilik literatüründe yer almaya başlamıştır. İşletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken toplumun fayda sağlamasını amaçlayan ekogirişimcilik, birey ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri minimum seviyeye indirme çabasında olmuştur (Schaper, 2002: 26-30). Ticari faaliyet yürüten yapılar, tüketimin artması ile birlikte

üretimi de artırmış, bu da beraberinde üretim faaliyetlerinin ekolojik denge üzerinde olumsuz etkiler bırakmalarına neden olmuştur. Hava kirliliği, suların kirlenmesi, doğadaki yaşamın giderek tükenmesi gibi olumsuzluklar, insanlığın devamlılığını tehdit etmeye başlamıştır.

Küreselleşen Dünyada iletişimin artmasıyla birlikte insanlık bu etkilerin farkına varmıştır. Toplumların bu zararların farkına varması, beraberinde insanlarda hassasiyet oluşturmuş ve ekogirişimcilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ekogirişimcilerin faaliyetleri ile bilinçlenen toplumların ekonomik faaliyet sürdüren, tamamen kar etmeyi amaçlamış ticari işletmelerin ve iş adamlarının üzerinde baskı oluşturmuştur. Oluşan bu baskı ise işletmeleri, ticari faaliyetlerini yürütürken ekogirişimci stratejiler izlemeye zorlamıştır. Küreselleşme hareketiyle birlikte oluşan aşırı üretim ve tüketim, kaynakların atıl kullanımı, üretim süreçlerinde meydana gelen olumsuz etkiler ve tüketicilerin çevre dostu ürün ve hizmet talep etmesi, işletmeleri zamanla harekete geçirmiştir. Bunun üzerine yeni stratejiler geliştiren çevre hassasiyeti yüksek olan işletmeler atıkların geri dönüşümü, çevre dostu ürünlerin tasarlanması ve yeşil teknoloji üretme gibi faaliyetlerle karlılığın yanında çevresel kaygıları da dikkate aldıklarını göstermeye başlamışlardır (Aykan, 2012:195-212).

Öte yandan, bilinçlenen toplumlardan gelen ekonomik bojkotlar, protestolar ve ticari faaliyetlerin durdurulması yönündeki yasal mücadeleler, bu ticari işletmelere ekogirişimci felsefe ile hareket tarzında sarf edeceği maliyetten daha fazla maliyete neden olacaktır. Bu felsefeye uyulması halinde, ekogelişimci stratejiler ile çalışmak, kâr amacı güden işletmelere daha fazla kar getirecektir. Dolayısıyla, doğal çevreye zarar verme konusunda bir tehdit unsuru olarak görülen işletmeler, benimsedikleri ekogirişimcilik yaklaşımıyla kötü imajlarından kurtulabilmekte (Hendrickson ve Tuttle, 1997:363-382) ve aynı zamanda pazarda rekabet avantajı elde edeceklerdir (Keogh ve Polonsky, 1998:38-49).

1.4.6. Sürdürülebilir Girişimcilik

Günümüze kadar sürdürülebilir girişimcilik hakkında çok fazla araştırma henüz bulunmamaktadır. Sürdürülebilir girişimcilik; toplumsal, ekolojik ve ticari faaliyetlerin, bir diğerinin faaliyetlerinin etkilerini dikkate alarak faaliyet göstermesidir.

Ayrıca, kuruluşlar içinde ya da bağımsız olarak bireyler ya da takımlar tarafından yeni fırsatların yaratılması ve bu doğrultuda sosyal ve çevresel sorunları çözmek için bu fırsatların değerlendirilmesidir (Mack ve Pützschel, 2014:24).

Tüm girişimcilik türlerinin etkilerini devamlı kılmaları için sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bir girişimcilik türünün bir diğerini baskılaması ve etkisi altına alması, tekelleşmeyi beraberinde getirecektir. Bu da, olumsuz etkilerin diğer alanlarda görülmesine neden olacaktır.

Ancak, mevcuttaki sürdürülebilir girişimcilik araştırmaları, potansiyel olarak sürdürülebilir bir toplum ve ekosistemi koruyabilen girişimcilik faaliyetleri üzerinde durmaktadır. Tüm faaliyetlerin gerçekleşebilmesi için, bu alanda faaliyet gösteren tüm girişimci ve girişimcilik yapılarının, yeni fırsatlar yaratılması ve sorunların çözümlenebilmesi için, birbirleri ile uyumlu faaliyet göstermeleri önemli bir husus olarak görülmektedir.

1.4.7. Kadın Girişimcilik

Kadınların iş dünyasına katılımını sağlamak, ülkemizin ekonomik potansiyelini tam olarak ortaya çıkararak gerçeğe dönüştürülmesinde hayati bir öneme sahiptir. Kadın girişimcilik, istihdam yaratılmasında ve ekonomik büyümenin tam olarak geliştirilmesinde ve hızlandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Kadın girişimci literatürde, ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olduğu olarak ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazanç üzerinde söz sahibi olan ve işletmesi adına tüm riskleri üstlenen kadındır (Soysal, 2010:90).

Ülkemizde kadının sosyal hayattaki rolü, kadın girişimciliğe atılması önünde bir engel teşkil etmektedir. Ülkemizde kadın çocuklarına bakım yapan, eğiten ve onların her şeyleri ile ilgilenen bir anne, evde yemek yapan ve kocası ile ilgilenen bir eş, ev işlerini yapan bir ev kadınıdır. Bununla birlikte, Ülkemizde kadınlarımızın ekonomik

bağımsızlıklarını kazanmadaki yetersizlikler de kadın girişimcilik önündeki engellerden bir başkasıdır. Bu engelleri aşmak için kadın girişimciler için esnek çalışma saatlerinin olması, anne veya eş olan kadınlarımız için evde yapılabilen işlerin ön plana çıkartılması, kadın girişimciliğini arttırarak kadınlarımızın ekonomik bağımsızlıklarını kazanmalarını sağlayacaktır.

Kadın Girişimcilerin desteklenmesi hususunda kadınların kanuni olarak, ekonomik olarak ve mentörlük hizmetleri açısından desteklenmeleri, kadın girişimcilerin sayısının arttırılmasına ve ekonomiye kazandırılmalarında etkin rol oynayacaktır. Kadınların bu süreçte çalışma yaşamına daha aktif olarak katılımlarının artmasında başlıca aşağıda sıralanan faktörlerin etkili olduğu ifade edilmektedir (Kocacık ve Gökkaya, 2005:195):

- Dünya genelinde çalışan kadınları koruyucu ve destekleyici yasaların ve çözüm uygulamaların artması,
- Demografik gelişmeler,
- Şehirleşme oranlarında artış,
- Eğitim olanaklarının artması,
- Standart dışı çalışma şekillerinin ortaya çıkması,
- Geçim sıkıntısı ve ekonomik zorluklar,
- Evlenme oranlarında azalma ve buna karşılık boşanma oranlarında artış,
- Toplumların, kadınların çalışmasına yönelik tutumlarında meydana gelen olumlu gelişmeler,
- Çocuk bakımı ve diğer hizmetlerdeki iyileşmelerdir.

Diğer bir ifadeyle, kadınların sosyal hayatta karşılaştıkları sosyo-ekonomik zorluklar, ülkenin ekonomik gelişmesinin sağlanması ve istihdamın arttırılması için, kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve kadın girişimci sayısının arttırılması gerekmektedir. Kadınlarımızın kendine güvenlerini arttırarak, meydana gelecek yeniliklerde yer almaları sağlanmalıdır.

1.5. Girişimcinin Özellikleri

Girişimcilik türleri hakkında yukarıda bilgi verildikten sonra, girişimcinin sahip olması gereken özellikler aşağıda açıklanmıştır. Girişimcide bulunması gereken

özellikler; özgüven, rekabetçi düşünme, yenilikçi ve yaratıcı düşünme, proaktiflik, liderlik ve duygusal zekâ olarak ele alınmıştır.

1.5.1. Özgüven

Özgüven, sadece girişimci olarak değil bir birey olarak, mutlu ve başarılı olabilmesi için gereken en önemli özelliklerden biri olarak görülmektedir. Bireyin kendisine yönelik pozitif duygular oluşturması sonucunda kendini iyi hissetmesi ve etrafındaki insanlarla barışık olma durumu şeklinde tanımlanmaktadır. Özgüven; bireyin kendine güvenmesi olarak ifade edilmektedir. Özgüven, bireyin kendisine yönelik iyi, olumlu duygular geliştirmesi sonucu kendini iyi hissetmesidir. Bu iyi hissetme sonucunda kendisiyle ve çevresindeki kişilerle barışık olması demektir. Özgüven “yüreklilik, cesaret” veya kişinin kendine güvenme duygusu olarak tanımlanır (www.sabriburhanoglu.com).

Girişimcilerin sahip olması gereken başlıca özellikler arasında bulunmaktadır. Girişimcilerin iş hayatında başarılı olabilmeleri için özgüven en önemli unsurların başında gelmektedir. Girişimcilerin özellikleri içinde sayılan yüksek özgüven, başarının en büyük anahtarlarından birisidir. Girişimci sahip olduğu bu özellik ile hayallerini gerçek hayata geçirmeye çalışmaktadır. Girişimcideki özgüven, hedef belirlemede, hedefe ulaşma sürecinde planlamaların yapılmasında gereken verilere ulaşılmasında, hedefe yürürken karşılaşılan sorunların aşılmasında bir motivasyon aracı olarak etki edecek ve hedefe ulaşılmasında en büyük etkiye sahip olacaktır. Spor, müzik, resim gibi mesleklerde olmak ya da toplum önünde konuşmak belirli bir özgüven gerektirmektedir (Biçer, 1997:136-145).

Özgüven sosyal yaşantıda bir bütün olarak ele alınmaktadır. Kişinin kendi iç dünyasındaki güveni ve kendisi ile barış içinde olma durumu, el attığı tüm işleri başarabileceğine olan iç inancı, kişinin vücut diline de yansımaktadır. İnsanların iç dünyasındaki özgüvenin vücut diline yansımaları, karşılaşılan insanların bilinçaltına mesajlar vermekte ve sorunların aşılmasında bir iç destekleyici rolü oynamaktadır. İç özgüveni tam olan girişimci, atılgan ve cesur olmaktadır. Cesaret ise risk almayı da beraberinde getirecektir. Kısacası, tüm karakteristik özelliklerin ana çıkış noktası Özgüvendir.

Özgüven; içgüven ve dışgüven olmak üzere ikiye ayrılır. İç güven; bireylerin kendisinden hoşnut, kendisiyle barışık ve kendisiyle özdeşleşmiş olduğuna dair duygu ve düşünceleridir. İç güveni oluşturan unsurlar kendine saygı, kendini sevme, kendini tanıma, belirgin hedefler koyma ve olumlu düşünmedir. Dış güven ise; bireyin kendisinden memnun ve emin olduğuna dair çevresine göstermiş olduğu tavır ve davranışlarıdır. Dış güveni oluşturan unsurlar da iletişim ve duygularını kontrol edebilmedir (Akagündüz, 2006:1).

1.5.2. Rekabetçi Düşünme

Tüketiciler ve firmalar açısından daha verimli piyasa ortamı kazandıran rekabet, girişimcilerin de piyasada yer alması ve sürekli kalabilmesi için müşterinin taleplerine uygun, kaliteli ürün/hizmet üretilmesini sağlamaktadır. İşletmeler eğer rekabet ortamını hissederse üründe ve pazarda daha kaliteli sonuç almak için yenilik sürecine girme ihtiyacı hissetmektedir. Firmalar genelde en iyisi olduklarını düşünmekte ve bu düşünce de firmaların uyuşmasına ve dikkatsizleşmesine neden olmaktadır. Bu uyuşma hali, rekabetçi özelliklere sahip bir girişimcinin bir anda daha iyisini yaparak sahneye çıkması ile birlikte, uyuşukluk yaşayan firmanın ticaret hayatından çıkmasına neden olur.

Firmalar ve girişimciler açısından bakıldığında rekabet olması gereken bir kavramdır. Girişimcilerin rekabetçi düşünce tarzına sahip olmaları, özgüvenleri ile ilgilidir. Özgüvenlerinin geliştirilmesi, beraberlerinde rekabeti getirecektir. Bu konuda bir başka konu ise, girişimcinin rekabet ortamlarında bulunması ve bu ortamın psikolojik ortamına alıştırılmasıdır. Ancak, bu rekabetçi karakter yapısı sürekli olarak canlı tutulmalıdır.

Rekabet, beraberinde bir dinamik getirmektedir. Bu konuda başarı kaydedebilen girişimciler, rekabet avantajını yakalayabilmekte ve başarılı olmaktadır. Böylece girişimciler, daha ucuz fiyata ve daha çok seçenek imkanıyla tüketiciye hitap edebilmektedir (Tosunoğlu, 2003:17).

1.5.3. Yenilikçi ve Yaratıcı Düşünme

Girişimcilerin doğası gereği en belirgin özellikleri yenilikçi ve yaratıcı fikirlere sahip olmalarıdır. Yeni ve farklı şeyler yapmak anlamına gelen kavram, Latince“ de “innovane” kökünden gelmektedir. Yabancı literatürde “innovation” olarak tanımlanan terim, “yenilikçilik” olarak Türkçe literatürde yerini almıştır. Ticari faaliyet yürüten firmalar, son zamanlarda “Yaratıcılık” ve “Yenilikçilik” kavramlarının farkına varmıştır. Ticari işletmelerin bu farkındalık durumunun artması, inovasyon yaratacak yenilikçi beyinlerin daha çok aranmasına neden olmuştur. Yenilikçi, girişimci niteliği diğerlerinden ayıran en önemli özelliktir. Bu konuda Schumpeter, yaptığı işe yenilik katmayan bir iş insanının girişimci sayılmayacağını savunmuştur (Schumpeter, 1983:110).

Yenilikçi özelliklere sahip olmayan girişimciler, geleneksel hareket tarzı ile hareket edeceklerdir. Bu da teknolojinin gelişmesi ile birlikte yeni teknolojiyi kullanan diğer girişimcilerin veya firmaların yok olmalarına neden olacaktır. Bu sebeple, yenilikçi özelliği olmayan bireylerin girişimci olarak nitelendirilmesi doğru olmamaktadır. Girişimcinin ve girişimciliğin sürdürülebilir olması gerekmektedir. Yeni bir fikri veya düşünceyi ortaya koyma becerisi olan yaratıcılık ise, girişimcilik sürecinin sonunda kendini gösteren bir girişimci özelliğidir. Yenilikçilik ve yaratıcılık birbirini tamamlamaktadır. Yenilikçi özelliklerin güdülediği girişimcinin, bu güdülenme sonucunda harekete geçerek yeni bir ürünü ortaya koyması gerekecektir. Yaratıcılık özelliği, bilinmeyen veya henüz olmayan bir teknolojiyi, bir metodu, bir stratejiyi veya bir felsefeyi girişimcilik alanında kullanmaktır.

Bir bireyin girişimci olabilmesi için yaratıcı fikrini, düşünsel aşamadan mantıklı, işlevsel ve sürdürülebilir hale getirebilmesi gerekmektedir (Van ve Arthut, 1998:2). Kısacası girişimcinin olmayanı görmesi, bulması ve bunu aktif hale getirmesi önemli olmaktadır. Yaratıcı olma ve yenilikçilik, ihtiyaçlara ve sorunlara farklı ve daha önceden denenmemiş çözümler sunmayı ifade etmektedir. Bu çözümler, yeni ürün, üretim ve hizmetle birlikte yeni teknolojinin kullanımını da gerektirmektedir (Cooper ve Dunkelberg, 1987:53-68).

1.5.4. Proaktiflik

Proaktiflik, sınırlandırılmayan, sürekli değişimin peşinden koşan ve kendini yetki sahibi hissedebilen bir kişilik özelliğini ifade etmektedir. Girişimcinin bilerek veya bilmeyerek, sonucunun olumlu veya olumsuz olmasına bakmaksızın var olan şartların gidişatını değiştirmek için insiyatif alabilmesi durumudur. Proaktif olma, girişimcilerin ticari faaliyetleri sırasında rakiplerinden önce yeni ürün, hizmet ve teknolojileri keşfedip pazarda öncü olabilmeyi hedefleyen ve çevresel değişkenlere çabuk adapte olmayı gerektiren bir kavramdır (Altuntaş ve Dönmez, 2010:55).

Proaktif girişimciler, çalıştığı firmayı ve işi kendi işi olarak benimseyerek, salt görevlerinin gereklerini yapmayan ve bu sınırların dışında hareket eden ve bu doğrultuda katma değer üreten bireylerdir. Proaktif girişimciler; yenilikçi karakter yapısı ile yeni birşeyler ararken mevcutta kullanılan teknolojik, felsefik vb. kavramları benimsemelerine ve yaratıcılık özellikleri ile yeniliklere ulaşmalarına neden olacaktır. Ulaşılan yenilikler, yeni fikirler, yeni istihdam alanları ve katma değerlerin oluşturulmasına ön ayak olacaktır. Bununla birlikte, küresel doğan işletmelerin proaktif işletmeler olduğuna işaret eden Edwards ve Schroder yaptığı çalışmada ise, ileri teknoloji kullanan, bilgi yoğun işletmelerin uluslararasılaşma stratejilerinde, geleneksel işletmelere göre daha proaktif olduğu belirtilmektedir (Edwards ve Schroder, 2006:52).

1.5.5. Liderlik

Liderlik; rekabet edebilirlik ve sürdürülebilirlik açısından girişimcide olması gereken en önemli özelliklerden biridir. İyi bir liderin iyi çalışanlar yetiştireceği ve bu sayede daha iyi ürün/ hizmet geliştireceği muhakkaktır. Girişimcilik ile liderlik benzer özellikler taşımaktadır. Hedef koyma, cesaret, risk alma, hızlı ve etkili kararlar verme, tüm süreçlerin kontrolünü elinde tutma gibi benzer özellikleri bulunmaktadır.

Girişimcinin de faaliyet gösterdiği alanda, hedef koymadan sonuca ulaşılan kadar geçen tüm süreçte kontrolleri elinde tutması gerekmektedir. Bu süreçte ekibini uygun kişilerden oluşturmada, ekip içerisindeki koordinasyonu sağlamada, hedef koymada, planlamada ve hedefe yürümede tüm kontrolleri elinde tutma ve idare etmesidir. Bu kontrol, oluşacak olan aksaklıkların giderilmesinde ve hedefe ulaşılmasında en önemli etkenlerden birisidir. Liderlik, iş ahlaki kurallarını temel

olarak, yaratıcı ve değişim odaklı yönetim anlayışına sahip olmak, astlarını sinerji yaratarak ortak hedefler doğrultusunda yönlendirme çabasıdır (Tekin, 2008:11).

Bir firma sermaye ve fiziksel imkanların yanı sıra donanımlı bir lidere ihtiyaç duymaktadır (Tunçer, 2011:57-83). Liderin, öncelikle eğitimli ve birçok alanda iyi düzeyde bilgi sahibi olması gerekmektedir. Örneğin; ekibini oluşturup genel kişilik yapıları ile ilgili bilgi sahibi değilse, birbiri ile çatışacak karakter yapılarını bir araya getirebilir. Bu uygunsuz karakter eşleşmeleri ekip içinde çatışma, huzursuzluk ve başarısızlığı getirecektir. Uygun karakter yapılarının bir araya getirilmesi ise kişilerin, birbirini tamamlamaları anlamına gelecek başarıya götürecektir. Bu sebeple liderlik, iyi bir eğitim gerektirmektedir. İhtiyaç duyulan tüm alanlarda eğitim gerekmektedir. Lider yapacağı veya yaptığı işlerle ilgili çevresine danışmakta ancak, bütün sorumluluğuyla beraber son kararı kendisi vermektedir. Girişimcilik organizasyonların, karar verme yetkisi, liderlik etme gücü ve dahası yönetimde aktif rol alma derecesi gibi birçok etkeni içinde barındırmaktadır (İrmiş vd., 2010:10). Ayrıca, çalışanların kendilerini geliştirip yenileyebilmesi, yenilikçilik ve yaratıcılık faaliyetlerini de kapsamaktadır (Sharman ve Crisman, 1999:17).

1.5.6. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâyâ sahip bireyler, kendisinin ve başkalarının hislerini tanıma ve duyguları iyi yönetme yeteneğine sahip olabilmektedir. “Duygusal zeka (EQ), stresi azaltmak için olumlu şekillerde duyguları yönetmek, etkili iletişim, başkalarıyla empati, zorlukların üstesinden gelme, çatışmayı etkisiz hale getirme yeteneğidir (sabah.com.tr). Girişimcilik sürecinde önemli kavramlardan biri olan duygusal zekâ, “girişimcilerin hem kendi duygularının, hem de çalışanlarının duygularının farkında olması, empati yapması, sorunların kaynakları ve nedenleriyle ilişkilendirebilmesi, duygularını yönetmesi ve ilişkilerinde etkin bir biçimde yararlanması” olarak açıklanmaktadır.

Girişimcinin sağlam iletişim kurma, kariyerinde başarılı olma ve hedeflere ulaşmasında yardımcı olur. Bu açıdan duygusal zekâ; bireyin kendisinin ve başkasının hissettiklerini gözlemleyip anlamlandırabilmesi, hissettiklerini düşünce ve eyleme yol gösterecek şekilde kullanması olarak tanımlanabilmektedir.

Duygusal zekâya sahip bir lider/girişimci, gerek kendi üzerindeki ve gerekse de ekip arkadaşları arasındaki stresi azaltarak çatışmaları yok edecektir. Başarıya giden yolda ilk kural iç birliğin sağlanmasıdır. İç birliğin sağlanması için de girişimcinin duygusal zekâya sahip olması gerekmektedir. Duygusal zekâya sahip girişimciler, fikirlerini açık bir şekilde ifade edebilmekte, çalışanlarını ve müşterilerini istenilen sonuca yönelik olarak kolaylıkla harekete geçirebilmektedirler. Girişimci, bu özelliğe sahip olmanın yarattığı farklılık ile duygusal zekâlarını iş hayatına yansıtarak başarı elde etmektedir. Duygusal zekâya sahip girişimciler, fikirlerini açıklama, iş yapma ve yaptırma sürecinde daha başarılıdırlar. Girişimcilerin günümüz koşullarında iletişim becerilerinin ve imkânlarının çokluğu (Koç, 2013:3682) daha fazla kişiyle görüşme ve onları anlama fırsatları duygusal zekâlarının gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Cansız, 2007:67).

İKİNCİ BÖLÜM

KULUÇKA MERKEZLERİ VE İŞ GELİŞTİRME MERKEZLERİ

2.1. Kuluçka Merkezi Nedir?

Girişimciler, faaliyetlerine başladıklarında gerekli bilgi ve tecrübe ile donatılmış olmadıklarından dolayı, başlangıç aşamasında karşılaştıkları zorluklarla başa çıkamamaktadırlar. Kuluçka merkezleri, girişimcilerin en fazla zorlandıkları aşama olan başlangıçta, girişimin ayakta kalabilmesine, güçlenmesine ve gelişmesine ön ayak olmak için yaptıkları rehberlik hizmetleri ile öne çıkmaktadırlar.

Ülkemizde kuluçka merkezlerinin düzenlendiği Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliğine bakıldığında kuluçka merkezlerinin; “özellikle genç ve yeni işletmeleri geliştirmek amacıyla; girişimci firmalara ofis hizmetleri, ekipman desteği, yönetim desteği, mali kaynaklara erişim, kritik iş ve teknik destek hizmetlerinin bir çatı altında tek elden sağlandığı yapılar” olarak tanımlandığı görülmektedir. İş kuluçkaları genellikle, küçük ve orta ölçekli girişimlerin gelişimini desteklemeye yönelik bir tür altyapı olarak kabul edilmektedir (Anne ve John, 2005:267).

Kuluçka kavramı, işletme gelişimi ile ilgili iki yaklaşımdan türemiş bir kavramdır. Bunlardan ilki; yeni girişim fikirlerinin “kuluçkalandığı” “anne firma” (mother firm) yaklaşımıyla ilgilidir (Allen ve Levine, 1986:175). Bu yaklaşımda; yeni girişimler, yeni girişim ile rekabetçi faaliyetler yürütmeyi uman bir anne firma tarafından desteklenme sonucunda ortaya çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle, yeni girişimin ortaya çıkmasından yararlanacak olan mevcut bir firma, yeni girişimi destekleyerek kuruluşunu sağlamaktadır. Bu şekilde desteklenen yan şirketler (spin-offs), anne firmadan finansal ve yönetim desteği almaktadır. Bu yaklaşımın kısıtlılıkları fazla olmaktadır. Girişimcinin rehberlik desteği almaması, ağ kurmasında yardımcı olunmaması gibi etkenler, karşılaşılan kısıtlılıklardan olarak görülmektedir.

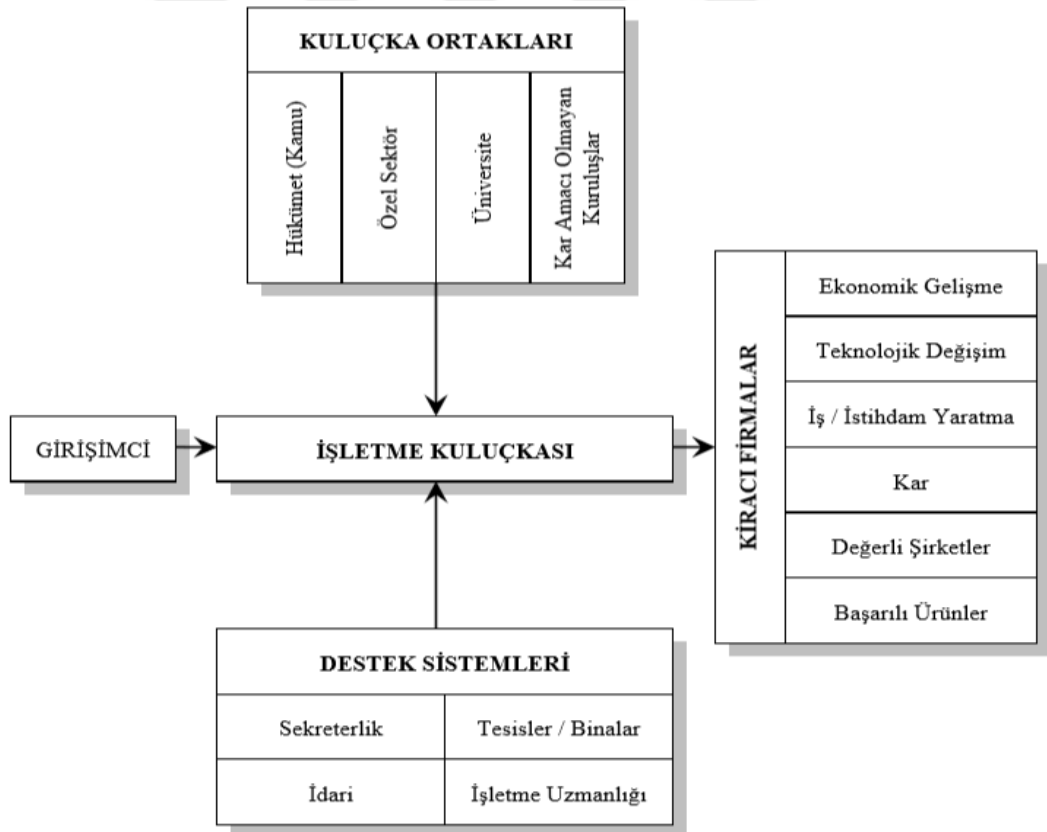
Kuluçka kavramının gelişimiyle ilişkili olan ikinci yaklaşım ise; çok-kiracılı bina fikridir (Plosila ve Allen, 1985:729). Bu yaklaşımın temelini; yeni girişimler için uygun koşullarda kiralanan ortak ofis alanı, yemekhane/kantin gibi ortak kullanım

alanları ve girişimcilerin temel ihtiyaçlarına yönelik olarak sunulan ortak hizmetler oluşturmaktadır.

Kuluçka literatüründe, çok detaylı ve pek çok açıdan birbirine benzeyen farklı kuluçka tanımlamaları yer almaktadır. Ancak yapılan tanımlamalara bakıldığında; tüm kuluçka tanımlamalarında 4 unsurun özellikle vurgulandığı dikkati çekmektedir. Bunlar (Bergek ve Norrman, 2008: 20-28);

1. Kuluçkadaki işletme adaylarına göre uygun koşullarda kiralanın ortak ofis alanı,
2. Genel giderleri düşürmek amacıyla destek hizmetlerinden oluşan ortak havuz,
3. Profesyonel iş desteği ve mentorluk,
4. Kuluçka merkezi dâhilinde ve dışarıdan iş ağı (network) desteği.

Bu bilgiler doğrultusunda girişimcilere fiziksel imkânların yanı sıra danışmanlık hizmetleri de sunan, mentorluk sağlayan yapılar olarak tanımlanmaktadır.



Şekil 2: Kuluçka Sisteminin Genel Yapısı

Kaynak: Verma, 2004:18.

Üniversite destekli kuluçka merkezleri; kamu, akademi ve işletmelerin yüksek teknolojiyi iş modelleri geliştirerek konsept aşamasından bilim parkı dışında yaşatabilecekleri küçük şirketlere dönüşmesini sağlayabilmek amacıyla oluşturulmuş yapılardır (McAdam ve McAdam, 2008:277-290).

Tanımlamalardan hareketle, kuluçka merkezlerinin birbirinden farklı alanlarda olanaklar sunabildikleri görülmektedir. Mekânların sağlanması (ofis alanı), rehberlik ve koçluk hizmetleri, uygun eğitim programları, ağ kurma için gerekli imkânlar, girişimci ile yatırımcıyı bir araya getirme, yönetim ve pazarlama desteği, gerekli uzman destek hizmetlerinin nasıl temin edileceğine dair girişimcilere sağlanan yardımlara örnek olarak gösterilebilmektedir.

2.2. Kuluçka Merkezlerinin Önemi

Ekonomik kalkınma için önemli bir katma değer yaratan girişimcilik olgusu her geçen gün önemini artırmaktadır. Girişimcilik yeni yatırımların ve istihdamın artırılması, ülkeye döviz girişinin sağlanması ve toplum için pek çok yeniliği katması bakımından kavram olarak dikkat çekmektedir. Olumlu katkıları nedeniyle ülkemizde dâhil pek çok ülkede girişimciliğin geliştirilmesi hususunda destek ve farkındalık çalışmaları yapılmaktadır. Girişimciler genelde bilgi eksikliğinden ve deneyimden yoksun olarak işe başladıklarından başlangıç aşamasındaki engellerle mücadele etmek onusunda zorluk yaşamaktadır.

Dilimize ‘incubator’ kelimesinden çevrilen kuluçka merkezleri girişimlerin en zor ve en kırılgan dönemi olan başlangıç aşamasında girişimin hayatta kalabilmesine, gelişebilmesine ve büyümesine yardımcı olmak için verdikleri rehberlik ile öne çıkmaktadırlar.

Kuluçka merkezlerinin başlangıç evresinde ve sonraki evrelerde girişimcilere sağladığı yararlar, girişimciler ve onların fikirler için hayati önem taşımaktadır. Kuluçka merkezleri özel yatırımcılar tarafından kurulabileceği gibi akademik veya üniversite destekli olarak üniversite çatısı altındaki teknoparklarda veya araştırma parklarında da kurulabilmektedir. Kuluçka merkezleri yalnızca kar amacı elde etmek veya araştırma geliştirme faaliyetlerinin paylaşarak yeni ürün ve teknolojiler geliştirilmesi amacıyla

veya istihdam yaratarak ekonomik kalkınmayı desteklemek gibi farklı amaçlarla kurulabilmektedir. Dolayısıyla bir kuluçka merkezi tarafından girişimcilere sunulan fırsatlar genellikle merkezin kuruluş misyonu ve hedefleri ile bağlantılı olmaktadır (www.startupnedir.com).

Girişim fikirlerini birer “yumurta” olarak düşünen kuluçka merkezleri, fikirlerin gelişim sürecini sağlıklı bir şekilde yaşayarak kabuğunu kırmasını ve dünyaya açılmasını hedeflemektedir (www.lideratlası.com). Kuluçka merkezleri girişimcilerin ilk aşama rehberleridir ve girişimciler için birçok açıdan imkân yaratmaktadır. Ofis alanı, mentorlük, eğitimler, sosyal alanlar, ağ Geliştirme, yatırımcılarla girişimciyi buluşturma, pazarlama ve yönetim konusunda destek gibi birçok olanağa girişimciyi erişirmektedir. Bir diğer faydası ise birden fazla girişimcinin aynı çatı altında faaliyet göstermesinden ötürü olumlu ortam yaratmasıdır. Kuluçka merkezlerinin en önemli yan faydalarından birisi de, birçok girişimcinin aynı çatı altında faaliyet göstermesinden kaynaklanan gerek teknik anlamda gerekse de sosyal anlamda önemli bir sinerji yaratma kapasitelerinin bulunmasıdır (www.startupnedir.com).

Sıklıkla üniversite yapısı içerisinde yer alan Tekno/Bilim Parklar bünyesinde kurulan üniversite kuluçka merkezleri, girişimci işletmeler için etkin bir destek mekanizması olarak görülmektedir (Hisrich ve Smilor, 1988:12-19). Üniversite bünyesindeki Teknokentlerde faaliyet gösteren firmaların, bilgi temelli girişimcilik yapıları, bölge ve ülke ekonomilerinin geliştirmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu firmaları ve girişimcileri, teknokentlerde görev alan profesyonel mentörler sayesinde, ekonomik faaliyetlerin daha sağlam temeller üzerinde yükselmesine vesile olmaktadır.

2.3. Kuruluş Amaçları Bakımından Kuluçka Merkezleri

İş kuluçkaları genellikle, küçük ve orta ölçekli girişimlerin gelişimini desteklemeye yönelik bir tür altyapı olarak kabul edilmektedir.

Günümüzde gerek akademik literatürde gerekse bilhassa politika yapıcı çevreler arasında ortaya çıkan en önemli tartışma gündemini girişimcilik ekosistemi kavramı oluşturmuştur. Ekosistemini oluşturan unsurlara bakıldığında, temel olarak (www.tusiad.org.tr);

- Yerel idari birimler ve kamu paydaşları ulusal/bölgesel akıllı politikaların geliştirilmesi, bu konularda farkındalık ve finansman sağlayıcı bir rol üstlenmektedirler.
- Üniversiteler ve araştırma merkezleri ile bunların arayüz kuruluşu olarak tasarlanmış olan TTO ve Teknoparklar, altyapı olanakları ve uzmanlık erişimi sağlamaktadır.
- Bireysel şirketleri temsil eden şemsiye kuruluşlar ve kümelenme örgütleri, ihtiyaçların duyurulması aşamasında önemli bir rol oynarlar.
- Kuluçka ve hızlandırıcılar, girişimcilerin büyümesine ve ölçeklenmesine yardımcı olur.
- Yatırımcılar finansmana erişim sağlar.
- Özel şirketler (büyük ve küçük) yenilikçi ürün ve hizmetlere sahiptir.

Girişimcilik ekosistemini oluşturan mekanizmaların sağladığı özelliklere bakıldığında; İş Kuluçkaları, Teknoparklar ve İŞGEM gibi yapıların önemli yer tuttuğu görülmektedir. Aernoudt iş kuluçkalarını; ortak ofis, makine, uzman personel, donanım, tesisler ve iş yardımı sunarak firmaların giriş anındaki ve sonrasında gelişimlerini kolaylaştıran bir organizasyon olarak tanımlamaktadır (2004:127-135). Bir başka ifadeyle iş kuluçkaları, girişimcilikle ilgili birim ile ticarileştirme süreci arasında planlı bir şekilde oluşturulmuş bir bağ olarak da görülebilmektedir. Girişimcileri destekleyerek teşvik etmek, yeni fırsatlar yaratarak istihdam yaratmak, bölgesel ve ulusal gelişmelerin önünü açarak yenilikçi girişimleri geliştirmeyi hedefleyen İş Kuluçkaları var olan mekanizmalardan birisidir. İş Kuluçkaları, birçok ülkede yerel ve ulusal iktisadi kalkınma stratejilerinin temel bileşenlerinden biri haline almıştır. Esas amacı, piyasa başarısızlıklarının belirli yönlerini hedef alan olgunlaşmamış riskli işlere yönelik çeşitli düzenlemeler için kullanılan şemsiye bir kavramdır. Aslına bakılırsa iş kuluçkaları, temin edilebilir ofis alanı ve paylaşılan yönetim hizmetlerine ulaşmayı sağlayan herhangi bir örgütlenme için kullanılan şemsiye bir kavramdır (Bollingtoft, 2005: 267).

Ar-Ge ve inovasyon günümüzde rekabetin vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir. Ar-Ge ve yenilik merkezleri aracılığıyla, bölge ve ülke ekonomisinin küresel düzeyde rekabet edebilir bir yapıya sahip olması gerekmektedir. Bu yapıya sahip

olabilmek, yeni teknolojik verilerin üretilmesi, her türlü ürünün üretim aşamalarında verimi arttıracak ve maliyeti düşürecek şekilde yeniliklere kapı açması, ürünün kalitesini arttırmasını, üretilen teknolojik verilerin katma değer yaratacak, istihdamı arttıracak şekilde ticarileşmesini sağlamalıdır. Bu yenilik merkezlerinin sayısının ve verimliliğinin arttırılması, uluslararası düzeyde rakabet etme kabiliyetini de geliştirecektir. Bu yenilik merkezleri, iş kuluçkalarına merkez teşkil edecektir. Bu merkezler, özel sektörde açılabileceği gibi, üniversitelerin teknoloji parklarında, kamu bünyesinde de açılabilir.

İş kuluçkası organizasyonları iş destek servisleri, network sağlama olanakları içeren kapsamlı ve bir bütün olarak hizmet sunan, başarılı girişimcilerin yaratılmasını sistematik hale getiren yapılar olarak bilinmektedir. İş kuluçkaları, yeni kurulan işlerin hayatta kalma ve büyüme ihtimallerini önemli ölçüde arttırmaktadır. Başarılı bir iş kuluçkası, ortalama iş ve zenginlik yaratma potansiyelinin üzerinde bir seviyede yeni işlerden oluşan sürekli bir gelişmeyi yaratacaktır (European Commission, 2002:3).

Yeni bir iş kurmak isteyen herhangi bir girişimci için en iyi yol, bir iş kuluçkasına katılmaktır. Fakat iş kuluçkalarında kiracılar belirli kriterlere göre seçilmekte ve farklı büyüklükteki ofislerde belirlenmiş süreler içinde kalmaktadır. Belirlenen sürenin sonunda başarılı olan firmalar, iş kuluçkalarından mezun olarak faaliyetlerine kuluçka dışında devam etmektedirler. Firmalar bu süre içerisinde yer, altyapı desteği, finansal açıdan kaynaklara erişim ve pazarlama gibi konularda eğitim alarak kuluçka sonrasında hayatta kalmak için hazırlanmaktadır. İş kuluçkaları, genç firmaları beslemekte, büyütmekte ve onların en kırılgan oldukları başlangıç aşamasında hayatta kalmalarına ve büyümelerine yardım etmektedir. İş kuluçkası programının esas amacı, başarılı mezunlar vermektir. Kuluçkaya alınan işlerin, kuluçkayı terk ettikten sonra finansman bakımından yaşayabilir ve kendi ayakları üzerinde durabilir işler haline gelmelerini sağlamaktır (Megginson, 2000:151).

Aralarında küçük yapısal farklar olmasına rağmen, bilim parkı, teknokent, araştırma parkı vb. terimler ile ifade edilen teknoparklar, üniversite, sanayi, araştırma merkezleri, girişimciler ve piyasalar arasındaki işbirliğini arttırmak, bilgi ve teknoloji transferini arttırmak yoluyla yüksek katma değerli, Ar-Ge'ye dayalı ileri teknoloji ürün

ve hizmetlerin üretilmesine uygun altyapı, üst yapı ve hizmetleri kaliteli çevrede sunan merkezlerdir (startupnedir.com).

Teknoparklar, üniversite-sanayi işbirliğinin somutlaştığı ve faaliyete geçtiği yerler şeklinde ifade edilmektedir. Teknoparklar, teknoloji kuluçkaları şeklinde tanımlanmaktadır. Teknoloji kuluçkalarının, genel olarak kamu veya özel üniversitelerin fonlarından yararlanmak suretiyle kurulmakta ve işletilmektedir. Bu desteklerin kesilmesi durumunda hizmet kalitesinin bugünkü seviyesinden daha aşağıda kalacağı ifade edilmektedir. Teknoparkların veya Teknoloji kuluçkalarının esas amacı; ekonomik gelişme, teknolojinin ticarileştirilmesi ve girişimciliktir. Teknoloji iş kuluçkaları, teknoloji transferi için bir mekanizma sağlar, yenilik ile teknolojinin uygulamaya konulması sayesinde büyümeyi teşvik eder, küçük iş geliştirmeye yönelik ekonomik gelişme stratejilerini destekler ve yerel ekonomilerin içinden hareket eden bir büyümeyi hızlandırır (Rhonda, 2002:299).

Teknoloji iş kuluçkaları veya Teknoparklar, teknolojilerin ilgililere iletilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu sistemde kurulmuş firmalara uygun bir fiyatla çalışma alanı kiralayarak firmaları fiilen işe başlatmayla ilgili hizmetleri vererek girişimcileri iş kurmayı amaçlamaktadır.

Teknopark veya araştırma parkları ile İŞGEM'ler birbirlerinden benzer fakat farklı işlevlere sahip yapılardır. Teknoparklar yeni kurulan girişimlere uygun kiralar ve şartlar ile ofis vs. yardımı yaparken İŞGEM'ler girişimcilerin firmalarında başarılı olabilmeleri için ekonomik, mentorlük, koçluk ve rehberlik de dâhil olmak üzere her türlü yardımı yapmaktadır. İŞGEM'ler, girişimcilerin belirli zaman dilimi içerisinde ve programlar ile işletmeleri kurmalarını, gerekli ağı oluşturmalarını ve sürdürülebilir bir girişimcilik oluşturmalarını hedeflemektedir. Özellikle İŞGEM'ler, işletmelerin en zayıf oldukları ilk kuruluş aşamalarında hayatta kalmalarına odaklanmışlardır.

Bingöl İŞGEM'de uygun iş yerlerinin sunulması dışında girişimcilerin kendi iş kollarına bağlı olarak farklı ihtiyaçlarını karşılamak üzere üç aşamalı danışmanlık ve eğitim hizmetleri sunulmaktadır (bingölišgem.com):

1. Yeni bir iş planı geliştirmek veya mevcut iş planının düzenlenmesi için destek verilmesi. Planlar uluslararası standartlar çerçevesinde hazırlanmaktadır.
2. İş geliştirmenin diğer alanlarında bireysel destek sağlanması. Her bir kiracıya kendi ile ilgili, pazarlama planlaması, muhasebe sistemi, ürün geliştirme, kümeleme vb. gibi diğer alanlarda da destek verilmesi
3. İŞGEM kiracılarının genel ilgi alanlarına yönelik ortak seminerler düzenlenmesi. Pazarlama, muhasebe, IT çözümleri gibi genel konularda İŞGEM kiracıları için ortak seminerler veya eğitimlerin düzenlenmesi
4. Hibe programları için proje yazma ve proje yönetimi konularında destek sağlanması.

2.4. İş Geliştirme Merkezi Kavramı

İŞGEM, Türkiye’de halen faaliyette olan bir girişim destek programıdır. Genellikle girişimciler, ilk işlerinde hüsrana uğramaktadırlar. İŞGEM, girişimcilere iş koçluğu yapmaktadır. Yapılan desteklerde işi geliştirme, düzey gelişimi ve satış becerileri yer almaktadır.

İşletme kuluçkası kavramı, genç firmalara fiziksel çalışma alanı, yönetim desteği, finansman erişimi, teknik ve diğer destekleyici hizmetlerin sunulduğu ve onların başlangıç aşamaları boyunca hayatta kalmaları ve büyümeleri için yardımcı olan kurumları ifade eden geniş bir kavramdır (Suk ve Mooweon, 2006: 30). Genel olarak, iş geliştirme/kuluçka merkezleri girişimcilerin en savunmasız oldukları başlangıç aşamasında hayatta kalmalarına ve büyümelerine yardımcı olarak, girişimci firmaların gelişimini beslemek üzere tasarlanmıştır. Bir firma kuluçka merkezinin ana amacı; sonrasında kendi ayakları üzerinde duran, sürdürülebilir işletmelerin gelişmelerini hızlandırarak genellikle üç yıllık bir süre içinde bunların mezun olup daha büyük bir yere geçmelerini sağlamaktır. İstatistiklere göre küçük işletmelerin kuruluş yıllarındaki başarısızlık oranı % 60-80 iken, İŞGEM merkezlerinde yer alan girişimci firmalarda bu oran % 10'lara kadar düşebilmektedir (www.antalyakadingirisimciler.org).

İŞGEM’ler küçük girişimcilerin iş kurmasını ve işlerini geliştirmesini destekleyen, böylece firmaların hayatta kalma olasılığını arttıran, büyüme imkânlarını

geliştiren bir istihdam oluşturma ve iş kurma sistemidir (KOSGEB, 2010). Benzer şekilde; KOSGEB tarafından hazırlanan “İş Geliştirme Merkezi Yönetim El Kitabı”nda da İŞGEM’ler “küçük bir yönetim ekibiyle danışmanlık, bilgi, eğitim, mali kaynaklara erişim ve diğer profesyonel hizmetleri sunan ve fiziki ofis alanlarıyla birlikte paylaşılan idari hizmetleri, daha genelinde hizmet sağlayıcılar ekosistemi bulunan bir çalışma ortamı” olarak tanımlanmaktadır (KOSGEB, 2008, aktaran Sungur, 2011:1-25).

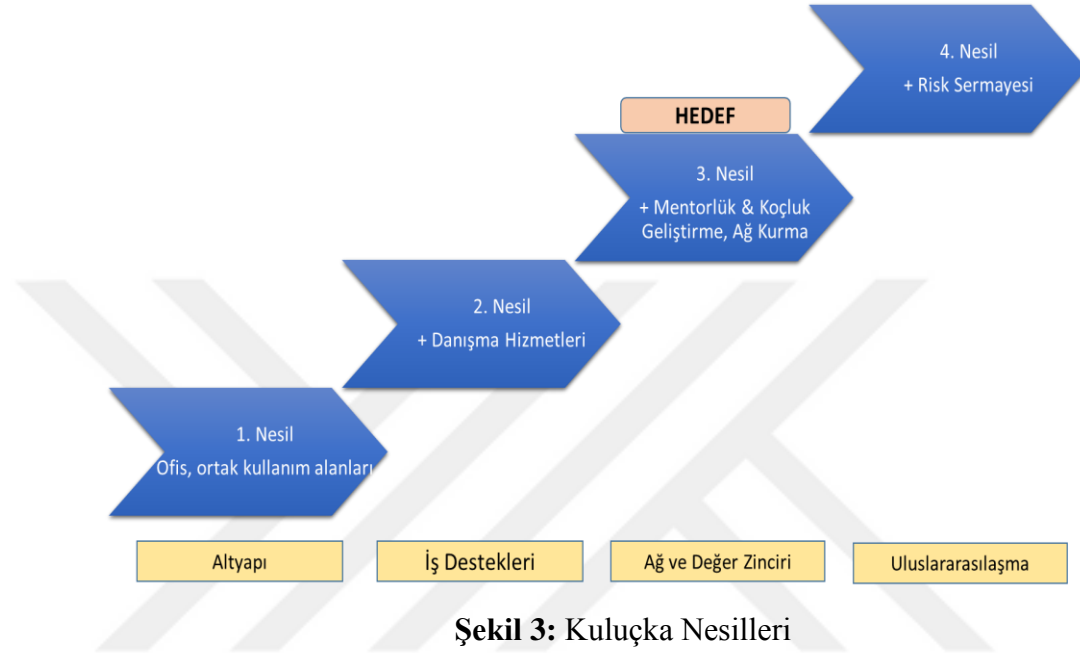
İşletme kuluçkası, yeni girişimlerin hayatta kalmasını ve büyümesini desteklemek için değerli bir girişimcilik aracı olarak değerlendirilmektedir. İş Geliştirme Merkezinde kurulan firmalara genel olarak ofis / çalışma alanı, ortak ekipman, yönetim rehberliği, eğitim, koçluk, danışmanlık ve ağ oluşturma gibi idari ve iş geliştirme hizmetleri sağlanmaktadır. Bununla birlikte, İş Geliştirme /Kuluçka Merkezleri zaman içinde evrimleşmiş, işletme biçimleri, işletme sektörü ve işletme kuluçkasındaki katma değer unsurları yıllar içinde önemli ölçüde değişmiştir.

İş geliştirme merkezleri, girişimcileri yatırım yapmaya cesaretlendirerek girişimcilere yol göstermektedir. İŞGEM bünyesinde barındırdığı girişimcilerine kapalı ve açık işyeri mekânları sunarak, bu mekânlarda kullanacağı ekipmanların alınmasında gerekli olan finansal kaynaklara erişim yollarını göstermekte ve danışmanlık hizmetleri sunmaktadır. Böylece, yerel kalkınmaya da katkılar sunmaktadır.

Günümüzde, işletme kuluçka kavramının evrimi dört kuşak altında sıralanabilmektedir. 1980'lerin ilk nesli; ana değer teklifini uygun alan ve ortak tesisler gibi altyapıya odaklanmış ve yeni iş yaratmayı hedeflemiştir. 1990'lı yılların ikinci nesli; öğrenme sürecini hızlandırmak için koçluk ve eğitim gibi iş destek hizmetleri eklemiştir. Üçüncü nesil işletme kuluçkaları; önceki kuşaklardan gelen tipik hizmetlerin yanı sıra proaktif destek, danışmanlık ve koçluk, iş hızlandırma, ağ geliştirme ve harici kaynaklara erişim konularına daha fazla ağırlık vermişlerdir. Bu nesil kuluçka merkezleri, kuluçka ağının ve dolayısıyla kiracı firmaların ağının geliştirilmesine önem vermektedir. Üçüncü nesil İş Geliştirme Merkezi içindeki ağ kurma imkânları ana değer önermesidir ve firmaların potansiyel tedarikçilere, müşterilere, yatırımcılara ve teknolojik ortaklara erişmesi hedeflenmektedir (Bruneel, 2012: 110-121). Son olarak dördüncü nesil Dot.com kuluçka merkezleri; yeni ekonominin sonucunda yaratılmıştır.

Bu İş Geliştirme Merkezleri, güçlü bir girişim sermayesi oryantasyonu ve daha kısa kuluçka süreleri (iki üç yıl yerine bir kaç ay süren) ile ortaya çıkmıştır (Ahmad ve Ingle, 2011).

Bruneel (2012) ile Ahmad ve Ingle (2011) çalışmalarından yararlanarak İŞGEM’lerde takip edilen süreçler aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir:



2.4.1. İş Geliştirme Merkezleri Destek Çeşitleri

İş Geliştirme Merkezleri, girişimcilerin başvurularının kabul edilmesinden sonra girişimcilere bazı konularda ve belirli planlar dâhilinde destekler sağlamaktadır. Özellikle firmaların ilk zamanlarında, olağanüstü zorluklar çektiği dönemlerde bu destekler hayati önem taşımaktadır.

Bu bilgiler doğrultusunda; İŞGEM hizmetleri (1) büro hizmetleri, (2) paylaşılan/ortak hizmetler, (3) eğitim hizmetleri ve (4) danışmanlık hizmetleri olmak üzere 4 kategoriye ayrılmakta ve toplam 22 hizmetten oluşmaktadır (Sungur ve Dulupçu, 2013:1-25). Böylece İŞGEM bünyesinde faaliyet gösteren firmalarına verdikleri hizmetler ve destekler aşağıda başlıklar halinde açıklanmıştır.

2.4.1.1. Kiralık Mekân ve Donanım Sağlama

İş kuluçkalarının sunduğu ilk hizmet fiziksel alanın temin edilmesidir. Bu bütün girişimciler için ortak kullanım alanını teşkil edebilmektedir. Kuluçkalar, ofis alanı, mobilya, sosyal tesisleri, bilgisayar ağı, 24 saat güvenlik ve diğer imkânlardan oluşan bir dizi fiziksel kaynak sunar. Zayıf performans gösteren kuluçkaların, toprak sahibi olarak üstlendiği role fazlasıyla odaklanmış oldukları, diğer hizmetleri göz ardı ettikleri görülmektedir (Carayannis ve Zedtwitz, 2005:104).

2.4.1.2. İdari Danışmanlık

Danışmanlık yapma, farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Danışmanlık alacak taraftan gelebilecek isteklere cevap verme şeklinde olmaktadır. Buna reaktif, yani olaylara bağlı danışmanlık hizmeti verme de denilmektedir. Bir diğer şekil ise; danışmanlık talebinin gelmesini beklemeden, olası bir kriz veya olay anına hazır beklenilmesi olayıdır. Öte yandan yine bir talep gelmeden hazır bir şekilde bekleyerek gelişen ihtiyaçlara göre danışmanlık verilmesi şeklinde de danışmanlık verilmektedir. İŞGEM, yeni girişimciler için tedarik edeceği fiziksel hizmetleri ve iş geliştirme hizmetlerinin (eğitim, danışmanlık, mentörlük...vb) yanında, üretim faaliyetleri ile bölgedeki firmaları destekleyecek, kar odaklı üretim söz konusu olmadığından, fiyat anlamında firmaların daha rekabetçi olmasını sağlayacaktır (www.gumusisgem.com).

2.4.1.3. İş Planlaması

İş kuluçkası; yeni başlamış bir girişimin yapması gerekenler konusunda yönlendirici görev üstlenir, iş planlarını hazırlar ve farklı alanlarda da danışmanlık hizmetleri sunar. Bunlar dışında kuluçka firmanın nasıl kurulacağı, piyasayı tanıtır ve hareket şekilleri gibi konularda; firma içi yapılanmanın nasıl olması gerektiği konularında, ihtiyaç duyulan teknolojiler ve bunların teminleri noktasında danışmanlık hizmeti verebilmektedirler. İş planlaması desteği, girişimcilere ön kuluçka döneminde verilmektedir. “Girişimcilik Testi”, “İş Fikri Analizi” ve “İş Planı Hazırlama” hizmetlerini kapsayan bu süreçte, girişimcilere gerekli görülen eğitim, danışmanlık ve koçluk hizmetleri verilerek ön kuluçka sonrasında başlanacak kuluçka sürecine hazırlık yapılmaktadır (www.elazigisgem.com).

2.4.1.4. Büro Hizmetleri

Kuluçkalar; firmalara, sekreterlik hizmetleri, yazışma kuralları, bilgisayar ağ kurma ve yasal defterleri tutma gibi büro hizmetlerinde de destek verebilmektedir.

2.4.1.5. Mali Konularda Danışmanlık ve Yardım

Kuluçkalar, genel itibariyle girişimcilerin açıklarının oldukları alanda girişimcilere destek sunmaktadır. Kuluçkalar, girişimcileri doğrudan destekleyemiyorsa o zaman sahip oldukları dış ağlarla bu ihtiyacı gidermek için yönlendirme yapmaktadır. Bu sebeple, bir ağın kurulması ve yönetilmesi kuluçkanın işi olarak görülür. İşletme kuluçkalarında sunulan hizmetlerin sayısının/çeşitliliğinin ve kalitesinin firma performansı üzerinde önemli etkileri olmaktadır. Kuluçkaların, sadece düşük kira ve fotokopi, faks, güvenlik gibi temel hizmetleri değil, diğer destekleyici hizmetleri de sunması gerekmektedir (Smilor ve Gill, 1986: 23).

2.4.1.6. Pazarlama, Teknolojik Danışmanlık, Muhasebe Hizmetleri, Hukuksal ve Fikir Hakları Danışmanlığı

Girişimciler, ekonomik faaliyetlere atılmak için harekete geçtikleri zaman hiçbir ağa sahip değildirler. Böylece girişimci, kuluçka'nın daha önce kurmuş olduğu ağdan, müşteriden tecrübe sahibi yöneticiye, sermaye temininden danışmanlık şirketlerine kadar her alanda hizmet alabilmektedir. Genel olarak İŞGEM'lerin firmalara sağlamış olduğu imkânlar (Sungur ve Dulupçu, 2013:9-10);

- Belirli süreyle iş yeri tahsisi,
 - Sekreterlik ve ortak destek (muhasebe, güvenlik vs) hizmetleri,
 - Ofis ekipmanlarının ortak kullanımı (telefon, servis aracı, büro malzemeleri vb),
 - Küçük işletme danışmanlık ve eğitim desteği hizmetleri,
 - Mali destek mekanizmalarına erişim,
 - Bilgi kaynaklarına erişim,
 - Yönetim desteği,
 - Pazarlama desteği
- Başlıkları altında toplanabilmektedir.

2.5. Elazığ İŞGEM Modeli ve Verdiği Hizmetler

Elazığ İŞGEM, Kampüs 1 ve Kampüs 2 olarak adlandırılan iki ayrı kuluçka merkezinden oluşmaktadır. Her iki kampüs de aynı yönetim yapısı altında faaliyet göstermektedir. Kampüs 1; 2006 yılında kurulan ve içinde 33 işyeri bulunan, hafif sanayi ve gıda şirketlerine yönelik karışık kullanım amaçlı olarak faaliyet gösteren İŞGEM'i ifade etmektedir. Öte yandan Kampüs 2; "Elazığ İş Geliştirme Merkezi'nin (İŞGEM) Genişletilmesi" operasyonu kapsamında yeni kurulmuş olup, 35 çalışma alanına sahiptir ve özellikle gıda ile ilgili hizmetlere odaklandığı görülmektedir.

Elazığ İŞGEM; mentörlük, koçluk, danışmanlık, eğitim ve ağ oluşturma gibi iş geliştirme hizmetlerini sağlayan üçüncü nesil İş Geliştirme Merkezi olarak tasarlanmıştır. Bu sebeple, Elazığ İŞGEM ikinci kuşak kuluçka merkezlerinde mevcut olan eğitim ve koçluk hizmetlerine ek olarak, önceki kuşaklardan gelen tipik hizmetlerin yanı sıra proaktif destek, danışmanlık, ağ geliştirme, iş hızlandırma ve dış kaynaklara erişim üzerinde durmaktadır.

Bu nesil, kuluçka merkezi ağının ve dolayısıyla kiracı firmaların ağının geliştirilmesine özel önem vermektedir. Üçüncü nesil bir kuluçka merkezi içindeki ağ olasılıkları ana değer önermesidir ve yeni firmaların potansiyel tedarikçilere, müşterilere, yatırımcılara ve üniversiteler gibi teknolojik ortaklara erişmesinde etkin rol oynamaktadır. İş Geliştirme Hizmetleri, genellikle teknik açıdan deneyimli girişimlerin çeşitli iş becerilerine sahip olmamasından dolayı Elazığ İŞGEM'in vereceği en önemli destek hizmetlerinden biri olmaktadır.

İşletme kuluçka süreci büyümeye odaklı girişimcilere büyümek, daha rekabetçi ve sürdürülebilir olmaya çalışmak için yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Elazığ İŞGEM'de yer alan kiracıların üç yıl içerisinde veya makul gerekçeler olması koşuluyla en fazla beş yıl içinde mezun olması beklenmektedir. Literatüre göre, üçüncü nesil kuluçka merkezleri 3 farklı aşamaya sahiptir;

- Ön Kuluçka Aşaması
- Kuluçka Aşaması
- Kuluçka Sonrası

Üçüncü nesil kuluçka merkezi olarak konumlandırılan Elazığ İŞGEM kuluçka programında, İş Geliştirme Hizmetlerinin ön kuluçka (3 ay), kuluçka (3 yıl) ve kuluçka sonrası (6 ay) aşamalarda verilmesi planlanmaktadır.

Temelde ön kuluçka aşaması, yeni kurulacak firmanın iş modelini kararlaştırmak ve sonrası süreçlerde firmaya verilecek İş Geliştirme Hizmetlerini belirlemek için kullanılmaktadır. Öte yandan, kuluçka sonrasında ise mezun olmuş kiracılar için İş Geliştirme Merkezi dışındaki yeni yerlerine geçtikten sonra altı ay boyunca firmayı destekleyici hizmetler sunulması tavsiye edilmektedir.

Elazığ İŞGEM'in verdiği en önemli hizmetlerden biri de; firmaların büyümelerini kolaylaştırmak ve hızlandırmak, onların bir an önce mezun olarak kuluçka merkezinden ayrılmalarını sağlamak için bir iş planı geliştirme programının olmasıdır.

Elazığ İŞGEM web portalında öngörülen eğitim ve danışmanlık hizmetleri aşağıdaki gibidir (www.elazigisgem.com):

Eğitim Konuları:

- Pazarlama ve Satış
- Dış Ticaret
- Üretim
- Yönetim
- İş Sağlığı ve Güvenliği
- Hijyen
- Yönetim Sistemleri (ISO, HACCP gibi)
- Hukuk
- Finans
- Kişisel Gelişim
- İletişim
- Marka / Patent / Faydalı Model
- İK (İnsan Kaynakları)

Danışmanlık Konuları:

- Pazar Araştırması ve Analizi
- Pazarlama ve Yeni Pazarlara Ulaşım
- Proje Geliştirme ve Yönetimi
- Ürün Geliştirme
- Yönetim Sistemleri Kurma
- Finansman ve Temel Finansal Raporlama
- Kurumsal Kimlik Hazırlama
- Web Sitesi Tasarımı
- Fikri ve Sınayi Mülkiyet Hakları
- Organizasyon ve Ağ Oluşturma Faliyetleri



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İŞGEM'İN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

3.1. Elazığ İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM)

Elazığ, TRB1 Bölgesini oluşturan kesimde yer almaktadır. Elazığ ilinin içinde yer almış olduğu TRB1 bölgesi, Türkiye geneli GSYH'nın % 1,3'üne katkıda bulunmaktadır (Öztop v.d., 2014:22).

Elazığ İŞGEM, 3. Nesil Kuluçka Merkezi kapsamında Türkiye'de rol model olacak şekilde organize edilen devamlı değişim ve gelişim anlayışıyla hareket eden, ekonomik dinamiklerin gereksinimleri sonucunda ortaya çıkan ticari firmalara gerekli olan her türlü destek hizmetlerini hazırlamaktadır. Ticari firmaların büyümesine ve gelişimine katkı sağlayarak, bölgemize ve ülkemize katma değer üretmektedir. Elazığ İŞGEM'in bu faaliyetleri ülke ve bölgesel olarak istihdam oluşturulmasında katkıda bulunmaktadır. Bu kapsamda;

- Girişimci adaylarının gelişmeye açık ve katma değer oluşturan projelerini yaratmalarını, uygulamaya geçirmelerini ve hedeflerine ulaşarak sağlıklı bir şekilde büyümelerini sağlamak,
- Doğumu gerçekleştiren firmaların, belirli bir büyüklüğe ulaştıkları zaman serbest bırakarak, onlardan boşalan yerlerde yeni girişimcilere ve fikirlere açarak, aynı döngüyü tekrarlayarak ekogirişimciliğin ve sürdürülebilir girişimciliğin devamlılığını sağlamak, böylece bölgenin sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunmak,
- Devam eden firmaların ve girişimlerin büyümeleri ve daha verimli hale gelmeleri için onlara destek olarak gerek bölge ve gerekse de ulusal ekonominin gelişimine destek olma temellerinde "3. Nesil Kuluçka Merkezi" olarak dizayn edilmiştir.

Elazığ İŞGEM'de yer bulan firmalar, kuruluşlarını tamamlamalarının ardından, büyüme alt yapısı oluşturulmaktadır. Bu alt yapının tamamlanmasından sonra, 3 yılın sonunda mezun olması ve boşalan yerlerine yeni girişimcilerin alınması esasına dayanmaktadır.

Elazığ İŞGEM (www.elazigisgem.com);

- Yönetiminde bağımsız ve kurumsal sorumluluklarının bilincinde,
- Hizmet ettiği kurum ve kuruluşların önceliklerini gözeten,
- Nitelikli işgücü oluşturulması ve kullanılmasını sağlayan,
- Katma değerli ürünlerin üretilmesini hedefleyen,
- Ekonomik ve sosyo-ekonomik gelişime katkı sağlayan ve gerçek girişimcilik eko-sisteminin yaygınlaştırılmasını ilke edinen,
- Sunmuş olduğu hizmetlerle girişimcilerin, firmaların ve diğer kurum ve kuruluşların gelişim ve ilerlemesine katkı sağlayacak,
- İşletmelerin rekabet güçlerini artırarak, daha güçlü bir kurumsal kimlik yapısına kavuşturup, pazardaki yerlerini sağlamlaştıran bir yapı ve anlayışta çalışmalarını sürdürmektedir.

Elazığ İŞGEM, mentörlük, koçluk, danışmanlık, eğitim ve ağ oluşturma gibi iş geliştirme hizmetlerini sağlayan üçüncü nesil İş Geliştirme Merkezi olarak hizmetlerine devam etmektedir. Elazığ İŞGEM, ikinci kuşak kuluçka merkezlerinden farklı olarak proaktif destek, danışmanlık, ağ geliştirme, iş hızlandırma, dış kaynaklara erişim ve network oluşturma konularında girişimcilere destek olmaktadır. Üçüncü nesil Kuluçka Merkezi, içindeki ağ olasılıkları ana değer önermesidir. Yeni kurulan firmaların muhtemel tedarikçilere, müşterilere, yatırımcılara ve üniversiteler gibi teknolojik ortaklara erişmesinde etkin rol oynar.

Elazığ İŞGEM'in girişimciler üzerindeki etkisi yadsınamayacak kadar çoktur. Girişimciler, ekonomik hayata atıldıkları ilk zamanlarda büyük bir desteğe ihtiyaç duymaktadırlar. Girişimci özelliklerine sahip bireyler, karakteristik özelliklerinin getirmiş olduğu cesaret ile ekonomik hayata atılmak isteyeceklerdir. Girişimcilerin önünde bazı engeller bulunmaktadır; ekonomik yokluk, piyasaları bilmeme, alanlarında bir ağ sahibi olmamaları ve tecrübesizlik bunlardan bazılarıdır.

Elazığ İŞGEM, girişimcilere büyümeleri, rekabetçi olabilmeleri ve sürdürülebilir bir iş yapısı olmaları için gerekli plan-program ve gereken destekleri vermektedir. Bu

doğrultuda girişimcilere 3 aşamada yardımcı olmaktadır; Ön Kuluçka Aşaması, Kuluçka Aşaması ve Kuluçka Sonrası.

Bu planlamalar doğrultusunda girişimcilere firmalarını kurmaları sonrasında 3 yıllık bir süre ve sonrasında da kabul edilebilir nedenler olması şartıyla 5 yıl içinde mezun olması planlanmaktadır. Üçüncü nesil kuluçka merkezi olarak tasarlanan Elazığ İŞGEM kuluçka programında İş Geliştirme Hizmetlerinin, ön kuluçka (3 ay), kuluçka (3 yıl) ve kuluçka sonrası (6 aylık) aşamalarda sunulması planlanmaktadır.

Ön kuluçka aşaması, yeni kurulacak firmanın iş modelini kararlaştırmak ve sonrası süreçlerde firmaya verilecek İş Geliştirme Hizmetlerini belirlenmesidir. Kuluçka aşaması, firmaların büyümelerini kolaylaştırmak ve hızlandırmak, onların biran önce mezun olarak kuluçka merkezinden ayrılmalarını sağlamak için bir iş planı geliştirme programıdır. Kuluçka sonrası ise, mezun olmuş kiracılar için İş Geliştirme Merkezi dışındaki yeni yerlerine geçtikten sonra altı ay boyunca firmayı destekleyici hizmetler sunulmasıdır. Tüm bu aşamalarda girişimcilere ekonomik destek, mentörlük desteği, koçluk, eğitim, ağ oluşturma, proaktif destek, danışmanlık gibi 3. Nesil Kuluçka Merkezinin gereklerini yerine getirerek girişimcilerin ve girişimcilik fikirlerinin geliştirilmesi ve sürdürülebilmesi üzerinde çalışılmaktadır. Elazığ İŞGEM, girişimcilerine mezun olduktan sonra dahi ayakta kalabilmeleri imkânını sunmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İŞGEM, girişimcilere çeşitli destekler ve hizmetler veren, büyümeleri ve rekabetçi olabilmelerinde gerekli plan-programları sunmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda, iş geliştirme merkezinden destek ve hizmet alan girişimcilerin bu hizmetlere yönelik düşüncelerinin değerlendirilmesi önemli hale gelmektedir.

Bu sebeple girişimcilik kavramının, iş geliştirme merkezlerinde verilen desteklerin ve hizmetlerin, girişimciler üzerinde yarattığı etkiyi ortaya koymak gerekmektedir. Böylece, iş geliştirme merkezlerinin girişimcilik açısından önemi ve verilen hizmetlerin, desteklerin yeterliliği, iş geliştirme merkezlerinin önemi ve girişimcilere etkisinin araştırılması ön plana çıkmıştır. Bu sebeple bu araştırmanın amacı; iş geliştirme merkezinin çeşitli alanlarda girişimcilere vermiş olduğu desteklerin

ve hizmetlerin etkisinin tespit edilmesidir. Çalışmada iş geliştirme merkezinden yararlanan girişimcilerin aldıkları hizmetlere yönelik düşünceleri değerlendirilip, iş geliştirme merkezlerinin önemi ve girişimciler üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda Elazığ İŞGEM örneği üzerinden iş geliştirme merkezlerinin girişimcilik açısından önemi ve İŞGEM'in vermiş olduğu büro, ortak, eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin girişimcilerin özelliklerini etkileme düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada; girişimcilerin başarılı olmalarının önünde engel olabilecek eksikliklerin ve zorlukların tespit edilmesi, bu konularda çözüm önerilerinin sunulması araştırmanın gerekliliği açısından önemlidir. Bu araştırma, girişimcilerin iş hayatlarının başlarında desteğe ihtiyaç duydukları alanların tespit edilmesi, verilen destek miktarlarının ve şekillerinin yeterli olup olmadığının belirlenmesi, bunların tespit edilerek önermelerle birlikte sunulması, girişimcilerin gelişmeleri, gerek bölge ve gerekse de ülke ekonomileri açısından da önem taşımaktadır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada yüz yüze anket metodu kullanılmıştır. Araştırma kapsamında literatür incelemesi yapıldıktan sonra anket formu hazırlanmıştır. Anket formu hazırlanırken Özdal (2016) ile Herrman Brain Dominance Kişilik Analizi (1996) çalışmalarından yararlanan Güney ve Nurmakhamatuly (2007)'nin çalışmasından yararlanılmıştır. Hazırlanan anket formu 3 bölümden oluşmuştur. 1. Bölümde kişisel bilgilere (iş kolu, firmadaki konumu, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, yaşı) yönelik ifadeler yer almıştır. 2. Bölüm büro (3 ifade), ortak (4 ifade), eğitim (4 ifade), danışmanlık (9 ifade) olmak üzere 20 ifadeden oluşmuştur. 3. Bölümde ise; girişimcilik özelliklerini (17 ifade) belirlemeye yönelik ifadeler belirtilmiştir. Anket formu 43 ifadeden oluşmaktadır. Anket, Elazığ İş Geliştirme Merkezi'nin desteklerinden ve hizmetlerinden yararlanan girişimcilere yöneltilmiştir. Çalışma gönüllülük esasına dayandığı için İş Geliştirme Merkezinden destek ve hizmet alan girişimcilere uygulanmıştır.

Anket uygulaması için Etik Kurul izni ile Elazığ İş Geliştirme Merkezi yönetiminden izinler alınmıştır.

Araştırma gerekli izinler alındıktan sonra 31.05.2019 ile 09.06.2019 tarihleri arasında İŞGEM’de kayıtlı olan girişimcilere yapılmıştır. İŞGEM tarafından verilen kayıtlı girişimci sayısı 48 kişidir. Ancak yapılan anket çalışması sırasında 2 adet anket sağlıklı cevaplanmadığından ve cevaplamadığı kısımlar olduğundan değerlendirmeye alınmamıştır. Bu doğrultuda tam sayım yöntemi kullanılarak 46 girişimciye anket uygulanmıştır.

Anket yöntemiyle sorulacak sorular özellikle sosyo demografik durumla beraber girişimcilerin İŞGEM’den almış oldukları hizmetlerden ve desteklerden beklentilerinin analiz edilebileceği nitelikte hazırlanmıştır. Anket ifadeleri 5’li Likert ölçeği olan 5 “Kesinlikle Katılıyorum”, 1 “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde belirtilmiştir. Araştırma kapsamında anketin güvenilirliğini artırmak için 30 adet gönüllü girişimciye ön test yapılmış ve çalışma esnasında sorun teşkil edebilecek ifadeler düzeltilmiştir. Araştırma kapsamında gerekli veriler toplandıktan sonra, analiz aşamasında bu seçenekler derecelerine göre birer sayısal değer atanarak kodlanmakta ve böylece nitel veri nicel veriye dönüştürülerek analiz edilmiştir.

Araştırmanın analizleri ise; gerekli anket verileri toplandıktan sonra SPSS 20.0 programında değerlendirilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda elde edilen veriler üzerinde Normallik testi yapılmıştır. Bu normallik testi sonuçlarına göre Parametrik testler yapılmasına karar verilmiştir. Araştırma kapsamında; iş geliştirme merkezlerinin girişimciler üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik Pearson Korelasyon Analizi yapılmıştır. Kişisel özellikler ile iş geliştirme merkezlerinin verdiği destekler ve hizmetler arasındaki farklılıkları belirlemeye yönelik t testi ve Anova Testi yapılmıştır. Çalışmanın analiz ve bulgular kısmında yapılan test sonuçları verilmiştir.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma gönüllülük esasına göre yapıldığından gerekli sayıda gönüllü girişimci bulmada sınırlılıklar bulunmaktadır. Araştırma yapılan tarihler arasında İŞGEMden resmi kayıtlar doğrultusunda hizmet ve destek alan firmaların sayısı dikkate alınmıştır. Belirli tarihler arasında sadece kayıtlı firmaların çalışmaya dâhil edilmesi çalışmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Araştırma yapılmadan önce girişimcilerin uygun olduğu saatler içerisinde randevu alınarak araştırma hakkında gerekli bilgilerin verilmesi

planlandığından, girişimcilerin uygun saatlerinin ayarlanmasında sınırlılıklar bulunmaktadır.

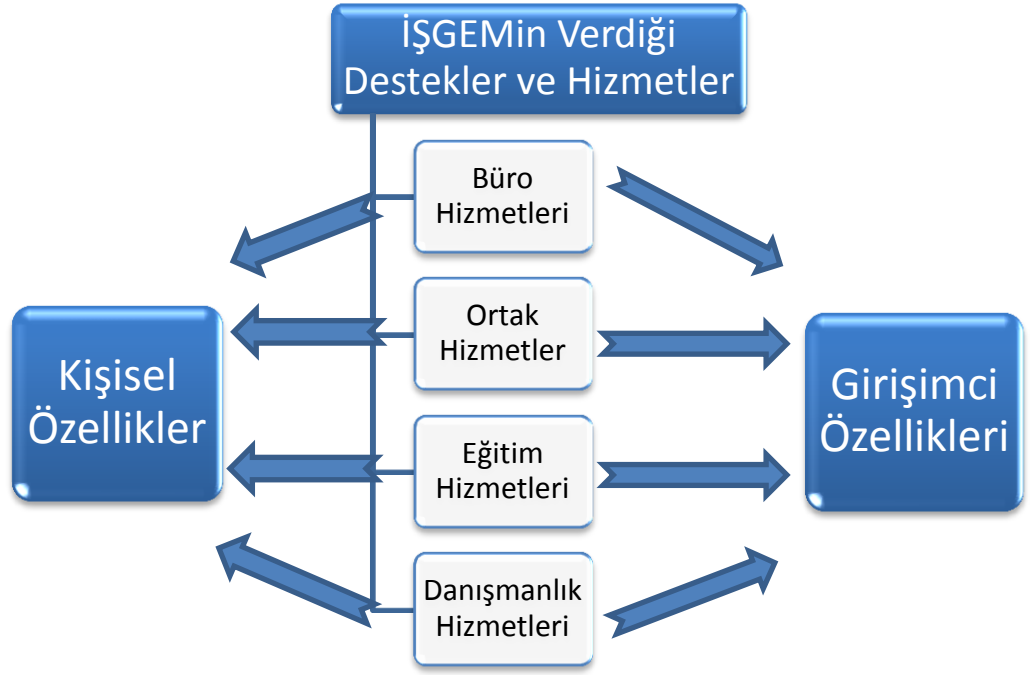
Yapılan literatür incelemesinde, ülkemizde iş geliştirme merkezleri üzerinde yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu sebeple, bu çalışmanın literatüre ve bölgesel kalkınmada girişimciliğe katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

3.5. Araştırma Modeli

Girişimcilere İŞGEM tarafından verilen desteklerin ve hizmetlerin etkilerini belirlemek amacıyla Özdal (2016) ile Herrman Brain Dominance Kişilik Analizi (1996) çalışmalarından yararlanan Güney ve Nurmakhmatuly (2007) çalışmasından yola çıkılarak bir araştırma modeli oluşturulmuştur.

Bu araştırma modelinde İŞGEM'in sağlamış olduğu hizmetler; Büro Hizmetleri, Ortak Hizmetler, Eğitim Hizmetleri ve Danışmanlık Hizmetleri olarak dört boyut altında ele alınmıştır. Bu boyutlar ile girişimcinin özellikleri arasındaki etki belirlenmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte, İŞGEM'in sağlamış olduğu bu hizmetlere yönelik düşüncelerinin, girişimcinin kişisel özelliklerine göre farklılıkları da analiz edilmiştir.

İŞGEM'in sağlamış olduğu desteklerin ve hizmetlerin girişimcilere faydaları, firmaların hayatta kalmaları üzerindeki etkisi, başarılı olmaları yönündeki hizmetleri vb. incelenmiştir. Ayrıca, bu hizmetlerin girişimcinin kişisel özelliklerine göre etkisi ve farklılıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda araştırma modeli aşağıda verilmiştir.



Şekil 4: Araştırma Modeli

Araştırma modeli doğrultusunda aşağıdaki ana hipotezler ve alt hipotezler oluşturulmuştur.

H_1 : İŞGEM'in hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a} : İŞGEM'in büro hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1b} : İŞGEM'in ortak hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1c} : İŞGEM'in eğitim hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1d} : İŞGEM'in danışmanlık hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_2 : İŞGEM'in sağladığı hizmetler kişisel özelliklere (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durumu) göre farklılık göstermektedir.

H_{2a} : İŞGEM'in büro hizmetleri kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{2b} : İŞGEM'in ortak hizmetleri kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{2c} : İŞGEM'in eğitim hizmetleri kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{2d} : İŞGEM'in danışmanlık hizmetleri kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

3.6. Analiz ve Bulgular

3.6.1. Araştırmanın Güvenirliliği ve Geçerliliği

Uygulanan anket formunun güvenilirliğini saptamak amacıyla Alpha Modeli aracılığı ile güvenilirlik katsayısı olan Cronbach Alpha kullanılmıştır. Analiz sonucunda ölçeğin güvenilir olduğunu söyleyebilmek için Cronbach Alpha değerinin 0,70'den fazla olması beklenmektedir (Bryman ve Cramer, 1997:78). Bu doğrultuda araştırmada kullanılan ölçeğin Güvenilirlik Analizi yapılmış ve her bir bölümü için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

Araştırmanın İŞGEM 'in sağladığı hizmet ve destekler bölümü için kullanılan ifadelerin değeri Cronbach Alpha değeri 0.76 dır. Girişimcinin sahip olması olması gereken özellikler ise Cronbach Alpha değeri 0.77 olarak hesaplanmıştır. Anket formunun genel olarak güvenirliliği hesaplandığında ise; Cronbach Alpha değeri 0.82 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre; anket formu güvenilir olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada uygulanan anket formunun Yapı Geçerliliğini belirlemek amacıyla Faktör Analizi uygulanmış ve Varimax Döndürme (Rotation) metodu kullanılmıştır. Araştırmada uygulanan Faktör Analizi sonuçlarına göre; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.83 bulunmuştur. Barlett Testi sonucu 1105 olarak tespit edilmiştir. Barlett testi .000 düzeyinde anlamlıdır. Barlett testine göre, değişkenler arasında bir korelasyon bulunmakta ve Faktör Analizi bu değişkenlere uygulanmaktadır. Bununla birlikte, yapılan analiz sonucunda %77.63 oranında modelin açıklandığı ve faktör yükleri tek tek değerlendirildiğinde 0.70 nin üstünde olduğu görülmektedir.

Yapılan analizler sonucunda tespit edilen bu değerlere bakıldığında; çalışanlara uygulanan anket formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik değerlerinin istenen değerlerde olduğu bulunmuş, anket formu geçerli ve güvenilir olarak değerlendirilmiştir.

3.6.2. Kişisel Bilgilere Yönelik Bulgular

Anket katılımcıları ile ilgili kişisel bilgilere yönelik istatistikler aşağıda incelenmektedir.

Tablo 3: Cinsiyete Göre Bulgular

Cinsiyet	N	%
Kadın	14	30.4
Erkek	32	69.6
Toplam	46	100

Tablo 3'e göre; araştırmaya katılan 46 kişiden 14'ünün Kadın; 32'sinin ise Erkek olduğu ve genel olarak erkek girişimcilerin yer aldığı görülmektedir. (%69.6) görülmektedir.

Tablo 4: Yaş Dağılımına Göre Bulgular

Yaş	N	%
18-25 Yaş Aralığı	3	6.5
26 – 35 Yaş Aralığı	9	19.5
36 – 45 Yaş Aralığı	19	41.3
46 – 55 Yaş Aralığı	11	23.9
56 ve üzeri	4	8.7
Toplam	46	100

Katılımcıların yaş aralıklarına bakıldığında; %41.3'lük bir kısmının 36-45 yaş aralığında olduğu tespit edilmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda; anket yapılan girişimcilerin genel olarak 36 ve 45 yaş aralığında olduğu ve araştırmanın genç bir kesime uygulandığı görülmektedir.

Tablo 5: Medeni Duruma Göre Bulgular

Medeni Durum	N	%
Evli	35	76.1
Bekar	11	23.9
Toplam	46	100

Araştırmaya katılan girişimcilerin % 76.1'inin evli ve %23.9'unun bekâr olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Eğitim Düzeyine Göre Bulgular

Eğitim Durumu Kriteri	N	%
İlköğretim	4	8.7
Lise	22	47.8
Lisans ve Üzeri	20	43.5
Toplam	46	100

Katılımcıların eğitim düzeyine bakıldığında; % 47.8 oranında lise mezunlarının çoğunlukta olduğu bulunmuştur.

3.6.3. Araştırma Modelinin Test Edilmesi

Araştırma modeli doğrultusunda; iş geliştirme merkezlerinin vermiş olduğu desteklerin ve hizmetlerin girişimciler üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Bu sebeple; iş geliştirme merkezlerinin girişimcilere sunmuş olduğu destekler ve hizmetler; Büro Hizmetleri, Ortak Hizmetler, Eğitim Hizmetleri ve Danışmanlık Hizmetleri olarak dört boyut altında ele alınmıştır. Girişimci özellikleri ise; ileri görüşlülük, güvenilirlik, özgüven, rekabetçi düşünce, yenilikçi, yaratıcı, lider, duygusal zekâ, proaktiflik, problem çözme, zaman yönetimi, cesur, hayal kurma, analitik düşünme, risk alabilme, bağımsızlık, planlı olma şeklinde 17 madde altında değerlendirilmiştir. Ayrıca kişisel özellikler olarak; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu olarak 4 madde altında incelenmiştir.

Bu kapsamda da yapılan araştırmada; İŞGEM'in sağladığı desteklerin ve hizmetlerin boyutları ile girişimcinin özellikleri arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte, İŞGEM'in sağlamış olduğu bu hizmetlerin girişimcinin kişisel özelliklerine göre farklılıkları da tespit edilmiştir.

Öncelikle her bir grubun ortalama değerleri hesaplanmıştır. Hesaplanan ortalama değerler arasındaki ilişki Pearson Korelasyon Katsayısı ile incelenmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda oluşturulan hipotezler açıklanmıştır.

H₁: İşGEM'in hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

İşGEM'in verdiği destekler ve hizmetler ile girişimcilerin sahip olması gereken özellikleri arasındaki Pearson Korelasyon katsayıları Tablo 7'de verilmiştir. Tabloda verilen sonuçlara göre; İşGEM'in verdiği destekler ve hizmetler ile girişimcilerin özellikleri arasında %99 anlamlılık düzeyinde pozitif ilişki saptanmıştır.

H_{1a}: İşGEM'in büro hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

İşGEM'in verdiği büro hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında (p:0.219, sig:.000) %99 anlamlılık düzeyinde ilişki bulunmuştur. Böylece, büro hizmetleri ve sekreterlik, bilgisayar ve/veya ekipmanı sağlama, internet erişimi, web sitesi / hosting, telefon (santral) hizmetleri, mobilya (masa, sandalye) sağlama gibi hizmetleri girişimciler üzerinde doğrudan etkili olmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda; H_{1a} hipotezi kabul edilmiştir. İşGEM bünyesinde verilen büro hizmetlerinin girişimcilere önemli faydalarının olduğu ve olumlu yönde onların özelliklerini etkilediği belirlenmiştir.

H_{1b}: İşGEM'in ortak hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 7'de girişimci özellikleri ile ortak hizmetler arasındaki Pearson Korelasyon katsayıları verilmiştir. Tabloda verilen sonuçlara göre İşGEM'in sağladığı ortak hizmetler (Fotokopi, Faks, Posta-Kargo, Kütüphane, Kantin / Yemekhane, Toplantı / Konferans Salonu hizmetleri gibi) ile girişimciler arasında (p:0.526, sig:.002) %99 anlamlılık düzeyinde ilişki bulunmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda; H_{1b} hipotezi kabul edilmiştir. İşGEM'in girişimcilere sağladığı ortak hizmetler girişimcilerin özellikleri üzerinde etkili olmuştur. İşGEM'lerin sağladıkları bu hizmetler sayesinde

firmalar yalnızca ürün geliştirmeye odaklanmaktadırlar ve bu da firmaların Ar-Ge, İnovasyon kapasitesini artırma imkânı sunar.

H_{1c}: İŞGEM'in eğitim hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Girişimci ile eğitim hizmetleri arasındaki Pearson Korelasyon katsayıları Tablo 7'de verilmiştir. Tabloda verilen sonuçlara göre; İŞGEM'in verdiği eğitim, seminer, kurs hizmetleri ile girişimci özellikleri arasında %99 anlamlılık düzeyinde pozitif ilişki saptanmıştır (p:0.157, sig:.000). Bu bilgiler doğrultusunda; H_{1c} hipotezi kabul edilmiştir. Girişimcilerin İŞGEM'den aldıkları eğitim hizmetleri girişimcilere faydalı olmuştur. Yeni ve deneyimsiz olan bir şirketin atması gereken adımlar, iş planı hazırlama, proje ve fonlar konusunda farkındalık yaratma, muhasebe, hukuki eğitimler, vergi konuları, istihdam, planlama, pazarlama gibi alanlarda verilen eğitimler İŞGEM'lerdeki girişimciler üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. İŞGEM'lerde bu hizmetler kiracılardan talep gelip gelmemesine bağlı olmaksızın destekleyici eğitim hizmetleri sunulmaktadır.

H_{1d}: İŞGEM'in danışmanlık hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

İŞGEM'in çeşitli alanlarda sağladığı danışmanlık hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında (p:0.575, sig:.004) %99 anlamlılık düzeyinde ilişki bulunmuştur. Bu bilgiler çerçevesinde; İŞGEM'in danışmanlık hizmetleri girişimciler üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda; H_{1d} hipotezi kabul edilmiştir. Girişimcilerin İŞGEM'den aldıkları danışmanlık hizmetleri girişimciler üzerinde faydalı olmuştur. Danışmanlık hizmetleri de yine eğitim hizmetleri gibi teknik ve mesleki anlamda firmaları destekleyici konularda olabilmektedir. Eğitim hizmetinden farklı olarak danışmanlık hizmetleri daha kapsamlı ve uzun süreli olmaktadır ve firmayla bir bir çalışarak mentörlük verilmesi imkânı sunmaktadır. İŞGEM'lerde özellikle firmalar insan kaynakları/yönetişim, ihracat ve müşteri bulma, fikri ve sınai mülkiyet hakları, pazarlama ve reklam, ağbağlaşım, üniversite sanayi işbirliği projeleri üretme konularında danışmanlık almaktadır. Tüm bu ifade edilen danışmanlık kalemlerine

bakıldığında İŞGEM firmaları için kurumsal kapasiteyi artırmanın yanı sıra Ar-Ge ve inovasyon kültürünün de geliştirilmesine olanak tanımaktadır.

Bu bilgiler doğrultusunda iş geliştirme merkezlerinin verdiği desteklerin ve hizmetlerin girişimciler üzerindeki etkisine yönelik bulguları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 7: İş Geliştirme Merkezlerinin Verdiği Desteklerin Ve Hizmetlerin Girişimciler Üzerindeki Etkisine Yönelik Pearson Korelasyon Katsayıları Sonuçları

İŞGEM'in Destekleri Ve Hizmetleri	Pearson Kor.Kat.	Sig.
Büro Hizmetleri	,219	,000
Ortak Hizmetler	,526	,002
Eğitim Hizmetleri	,157	,000
Danışmanlık Hizmetleri	,575	,004

Yukarıdaki değerlendirmeler doğrultusunda; öne sürülen hipotezlerin sonuçları toplu olarak aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 8: Hipotez Tablosu

Hipotez No	Ana Hipotez ve Alt Hipotezler	Sonuç
H_1	İŞGEM'in hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{1a}	İŞGEM'in büro hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{1b}	İŞGEM'in ortak hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{1c}	İŞGEM'in eğitim hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_{1d}	İŞGEM'in danışmanlık hizmetleri ile girişimcilerin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

Tablo 8'e göre H_1 ana hipotezi ile H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} ve H_{1d} alt hipotezlerinin yapılan analizler doğrultusunda kabul edildiği görülmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda ileri sürülen araştırma modelinin onaylandığı tespit edilmiştir. Böylece İŞGEM tarafından verilen büro hizmetleri, ortak hizmetler, eğitim hizmetleri ve danışmanlık hizmetlerinin

faydalı olduğu ve girişimciler üzerinde etkili olduğu ortaya konulmuştur. Girişimcilerin özellikleri olarak ifade edilen özgüven, rekabetçi düşünme, proaktiflik, yenilikçi ve yaratıcı düşünme gibi özellikler İŞGEM tarafından verilen hizmetlerden etkilenmiş ve bu hizmetlerin girişimciler üzerinde önemli avantajlarının olduğu görülmüştür.

Literatürde yapılan araştırmalara bakıldığında ortaya konulan bu sonuçlarla benzerlik gösterdiği saptanmıştır. Elazığ İŞGEM tarafından verilen desteklerin ve hizmetlerin girişimcileri etkilediği ve girişimcilere faydalı olduğu ortaya konulmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda bu çalışmanın yapılacak diğer çalışmalara rehberlik edeceği düşünülmektedir.

3.6.4. Kişisel Özelliklere Göre İŞGEM'in Sağladığı Hizmetlere Yönelik Farklılık Analizleri

Girişimcilerin kişisel özelliklerine (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve medeni durum) göre verilen desteklerin ve hizmetlerin farklılıklarının belirlenmesi için t-testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda ana hipotez ve alt hipotezler oluşturulmuş ve bu hipotezlerin analizleri ve yorumları aşağıda verilmiştir.

H_2 : İŞGEM'in sağladığı hizmetler kişisel özelliklere (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durumu) göre farklılık göstermektedir.

H_{2a} : İŞGEM'in büro hizmetleri kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{2b} : İŞGEM'in ortak hizmetler kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{2c} : İŞGEM'in eğitim hizmetleri kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{2d} : İŞGEM'in danışmanlık hizmetleri kişisel özelliklere göre farklılık göstermektedir.

3.6.4.1. Cinsiyete Göre Farklılık Analizi

İŞGEM'in hizmetleri arasında yer alan büro hizmetlerinin kadınlara ve erkeklere göre farklılığının karşılaştırılması için yapılan t testi sonucu Tablo 9'da verilmiştir. Tabloda verilen bilgiler doğrultusunda kadın ve erkek girişimcilerin İŞGEM ofis hizmetlerinden (telefon, web sitesi, internet erişimi) yararlanma konusunda birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0.05;44}=2,476$). Buna göre, kadın girişimcilerin büro hizmetlerinden yararlanma düzeyleri (4.43), erkek girişimcilerin büro

hizmetlerinden yararlanma düzeylerinden daha düşüktür (4.81). Bu bilgiler doğrultusunda erkekler İŞGEM ofis hizmetlerinden (telefon, web sitesi, internet erişimi) yararlanma konusunda kadınlara göre daha olumlu bakmışlardır. Diğer taraftan, ortak ofis ekipmanları ve sekreterlik (faks, fotokopi, kargo gibi) hizmetlerinde cinsiyete göre bir farklılaşma tespit edilmemiştir. Kadın ve erkeklerin ortak ofis ekipmanları ve sekreterlik hizmetlerinden faydalanma düzeylerinde herhangi bir fark görmediği belirlenmiştir.

Tablo 9: Cinsiyete Göre Büro Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	T	Df	p
Kadın	14	4.43	,646	2.476	44	,002
Erkek	32	4.81	,397			

İŞGEM'in sağladığı ortak hizmetlerin kadın ve erkekler üzerindeki farklılıklarının karşılaştırılması için t testi yapılmıştır. Tablo 10'da yer alan bilgiler doğrultusunda kadın ve erkek girişimcilerin İŞGEM ortak hizmetlerden yararlanma konusunda birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0.5; 44}=1.449$). Buna göre kadın girişimcilerin ortak hizmetler arasında yer alan kantin/yemekhane hizmetlerinden yararlanma düzeyleri (3.71), erkek girişimcilerin ortak hizmetlerden yararlanma düzeylerinden daha düşüktür (4.19).

Bu bilgiler doğrultusunda; erkek girişimcilerin İŞGEM ortak hizmetlerinden (kantin/yemekhane) yararlanma konusunda kadınlara göre daha olumlu baktıkları belirlenmiştir. Erkek girişimciler kantin yemekhane hizmetlerinden yararlanma konusunda kadınlara göre daha iyimser ve olumlu faydalanmıştır. Diğer taraftan, ortak hizmetlerden olan toplantı ve konferans salonları ile kütüphane hizmetlerinde cinsiyete göre bir farklılaşma tespit edilmemiştir. Kadın ve erkek girişimciler toplantı ve konferans salonları ile kütüphane hizmetlerinden faydalanma konusunda farklılaşmamıştır.

Tablo 10: Cinsiyete Göre Ortak Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	T	Df	p
Kadın	14	3.71	1.383	1.449	44	.003
Erkek	32	4.19	.821			

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda; İŞGEM'in vermiş olduğu büro ve ortak hizmetlerin, girişimcilerin cinsiyetine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak İŞGEM'in vermiş olduğu eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin hiç birinde girişimcilerin cinsiyetine göre bir farklılaşma belirlenmemiştir.

3.6.4.2. Medeni Duruma Göre Farklılık Analizi

İŞGEM'in sağladığı desteklerin ve hizmetlerin girişimcilerin medeni durumuna göre farklılık göstermesinin karşılaştırılması için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonuçlarına göre; İŞGEM'in büro hizmetleri ve eğitim hizmetleri girişimcilerin medeni durumlarına göre bir farklılaşma göstermemiştir.

Yapılan analizlerde İŞGEM'in sağlamış olduğu ortak hizmetler arasında yer alan kantin/yemekhane hizmetinden yararlanması girişimcilerin medeni durumlarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan bu durum Tablo 11'de belirtilmiştir. Tabloda yer alan bilgiler doğrultusunda evli ve bekar girişimcilerin İŞGEM'in ortak hizmetlerinden biri olan kantin/yemekhane hizmetinden faydalanma konusunda birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0.5; 44}=2.779$). Buna göre evli girişimcilerin kantin/yemekhane hizmetinden yararlanma düzeyleri 3.80 iken bekar girişimcilerin ortak hizmetlerden yararlanma düzeyleri 2.45 olduğu tespit edilmiştir. Genellikle medeni durumun girişimciler üzerindeki etkisi incelendiğinde bekârlar daha yaratıcı inovasyon gösterme eğiliminde ve ekonomik motivasyonunu sağlama çabası potansiyelinde olduğu görülmektedir. Ayrıca daha fazla risk alma ve sosyal ağ kurma eğilimindedirler. Evli bireyler ise toplumsal normlardan daha fazla etkilenecek geleneksel tavır göstermeye daha yakın bulunmaktadır. İŞGEM' deki incelemelerin sonucunda ortak hizmetlere katılım düzeyi olarak evli girişimcilerin daha fazla ortalamayla katılım göstermesi de birçok şeye bağlı gelenekse tavır sergiledikleri olarak yorumlanabilir.

Tablo 11: Medeni Duruma Göre Ortak Hizmetlerin Farklılık Düzeyleri

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	T	Df	p
Evli	35	3.80	1.43	2.779	44	.003
Bekâr	11	2.45	1.29			

İŞGEM'in çeşitli alanlarda sağladığı danışmanlık hizmetlerinin evli ve bekâr girişimciler üzerindeki farklılıklarını belirlemek için yapılan t testi sonucu Tablo 12'de verilmiştir. Tabloda verilen bilgiler doğrultusunda evli ve bekâr girişimcilerin İŞGEM'in Yönetim, İnsan Kaynakları/Personel Yönetimi, Hukuki/Yasal Konular, Pazarlama, İhracat, Banka/Kredi, Vergi/Sigorta/Prim Ödemeleri, Ulusal Hibe/Kredi/Teşvikler, Patent danışmanlık hizmetlerinden yararlanarak rekabet gücünü artırma konusunda birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{00.5;44}=2,148$). Yapılan analiz sonucuna göre evli girişimcilerin danışmanlık hizmetlerinden yararlanma düzeyleri (3.91), bekâr girişimcilerin danışmanlık hizmetlerinden yararlanma düzeylerinden daha yüksektir (3.27). Bu bilgiler doğrultusunda evli girişimcilerin İŞGEM danışmanlık hizmetlerinden yararlanarak rekabet gücünü artırma konusunda bekâr girişimcilere göre daha olumlu bakmışlardır.

Öte yandan, İŞGEM'in sağladığı Yönetim, İnsan Kaynakları/Personel Yönetimi, Hukuki/Yasal Konular, Pazarlama, İhracat, Banka/Kredi, Vergi/Sigorta/Prim Ödemeleri, Ulusal Hibe/Kredi/Teşvikler, Patent gibi danışmanlık hizmetlerinde medeni duruma göre bir farklılaşma tespit edilmemiştir.

Tablo 12: Medeni Duruma Göre Danışmanlık Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	T	Df	p
Evli	35	3.91	1.067	2.148	44	.000
Bekâr	11	3.27	1.104			

3.6.4.3. Eğitim Düzeyine Göre Farklılık Analizi

İŞGEM'in eğitim hizmetlerinin girişimcilerin eğitim düzeyleri üzerindeki farklılıklarının karşılaştırılması için ANOVA testi yapılmıştır. Elde edilen test sonuçları Tablo 13'de belirtilmiştir. Tabloda yer alan bilgiler doğrultusunda; ilköğretim mezunu girişimciler ile lise mezunu girişimciler arasında fark bulunmuştur.

Tablo 13: Eğitim Düzeyine Göre Eğitim Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri

	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	f	p
1.Grup: İlköğretim	Gruplar arası	10.094	2	5.047		
2.Grup: Lise	Grup içi	28.341	43	,659	7.657	.001
3.Grup: Lisans ve Üstü						

Yapılan ANOVA testi karşılaştırılmasını gösteren dağılım incelendiğinde; İlköğretim mezunu girişimciler İŞGEM'in vermiş olduğu girişimcilik eğitimlerinin etkili olduğuna kesinlikle katılırken; lise mezunu girişimcilerin kararsız (Standart Sapma 3.86) kaldıkları ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin hizmetine sunulan eğitimlerin farklılaştırılması ve girişimcilerin eğitim düzeyleri göz önünde bulundurularak eğitim ihtiyaç analizlerinin yapılması önerilmektedir.

İŞGEM tarafından verilen eğitim hizmetlerinin, girişimcilerin eğitim düzeylerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak, yapılan çalışmada İŞGEM'in büro hizmetleri, ortak hizmetleri ve danışmanlık hizmetlerinin hiç birinde girişimcilerin eğitim düzeylerine yönelik bir farklılaşma gözlemlenmemiştir.

3.6.4.4. Yaşa Göre Farklılık Analizi

İŞGEM'in girişimcilere sağladığı hizmetlerin girişimcilerin yaşlarına göre gösterdiği farklılıkların araştırılması için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan test sonucu Tablo 14'de verilmiştir. Tabloda verilen bilgiler doğrultusunda; büro hizmetleri olarak kategorize edilen ortak ofis ekipmanlarının girişimcilerin hizmetine sunulması ile girişimcilerin yaşları arasında farklılık göstermektedir.

Tablo 14: Yaşa Göre Büro Hizmetlerinin Farklılık Düzeyleri

	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	f	p
1.Grup: 18-25	Gruplar Arası	12.962	4	3.240	3.335	.001
2.Grup: 26-35						
3.Grup: 36-45	Grup içi	39.843	41	,972		
4.Grup: 46-55						
5.Grup: 56 ve Üzeri						

Öte yandan elde edilen bilgiler doğrultusunda İŞGEM'in ortak hizmetleri, eğitim hizmetleri ve danışmanlık hizmetlerinin hiç birinde girişimcilerin yaş gruplarına göre bir farklılaşma bulunmamıştır. 18-25 yaş arasındaki girişimcilerin büro hizmetlerinden daha çok yararlanırken (4.61), 46-55 yaş grubu arasındaki girişimcilerin büro hizmetleri olarak kategorize edilen ortak ofis ekipmanlarından daha az yararlandığı tespit edilmiştir (2.83).



SONUÇ

İş kuluçkalarının bir ayağını oluşturan iş geliştirme merkezlerinin sağladıkları imkanlar ve sundukları hizmetler ile girişimcilerin başarılarına katkı sunan yapılardır. Bu çalışmada bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler açıklanarak İŞGEM'lerin girişimciler üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Yapılan araştırmada İŞGEM'in girişimcilere sağlamış olduğu desteklerin ve hizmetlerin girişimciler üzerindeki olumlu etkisi dikkat çekmektedir.

Araştırmanın amacı İŞGEM'lerin girişimciler üzerindeki etkilerini tespit etmek ve Elazığ İŞGEM örneği üzerinden araştırmada bulunmaktır. İş geliştirme merkezlerinin girişimcilik açısından önemi ve verilen desteklerin yeterliliği üzerinde incelemeler yapılmıştır. Çalışmada iş geliştirme merkezinden yararlanan girişimcilerin aldıkları hizmetlere yönelik düşünceleri değerlendirilip, iş geliştirme merkezlerinin önemi ve girişimciler üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Bu çalışma doğrultusunda İŞGEM'in vermiş olduğu büro, ortak, eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin girişimcileri etkileme düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu sebeple bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan araştırma modelinde İŞGEM'in sağlamış olduğu hizmetler; Büro Hizmetleri, Ortak Hizmetler, Eğitim Hizmetleri ve Danışmanlık Hizmetleri olarak dört boyut altında ele alınmıştır. Bu boyutlar ile girişimcinin özellikleri arasındaki etki belirlenmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte, İŞGEM'in sağlamış olduğu bu hizmetlere yönelik düşüncelerinin, girişimcinin kişisel özelliklerine göre farklılıkları da analiz edilmiştir.

Araştırmada; girişimcilerin başarılı olmalarının önünde engel olabilecek eksikliklerin ve zorluklar da tespit edilmeye çalışılmış ve bun desteklerin yeterliliği belirlenerek çeşitli önermeler sunulmuştur. Araştırmanın temel çalışma metodunu yüz yüze anket çalışmaları oluşturmuştur. Çalışmada öncelikle literatür araştırması yapılmış anket çalışmaları için 5' li likert ölçeği kullanılmıştır. Anket verileri SPSS 20.0 ile değerlendirilerek normallik testleri uygulanmıştır. İş geliştirme merkezlerinin girişimciler üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik ise Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda araştırma modelinin desteklediği görülmüştür. Ayrıca, girişimcilerin kişisel özelliklerine (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve

medeni durum) göre verilen desteklerin ve hizmetlerin farklılıklarının belirlenmesi için t-testi ve ANOVA testi yapılmıştır.

Yapılan araştırmalar ve anket verileri ışığında girişimciler için İŞGEM'lerin önemli ölçüde katkı sunduğu görülmüştür. Özellikle faaliyete yeni başlayan girişimiciler için İŞGEM'lerin sunduğu olanakların, hizmetlerin, eğitim ve danışmanlık faaliyetleri gibi destekleyici unsurların firmaların ayakta kalması için önemli fırsat sunduğu görülmüştür. Araştırma boyunca incelenen, yararlanan çalışmaların da İŞGEM'lerin girişimciler üzerinde olumlu etki sunduğunu savunmuş olması araştırmanın doğruluk seviyesini artırır nitelikte olduğu görülmüştür. Çalışma sonucunda genel olarak aşağıdaki sonuçlara varılmıştır:

İŞGEM'lerin özellikle firmaların en kırılgan oldukları ilk yıllarını sağlıklı bir şekilde geçirmelerini ve büyümelerini sağlamaktadır.

İŞGEM'ler kuruldukları bölgelerdeki girişimcilik kültürünü oluşturan ve geliştiren bir yapıya sahiptir. İŞGEM'lerin bu özelliği bölgesel kalkınmada ve bölgenin sosyo-ekonomik gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır.

İŞGEM'ler, bünyesinde bulunan firmaların büyümesine ve gelişimine katkı sağlayarak, bölgemize ve ölkemize katma değer üretmektedir. Elazığ İŞGEM'in faaliyetleri ülke ve bölgesel olarak istihdam oluşturulmasına da katkıda bulunmaktadır. Sürdürülebilir girişimciliğin devamlılığının sağlanması İŞGEM'lerin rolü büyüktür.

Yapılan analizler sonucunda İŞGEM bünyesinde girişimcilere sunulan desteklerin ve hizmetlerin girişimcilere önemli faydalarının olduğu ve olumlu yönde onların özelliklerini etkilediği belirlenmiştir. Bununla birlikte; kadın girişimcilerin büro hizmetlerinden yararlanma düzeyleri (4.43), erkek girişimcilerin büro hizmetlerinden yararlanma düzeylerinden daha düşüktür (4.81). Bu bilgiler doğrultusunda erkekler İŞGEM ofis hizmetlerinden (telefon, web sitesi, internet erişimi) yararlanma konusunda kadınlara göre daha olumlu bakmışlardır.

Kadın girişimcilerin ortak hizmetler arasında yer alan kantin/yemekhane hizmetlerinden yararlanma düzeyleri (3.71), erkek girişimcilerin ortak hizmetlerden

yararlanma düzeylerinden daha düşüktür (4.19). Medeni durumun girişimciler üzerindeki etkisi incelendiğinde bekârlar daha yaratıcı inovasyon gösterme eğiliminde ve ekonomik motivasyonunu sağlama çabası potansiyelinde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte; girişimcilerin İŞGEM'in büro hizmetlerinden yararlanma düzeyine katılımları karşılaştırıldığında; 18-25 yaş arasındaki girişimcilerin yararlanma düzeyi (4.61), 46-55 yaş arasındaki girişimcilerin yararlanma düzeyinden (2.83) daha fazladır.

Yapılan çalışmada İŞGEM'in büro hizmetleri, ortak hizmetleri ve danışmanlık hizmetlerinin hiç birinde girişimcilerin eğitim düzeylerine yönelik bir farklılaşma gözlemlenmemiştir.

İŞGEM'ler girişimcilerin gelişmeye açık ve katma değer oluşturan projeler yaratmalarını, bu projelerini hayata geçirmelerini ve hedeflerine ulaşarak sağlıklı bir büyüme sağlamaları konusunda hizmet vermektedir. Bu doğrultuda iş geliştirme merkezleri girişimciler üzerinde oldukça etkilidir. İncelenen yerli ve yabancı literatür araştırması ve yapılan analiz sonuçları iş geliştirme merkezlerinin girişimciler üzerindeki etkisinin de önemini desteklemektedir.

İŞGEM tarafından sunulan verilen büro hizmetleri, ortak hizmetler, eğitim hizmetleri ve danışmanlık hizmetleri ile girişimcilerin, firmaların ve diğer kurum ve kuruluşların gelişmesine katkı sağlamaktadır. Sunmuş olduğu hizmetlerle firmaların rekabet güçlerini artırmaktadır. İŞGEM'ler verdikleri destekler ve hizmetler ile firmaların pazardaki yerlerini oluşturan bir yapıya kavuşturmuştur.

KAYNAKÇA

- ABU SAİFAN, Samer (2012), "Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries"
Technology Innovation Management Review, S. 22-27.
- AERNOUDT, R., (2004), Incubators: Tool for Entrepreneurship?, Small Business
Economics, Sayı 23, S. 127-135.
- AĞCA, Veysel ve KURT, Mustafa (2007), İç Girişimcilik Ve Temel Belirleyicileri:
Kavramsal Bir Çerçeve, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, Sayı: 29, Temmuz-Aralık, S. 83-112.
- AKAGÜNDÜZ N., (2006), İnsan Yaşamında Özgüven Kavramı. Ümraniye Rehberlik
ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü Yayınları. Sayı: 1, İstanbul.
- ALİ J. Ahmad, Sarah Ingle, (2011), "Relationships Matter: Case Study Of A University
Campus Incubator", International Journal Of Entrepreneurial Behavior &
Research, Cilt: 17, S. 626-644.
- ALLEN, David-Levine, Victor, (1986), Nurturing Advanced Technology Enterprises:
Emerging Issues in State and Local Economic Development Policy, Praeger
New York.
- ALTUNTAŞ, G. ve DÖNMEZ, D., (2010), Girişimcilik Yönelimi Ve Örgütsel
Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde
Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 39, Sayı: 1,
S. 50-74.
- ARIKAN, S., (2004), Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular.
ANKARA: Siyasal Kitabevi.
- AUSTIN, James, STEVENSON, Howard ve WEI-SKILLERN, Jane (2006), "Social
and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?",
Entrepreneurship Theory and Practice, January, Cilt: 30, S. 1-22.
- AYKAN, E., (2012), Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik. Süleyman Demirel
Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:17, Sayı: 3, S.
195-212.
- BERGEK, Anna-Norrman, Charlette, (2008), "Incubator Best Practice: A Framework",
Technovation, Sayı: 28, S. 20-28.
- BİÇER, T., (1997), Yaşamda Ve Sporda Doruk Performans. Sistem Yayıncılık,
İstanbul.

- BOLLINGTOFT, Anne; ULHØI, John P., (2005), “The Networked Business Incubator – Leveraging Entrepreneurial Agency?”, *Journal Of Business Venturing*, Cilt: 20, S. 265-290.
- BRUNEEL, O., Tiago, R., Bart C., ve Aard, G., (2012), The Evolution of Business Incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. *Technovation*, Cilt: 32, S. 110-121.
- CANSIZ, E., (2007), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- CARAYANNIS, E. G. ve M. V. ZEDTWITZ. (2005), “Architecting Glo-Cal (Global - Local), Real-Virtual Incubator Networks (G-RVINs) As Catalysts and Accelerators of Entrepreneurship in Transitioning and Developing Economies: Lessons Learned and Best Practices from Current Development and Business Incubation Practices”, *Technovation*, Cilt: 25, S. 95-110.
- CAVİD BEY, Mehmed (2001), İktisat İlmi, Çev. Sema-Orhan Çakmak, Liberte Yayınları, Ankara.
- COOPER, A. C. ve DUNKELBERG, W. C. (1987), Entrepreneurship and paths to business ownership. *Strategic Management Journal*, S. 53-68.
- COULTER, Mary; *Entrepreneurship in Action, Small Business 2000* (2001), New Jersey: Prentice- Hall.
- ÇETİNDAMAR, Dilek (2002), Türkiye’de Girişimcilik, TÜSİAD Yayınları, İstanbul.
- DESS, Gregory J.; (2001), “The Meaning of Social Entrepreneurship”, İnternet Adresi: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_sedef.pdf.
- ERCAN, Salih; Gökdeniz, İsmail (2009), “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, *Bilig Bahar Dergisi*, Sayı: 49, S. 59-80.
- European Commission Enterprise Directorate-General, “Benchmarking of Business Incubators, Centre for Strategy & Evaluation Services” (2002), http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/incubators/benchmarking_bi_part_one_2002.pdf
- EYÜPOĞLU, Dilek (2007), Girişimcilik Eğitimi, MPM Yayınları, Ankara.
- GÜNEY, Semra; Arman NURMAKHAMATULY (2007), Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan Ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik

- Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:10, Sayı:18, S. 62-86.
- HENDRICKSON, L. ve TUTTLE, D. B. (1997), “Dynamic Management Of The Environmental Enterprise: A Qualitative Analysis” Journal Of Organizational Change Management, Cilt: 10, S. 363-382.
- HERRMANN, N. (1996), The Whole Brain Business Book, Mcgraw-Hill, New York.
- HISRICH, R., ve SMILOR, R. (1988), The University and Business Incubation: Technology Transfer Through Entrepreneurial Development. Technology Transfer, S. 14-19.
- HISRICH, Robert D. (1986), “Entrepreneurship and Intrapreneurship: Methods for Creating New Companies That Have an Impact on the Economic Renaissance of an Area”, Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital, Editör: R.D. Hisrich, Lexington Boks, S. 89-90.
- HISRICH, Robert D. and PETERS, Michael P. (1998), Entrepreneurship. Fourth Edition. United States: The McGraw – Hill Book Co.
- İRMIŞ, A., DURAK, İ. ve ÖZDEMİR, L. (2010), Girişimcilik Kültürü: Anadolu Girişimcilerinden Örnekler. Ekin Yayınevi: Bursa.
- KEOGH, P. D., ve POLONSKY, M. J. (1998), “Environmental Commitment: A Basis For Environmental Entrepreneurship?” Journal Of Organizational Change Management, Cilt: 11, S. 38-49.
- KOC, E. (2013), “Power Distance and its Implications for Upward Communication and Empowerment: Crisis Management and Recovery in Hospitality Services”, International Journal of Human Resource Management, Cilt: 24, S. 3681-3696.
- KOCACIK, F. ve GÖKKAYA Veda. B. (2005), “Türkiye’de Çalışan Kadınlar Ve Sorunları”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, S. 195.
- KOSGEB (2008), İş Geliştirme Merkezi Yönetim El Kitabı, Ankara.
- KOSGEB (2010), Girişimcilik Destek Programı Uygulama Esasları, UE03/00.
- MACK, J. ve PUTZSCHEL, J. (2014), The Influence of Contextual Factors on the Entrepreneurial Process: A Multiple-Case Study of Sustainability-oriented and Commercial Entrepreneurship in Central America. Unpublished Master Thesis. Sweden: Umeå Universitet.

- MAIR, Johanna ve MARTI, Ignasi; (2006), “Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight”, *Journal of World Business*, S. 36-44.
- MCADAM, M., ve McADAM, R. (2008), “High Tech Start-Ups in University Science Park Incubators: The relationship Between The Start-Up’s Lifecycle Progression and Use of The Incubator’s Resources”, *Technovation* Cilt: 28, S. 277-290.
- MEGGINSON, William L.; BYRD, Mary J. ve MEGGINSON, Leon C. (2000), *Small Business Management: An Entrepreneur’s Guidebook*, Irvin McGraw-Hill, New York, S. 151.
- ODABAŞI, Yavuz (2005), *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖĞÜT, A., ŞENDOĞDU, A. ve YILMAZ, N., (2006), “Bilişimci Tipolojisi Açısından Bilgi Yönetiminin İlkeleri”, *Kırgızistan – Türkiye Masan Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Dizi: 11, No: 86, 25-27 Mayıs, S. 431, Bişkek.
- ÖZBEY, Ç. (2004), *Çocuk Sorunlarına Yapıcı Çözümler*, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- ÖZDAL, Muhittin (2016), *İş Geliştirme Merkezlerinin (İŞGEM) Ekonomideki Yeri Ve Önemi: Van İŞGEM Örneği*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- ÖZGÜVEN, Ali (1992), *Kültür Değişimleri ve Batılılaşma Meselesi*, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- ÖZTOP, M., Ata, A. Y., TEMİZ, D. K., ÇAN, M. F., HOPOĞLU, S., ve PEMBEGÜL, T. (2014), "TRB 1 Bölge Planı", Fırat Kalkınma Ajansı (FKA), Yılmaz Matbaacılık ve Yayıncılık, Ankara.
- PHILLIPS, Rhonda G. (2002), “Technology Business Incubators: How Effective as Technology Transfer Mechanisms”, *Technolog in Society*, Cilt: 24, Sayı: 3, S. 299-316.
- PLOSILA, Walter-Allen, David (1985), “Small Business Incubators and Public Policy: Implications for State and Local Development Strategies”, *Policy Studies Journal*, Cilt: 13, Sayı: 4, S. 729-734.
- RUSU, S., ISAC, F., CURETEANU, R., CSORBA, L. (2012), “Entrepreneurship and Entrepreneur: A Review of literature Concepts”, *African Journal of Business Management*, Cilt: 6, Sayı: 10, S. 3570-3575.
- EDWARDS, R., SCHRODER, B. (2006), “How Smaller Born-Global Firms Use Networks And Alliances to Overcome Constraints to Rapid

- Internationalization”, Journal Of International Marketing, Cilt: 14, S. 33-63.
- SAIFAN, S.A. (2012), Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. Technology Innovation Management, February, S. 22-27. Erişim Tarihi: 8.12.2015. www.timreview.ca
- SCHAPER, M. (2002), Introduction: The Essence Of Ecopreneurship. Greener Management International, Cilt: 38, S. 26-30.
- SCHUMPETER, J. A. (1983), The Theory Of Economic Development, New Bruswick: Transaction Publishers.
- SHANE, S. (2004), Academic Entrepreneurship: University Spinoffs And Wealth Creation, Cheltenham, England: Edward Elgar, S. 4.
- SHARIR, Moshe ve MIRI, Lerner (2006), “Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs”, Journal of World Business, Cilt: 41, S. 6-20.
- SHARMAN, R. ve CHRISMAN, J. J. (1999), Toward A Reconciliation of The Definitional Issues In The Filed of Corporate Entrepreneurship. 1042-2587-99-233, Copyright 1999 By Baylor University, S. 11-27.
- SMILOR, Raymond ve GILL, Michael (1986), The New Business Incubator: Linking Talent, Technology, Capital and Know-How, Lexington Books, S. 23.
- SOYSAL, Abdullah (2010), “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, S. 89-90.
- SUK, J.Y. ve MOOWEON, R. (2006), “Resource Mobilization and Business Incubation: The Case of Korean Incubators”, Development and Society, Cilt: 35, S. 29-46.
- SUNGUR, Onur ve DULUPÇU, Murat Ali (2013), Türkiye’de İş Geliştirme Merkezlerinde (İŞGEM) Yer Alan Kiracı Firmaların Hayatta Kalma Performansı, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 8, S. 1-25.
- TEKİN, S. (2008), “Sihirli Liderler” Kumsaati Yayın Dağıtım, İstanbul.
- THOMPSON, John L.; (2002), “The World of the Social Entrepreneur”, The International Journal of Public Sector Management, Cilt: 15, S. 412-431.
- TOSUNOĞLU, B. T. (2003), Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi.

TUNÇER, P., (2011), “Örgütsel Değişim ve Liderlik”, Sayıştay Dergisi Sayı: 80, S. 57-83.

TÜSİAD Basın Bülteni (2003), “Türkiye’de Girişimcilik Özet Bulgular”.

TÜSİAD Basın Bülteni, (2002), S. 34.

VAN, G. ve ARTHUT, B. (1998), Techniques Of Structured Problem Solving. New York: Van Nostrand ReinholdInc.

VERMA, Sameer (2004), Success Factors for Business Incubators: An Empirical Study on Canadian Business Incubators, Carleton University Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kanada.

YARIMKAYA, E. (2013), 12-14 Yaş Arası İlköğretim Öğrencilerinin Özgüven Düzeylerinin Voleybolda Servis Atma Becerisi Üzerine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

<http://www.elazigisgem.com/is-isletme-gelistirme-ve-destek-hizmetleri/>

<https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/137502?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

<https://www.tusiad.org.tr/kurumlardagirisimcilikiledegeryaratmak>

https://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=Girisimci

<http://www.gumusisgem.com/gumushane-isgem/hakkinda/>

<http://www.ytukvk.org.tr/arsiv/barisyildiz1>

<https://www.startupnedir.com/kulucka-merkezi-nedir/>

<http://itugirisim.org/girisimcilik/>

<https://www.sabah.com.tr/saglik/2016/03/22/duygusal-zeka-nedir>

https://www.parakazanma.xyz/girisimcilik-turleri-nelerdir-genis-inceleme/#_Ticari_Girisimcilik_Nedir

<http://www.elazigisgem.com/eisgem-nedir/#Hizmetler>

<http://www.ytukvk.org.tr/arsiv/barisyildiz1>

<https://www.startupnedir.com/teknopark-nedir/>

<https://bingolisgem.com/bingol-isgem/isgemin-sundugu-hizmetler/>

<http://www.antalyakadingirisimciler.org/rehber/page32/page32.html>

<http://www.elazigisgem.com/istatistiklerle-eisgem/>

<http://www.sabriburhanoglu.com/ozguven-nedir>

<https://www.startupnedir.com/kulucka-merkezi-nedir/>

<https://lideratlasi.com/girisimcilik/kulucka-merkezleri/>

EKLER

Ek 1. Orijinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	BİHTER TUT
Öğrenci Numarası	161218107
Enstitü Anabilim Dalı	GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ
Programı	GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	DR ÖĞR ÜYESİ NURCAN YÜCEL
Tez Başlığı (Türkçe)	İŞ GELİŞTİRME MERKEZLERİNİN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ELAZIĞ İŞGEM ÖRNEĞİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 59 sayfalık kısmına ilişkin, 27/06/2019 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 30 dur.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Dr Öğr Üyesi Nurcan YÜCEL
Danışmanın Adı-Soyadı
(İmzası)

Dr Öğr Üyesi Atilla YÜCEL
Anabilim Dalı Başkanı
(İmzası)

Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ile birlikte enstitüye teslim edilir.

İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

Ek 2. Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Girişimci,

Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Yüksek Lisans Programı öğrencisiyim. Yüksek lisans çalışmam gereği “İŞGEM’LERİN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ” ile ilgili anket çalışması yapmam gerekmektedir.

Siz değerli İŞGEM girişimcileri ve çalışanlarının anket sorularına vereceğiniz objektif ve samimi cevaplar, ilgili konunun açığa çıkmasında yardımcı olacaktır. Katılımınızdan dolayı şimdiden teşekkür ediyorum.

Bihter TUT

Fırat Üniversitesi

Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Yüksek Lisans Öğrencisi

Bölüm 1 : Kişisel Bilgiler					
1	İş Kolu / Faaliyet Alanı				
2	Cinsiyeti	Bay ()	Bayan ()		
3	Medeni Durum	Evli ()	Bekâr ()		
4	Eğitim Durumu	İlköğretim ()	Lise ()	Lisans ve Üzeri ()	
5	Yaşı	18-25 ()	26 -35 ()	36-45 ()	46-55 () 56 ve üzeri ()

Lütfen sizin için en doğru seçeneği işaretleyiniz.

1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Kararsızım 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum

Bölüm 2 : Aşağıdaki ifadelere katılma düzeylerinizi belirleyiniz.						
Sıra	Soru	1	2	3	4	5
1	İŞGEM, ortak ofis ekipmanları (masa, sandalye gibi) hizmetler sunarak kolaylık sağladı.					
2	İŞGEM, ofis hizmetleri (telefon, web sitesi, internet erişimi) sunarak kolaylık sağladı.					
3	İŞGEM büro hizmetleri ve sekreterlik (faks, fotokopi, posta kargo) sunarak kolaylık sağladı.					
4	İŞGEM bünyesindeki elverişli toplantı ve konferans salonu hizmetleri ile iyi bir çalışma ortamı sağladı.					
5	İŞGEM bünyesindeki elverişli kantin/yemekhane hizmetleri ile iyi bir sosyal ortam sağladı.					
6	İŞGEM bünyesindeki elverişli kütüphane hizmetleri ile iyi bir çalışma ortamı sağladı.					
7	İŞGEM 'de yer alan işliklerin elverişli kullanım alanları ve sağlam altyapısı, çalışma ortamı için uygundur.					
8	İŞGEM, özel kurs hizmetleri vererek girişimcilik konusunda bilinçlendirdi.					

9	İŞGEM, özel seminer hizmetleri vererek girişimcilik konusunda bilinçlendirdi.					
10	İŞGEM, özel eğitim organizasyon hizmetleri vererek girişimcilik konusunda bilinçlendirdi.					
11	İŞGEM, bünyesinde bulunan firmaların çalışanlarına özel eğitim hizmetleri vererek onları bilinçlendirdi.					
12	İŞGEM, bünyesindeki firmaların en kırılgan oldukları ilk yıllarını sağlıklı bir şekilde aşmalarını ve büyümelerini sağladı.					
13	İŞGEM, girişimcilerinin ürettikleri mal ve hizmetlerin pazarlanmasında ve tanıtılmasında yardımcı oldu.					
14	İŞGEM, yatırım yapmaya cesaretlendirdi ve teşvik etti.					
15	İŞGEM; yönetim, pazarlama, muhasebe, hukuk, yasal ve bürokratik konularda destek ve danışmanlık hizmetleri verdi.					
16	İŞGEM, maliyetlerin düşürülmesinde teknoloji, yetenek ve diğer kaynakların elde edilmesinde yardımcı oldu.					
17	İŞGEM aracılık görevi ile girişimcilerin çok sayıdaki aktörlerle iş birliği ilişkiler kurmasına yardımcı oldu.					
18	İŞGEM bünyesindeki girişimcilere sundukları destekler ile rekabet gücünü artırdı.					
19	İŞGEM girişimcilerin mali kaynaklara ulaşmasına olanak sağladı.					
20	İŞGEM girişimcilere ithalat ve ihracat konularında yol gösterdi.					

Bölüm 3 : Aşağıda verilen özelliklerden hangileri sizi tanımlar? Lütfen sizin için en doğru seçeneği işaretleyiniz.

Sıra	Soru	1	2	3	4	5
1	İleri Görüşlüyüm					
2	Güvenilirim					
3	Özgüven Sahibiyim					
4	Rekabetçi Düşünceye Sahibim					
5	Yenilikçiyim					
6	Yaratıcı Özelliğe Sahibim					
7	Liderlik Özelliğine Sahibim					
8	Duygusal Zekâ Özelliğe Sahibim					
9	Proaktifim					
10	Problem Çözme Yeteneğine Sahibim					
11	Zaman Yönetimi Özelliğe Sahibim					
12	Cesurum					
13	Hayalperestim					
14	Analitik Düşünme Özelliğe Sahibim					
15	Risk Alabilme Özelliğe Sahibim					
16	Bağımsızlık Özelliğe Sahibim					
17	Planlı Olma Özelliğine Sahibim					

Ek 3: Gönüllü Olur Formu**ARAŞTIRMA AMAÇLI ÇALIŞMA İÇİN BİLGİLENDİRİLMİŞ
GÖNÜLLÜ OLUR FORMU**

Sayın Girişimci,
Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Yüksek Lisans Programı öğrencisiyim. Yüksek lisans çalışmam gereği **“İŞGEM’LERİN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ”** ile ilgili anket çalışması yapmam gerekmektedir.
Siz değerli İŞGEM girişimcileri ve çalışanlarının anket sorularına vereceğiniz objektif ve samimi cevaplar, ilgili konunun açığa çıkmasında yardımcı olacaktır. Katılımınızdan dolayı şimdiden teşekkür ediyorum.

Katılımcı

Adı Soyadı :
Adres :
Tel :
İmza :

Görüşme Tanığı (*Görüşme esnasında üçüncü şahıs varsa*)

Adı Soyadı :
Adres :
Tel :
İmza :

Katılımcı İle Görüşen Araştırmacı

Adı Soyadı : Bihter TUT
Adres : Cumhuriyet Mah Malatya Cad No:106/5 MERKEZ/ELAZIĞ
Tel : 0537 633 62 92
İmza :

Ek 4. Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 24/05/2019-330164

T.C.

**FIRAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu

Sayı :97132852/302.14.01/
Konu :Etik Kurul Değerlendimesi

GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ ANABİLİM DALINA

Anabilim Dalımız Dr.Öğr.Üyesi Nurecan YÜCEL' e ait "**İş Geliştirme Merkezlerinin Girişimciler Üzerindeki Etkisi:Elazığ İŞGEM Örneği**" konulu çalışma ile ilgili Etik Kurul Kararı ekte sunulmuştur.

Gereğini ve bilgilerinizi rica ederim.

e-İmzalıdır.
Prof. Dr. Mehmet Nuri GÖMLEKSİZ
Kurul Başkanı

ETİK KURUL KARARI

TOPLANTI TARİHİ	TOPLANTI SAYISI	KARAR NO	ÇALIŞMACILARIN ADI SOYADI
23.05.2019	26	2	Sorumlu Araştırmacı : Nurcan YÜCEL Yardımcı Araştırmacı:Bihter TUT

KARAR

“İş Geliştirme Merkezlerinin Girişimciler Üzerindeki Etkisi:Elazığ İŞGEM Örneği” konulu çalışma etik kurulumuzda görüşülmüş olup; çalışmanın etik kurallara uygun olduğuna oybirliğiyle karar verilmiştir.

Prof. Dr. Mehmet Nuri GÖMLEKSİZ (Başkan)			
Prof. Dr. Sebahattin DEVECİOĞLU (Üye)	İmza	Doç. Dr. Rıfat BİLGİN (Üye)	Bulunamadı
Doç. Dr. Süleyman İLHAN (Üye)	İmza	Doç.Dr. Haki PEŞMAN (Üye)	İmza
Doç. Dr. İrfan EMRE (Üye)	İmza	Doç.Dr. Yunus Emre KARAKAYA (Üye)	İmza
Doç. Dr. Taner YILDIRIM (Üye)	Bulunamadı	Dr. Öğr. Üyesi Serkan BİÇER (Üye)	İmza
Doç.Dr. Erkan Turan DEMİREL (Üye)	İmza	Dr.Öğr. Üyesi Ayşe Ülkü KAN (Üye)	İmza

Ek 5. İŞGEM İzin Belgesi



Fırat Üniversitesi Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Ana Bilim Dalı Başkanlığı kapsamında Dr. Öğretim Üyesi Nurcan YÜCEL danışmanlığında yürütülen Bihter TUT'a ait "İş Geliştirme Merkezlerinin Girişimciler Üzerindeki Etkisi: Elazığ İŞGEM Örneği" konulu yüksek lisans tezinin araştırılması için tarafımızca izin verilmiştir.

Genel Direktör

Ömer Naci KARATAŞ

ELAZIĞ İŞGEM

ELAZIĞ Teknoloji, İş Geliştirme ve Girişim Hizmetleri Ltd. Şti.
Harput V.D. 3300452606 - Tic. Sic. No.: 11696
Bismişen Meydanı / Çarşı / Hilalkent Yatırı

Elazığ İş Geliştirme Merkezi – EİŞGEM

Yeşilkent Mahallesi, Üniversite Çiftlik Sokak, No.13, Hankendi Beldesi / Elazığ
Tel: ++90.424.2483510 (pbx) / Faks: ++90.424.2483511
e-posta: info@elazigisgem.com / www.elazigisgem.com

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı : Bihter YALDIZ TUT

Doğum Tarihi ve Yeri : 26.11.1991 / Elazığ

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Hıdır Sever Anadolu Lisesi - 2008

Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi - İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi - Ekonometri Bölümü - 2015

Yabancı Dil : İngilizce

İş Deneyimi

İkizler Yapı A.Ş. - Yönetici Asistanı

Fırat Üniversitesi Pazarlama ve Nöropazarlama Araştırma Merkezi - Araştırmacı

VODAFONE - Aktivasyon Sorumlusu

NEUROTURK Eğitim Danışmanlık Proje ve Ar-Ge Hizmetleri - Kurucu Yönetici

Elazığ İŞGEM - Uzman Yardımcısı

We Global - AB Proje Uzmanı ve Eğitimci