



**T.C.**

**BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI**

**ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ BİLİM DALI**

**YÜKSELEN DEĞER DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK:  
SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ VE  
TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**Pınar YAŞA**

**BURSA – 2023**





**T.C.**

**BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI**

**ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ BİLİM DALI**

**YÜKSELEN DEĞER DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK:  
SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ VE  
TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**Pınar YAŞA**

**Danışman:**

**Prof. Dr. Aysen TOKOL**

**BURSA – 2023**

## ÖZET

Adı ve Soyadı	: Pınar Yaşa
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitüsü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim/Anasanat Dalı	: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Bilim/Sanat Dalı	: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: XI + 141
Mezuniyet Tarihi	: .../ ... /20...
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Aysen Tokol

### YÜKSELEN DEĞER DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK: SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI

Birçok ülkenin odak noktaları arasında olan girişimcilik ve inovasyon konuları araştırmacılar tarafından çeşitli çalışmalara konu edinmiştir. Bu konular araştırma alanına katkılar sunarken çeşitli küresel raporlar ve raporlara bağlı analiz ve yorum çalışmaları alanın değerlendirilmesi açısından bir imkân sunmaktadır. Çeşitli bilimsel çalışmalardan elde edilen sonuçlar; ekosistem aktörleri ve karar alıcılar açısından ileri okumalar, analizler, tespitler ve bir sonraki araştırmalar için bir referans noktası olarak kullanılmaktadır. Ülkelerin girişimcilik düzeyleri, girişimcilik süreçleri ve girişimcilik potansiyelleri açısından çeşitli veriler ile değerlendirmekte ve öneriler getirilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmada; dijital girişimciliğin, ekonomik büyüme ve istihdamın azaltılmasının tetikleyici gücü olduğundan bahsedilecektir. Teknolojik ilerlemeler ışığında çalışma hayatımıza bilgi ve iletişim teknolojilerinin daha çok yer alması sonucunda yaşanan dijital dönüşümün varlığı ve bu bağlamda dijital girişimcilik ile arasındaki ilişki bahsedilecektir. Dijital girişimcilerin, geleneksel girişimcilerden hangi kısımlarda farklılaştığına değinilecektir. Çalışmanın asıl amacı, çok boyutlu olan dijital girişimciliğin dijital dönüşümün varlığında ekonomik büyüme ve istihdam üzerindeki rolünü anlamaktır. İnovasyonun ve dolayısıyla sosyoekonomik sistemin bir parçası olarak dijital girişimin farklı yönleri arasındaki karşılıklı ilişki anlatılmak istenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital, girişimcilik, Avrupa Birliği, Türkiye.

## **ABSTRACT**

**Name and Surname** : Pınar Yaşa  
**University** : Bursa Uludag University  
**Institution** : Social Science Institution  
**Field** : Labor Economics and Industrial Relations  
**Branch** : Labor Economics and Industrial Relations  
**Degree Awarded** : Master  
**Page Number** : XI + 141  
**Degree Date** : .../ ... / 20...  
**Supervisor** : Prof. Dr. Aysen Tokol

### **THE RAISING VALUE DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: THE COMPARISON OF SELECTED EUROPEAN UNION COUNTRIES AND TURKEY**

**Entrepreneurship and innovation, which are among the focal points of the many countries, have been the subject of various studies by researchers. While these subjects contribute to the research field, various global reports and analysis and interpretation studies related to the reports provide an opportunity for the evaluation of the field. Results obtained from various scientific studies; It is used as a reference point for further reading, analysis, determination and further research for ecosystem actors and decision makers. The entrepreneurship levels of the countries are evaluated with various data in terms of entrepreneurship processes and entrepreneurship potentials and suggestions are tried to be made. In this study, it will be mentioned that digital entrepreneurship is the trigger power of economic growth and the reduction of employment. In the light of technological advances, the existence of digital transformation experienced as a result of more information and communication technologies taking place in our working life and in this context the relationship between digital entrepreneurship will be mentioned. It will be mentioned in which parts digital entrepreneurs differ from traditional entrepreneurs. The main purpose of the study is to understand the role of multidimensional digital entrepreneurship on economic growth and employment in the presence of digital transformation. The interrelationship between different aspects of innovation and therefore digital enterprise as a part of the socioeconomic system is intended to be explained.**

**Keywords: Digital, entrepreneurship, European Union, Turkey.**

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	v
ŞEKİL LİSTESİ.....	vi
GRAFİK LİSTESİ.....	vii
KISALTMALAR.....	viii
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI.....	3
2. DIJİTAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI.....	7
2.1. Dijital Dönüşüm.....	7
2.2. Dijital Girişimcilik.....	9
3. DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ.....	16
4. DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ.....	18
5. DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRLERİ.....	21
6. DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN BOYUTLARI.....	22
7. DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN SAĞLADIĞI FIRSATLAR VE TEHDİTLER.....	23

### İKİNCİ BÖLÜM

#### GİRİŞİMCİLİK POLİTİKALARI

#### VE DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN MEVCUT DURUM

1. GİRİŞİMCİLİK POLİTİKALARI.....	27
1.1. Girişimcilik Politikalarında Devletin Rolü ve Önemi.....	27
1.2. Avrupa Birliği'nde Girişimcilik Politikaları.....	30
1.3. Türkiye'de Girişimcilik Politikaları.....	39
2. DIJİTAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN MEVCUT DURUM ANALİZİ.....	47
2.1. Dünya'da Mevcut Durum Analizi.....	47
2.2. Avrupa Birliği'nde Mevcut Durum Analizi.....	55

2.3. Türkiye’de Mevcut Durum Analizi.....	61
2.3.1. Türkiye’de Dijital Girişimciliğin Gelişmeme Nedenleri .....	63
2.3.1.1. Mevzuattan Kaynaklanan Nedenler .....	64
2.3.1.2. Altyapıdan Kaynaklanan Nedenler .....	66
2.3.1.3. İnsan Kaynakları ve Eğitimden Kaynaklanan Nedenler .....	69
2.3.1.4. Finansman ve Desteklerden Kaynaklanan Nedenler.....	70
2.3.1.5. Kültürden Kaynaklanan Nedenler.....	72

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ VE TÜRKİYE

#### KARŞILAŞTIRMASI

1. KARŞILAŞTIRMADA KULLANILAN SEÇİM YÖNTEMİ.....	74
2. KARŞILAŞTIRMA KRİTERLERİ .....	82
2.1. Finansmana Erişim.....	82
2.2. Vergi ve Bürokratik Süreçlere Yönelik Politikalar ile Ticari ve Profesyonel Altyapı.....	93
2.3. Girişimcilik Eğitimine Yönelik Politikalar .....	97
2.4. Ar-Ge Harcamaları ve Ar-Ge Transferi .....	105
2.5. Girişimcilik Kültürü ve Yeteneğinin Geliştirilmesine Yönelik Politikalar.....	107
2.6. İnsan Sermayesine Yatırım Sürecine İlişkin Politikalar .....	111
2.7. Kurumsal Düzeyde Girişimcilik .....	116
2.8. Girişimci Vizesi .....	120
2.9. Girişimci Kent.....	123
3. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK VE İSTİHDAM.....	128
SONUÇ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ .....	133
KAYNAKÇA.....	142

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Dijital Girişimciliğin Geleneksel Girişimcilikten Farkları .....	20
Tablo 2. Dijital Girişimciliğin Türleri .....	22
Tablo 3. Mamata Şirketlerinin Değeri.....	53
Tablo 4. Bilgi Ve İletişim Teknolojileri Güvenliği İhlâl Olaylarına Göre Güvenlik İhlâli Yaşayan Girişimlerin Oranı, 2022.....	67
Tablo 5. Seçilmiş Ülkelerin İnovasyon Performansına Göre Ayrımı .....	75
Tablo 6. Seçilmiş Ülkelerin Girişimcilik Aktivitesi Oranı .....	76
Tablo 7. Avrupa Birliği Ülkeleri İle Türkiye'nin Karşılaştırma Kriterleri Tablosu .....	76
Tablo 8. Dünya'nın En Girişimci Ve İnovatif Şehirleri Sıralaması .....	126



## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Dijital Girişimcilik Ekosistemi .....	15
--	----

## GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1. Yaşa Göre İnternet Kullanıcıları (2019) .....	48
Grafik 2. İnternet, Mobil İnternet Ve Sosyal Medyayı Kullanarak Geçirilen Ortalama Günlük Süre (2019).....	49
Grafik 3. İnternet Üzerinden Mal Veya Hizmet Siparişi Veren Bireylerin Yüzdesi (2019-2010).....	50
Grafik 4. Girişimlerin Ölçeklerine Göre Geniş Bant Bağlantısı,(2019).....	50
Grafik 5. Girişim Faaliyetlerinde Bilişim Teknoloji Araçlarının Kullanımı, (2019).....	51
Grafik 6. İnternet Erişim İmkânı Olan Haneler Ve Bireylerde İnternet Kullanımı, (2011-2021).....	61
Grafik 7. Sabit Genişbant Bağlantı Kullanımı Ve Abone Olunan En Yüksek Bağlantı Hızı, 2019-2021 .....	62
Grafik 8. Web Satışı Yapan Girişimlerin Dağılımı (2016-2021).....	63

## KISALTMALAR

<b>Bibliyografik Bilgiler</b>	<b>Türkçe / İngilizce</b>
OECD	İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü/Organisation for Economic Co-operation and Development
EUROSTAT	Avrupa İstatistik Ofisi
EIP	Girişimci Göstergeleri Programı/Entrepreneurship Indicator Programme
BİT/ICT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri/Information Communication Technologies
GEM	Global Girişimcilik Monitörü/Global Entrepreneur Monitor
WWW	Dünya Çapında Ağ/World Wide Web
GİSEP	Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı
BKM	Bankalararası Kart Merkezi
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
GEDI	Küresel Girişimcilik ve Geliştirme Enstitüsü/Global Entrepreneurship and Development Institute

## GİRİŞ

Dijital dönüşüm sürecinin yaşanması, geleneksel olarak benimsenmiş stratejileri bir kenara bırakılarak, yapıları dönüştürerek yeni iş yapma modellerine giden kapıyı açmaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler girişimcilik kavramını da değiştirmiştir. Dijital girişimciler endüstriyel alanlardaki güncelliğini yitirmek üzere olan iş modellerine meydan okumakta ve iş modellerini yeniden şekillendirerek bilişim teknolojilerini etkin bir şekilde iş modeline dahil etmektedirler. Böylece birçok zorluğa dijital çözümler üreterek birçok sorunu avantaja çevirmektedirler. Dijital dönüşüm sosyo ekonomik sistemleri etkileyerek iş süreçlerinde ve girişimcilik faaliyetlerinde iletişim ve teknoloji alanlarında kaçınılmaz farklılıklar sunmaktadır. Dijital girişimciliğin kapsamı ve erişimi oldukça geniştir. Geleneksel işletmelerin dijitalleşmesi ve çevrimiçi olarak varlığını sürdürmesi son derece önemlidir.

Gelişmiş teknolojilerin varlığı birçok iş için tehdit oluştururken, dijital girişimcilik ülkenin ekonomik büyümesinde sıçrama yaratmaktadır. Böylece aslında tehdit gibi görünen teknolojiler dijital girişimcilik veya e-girişimcilik faaliyetleriyle fırsata dönüşerek işsizliğin azalmasına da yardımcı olmaktadır. Genel olarak, varlığı, hizmeti, veya işletmenin geniş kapsamını dijital ortama aktaran herhangi girişimcilik faaliyeti dijital girişimcilik olarak adlandırılmaktadır. Bu nedenle, dijital girişimcilik, dijital ürün veya hizmetlere, dijital dağıtıma, dijital bir iş yerine, dijital bir pazara veya bunların kombinasyonlarına dayanmakta olan yeni bir iş modelini içeren girişimcilik olarak ifade edilmektedir (Dutot vd, 2015: 81). Bireylerin hayatlarına yeni teknolojiler ve yeni ilerlemeler girdikçe dijital girişimcilik de değişime uğrayacaktır.

Bu çalışmada; dijital girişimciliğin, ekonomik büyüme ve istihdamın azaltılmasının tetikleyici gücü olduğundan bahsedilecektir. Çalışmanın asıl amacı, çok boyutlu olan dijital girişimciliğin dijital dönüşümün varlığında ekonomik büyüme ve istihdam üzerindeki rolünü anlamaktır. Çalışmada inovasyonun ve dolayısıyla sosyoekonomik sistemin bir parçası olarak dijital girişimin farklı yönleri arasındaki karşılıklı ilişki anlatılması amaçlanmaktadır.

Bu amaçlara ulaşmak için birinci bölümde dijital girişimciliğin kavramsal çerçevesi çizilmektedir, bu doğrultuda yaşanan dijital dönüşümün varlığı ve bu bağlamda dijital girişimcilik ile arasındaki ilişki bahsedilecektir. Dijital girişimciliğin belirleyicileri, inovasyon sisteminin üç boyutu olan (girişimci, girişim süreci, ekosistem) kalıplarından, dijital girişimciliğin özellikleri, temel göstergeleri, geleneksel girişimcilikten farklılaşan yönleri, sağladığı fırsatlar ve tehditler üzerinde durulacaktır.

İkinci bölümde, girişimcilik politikaları ve dijital girişimciliğe ilişkin mevcut durumdan bahsedilecektir. Girişimcilik politikalarında devletin rolü ve önemi üzerinde durularak, Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de girişimcilik politikalarına değinilecektir. Devamında dijital girişimciliğe ilişkin mevcut durum analizi adı altında Dünya'da, Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de dijital girişimciliğe ilişkin mevcut durum dijitalleşme ile ilişkilendirilerek analiz edilmeye çalışılacaktır. Birçok ülkenin internet kullanım bilgileri, girişimlerin geniş bant bağlantılarına erişimleri gibi çeşitli verilerle Dünya'da dijital girişimciliğe ilişkin mevcut duruma istatistiksel olarak incelenecektir. Avrupa Birliği'nde dijital girişimciliğe ilişkin mevcut durum analizi Avrupa Birliği tarafından yayınlanan belgelerle desteklenecektir. Türkiye'de dijital girişimciliğin gelişmeme nedenlerinden bahsedilecektir.

Üçüncü bölümde ise; Avrupa Birliği tarafından yayınlanan Avrupa İnovasyon Skoru 2021 verileri Raporuna göre en yüksek performansa sahip ülkeler belirlenmektedir. Rapora göre dört farklı inovasyon grubunda yer alan ülkelere en yüksek performansa sahip İsveç, Hollanda, İtalya, Hırvatistan seçilerek Türkiye ile karşılaştırılacaktır. Bu ülkeler belirlenmiş karşılaştırma kriterlerine göre karşılatırılacaktır. Dijital girişim ve istihdam ilişkisinden de bahsedilerek, sonuç ve öneriler kısmında Türkiye'nin dijital girişimcilikte diğer ülkeleri yakalayabilmesi için çeşitli öneriler sunulacaktır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

### 1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Kavram olarak girişimcilik, Fransızca kökenli “entreprendre” ve Almanca kökenli “unternehmen” sözcüklerinden türemiştir. Dilimizde ise “üstlenmek” anlamında kullanılan bir fiili ifade eder. Bu bağlamda girişimci, “bir işletmeyi planlı bir organizasyon haline getirme, ortaya çıkabilecek riskleri üstlenme gibi sorumlulukları kabul eden bireyi” ifade etmektedir (Güney, 2015: 88).

Dar anlamda girişimcilik, yeni fikirleri sunma, bu fikirleri ihtiyaçları karşılayacak mal ve/veya hizmete dönüştürme, sonrasında ise bunları pazarlama faaliyetlerinden ibaret olarak görülmektedir (İrmiş vd., 2010: 104). Girişimcilik ekonomik gelişmenin temel dinamikleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Girişimciliğin günümüz dünyasında pek çok alanda kabul edilen tanımı ilk kez Richard Cantillon tarafından 1755’te yapılmıştır. Girişimciliği o an için hesaplanmamış bir fiyatla satmak için üretim girdi kalemlerinin ve hizmetlerin alınması ve üretilmesi olarak tanımlayan Richard Cantillon, girişimcilikte risk kavramını daha belirgin hale getirmiştir. O dönemin koşulları dikkate alındığında girişimcilik tanımının ilk kez kullanılması ve kavramlaştırılmasının yanı sıra girişimciliğin risk faktörünü de içeren bir kavram olduğunun ortaya çıkarılması, günümüz koşullarında da risk faktörünün halen önemli sayılması girişimcilik kültürü açısından önemli bir husustur (Ürper, 2014: 146).

Fransız iktisatçı Jean Baptist Say girişimciliği üretim faktörleri arasında değerlendirmiş ve bu görüşü sayesinde girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak literatürde yerini almıştır. Joseph Alois Schumpeter’in konuyu dinamik girişimcilik kavramıyla daha farklı yönlerle taşıması bu görüşü daha önemli hale getirmiştir (Başar vd, 2013: 22).

Girişimcilik, bireyin ortaya çıkan fikrini eyleme dönüştürme yeteneğini ifade eden bir kavramdır. Girişimcilik kavramı yaratıcılık, yeni yöntemler kullanmak (inovasyon) ve riske katlanmakla beraber belirlenen hedeflere ulaşırken planlı proje oluşturmak ve yönetim etkinliğini de kapsar. Başka bir ifade ile girişimcilik, süre gelen yaşamda, iş

ortamında ve toplumu oluşturan bireylerin ve toplum içerisinde çalışanların sosyal ve ticari faaliyetleri sırasında oluşabilecek fırsatların yeni fikirlerle hayata geçirilmesinde gerekli olan disiplin ve kriterleri bünyesine alan geniş bir kavramdır (Başar vd., 2013: 23).

Girişimciliğin birçok boyutu vardır. İktisadi, psikolojik ve yönetim gibi alanlarda ve her türlü organizasyon yapılarında ortaya çıkmaktadır. Günümüz girişimciliğinde gerek modern gerekse geleneksel tüm şirketlerde, Kobilere ve farklı mülkiyet yapıları içinde geçerli ve birçok bileşeni olan bir olgu olarak değerlendirilmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 9). Bu bileşenler, girişimciliğin ortaya çıktığı çevre dikkate alındığında değişiklik göstermektedir. Girişimcilik olgusunun değerlendirilmesinde ilk odak nokta, girişimcinin birey olarak değil girişimciliğin bir süreç olarak düşünülmesidir (Başar vd., 2013: 23). Girişimcilik süreci ile ilgili kabul gören iki model mevcuttur. İlki Andy Timmons'a ait, ikincisi ise Carol Moore'a ait Girişimcilik Süreci Modelleridir.

Timmons modeline göre yeni kurulan işletmeler için 3 önemli unsurdan bahsedilir. Bunlar; girişimci, fırsat ve yeni bir işletme yaratmak ve geliştirmek için gerekli olan kaynaklar. Fırsat Timmons'ın modelinde başlangıç noktasıdır. Fırsatlar büyüklük, biçim ve derinlik bakımından tüm modellerde ekibin ve kaynakların büyüklük, derinlik ve biçimini belirler (Timmons vd., 2004: 60).

Bir diğer model olan Moore modelinde, süreç olarak girişimcilik birbirini izleyen aşama ve olaylar zinciri şeklinde ortaya konmuştur. Yenilik, tetikleyici olaylar, uygulama ve gelişme bu zincirin aşamalarıdır. Moore'un girişimcilik süreci modelinde, her aşama kritik faktörlere vurgu yaparak işletmeyi geliştirecek adımlar içerir. Model girişimci özelliklerinin çoğu bireyin davranışına benzer şekilde çevresel faktörlerin ve kişisel özelliklerin etkisi altında şekillendiğini ileri sürer (Nassif vd., 2010: 213).

Girişimcilik kavramı son yıllarda birçok ülkenin ekonomik gelişme politikalarının merkezinde yer alan bir konu haline gelmiştir. Yoğun girişimci dinamizmi ve hızlı ekonomik büyüme arasındaki pozitif ilişki girişimciliğin ekonomik gelişmenin dinamik unsurunu oluşturması, girişimciliğin iktisat teorisinde de gerekli önemi kazanmasına yol açmıştır. Günümüzde girişimciliğin gerek gelişmekte olan gerekse gelişmiş ülkelerin ekonomi politikalarının vazgeçilmez bir unsuru olduğu kabul edilmektedir.

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte girişimcilik daha da bir önem kazanmıştır. Günümüz bilgi çağında bireyin emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı artmaya başlamıştır. Bu noktada girişimciliğin önemi, yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıkmıştır.

Teorik olarak ilk girişimcilik anlayışı ise 1755 yılında Richard Cantillon'un tanımıyla anılır. Cantillon'a göre, tüccar belirli bir fiyatta çiftçiden ürün satın alıp belirsiz bir fiyata satabilir. Tüccarı bu girişime motive eden, faaliyeti karşısında elde etmeyi umduğu kârıdır. Bu kâr, tüketim malları fiyatlarının dalgalanmalarının önceden belli olmaması nedeniyle belirsizdir. İktisadi anlamda ise, girişimci arz ve talebin şekillendirdiği rekabet piyasasında arbitraj yaparak yani malı ucuza alıp pahalıya satarak, kâr elde etmeye çalışan birey olarak tanımlanır. Richard Cantillon girişimciyi belirsizlik ortamında fırsatları görebilen ve bu fırsatları değerlendirip hayata geçirebilmek için risk almaya hazır birey olarak tanımlar. Buradaki önemli iki nokta ise, belirsizlik durumu ve bireyin risk üstlenici olmasıdır. Günümüzde de her şeyin hızla değişmesi ve yaşanan dijital dönüşüm belirsizliği riski arttırmaktadır.

OECD tarafından da belirtildiği gibi, çoğu birey, girişimcilik teorisi geçmişini takip ederken Cantillon'a (1755) atıfta bulunur. Kapitalizmin ilk aşamalarında yazdığı incelemesinde, girişimcilik ve girişimci figürü zaten klasik iktisadın temellerinde mevcuttur. Bununla birlikte, Schumpeter girişimciliğin çağdaş versiyonunun babası olarak görülmektedir.

Avusturyalı ekonomist Schumpeter'in büyüme ile ilgili görüşlerinin temelinde yenilik ve girişimcilik kavramı çok önemlidir. Yenilikler ve girişimler kapitalist sistemin gelişimini sağlayan ve ekonomik dalgalanmaya neden olan faktörlerdir. Girişimci yenilik yaparak kârını arttırmaya çalıştıkça, diğer girişimciler de aynı şeyi yaptıkları için başka yeniliklerin de ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durumu ise schumpeter yeniliklerin kümelenmesi olarak nitelendirir. Diğer yandan girişimci yeniliği uygulayarak yenilik konusu olan malın üretiminde molopolcü konumunda kâr elde eder. Ancak bir süre sonra diğer girişimciler de aynı amaçlarla aynı alanlarda piyasaya girerek başka yenilikler yaparak monopolcü konuma gelmektedirler. Süreç içerisinde eski malların ve endüstrilerin yerlerini yeni mallar ve endüstriler almaktadır. Schumpeter



bu durumu yaratıcı yıkım olarak nitelendirmekte, kapitalizmin ve ekonominin durağan olmayan yapısını, yaratıcı yıkımlara bağlamaktadır. Kapitalist sistemin sürekli değişimini sağlayan ve yenilikleri uygulayan bireyleri girişimciler olarak adlandırır. Girişimcilerin yenilikleri uygulaması konusunda iki unsura ihtiyaç bulunmaktadır. Bunlar; teknik bilginin varlığı ve yenilikleri uygulayabilmek için ihtiyaç duyulan kredilerdir. Schumpeter girişimciyi ve teknolojik gelişmeyi ayrı faktörler olarak değerlendirmemektedir. Ona göre kapitalist bir ekonomide, yenilikler ve teknolojik gelişme, büyümenin dışsal bir değişkeni değil içsel bir değişkenidir. Schumpeter'in 1950'lerde literatüre kazandırdığı kuram yaratıcı yıkımı birçok bireye ilham olmaktadır. Schumpetere göre; hiç bir şirketin var olma hakkı sonsuza dek sürmez ve bu hak değişime açık olacak yeniden kazanılmalıdır.

Schumpeterin yaratıcı yıkımı yeni bir dönemin başlangıcını oluşturmaktadır. Böyle dönemlerde hem şirketler, hem bireyler kendilerini yeniden yapılandıkları, pazarlarını değiştirdikleri ürünlerini farklılaştırdıkları fark yarattıkları değer oluşturdukları bir süreç içerisinde geçmektedirler. Kriz tekrardan yenilenme ve yapılanmadır. Bu nedenle inovasyon için bireyler ve şirketler hazır olmalı ve yapılanmalıdır. Dünyanın her yerinde, küreselleşmeyle beraber krizler tüm şirketleri etkilemektedir, inovasyona ayak uyduramayan şirketler iflasa sürüklenir. Şirketler ihtiyaca göre inovasyon oluşturup, yeni yöntem stratejileri ile değişimi sağlamaktadır. Yaşanan kriz dönemleri inovasyon yapılarak fırsata dönüştürülmüştür.

Girişimcilik, bireyin düşünsel emeğinin ekonomik değere dönüşmesi olarak ifade edilmekte ve üretim faktörleri arasında yer almaktadır. Değer yaratmak kar elde etmek anlamına gelmemektedir. Kar elde etmek girişimci için sadece bir başarı göstergesidir. Girişimci için asıl olan rekabetçi ortamda yeni fırsatlar ve talepler yaratacak şekilde üretim yapmaktır.

Teorik görüşleri işlevselleştirmek için Girişim Göstergeleri Programı (Entrepreneurship Indicator Programme)<sup>1</sup> ortak bir tanıma yol açmaktadır.

- Girişimciler: ekonomik faaliyetin yaratılması veya genişletilmesi yoluyla yeni ürünleri, süreçleri veya pazarları kullanarak bir şeyler üretmeye çalışan bireylerdir.

---

<sup>1</sup> OECD ve Eurostat tarafından ortaklaşa geliştirilmiş programdır.

- Girişimcilik faaliyeti: ekonomik faaliyetin yaratılması veya genişletilmesi yoluyla değer üreten amaçların peşinde koşan girişimci birey eylemidir.
- Girişimcilik: girişimcilik faaliyeti ile ilişkili bir olgudur.

Girişimcilik ve inovasyon birbirini tamamlayan kavramlardır. İnovasyon, girişimciliğin kaynağı olarak tanımlanır. Oslo Kılavuzuna<sup>2</sup> göre inovasyon işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün, mal veya hizmet veya süreç yani bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Yenilikçilik, şirketlerin kendi buldukları alanlarda ve uzmanlıklarında mekansal, zamansal veya maliyet açısından fark yaratmasıdır. İnovasyon sadece bireye veya şirkete bağlı değildir. Ülkelerin politikasında da çok önemlidir, ülkenin inovasyon politikası, teknoloji politikası bireyleri ve şirketleri etkiler. Yapay zeka ile geliştirilmiş dünyanın önde gelen platformu, Derwent innovation<sup>3</sup> verilerinde özellikle yapay zeka alanında yapılan inovasyonlarda, Çin’de yapılan patentler ABD’de yapılanlardan çok daha fazladır. Bulunan patentler politikalarla beraber desteklenmekte ve tüm coğrafyayı etkileyecek şekilde yeniden yapılanmaktadır.

## **2. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI**

### **2.1. Dijital Dönüşüm**

Dijital dönüşüm ile ilgili güncel çalışmalar öncelikle bilgi teknolojisi / bilgi sistemi, ticari ekonomi ve sosyal bilimler alanlarına odaklanmakta ve dijitali dikkate almaktadır (Wang vd., 2020: 442). Dijital dönüşüm faaliyetleri inovasyon süreçlerinin dönüşümünü ve adaptasyonunu da kapsamaktadır. Dijital dönüşüm yalnızca bilgi ve iletişim sektörlerinin odağı olmaktan uzaklaşıp, ayrıca otomotiv, lojistik, perakende gibi bir çok sektör içinde önem arz etmektedir.

---

<sup>2</sup> OECD ve Eurostat ortak yayımı olarak uluslar arası referans olarak kabul edilen TUBİTAK tarafından Türkçe’ye çevrilip yaygınlaştırılan klavuz

<sup>3</sup> Patent araştırma platformu, <https://clarivate.com/products/ip-intelligence/patent-intelligence-software/derwent-innovation/>

Tilson vd., (2010) göre, dijitalleşme dijital teknolojileri altyapısal hale getiren daha geniş sosyal kurumsal bağlar oluşturan dijitalleştirme tekniklerinin uygulanmasının sosyoteknik bir sürecidir (Tilson vd, 2010: 248). Dijital dönüşümün kaynağı olan dijitalleşme, “dijital teknolojinin yarattığı birey yaşamının tüm yönlerini etkileyen değişiklikler” olarak da yorumlanmaktadır. Buna karşılık, dijital girişimcilik bu tür dönüşüm süreçlerinin bir kısmı, başka bir deyişle yenilik geliştirmenin, sürdürülebilir inovasyon sisteminin tetikleyici gücü olarak düşünülebilir.

Dijitalleşmenin ilerlemesine dijital dönüşüm eşlik etmektedir. Bu nedenle şirketlerin, operasyon süreçlerini ve modellerini yeni teknolojileri en verimli şekilde uygulayabilecekleri şekilde dönüştürmeleri gerekmektedir. Dijital dönüşüm süreci, dijital girişimcinin işini etkili ve güçlü kılabilmek için yeni iş stratejilerini oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Özyer, 2021: 84).

Dijital dönüşüm kavramı dijitalleşmeden biraz farklı bir noktada konumlanmaktadır. Dijitalleşme ile dijital dönüşüm arasındaki fark; dijitalleşme teknolojiyi kullanmaktır. Teknolojiyi iş süreçlerine entegre edip oradan artı gelir elde edip otomasyonu sağlamak ise dijital dönüşümdür. Dijitalleşmenin altında konuşulan çok fazla teknoloji mevcuttur. Bunlar arasında artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti, büyük veri, siber güvenlik sistemleri, otonom robotlar, simülasyon, 3D yazıcılar gibi bir çok teknoloji sayılabilir. Şirketler dijitalleşmeyi bu teknolojilerin şirketlerde kullanılması olarak görmektedir. Dijital dönüşümde sorgulanması gereken ise, bu teknolojilerin iş süreçlerine entegre edilip verimliliklerin artırılmasında kullanılıp kullanılmamasıdır.

Dijital dönüşüm kavramı hayatımıza Endüstri 4.0 ile girmiştir. Endüstri 4.0 üretim tesislerinde veya fabrikalarda üretimlerin sensörler sayesinde takip edilmesi, yapay zeka tarafından analiz edilmesi ve o sürecin otomasyonun sağlanmasıdır. Sensörlerin ve yazılımların birbirine bağlanmayıp otomasyon için kullanılmadığı durumlarda dijital dönüşümden söz edilmez, bu durum dijitalleşme olarak adlandırılmaktadır.

Dördüncü Sanayi Devrimi dijital devrimdir. Dijital ekonomi geleneksel ekonomiye katılarak hızlı biçimde yaygınlaşmaktadır. Dijitalleşme hemen hemen tüm sektörleri nüfus ettiği için genel olarak kabul edilen bir ‘dijital ekonomi’ tanımını sağlamak zordur. Dijital ekonominin veri ve interneti çeşitli yollarla üretim süreçlerine ve iş

modellerine dahil ettiği düşünülmektedir. Dar anlamda ise ILO (2022)'nin tanımlarına göre, dijital ekonomi çevrimiçi platformlar ve varlığını bu platformlara borçlu olan faaliyetler olarak tanımlanabilir. Geniş anlamda ise, sayısallaştırılmış verileri kullanan tüm faaliyetler dijital ekonominin bir parçası olarak kabul edilebilir. Ekonomiyi dijitalleştirmek günümüz koşullarında yeniliğin, rekabetin, büyümenin en temel çarkıdır (ILO, 2022: 46).

## 2.2. Dijital Girişimcilik

İngilizce “enterprise” olarak adlandırılan girişimcilik kavramı, “*yeni bir işbirliği sağlamak veya mevcut bir işi geliştirerek yeni bir girişim yaratmak*” şeklinde tanımlanmaktadır (GEM, 2016: 1). Girişimcilik alanında ilk kuramlardan birini geliştiren Richard Cantillon (1755) girişimciyi şöyle tanımlamıştır: “*Girişimci, belirsiz ortamlarda fırsatları yakalayabilen ve bu fırsatları değerlendirerek hayata geçirmek için risk almayı göze alan bireylerdir.*” Modern girişimcilik kavramını tanımlayan Cantillon'nun (1755) tanımında iki unsur vardır: Birinci unsur girişimcilerin belirsiz ortamlarda hareket etmesi, diğer unsur ise girişimcilerin riskleri üstlenmesidir. Değişim hızının arttığı günümüzde, dijital dönüşümün yaşanmasıyla birlikte artan belirsizlik riski oluşturmakta ve arttırmaktadır. Günümüz dünyasında dijital girişimcilerin aldıkları risk ve kazanılan getiri, geleneksel girişimcilikten farklılık göstermektedir. Bu kapsamda dijital girişimcilik kavramının geleneksel girişimcilikten bazı yönleriyle farklılaştığını söylemek mümkündür.

Dijital girişimcilik, internet ve teknolojinin özellikleri göz önünde bulundurulduğunda farklı ve yeni bir araştırma alanı olarak kabul edilmektedir. Dijital girişimcilikte internet; işletmelerin vizyonuna, iş hedeflerine ve amaçlarına stratejik ve rekabetçi bir şekilde ulaşmak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Dijital girişimcilik, bazı dijital mal ve hizmetlerin yanı sıra dijital iş faaliyetleriyle de ilgilidir (Hull vd., 2007: 290).

Yeni geliştirilen yazılım ve uygulamalar, sosyal ağlar, internete daha kolay erişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler girişimciler için birçok yeni fırsat sunmuştur. Alanyazında Dijital Girişimcilik kavramı “İnternet Girişimciliği”, “Elektronik Girişimcilik”, “E-Girişimcilik”, “Bilgisayar Girişimciliği”, “Web Girişimciliği”

şeklinde kullanılmış olsa da bütün bu kavramların içerdiği anlam aynıdır. Dijital Girişimcilik Kollman (2006) tarafından şöyle tanımlanmaktadır: “Net ekonomi içinde veri ağlarını kullanarak, dijital ortamlı platformlar sayesinde yenilikçi düşünen bir birey tarafından yeni bir iş fikrinin üretilmesi veya ürünlerin değerini oluşturarak tamamen elektronik ortamlarda hizmetler sunarak yeni bir işletmenin kurulmasıdır.” Bu tanım incelendiğinde oluşturulan bu değer özelliği bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla geliştirildiği düşünülebilir. Dijital girişimcilik; teknolojiye sürekli yaşanan ilerlemeler sayesinde meydana gelen gelişmelerden yararlanarak toplumun birçok kesiminin ulaşabileceği yenilikçi ürün ve hizmetlerin farklı dijital platformlarda satılmasıyla gerçekleştirilen bir girişimcilik türüdür (Ballı, 2020: 158).

Dijitalleşme sürecinde girişimcilik geleneksel anlamından farklılaşmıştır. Bu girişimcilik türü, pazardaki bir dijital iş başlangıç sürecinden veya teknoloji kullanarak uygulanan bir değişime yanıt veren yenilikçi bir fikirden doğmaktadır. Dijital girişimci, yenilikçi çözümlere ulaşılması açısından yapıcı bir biçimde davranarak risk alabilen ve bunları iyi bir biçimde yönetim ile entegre ederek, ekonomik aktivite veya sosyal fayda oluşturulmasında rol oynayan bireydir (Vural vd., 2017: 52).

Dijital girişimcilik, teknolojik platformların ve diğer bilgi iletişim ekipmanlarının kullanımı yoluyla girişimcilik arayışlarını ifade etmektedir (Antonizzi vd., 2020: 8). Şirketler dijital platformlar üzerinden dünyanın bir çok noktasına ulaşabilmekte, böylelikle pazar paylarını genişletmekte ve ürün satışlarını sağlayabilmektedir. Şirket, ürünü sanal ortamdan bireye ulaştırılması aşamasında ne kadar etkin olursa, finansal açıdan o kadar avantaj elde edebilmektedir. Bu nedenle girişimcilik açısından, e-ticaret platformunun önemli yeri bulunmaktadır (Bakırtaş vd., 2006: 125). Dijital girişimcilik geleneksel girişimcilik kavramını genişletmekte ve sürekli gelişen çeşitli bir dizi katılımcıyı içermektedir. Dolayısıyla, dijital girişimcilik pazarlama, satış, ürün, operasyon gibi bir çok kategoriye içinde barındırmaktadır.

Dijital girişimcilik ile ilgili literatürde yer alan farklı tanımlar incelendiğinde, tümünün temelini bilgi ve iletişim teknolojilerinin oluşturduğunu görmek mümkündür. Dijital girişimcilik fırsatlarının elde edilmesinde, dijital medya ve diğer dijital teknolojilerin rolü kaçınılmazdır. Bu kapsamda Kollman’a (2006) göre, dijital girişim dijital platformlar üzerinden ürün ve hizmetler sunarak yeni bir şirketin kurulmasıdır, ayrıca

dijital teknolojiler dijital girişimcilik aktivitelerinin yapılmasını sağlamaktadır (Kollman, 2006: 322).

Hull vd., (2007)'e göre, dijital girişimcilik, girişimin bir kısmının veya tamamının daha geleneksel format yerine dijital olarak gerçekleştiği girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Hull vd., 2007: 210).

Davidson ve Vaast (2010) dijital girişimcilik kavramını “*bilgi teknolojilerinin ve dijital medyanın kullanımında bir fırsat arayışı*” olarak tanımlamıştır (Davidson ve Vaast, 2010: 10).

Yaghoubi vd., (2012)'nin tanımına göre dijital girişimcilik; “*dijital mal ve hizmetlerin, dijital ortamda yeni bir iş yeri ve pazarların oluştuğu girişimciliktir*” (Yaghoubi vd., 2012: 104).

Aulet ve Murray'e (2013) göre, yerel faaliyette bulunmak yerine, teknoloji kullanımı sayesinde, bölgesel hatta küresel olarak faaliyet göstermeyi hedefleyen inovasyon güdümlü girişimcilik türü dijital girişimciliktir (Aulet ve Murray, 2013: 46)

Rashidi vd., (2013) ise dijital girişimciliği; web siteleri ve internet gibi yeni dijital araç-gereçlerin bir iş ortamında kullanıldığı girişimcilik faaliyetleri olarak tanımlamıştır (Rashidi vd., 2013: 1-4).

Guthrie'e (2014) göre, dijitalleşme nedeniyle ortaya çıkan fırsatlardan yeni işler oluşturmak ve çevrimdışı işlerden çevrimiçi işlere yönelmek yeni bir girişimcilik faaliyeti biçimi olarak dijital girişimciliği oluşturmaktadır (Guthrie, 2014: 115)

Welsum'a (2016) göre, dijital girişimcilik pazara yeni dijital ürün veya hizmet getiren girişimleri ve şirket içindeki mevcut ticari faaliyetinin dijital dönüşümüdür (Welsum, 2016: 53).

Bogdanowicz (2015)'e göre dijital girişimcilik “*yeni teknolojilerin kullanımındaki ürün, süreç ve ekonomik faaliyetlerin gelişimine yön veren bir değer oluşturma etkinliğidir.*” (Bogdanowicz, 2015: 117).

Parker vd., (2016) göre, geleneksel girişimcilikten farklı olarak, dijital teknolojiler kullanan ve üretim hızı ve yayılma açısından farklı sonuçlar doğuran girişimcilik dijital girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Parker, 2016: 326).

Sussan ve Acs'a (2017) göre, sosyal, ticari, kurumsal vb. herhangi bir girişimcilik faaliyetinde iş fırsatlarının belirlenerek dijital teknolojilerinin kullanılması dijital girişimciliği ifade etmektedir (Sussan ve Acs, 2017: 55).

Giones ve Brem (2017) dijital girişimciliği geleneksel girişimcilerin sağlamış oldukları hizmetlerin teknoloji ortamında kullanılması olarak ele almıştır (Giones ve Brem, 2017: 44).

Le Dinh vd., (2018) göre, geleneksel girişimcinin, teknolojik gelişmeleri takip etmesi sonucu, dijital çağda iş yapılabilmenin yeni yolu dijital girişimcilik olmaktadır (Le Dinh vd., 2018: 1-17).

Sahut vd., (2019) göre, şirketlerin dijital teknolojileri kullanarak inovasyon ile değer yaratması dijital girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Sahut vd., 2019: 11).

Recker ve Briel'e (2019) göre, dijital teknolojiler ve geleneksel girişimciliğin kesişme noktası dijital girişimciliği oluşturmaktadır (Recker ve Briel, 2019: 149).

Dijital girişimcilik paradigması iki temel özellik ile kategorize edilebilir:

- Girişimcilik faaliyetlerinin yürütülmesi ile birlikte girişimciliğin çıktılarının da tanıtılmasını ve benimsetilmesini desteklemek için internet ve dijital teknolojilerin kullanımına güçlü bir şekilde odaklanır;
- Farklı tecrübelere sahip bireylerin çeşitli girişimcilik faaliyetleri yürütmek için dahil olduğu ve işbirliği yaptığı büyük web tabanlı platformlarda, gömülü inovasyon potansiyellerini kullanmaya imkan tanır (Elia vd., 2020: 7).

Girişimci Göstergeleri Programı tanımlamalarına göre dijital girişimciliğin spesifik olarak odaklandığı noktalar şunlardır:

- Dijital girişimciler: dijital girişimciler aracılığıyla yaratılan değer ve dolayısıyla BİT'lerin etkin kullanımından yararlanarak ekonomik faaliyetleri yaratan ve genişletmeye çalışan bireylerdir.
- Dijital girişimcilik faaliyeti: ekonomik faaliyetin yaratılması veya genişletilmesi yoluyla BİT'lerin etkin kullanımıyla değer üretme hedefiyle, hedeflerin peşindeki birey eylemidir.
- Dijital girişimcilik: dijital girişimcilikle ilişkilendirilen girişimcilik faaliyetini içeren bir olgudur.

İnternet kullanımı artık bir şekilde girişimlerin işleyiş sürecine dahil olduğu için girişimcilik ile dijital girişimcilik arasındaki sınırın çizilmesinde zorlaşmıştır. Bu hususta ayrılan kısım girişimin ilk örgütlendiği yerdir. Örneğin bir girişim ilk olarak internet üzerinden faaliyet göstermek üzere kurulmuş o yönde örgütlenmişse, o girişim internet girişimi olarak adlandırılır. Mevcut örgüt yapısı içinde, internet girişimciliğinden bahsedilebilmesi için, bu yeni işin mevcut şirketin ana iş kolunun dışında ve şirket için yeni bir faaliyet kolu olması gerekir (On birinci Kalkınma Planı Çalışma Raporu, 2018: 24).

Görüldüğü gibi tanımlamalar, yeni bilgi teknolojilerinin ve dijitalleşmenin girişimciliğin üzerinde etkilerinin olduğuna işaret etmektedir. Dijital platformlarda girişimlerin yapılabilmesi, gelişim göstermesi ve sanal ortamlarda ödeme sistemlerinin sürekli değişerek güncellenmesi, girişimcilik faaliyetlerinde önemli gelişmelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kapsamda dijital teknolojiler girişimcilerin işletmeler kurmalarına yardımcı olmak için dijital girişimcilik platformlarını kullanmaya teşvik etmekte, onları bu faaliyetlere yönlendirmektedir. Dijital girişimcilik sektörlerin çalışma şekillerinde başlangıç süreçlerini her geçen gün kolaylaştırabilir hale getirmektedir. Mobil yazılımlar, sosyal ağlar ve platformlar, bilgi ve eğlence amaçlı geliştirilen siteler, bilgisayar yazılımları, eğitim ve danışmanlık gibi birçok hizmet dijital girişimcilik kapsamında değerlendirilebilir (Vural vd., 2017: 62). İşletmelerin yeni fırsat bulmasını sağlayan dijital girişimcilik, yenilikçi iş uygulamalarının tanıtılmasında önemli bir paya sahiptir (Jelonek, 2015: 103). Bu nedenle dijital girişimcilik faaliyetlerinin önemli bir şekilde arttığı düşünülmektedir.



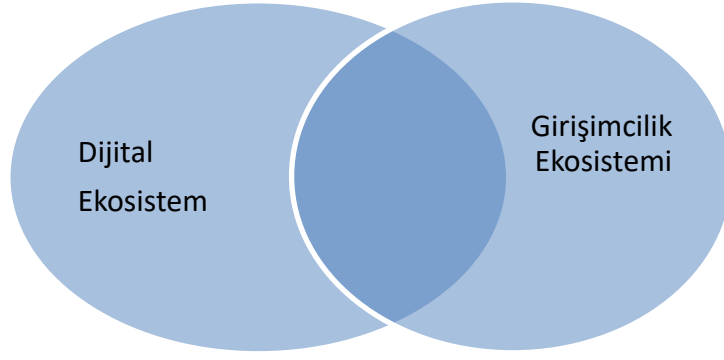
Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi ve gelişen dijital ekonomi nedeniyle girişimcilik gelişiminde nihai ve çağdaş bir trend olarak görüldüğü için dijital girişimciliğe artan bir ilgi bulunmaktadır. Bununla birlikte günümüz girişimciliğinde bilgi ve iletişim teknolojileri ortamında öğrenmek, toplumlarda çalışmak ve yaşamak için 21. yüzyılın becerilerine sahip olmak gerektiği belirtilmektedir (Tekin vd., 2021: 81).

Dijital girişimciler, hem diğer işletmeler ile hem de tüketiciler ve müşteriler ile etkileşim kurmak amacıyla sanal işlemleri tamamlamak için Dünya Çapında Ağ (World Wide Web) teknolojilerini kullanmaktadır (Pourhossein vd., 2014: 48). Bu nedenle bilgi ve iletişim teknolojileri becerilerine sahip olanlar, artık küresel bir pazarda yeni işlerin başarılı bir şekilde yürütülmesinde önemli rol oynamaktadırlar (Vorbach vd., 2019: 15).

Dijital girişimciler, şirketlerde fiziksel olarak tanınan her şeyin internet ortamında yapılmasına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle sürekli yenilenen ve değişen koşullara göre dijital girişimci, yeni nesil tüketici ihtiyaçlarına uygun olarak kendini geliştirmeli ve kendini teknolojik çağın ihtiyaçlarına göre adapte edebilmelidir. Bu kapsamda dijital girişimcilerin, ekonomik kalkınmada, dijital dönüşümün gerçekleşmesinde ve dijital ekonominin gelişmesinde önemli roller üstlenmesi beklenmektedir.

Dijital bir ekosistem, sistem kullanımını artırmak, fayda sağlamak ve bilgi paylaşımını, işbirliğini ve sistem yeniliğini teşvik edebilmek için varlıklar arasındaki etkileşimlere odaklanan heterojen, dijital varlıklar ve karşılıklı ilişkilerden oluşan kendi kendini düzenleyen, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Özyer, 2021: 86). Verilerin dijital ortamda kaydedilmesi, işlenmesi ve yönetilmesine dayalı çok çeşitli platformlardan oluşan dijital ekosistem, iletişimi kolaylaştırarak ürün veya hizmet pazarlama stratejilerinde birçok şirket çeşitlerine destekler sunabilmektedir.

Dijital ekosistemin paydaşları arasında, endüstriyel işletmeler, teşvikler sunan devlet, teknoloji tedarikçileri, araştırma enstitüleri ve üniversiteler gibi eğitim kurumları, yatırımcılar sayılmaktadır. Dönüşümün tetiklenmesi bu paydaşların koordinasyonu ve işbirlikleriyle gerçekleşmektedir. Dijital ekosisteminin oluşması ve gelişebilmesi için; teknolojik alt yapının güçlendirilmesi, kurumlar arası işbirliği, finansal ve teknik açıdan teşvikler ve yasal düzenlemelerin yapılması önem arz etmektedir.



**şekil 1. Dijital Girişimcilik Ekosistemi**

Dijital girişimcilik ekosistemi, dijital ekosistem ve girişimcilik ekosisteminin ortak kümesi olarak oluşmaktadır. Dijital ekosistem, işbirliği ve yeniliği arttırmak için heterojen dijital varlıklar ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerinden oluşan kendi kendini organize eden, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir sistemdir. Dolaylı yoldan da olsa dijital girişimcilik ekosisteminin gelişmesi için girişimcilik ekosisteminin de gelişmesi gerekir.

Global Girişimcilik Monitörü girişimcilik ekosisteminin alt yapısını belirleyen şartların;

- Finansal desteğin varlığı,
- Hükümet politikalarının uygunluğu,
- Girişimciliği destekleyen eğitim ve öğretim,
- Araştırma ve geliştirme,
- Ticari ve profesyonel alt yapı ve maliyet uygunluğu,
- İç pazar dinamikleri,
- Fiziksel alt yapının erişebilirliği ve kalitesi,
- Ulusal kültür olduğunu belirtmektedir.

Girişimcilik ekosisteminin oluşturulabilmesi için (Büyükuşlu, 2020: 202-203);

- Ortaöğretimden üniversite sürecine kadar, üniversitede daha yoğun olacak biçimde, girişimcilik bilincinin benimsenmesi,
- Özel sektörün girişimci çalışan/öğrenci profilini destekleyerek onlarla işbirliği yapması,

- Özel kamu kuruluşları veya üniversiteler bünyesinde yer alan Ar-Ge merkezleri, bilişim vadileri, bilim parkı, teknopark, kuluçka merkezleri, teknoloji transfer ofisleri gibi alanlarda akademisyenlerin ve öğrencilerin yaratıcılık ve yenilikçiliğinden daha fazla istifade edilmesi,
- Dijital girişimlere yatırım yapan şirket sayısının artırılması, melek yatırımcıların, risk sermayesinin oluşturulması, pazardaki büyük yatırımcı ve girişimcilerle işbirliği veya iş yapabilme kapasitesinin geliştirilmesi için yeni bir girişimci kültürü ve felsefesi üzerinde sosyal medya platformların desteğiyle birlikte girişimcilik üzerine yeni sivil toplum örgütlerinin teşvik edilmesi,
- Girişimcilik için ekip kurulması, yeni fikirler geliştirilmesi, problem çözme, sektör analizi yapması, müşteri ihtiyaçlarının tespiti, rekabet koşullarının belirlenip, bireyler arasında etkili iş dağılımının yapılması, iş planının yapılması, satış ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesi ve gelir modelinin oluşturulması gibi söz konusu projeyi hayata geçirmek için gerekli olan temel unsurların belirlenmesi,
- Girişimcilik faaliyetlerinin etkin biçimde sürdürülebilmesi için devlet desteklerinden ve küresel fonlardan yararlanılması,
- Girişimcilik yarışmalarına ve etkinliklerine katılarak tecrübe kazanılması gerekmektedir.

### **3. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ**

21. yüzyılda, şirketlerin hayatta kalması ve başarılı olması için gerekli becerilerinden biri olarak kabul edilen girişimciliğin, internetin benzersiz özelliklerinin göz önüne alınarak dijital girişimciliğe evrimi tamamen yeni bir araştırma alanı olarak kabul edilmektedir.

Özellikle Covid-19 pandemisinden sonra, dijital girişimcilerin ekonomik ve sosyal dönüşümde hayati bir rol oynayacağına inanılmaktadır (Wang vd., 2020: 432). Bunun nedeni, dijital girişimcilerin büyümeyi sürdürmek için, işteki zorluklara dijital araçlar ve inovasyon yoluyla başa çıkacak dayanıklılığa sahip olmaları olarak görülmektedir. Örneğin Çin'deki Covid-19 pandemisinin hemen ardından, mağazalar kapanmaya zorlandı, şirketlerin çoğu tüketicilerine ulaşmak ve satışları sürdürmek için Çinde çevrimiçi canlı yayın platformu olan 'Taobao Live'ı kullanmıştır. Pandemi neredeyse

her sektörde dijital dönüşümü hızlandırmıştır. Aynı zamanda tüketici davranışlarındaki bazı değişiklikler aynen devam etmiştir. Örneğin, pandemi sırasında bireylerin kullandığı dijital hizmetler; çevrimiçi pazar yerleri, nakitsiz ödeme, temassız teslimat ve canlı yayın gibi, her yerde yaygın hale gelmiştir. Bu dijital çözümler dijital girişimciler tarafından yaratılmıştır. Bu çözümler Covid-19 zorlukları sonrası ekonomik toparlanma sürecine öncülük edecektir.

Dijital girişimcilik aynı zamanda çeşitli gruplara daha fazla istihdam fırsatı da sağlamaktadır. Bu yalnızca yapay zeka, sohbet robotları, sesli arama, artırılmış ve sanal gerçeklikle elde edilecek değil, aynı zamanda e-ticaret yoluyla bireyin maliyetini düşürerek elde edilebilmektedir. E-ticaret malların ve hizmetlerin alım satımını ve fonların veya verilerin internet üzerinden iletilmesini ifade etmektedir. Amazon, eBay, Alibaba, Shein gibi e-ticaret platformlarının yaygın kullanımı çevrimiçi perakendede önemli bir büyümeye katkıda bulunmuştur.

E-ticaret, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik verimliliği arttırarak piyasa engellerini aşma ve girişimcilik fırsatları yaratma potansiyeline sahiptir. Çin'de dünyadaki en büyük ve en hızlı büyüyen marketlerinden birinde toplam istihdamın % 5 'ten fazlası e-ticaret yoluyla sağlanmaktadır. Çin'de kırsal alanlardan gelen girişimciler de e-ticaret platformlarında başarılı olmuşlardır (World Bank, 2019). Dijital çözümler ürünlerinin reklamlarını yapmak ve buldukları yerin ötesinde müşteriler bulmak isteyen kırsal kesimi bile desteklemektedir. Girişimcilerde ayrıca ürün geliştirme ve sertifikasyondan sözleşmeye kadar birçok temel beceriyi kapsayan eğitim almaktadır. Bununla birlikte, dijital girişimciliği teşvik etmek için, temel dijital altyapıya yapılan yatırımların hızlandırılması gerekmekte ve özel dijital okuryazarlık eğitimi de dijital olarak marjinalleştirilmiş grupları desteklemek için gerekli görülmektedir. Dijital girişimcilik, yerel inovasyonun ve dolayısıyla yapısal ekonomik dönüşümün ve kalkınmanın güçlü bir itici gücü olarak görülmektedir. Bireyler ve şirketler, dijital ürünler (tarayıcılar, sosyal ağ siteleri, yazılım geliştirme kitleri, açık kaynak kodu vb.) oluşturmak için dijital altyapılara ihtiyaç duymaktadır (Friederici, 2019: 10).

#### 4. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ

Dijital girişimciliğin özelliklerine geçmeden önce dijital işin ne olduğundan bahsetmek gerekmektedir. Gelişmiş ekonomilerdeki ‘dijital iş’ tanımı, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT/ICT/Information and Communication Technologies) tarafından bilgiyi kullanan veya kullanılması mümkün kılınan tüm işlerdir. Dijital işler iletişim ve bilgi teknolojilerinin içinde yer alabilir. Dijital işler tüm sektörlerde mevcuttur. Dijital beceriler ve teknoloji gerekliliklerine göre farklılık gösterir. Bunlar genel olarak üç türe ayrılırlar. İlk olarak, BİT-yoğun işler yazılım mühendisliği veya web sitesi geliştirme gibi doğrudan BİT sektörü aracılığıyla oluşturulan ve yoğun olarak BİT kullanan işlerdir. İkincisi, teknoloji olmadan gerçekleştirilemeyecek BİT'e bağlı işlerdir. Bunlar; örneğin çevrimiçi serbest çalışma (freelancing work), dijital çalışma platformlarındaki işler (ör. Uber, Upwork, vb.) veya e-ticaret platformlarıdır. Son olarak, BİT ile geliştirilmiş işler, dijital teknolojileri kullanarak BİT olmadan da gerçekleştirilebilen işlerdir.

Çalışma hayatı dijital teknolojiler tarafından dönüştürülmeye devam ederken girişimcilikte dijital girişimcilğe doğru yönelmektedir. İşletmelerin ticari avantaj sağlamak ve bilgiyi yaymak için bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanması ve benimsemesi gereklidir. Bunun sonucunda, iş yapış şekli, işbirliği yapma (anlaşma imzalama şekli), işlemlerin gerçekleştirilmesi ve genel iş prosedürlerini değiştirerek işlerin yönetilmesi şekli de değişmektedir. Otomasyon tekniklerinin benimsenmesi zamandan tasarruf sağlarken işgücü verimliliğini de arttırmaktadır. Yeni iş modellerinin, yeni fırsatların ve yeni pazarların ulaşımına kolaylık sağlamaktadır.

Dijital girişimcilerin dikkat çeken iki bireysel özelliği bulunmaktadır: Bunlar içsel ve dışsal özellikleridir. İçsel özellik teknoloji ve yönetim becerilerinden oluşan bireysel özelliklerdir. Dışsal özellikleri ise yatırımlar ve yeni teknolojiler hakkında araştırmacı kimliğine sahip olma, pazar fırsatlarına erişebilme, doğru işbirlikleri oluşturabilme olarak bahsedilebilir. Dijital girişimciler bu özelliklerinden dolayı; sabırlı, azimli, belirsiz ortamlarda faaliyet gösterebilen, liderlik özelliği olan, ticari zekâyâ sahip, araştırmayı seven, pazarı ve müşteriyi iyi biçimde tanıyabilen, risk alabilen, hayal gücü ve kazanma güdüsü yüksek, dikkatli ve titiz çalışma gösteren, bulunduğu alanda deneyimli, dürüst, iş bitirici bireyler olarak görünmektedirler (Özbek, 2020: 186).

Dijital girişimci yenilikçi düşüncelere sahip avantajlı kar elde etmeyi amaçlayan bireydir. Dijital girişimcilik; mevcut girişimleri inovatif dijital teknolojilerle harmanlayarak yeniden uyarlanması dönüştürülmesidir.

McKelvey internet girişimciliğini tanımlayan özellikleri şöyle sıralamıştır:

- Birden fazla bireyin örgütsel veya coğrafi olarak dağıtık halde olmakla birlikte gerçek zamanlı etkileşim içinde yenilik yaratması,
- Bir bireyin hem kullanıcı hem de geliştirici olması,
- Bilginin kopyalanması, iletilmesi veya yayılmasının neredeyse maliyetsiz olması,
- Dağıtık haldeki bireylerin zaman ve emeklerini, illa ki maddi kazanç beklemeden inovasyon amacıyla kullanmaları,
- Yazılım ve iletişimin anlık olarak internet veya dünyaya yaygın ağ (World Wide Web) üzerinden yayılması ile farklı bir bilgi yaratma sürecinin tanımlanmasıdır.

Diğer taraftan, dijital girişimciler girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken dijital medya araçlarına ve bilgi teknolojisine güvenirlir. Pratik düzeyde, dijital girişimcilik ileri teknoloji ile değişen yeni olanaklar yaratırlar.

Dijital girişimciliğin geleneksel girişimcilikten farklı yönleri mevcuttur. Bu farklılıklar aşağıdaki şekilde açıklanabilir (Kişi, 2018: 389):

- Pazara Giriş Kolaylığı: Dijital girişimcilik kapsamında piyasaya girişler kolay olup, az zaman almaktadır. Dijital girişimcilik, fertlere kısa zamanda küçük işletme girişimleriyle ticari internet sayfaları oluşturma olanağı tanımaktadır.
- Üretim ve Depolama Kolaylığı: Geleneksel girişimciler üretimle pazarlama bakımından avantajlı durumda olmayıp, dijital girişimcilikte üretimle depolama noktasında tasarruf sağlanmaktadır. Dijital dünyada envanter anlamsız olup, zaman zaman herhangi bir üretim tesisine ya da depoya gereksinim duyulmamaktadır.
- Dağıtım Kolaylığı: Dijital girişimcilik çerçevesinde mal ve hizmetlerin dağıtılması daha hızlı ve daha ucuz olmaktadır.
- Dijital İşyeri: Mallarla hizmetler dijitalleştiği zaman fiziki açıdan bir araya getirilmiş olan çalışma ekiplerine yönelik gereksinim büyük oranda azalmaktadır.

Dijital girişimcilik kapsamında dünyanın herhangi bir yerinden iş görenler ve ortaklarla beraber çalışabilme olanağı bulunmaktadır.

- Dijital Bağlılık: Geleneksel girişimcilikle karşılaştırılması durumunda, dijital girişimcilik alanında örgütsel bağlılığın geliştirilmesi daha güçtür. Çalışanlarla girişimciler sanal bir şirkette çalıştıklarını yoğun biçimde hissedebilmektedir.
- Dijital Teknolojilerle İletişim: Dijital girişimler, organizasyonlarıyla tedarikçiler, müşteriler vb. anahtar roldeki paydaşları arasında ya da kurum içi iletişimde bilgisayar teknolojilerini temel araç şeklinde kullanabilmektedir.
- Esnek Organizasyon Yapısı: Teknolojik devrim, şirketleri hiyerarşik örgüt yapılarını yıkmak suretiyle çok işlevli takımlardan meydana gelen, esnek, iş birliğine uygun yeni bir örgüt yapısını tasarlamaya zorlamaktadır.

**Tablo 1. Dijital Girişimciliğin Geleneksel Girişimcilikten Farkları**

	Geleneksel Girişimcilik	Dijital Girişimcilik
Pazara Giriş	Zor	Kolay
Üretim ve Depolama	Zor	Kolay
Dağıtım	Daha yavaş	Daha hızlı
İşyeri	Fiziksel olarak bir araya gelme	Dijital işyeri
Örgütsel Bağlılık	Daha kolay	Daha zor
İletişim Biçimi	Yüz yüze	Bilgisayar ve dijital teknolojilerle
Örgüt Yapısı	Hiyerarşik	Esnek ve iş birliğine yatkın

**Kaynak:** Kişi, 2018: 389

Genç bireyler üzerine yapılan bir araştırmada, Z kuşağının satın alma kararı farklılıklarının incelenmesi araştırılmıştır. Z kuşağı global teknolojinin içine doğan kırsal noktadan dünyanın herhangi bir noktasına saniyeler içinde ulaşabilen, internet bilgi paylaşımına yatkın olan internet kuşağı olarak tanımlanmaktadır. Araştırmada Z kuşağının alım satım işlemlerini herhangi bir satıcı birey ile iletişim kurmadan gerçekleştirmek istedikleri ve bu yüzden internet alışverişini tercih ettikleri ortaya koyulmaktadır. Bu kuşak memnun kalmadıkları ürün hakkındaki düşüncelerini yine sosyal medya veya e-forumlar aracılığıyla dile getirmeyi tercih etmektedir. Burada iletişim biçimi bilgisayar ve dijital teknolojilerle gerçekleşmektedir. Aslında bu çalışma e-ticaretin büyüme potansiyelini de dolaylı olarak ortaya koymaktadır (Gümüş, 2020: 13).

## 5. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRLERİ

Dijital girişimcilik, girişimciliğin alt kategorilerindendir. Bu sebeple dijital ürün veya hizmetlerle beraber dijital faaliyet becerileri ile de ilişkili olarak tanımlanmaktadır. Platformlardaki dijital rekabet ile karşı karşıya kalan girişimci birçok zorlukla ve fırsatlarla karşı karşıya kalmaktadır.

Hull vd., tarafından yapılan sınıflandırmaya göre dijital girişimcilik üç türe ayrılmaktadır. Bu girişimcilik türleri ise şunlardır (Zincir vd., 2017: 79-102);

- Hafif düzey dijital girişimcilik; genellikle fiziksel bir mağaza ve web sitesi içeren hem çevrimdışı hem de çevrimiçi işlemlerdir. Bu nedenle, dijital girişimcilik kategorisinde dijital, geleneksel girişimciliğin bir tamamlayıcısı olarak uygulanmaktadır.
- Orta düzey dijital girişimcilik, önemli miktarda kaynağı dijitale, özellikle de ürünlere ve değer zincirinin diğer bileşenlerine yatırım sağlayan bir organizasyonu ifade etmektedir.
- Aşırı düzey dijital girişimcilik; üretimden müşterilere doğru dijital bir şirketin tamamı olarak ifade edilmektedir.

Bir başka deyişle, hafif dijital girişimcilik geleneksel girişimcilerin, dijital ekonomiye dahil olarak dijital iş modellerinde tamamlayıcı rolü üstlenmesidir. Orta düzey dijital girişimcilik, şirketlerin değer katan ana ürünlerine, lojistik süreçlerine veya diğer bileşenlerine dijital yatırım yapmasıdır. Aşırı dijital girişimcilik, üretimden teslimata kadar tüm süreçlerin dijital ilerlemesidir.



**Tablo 2. Dijital Girişimciliğin Türleri**

Etkinlik	Dijital Girişimcilik Kategorisi		
	Hafif	Orta	Aşın
Pazarlama	Genellikle Geleneksel. Sadece Web Sitesi	Dijital Pazarlama Öncelikli	Sadece Dijital Pazarlama
Satış	Dijital Ortamda Satılabilir Ürün	Özellikle Dijital Satış	Sadece Dijital Satış
Ürün / Hizmet	Ürün Dijital Değil	Ürün Dijital olabilir/olmayabilir	Ürün Dijital
Dağıtım	Ürün Fiziksel Yollar İle Teslim Edilir	Ürün Dijital veya Fiziksel Yollar ile Teslim Edilir	Ürün Sadece Dijital Yollar ile Teslim Edilir
Paydaş Yönetim	Geleneksel Etkileşimler (e-posta dâhil)	Geleneksel Etkileşimler Yaygın önemli Temas Noktalan Dijital	Öncelikli Dijital Etkileşim, Geleneksel Yollar Nadiren Ya da Gerçekleşmez
Operasyon	Fiziksel Konumlarda Geleneksel Etkileşimler (belki dijital olabilir)	Fiziksel Konumlarda Geleneksel Etkileşimler (muhtemelen dijital olabilir)	Güçlü Sanal Varlık, Geleneksel Etkileşimler ve Fiziksel Konum Mümkün Ama Şart Değil

**Kaynak:** <https://aniltashan.com.tr/dijital-giri%C5%9Fimcilik-nedir-a1feed886b42> (04.12.2022)

## 6. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN BOYUTLARI

Kempf (2013)'e göre dijital girişimciliğe üç farklı boyutta katılım sağlanabilmektedir. Bu boyutlar; dijital içeriğin paylaşımı, fiziksel ürünlerin paylaşımı ve kitle fonlaması şeklindedir (Kempf, 2013: 267-273). Richter vd., (2017) bu boyutları şu şekilde izah etmiştir:

**Dijital içeriğin paylaşımı:** Dijital içerikler bilgisayar ortamında yaratılan ve diğer bireylerin paylaşımına açılabilen bloglar, sosyal medya ağları gibi araçlar sayesinde üretilip yayılabilen çevrimiçi içeriklerdir. Dijitalleşme sayesinde asgari çaba ve çok düşük maliyetler ile dijital içeriklerin sınırsız kopyaları yapılıp dağıtılabilmektedir.

Dijital içeriklerin paylaşılması geleneksel yöntemlerden daha kolay ve ulaşılabilir imkânlar sağladığı için dijital girişimcilik faaliyetlerini de teşvik edebilmektedir. Video ve fotoğraf içeriği temelli sosyal ağlarda bireylerin ya da kurumların kişisel ya da özel içeriklerini paylaşması onlar için de kullanılan ağlar için de getiri ve fayda sağlamaktadır.

**Fiziksel ürünlerin paylaşımı:** Dijitalleşme ile fiziksel ürünlerin paylaşımı veya sahipliğine dair iş modelleri de dönüşüme uğramaktadır. Fiziksel ürünler dijital ürünler gibi düşük maliyetli ve kolay stoklanabilir değildir. Ancak dijitalleşme ile değişen yöntemler sayesinde fiziksel ürünlerin sahiplik düzeyinin önemi azalmıştır. Başkasına ait bir ürünü satmak ve onun üzerinden para kazanmak dijital dünyada çok daha mümkündür. Tamamen dijital olan içerik paylaşımının yanında fiziksel ürünlerin paylaşımı ürünün sahipliğinin kimde olduğuna bakılmadan dijital ortamlarda müşteriye ulaştırılabilmektedir. Bu da çok büyük ürün yatırımlarına ihtiyaç duymadan, stok kontrolü ve depolama gibi engelleyici faktörlerle ilgilenmeden kazanç sağlanmasını sağlayan bir girişimcilik boyutudur.

**Kitle fonlaması:** Kitle fonlaması; bir bireyin bir projeye veya çevrimiçi bir platform aracılığıyla mikro girişimcilere küçük veya orta ölçekte yatırım yaparak sermaye arttırdığı bir girişimcilik şeklinde ele alınmaktadır. Bu yatırımlara ulaşmak ve yönetmek için çeşitli çevrimiçi aracılık platformları girişimci fikirleri de destekler ve teşvik eder. Kitle fonlaması ile finansal destek ihtiyacı olan fikir ve proje sahibi harekete geçebilmekte, fon sahipleri de sermayelerini değerlendirebilmektedir. Aracı kurumlar ise yatırımlara göre cüzi miktardaki komisyonları ile girişimcilik kültürünün birer örneği olmaktadır (Richter vd., 2017: 300-310).

## **7. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞİN SAĞLADIĞI FIRSATLAR VE TEHDİTLER**

Dijital girişimcilik bir başka deyişle e-girişimcilik internet kullanımının yaygınlaşmasıyla popüler hale gelen yeni bir girişimcilik türüdür. Çoğu yerleşim yerlerindeki internete ulaşımın kolaylaşması bilgiye daha hızlı ve daha kolay ulaşımını sağlamıştır. Ayrıca, iş yapış maliyetlerini düşürerek pazarı dijital girişimciler için cazip

hale getirmiştir. Dijital girişimcilik sağladığı kolaylıklar ve maliyet avantajıyla en çok tercih edilen girişim türlerinden biri olduğu söylenebilir.

Dijital girişimciliğin avantajları şu şekilde sıralanabilir (Pandey vd., 2020: 192);

- Esnek çalışma saatlerine sahiptir,
- Dünyanın herhangi bir yerinden çalışabilirler,
- Gereksiz maliyetlerden tasarruf sağlarlar,
- Daha büyük kitleye ulaşabilme imkânına sahiptirler,
- Girişimleri, örgütsel yapı ya da kaynaklar tarafından engellenmeden kolayca ölçeklenebilmektedir.

Dijital girişimciliğin en önemli avantajları arasında küresel boyutta pazarlara erişim imkânı almaktadır. Dijital dönüşümü sağlamış şirketler için internet teknolojinin kullanan birey ve cihaz sayısındaki artış yeni pazarlara ve müşterilere erişme fırsatını da sağlayacaktır. İnternete bağlı cihaz sayısındaki artış pazara erişimi hızlandırmıştır. Geleneksel girişimcilikte ilk olarak kolay erişilebilecek yerel pazarlar amaçlanmakta, sonrasında stratejik coğrafik konumlar seçilerek o pazarlara erişmeye çalışmak daha kolay ulaşılabilir olmaktadır. Dijital girişimci ise daha başlangıç aşamasında tüm pazarlara erişme ve tüm ülkelerden erişilme imkanına sahiptir. Dijital girişimciler gelişmiş teknolojileri kullanarak ürünlerini çevrimiçi platformlarda sunabilirler. Dijital platformlarda günün her saati mekandan bağımsız geniş kitlelere erişerek ürünlerinin pazarlamasını yapıp uzak coğrafyalarda satışını gerçekleştirebilmektedirler. Bu da aslında dijital girişimin büyümesi ve yeni istihdam imkânlarının artmasını sağlamaktadır.

Diğer önemli avantaj, girişimin kuruluş aşamasında sermaye ihtiyacının azlığıdır. Geleneksel girişimlerde bir mekânın, örneğin ofis veya atölyenin, kiralanması veya satın alınması, altyapı giderleri gibi birçok sabit maliyet söz konusudur. Ancak yeni iş kurmaya hazırlanan her girişimci sabit maliyetlere katlanacak sermayeye sahip olmayabilir. Buna karşılık dijital girişimci sanal ortamda kuracağı bir işyeri ile minimum maliyetlerle girişimine başlayabilir. Örneğin bir çok dijital girişimcinin tercih ettiği Regus partnerlerine sanal ofis kiralama hizmeti vermektedir. Böylece dijital

girişimci fiziksel mekandan bağımsız hareket ederek kuruluş aşamasındaki sabit maliyetleri minimum seviyeye indirmiş olmaktadır.

Ayrıca dijital girişimcinin şirket giderleri de diğer girişimlere oranla daha azdır. Kuruluş maliyetinden sonra aylık giderler oranları da şirketlerin ayakta kalabilmesi için oldukça önemlidir. Her ay ödenmek zorunda olan ücret, kira, sigorta, elektrik, su, gaz giderleri gibi giderler bulunmaktadır. Fiziksel bir işyeri açmak yerine sanal işyeri açarak değişken maliyetlerin de düşük seviyede tutulması sağlanmaktadır.

Modern bilgi ve iletişim teknolojileri dijital girişimciler için üretkenliği ve müşteri değerini arttırabilmektedir. Ayrıca iş performansını iyileştirerek düşük maliyetli veya ücretsiz dijital çözümlerini uygulayabilmektedir. Modern iş ortamında ayakta kalabilmek için şirketler bilişim teknolojilerinin getirdiği hızlı değişimlere uyum sağlamak zorundadır. Bireylerin yeni teknolojilere açık olması şirketlerin de yeniliklere hızlı bir şekilde adapte olmasını, yeni fırsatlar oluşturarak rekabette öne geçmelerini sağlamaktadır. Bir başka ifadeyle, işletmeler eğer yeniliğe ayak uyduramaz ve zamanla dinamizmini yitirirse pazar payını büyük ölçüde kaybetmekle yüz yüze kalabilmektedir. İşletmelerin kurumsal olarak özgün bir dijital dönüşüm vizyonuna sahip olması gerekmektedir.

Dijital ortamda yeni iş fırsatları, yeni ve inovatif fikirler bulma, yeni geliştirme alanları ve en önemlisi yeni trendler belirleyerek pazarda yenilikçi ürün ve hizmetlere talep yaratma işletmeler açısından önemli fırsatlar olarak değerlendirilebilir.

Diğer taraftan ileri teknolojinin getirdiği avantajlar ile dijital girişimciler veri ve bilgilerin bulut uygulamasında depolanmasını ve dağıtımını sağlayabilmektedirler. Verilerinin analiz edilebilmesi, sonuçlarına göre hızlı çözümler üretilmesi kolaylaşmaktadır. Dijital çağda bireyleri doğru anlamak ve beklentilerini karşılayabilmek oldukça önem taşımaktadır. Şirketlerin dijital pazarlama sürecinde yardımcı olabilecek destek forumları oluşturması gerekebilir. Ürün ve hizmetlerinize yönelik yapılacak olumsuz yorumlar şirketleri bir anda yok edebilmektedir. İnternet üzerindeki ürün yorumları karşı taraflı olarak hem fırsat hem tehdide dönüşebilir.

Dijital girişimcilerin karşılaşıcağı tehditlerin başında güvenlik tehditleri yer almaktadır. Sanal güvenlik, dijital bir kuruluş için en büyük tehdittir. Kişisel ve şirketin veri tabanlarına yönelik saldırılar her geçen gün artmaktadır. Sosyal medya devi Facebook'un 50 milyon kullanıcısının verileri 20 Mart 2018 tarihinde Cambridge Analytica adlı ABD merkezli bir şirket tarafından ele geçirildiğinde, veri güvenliği ihlali nedeniyle Facebook hisse senetlerinde değer kaybı yaşamıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

# GİRİŞİMCİLİK POLİTİKALARI VE DİJİTAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN MEVCUT DURUM

### 1. GİRİŞİMCİLİK POLİTİKALARI

#### 1.1. Girişimcilik Politikalarında Devletin Rolü ve Önemi

Girişimcilik özel sektörü çağrıştıran bir kavram olsa da girişimcilik politikalarının hazırlanması ve uygulamaya konulmasında şüphesiz ki devlet öncüdür (Mankiw, 1989: 79). Polanyi (2000) ise bu görüşü bir adım daha öteye taşımakta ve serbest piyasalara devlet müdahalesi gerektirdiğini savunmaktadır (Polanyi, 2000: 211).

Devletin politikaları ortaya koyma, yürütme ve uygulama anlamındaki rolü göz önünde tutularak bir ülkede girişimcilik ve inovasyon ekosisteminin gelişmesinin arkasında, parlak fikirli girişimciler, onlara yatırım yapan melek yatırımcılar ve risk sermayedarları, yol gösteren akıl hocalarından önce devletin en temel güç olduğunu söylemek gerekir.

Girişimcilik ve inovasyon politikaları söz konusu olduğunda devletin görevini salt üniversiteler ve araştırma laboratuvarları aracılığıyla bilgi üretmek olarak açıklamak yetersizdir. Devlet aynı zamanda bilginin ve ortaya çıkan inovasyonun ekonominin tüm alanlarına yayılmasını sağlayacak şekilde tüm kaynaklarını harekete geçirmelidir. Devlet girişimcilik ve inovasyon ekosistemini bizzat yaratmalı ve biçimlendirmelidir. Perez (2002)'ye göre, devlet ekonomiyi yeni tekno-ekonomik paradigmalara yönlendirmelidir. Bu hedefler arz ve talep tarafından kendiliğinden yaratılmaz, genel olarak devletin stratejik karar alma süreçlerinin sonucunda oluşmaktadır (Perez, 2002: 22).

Judt (2010)'a göre; durağan bürokratik “Leviathan” yerine yeni ve özel sektör yatırımları için katalizör olan, piyasaları şekillendiren, yeni piyasalar yaratan ve özel sektör yatırımcıları için gerektiğinde risk üstlenen devlet çağımızın en fazla ihtiyaç duyulan devlet modelidir (Judt, 2010: 54).

Girişimcilik hızlı büyüme potansiyeli taşıyan teknolojileri ve yenilikleri bünyesinde barındırmaktadır. İhracata dönük, teknoloji yoğun girişimcilik faaliyetleri, bilgi ile teknoloji transferi bu dönüşümün kilit unsurlarıdır. Dünyanın bütün ekonomilerindeki büyüme ve kalkınma sürecinde, girişimcilik için benimsenen bilinçli devlet politika ve programlarının etkin olduğu bilinmektedir. Bu anlamda, girişimcilik ve inovasyonun desteklenmesi, büyüme ve kalkınmanın anahtarıdır. Girişimcilik ve inovasyonu teşvik etmek; önemli altyapı ve mevzuat düzenlemelerinin uygulamaya konulmasını gerektirmektedir. Büyümelerini yeniliğe borçlu olan ülkelerde devlet zenginlik yaratma sürecini yalnızca idare etmek ve düzenlemekle kalmamış, özel girişimin üstlenmek istemediği riskleri alma iradesini göstererek bu süreçte kilit rol oynamıştır. Devletin bu rolü temel araştırmalardan uygulamalı araştırmaya, ticarileşmeden şirketlerin finansmanlarının erken aşamalarına kadar yenilik zincirinin bütününe destekleyici düzenlemelere kadar geniş bir perspektif taşımaktadır. Devletin bu tür yatırımlarının yeni piyasalar ve sektörler yaratarak dönüştürücü bir işleve sahip olduğu anlaşılmıştır (Mazzucato, 2021: 27).

Mazzucato (2021)'ya göre serbest piyasa doktrininin öncülerinden biri olan ABD'nin ekonomik başarısının temelinde teknoloji ve yenilik alanında büyük kamu yatırım programlarına sahip olması yatmaktadır (Mazzucato, 2021: 25).

Örnekler ABD ile sınırlı değildir. Hindistan ekonomik mucizesinin, Çin'in dünyanın en büyük ekonomilerinden birine dönüşmesinin, Silikon Vadisi'nin gelişiminin, Singapur ekonomisindeki gelişmelerin, İsrail'in yüksek teknoloji ürünü ihracatı ile kalkınmasının temelinde devlet tarafından uygulamaya konulan ve girişimciliği ve inovasyonu destekleyen politikaların rolü bulunmaktadır. Türkiye ekonomisinin de benzer şekilde bir ivme yakalayabilmesinin yolu girişimcilik ve inovasyonun ulusal stratejiler kapsamında desteklenmesinden geçmektedir.

Geçmişten günümüze – internette yeşil teknoloji devrimine kadar – teknolojik devrimler incelendiğinde hepsinin devlet teşvikleriyle gerçekleştiği görülmektedir (Mazzucato, 2021: 29).

Örnek vermek gerekirse; internetin temellerinin atıldığı Arpanet programı 1960'larda ABD Savunma Bakanlığı bünyesindeki Savunma İleri Araştırma Projeleri Ajansı

tarafından fonlanmıştır. Küresel Konumlama Sistemi-GPS, 1970'lerde NAVSTAR adı verilen bir ABD askeri programı olarak başlatılmıştır. iPhone'un dokunmatik ekran teknolojisi, devlet üniversitesi olan Delaware Üniversitesi'nden bir profesör ile Ulusal Bilim Vakfı ile CIA'den burs alan doktora öğrencilerinden birinin kurduğu Finger Works şirketi tarafından geliştirilmiştir. Girişimci Elon Musk'ın yönettiği Tesla Motors, SolarCity ve SpaceX; devlet teknolojilerinden yararlanarak ilerlemektedir. Söz konusu girişimler; yerel, eyalet ve federal devlet bütçelerinden bağış, vergi erteleme, yatırım ve krediler şeklinde 4,9 milyar dolar destek sağlamıştır (Mazzucato, 2021: 29-33).

ABD devleti ayrıca bu girişimlerin ürünleri için talep de oluşturmaktadır. Bahsi geçen talebi güneş paneli ve elektrikli araç tüketicilerine vergi iadeleri ve indirimleri sağlayarak, ayrıca Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi (NASA) ve ABD'nin Hava Kuvvetleri için tedarik sözleşmeleri yaparak gerçekleştirmektedir. Ayrıca kamu yatırımlarının ekonomiyi harekete geçirmesinin yanı sıra daha önce hiç hayal edilmemiş şeyleri yapmayı da hedeflemesi gerektiğinden hareketle NASA'nın Apollo projesini üstlenmesi önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönemde hiçbir şirket Ay'a insan göndermek anlamında bir girişimde bulunmamıştı. Söz konusu proje günümüzde bilişim ve iletişim teknoloji devriminin en önemli yapı taşlarından biri olmuştur (Mazzucato, 2021: 29-33).

Günümüzde artık devletlerin gündeminde Ar-Ge, eğitim ve beşeri sermaye gibi alanlara yapılacak stratejik yatırımların neler olacağı, böylece GSYİH'nin nasıl artabileceği, yine buradan hareketle borç oranlarının nasıl düşeceği, inovasyon odaklı sürdürülebilir büyümenin nasıl sağlanacağı, değişimin ne yönde olması gerektiği gibi konular yer almaktadır.

Girişimcilik ve ekonomik büyüme kavramları arasında anlamlı bir bağ bulunduğu ve girişimciliğin gelişiminin ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği hususu aşıkardır. Bu nedenle ülkelerin ekonomik büyümeyi kolaylaştıracak, hızlandıracak, ekonomik istikrarı destekleyecek girişimcilik faaliyetleri için ulusal stratejiler oluşturmaları, bu stratejiler kapsamında düzenlemeler yapmaları önem taşımaktadır. Girişimciliğin ulusal ve küresel ölçekte gelişiminin teşvik edilmesi, erken yaşlardan itibaren girişimcilik konusunda farkındalığı yaratacak eğitim politikalarının ortaya konması, girişimciliği destekleyecek finansman kaynaklarının artırılması ve etkin bir



şekilde erişiminin kolaylaştırılması, şirket kurma, şirket kapatma, iflas, vergi gibi süreçlerde kolaylaştırıcı ve destekleyici düzenlemelerin yapılması, Ar-Ge altyapısının güçlendirilmesi ve Ar-Ge faaliyetlerini destekleyecek kaynakların ayrılması, nitelikli işgücünün Ar-Ge ve inovasyona yönelmesini sağlayıcı düzenlemelerin yürürlüğe alınması gibi somut politikaların ortaya konması noktasında devletlere önemli rol ve görevler düşmektedir.

## **1.2. Avrupa Birliği'nde Girişimcilik Politikaları**

Avrupa Birliği'nde girişimciliğin geliştirilmesine ve desteklenmesine yönelik politikalar, 1990'ların sonunda uygulamaya konulmuştur. Bu tarihe kadar üye ülkelerde işletmelerin kurulması, geliştirilmesinin teşvik edilmesi ve ekonomik ortamın iyileştirilmesine yönelik çeşitli düzenlemeler ortaya konmakla birlikte istenilen düzeyde olamamıştır (Geroski vd., 1989: 298).

1970'li yıllara kadar üye ülkelerde genellikle büyük işletmelerin kurulması ve desteklenmesine yönelik politikaların izlenmesi hususu yer almaktadır (EUR-Lex, 1957).

1980'li yıllara gelindiğinde Avrupa Birliği veya o dönemki ismiyle Avrupa Topluluğu düzeyinde KOBİ'lerin önemi artmaya başlamış, Topluluğun ilk KOBİ Programı, Avrupa Birliği'nde Küçük İşletmeler ve Küçük Sanayi Yılı olarak ilan edilen 1983 yılında kabul edilmiştir (European Commission, 1983).

1984 yılında ise Komisyon tarafından yayınlanan bildirim doğrultusunda; KOBİ'lere yönelik olarak yasal ve ekonomik ortamın iyileştirilmesine yönelik önlemler alınması gerektiği ortaya konmuştur. 1986 yılında, Avrupa Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyi tarafından alınan kararlar doğrultusunda, KOBİ Görev Gücü (SME Task Force) faaliyete geçirilmiştir. KOBİ Görev Gücü, idari düzenlemelerin iyileştirilmesi, bilgiye ve finansmana erişimin kolaylaştırılması ve uzun vadeyi kapsayan bir KOBİ politikasının ortaya konulması için gerekli çalışmaları başlatmak ve ilerletmek amacıyla görevlendirilmiştir. Ortaöğretim ve yüksekokullarda da girişimciliğin desteklenmesine yönelik programlar oluşturulmuştur (Commission of the European Communities, 1988).

Avrupa Komisyonu tarafından, yine aynı yıl içerisinde, KOBİ'lere yönelik bir eylem planı da hazırlanmıştır. Söz konusu eylem planı, şeffaf bir ortam ile eğitim, sermaye ve finansman imkanlarının artırılması, Avrupa Enformasyon Merkezi Ağı'nın hayata geçirilmesi, söz konusu ağın KOBİ'ler ve Avrupa Topluluğu arasında iki taraflı bilgi akışını sağlamak üzere çalışmalar yapması, İş Geliştirme Merkezleri Ağı ile Şirket İşbirliği Ağı gibi mekanizmalar aracılığıyla KOBİ'lerin daha eşgüdümlü şekilde gelişmelerinin sağlanması hedeflenmiş ve bu çalışmalar için kaynak aktarılmıştır (European Council, 1986).

1989 yılında Topluluğun İşletme Politikasından sorumlu olarak Avrupa Komisyonu bünyesinde bir Genel Müdürlük kurulmuş, bu genel müdürlüğün ismi 1 Ocak 2000 tarihinden sonra değişerek Girişim Genel Müdürlüğü (DG Enterprise) olmuştur. Böyle bir birimin kurulması, kurumsal yapı içerisinde girişim politikalarına verilen önemin somut bir göstergesi niteliğindedir. Kurulan bu yapı ile işletmelerin rekabet kapasitelerinin artırılması, girişimciliği ve inovasyonu destekleyen, üretkenliğin teşvik edildiği bir ortamın oluşturulması gibi konularda çalışmalar yapılması amaçlanmıştır. Ayrıca Avrupa Bilgi Merkezlerinin kurulması da genel müdürlüğün temel görevleri arasında yer almaktadır (European Union, 2000).

1992 tarihli Maastricht Antlaşması'nın 157. maddesinde ise "Topluluk ve üye devletler, Topluluk sanayisinin rekabet gücü kazanması için gerekli şartların oluşturulmasını sağlayacaklardır" hükmü yer almaktadır. Böylece sanayinin rekâbet gücüne sahip olması temel önceliklerden biri haline getirilmiştir. Bunun için gerekli ortamın oluşturulması Avrupa Birliği'nin temel görevleri arasına eklenmiştir (Council of the European Communities ve Commission of the European Communities, 1992).

1996 yılında uygulamaya alınan Bütünleştirilmiş Program ile, Avrupa Birliği'nde KOBİ'lere yönelik uygulanacak faaliyetlerde eşgüdümü sağlamak amacıyla kapsayıcı bir çerçeve oluşturulması hedeflenmiştir. Program, KOBİ'lere yönelik Birlik politikaları arasında koordinasyonun sağlanmasını amaçlamaktadır (European Commission, 1996).

1997 yılında düzenlenen Amsterdam Zirvesi'nde Avrupa için yeni bir istihdam stratejisi belirlenmiş (Treaty of Amsterdam, 1997) ve Kasım 1997 tarihinde Lüksemburg'da düzenlenen Olağanüstü İstihdam Zirvesi'nde Avrupa İstihdam Stratejisi ortaya

konmuştur. Söz konusu strateji, dört temel eksene dayandırılmıştır. Bunlar; istihdam edilebilirlik, girişimcilik, uyum kabiliyeti ve fırsat eşitliğidir. Bu eksenlerden girişimciliğin geliştirilmesi konusunda; istikrarlı bir ekonomik yapı oluşturulması, Birlik düzeyinde alınacak tüm kararların girişimciliğe yönelik etkileri açısından değerlendirmeler yapılması, bilgiye erişimin kolaylaştırılması, girişimcilerin birbiriyle etkileşim içerisinde bulunabileceği ağların güçlendirilmesi, finansman seçeneklerinin artırılması, vergisel ve yasal prosedürlerin girişimciliği teşvik edici şekilde basitleştirilmesi, esnek çalışma biçimlerini destekleyen bir işgücü piyasasının tesis edilmesi, girişimciliğin önemi konusunda toplumsal düzeyde bilinç oluşturulması, girişimcilik eğitiminin okul düzeyinden itibaren verilmeye başlaması, inovasyonun özel olarak teşvik edilmesi, girişimcilere yönelik danışmanlık hizmetlerinin artırılması, bilgi ve tecrübe paylaşımının sağlanması gibi konuları kapsayan geniş düzenlemeler Avrupa İstihdam Stratejisi'nde yer bulmuştur (European Commission, 2021c).

Yenilikçi, rekabet gücü yüksek ve teknoloji odaklı KOBİ'lerin desteklenmesini ana odağına alan söz konusu stratejinin bir sonucu olarak, yasal mevzuatın sadeleştirilmesi ve bu sayede rekabet kapasitelerinin artırılması amacıyla 18 Ekim 1997'de İş Ortamını Basitleştirme Çalışma Grubu (Business Environment Simplification Task Force- BEST) oluşturulmuştur. BEST Grubu, Komisyon ve üye devletlerin KOBİ'lere bakış açılarında birlikteliği sağlamak adına alınabilecek somut önlemler hakkında raporunu, 15-16 Haziran 1998'de Cardiff Zirvesi'nde sunmuştur. Söz konusu raporun temel amacı, üye ülkelerde uygulanan başarılı uygulamaları belirlemek ve diğer üye ülkelerin benzer uygulamalara geçişini sağlamaktır. Kamu yönetimi alanında iyileştirmeler, eğitim, çalışma şartlarının iyileştirilmesi, finansmana erişimin kolaylaştırılması ile yeni teknolojilere erişim ve tüm bu hususlar aracılığıyla inovasyonun teşvik edilmesi söz konusu raporun temel öncelikleridir (European Commission, 2021d).

Sunulan rapor doğrultusunda Avrupa Birliği tarafından bir eylem planı hazırlanmıştır. 1999 yılında hazırlanan sonrasında bir takım değişiklikler doğrultusunda 2004 yılında yürürlüğe giren, Girişimciliğin ve Rekâbet Gücünün Teşvik Edilmesi için Eylem Planı'nın ana odağı, eğitimden finansmana erişime, Ar-Ge çalışmalarının desteklenmesinden bilgiye erişimin kolaylaştırılmasına kadar bir dizi konuya

odaklanmakta ve raporun temel hedefini girişimci bir toplum yaratmak oluşturmaktadır (European Commission, 1998).

Avrupa Birliği'nin girişimcilik politikaları açısından dönüm noktalarından biri ise 2010 yılına kadar Avrupa Birliği'nin, dünyadaki rekabet gücü en yüksek, dinamik, bilgi tabanlı bir ekonomi olabilmesi, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması, daha fazla iş imkanının yaratılması ve daha iyi iş ortamı oluşturulması suretiyle sosyal kaynaşmanın sağlanmasını öngören Lizbon Strateji Belgesi'nin kabul edildiği 23-24 Mart 2000 tarihinde düzenlenen Lizbon Avrupa Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyi olmuştur (European Council , 2021).

Lizbon Stratejisi'nin ekonomik ve sosyal hedefleri arasında yenilik ve girişimciliği destekleyici düzenlemeler geniş bir şekilde yer bulmuştur. 2000 yılının Haziran ayında düzenlenen Feira Zirvesi'nde onaylanan Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı (Small Business Act for Europe), Lizbon hedeflerine ulaşabilmek amacıyla atılan somut bir adım olmuştur. KOBİ'lerin Avrupa ekonomisinde istihdam olanaklarının yaratılması ve yeni iş fikirlerinin ortaya konulmasında önemli bir kaynak olduğu ortaya konulmuştur. KOBİ'lerin desteklenmesine üye devletlerin alması gereken önlemlere yer verilen Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı kapsamında; girişimciliğe yönelik eğitimlerin düzenlenmesi, daha sade ve daha düşük maliyetle iş kurma süreçlerinin oluşturulması, yasal mevzuatın iyileştirilmesi, çalışan yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik eğitimler düzenlenmesi, elektronik uygulamaların yaygınlaştırılması, tek pazar imkanlarından daha etkin şekilde yararlanılması, vergi ve finansman konusunda iyileştirmeler yapılması, KOBİ'lerin teknolojik kapasiteleri açısından güçlendirilmesi, e-ticaret alanında iyi örneklerin tespit edilerek yaygınlaştırılması ve KOBİ'lerin Avrupa Birliği düzeyinde daha güçlü bir şekilde temsilinin sağlanması şeklinde bahsi geçen önlemleri özetlemek mümkündür (European Charter for Small Enterprises, 2021).

1989 yılında ilki uygulamaya konulan Çok Yıllı Programlar kapsamında; Avrupa Yatırım Fonu tarafından yönetilen bir fon kaynağı aracılığıyla mali araçlar, bankalar, girişim sermayesi fonları gibi yapılar üzerinden KOBİ'lere ve girişimcilere iş kurma desteği, teminat, çekirdek sermayesi, risk sermayesi gibi alanlarda kaynak aktarılması hedeflenmiştir (European Council, 2000).

Lizbon Zirvesi kararlarına paralel bir şekilde Haziran 2000'de, Avrupa Yatırım Bankası, Avrupa Yatırım Fonu'nun çoğunluk hissedarı ve işletmesinden sorumlu kurum haline gelmiş, borç verme ve girişim sermayesi konularında koordinasyon görevini üstlenmiştir. Buna göre girişim sermayesi yatırımları için 2003 yılına kadar 2 milyar Avro tahsis edilmiştir (European Council, 2000).

Lizbon hedeflerini destekleyici nitelikte atılan önemli adımlardan bir diğeri ise Avrupa Birliği'nin 2003 yılında yayınladığı KOBİ Paketi (Thinking Small in an Enlarging Europe)'dir. KOBİ Paketi kapsamında Küçük İşletmeler Avrupa Şartı'nın Uygulanmasına İlişkin Rapor, Avrupa Birliği'ne Katılım Aşamasındaki Aday Ülkelerde Küçük İşletmeler Avrupa Şartı'nın Uygulanmasına İlişkin Rapor, Girişimci Bir Avrupa Yaratmak (AB'nin KOBİ'ler için yaptığı faaliyetler), KOBİ Elçiliği (Komisyon ve KOBİ Topluluğu arasında aktif ara birim) konularındaki dokümanlar yer almaktadır.

KOBİ Paketi ile beş temel mesaj verilmiştir. Bunlar şu şekildedir:

1) Avrupa, küçük işletmeleri daha iyi dinlemelidir: Avrupa'daki işletmelerin büyük çoğunluğu küçük işletmeler oluşturduğundan üye ülkeler önceliğini bu konuya vermelidir. Bazı üye devletler, buna örnek yaklaşımlar ortaya koymaktadır. Örneğin; Birleşik Krallık'ta Küçük İşletmeler Konseyi (Small Business Council) kurulmuştur, Danimarka'da yetkililer ve işletmeler arasında düzenli bir danışma sistemi kurulmuştur, İsveç, idari yükleri ölçmek için bir yöntem geliştirmiştir, Finlandiya'da küçük işletmelerin sözcüleri mevzuatın hazırlanmasında yer almaktadır ve Almanya ve Avusturya'da, ticari kuruluşlara düzenli olarak taslak mevzuat hakkında danışılmaktadır. Bununla birlikte, diğer bazı üye devletlerde ve aday ülkelerde, küçük işletmelere kendilerini ifade etme fırsatı vermek için acil önlemler alınmalıdır.

2) Üye ülkeler arasındaki iyi uygulama değişiminin güçlendirilmesi: İşletme politikası alanındaki iyi uygulamaların değişimi giderek genişlemektedir. Giderek artan sayıda üye devlet, diğer ülkelerin fikirlerinden önemli düzeyde faydalanmaktadır. Buna rağmen bazı alanlarda hala büyük farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin, bazı üye devletlerde yeni iş kurma prosedürleri hala çok zaman alıcıdır.

3) Girişimciliği öğretmek: Uzun vadede girişimciliği teşvik etmekte eğitim ve öğretimin oynadığı hayati rol göz önüne alındığında, erken yaşlardan itibaren girişimcilik eğitimi geliştirmek ve KOBİ'lerde çalışan bireylerin öğrenme fırsatlarına erişimlerini kolaylaştırmak gerekmektedir. Örneğin, öğrencileri girişimcilerle temas ettiren projeler İrlanda, Lüksemburg ve Birleşik Krallık'ta kurulmuştur. Yunanistan ve Hollanda gibi bazı üye devletlerde girişimcilik kursları verilmektedir

4) Aday ülkelerde girişimcilik kültürü yaratmak: Aday ülkelerde KOBİ'ler için finansmana erişim hala zordur ve teknoloji potansiyeli henüz yeterince kullanılmamaktadır. Bununla birlikte, eğitimde ve vergilendirmede cesaret verici işaretler vardır ve idari yükler önemli ölçüde azaltılmıştır.

5) KOBİ'leri tüm AB politikalarının ön sıralarına koymak: Topluluk politikalarının ve programlarının çoğu, önemli ölçüde KOBİ bileşenine sahiptir. 2000 yılından 2006 yılına kadar olan dönem için, 16 milyar Avro, başka bir ifadeyle Yapısal Fonların %11'i KOBİ destek projelerine tahsis edilmiştir. Ayrıca katılım öncesi yardım da KOBİ'lere giderek artan bir şekilde kanalize edilmiştir. Ar- Ge politikası faaliyetlerinin çoğunu KOBİ'lerin rekabet gücünü güçlendirmeye odaklanmıştır. Avrupa Komisyonu'nun KOBİ elçisi de Topluluk programları hakkında önemli bilgiler sağlamıştır (Eur-Lex, 2021).

Avrupa Birliği, üye devletlerin alacağı önlemlere yönelik düzenlemelerin yanısıra; Birliğin genelinde girişimciliğin geliştirilmesine yönelik olarak alınması gereken önlemleri ise Yeşil Kitap (Green Paper) isimli çalışma ile ortaya koymuştur. Yeşil Kitap, Avrupa Birliği düzeyinde girişimcilikle konusunda takip edilmesi gereken politikaları ortaya koymak üzere hazırlanmış bir belgedir. Yeşil Kitap'a göre girişimci bir toplum yaratmak için, işletmelerin önündeki engellerin kaldırılması, girişimciliğe yönelik risklerinin belirlenmesi ve verilecek ödüllerinin dengelenmesi, girişimciliğe önem veren bir toplum yaratılması ana öncelikler olarak tanımlanmıştır (Commission of the European Communities, 2003).

Yeşil Kitap'ın ortaya konmasını takiben Avrupa çapında girişimciliği geliştirmek için ortaya konulacak stratejilerin ve alınacak aksiyonların detaylı bir şekilde programlanması gündeme alınmıştır. Bu anlayışla, Şubat 2004 tarihinde Eylem Planı: Girişimcilik için Avrupa Gündemi (Action Plan: The European Agenda for

Entrepreneurship) isimli belge ortaya konmuş, söz konusu belgede girişimciliğin desteklenmesine yönelik önlemlere yer verilmiş, Komisyon, üye devletler ve iş dünyasının sıkı bir işbirliği içerisinde girmesi gerektiğinin altı çizilmiştir. Eylem Planı, girişimci bir bilinç oluşturulması, bireylerin girişimci olmak için teşvik edilmesi, mevcut girişimcilerin büyümesinin sağlanması ve rekabet güçlerinin artırılması, finansmana erişim imkanlarının yetiştirilmesi ve KOBİ'lerin serbest dolaşımını arttıracak düzenlemelerin ortaya konması şeklinde beş ana eylemin hayata geçirilmesi hususu ortaya konmuştur (Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, 2004).

2005 yılına gelindiğinde Lizbon Stratejisi'nin ara dönem değerlendirmesi yapılmış ve dünya ekonomisinde yaşanan olumsuzlukların da etkisiyle o döneme kadar belirlenen hedeflere ulaşamadığı tespit edilerek Strateji'nin yeniden gözden geçirilmesi gerektiğine karar verilmiştir. Bu doğrultuda 2 Şubat 2005'te AB Komisyonu tarafından Yeni Lizbon Stratejisi (Working Together For Growth and Jobs: A New Start For the Lisbon Strategy) sunulmuş, buna göre de büyüme ve istihdam, Avrupa'nın politik önceliklerinin en başına konmuştur. Topluluk Lizbon Programı başlıklı Eylem Planı kapsamında teklif edilen politika tedbirleri üç temel alana odaklanmaktadır. Bunlar;

- 1) Büyümeye ulaşmak için bilgi ve inovasyon,
- 2) Avrupa'yı yatırım ve çalışma ortamı açısından cazip bir yer haline dönüştürmek,
- 3) Daha çok ve iyi işler yaratmak şeklindedir.

Yeni Lizbon Stratejisi ile inovasyona ve bilgiye yönelik yatırımların artırılması, girişimciliğe yönelik potansiyelin artırılması, işsizliğin önlenmesine yönelik çalışmalar yapılması, etkin bir AB enerji politikasının ortaya konmasını öncelikli konular olarak belirlenmiştir (European Parliament , 2010: 47-58).

Yeni Lizbon Stratejisi ile girişimciliğin daha iyi teşvik edilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Lizbon Stratejisi, Avrupa Birliği'nin ekonomik performansındaki düşüş ve yaşanan nüfus nedeniyle oluşan yapısal sorunlar ile mücadele etmesi ve büyüme ve istihdam yaratma kapasitesini arttırmayı amaçlaması nedeniyle 2008

Küresel Krizi karşısında da önemli bir enstrüman haline gelmiştir. Bu dönemde ortaya konulan Avrupa Ekonomik İyileşme Planı (A European Economic Recovery Plan) kapsamında Avrupa'yı söz konusu krizden kurtarmaya yönelik olarak Avrupa Birliği Komisyonu, başta KOBİ'lere yönelik olmak üzere Kriz Önlem Paketi (Crisis Response Package) adı altında 120 milyon Avro destek sağlayacağını açıklamış, ayrıca uluslararası finans kuruluşları aracılığıyla da 500 milyon Avro kredinin sağlanacağı belirtilmiştir. Yine söz konusu İyileştirme Planı kapsamında, ulusal bütçelere ilave olarak (yaklaşık 170 milyar Avro, GSMH'nin yüzde 1,2'si) AB ve Avrupa Yatırım Bankası'nın bütçesinden (yaklaşık 30 milyar Avro, GSMH'nin yüzde 0,3'ü) olmak üzere toplam 200 milyar Avro veya Avrupa Birliği GSMH'nin yüzde 1,5'i tutarında, gerektiğinde devreye alınmak üzere bir mali teşvik uygulanması çağrısında bulunulmuştur. Söz konusu plan girişimcilik, Ar-Ge ve inovasyonun desteklenmesi için somut adımlar atılmasını amaçlamaktadır (Commission of the European Communities, 2008: 17-20).

Lizbon Antlaşması hedefleri kapsamında Avrupa Araştırma Alanı (European Research Area) kavramı tanımlanarak hukuki nitelik kazanmıştır. Bu sayede bilimsel araştırmaların ve teknoloji geliştirme kabiliyetinin Birlik düzeyinde arttırılması hedeflenmektedir (İktisadi Kalkınma Vakfı, 2021a).

Mart 2008'de ise Avrupa Konseyi, KOBİ'lerin sürdürülebilir büyüme ve rekabetçiliğini daha da güçlendirmek için Küçük İşletme Yasası (A Small Business Act for European SMEs) inisiyatifinin hızla benimsenmesini istemiştir. Buna göre girişimciliğe yönelik politika yaklaşımlarının iyileştirilmesi amaçlanmış ve AB ve üye devletler düzeyinde politikaların kavramsallaştırılmasının sağlanması ve uygulanmasına rehberlik etmek amacıyla çeşitli prensip kararları ortaya konmuştur (European Commission, 2008).

Takip eden dönemde Avrupa Birliği'nin rekabet gücünün arttırılması, yenilik yaratma ve yeniliğin yayılması kapasitesinin daha güçlü bir hale getirilmesi, ayrıca dengeli ve sürdürülebilir ekonomik büyüme sağlanması suretiyle bilgi toplumunun geliştirilmesi hedefi doğrultusunda Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Çerçeve Programı (Competitiveness and Innovation Framework Programme) yürürlüğe konulmuştur. 2007-2013 dönemini kapsayan söz konusu program, girişimcilik, KOBİ'ler, sanayide rekabet edebilirliğin arttırılması, inovasyon, bilgi iletişim alanındaki teknolojiler, çevre



ile ilgili teknolojiler ile akıllı enerji gibi konularda AB’de uygulanacak programlarının tek yapı altında bir araya getirilmesi ve uygulanma süreçlerinin basitleştirilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Girişimciler tarafından geliştirilen teknolojik olsun ya da olmasın her türlü inovasyonun piyasaya sunulması veya ticarileştirilmesine destek veren ancak, Ar-Ge faaliyetlerini kapsamayan Program, bu yönüyle kendisinin kapsamı dışında kalan konuları destekleyen 7. Çerçeve Programı’nı tamamlayıcı niteliktedir (European Commission, 2021b; T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2021).

3 Mart 2010 tarihine gelindiğinde ise Avrupa 2020 Stratejisi: Akıllı, Sürdürülebilir ve Kapsayıcı Büyüme için Avrupa Stratejisi (Europe 2020: A European Strategy For Smart, Sustainable and Inclusive Growth) raporu açıklanmıştır. Beş temel hedefin ortaya konduğu strateji kapsamında;

- 1) 20-64 yaş arası nüfusun istihdam seviyesinin %69’dan %75’e yükseltilmesi,
- 2) GSYİH’nın %3’ünün Ar-Ge’ye ayrılması; özel sektör Ar-Ge’ye yatırımlarının artmasına yönelik şartların iyileştirilmesi ve inovasyon takibi için göstergeler oluşturulması,
- 3) Sera gazı salımının 1990 yılına göre en az %20, koşullar elverişli olursa %30 oranında azaltılması, enerji tüketimi açısından yenilenebilir enerjinin sahip olduğu payın %20’ye yükseltilmesi, ayrıca %20 oranında enerji verimliliğinin sağlanması,
- 4) Okulu erken bırakanların oranının %15 seviyesinden %10 seviyesine düşürülmesi, 30-34 yaş arası yükseköğrenimden mezun olan nüfus oranının %31 seviyesinden en az %40 seviyesine çıkarılması ve
- 5) 20 milyon bireyin yoksulluktan kurtarılması, ulusal yoksulluk sınırının altında hayatını sürdüren AB vatandaşlarının sayısının ise %25 azaltılması amaçlanmıştır.

Bu hedeflerin hayata geçmesi için girişimlerin gerçekleştirilmesi öngörülmektedir. Bu girişimler Yenilikçilik Birliği (Innovation Union), Hareket Halinde Gençlik (Youth on the Move), Avrupa için Dijital Gündem (A Digital Agenda for Europe), Kaynakları Verimli Kullanan Avrupa (Resource Efficient Europe), Küreselleşme Çağı için Sanayi

Politikası (An Industrial Policy for the Globalisation Era), Yeni Beceri ve İşler için Gündem (An Agenda for New Skills and Jobs) ve Yoksulluğa Karşı Avrupa Platformu (European Platform Against Poverty)'dur (European Commission, 2010a).

### **1.3. Türkiye’de Girişimcilik Politikaları**

Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesine yönelik politikaların köklü bir geçmişi bulunmaktadır. Kökeni Büyük Selçuklu İmparatorluğu’na dayanan ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde de çalışmaları devam eden Ahilik ve Lonca teşkilatları bu anlamda bilinen ilk yapılardır. Ahilik, 13. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar Anadolu’daki esnaf ve zanaatkarların yer aldıkları birliklere verilen bir isimdir. Ahi sözcüğü Arapça kökenli bir sözcük olup sözlükteki anlamına bakıldığında “kardeşim” olduğu görülmektedir. Ahilik teşkilatı, 13. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar Anadolu şehir ve kasabalarındaki esnaf ve zanaatkar kuruluşlarının eleman yetiştirme, işleyi ve kontrollerini düzenleyen bir kurum olarak faaliyet göstermiştir (Bayram, 2012: 82-83).

15. yüzyıldan itibaren ise Osmanlı ekonomisinde lonca teşkilatlarının rol oynadığı görülmektedir. Bu teşkilatların kökeni Ahilik teşkilatlarına dayanmakta olup kuruluş amaçlarını iki başlıkta toplamak mümkündür. Birincisi; üyeleri arasında dayanışma ve eşitliği tesis etmektir. İkincisi ise; mesleki faaliyetlerin denetimi ve koordinasyonudur. Osmanlı döneminde, Türkler’in genel olarak asker, bürokrat, ilim adamı veya tarım sektöründe çiftçilik gibi mesleklere yöneldikleri, ticaretin ise Rum, Yahudi, Ermeni gibi yabancı kökenli tüccarlara bırakıldığı görülmektedir. Osmanlı döneminde bahsi geçen yabancı tüccarlara çeşitli imtiyazlar verildiği görülmektedir (Aşkın vd., 2011: 62).

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde ise 1923 yılında düzenlenen İzmir İktisat Kongresi’nde alınan kararlar, milli burjuvaziye, başka bir ifadeyle ulusal girişimcileri oluşturma hedefine odaklanmıştır. Söz konusu kararlar, anonim şirketlerin kurulmasının kolaylaştırılması, ulusal bankaların kurulması, demiryolları inşasının hükümet tarafından bir program dahilinde yürütülmesi, sanayinin gelişiminin teşvik edilmesi, yerli malı kullanılması, iş erbabına işçi denmesi, sendika hakları gibi hususları içermektedir (Aşkın vd., 2011: 63).

Bahsi geçen dönem, Türkiye açısından ulusal ekonominin kurulma dönemine denk düşmektedir. Dolayısıyla bir taraftan yabancıların ekonomi üzerindeki nüfuzlarından kurtulmaya çalışılmıştır Diğer taraftan girişimciliği teşvik etmek için devletle ortaklıklar yapma, düşük faizli krediler gibi önlemler alınmıştır (Aşkın vd., 2011: 64).

Mustafa Kemal Atatürk tarafından, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomisinin temellerinin atıldığı İzmir İktisat Kongresi'nin açılışında gerçekleştirdiği konuşmasında yer alan şu hususlar, ulusal girişimciliğin geliştirilmesine verilen değerin en önemli göstergesidir.

*“... Efendiler; Milletimiz halâs-ı kat’î ve hakikiye mazhar olabilmek için iki umdeye istinadın şart olduğunu anladı. Onlardan birincisi: Misak-ı Millî'nin ifade ettiği ruh ve mana. İkincisi Teşkilat-ı Esasiye Kanunumuzun tespit ettiği gayri kabil-i tebeddül hakayık. Misak-ı Millî, milletin istiklâl-i tâmmını temin eden ve bunun için iktisadiyatında inkişafına mâni olan bütün sebepleri bir daha avdet etmemek üzere lağveden bir düsturdur. Teşkilat-ı Esasiye Kanunu Osmanlı İmparatorluğu'nun, Devletinin tarihe münkalib olduğunu idrâk eden, onun yerine yeni Türkiye Devleti'nin kaim olduğunu ilan eden bir kanundur. Bu devletin hayatında bilâ kayd-ü şart hâkimiyetin milletin uhdesinde kalacağını ifade eden kanundur... İstiklâl-i tâm için şu düstur var: Hâkimiyeti milliyeye, hâkimiyeti iktisadiye ile tarsin edilmelidir... Siyasi ve askeri muzafferiyetler ne kadar büyük olursa olsun iktisadi zaferle tetviç edilmezse semere-i netice payidar olamaz... Dâhil olduğumuz halk devrinin, millî devrin tarihini de yazabilmek için kalemler, sapanlar olacaktır. Bence halk devri, iktisat devri mefhumu ile ifade olunur. Öyle bir iktisat devri ki memleketimiz mamur, milletimiz müreffeh ve zengin olsun... Öyle bir iktisat devri ki artık milletimiz insanca yaşamasını bilsin ve o esbabı bilerek ona göre lazım olan tedabire tevessül etsin... Efendiler; iktisadiyat sahasında düşünür ve konuşurken zannolunmasın ki ecnebî sermayesine hasımız; hayır bizim memleketimiz vâsîdir. Çok sây ve sermayeye ihtiyacımız var. Kanunlarımıza riayet şartıyla ecnebî sermayelerine lazım gelen teminatı vermeye her zaman hazırız... Mazide, Tanzimat devrinden sonra ecnebî sermayesi müstesna bir mevkie malikti. Devlet ve hükümet ecnebî sermayesinin jandarmalığından başka bir şey yapmamıştır... Görülüyor ki, bu kadar kat’î ve yüksek bir zafer-i askeriyeden sonra dahi*

*bizi sulha kavuşmaktan men eden esbab doğrudan doğruya esbab-ı iktisadiyedir, mülâhazat-ı iktisadiyedir”*(Ökçün, 1997: 209-212).

İzmir İktisat Kongresi’nde temelleri atılan ve Türkiye Cumhuriyeti’nin girişimcilik politikaları açısından önemli bir diğer girişim ise 1927 yılında çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu olmuştur. Söz konusu kanun kapsamında getirilen düzenlemeler, arazi tahsisi, vergi ve harç muafiyetleri, taşıma maliyetlerine yönelik indirimler, yerli malı kullanımının teşvik edilmesi gibi hususları kapsamaktadır (Altıparmak, 1998: 68).

Sanayileşmeyi gerçekleştirmek, işletmelere avantajlar sağlamak gibi amaçları olan söz konusu kanun hedeflenen sanayi dönüşümünü sağlayamamıştır Altyapının yetersizliği, sermaye birikiminin mevcut olmaması, girişimci sayısı ve teknik personel kapasitesi bakımından yetersiz olunması, savaş sonrası oluşan yaraların yeterince sarılmamış olması, nüfusun düşük olması ve okuryazar oranının düşüklüğü gibi bahsi geçen dönemin şartları nedeniyle istenen dönüşüm gerçekleşmemiştir (Kasalak, 2012: 73).

Söz konusu dönem özel teşebbüs tarafından fabrikaların, milli bankaların kurulduğu bir dönemdir. Şeker fabrikaları, sanayi kolu olarak söz konusu dönemde oldukça gelişmiştir. Bununla birlikte, 1929 Dünya Ekonomik Buhranı’nın da etkisiyle dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de ekonomi yönetiminde devlet müdahaleciliği öne çıkmıştır. Bu dönemde söz konusu ortamın etkisiyle Sümerbank, Etibank ve Merinos gibi sanayi işletmeleri kurulmuştur (Küçük, 2005: 34).

1930-1950 dönemine gelindiğinde özel sektörün yetersiz kaldığı konularda devletin yatırımlar gerçekleştirmesini amaçlayan devletçilik politikasının uygulandığı görülmektedir. 1929 Ekonomik Buhranı ve İkinci Dünya Savaşı, girişimcilik açısından önemli engel teşkil etmiştir. Bununla birlikte özel girişimler de desteklenmiştir. Beş yıllık Sanayi Planlarının birinci, ikinci ve üçüncüsü bahsi geçen dönemde ortaya konmuştur. Söz konusu planlar sanayinin planlanmasının yanında nerede hangi fabrikanın kurulacağını da içermekteydi (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

1940 yılında Milli Koruma Kanunu çıkarılmış, ancak kanun savaş şartları içerisinde özel girişimi teşvik etmekten çok karaborsacılıkla mücadeleyi hedefine almıştır. 1942

yılına gelindiğinde Varlık Vergisi Kanunu çıkarılmış olup söz konusu yasanın temel amacı, Türk kökenli olmayan yabancı ticaret burjuvazisinin ortadan kaldırılmasıydı ve getirdiği düzenlemeler ile sermayenin el değiştirmesi sağlanmıştır (T. C. Resmi Gazete, 1942). Takip eden dönemde, 1948 yılında Milli Ekonomi Kongresi toplanmıştır. Devletçiliğin özel sektörün gelişme imkanlarını yok ettiği yönünde görüşler bu dönemde dile getirilmiştir. Özel sektöre yönelik düzenlemeler bu dönemde kayda değer bir gelişme gösterildiğine işaret etmektedir (Aşkın vd., 2011: 66-67).

1961 yılına gelindiğinde beşer yıllık kalkınma planlarının yürürlüğe alınmaya başlandığı görülmektedir. Bu yıllar tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişin ve köyden kente göçün hızlandığı bir döneme denk düşmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

1970'li yıllar ise çoğu yurtiçi ve yurtdışı yüksek tahsilli bireylerden oluşan bir girişimci grubunun ortaya çıktığı bir dönemdir. Geleneksel üretim anlayışını yenilikçi bakış açısıyla geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. 1970'den 1980'li yıllara uzanan dönemde ithal ikamesi politikasının önem kazandığı görülmektedir (Oran, 2004: 38).

1980 yılı ise Türkiye'nin girişimcilik açısından önemli gelişmeler kaydettiği bir yıl olmuştur. 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarıyla; ithal ikâmecî politika yerine ihracatı teşvik politikasına geçilmiştir. Ayrıca, serbest piyasa ekonomisinin ilke ve esaslarının geliştirilmesi yönünde önemli düzenlemeler hayata geçirilmiştir. Dışa açık büyüme stratejisi bu dönemde rekabeti ve girişimciliği özendirmiştir. Bahsi geçen dönemde birçok sektörde yeni girişim örneklerinin arttığı görülmektedir. Bununla birlikte, 1980'li yıllardaki belirsizlik ortamı girişimcilerin plan yapmalarını oldukça zor bir hale getirmiştir. Özellikle vergi sistemi ve dış ticaret rejimindeki ani politika değişikliklerini söz konusu belirsizlik ortamının temel nedenleri arasında saymak mümkündür (Aşkın vd., 2011: 69).

1996 yılında Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne katıldığı ve küresel rekabette geride kalmamak için bir dizi reforma yöneldiği bir süreç yaşanmıştır. Gümrük Birliği ile getirilen düzenlemeler sayesinde özel sektörün potansiyeli arttırılmış ve ekonominin içerden ve dışardan gelebilecek etkilere karşı adaptasyon hızı artmıştır (Arıkan, 2004: 17).

Girişimciliği teşvik politikaları kapsamında, 4 Ocak 2012 tarihinde, söz konusu dönemdeki ismiyle Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Girişimcilik Konseyi kurulmuş, çalışmalarının koordine edilmesi görevi T.C. Kuk ve Orta lekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)'na verilmiştir. Konsey'in görevi, girişimciliğin geliştirilmesi, bunun için gerekli politikaların tespit edilmesi, girişimcilerin etkin bir şekilde desteklenmesi, girişimciliğin önündeki engellerin kaldırılması, finansmana erişim kolaylığının sağlanması, yüksek katma değer yaratan girişimcilik faaliyetlerinin özendirilmesi ve böylece uluslararası düzeyde rekabet gücüne sahip girişimciler yaratılması gibi konularda tavsiye kararları alınmasını sağlamaktır (T.C. Kuk ve Orta lekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2015: 28).

Konseyin önemli çalışmalarından biri Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP)'nin hazırlanmasıdır. KOSGEB tarafından 2015-2018 dönemine ilişkin yayınlanan GİSEP raporu ortaya konmuştur (T.C. Kuk ve Orta lekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2015: 28). 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planı'nın "Girişimcilik ve KOBİ'ler" başlıklı bölümünde ana amaç "KOBİ'lerin rekabet güçlerinin artırılarak ekonomik büyümeye katkısının yükseltilmesi" olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda, Onuncu Kalkınma Planı'nda hızlı büyüyen veya bu potansiyele sahip girişimciler ile yenilikçi girişimlerin desteklenmesinin önemi belirtilmektedir (06.07.2013 tarih ve 28699 sayılı Mükerrer Resmi Gazete, 2013).

Gerek Türkiye gerek Avrupa Birliği'nde 2000'li yıllara gelindiğinde bilgi toplumunun ortaya çıktığı 21. yüzyılda bilim ve teknoloji alanında meydana gelen gelişmelerin bir sonucu olarak girişimciliğin ekonomi içerisindeki önemi oldukça artmıştır.

Günümüzde Türkiye açısından girişimcilik ve inovasyon ekosistemini desteklemeye yönelik önemli gelişmeler kaydedildiğini söylemek mümkündür. Bunlardan birincisi, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)'nin Avrupa Birliği ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı işbirliğinde uyguladığı "Suriye Krizine Yanıt Olarak Türkiye'de Dayanıklılık Projesi" kapsamında İzmir, Gaziantep ve Mersin illerinde Yenilik Merkezleri ile Model Fabrikaların faaliyete geçmesine yöneliktir. İnovasyon, dijitalleşme ve verimliliği güçlendirmeyi hedefleyen Yenilik Merkezleri ve Model

Fabrikalar aracılığıyla, yerel imalat sanayini teknoloji odaklı dönüştürmek, rekabet güçlerini arttırmak, yalın üretim gibi konularda eğitim programları ve danışmanlıklar aracılığıyla rehberlik etmek, şirketlerin yeni sanayi devrimine hazırlanması ve tüm bunlarla sürdürülebilir büyümenin tetiklenmesi amaçlanmaktadır. Projenin bahsi geçen illerdeki yerel düzeydeki ortaklığını ise, özel sektörü temsil eden Ticaret ve Sanayi Odaları ile Organize Sanayi Bölgeleri üstlenmektedir

Yenilik Merkezlerinin temel hedefinde söz konusu illerdeki ekosistem aktörlerinin rekabet gücünü ve inovasyon yetkinliklerini arttırmak vardır. Böylece yerel düzeydeki girişimcilik faaliyetleri desteklenerek kentlerin cazibe merkezi haline dönüşmeleri amaçlanmaktadır. İzmir, Mersin ve Gaziantep’i inovasyon ve girişimcilik alanında önde gelen cazibe merkezlerine dönüştürmeyi hedefleyen bu yenilik merkezleri, Türkiye’nin girişimcilik ve inovasyon politikaları açısından bakıldığında, girişimciliğin ve yenilikçiliğin özendirilmesi ve farkındalığın artırılması anlamında kilit konumdadır (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, 2011).

Bir diğer önemli gelişme ise Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından “*Ulusal Teknoloji Girişimciliği Stratejisi*” hazırlanması ve Ekim 2021 içerisinde strateji taslağının ilgili kurumların görüşlerine açılmasıdır. Ulusal Strateji kapsamında girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi açısından çok önemli politika başlıkları tanımlanmış, finansmana erişimden girişim sermayesi altyapısına, girişimcilik eğitiminden kadın girişimciliğinin desteklenmesine, teknoparklara yönelik düzenlemelerden teknoloji tabanlı girişimcilere yönelik vize uygulamasına kadar birçok konuya değinilmiştir. Bu strateji kapsamında Türkiye girişimcilik ekosisteminin eksikliklerinin de bir haritası çıkarılarak gelişim göstermesi hedeflenen alanlar tanımlanmıştır. Stratejinin yürürlüğe girmesi ile birlikte söz konusu eylem planlarının sırasıyla hayata geçirilmesi Türk girişimcilik ekosisteminin dönüşümü açısından umut vadetmektedir.

T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından küresel unicornlar (1 milyar dolar şirket değerlemesine ulaşmış girişim) çıkarmak hedefiyle “e-Turquality (Bilişimin Yıldızları)” Programı 2022 yılının Nisan ayı içerisinde yürürlüğe alınmıştır. Söz konusu program, şirketlerin ihracat süreçlerinde rekabet avantajı elde etmeleri için altyapılarının ve kurumsal kapasitelerinin güçlendirilmesi, tanıtım, pazarlama, markalaşma

süreçlerinde oluşacak giderlerin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanmasına yönelik düzenlemeleri kapsamaktadır. Program kapsamında Türkiye'de bilişim ve alt sektörlerinde yer alan yazılım, oyun, e-spor, finansal teknolojiler, blokzinciri, yapay zeka, büyük veri, siber güvenlik, akıllı şehir ve yeşil dönüşüm, bulut bilişim, veri merkezi, dijital platformlar gibi sektörler desteklenecektir. Ayrıca bilişim sektörünün nihai hizmetlerinin yurtdışına açılımında girdi olarak Türkiye'de yerli ve milli yazılım ve hizmetlerin kullanılmasının teşvik edilmesi için Yerli Malı Kullanımı desteği oluşturulmuştur (Resmi Gazete, 2022). Söz konusu düzenlemeler Türkiye'de küresel boyutta teknoloji girişimlerinin oluşabilmesi için siyasi ve ekonomik düzeyde ulusal stratejilerin belirlenmesi ve bu stratejileri destekleyecek altyapının kurulması açısından son derece önemlidir.

2019-2023 yıllarını kapsayan On Birinci Kalkınma Planı'nın vizyonu ise "*daha fazla değer üreten, daha adil paylaşan, daha güçlü ve müreffeh Türkiye*" olarak belirtilmiştir. Bu vizyon bağlamında, yüksek gelir grubunda yer alan ülkeler ile en yüksek insani gelişmişlik seviyesindeki ülkeler arasına girme, istikrarlı ve sürdürülebilir ekonomik büyüme ile rekabet gücünün ve refah seviyesinin artırılması gibi birçok hedef belirlenmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019a: 1-30).

Türkiye'de sosyal girişimcilik<sup>4</sup>, 2019-2023 yıllarını kapsayan On Birinci Kalkınma Planı'nda da yer almıştır. Planda yer alan sosyal girişimcilik ile ilgili maddeler şu şekildedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019a):

*"452.4. Sosyal girişimcilikle ilgili düzenleme yapılacak, sosyal etkinin ölçülmesine yönelik kapasite artırılabilecek, analiz sonuçlarına göre iyi uygulamaların topluma katkıları oranında destek miktarlarının kademeli olarak artırılması sağlanacaktır."*

*"671.1. Sosyal Destek Programı, özellikle toplumun dezavantajlı kesimlerinin ekonomik ve sosyal hayata daha aktif katılımlarını sağlamak, üretkenlik ve yetenek gelişimini destekleyerek istihdam edilebilirliği artırmak amacıyla, sosyal girişimciliği ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini de teşvik edecek şekilde yeniden yapılandırılacaktır."*

---

<sup>4</sup> Elde ettiği kazancı karlılık amacı gütmeyen ve sosyal sorumluluk kapsamında toplumsal faydayı gözeterek harcayan girişimlere sosyal girişimci ve yapılan bu faaliyetlere de sosyal girişimcilik denir.



İlgili maddelerden de anlaşılacağı üzere yapılacak desteklerin kapsamının ve ne şekilde uygulanacağını detaylı bir şekilde belirtilmemiş olduğu görülmektedir.

Türkiye’de dijital girişimcilik kavramı ilk defa On Birinci Kalkınma Planı kapsamında ayrı bir çalışma grubu olarak ele alınmıştır. Kalkınma planında, orta vadede katma değerli dijital girişimlerin ortaya çıkmasını sağlayacak uygun bir ekosistemin oluşturulması için çalışmaların yürütülmesi amaçlanmıştır.

Kalkınma planında yer alan 2019-2023 yılı içerisinde gerçekleşmesi beklenen hedefler aşağıdaki gibidir;

- Teknoloji tabanlı girişimci sayısı önümüzdeki beş yıl içerisinde iki kat artarak toplam 18.000’e ulaşacak, bunun yaklaşık yüzde 50’sini internet girişimleri veya interneti etkili bir gelişme aracı olarak kullanan girişimler oluşturacaktır.
- Başta e-ticaret, sayısal içerik, nesnelerin interneti, yapay zeka ve sosyal ağlar gibi alanlar olmak üzere, 50.000 adet yeni internet girişimi kurulacaktır.
- KOSGEB bünyesinde, internet girişimciliği alanında uzmanlaşacak ve faaliyet gösterecek en az birer adet Teknoloji Geliştirme Merkezi ve İş Geliştirme Merkezi kurulacaktır.
- Geleneksel sektörlerde çalışan bir milyon bireye internet girişimciliği eğitimi verilecektir.
- Ortaokul ve lise kademesinde, müfredata seçmeli girişimcilik ve kodlama dersleri eklenecek ve bu alanda ihtiyaç duyulan öğretmenler yetiştirilecektir.
- İnternet girişimciliği üzerine ihtisaslaşmış ve bu alandaki girişimler için bir merkez niteliği taşıyacak en az bir adet TGB kurulacaktır.
- Birey başına başlangıç aşaması girişimlerine (startup) yapılan yatırım oranı 5 TL seviyesinden 50 TL seviyesine çıkarılacaktır.
- Mevcut 428 melek yatırımcı sayısı 1000’e çıkarılacak ve internet girişimciliği üzerine uzmanlaşmış yatırımcı ve yatırımcı ağı sayısı artırılabilecektir.

Yukarıdaki hedeflerin gerçekleştirilmesine dönük yapılacak temel politikalar kısmında ise; ilk başta dijital girişimciliğin yasal çerçevesinin güçlendirilmesi gelmektedir. Finansman kolaylığı için kamu destek ve teşviklerinin oranı ve etkinliği artırılmalıdır. İnternet girişimciliği için nitelikli insan kaynağı yetiştirilmelidir. Ticarileşme odaklı ve

ekonomik değer vaat eden dijital girişimler ön planda tutulmalıdır. BİT ve internet kullanımının topluma yayılabilmesi için cihaz sahipliği, içerik ve erişim imkanığı kolaylıkları için önlemler alınacaktır. İnternet kullanımı ve e-ticarette dijital güvenliğe yönelik çalışmalar arttırılacaktır. İnternet teknolojileri destekli evre, akıllı şehirler, akıllı ulaşım, e-sağlık gibi alanlarda yenilikçi özömlere önem ve öncelik verilecektir.

## **2. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİğE İLİŞKİN MEVCUT DURUM ANALİZİ**

### **2.1. Dünya’da Mevcut Durum Analizi**

Günümüzde iş yapış şekillerinin çoğu bir şekilde internetle bağlantılı konuma gelmiştir. Birçok şirket internete açılma ve genel olarak dijitalleşme konularına ağırlık vermiştir. Bireylerin alışkanlıklarının değişmesiyle, alışverişinde evrimii olarak rahatça yapılabilmesi e-ticaretin yaygınlaşmasını da etken olmuştur. Banka hizmetlerinin internet ortamında yürütölmesi de bireyin hayatını olumlu şekilde etkilemiştir. Dahası bireyler sosyalleşme ihtiyaçlarını dahi internet üzerinden giderir hale gelmiştir.

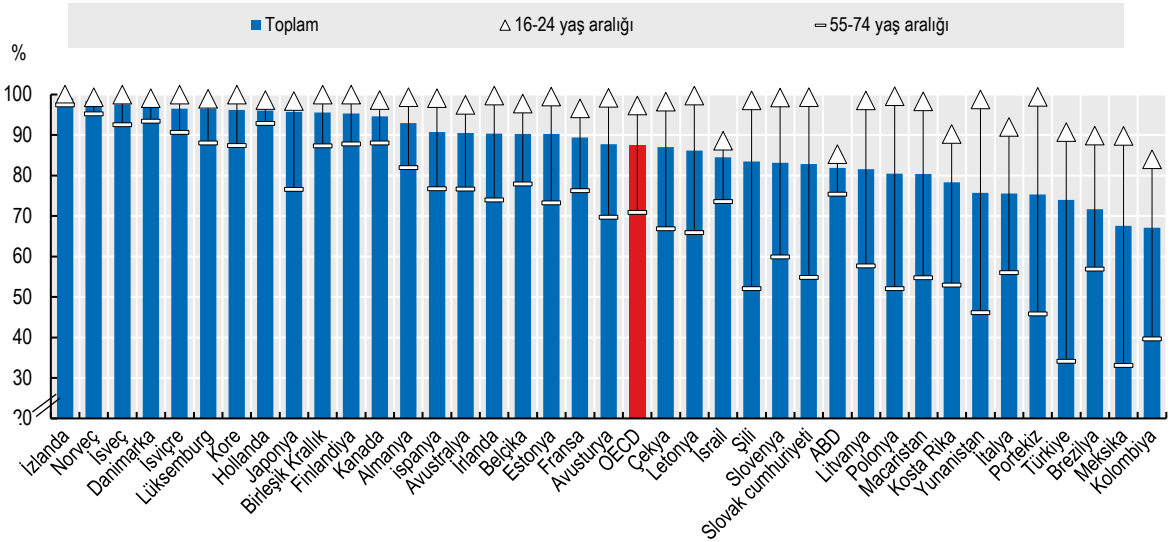
İnternetin yaygınlaşmasıyla güvenlik konusunda; bulut bilişim güvenliği, siber güvenlik, veri güvenliği gibi konular, gündeme gelmektedir. Dijitalleşme ile sensör teknolojisine erişim her türlü nesnenin internete bağlanabilmesine olanak sağlamıştır. Buda nesnelerin interneti (İnternet of things/IoT) kavramını ortaya çıkartmıştır.

Yaşanan teknolojik gelişmelerin doğrultusunda, ekonomik faaliyetler internet temellerine dayandırılarak gelirlerin tamamının veya çoğunun internet ile bağlantılı ürün veya hizmetlerden oluşan şirketler ortaya çıkmıştır. İnternet ekonomisini meydana getiren dört ana unsur bulunmaktadır. Bunlar; altyapı, uygulama, ortam sağlayıcı ve ticarettir. Altyapı kısmında, internetin düzgün ve kesintisiz hizmet sunabilmesi için donanım ve yazılım üreten şirketler yer alır. Uygulama kısmında evrimii kolaylıklar sağlayacak yazılım ve uygulamalar vardır. Ortam sağlayıcı veya diğer deyişle arabulucular, bilginin düzenlenmesi, toplanması, dağıtılması ve aranması gibi fonksiyonlar sunar, bu şekilde alım satım işlemleri daha etkin olarak ilerler. Ticaret unsurunda ise internet üzerinden mal veya hizmet alım satımlarında gerçekleştirilen

şirketten şirkete (Business to Business/BTB) veya şirketten müşteriye (Business to Customer/BTC) gibi iş modellerini kullanan şirketler bulunur.

Dijitalleşme sayesinde internet ekonomisinin katkıları da sorgulanmaya başlanmıştır. İş yapış şekillerini değiştirerek, bilgilerin daha hızlı kolay ve maliyetsiz toplanabilmesi ile devlet ve şirketler yönetim kararlarını daha stratejik verebilmektedir.

Şirketlerin veya bireylerin internet kullanım hacimleri veya bilişim ve iletişim teknolojilerine erişimleri aslında dijital girişimcilik faaliyetlerine fayda sağlayacak veya engel olacak unsurlardır. Öncelikle bu konuda genel olarak istatistiklerle mevcut durum analizi yapılmaya çalışılacaktır.



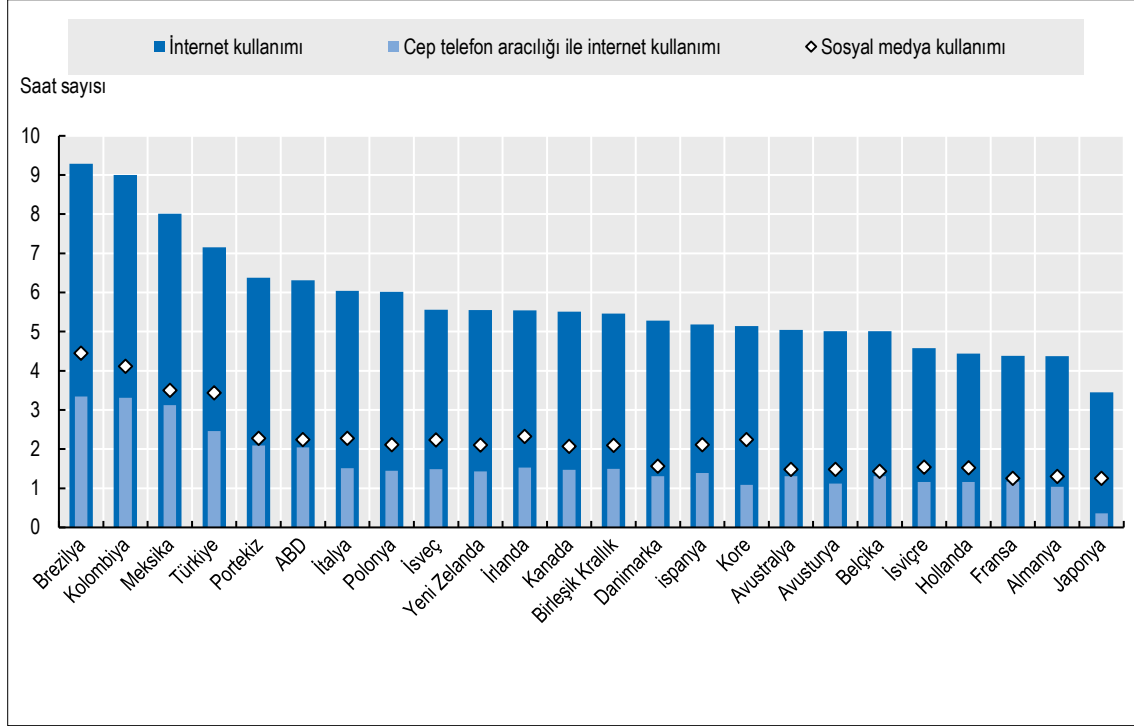
**Grafik 1.Yaşa Göre İnternet Kullanıcıları (2019)**

**Kaynak:** Digital Economy Outlook, 2021

İnternet, çeşitli diğer dijital teknolojilerin ve uygulamaların temelini oluşturur. Son on yılda önemli ölçüde artmasına rağmen, İnternet kullanımı ülkeler ve sosyal gruplar arasında büyük farklılıklar göstermeye devam etmektedir. 2019'da İskandinav ülkeleri, Güney Kore, Lüksemburg, Hollanda, İsviçre ve Birleşik Krallık'ta yetişkinlerin %95'inden fazlası internete erişime sahiptir. Yetişkinler için erişim oranları Türkiye'de %74 ve Kolombiya ve Meksika'da %70'in altındadır.

İnternet kullanımındaki farklılıklar yaş, eğitim ve gelir seviyeleri ile bağlantılıdır. Çoğu OECD ülkesinde, İnternet kullanımı artık 16-24 yaş arası bireyler arasında neredeyse

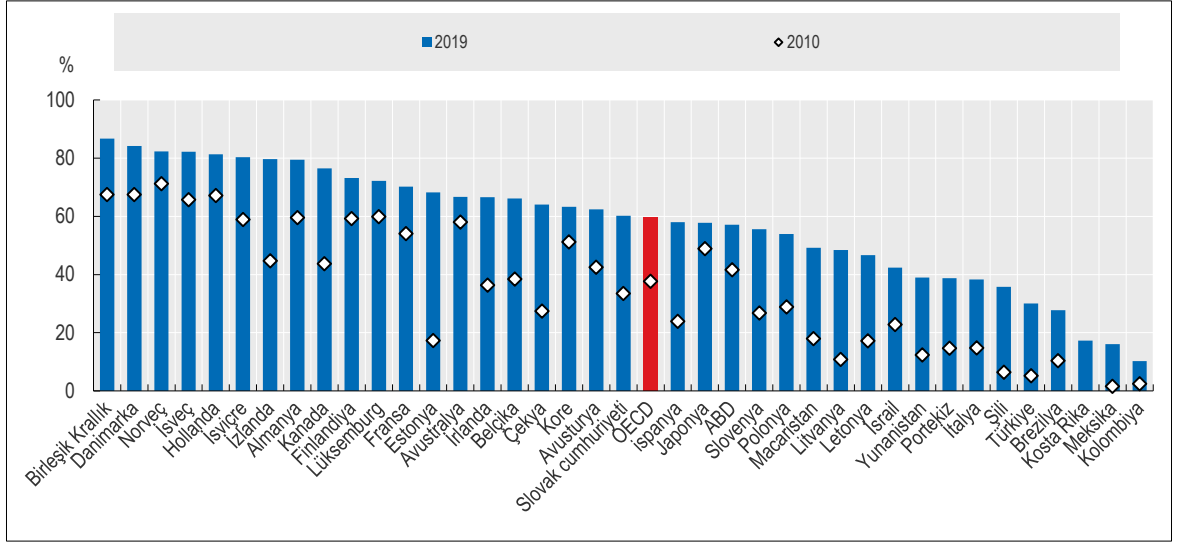
evrenseldir. Ülkeler arası farklılıklar eski nesiller için daha geniştir. İskandinav ülkeleri, Kanada, Güney Kore, Lüksemburg, Hollanda, İsviçre ve Birleşik Krallık 'ta 55-74 yaş arası bireyler arasında internet kullanımı %85'in üzerindedir. Ancak Yunanistan ve Portekiz'de sadece %46, Meksika ve Türkiye'de ise %33'tür.



**Grafik 2. İnternet, Mobil İnternet ve Sosyal Medyayı Kullanarak Geçirilen Ortalama Günlük Süre (2019)**

**Kaynak:** Digital Economy Outlook, 2021

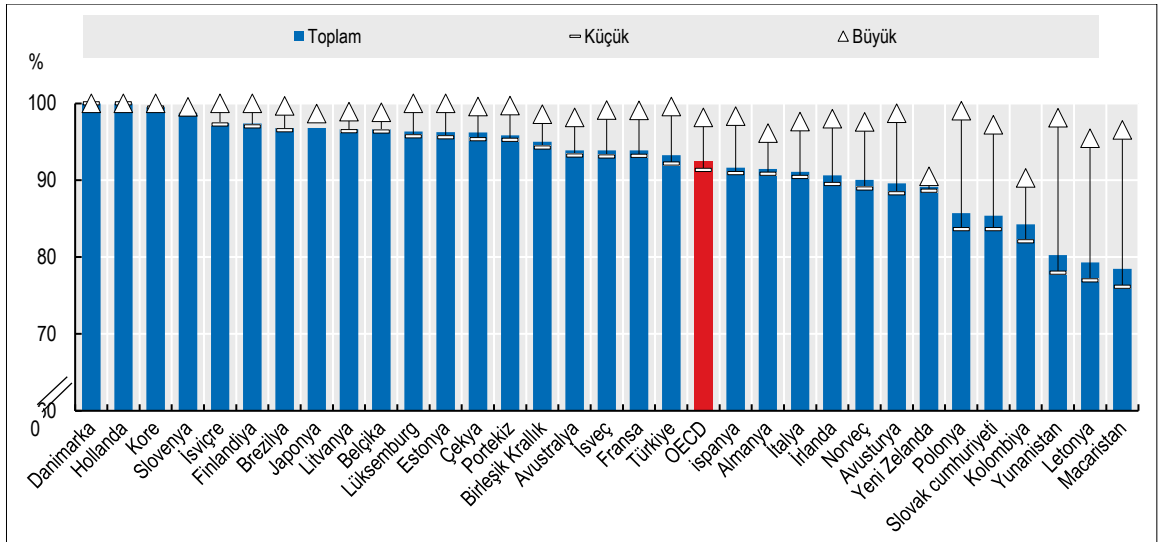
Her gün internette geçirilen süre ülkeler arasında önemli farklılıklar göstermektedir. Brezilya ve Kolombiya'da yaklaşık dokuz saatten fazla Japonya'da dört saatin altında günlük internet kullanım süreleri göze çarpmaktadır. Mobil cihazlar, Brezilya ve Türkiye'de internette geçirilen sürenin yarısından fazlasını oluştururken, Almanya ve Fransa'da üçte birinden daha azını oluşturmaktadır. Sosyal medyada geçirilen günlük süre Brezilya'da dört buçuk saatten fazla iken Japonya'da bir buçuk iki saat aralığındadır. Buna karşılık, çevrimiçi zamanın yaklaşık %40'ıyla en yüksek paylar Meksika, Kolombiya ve Türkiye gibi ülkelerde bulunmaktadır.



**Grafik 3. İnternet Üzerinden Mal veya Hizmet Siparişi Veren Bireylerin Yüzdesi (2019-2010)**

**Kaynak:** Digital Economy Outlook, 2021

E-ticaret, birçok ürün kategorisi için geleneksel dağıtım kanallarını çoktan bozmuştur. 2018 yılında internet üzerinden en yaygın satın alınan ürünler (her biri ortalama %40) giyim, ayakkabı, spor malzemeleri ve seyahat ürünleri olmuştur. Bunları etkinlik biletleri, okuma materyalleri, film ve müzik, ardından fotoğraf, telekomünikasyon ve optik ekipmanlar ile gıda ve market ürünleri izlemektedir (OECD, 2019).

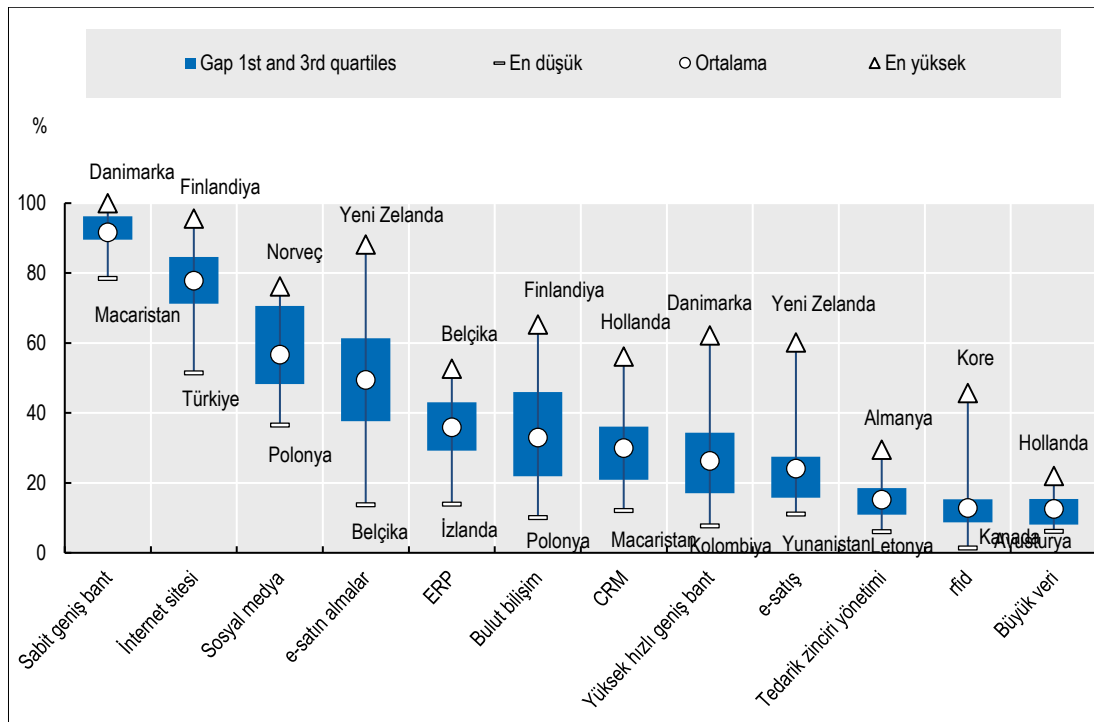


**Grafik 4. Girişimlerin Ölçeklerine Göre Geniş Bant Bağlantısı,(2019)**

**Kaynak:** Digital Economy Outlook, 2021

Dijital devrimin iş modellerini, üretimi ve rekabet edebilirliği dönüştürmesinin sayısız yolu bulunmaktadır. Girişimlerin büyük çoğunluğu en azından bazı BİT'leri kullanmaktadır. 2019'da, OECD ülkelerindeki işletmelerin ortalama %93'ünün geniş bant bağlantısı vardır. Bağlantıdaki artış %19 olarak özellikle Litvanya ve Polonya'da yüksektir. Küçük şirketlerin %80'den fazlası artık geniş bantta bağlanmıştır. Bununla birlikte, büyük ve küçük şirketler arasındaki fark, Polonya, Letonya, Yunanistan ve Macaristan'da yüzde 15 ila 20 arasında kalarak önemli olmaya devam etmektedir.

Geniş bant bağlantısı doygunluğa yaklaşıyor gibi görünse de, yüksek hızlı geniş bant (100 Mbps veya üzeri) düşünüldüğünde farklı bir tablo ortaya çıkmaktadır. 2018'de OECD ülkelerindeki şirketlerin sadece %20'si ve büyük şirketlerin %50'si yüksek hızlı geniş banttan yararlanmıştır.



**Grafik 5. Girişim Faaliyetlerinde Bilişim Teknoloji Araçlarının Kullanımı, (2019)**

**Kaynak:** Digital Economy Outlook, 2021

Bulut bilgi işlem hizmetleri, ağ yoğunluğu ve hızındaki patlama ve sunulan bilgi işlem gücündeki sürekli artışlarla popülaritesini arttırmıştır. OECD genelindeki şirketlerin üçte biri, yalnızca beş yılda % 10'dan fazla bir artışla bulut bilişim hizmetleri satın

almaktadır. Bulut bilişim, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihtiyaçlarına uygun miktarlarda ekstra işlem gücü ve depolama kapasitesinin yanı sıra veri tabanları ve yazılımlara erişmesine olanak tanımaktadır (OECD, 2019). Bulut bilgi işlem, esnekliğine ve ölçeklenebilirliğine ek olarak teknoloji yükseltme maliyetlerini azaltmaktadır. Bilişim teknolojilerinin kullanımı girişim şirketlerinin donanım yapıları ön yatırımlarının yanı sıra düzenli bakım, bilişim teknoloji ekibi ve sertifikasyon giderlerinden muaf tutarak maliyetide düşürmektedir. Ayrıca diğer teknolojilerin yayılmasını ve yeni organizasyonel ve pazarlama uygulamalarını desteklemektedir.

Daha sofistike ve uzman bilişim ve iletişim teknolojileri daha az yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunlar, alımın belirli işletme türleriyle sınırlı olduğu büyük veri analitiği (BDA) ve radyo frekansı tanımlamayı (RFID) içerir. O yüzden bilişim araçları grafiktekilerle sınırlandırılmıştır.

Günümüzde girişimcilik veya daha doğru bir ifadeyle katma değeri yüksek teknolojik ürün veya hizmet odaklı girişimcilik devletlerin yeni makro ekonomi politikasını oluşturmaktadır. ABD tarafından yirmi birinci yüzyıl girişimcilik yüzyılı olarak tanımlanmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde teknoloji alanında tekel olma yolundaki şirketlere verilebilecek en iyi örnek FAANG ve MAMATA olarak isimlendirilen şirketler grubudur. WallStreet'te teknoloji şirketlerine yatırım yapmak isteyenlere çok yakın bir döneme kadar FAANG sepeti önerilmektedir. FAANG; Facebook, Apple, Amazon, Netflix ve Google şirketlerinin baş harflerinden oluşan bir kısaltmadır. Bu beş teknolojişirketinden tek bir varlık gibi bahsetme fikri CNBC kanalındaki Mad Money'insunucusu Jim Cramer'a aittir.

2021 yılının sonlarına doğru ise Facebook'un Meta markası altında yoluna devam etme hamlesi ile Tesla şirketlerinin hızlı yükselişi göz önünde tutularak Meta (Facebook), Alphabet (Google), Microsoft, Amazon, Tesla ve Apple'ın baş harflerinden oluşan MAMATA kısaltması büyük altılı için kullanılan yeni isim olmuştur. Kasım 2021 dönemine ait rakamlarla; söz konusu altı şirketin değeri Tablo2.1'de sunulmakta olup şirketlerin toplam değerleri 10 trilyon doları aşmaktadır (Fortune, 2021).

**Tablo 3. MAMATA Şirketlerinin Değeri**

<b>Şirket</b>	<b>Değer (Milyar Dolar)</b>
Meta (Facebook)	912
Alphabet (Google)	1,941
Microsoft	2,500
Amazon	1,680
Tesla	1,188
Apple	2,459
<b>MAMATA-Toplam Değer</b>	<b>10,68 Trilyon Dolar</b>

**Kaynak:** Fortune, 2021

Küresel tekel yaratma eğiliminde olan bu şirketlerin gücünü örnekle açıklayacak olursak Facebook'un son salgın krizinde ABD Başkanı Biden'ın bu yapının fazlasıyla büyüdüğünü söylemesi, artık ABD'nin bile kendi içinden çıkan bir deve karşı ihtiyatlı olma eğiliminde olduğunun en açık göstergesidir. Ayrıca Twitter'da ABD başkanlık seçimi döneminde, eski başkan Trump'ın her paylaşımının altına önceleri "Bu doğrulanmış bir bilgi değildir" yazıp daha sonra da erişime kapatması, şirketlerin etkisini göstermek açısından oldukça iddialı bir örnektir (Gazete Oksijen, 2021).

ABD menşeli çok uluslu şirketlerin teknoloji alanında sağladıkları uluslararası başarı ve küresel pazardaki güçleri, inovasyon ve teknoloji tabanlı şirketlerin ülkelerin dış politikasının yönlendirilmesinde önemli rol oynadığını göstermektedir. IBM, Microsoft veya Google eğer bir ülkeye Ar-Ge yatırımı yapmak isterse, o ülkenin bilim politikaları kapsamında kendisine sunulan imkanların, güvencelerin ve önceliklerin devamlılığının sağlanmasını isteyecektir. Bu noktada inovasyon ticareti yapan ABD, Japonya, Güney Kore, Birleşik Krallık, Finlandiya, Singapur ve İsrail gibi ülkelerin inovasyon diplomasisine özen gösterdikleri gözlemlenmektedir (Büyükuslu, 2020: 93-94).

Avrupa Birliği Açık Stratejik Özerklik Raporu kapsamında ortaya konan önemli bir husus ise 2020'de bilişim patent başvurusunda bulunan önde gelen 100 şirketin buldukları bölgelere göre dağılımıdır. Söz konusu şirketlerin ülkelere göre dağılımı



açısından ABD, 43 şirket ile lider durumda olup diğer ülkelerde yer alan şirket sayısı ise; Japonya'da 14, Çin'de 12 ve Güney Kore'de 4 olmak üzere toplam 73'dür.

Gelişmekte olan ülkelerin inovasyon kapasitelerini arttırmak için Ar-Ge'ye GSYH'dan daha yüksek pay ayırmaları gerekmektedir. İnovasyon kapasitesi yüksek olan ülkeler incelendiğinde bu ülkelerin Ar-Ge'ye daha çok yatırım yapan yani Ar-Ge yoğunluğu daha yüksek ülkeler olduğu gözlemlenmektedir.

Ülke ya da şirketlerin, Ar-Ge çalışmalarında başarıya ulaşabilmelerinde yaptıkları Ar-Ge harcamaları kadar Ar-Ge sektöründe istihdam ettikleri araştırmacı sayısı ve bu araştırmacıların bilgi, beceri ve yetkinlik düzeyleri de önemlidir. Alanında belirli bir uzmanlığı olan, yeni fikirlere açık, geniş düşünce ufkuна sahip araştırmacılar inovasyon başarısının artmasında en önemli faktörlerden biridir. Ar-Ge harcamalarında da olduğu gibi Ar-Ge sektöründeki nitelikli işgücünün tek başına inovasyon göstergesi olarak kabul edilmesi ve ülkelerin bu göstergeye göre inovasyon başarılarının değerlendirilmesi bazı sorunlara neden olabilmektedir. Ar-Ge sektöründe istihdam edilen işgücünün verimliliği, bilgi ve beceri düzeyleri ülkelere göre farklılık gösterebilmektedir. Sadece araştırmacı sayısına göre yapılan değerlendirme, niceliksel bir değerlendirme olup nitelik açısından farklılıkları göz ardı etmektedir. Bu açıdan bakıldığında daha az sayıda ve yüksek nitelikli araştırmacıya sahip olan ülkelerin inovasyon üretme potansiyeli, daha çok sayıda ve düşük nitelikli araştırmacıya sahip olan ülkelere daha yüksek olabileceği sonucu Ar-Ge sektöründeki işgücünün tek başına inovasyon göstergesi olarak kullanılamayacağını ortaya koymaktadır.

Günümüz bilgi çağına, gelişme sürecindeki ülkelerin kullandığı faktörlerden en önemlisi inovasyon ve teknolojidir. İnovasyon, ekonomik ve sosyal açıdan hem gelişmiş ülkelere hem de gelişmekte olan ülkelere katkı sağlamaktadır (Işık vd., 2016: 13). İnovasyon, ekonomik yapıda meydana gelen değişimleri, ülkelerin uygulayacakları politikaları, ülkede yaşayan bireylerin yaşam şekillerini ve refah düzeylerini etkilemektedir. Gelişmiş ülkelerin sürdürülebilir büyümeyi tesis etmesini, gelişmekte olan ülkelerin ise gelişmiş ülkelere yakınsamasını kolaylaştırmaktadır. Yüksek teknoloji ürün ihracatı, kama değer yarattığı için özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri ve kalkınmaları açısından büyük öneme sahiptir.

Neo-liberal iktisat politikaları gelişmekte olan ÷lkelerdeki kalkınma sorunlarına çözümlanamamış ve yönetimsel sorunların devam etmesine sebep olmuştur. Devletin ekonomideki rolünün değişmesinin tek başına sorunların çözümlünde yeterli olmadığı anlaşılmıştır (Yüksel, 2000: 147). IMF, BM, Dünya Bankası, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ve uluslararası medya gibi kuruluşlar yönetim kavramını sıklıkla ve farklı şekillerde kullanmaktadır. Çok geniş bir kapsama sahip yönetim terimi ve bu terimden türetilen iyi yönetim kavramı, uluslararası kalkınma ajanslarının da desteğiyle gelişmekte olan ÷lkelerdeki politika ve idari reform sözlüğünde moda haline gelerek sağlam kalkınma yönetimi ile eşanlamlı hale gelmiştir (Tripathi, 2017:169). Gelişmekte olan üst orta gelir grubundaki ÷lkeler, ucuz hammadde ve işgücü kaynaklarına sahip olmaları ve üretim konusunda uzmanlaşmaları nedeniyle maliyet avantajı ve uluslararası piyasalarda rekabet avantajı elde etmek isteyen gelişmiş ÷lkelerdeki şirketlerin üretimlerini bu ÷lkelere kaydırmalarına neden olmaktadır. Bu durum gelişmekte olan ÷lkelerde fabrika kurmak, ortaklık yapmak ya da kendi adına üretim yaptırmak gibi farklı şekillerde olabilmektedir. Gelişmekte olan ÷lke grubundaki inovasyon becerisi daha üst seviyede olan ÷lkeler, gelişmiş ÷lkelerin ürettiği inovasyonları taklit yoluyla geliştirerek Ar-Ge faaliyetlerinin sadece geliştirme kısmındaki maliyetlere katlanmaları bu ÷lkelerin inovasyon maliyetlerini düşürmekte ve gelişmiş ÷lkelerle rekabet edebilecek ürünler elde etmelerine neden olabilmektedir. Ayrıca gelişmekte olan ÷lkeler, inovasyon doyumuna ulaşamadıkları için bu ÷lkelerde inovasyonun marjinal verimliliği daha yüksek olmaktadır. Ancak gelişmekte olan alt gelir ve üst gelir grubundaki ÷lkelerde inovasyonun büyüme üzerindeki etkisinin farklı olmasının temel neden üst gelir grubundaki gelişmekte olan ÷lkelerin verimlilik ve inovasyon odaklı ekonomik yapı arasında kalan geçiş ekonomileri olmaları ve alt gelir grubundaki ÷lkelere göre daha yüksek inovasyon yeteneğine sahip olmalarından kaynaklanmaktadır.

## **2.2. Avrupa Birliği'nde Mevcut Durum Analizi**

Avrupa Birliği düzeyinde Avrupa 2020 Stratejisi'nde söz konusu hedefler kapsamında Avrupa Komisyonu tarafından planlanan çalışmalar şu şekilde özetlenmektedir. Etkili ve kapsamlı bir politika geliştirilmesi, açık ve yüksek hızdaki internet alt yapısına ve

ilgili hizmetlere yapılacak yatırımları teşvik eden yasal bir çerçeve oluşturulması, ilgili yapısal fonların kullanımının kolaylaştırılması, online içerik ve hizmetler için gerçek bir tek pazarın oluşturulması, araştırma ve inovasyon fonlarının reformu, AB'nin teknolojik gücünü artırmak amacıyla, bilgi ve iletişim teknolojileri alanında desteğin artırılması, KOBİ'lerin gelişmekte olan pazarlarda lider olmasını sağlayacak koşulların oluşturulması ve bilgi ve iletişim teknolojileri inovasyonunun tüm sektörlerde teşvik edilmesi, dijital okuryazarlığın ve erişilebilirliğin artırılması yolu ile Avrupa vatandaşlarının tamamının internet erişiminin sağlanmasıdır. Ulusal düzeyde ise Avrupa Komisyonu'nun üye devletlerden beklentileri, yüksek hızda internet kullanımına ilişkin stratejilerin belirlenmesi, özel yatırımların hizmet vermediği alanlarda yapısal finansmanında dahil olduğu kamu finansmanının sağlanması, ağ yaygınlaştırma maliyetlerini azaltmak için kamusal çalışmaların koordinasyonunu sağlayacak bir yasal çerçeve ortaya konması, erişilebilir, çevrimiçi hizmet kullanımının teşvik edilmesi şeklinde özetlenebilir (Gümüştekin, 2012: 26).

Avrupa 2020 Stratejisi'nde oluşturulmak istenen dijital toplum ile sürdürülebilir büyümenin sağlanması ve yeni iş imkanlarının yaratılması planlanmaktadır. Bu nedenle tüm düzenlemeler teknolojik ilerlemelerin önünü açacak şekilde geliştirilmektedir. Avrupa Birliği içerisinde genişbant internet ağ kullanımı her geçen gün artmakta, bilgi ve iletişim araçları toplumun her kesimine nüfuz etmektedir. Bu kapsamda düzenlemeler ile telekomünikasyon alanında Avrupa vatandaşlarının ilgili hizmetlerden daha iyi yararlanmaları, bilgi edinme haklarını daha iyi kullanabilmeleri ve dolayısı ile kamusal hayata daha aktif katılımlarının sağlanması hedeflenmektedir. Ayrıca bu yasal çerçeve ile Avrupa'nın daha açık ve demokratik olmasının önü de açılmaktadır.

Avrupa Birliğinde araştırma ve inovasyonu destekleyen en önemli enstrüman olan Avrupa Birliği Çerçeve Programları (EU Framework Programme)'na da değinmek yararlı olacaktır. Çerçeve Programlar, ortaya koyduğu amaçlar ve ayrılan bütçe anlamında belli bir dönem için planlanan 4-5 yıllık programlardır. Programların ortak amaçlarını beş başlıkta toplamak mümkündür. Avrupa'nın bilim ve teknoloji altyapısını güçlendirmek, ekonomik ve sosyal uyumu sağlamak ve küresel düzeyde sanayide rekabet gücünü arttırmak, üniversite ve sanayi arasındaki işbirliğini desteklemek ve Avrupa Birliği üye ülkelerinin birbirleriyle işbirliğini arttırmak şeklinde özetlemek

mümkündür (European Commission, 2007). 2007-2013 dönemini kapsayan Yedinci Çerçeve Programı'nın süresi dolmuş olup 1 Ocak 2014 itibarıyla, 2014-2020 dönemini kapsayan Ufuk 2020 (Horizon 2020) altında çalışmalar devam etmiştir. Ufuk 2020'nin temel odak noktaları 80 milyar Avro tutarında bir bütçesi ile belirlenmiştir. Bunlar; Avrupa Birliği'nin bilim alanındaki küresel konumunun sağlamlaştırılması, kilit düzeydeki teknolojilere yapılacak yatırımların desteklenmesi, sermayeye erişimin kolaylaştırılması ve küçük işletmelerin desteklenmesi aracılığıyla sanayide rekabet gücünün artırılması, inovasyonun desteklenmesi, gıda güvenliği, ulaşımda sürdürülebilirlik ve yaşlanan nüfus gibi konulardaki zorlukların aşılmasıdır (European Commission, 2014).

Ufuk 2020'nin süresinin sona ermesiyle birlikte son olarak Horizon Europe programı yürürlüğe girmiş olup genel olarak Ufuk 2020'de yer alan destek alanlarını kapsamakta, bunun yanı sıra bazı değişiklikler ve fonlamalarda farklılıklar içermektedir (European Commission, 2020).

Günümüze geldiğinde ise Avrupa Komisyonu tarafından 2020 yılında Sürdürülebilir ve Dijital Bir Avrupa İçin Bir KOBİ Stratejisi (An SME Strategy for a Sustainable and Digital Europe) yayınlamıştır. Söz konusu strateji üç temele dayanmaktadır. Sürdürülebilirliğe ve dijitalleşmeye geçiş için KOBİ'lerin kapasitelerini geliştirme ve destekleme, düzenleyici yükümlülüklerin azaltılması ve pazara erişimin iyileştirilmesi ile finansmana erişimin iyileştirilmesi söz konusu stratejinin odak alanlarını oluşturmaktadır (European Commission, 2020: 1).

Bir diğer önemli gelişme olarak Avrupa 2020 Stratejisi'nin devamı niteliğinde olan Açık Stratejik Özerklik (Open Strategic Autonomy) belgesinden bahsetmek yararlı olacaktır. 2021 yılının Şubat ayında Avrupa Komisyonu tarafından ortaya konulan strateji kapsamında, Avrupa Birliğinin önümüzdeki yıllarda izleyeceği ticaret stratejisinden bahsedilmektedir. Bu strateji, yeşil ve dijital dönüşüme yönelik desteklerin artırılması, ayrıca çok taraflılığın güçlendirilmesi, adil ve sürdürülebilir yaklaşımların benimsenerek küresel ticareti düzenleyen kurallarda reformlar yapılması, böylece ekonomik toparlanma için katkı sağlanması gibi hususlar temelinde inşa edilmiştir (European Commission, 2021).

Avrupa Birliğinin ticaretten sorumlu Komisyon Üyesi Valdis Dombrovskis söz konusu stratejiye yönelik olarak yaptığı konuşmada Őunları söylemiŐtir:

*“KarŐımızda duran sınamalar Avrupa Birliği ticaret politikasında yeni bir stratejiyi gerekli kılıyor. Covid sonrası dönemde büyümeye ve iş imkânlarının yaratılmasına yardımcı olabilmek için açık ve kurala dayalı bir ticarete ihtiyacımız var. Aynı şekilde, ticaret politikası ekonomimizin yeşil ve dijital dönüşümlerini de tam anlamıyla desteklemeli ve Dünya Ticaret Örgütü’nün reformuna yönelik küresel çabalara öncülük etmelidir. Strateji bize aynı zamanda haksız ticaret uygulamalarıyla karşı karşıya kaldığımızda kendimizi savunabileceğimiz araçları da sağlamalıdır. AB’nin kendi seçimlerini yapma ve liderlik ve aktif pozisyon sergileyerek çevresindeki dünyayı Őekillendirme becerisini vurgulayan, stratejik menfaatlerimiz ve değerlerimizi yansıtan, açık, stratejik ve iddialı bir istikamette ilerliyoruz” (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 2021).*

Söz konusu stratejiye göre Avrupa Birliği’nin gerektiğinde yeni enstrümanların devreye alınması seçeneği de dahil, Birliğin çıkar ve değerlerini koruma konusunda daha aktif bir tutum takınacağı ortaya konmaktadır (European Commission, 2021). Açık Stratejik Özerklik belgesi, tüm bu yönleriyle müdahalenin zorunlu olduğu hususuna dikkat çeken, rasyonel beklentiler ve davranışı maksimize etmeye dayanan ücret ve/veya fiyat yapıŐkanlıkları modellerine ilişkin politikalara odaklanan yeni Keynesyen bir yaklaşım ortaya koymaktadır.

Strateji kapsamında dijital teknolojiler alanında artan rekabetin, artan araştırma çalışmaları ve bunların ekonomik büyümeye dönüŐtürülmesi yoluyla Avrupa Birliği’nin dijital teknoloji egemenliğini sağlamak için fırsatlar sunduğu ortaya konulmaktadır. Bu noktada başarıya ulaŐmanın yolunun ise Avrupa Birliğindeki startupların inovasyon dostu ekosistemlerde büyümesini sağlamak, eğitim ortamı sunmak ve yeni meslekler yaratmak suretiyle ekosistemin güçlü bir Şekilde desteklenmesiyle mümkün olabileceği hususu belirtilmiştir.

Rapor kapsamında ayrıca dijital teknolojilerin yaygın olmasının uluslararası işbirliği yoluyla yönetimleri açısından benzer düşünceye sahip demokrasiler arasında ortak bir yaklaşım geliŐtirdiđi ortaya konmaktadır. Buna göre düzenleyici çerçevelerin, Avrupa

Birliğin liderlik yeteneğini arttırmak için belirlenen Avrupa Birliği değerleri vestandartları doğrultusunda yeniliği teşvik edecek şekilde tasarlanmasının önemi vurgulanmıştır. Bilim, teknoloji ve inovasyon sistemlerinin korunması, uluslararası ortaklıkların güçlendirilmesi, araştırmacıların ve eğitim sisteminin rekabet edebilirliğinin sağlanması gibi hususlar gelecekte dijital egemenliğin sağlanması için anahtar olarak tanımlanmıştır.

Avrupa Birliğin Açık Stratejik Özerklik raporu ile yapay zeka, bulut bilişim, ilaç, piller, çipler gibi inovasyon ve buluş ile öne çıkan sektörler açısından Avrupa Birliğin güçlü yönleri ve geliştirmesi gereken alanlar ortaya konmuş ve genel olarak söz konusu sektörlerin Avrupa Birliği genelinde desteklenmesi hususlarına odaklanılmıştır.

Avrupa Birliğin girişimcilik ve inovasyon politikaları açısından önemli bir diğer belge ise, Avrupa Komisyonu tarafından 2022 yılında ortaya koyulan 2050'ye Doğru Avrupa'da Kaynaşma (Cohesion in Europe towards 2050) raporudur (European Commission, 2022). Söz konusu rapor kapsamında 2001 yılından bu yana, Doğu Avrupa ülkelerinin gelişmişlik düzeyi bakımından Avrupa Birliğin geri kalanına yetişmeye başladığı, buna göre kişi başına düşen GSYİH açığında önemli bir azalma görüldüğü, yüksek büyüme oranlarının özellikle istihdamın tarımdan daha yüksek katma değerli sektörlerle kaydığı bir yapısal dönüşüm ile desteklendiği, bu bölgelerden bazılarının büyümeyi teşvik etmek için altyapı yatırımlarına ve düşük maliyetlere güvendiği hususları ortaya konmaktadır. Ancak, raporda ticarete konu sektörlerde, reel ücretlerin verimlilikten daha hızlı artması durumunda altyapı yatırımlarının getirisinin düşme ve düşük maliyet avantajlarının daralma riskine dikkat çekilmektedir. 2050'ye Doğru Avrupa'da Kaynaşma raporunda, gelecekte bir kalkınma tuzağına düşmemek için daha az gelişmiş bölgelerin eğitim ve öğretim faaliyetlerine yönelik kurumların kalitesini iyileştirmesi ve Ar-Ge ve inovasyon yatırımlarını artırması gerektiği ifade edilmektedir (European Commission, 2022). Bununla birlikte, Avrupa Birliğin 2050 vizyonunda üye ülkeler arası ekonomik farklılıkları azaltmanın ve ülkeleri birbirine yakınlaştırmanın yolunun inovasyon olduğunun altı çizilmiştir.

Raporda ek olarak inovasyonun, uzun vadeli bölgesel ekonomik büyümenin temel belirleyicisi olduğu, ancak Avrupa'da üye ülkelerin sınırları içinde bölgesel düzeyde dahi inovasyon açısından bölünmeler olduğu, bölgesel farklılıklar açısından ilerleme

kaydeden üye devletlerin yanısıra oldukça geride kalan üye devletler olduğu, bu durumun da yalnızca Ar-Ge'ye yapılan yatırımların eksikliğinden değil, aynı zamanda bölgesel inovasyon ekosistemlerindeki zayıflıklardan da kaynaklandığı ifade edilmektedir. Böylece raporda, büyümenin birçok itici gücünün daha gelişmiş bölgelerde ve kentsel alanlarda yoğunlaştığı hususu vurgulanmıştır (European Commission, 2022).

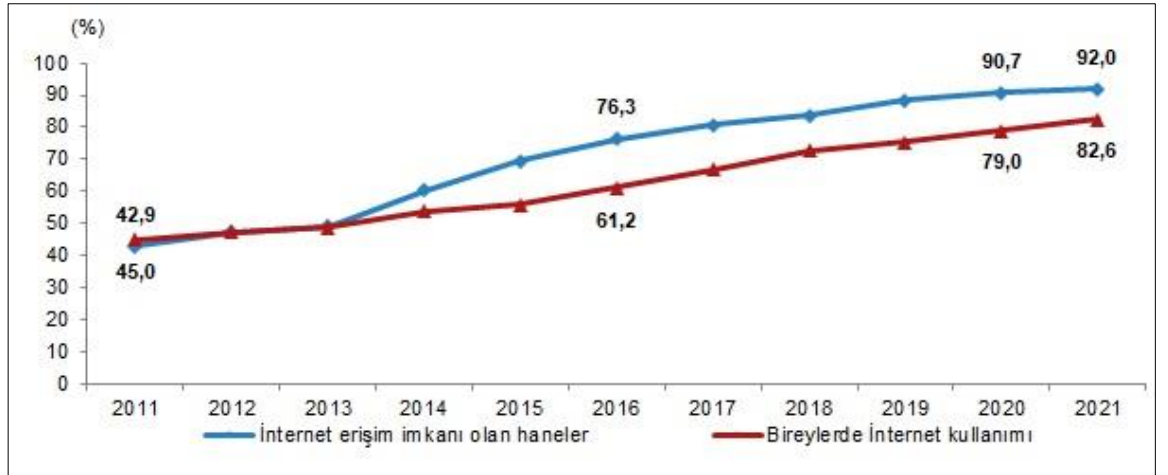
Avrupa Birliği üye ülkelerinin sınırları içinde görülen bölgesel inovasyon farklılıklarının giderilmesi için her bir bölge özelinde bölgesel potansiyele odaklanılması gerektiğinin önemi söz konusu strateji raporu ile vurgulanmaktadır. İş dünyasında ve kamu sektöründe dijital teknolojilerin, yönetsel uygulamaların ve Endüstri 4.0 teknolojilerinin zayıf bir şekilde ele alınmasının, birçok bölgenin yeni fırsatlardan yararlanmaya hazırlıksız olduğu ve değer zincirleri geliştikçe yeni düzenlemelere karşı savunmasız olduğu belirtilmektedir. Bu noktada kurumların, uzun vadeli ekonomik büyüme için kritik olan daha etkin yatırımlara, daha yüksek inovasyon seviyelerine ve girişimciliğe katkıda bulunması önerilmektedir.

Tüm bu hususlardan hareketle Avrupa'nın geleceğini inşa etmede bölgelerin rolünün güçlendirilmesi temel hedef olarak ortaya konmuş ve inovasyonun tüm bölgelere yerleştirilmesi gerektiğinin altı çizilmiştir. Rapora göre yeni fikirlerin ve teknolojilerin yayılması, zayıflıkların ele alınması ve geniş tabanlı inovasyonun teşvik edilmesi, tüm bölgelerin giderek daha fazla bilgi yoğun bir ekonomiden yararlanabilmesini sağlayacaktır. 2050'ye kadar bölgesel temelli politikaların etkinliğini arttırmak suretiyle her bölge özelinde akıllı uzmanlaşma sağlamak, yerel varlıklar üzerine rekabet gücünü arttırıcı ve inovasyon ekosistemini güçlendirici politikalar oluşturmak, Avrupa Birliği desteğini iklim kaynaklı yapısal değişimden en çok etkilenen şirket, işçi ve topluluklara yönlendirmek ve böylece yeşil ve dijital bir Avrupa Birliği hedefine ulaşmak amaçlanmaktadır (European Commission, 2022). Avrupa Birliği'nin 2050'ye kadar olan gelecek stratejisinin temelinde inovasyon politikalarının yer aldığı görülmektedir.

### 2.3. Türkiye’de Mevcut Durum Analizi

1990’lardan sonra dijitale olan ilgi, dijitalin sektörler içerisindeki yeri giderek büyümüştür. Dijitalin her bakımdan hayatımızda kurgulandığını geliştirmekte olduğunu görülmektedir. Türkiye dijitalleşme konusunda farklılıkları yakalamış durumdadır. Fakat dijital girişimcilik ekosistemi için Türkiye’nin dijital görünümüne istatistiksel bir bakış atmak gerekir.

Sabit yatırım maliyeti düşük olan, esas sermayenin insan olduğu akıl ve sıkı çalışmaya dayalı dijital girişimin giriş bariyerleri oldukça düşük seviyededir. Eğer iyi bir fikir varsa ortada, o fikri dijital ortamda varlık göstermek diğer sektörler için daha kolaydır. Bu da dijital ekonomiye uyumlu yenilikçi işler yapmanın kapasitesini arttırmaktadır.



**Grafik 6. İnternet Erişim İmkânı Olan Haneler ve Bireylerde İnternet Kullanımı, (2011-2021)**

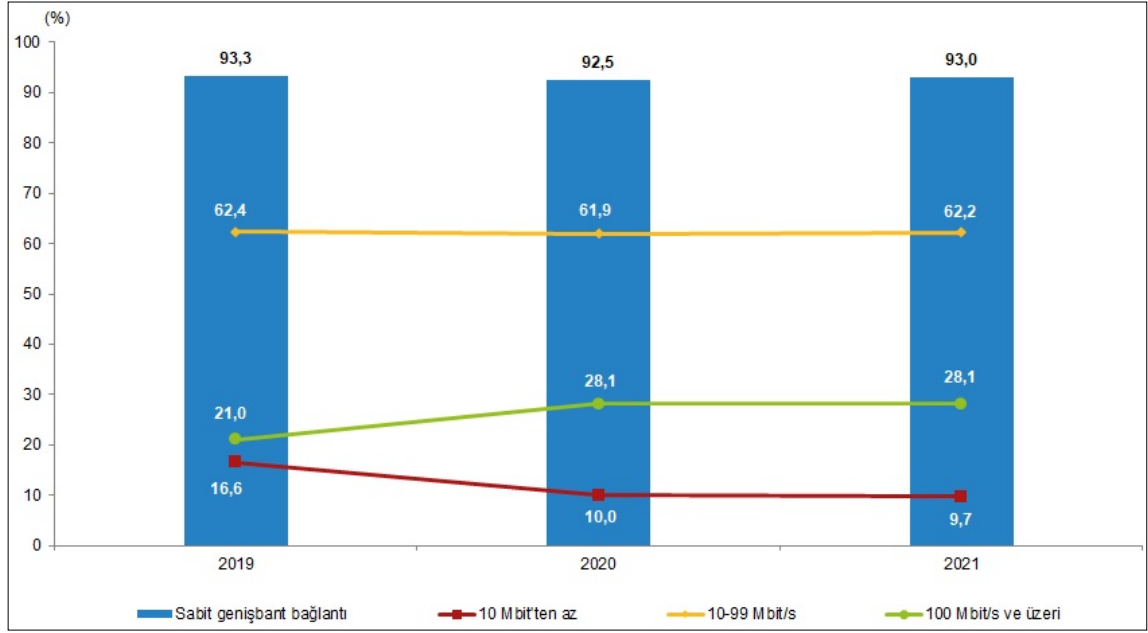
**Kaynak:** TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2022

Dijital ekonomiden bahsederken, hanelerin ve bireylerin internete erişim imkanlarına değinmek gerekmektedir. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre; 2022 yılında hanelerin %94,1’inin evden internete erişim imkanına sahip olduğu gözlenmektedir.

Dijital 2021 raporuna göre dünya genelinde dünya popülasyonunun %59,5’i internet kullanıcısıdır. İnternet erişiminin %92,6’sı mobil telefonlar üzerinden



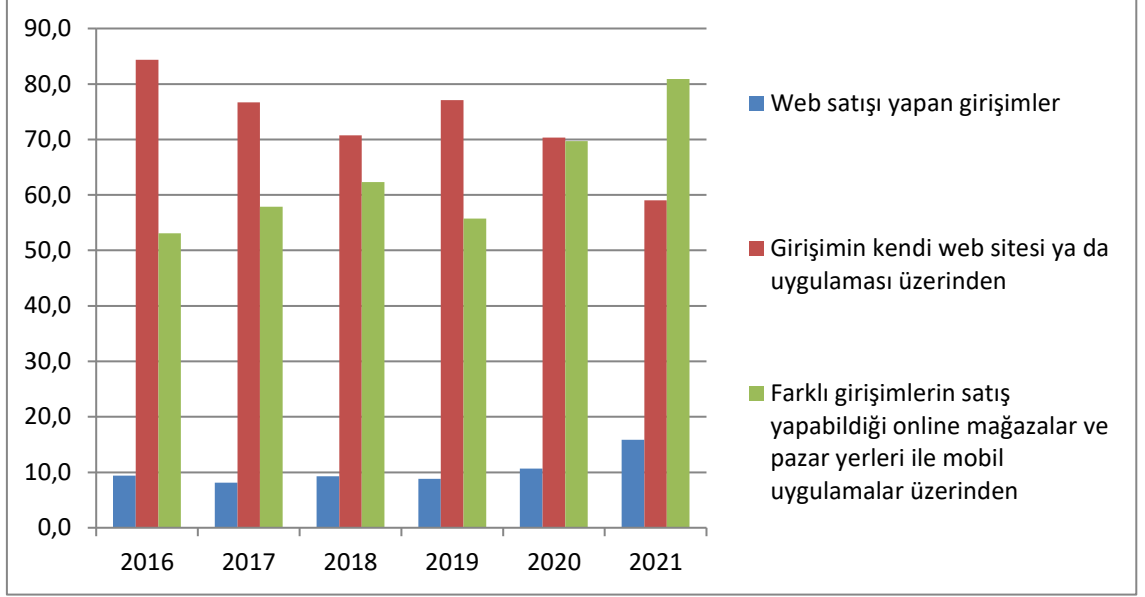
gerçekleşmektedir. İnternet kullanım amaçları ise en çok %63 oranıyla bilgi edinmek için olmaktadır.



**Grafik 7. Sabit Genişbant Bağlantı Kullanımı ve Abone Olunan En Yüksek Bağlantı Hızı, 2019-2021**

Kaynak: TÜİK, Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2021

Girişimlerin %93,0'ı 2021 yılında internete erişimde sabit genişbant bağlantı kullanmaktadır. Geniş bant internet bağlantısı yüksek veri aktarım hızı sağlamaktadır. Bu girişimlerin abone oldukları en yüksek İnternet bağlantı hızları dikkate alındığında; girişimlerin %9,7'sinin 10 Mbit/s hız altında, %62,2'sinin 10-99 Mbit/s hız aralığında ve %28,1'inin ise 100 Mbit/s ve üzeri hızda İnternet kullandığı tespit edilmiştir. Popüler internet sitelerinde veri trafiği fazla olduğu için geniş bant kullanılmakta, böylece dowload ve upload hızları da artmaktadır.



**Grafik 8. Web Satışı Yapan Girişimlerin Dağılımı (2016-2021)**

**Kaynak:** TÜİK, Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2022

TÜİK son yayınladığı Girişimlerde Bilişim ve Teknoloji Kullanımı Araştırması Raporuna göre, web satışı yapan girişimlerin oranı 2020’de %10,7 iken, 2021 de %15,9 a yükselmiştir. Girişimin kendi web sitesi ya da uygulaması üzerinden satış yapma oranı 2016 yılında %84,4 ile yüksek olsada, 2021 yılında %59’a gerilemiştir. Girişimciler satış yapabilecek online mağazalar ve pazar yerleri ile mobil uygulamalar üzerinden satış yapmayı tercih etmektedir. Bu oran 2020 yılında %69,7 iken, 2022 yılında %80,9 a yükselmiştir.

### ***2.3.1. Türkiye’de Dijital Girişimciliğin Gelişmeme Nedenleri***

Uluslararası kaynaklardaki verilere göre; Türkiye’de dijital girişimcilik gelişmemiş, bu konuda diğer ülkelerin gerisinde kalmıştır. Bunun birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenler aşağıda farklı başlıklar altında ele alınmıştır.

### 2.3.1.1. Mevzuattan Kaynaklanan Nedenler

Covid-19 salgını tüm dünyayı etkisi altına aldığında, şirketler ticari faaliyetlerini internet üzerinden gerçekleştirmeye başlamıştır. İnternet ile birlikte iş hayatına giren e-ticaret<sup>5</sup> şirketlerin iş yapış şekillerini de değiştirmiştir.

Dijital girişimlerde gerçekleşen alım satım işlemlerinde bireylerin hukuki güvence altına alınabilmesi için dijital girişimciliğe ilişkin çeşitli mevzuatların bulunması gerekmektedir. Dijital ortamda gerçekleşen girişimler mevzuattan kaynaklanan sorunları da beraberinde getirmektedir. Bunlar; ticaretin vergilendirilmesinde sınırların belirsizliği, kayıt dışılık, sanal ödeme güvenliğinin sağlanamamasıdır.

Dijital girişimlerde vergilendirme alanında bazı değişimlere ihtiyaç duyulmaktadır. Aksi halde, devlet açısından ciddi vergi kayıplarına neden olmaktadır. Vergilendirme konusundaki en önemli noktalardan biri ise internet alışverişlerinde kayıt dışılığın gerçekleşmesidir. Tescilli yapılmış ve mükellef oldukları bildirilmiş e-ticaret girişimlerinde vergi takibi yapılmaktadır. Özellikle sosyal medya kanallarından gerçekleşen satışlar genellikle kayıt dışıdır. Çoğunlukla havale yöntemi veya kapıdan ödeme seçenekleri tercih edilen bu alışverişlerden herhangi bir şekilde vergi almak söz konusu olmamaktadır.

E-ticaretin vergilendirilmesi konusunda dört farklı görüş bulunur. Bunlar; (Şentürk, 2013: 24)

- Dijital ortamın serbest bölge gibi işlem görmesi görüşü,
- Dijital ortamda yapılan tüm artışların sembolik bir rakamla vergilendirilmesi görüşü,
- E ticarete özel bir düzenleme veya değişikliğe ihtiyaç olmadığı görüşü,
- Ülkelerin bir araya gelerek mutabık kalacakları vergi anlaşmalarına ve vergi kanunlarına ek e-ticarete ilişkin kararlar konulması görüşüdür.

E-ticaret faaliyetlerinin küresel olarak yurt dışına yayılması vergi kurallarında yeni düzenlemelere gidilmesine neden olmuştur. Teknolojinin gelişmesi daha kolay ve daha hızlı vergi toplanmasını sağlarken ve vergi denetimi yapılmasına imkan tanırken,

---

<sup>5</sup> Birçok yazılımla desteklenmiş tamamen dijital ortamda gerçekleşen çevrimiçi pazarlanan mekandan ve zamandan bağımsız ürün ve hizmet üreten sanal ortamda gerçekleşen ticaret şeklidir.

teknolojik gelişmeleri yakalayamayan veya iş sũreçlerine dahil edilmeyen devletler bu konularda bũyũk sorunlar yaşamaktadır. Devletin kontrol ve denetim mekanizması çalışmadığında, vergi kaçırma, vergi Ȗdememe gibi davranışlar gȖrũlmektedir. Ȗzellikle ticarete konu olan Ȗrũn veya hizmet dijital ise bu denetim daha bir zor hale gelmektedir (Kayıhan, 2004: 7). E-ticaretin vergilendirilmesinde, mevcut olan vergi kanunları ve yasal dũzenlemeler yetersiz kalmaktadır. Kũresel boyutta olan bu problemin aşılabilmesi için uluslararası geçerlilikte dũzenlemelere ihtiyaç vardır. Dũzenlemeler sağlandığı takdirde e-ticaretin gũvenilirlięi ve yaygınlığı da artacaktır.

Dijital girişimlerde yapılan ticaretlerde sanal Ȗdeme yoluyla alışveriş işlemi gerçekleştirilmektedir. Sanal Ȗdeme sistemlerindeki mevzuat yetersizliği bireylerde endişe yaratmaktadır. İnternet siteleri Ȗzerinden alışveriş yapıldığında Ȗdeme aşamasından Ȗnce mesafeli satış sȖzleřmesinin imzalanması gerekmektedir. BȖylece, birey herhangi bir sorunla karşılaşırsa yasal yollarla hakkını arama imkanı doğmaktadır. Sosyal medya platformlarında ise bȖyle bir uygulama olmadığından, mağduriyet daha fazladır tũketicinin hakkını araması mũmkũn olmamaktadır.

Satış sȖzleřmesi hali hazırda mevcut olduğu halde, internet alışverişlerinde mesafeli satış sȖzleřmesi adı altında başka bir sȖzleřmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Mesafeli satış sȖzleřmesi de bir satış sȖzleřmesi olup tũketicinin korunması kanunu kapsamında dũzenlenmiřtir. Son zamanlarda iki Ȗnemli gelişme kanun kapsamında dũzenlenmiřtir. Bunlar; internet alışverişlerinde Ȗrũn iade konusunda kargo Ȗcretini tũketicinin Ȗstelenmesi ve cayma hakkının kullanılmasının kapsamının genişletilmesidir. Mesafeli satış sȖzleřmelerinde yapılan bu değişiklerle tũketiciler kimi haklarını kaybetmekte, bȖylece satıcılar avantajlı konuma geçmektedir.

Tũrkiye’de internet alışverişlerinde kayıt dışılık sorununun Ȗzũlmesi için, Gũmrũk ve Ticaret Bakanlığı tarafından hizmete sunulan Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS) oluşturulmuştur. Bu sistem ile e-ticaret sitelerinin sisteme kayıt olunmasını zorunlu kılmıştır. Sisteme kayıt olan şirketlerin, daha gũvenli bir şekilde ticaret yapılması, kayıtlarının tutulması sağlanmaktadır. Gelir dairesi başkanlığı bilgi tranfer (BTRANS) ile usuzsũzlũkler çok sıkı takip edilmekte ve uygunsuzluklar cezalara maruz bırakılmaktadır.

### 2.3.1.2. Altyapıdan Kaynaklanan Nedenler

İnternet üzerinden işlerin sürekliliği için doğru altyapı şarttır. İnternetin hızlı ve yaygın kullanılabilmesi ile dijital girişimcilerin bireylere ulaşması mümkün kılınır. Türkiye internet erişimi ve hızı gelişmiş ülkelere nazaran oldukça geridedir.

Türkiye de fiber internet altyapı yatırımlarının arttırılması gereklidir. Dünyada geniş bant 25 MB üstünde kabul görülmektedir. Türkiye’de var olan 2, 4, 8, 16 MB geniş bant olarak sayılmamaktadır. Dünyada 2018’de 500 milyon, 2019’da ise 480 milyon km fiber kablo döşenmiştir. Türkiye’de ise pandeminin etkisiyle özellikle son dönemde yatırımlarda, fiber abone sayılarında bir artış gerçekleşmiş olsa dahi, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’nun 2021 yılı 3. çeyrek raporuna göre Türkiye genelindeki toplam fiber altyapı uzunluğu yalnızca 455 bin km’dir. 2020 yılının aynı çeyreğinde 413 bin km olan fiber uzunluk, 1 yılda yalnızca 42 bin km arttırılmıştır. Bu hızla Türkiye’de fiber altyapının yaygınlaştırılmasını sağlamak hayal olarak görülmektedir.

Mobil internet altyapısı gün geçtikçe önem kazanmaktadır. İnternete erişim artık kullanıcılar tarafından mobil cihazlardan da tercih edildiği için GSM operatörlerinin de alt yapılarını geliştirmek gerekmektedir. Türkiye’de halen kullanılan 4.5G mobil internet altyapısı yerini tamamen 5G’ye bırakacaktır. Düşük gecikme süresi, daha yüksek bant genişliği, daha güvenilir ve çok daha fazla cihaza bağlanma yeteneği ile 5G oldukça fayda sağlayacak vaatlerde bulunmaktadır. Dünya GSM Birliği GSMA tarafından hazırlanan ‘Mobil Ekonomi 2022’ başlıklı Rapora göre ise 2021 yılında %58 olan 4G küresel mobil bağlantılarının 2025 yılında %55’e gerileyeceği, 5G küresel mobil bağlantılarının ise 2021 yılında %8 oranından, 2025 yılında %25 oranına yükseleceği öngörülmektedir. Türkiye’de 5G teknolojisi yalnızca İstanbul Havalimanı gibi belirli pilot lokasyonlarda kullanılmakta olup, kurulacak uyumlu baz istasyonlarıyla ülke çapında kullanılabilir hale gelecektir.

21. yüzyılda internet bağlantılı cihazların sayısı da günden güne artmaktadır. Nesnelerin interneti teknolojisiyle artık cihazlar internete bağlanarak veri üretebilir, depolayabilir, ve bazı basit komutları algılayabilir hale gelmiştir. Karasal ve uydu yayıncılığı yerini dünyada internet üzerinden yapılan yayınlara bırakmaktadır. Türkiye’de cihazların

internet altyapısının ve içerik sağlayıcısının cihazlar arası internet bağlantısı sağlanarak haberleşmenin yaygınlaştırılmasına henüz hazır değildir.

Ticaretin topyekün dijitalleştiği bu dünyada ödemelerin dijitalleşmesinden bahsetmemek mümkün değildir. Tusiad tarafından 2022 yılında yayınlanan E-ticaretin Öne Çıkan Başarısı, Tüketici Davranışlarında Değişim ve Dijitalleşme Raporuna göre Türkiye’de internet alışverişlerinin çoğu sanal postla ve kartla yapılmaktadır. Ancak internet alışverişlerinde en önemli güvenlik endişelerinden biri kart bilgilerinin çevrimiçi olarak kaydedtirilmesidir (Tusiad, 2022: 37). Bu hizmet karşılığında bankalar ve ödeme kuruluşları yıllık üyelik ve komisyon oranları talep etmektedirler. Bu oranlar Türkiye’de dijital girişimciler için cazip olmamaktadır. Bu süreç içerisinde başvuru,onay aşamaları, evrak işleri girişimci için zaman kaybı yaratmaktadır. Dijital girişimciler bu alandaki açığı görüp daha kolay ödeme sistemleri için farklı ödeme alma hizmet platformlarını da geliştirmişlerdir. Google cüzdan, Paybal, İyzico bunlara örnek olarak gösterilebilir.

**Tablo 4. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Güvenliği İhlâl Olaylarına Göre Güvenlik İhlâli Yaşayan Girişimlerin Oranı, 2022**

Bdgı ve iletişim teknolojileri güvenliği ihlâl olayı	%
En az bir güvenlik ihlâli	28,5
Donanım veya yazılım arızalanma nedeniyle bilgi ve iletişim teknolojileri hizmetlerine erişilememesi	18.1
Dışardan gelen saldırılar nedeniyle bilgi ve iletişim teknolojileri hizmetlerine erişilememesi	6.5
Donanım veya yazılım arızalanma nedeniyle veri kaybı veya verinin bozulması	8.8
Kötü amaçlı yazılım veya yetkisiz erişim nedeni ile verinin kaybı veya bozulması	6.5
İzinsiz girişler, dolandırıcılık, oltalama saldırıları veya girişim çalışanlarının kasıtlı eylemleri nedeniyle yaşanan veri gizliliğinin ihlâli	3.9
Çalışanların bilinçsiz/kayıtsız eylemleri nedeniyle gizli verilerin ifşa edilmesi	3.3

**Kaynak:** TÜİK, Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2022

TÜİK 2022 yılında Türkiye’de dijital girişimlerde karşılaşılan güvenlik ihlâli nedenlerini araştırmıştır. En fazla güvenlik ihlâli %28,5 ile donanım ve yazılım arızaları nedeniyle BİT hizmetlerine erişilememe olmuştur. İkincil olarak %18,1 ile siber saldırılar güvenlik ihlâli yaratmaktadır.

2015 yılında Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından oluşturulan Türkiye'nin milli ödeme sistemi olarak Troy ortaya çıkmıştır. Birçok gelişmiş ülke de kendi ödeme yöntemlerini geliştirerek kullanmaktadır. Ödeme sistemini tekelleştirmeden, sistemi rekabetçi bir şekilde yaratmak gerekmektedir. Bu nedenle, kendini geliştirmeye devam etmesi için Troy'a rakip olacak Türk ödeme sisteminin geliştirilmesi gerekmektedir.

Diğer popüler ödeme yöntemi ise, şifreleme yöntemi ile yüksek güvenilirlik sağlayan blok zincir (blockchain) tabanlı sanal kripto (şifreli) paralardır. Dünyada bir çok şirket kripto paraları sanal para olarak tamamen dijital resmi bir ödeme yöntemi olarak kullanılmasına izin vermektedir. Kripto para manipülasyona açıktır. Bu nedenle kripto paraların, kara para aklamak yerine amacına uygun kullanılmasına yönelik çeşitli altyapıların ve yasal düzenlenmelerin yapılması gerekmektedir.

Dijital girişimcilikte lojistik ve kargo altyapısı en önemli tamamlayıcı hizmetlerdendir. Dijital girişimin lojistik konumuna göre ürünün müşteriye teslimat süresi farklılık göstermektedir. Hatta bazı dijital girişimler çevrimiçi alışverişlerde aynı gün teslimat ibaresi adı altında pazarlama stratejileri uygulamaktadırlar. Tercih edilen ürünün hızlı, güvenilir ve sağlam gelmesi bireylerin çevrimiçi alışveriş tercihlerini etkilemektedir. Aycıya çevrimiçi alışverişlerde çevrimiçi sepetin oranına göre kargo ücretleride değişmektedir. Sipariş edilen ürünün hasarlı gelmesi durumunda iptal koşulları bireyler için zaman aldığından caydırıcı olmaktadır. Ek olarak, bireylerin iptal veya iade süreçlerinde çevrimiçi olarak karşı tarafta muhattap bulamadığı durumlarda mağduriyetler artmaktadır. Türkiye'de kargo şirketlerinin sayısı yeterli olmadığından teslimatlarda aksaklıklar yaşanmaktadır. Bu konuda özellikle e-ticarette lojistik altyapısının desteklenmesi gerekmektedir. Global rekabet için deniz ve hava yolu taşımacılığında önemlidir, Türkiye'deki mevcut deniz hava taşımacılığının hızı ve kalitesi yeterli değildir.

Dijital kuluçka merkezleri, teknoloji transfer ofisleri (TTO), teknoloji geliştirme bölgeleri (TGB, teknoparklar) girişimleri teknolojik bağlamda destekleyen geniş imkânlar sağlayan önemli altyapılardır. Dijital kuluçka merkezleri sanal ortamda girişimcilerle yatırımcıları bir araya getirmektedir. Türkiye'de tek olan merkez genç dijital girişimlerin hayata geçmesini sağlamaktadır. Pandemi ile tarafların çevrimiçi buluşması daha da önem kazanmıştır. Melek yatırımcılar tarafından dijital girişimlere

demolar hazırlanarak finansman desteği sağlanabilmektedir. Melek yatırım ağlarının en çok üzerinde durduğu konulardan bir tanesi dijital girişimlerin büyümesini sağlamak ve küresel dünyaya açılmalarına önayak olmaktır.

### 2.3.1.3. İnsan Kaynakları ve Eğitimden Kaynaklanan Nedenler

Dijital girişimler başlangıçta kurulum sürecinde ve işin sürdürülmesi sürecinde birçok zorlukla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu zorlukların en başında insan kaynakları yönetimi gelmektedir. Dijital girişimciler işe başlarken öncelikle iş geliştirme süreçlerine odaklanmakta, insan kaynağını maliyet unsuru gördüklerinden yönetim kadrosu için kaynak ve zaman ayırmamaktadırlar. Ancak stratejik insan kaynakları yönetimi son derece önemlidir.

Girişimcilik konusunda tartışma konulardan biri de girişimciliğin doğuştan gelerek dışa aktarıldığı mı yoksa sonradan öğrenildiği midir?. Bu hususta bireyin kişisel özellikleri, alışkanlıkları, eğilimleri oldukça etkili olmaktadır. Başarılı girişimcilerin ortak kişilik özelliklerine bakıldığında, onların yaratıcı, özgün, özgüvenli, dinamik, hızlı aksiyon alabilen, yeniliğe açık, kendini motive edebilen bireyler oldukları görülmektedir. Bu özelliklere sahip olmayan bireyler için girişimci olamaz tanımlaması yapmak ise yanlış olacaktır. Zira birey eğitime yönelerek, sosyal becerilerini ilerleterek kendi dijital girişimini başlatabilmekte ve bu girişimde başarılı olabilmektedir. Girişimcilik eğitimi, bireye monitasyon, bilgi ve temel becerileri kazandırmayı hedeflemektedir.

Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı’nın (MEB) 2023 vizyonu girişimcilik eğitimi kapsamının değerlendirilmesi incelendiğinde; girişimcilik becerilerinin sosyal girişimcilik ile sınırlandırıldığı, girişimcilik eğitimi kavramının bütüncül bir şekilde sistematik yapısının dikkate alınmadığı görülmüştür. Girişimcilik eğitim sürecindeki öğrenim programlarındaki ilk yaklaşım; eğitim süreci, konu ve materyallerin özelleştirilmesine imkân sağlanmasıdır. İkinci yaklaşım ise; eğitimin ulusal nitelikte belirli standartlarda belirlenmesi yönünde olan yaklaşımdır. Türkiye’de ise kaynakların kısıtlı olması, öğrenci sayısının fazla olması nedeniyle, mevcut sistem içeriğinde bireye özel eğitim programı sunulması mümkün olmamaktadır. Bu nedenle, Türkiye’de halen standart içeriğe sahip eğitim programları eğitim basamaklarında sunulmaktadır. Mevcut



olan programlarda geleneksel girişimcilik veya teknoloji tabanlı girişimcilik yer almaktadır. Dijital girişimciliğin geleneksel girişimcilikten farklılaşan yönlerine odaklı özel bir müfredat Türkiye’de henüz yaygınlaşmamıştır. Türkiye’de temel eğitim seviyesinde dijital eğitim üzerine yatırımlar yapılması gereklidir.

Dijital girişimcilik üzerine verilecek eğitimlerde, eğitmenin teknik bigisi ve yetkinliği yeterli değildir. Dijital girişimcilik tecrübesine sahip ve bu eğitimleri verecek, mentorlük yapabilecek Türkiye’de çok fazla birey bulunmamaktadır. Türkiye’de dijital girişimcilere mentörlük TÜBİTAK destekleriyle sağlanmaktadır. Bireyler belirli bir süre eğitime tabi tutulup, yetkinliklerini kazandıktan sonra mentörlük yapabilmektedir. Ancak mentörler hatalı yönlendirmelerde bulunabilmektedir. Eğitmenler yeterli deneyime sahip olmadıklarından ötürü bilgi aktarımında yayınlanan kitaplardan faydalanmaktadır. Türkçe kaynaklar ise neredeyse yok denecek kadar kısıtlıdır.

#### *2.3.1.4. Finansman ve Desteklerden Kaynaklanan Nedenler*

21. yüzyılda ülkelerin ekonomik gelişme ve kalkınma politikalarında girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması, girişimcilik ekosisteminin güçlendirilmesi ve inovasyona dayalı girişimlerin teşvik edilmesi oldukça önemlidir. Türkiye’de dijital girişimler gelişme ve kalkınma politikalarına önemli katkılar sağlayabilecek potansiyellere sahiptir. Türkiye’de dijital girişimleri desteklemek, teşvik sağlamak konusunda yetersiz kalmaktadır. Genel anlamı ile girişimciler için, öz sermayenin yanında devlet destekleri, hibeler, melek yatırımcılar, girişim sermayesi şirketleri, hızlandırıcılar, banka kredileri ve yarışma ödülleri finans kaynakları arasında yer almaktadır.

Girişimcilik alt yapısını destekleyen en önemli koşullardan biri finansal destekler olmaktadır. Devlet destekleri için girişimlerin belirli koşulları sağlamış olmaları gerekmektedir. Şirketler tarafından alınan ya da kiralanılan yazılım lisanslarına harcanan giderler devlet tarafından sağlanan yazılım desteği ile karşılanmaktadır. Çalışanların ücretlerinin bir kısmının devlet tarafından ödendiği ücret desteği, veya pazar araştırması için mali ve hukuki analiz raporlarına rapor desteği devlet desteklerindedir. Girişimlerde öz kaynak yanında hibelerden finansman sağlanabilmektedir. TÜBİTAK, KOSGEB, Avrupa Birliği, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı gibi kurumların dijital

girişimleri hayata geçirmek için ihtiyaç duydukları sermayeyi karşılamak konusunda hibe destek programları bulunmaktadır. 2022 yılı itibariyle KOSGEB geleneksel ve ileri girişimcilik olmak üzere iki farklı kısımda destek vermektedir. Geleneksel girişimcilik destek programı daha çok hizmet sektörü ve belirli bir mala tahsis edilmiş ürünlerin satıldığı mağazalar için verilmektedir. İleri girişimcilik destek programı ise, geleneksel girişimcilik programına göre daha kapsamlı ve daha işlevseldir. Bu destek imalat sektörü ve yüksek teknoloji üretimi ile ilişkilidir. Teknolojilerin seviyelerine göre makina, yazılım desteği sağlanabilmektedir. İlk olarak kuruluş desteği adı altında belirli bir sermaye girişimciye ödenmekte, devamında ilgili destekler için ayrıca ödeme yapılmaktadır.

Melek yatırımcılar, birçok ülkede aile ve arkadaşlardan oluşan en yakın bireylerden sonra yeni kurulmuş girişimler için en büyük dış finans kaynağını oluşturarak girişimcilerin ekonomiye katkı sağlamalarında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Melek yatırım ağı akıllı ve sabırlı sermaye olarak tanımlanabilir. Melek yatırımcı girişimci ile para, deneyim ve itibar üzerine ilişkiler kurmaktadır. Galata İş Melekleri (Galata Business Angels/GBA) potansiyeli yüksek girişimcilerle deneyimli yatırımcıları buluşturarak başarılı dijital girişimcilik hikâyelerinin çıkmasını sağlayan bir melek yatırım ağıdır. Melek yatırımcılık Türkiye’de aktif rol oynamaya devam etse de halen küresel melek yatırımcılığın gerisinde kalmaktadır.

Melek yatırım ağları arasında dijital girişimcilik faaliyetlerine yatırım yapan yapılanmalardan biri e-Tohumdur. Girişim ekosisteminin kurulması konusunda öncü kurumlardandır.

Girişim sermayesi kavramı, İngilizce de ‘Venture Capital’ olarak adlandırılan; tasarruf sahiplerinin ellerinde atıl olarak bulundukları fazla fonları, bu fonlara ihtiyaç duyan, yeni ve farklı projeler gerçekleştirmeye çalışan, ancak bunun için yeterli miktarda sermayeye sahip olmayan şirketlere aktardıkları uzun vadeli yatırım olarak kabul edilmektedir (Aytaç, 2015: 65). Aypek’in de (1998) belirttiği gibi girişim sermayesi şirketi, girişimci şirkete hisse senedi alımı karşılığında yatırım yapmaktadır. Yatırımcısına sürekli olarak kâr payı üzerinden kazanç sağlayan ve bir yatırım aracı olan hisse senetleri, yatırımcıların beklentilerini karşılayan oranda getiri sağladığı anda yatırımcı tarafından satılabilmektedir (Aypek, 1998: 24).

Aydın (2018), büyüme potansiyeli yüksek olan yenilikçi girişimcilerin erken aşama dönemindeki finansman kaynaklarını incelediği çalışmada, elektronik ticaret yapan çiçeksepeti.com şirketini incelemiştir. Şirketin çekirdek ve startup evresinde kendi tasarruflarından faydalandığı, büyüme aşamasında ise girişim sermayesi şirketinden kaynak sağlandığı ve yatırım teklifinin girişim sermayesi şirketi tarafından yapıldığını belirlemiştir (Aydın, 2018: 57)

Türkiye’de halen ciddi yatırım yapabilen hızlandırıcılar bulunmamaktadır. Girişimcilik ekosistemi tam oluşmadığı için kuluçka merkezleri asıl işlevlerini henüz yerine getirememektedir. Dünyada avukatlar, dijital pazarlamacılar, patent uzmanları, insan kaynakları kuluçka merkezlerindeki şirketlere danışmanlık yaparak yardımcı olmaktadır. Türkiye’de böyle bir ekosistem olmadığı için kuluçka merkezleri yetersiz kalmakta, bu noktada ise şirketleri hızlıca geliştirme görevini üstlenecek hızlandırıcıların ortaya çıkması gerekmektedir. Hızlandırıcılara örnek olarak ABD’de Techstarts, 500 startups, Y Combinator verilebilir.

Diğer taraftan dijital girişimciler yarışmalardan finansman sağlayabilmektedirler. Bu yarışmalara örnek olarak Bu Gençlikte İş Var, Big Bang, Webrazzi gösterilmektedir. TUSİAD’ın katkılarıyla Bu Gençlikte İş Var yarışması üniversite öğrencilerine dijital girişimcilik yetkinliği kazandırmak amacıyla kuluçka rehberliğiyle geniş anlamda destek sağlayan girişimcilik programıdır. İTÜ Arı teknokent tarafından gerçekleştirilen dünya ve Türkiye’den en iyi girişimcileri ağırlayan Big Bang Start Up Challenge yarışmasında 2020 yılında 54 milyon TL ödül dağıtılmıştır.

Sonuç olarak dijital girişimcilik Türkiye’nin öncelikli konuları arasında yer almamaktadır. Birçok bakanlık, kurum dijital girişimciliğe destek verse de, desteklerin ölçümü ve denetimi yapılmamakta, desteklerin gerçekten bir fayda yaratıp yaratmadığı ölçülmemektedir. Ayrıca Türkiye’de girişimci adaylarında aldığı hibe desteğini elinde tutma veya başka yerde kullanma algısı da bulunmaktadır.

#### *2.3.1.5. Kültürden Kaynaklanan Nedenler*

Kültür bir milletin maddi ve manevi değerler bütünü olarak kabul edilmektedir. Ülkenin özünü temsil etmekte, geçmişten günümüze uzanmış birçok unsuru bünyesinde

bulundurmaktadır. Kültür bir bireyin hayatındaki gelenek ve görenekleri, ahl k, davranışları, yeme içme tutumu gibi maddi ve manevi tüm yaşam uygulamalarını kapsar. İnanç ve değerleri içerisinde barındırır. Geçmişten günümüze taşınan mirastır. Yıllardır nesilden nesile aktarıtan bu miras, toplumları birbirinden ayırmaktadır. Örneğin; bir şirket kuran genç girişimcinin işleri konusundaki belirsizlik aile baskısını tetiklemektedir. şirket kartvizitinin olması, masa başı telefonun olması geleneksel aile kültürü açısından daha anlaşılabilir ‘ocuğum çalışıyor’ algısı için daha somut kavramlar olarak görülmektedir. Türkiye ‘de birçok aile yapısında işyerine servis ile gidip gelmek bile çok değerli olarak görülmektedir. Girişimcilik ruhu, gelecek garantisi yaratmadığından Türkiye’de çok sınırlıdır ve aileler tarafından değersiz görülmektedir. Türkiye’deki aile yapısında, aile ne öğreniyorsa ve yapıyorsa ocuktanda onu öğrenmesi ve yapması beklenmekte, bu da girişimciliğin önünde engel oluşurmaktadır.

Paydaşların birlikte karar verecekleri ve sürekli kendini yenileyerek ilerledikleri durumda bu ilerleyişin sistematik ve metodolojik yapılması gerekmektedir. Türkiye’de vizyon ve yetenek eksikliği uygulamada sıkıntılar yaratmaktadır. Birçok teknolojiyi Türkiye kaçırmış olsa da, halen geç değildir. Yapay zeka, biyoteknoloji, enerji ve sağlık alanlarında çok hızlı gelişimler yaşanacaktır. Eğer Türkiye bu alanlarda dijital girişimler gerçekleştiremezse ilerleyen zamanlarda bu girişimleri satın almak zorunda kalacaktır. Günümüzde, Türkiye’de cep telefonlarından birçok ürün yurt dışından kolaylıkla ithal edilebilir iken, yeterli bilgi ve vizyona sahip olunmazsa yazılımlarda ithal edilecektir. Türkiye sadece bir ürünü veya hizmeti kopyalayıp ülkeye getirmek yerine, kendi bulunduğu coğrafya, ekonomi ve kültüre yönelik çözümler üretmesi gerekmektedir. Bunun ancak uzun vadede hedefler, vizyonlar konularak gerçekleşmesi muhtemeldir.

Türkiye’de dijital girişimlerin tanımında da bir karmaşa mevcuttur. Destek mek nizlamaları yanlış algılanmakta, hedefler yanlış konulmaktadır. İleri teknoloji katma değerli  r nleri Türkiye’de üretmek için hangi şartları sağlamalıyız?, On yıllık hedeflere nasıl ulaşmalıyız?, Nasıl  lmeliyiz?, Performans indikat rlerini girişimci olarak nasıl takip etmeliyiz? gibi sorular dijital girişimler için desteklerin verilmesinde cevapsız kalmaktadır.

# ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

## SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ VE TÜRKİYE

### KARŞILAŞTIRMASI

#### 1. KARŞILAŞTIRMADA KULLANILAN SEÇİM YÖNTEMİ

Avrupa Birliği tarafından yayınlanan Avrupa İnovasyon Skoru 2021 (European Innovation Scoreboard 2021) Raporu'nda, ülkeler otuz iki farklı göstereyi kapsayan çerçeve koşullar, yatırımlar, inovasyon faaliyetleri ve etkiler olmak üzere dört ana faaliyet türü üzerinden gruplara ayrılmıştır.

Çerçeve koşullar, şirket dışındaki inovasyon performansının ana itici güçlerini ve insan kaynakları, araştırma sistemleri ile dijitalleşme olmak üzere üç inovasyon alt boyutunu kapsamaktadır.

Yatırımlar, araştırma ve yeniliğe yönelik kamu ve özel yatırımlarını içermekte olup, finans ve teşvikler, şirket yatırımları ile bilgi teknolojilerinin kullanımına ilişkin inovasyon boyutlarını kapsamaktadır.

İnovasyon faaliyetleri, şirket düzeyindeki inovasyon çabalarını, yenilikçiler, bağlantılar ve fikri varlıklar olmak üzere üç inovasyon alt boyutunda gruplandırılmış şekilde kapsamaktadır.

Son olarak etkiler ise şirketlerin inovasyon faaliyetlerinin etkilerini; istihdam etkileri, satış etkileri ve çevresel sürdürülebilirlik olmak üzere üç inovasyon alt boyutunda kapsamaktadır.

Tüm bu göstergeler üzerinden yapılan endeks skoru hesaplamaları doğrultusunda ülkeler dört farklı inovasyon performansı grubuna ayrılmıştır.

- 1) İnovasyon liderleri, Avrupa Birliği ortalamasının %125 üzerinde inovasyon performansına sahip olan ülkeleri,
- 2) Güçlü yenilikçiler, Avrupa Birliği ortalamasının %100 - %125'i arasında bir inovasyon performansına sahip olan ülkeleri,

- 3) İlimli yenilikçiler, Avrupa Birliği ortalamasının %70 - %100'ü arasında bir inovasyon performansına sahip olan ülkeleri,
- 4) Yükselen yenilikçiler ise Avrupa Birliği ortalamasının %70 altında inovasyon performansı olan ülkeleri kapsamaktadır (European Commission, 2021a: 16).

Girişimcilik politikaları bakımından Avrupa Birliği'nin seçilmiş üye ülkeleri ve Türkiye arasında bir karşılaştırma yapmak için her bir ülke grubunda yer alan ve inovasyon performansı bakımından bulunduğu grubun en yüksek performansına sahip ülkeler ele alınarak bu bölümde kıyaslamaya esas kabul edilmiştir.

Avrupa Birliği'nin 27 üyesinin ortalamasının 113,0 olduğu inovasyon skoru doğrultusunda, inovasyon liderleri ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke İsveç, güçlü yenilikçiler ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke Hollanda, ılımlı yenilikçiler ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke İtalya, yükselen yenilikçiler ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke ise Hırvatistan'dır. Türkiye ise yükselen yenilikçiler ülke grubunda yer almakta olup Tablo 3.1'de gösterilmektedir.

**Tablo 5. Seçilmiş Ülkelerin İnovasyon Performansına Göre Ayrımı**

Ülke	İnovasyon Performansına Göre Ayrımı	Özet İnovasyon Endeksi (2014'e göre)	
		2014	2021
İsveç	İnovasyon Liderleri	140,5	156,5
Hollanda	Güçlü Yenilikçiler	125,3	138,5
İtalya	İlimli Yenilikçiler	82,0	108,1
Hırvatistan	Yükselen Yenilikçiler	56,7	78,2
Türkiye	Yükselen Yenilikçiler	55,0	55,3

**Kaynak:** European Commission, 2021a

David Mc Clelland'in The Achieving Society isimli kitabında, ulusların girişimcilik yetenekleri karşılaştırılmış ve Türkiye'nin girişimcilik konusunda birinci sırada yer alması gerektiği hususu ortaya konmuştur (McClelland, 2010: 64). Ülkelerin girişimcilik aktivitelerini karşılaştırmak için kullanılan ve Tablo 3.2'de yer alan Küresel Girişimcilik

Mönitörü (Global Entrepreneurship Monitor) verilerine göre Türkiye'nin Girişimcilik Aktivitesi Oranı'nın (TEA/Total Entrepreneurship Activity) kıyaslamaya esas diğer ülkelerin üzerinde olduğu görülmektedir.

**Tablo 6. Seçilmiş Ülkelerin Girişimcilik Aktivitesi Oranı**

2018	İsveç	Hollanda	İtalya	Hırvatistan	Türkiye
Girişimcilik Aktivitesi Oranı	6,8	12,3	4,2	9,6	14,2

**Kaynak:** Global Entrepreneurship Monitor, 2021

Söz konusu oran Türkiye için 2018 yılında 14,2 olup bu durum her yüz bireyden 14,2'sinin girişimci olduğunu ifade etmektedir. Aynı oran İsveç için 6,8, Hollanda için 12,3, İtalya için 4,2 ve Hırvatistan için ise 9,6'ya denk düşmektedir (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

**Tablo 7. Avrupa Birliği Ülkeleri İle Türkiye'nin Karşılaştırma Kriterleri Tablosu**

Kriterler	Kategoriler	İsveç	Hollanda	İtalya	Hırvatistan	Türkiye
Finansmana Erişim	Ticari Ar-Ge'ye Doğrudan ve Dolaylı Devlet Desteği (%)	0,13	0,16	0,23	0,01	0,15
	Risk Sermayesi Harcamaları (%)	0,18	0,19	0,07	0,10	-
	Girişimlerin dijital entegrasyonu (%)	35	43	32	24	-
Vergi ve Bürokratik Süreçlere Yönelik Politikalar ile Ticari ve Profesyonel Altyapı	İş Yapma Kolaylığı Dünya Sıralaması	10	42	58	51	33

Kriterler	Kategoriler	İsveç	Hollanda	İtalya	Hırvatistan	Türkiye
	İş Yapma Kolaylığı Skoru	82,0	76,1	72,9	73,6	76,8
	Girişimlerin bulut teknolojisini kullanım oranı (%)	75	65	60	39	-
	Girişimlerin yapay zeka teknolojilerini kullanımı (%)	10	13	6	9	-
	Girişimlerin büyük veri kullanımı (%)	18	27	8	13	-
	Fiber kapsamı (%)	82	56	42	38	-
	5G mobil kapsamı (%)	18	97	99	32	-
Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları	Patent Başvuruları	8,92	4,78	2,02	0,44	0,69
	Ticari Marka Başvuruları	9,26	7,82	7,27	2,86	0,63
	Tasarım Başvuruları	4,11	4,62	5,29	0,65	0,10
Girişimcilik Eğitime Yönelik Politikalar	Uluslararası Bilimsel Ortak Yayınlar	2862	2384	1056	900	179
	En Çok Atıf Alan ilk % 10 Arasındaki Bilimsel Yayınlar	0,13	0,15	0,11	0,04	0,06
	BİT Eğitimi Veren İşletmeler	32,0	24,00	15,0	23,0	11,0
	Kamu-Özel Ortak Yayınları	491,8	419,4	167,0	154,0	18,1
	Basit dijital becerilere sahip bireyler (%)	66,52	78,94	45,6	63,37	-
Kurumsal Düzeyde Girişimcilik	Şirketler için dijital kamu hizmeti (%)	83	84	79	68	-



Kriterler	Kategoriler	İsveç	Hollanda	İtalya	Hırvatistan	Türkiye
Ar-Ge Harcamaları ve Ar-Ge Transferi	GSYİH Payı (%)	3,4	2,16	1,45	1,11	1,06
	Kamu Sektöründe Ar-Ge Harcamaları	0,96	0,70	0,51	0,57	0,38
	Özel Sektör Ar-Ge Harcamaları	2,44	1,46	0,91	0,54	0,68
	Ar-Ge Dışı İnovasyon Harcamaları	0,55	0,16	0,98	0,98	0,35
	İstihdam Edilen Kişi Başına İnovasyon Harcamaları	11955	6540	7338	2072	3120
Girişimcilik Kültürü ve Yeteneğinin Geliştirilmesine Yönelik Politikalar	Küresel Girişim Endeksi	70,2	72,3	45,1	36,1	39,8
İnsan Sermayesine Yatırım Sürecine İlişkin Politikalar	Ar-Ge Sektöründe Çalışan Milyon Kişi Başına Araştırmacı Sayısı	7,536	5,605	2,307	1,921	1,379

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Seçilmiş Avrupa Birliği üye ülkeleri ve Türkiye’de ticari Ar-Ge’ye doğrudan ve dolaylı devlet desteğine yönelik Tablo 3.3’de yer alan veriler incelendiğinde Türkiye, Avrupa Birliği ortalamasının altında kalmakta, ancak Hırvatistan’ın neredeyse 15 katı bir performans ile İsveç ve Hollanda’ya yakın durumda seyretmektedir (Eurostat, 2021).

Yatırımcıların yatırım kararı almasını etkileyen faktörlerin ise, %90 oranında takım, %51 oranında büyüme potansiyeli, %50 oranında fikir/konsept ve %24 oranında iş planının niteliği olduğu Avrupa İş Melekleri Rapor’u kapsamında belirtilmiştir. Yatırımcıların yatırım yapmamasını etkileyen faktörlerin ise, %87,6 oranında projenin çok fazla risk taşıması, %55,1 oranında değerlemenin yüksek olması, %11,1 oranında

başka yatırımcıların yatırım yapmamış olması, %7 oranında projenin yatırım geri dönüş potansiyelinin düşük olması, %3,7 oranında ise sektörle ilgilenmemeleri olduğu ifade edilmiştir (European Business Angels Network- EBAN, 2019).

Seçilmiş Avrupa Birliği üye ülkeleri ve Türkiye’de risk sermayesi harcamalarına yönelik devlet desteklerine ait Tablo 3.3’de yer alan veriler incelendiğinde, risk sermayesi harcamaları bakımından Hollanda ve İsveç dışında diğer seçilmiş ülkelerin Avrupa Birliği ortalaması altında kaldığı, bununla birlikte Türkiye’ye yönelik herhangi bir veri olmadığı görülmektedir. Bu durumu Türkiye’de risk sermayesi sisteminin yeni gelişmekte olmasına bağlamak mümkündür (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

2021 yılında son versiyonu yayınlanan Dünya Bankası İş Yapma Kolaylığı Raporu’na göre genel sıralama içerisinde 2020 yılında 43. sırada yer alan Türkiye’nin, 2021 endeksine bakıldığında, 10 basamak yükselerek 33. Sıraya yükseldiği görülmektedir. Söz konusu rapora göre, İsveç 10. sırada; Hollanda 42. sırada; Hırvatistan 51. sırada; İtalya 58. sırada yer almakta olup, karşılaştırmaya esas ülkelerin skorları ve sıralamaları Tablo 3.3’de sunulmaktadır (World Bank Group, 2021). Türkiye açısından 2021 yılında iyileşme sağlanan iki alan gayrimenkullerin kaydı ve vergi ödeme olmuştur. Türkiye’de gayrimenkul kaydına ilişkin harçlar azaltılmış, tapu kaydı sırasında alınan ücretler düşürülmüştür. Ayrıca vergi tahakkukuna yönelik işlem süresi hızlandırılmıştır. Vergi ödemelerine yönelik hayata geçirilen düzenleme sayesinde bir takım sermaye yatırımlarının KDV’den muaf tutulması sağlanmıştır. İyileşme görülen alanlar kapsamında Türkiye, “azınlık yatırımcıları koruma”da 21’inci, “sözleşmelerin yaptırımları”nda 24’üncü ve “vergi ödemede” de 26’ıncı sırada yer almaktadır. Türkiye’de ileride iyileştirilmesi açısından öncelik taşıyan alanlar ise 120’inci sırada yer aldığı “uzlaşmazlıkların çözümü”, 77’inci sırada yer aldığı “yeni bir iş kurma süresi/imkânları” ve 53’üncü sırada yer aldığı “inşaat sektöründe işe başlamak için izin süreleri” alanları olarak belirtilmektedir. Ayrıca dikkat çekici bir husus olarak 2019 yılı ile 2020 yılı raporları kıyaslandığında, “vergi ödeme” konusunda bir önceki yıla göre 54 sıra sıçrama gerçekleştiği görülmekte olup, bu alanın Türkiye’nin en yüksek gelişme gösterdiği alan olmasına söz konusu rapor kapsamında da dikkat çekilmektedir. Aynı karşılaştırmada bunu sırasıyla, 19 ve 12 sıra yükselişle “elektriğe erişim” ve “gayrimenkullerin kaydı/izni” alanları izlemektedir.

Tablo 3.3'e göre Türkiye patent, ticari marka ve tasarım başvuruları açısından özellikle İsveç, Hollanda ve İtalya'nın oldukça gerisinde kalmakta, Avrupa Birliği ortalamasının altında yer almaktadır. Türkiye'de 2017 yılında yürürlüğe giren Sınai Mülkiyet Kanunu mevcut olmakla birlikte başvuru sayılarından yola çıkarak; yapılan düzenlemelerin ve Ar-Ge faaliyetlerinin teşvik edilmesinin istenilen düzeye ulaşmadığını söylemek mümkündür. Küresel ölçekte Türkiye'nin marka yaratma ve katma değer yaratacak çalışmalara yoğunlaşması önem taşımaktadır. Avrupa ülkelerinin ise; patent, marka ve tasarımlar açısından bilgi ekonomisi temelinde daha başarılı olduğu anlaşılmaktadır (Global Entrepreneurship, Monitor, 2021).

Tablo 3.3 incelendiğinde uluslararası bilimsel ortak yayınlar açısından Türkiye'nin yine seçilmiş ülkeler arasında kendisine son sırada yer bulduğu görülmektedir. En çok atıf alan ilk %10 arasında yer alan bilimsel makale sayısı bakımından ise Hırvatistan'ın önüne geçmiş olmakla birlikte Türkiye yine diğer ülkelerin oldukça gerisinde bir performans sergilemiştir. Kamu-özel ortak yayınları bakımından değerlendirildiğinde Türkiye bahsi geçen diğer verilerle benzer şekilde hem Avrupa Birliği ortalamasının oldukça altında, hem de diğer ülkelerin oldukça gerisinde kalmıştır. Dolayısıyla bilgiye sahip bireyleri yetiştirme bakımından Türkiye'nin büyük eksiklikleri olduğunu söylemek mümkündür. Bilgi ve İletişim Teknolojileri eğitimi veren işletmeler bakımından bir değerlendirme yapıldığında, Türkiye'nin yine hem Avrupa Birliği ortalamasının altında kaldığı, hem de diğer ülkelerin oldukça gerisinde olduğu görülmektedir (Global Entrepreneurship, Monitor, 2021).

Tablo 3.3'de yer alan Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat) verilerine göre 2019 yılında Avrupa Birliği'nin Ar-Ge harcamaları 307.845,479 Milyon Avro olup GSYİH içindeki payı %2,2 olarak hesaplanmıştır. İnovasyon Liderleri ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke olan İsveç'in Ar-Ge harcamaları 16.154,347 Milyon Avro olup GSYİH içindeki payı %3,4, Güçlü Yenilikçiler ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke olan Hollanda'nın Ar-Ge harcamaları 17.524 Milyon Avro olup GSYİH içindeki payı %2,16, İlimli Yenilikçiler ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke olan İtalya'nın Ar-Ge harcamaları 25.909,551 Milyon Avro olup GSYİH içindeki payı %1,45, Yükselen Yenilikçiler ülke grubunda en yüksek performansa sahip ülke olan Hırvatistan'ın Ar-Ge harcamaları ise 600,754 Milyon Avro olup GSYİH içindeki

payı %1,11'dir. Yükselen Yenilikçiler ülke grubunda yer alan Türkiye'nin ise 7.227.923 Milyon Avro olan Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payı %1,06'ya denk düşmektedir. Kıyaslamaya esas ülkeler arasında kamu sektöründe Ar-Ge harcamalarına ayrılan pay bakımından Türkiye en alt sırada yer almakta olup, aynı paya sahip en yakın ülkeler İtalya ve Hırvatistan'dır. Yine Türkiye'nin özel sektör Ar-Ge harcamaları bakımından Hırvatistan'ı geride bırakmış olmakla birlikte diğer ülkelerin oldukça gerisinde kaldığı görülmektedir. Ar-Ge dışı inovasyon harcamaları bakımından değerlendirildiğinde Türkiye, Hollanda'yı geride bırakmış olmakla birlikte diğer ülkelerin ise gerisinde kalmıştır. İstihdam edilen kişi başına inovasyon harcamaları bakımından değerlendirildiğinde ise Türkiye, sadece Hırvatistan'ı geride bırakmış olup, hem Avrupa Birliği ortalamasının altında hem de diğer ülkelerin gerisinde kalmıştır. Eurostat verileri incelendiğinde, söz konusu hedefe Avrupa Birliği ortalaması için bakıldığında ulaşamadığı göze çarpmakta, bununla birlikte GSYİH'nin %3'ünün Ar-Ge harcamalarına ayrılması hedefine bahsi geçen ülkeler arasından sadece İsveç'in ulaştığı görülmektedir.

Girişimcilik Endeksleri incelendiğinde, Hollanda ve İsveç gibi ülkelerin bireylere, bahsi geçen diğer ülkelere çok daha fazla imkân tanıdığı ve girişimcilik koşullarını girişimciler lehine düzenlediği yorumuna ulaşmak mümkündür. Aynı zamanda bu ülkelerde yer alan girişimciler kendilerine sunulan girişimcilik fırsatlarını değerlendirerek ekonomik faaliyetlerde bulunmaktadır. Yukarıda da bahsedildiği üzere yeniliği özümseyebilme, ürün ve süreç inovasyonu geliştirebilme, riski üstlenme, ağ oluşturma fırsatlarını yakalayabilme ve girişimcilik yeteneklerine sahip olabilen aktörlerin varlığı ülkelerin girişimcilik endeksini doğrudan etkileyen faktörlerdir. Eurostat verilerine göre araştırmaya konu ülkelere KOBİ'lerin inovasyon eğilimlerine yönelik skorlarına bakıldığında, Türkiye'nin seçilmiş ülkelere göre konumu açısından önemli bulguların yer aldığı görülmektedir. Ürün inovasyonu sunan KOBİ'ler açısından Türkiye kıyaslamaya esas ülkeler bakımından son sırada yer almaktadır. Ayrıca Türkiye'nin bu alanda Avrupa Birliği ortalamasının da altında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin yeni ürünler geliştiren ve yeni teknolojileri entegre eden KOBİ'lerin varlığı açısından dezavantajlı durumda olduğunu söylemek mümkündür. İş süreci yeniliklerini tanıtan KOBİ'ler açısından verilere bakıldığında, Türkiye'nin yine sonsırada yer aldığı ve Avrupa Birliği ortalamasının da oldukça altında olduğu

görülmektedir. Buna göre Türkiye’de KOBİ’lerin yeni teknolojileri kullanma ve yüksek kaliteli beşeri sermayeye erişmek anlamında diğer ülkelere kıyasla oldukça geride olduğunu değerlendirmek mümkündür. Bir diğer önemli kriter olan ağ oluşturma açısından değerlendirildiğinde; başkalarıyla işbirliği yapan yenilikçi KOBİ’ler açısından veri sıralamasında Türkiye, kıyaslamaya esas ülkeler arasında yine son sırada yer almaktadır. Türkiye’nin inovasyon faaliyetlerinde başkaları ile işbirliği yapan küçük ve orta ölçekli işletme sayısı Avrupa Birliği ortalamasının altındadır. Buradan hareketle Türkiye’de ekosistem aktörlerinin birbiri ile etkileşimini arttıracak mekanizmalara ihtiyaç duyulduğu şeklinde değerlendirme yapmak mümkündür. Son olarak, pazara yeni ve şirkete yeni yeniliklerin satışı anlamında Türkiye, Hollanda’yı geride bırakmış, ancak diğer ülkelerin gerisinde kalmıştır. Bununla birlikte benzersiz ürün ve hizmetleri yaratmak ve bunlarla pazara girebilmek anlamında Türkiye, Hollanda’yı geride bırakmış da olsa, bir sonraki kısımlarda da detaylı olarak ele alınacağı üzere girişimciler, pazara giriş sürecinde büyük zorluklar ile karşılaşmakta olup, özellikle vergi yükleri, yasal düzenlemeler, bürokratik süreçler, teşvik ve destekler gibi konularda önlem alınması gereken alanlar mevcuttur.

Ar-Ge sektöründe çalışan araştırmacı sayısı dahir ülkenin girişimcilik ve inovasyon kapasitesini arttırmaya yönelik önemli bir veridir. Türkiye, Ar-Ge sektöründe çalışan araştırmacı sayısında karşılaştırılan ülkeler arasında son sıralarda yer almaktadır. Tablonun ilk sıralarında ise diğer bilgi ekonomisi göstergeleri açısından da başarılı bir performans ortaya koyan İsveç ve Hollanda bulunmaktadır.

## **2. KARŞILAŞTIRMA KRİTERLERİ**

### **2.1. Finansmana Erişim**

Finansmana erişim, girişimler ve KOBİ’ler için olmazsa olmaz koşullardan biridir. Avrupa Komisyonu’nun yayınladığı Avrupa’da Girişimcilik-Yeşil Kitap’a göre küçük işletmelerin yaklaşık %20’sinin uzun vadeli finansman sorunları mevcuttur (European Commission, 2010b).

Girişimcilerin yararlanabildiği finans kaynaklarını; kamu tarafından sağlanan teşvik ve destekleri, girişim ve risk sermayesi fonları, melek yatırımcılar, bankalar (özellikle girişim bankacılığı hizmeti sunanlar), sermaye piyasaları, finansal kiralama hizmetleri, faktöring ve kredi garantisi sağlanması şeklinde özetlemek mümkündür (Er vd., 2015: 31).

Bir ölkede risk sermayesi piyasasının gelişmesi, bankaların riskli krediler vermekten kaçınmadığı bir altyapının mevcut olması, kredi maliyetlerinin düşürölmesi, kamu kuruluşlarının girişimciler ve KOBİ'lere sağlanan güvenceleri arttırmak için destek programları ortaya koyması büyük önem taşımaktadır.

Araştırma ve geliştirme aşamasında girişimcilerin finansmana erişimleri büyük önem taşımaktadır. Çekirdek yatırım veya erken aşama yatırım olarak adlandırılan bu dönemde girişimci henüz fikir aşamasındadır. Bu fikrin ürün veya hizmete dönüşmesi için gereken maliyetler bulunmaktadır. İşte girişimcilerin en çok desteğe ihtiyaç duyduğu aşamalardan biri de budur. Zira erken aşamada desteklenmeyen iyi fikirler hayata geçememekte, girişimcilerin vazgeçmesi sonucunu doğurmakta, bu da ekonomiye girişimcilik katkısının sağlanması önüne geçmektedir. Bu aşamadan sonra sırasıyla ürün geliştirme ve pazara sunma aşamalarını kapsayan, bu anlamda satış ve üretim için kullanılan başlangıç sermayesi ve son olarak da tam kapasiteye ulaşmak için ihtiyaç duyulan büyüme fonları; girişimcilerin ihtiyaç duydukları finansmanın kapsamı açısından önem taşımaktadır (Er vd., 2015: 42).

Bu noktada seçilmiş Avrupa Birliği üye ölkeleri ve Türkiye'de girişimcilere sunulan destekleri kısaca incelemek yararlı olacaktır. İlk olarak Türkiye'de girişimcilere yönelik destekleri şu şekilde özetlemek mümkündür:

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı KOSGEB kapsamında sunulan destekler şu şekildedir: KOSGEB, 1990 yılında kurulmuştur. Temel misyonu, "Etkin destek ve hizmetlerle KOBİ ve girişimcilerin yenilikçi, teknolojik ve rekabetçi bir altyapıya ulaşmalarını sağlayarak ekonomik ve sosyal kalkınmadaki paylarını arttırmak" şeklinindedir (T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2021). KOSGEB'in girişimcilere ve KOBİ'lere sunduğu destekler; girişimcilik destekleri, işletme geliştirme, büyüme ve uluslararasılaşma süreçlerine

yönelik destekler, Ar-Ge ve yerlileştirmeye yönelik destekleri kapsamaktadır (T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2021).

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı TÜBİTAK kapsamında sunulan destekler sadece girişimcilere veya şirketlere yönelik olmayıp; akademik, sanayi, kamu, bilimsel etkinlik, bilim ve toplum alanında çeşitli destekleri de kapsamaktadır. KOBİ'ler ve girişimcilere yönelik desteklere bakıldığında ise; TÜBİTAK, teknolojik üretim, katma değeri yüksek ürün üretimi ve teknoloji tabanlı girişimciliğin teşvik edilmesine yönelik destekler sunmaktadır (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, 2021). Girişimciliği yaygınlaştırmak için destek programları oluşturularak, girişimcilere ve KOBİ'lere destek olunmaktadır.

Türkiye'de kamu kurumları tarafından sunulan destekler bu kadarla sınırlı değildir. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOSGEB ve TÜBİTAK dışında Çalışma Bakanlığı kapsamında istihdam alanında destek sunan İŞKUR destekleri, Hazine ve Maliye Bakanlığı kapsamında, vergi ve sigorta prim teşvikleri alanında destek sunan Gelir İdaresi Başkanlığı destekleri, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından ulusal veya uluslararası sermayeli şirketlerin Türkiye'de hayata geçirilecek yatırım projelerini desteklemek amacıyla sunulan Yatırım Teşvikleri, Ticaret Bakanlığı tarafından Pazar Araştırması, Rapor ve Yurtdışı Şirket Alım, Sektörel Ticaret ve Sektörel Alım Heyetleri, E-Ticaret Sitelerine Üyelik Destekleri, Yurtdışı Birim, Marka Tescil ve Tanıtım Desteği, İhracat Destekleri ile Alıcı Kredisi Desteği ve Yurt Dışı Fuar Desteği gibi destekler mevcuttur (Ticaret Bakanlığı; Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı; Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı; Gelir İdaresi Başkanlığı; Hazine ve Maliye Bakanlığı; Ticaret Bakanlığı, 2021). Tüm bu destekler ile söz konusu kurumlar girişimcilerin ve KOBİ'lerin finansman sorunlarının aşılması için gerekli politikaların uygulanması anlamında önemli roller üstlenmektedir.

2001 yılında yürürlüğe giren 4691 sayılı Kanun ile Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ile Teknoparklarda yer alan şirketlere yönelik önemli destekler hayata geçirilmiştir. Türkiye'de Nisan 2021 itibarıyla toplam 87 adet Teknoloji Geliştirme Bölgesi bulunmaktadır. Bunlardan 73'ü faaliyete geçmiş 14'ü ise henüz faaliyete geçmemiş durumdadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021).

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nin cazip hale gelmesinde burada yer alan şirketlere sunulan destekler büyük önem taşımaktadır. Günümüzde ekonomik kalkınmanın en önemli unsurunun teknolojik gelişmeler ve bilimsel alandaki ilerlemeler sonucunda ortaya çıkan yüksek teknolojik ürünler olduğundan hareketle; bu tür ürün ve hizmetlerin hayata geçirilmesinde önemli rol oynayan, aynı zamanda üniversite ve sanayi arasında bilgi ve tecrübe transferi sağlama ortamı sunan teknoloji geliştirme bölgeleri tüm bu çalışmaları özendirme amacıyla girişimcilere ve araştırmacılara gelir ve kurumlar vergisi, KDV, stopaj, damga vergisi-harç istisnaları ve SGK teşvikleri gibi önemli teşvikler sunmaktadır. Ayrıca Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nde faaliyette bulunan şirketlere danışmanlık hizmetleri ve kuluçka hizmetleri gibi destekler de sağlanmaktadır (Resmi Gazete, 2021).

Tüm bu hususlardan hareketle, Türkiye'de girişimcilere gerek fikir aşaması gerek başlangıç aşaması ve gerekse büyüme aşamasında çok çeşitli destekler sunulduğu ve konuya ilişkin düzenlemelerin bu anlamda oldukça fazla olduğunu söylemek mümkündür.

İnovasyon Lideri ülkeler grubunda yer alan İsveç de girişimcilik ekosistemini desteklemek konusunda oldukça önemli imkânlar sunmaktadır. Yerel girişimleri desteklemek konusunda oldukça aktif politikalar yürütülmekte olup üstelik girişimcilerden Ar-Ge faaliyetinde bulunma şartı aranmaksızın birçok devlet destekli program açılması sağlanmaktadır. Girişimcilere kamu desteği sağlayan önde gelen yapılar şu şekildedir: ALMI'nin (İsveç devleti tarafından finanse edilen şirket, Government Offices of Sweden) İsveç'in her yerinde ofisleri vardır. Fonun amacına uygun bir şekilde kullanılması durumunda geri ödeme gerektirmeyen ilk hibeyi sağlayan bir mekanizmadır. Ayrıca dönüştürülebilir krediler bulma, kuluçka desteği ve risk sermayesi konularında da destekler sunmaktadır. Vinnova; Stokholm'de yer alan resmi inovasyon ajansıdır. Vinnova, farklı endüstrilere yönelik bir dizi hibe yoluyla finansman sağlamaktadır. Daha çok araştırmaya dayalı olmayan projeler için çağrı açmıştır. Tillvaxtverket; İsveç'in ekonomik ve bölgesel büyümeye yönelik destek veren ajansıdır. Yerel Fonlar kapsamında; her yerel belediye dönemsel olarak yerel inovatif girişimcilerin ve fikirlerin desteklenmesi için fonlar açmaktadır. Industrifonden: İsveç'in resmi sanayi fonudur. Sadece büyük sanayi şirketlerine değil, zaman zaman



küresel potansiyele sahip daha küçük şirketlere de yatırım yapmaktadır. Kendi bünyelerinde yatırım yapılmaması durumunda ağlarında yer alan farklı potansiyel yatırımcılar ile şirketlerin eşleşmesi için destek sunmaktadır. Venture Cup; İsveç'te ülke çapında gerçekleşen iş planı yarışmasıdır. Ödüllerin yanısıra girişimcilerin medyada tanıtılmasında da önemli yeri vardır (Government Offices of Sweden, 2021).

Tüm bu desteklerin yanısıra İsveç'te üniversiteler, hatta özellikle girişimcilik yüksek lisans programlarına sahip olan üniversiteler, ilk finansman imkânları veya bir kuluçka merkezinde ücretsiz ofis alanı şeklinde fon desteği veya geniş bir uzman/yatırımcı ağına erişim imkânı sunmak şeklinde faaliyetler de yürütmektedir (Government Offices of Sweden, 2021).

Hollanda'da girişimcilere çeşitli devlet finansmanı imkânları sunulmaktadır. Bunları üç grupta toplamak mümkündür; İnovasyon Kredisi (Innovation Credit Scheme, Innovatiekrediet), Hollanda İyi Büyüme Fonu-DGGF (Dutch Good Growth Fund) ve kendine has çalışanlar için Mali Destek-BBZ (Financial Support for Self-employed Professionals). İnovasyon kredisi, girişimin Hollanda'da kurulması, yenilikçi bir proje fikri içermesi, araştırmaya göre uygulanabilir olması, beş yıl içinde pazarlanabilir bir ürün, süreç veya hizmete yol açabilecek olması, ekonomiye katkıda bulunması, projeyi herhangi bir aksilik durumunda tamamlayabilecek yeterli mali kaynağa sahip olunması gibi kriterleri içermekte olup, söz konusu kriterlere uygun olan girişimcilere minimum 150.000 Avro'luk kredi sunmaktadır (Government Information for Entrepreneurs, 2021c). Hollanda İyi Büyüme Fonu, yükselen pazarlara veya gelişmekte olan bir ülkeye yatırım yapmakla ilgilenen KOBİ'lere fon sağlayan, Hollandalı yerel şirketlere yönelik bir destek programıdır. BBZ ise Hollanda'da serbest çalışan veya serbest meslek sahibi profesyonellere finansman desteği sağlayan bir programdır. "Kendine Has Çalışanlara Sosyal Yardım Kararnamesi" (Besluit bijstandverlening zelfstandigen) kapsamında krediler, ek destekler ve ücretsiz olarak koçluk hizmeti sunulmaktadır (Government Information for Entrepreneurs, 2021c).

Hollanda'da girişimcilerin finansmana erişimine yönelik yapılan önemli düzenlemelerden biri de Startup Box isimli, girişimler için uygun bir Hollanda devlet finansman aracı olup olmadığını belirlemeye yardımcı olan çevrimiçi platformdur. Startup Box, Ekonomik İşler ve İklim Politikası Bakanlığı, StartupDelta, Hollanda

Ticaret Odası-KVK ve Hollanda Girişim Ajansı'nın ortaklığında kurulan bir araçtır (Government Information for Entrepreneurs, 2021d).

Tüm bu hususlar dışında Hollanda'da girişimcilere ve KOBİ'lere finansman desteği sağlayan Bölgesel Kalkınma Ajansı fonları, çekirdek aşamadaki girişimciler için melek yatırım fonları, ticaret ve yatırım fonları, iş fikrinin ürün veya hizmete dönüştürülmesine yönelik fonlar gibi kapsamlı destek programları da sunulmaktadır.

İtalya'nın Ekonomi Bakanlığı tarafından girişimcilere yönelik destekler önemle ele alınmıştır. Bakanlığın web sitesinde KOBİ'lerin İtalya'nın bel kemiği olduğu, İtalyan üretim sisteminin Avrupa çapında istisnai bir örneği temsil ettiği, kriz sırasında bu üretim sisteminin direnmeyi, yaratıcılığı, yeniliği ve teknolojiyi kullanmayı başaran, ülkeyi durgunluktan kurtaran ve sayısız istihdam yaratan çok sayıda KOBİ'den oluştuğu hususlarına değinilmiştir (Governo Italiano-Ministry of Economic Development, 2021).

İtalya'da kamu tarafından sağlanan desteklerin yer aldığı "Teşviklere Yönelik El Kitabı", girişimcilerin ihtiyaçları, alanları veya şirketlerinin büyüklüğü açısından doğru desteği bulabilecekleri yönlendirici bir belge niteliğindedir (Ministry of Economic Development, 2019). Teşvikler, yeni bir girişimin kurulması, inovasyon yatırımları, büyüme, varlıkların güçlendirilmesi, makine, tesis ve yazılım yatırımları, uluslararasılaşma, eğitim, araştırma ve geliştirme, enerji verimliliği, yeni işe alım yatırımları, vergi indirimi gibi unsurları kapsamaktadır. Söz konusu kitapçık incelendiğinde başlangıç aşamasındaki girişimlerden KOBİ'lere, tüm şirketlere uygun yatırım fonlarından elektrik ve enerji fonlarına, uzay endüstrisinden sosyal kooperatiflere çok çeşitli desteklerin yer aldığı görülmektedir. Bu desteklerden serbest meslek sahibi olmak veya kendi şirketini kurmak isteyenler ile işsizlerin küçük işletmeler kurmasını teşvik etmek amacıyla verilen "Smart&Start Italia" kapsamında, İtalya'nın her yerinde yenilikçi girişimlerin yaratılması ve büyümesi desteklenmektedir. Programın toplam 200 milyon Avro civarında bir bütçesi mevcut olup, 1,5 milyon Avro'ya kadar olan projeler finanse edilmektedir. Güçlü bir teknolojik boyuta sahip olmak, dijital ekonomide faaliyet göstermek, araştırma sonuçlarını geliştirmek gibi çıktıları olan projeler finanse edilmektedir. Toplam yatırımın %80'ine kadar faizsiz kredi (girişim yalnızca 35 yaşın altındaki kadınlardan veya gençlerden oluşuyorsa veya yurtdışında çalışan ve İtalya'ya dönmeyi planlayan en az bir İtalyan doktora mezununu

içeriyorsa bu fon yüzdesi %90'a kadar yükselmektedir) ve sadece Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardinia, Sicilya ve Aquila'nın "Sismik Krater" bölgesinde bulunan girişimlere ise, kredinin %30'u tutarında geri ödemesiz hibe gibi destekler sunulmaktadır. Bir yıldan daha kısa bir süre için kurulmuş girişimler, başlangıç aşamasında teknik ve yönetim destek hizmetlerinden yararlanabilmektedir (Ministry of Economic Development, 2019).

Ayrıca İtalya'da yürürlükte olan Yenilikçi Girişimcileri Destekleme Politikası kapsamında yenilikçi girişimlere, hayati döngülerinin tüm adımlarını kapsayan, inovasyon ekosisteminin diğer aktörlerine karşı müzakere güçlerini artıran ve çeşitli sektörlerle ilgili geniş bir yelpazede faydalar sağlanmaktadır. Bu düzenleme ücretsiz dijital kuruluş prosedürlerinden, KOBİ'ler için garanti fonu altında krediye erişime, tohum ve erken aşama girişimciler için risk sermayesinden çeşitli muafiyetlere kadar önemli bir dizi düzenlemeyi içermektedir (Ministry of Economic Development, 2019).

Hırvatistan hükümeti hem eyalet hem kent düzeyinde ülkede iş yapmak isteyen gerek Hırvat gerek yabancı girişimciler için finansal teşvikler ve kredi imkânları sunmaktadır. Bu teşviklerden bazıları fikir geliştirmeden lansmana, ticarileştirmeden pazarlamaya kadar geniş bir yelpazede girişimcileri destekleyen Hırvatistan Küçük İşletme Kredisi ile Yenilik ve Yatırım Ajansı aracılığıyla tahsis edilen, düşük faizli ESIF Mikro Yatırım Kredisi'dir. Bu krediler yeni şirketlerin kurulması, mevcut işletmelerin modernizasyonu gibi amaçlara yönelik olup en düşük teşvik tutarı 1.000 Avro, en yüksek teşvik tutarı ise 25.000 Avro'dur (EU Fi- Compass, 2021).

Seçilmiş Avrupa Birliği ülkelerinde girişimcilere yönelik finansman kaynakları kapsamında genel bir değerlendirme yapıldığında, İsveç'in oldukça aktif politikalar yürüttüğü, Ar-Ge şartı aranmaksızın her türlü girişimciyi desteklediği, geri ödemesiz fonlar dahi sunduğu, fikir, başlangıç ve büyüme aşamalarının ötesinde sanayileşme ve küresel pazara açılma aşamalarında dahi girişimcilere destek sağladığı görülmektedir. Devlet destekleri, gerek türleri gerekse de hibe, kredi, danışmanlık gibi farklı şekillerdeki verilme biçimleri bakımından çeşitlilik göstermektedir. Kaynaklar, ajanslar, bankalar, özel kuruluşlar veya belediyeler aracılığıyla girişimcilere aktarılmakta, doğrudan devlet birimlerine başvuru yapılmamaktadır. Bu da bürokrasinin neden olacağı zaman kayıplarını engellemek açısından önemli bir düzenlemedir. Danışmanlık

destekleri girişimcilere yol gösterme ve yanlış yapmalarını önleme açısından önem taşımaktadır. Hollanda'da sağlanan girişimci kredisinin ise yeterli mali kaynağa sahip olunması şartına bağlı olmasının fikir aşamasındaki girişimciler açısından zorlayıcı olabileceği düşünülmektedir. İtalya'nın girişimcilere ve KOBİ'lere yönelik oldukça fazla, kapsamlı ve bürokratik süreçler açısından kolaylaştırıcı destekler sunduğunu söylemek mümkündür. Hırvatistan'da ise finans kaynaklarının çok az sayıda ve yetersiz olduğu göze çarpmakta bununla birlikte sağlanan kredilerin düşük faizli olmasının girişimcileri belli bir oranda rahatlattığı görülmektedir.

Finansman açısından önem taşıyan araçlardan biri de melek yatırım olup vergi teşvikleri, ortak yatırım fonu gibi düzenlemeler aracılığıyla ülkelerde melek yatırım yapacak bireyler özel olarak desteklenmektedir.

Türkiye'de girişimcilerin yanısıra girişimcilere yatırım yapan melek yatırımcılara da önemli destekler sunulmaktadır. Söz konusu destekler Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik kapsamında düzenlenmektedir. Bireysel Katılım Yatırımcısı veya günlük hayattaki kullanımıyla melek yatırımcı, kişisel varlıklarını ve/veya sahip olduğu tecrübesini ve birikimlerini başlangıç ya da büyüme aşamasındaki girişim şirketlerine aktaran gerçek bireyleri ifade etmektedir (Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik, 2021). İlgili mevzuat kapsamında gerekli kriterleri sağlayan yüksek gelir veya servete sahip yatırımcılar ve/veya tecrübeli yatırımcılar, Hazine ve Maliye Bakanlığı'nca kredite edilen melek yatırım ağlarına başvurarak Bireysel Katılım Yatırımcısı Lisansı almaktadır. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından, melek yatırımcılığın gelişmesi için girişimlere yılda en az 20 Bin TL en çok 1 Milyon TL yatırım yapan lisans sahibi yatırımcılara vergi desteği getirilmiştir. Söz konusu lisansı alan melek yatırımcıların yatırım yaptıkları girişim şirketlerine ait iştirak hisselerini en az iki tam yıl elde tutmaları gerekmektedir. İlgili mevzuat kapsamında girişimcilere yatırım yapan lisanslı yatırımcılar, hisse tutarlarının %75'ini, hisselerin elde edildiği dönemde yıllık gelir vergisi matrahından indirebilmektedir. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK ve KOSGEB'in belirlediği programlarda desteklenmiş girişim şirketine iştirak sağlayan Bireysel Katılım Yatırımcıları için ise vergi desteği %100 oranındadır (Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik, 2021).

Hazine ve Maliye Bakanlığı'nca Bireysel Katılım Sermayesi İlerleme Raporu kapsamında açıklanan son verilere göre Türkiye'de halen 476 lisanslı Bireysel Katılım Yatırımcısı bulunmaktadır. Verilen lisansların %76'sı İstanbul'dadır. Bu oranı %8 ile Ankara; %5 ile İzmir; %3 ile Kayseri; yine %3 ile Bursa takip etmektedir. Lisanslı yatırımcıların 159'u tecrübeli yatırımcı kategorisinde, 183'ü servet sahibi yatırımcı kategorisinde, 134'ü ise yüksek gelir sahibi kategorindedir. Lisans alanların %97'si en az üniversite veya üstü bir eğitim seviyesine sahiptir (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2019: 3-7).

Hazine ve Maliye Bakanlığı raporuna göre bireysel katılım yatırımcılarının %44'ü büyüme potansiyeli-yüksek getiri nedeniyle, %24'ü maddi ve manevi destek nedeniyle, %21'i yenilikçi iş fırsatı-manevi destek nedeniyle ve %11'i alternatif yatırım imkânlarını değerlendirme nedeniyle bireysel katılım yatırımcısı olduklarını ifade etmişlerdir (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2019: 8).

Bireysel Katılım Sermayesi İlerleme Raporu'na göre 2019 yılında 11.889.206 TL değerinde yatırım başvurusu olmuştur. 2018 yılında 4,57 Milyon TL, 2017 yılında ise 1,53 Milyon TL olan yatırım miktarları da göz önünde bulundurulduğunda yatırım miktarlarının her geçen yıl katlanarak arttığını söylemek mümkündür (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2019: 9). Yine aynı rapora göre yatırımların %91'i İstanbul'dadır. Yatırım yapılan sektörlerin başında %48 oranı ile yazılım ve uygulama geliştirme sektörleri gelmektedir. Bu sektörleri %17'lik pay ile e-ticaret sektörü takip etmektedir (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2019: 11). Günümüzde 10 adet kredite ağı bulunduğu hususu da yine söz konusu rapor kapsamında belirtilmektedir (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2019: 14).

Avrupa Birliği'nde melek yatırımcılara yönelik önemli ağlardan biri Avrupa İş Melekleri Ağı (European Business Angels Network /EBAN)'dır. Avrupa Birliği'ndeki melek yatırımcılara yönelik önemli bilgiler içeren EBAN Yatırım Raporu (EBANInvesting Report) 2020'ye göre söz konusu ağa kayıtlı melek yatırımcıların %74'ü erkek, %26'sı kadındır. Yatırımcıların %83'ü yüksek lisans derecesine sahip yatırımcılardır. Yatırımcıların %70'inin teknoloji, finans ve danışmanlık sektörlerinde tecrübesi bulunmaktadır. Yatırımların %37'si 100.000-500.000 Avro değerinde olup, yatırımların %42'si ise 500.000 Avro değerinin üzerindedir. Yatırımların %80'inden

fazlası Avrupa ülkelerinde yapılmaktadır. En çok yatırım yapılan sektörler; eğitim, sağlık, sürdürülebilir tarım, yenilenebilir enerji ve mikro finans alanlarındadır.

Yatırımcıların yatırım yapmak için en çok tercih ettiği yöntemler; diğer melek yatırımcılar ile birlikte, kendi başlarına, diğer risk sermayedarları ile birlikte ve kitlesel fonlama platformları aracılığıyla yapılan yatırımlardır. Eşleşme süreçleri en çok melek yatırım ağları, girişimciler, arkadaşlar ve ortaklar ile sürekli yatırım arayışında olan yatırımcılar aracılığıyla gelişmektedir. Yapılan araştırmada melek yatırımcıların %83'ünün yatırımlarının birkaç yıl içinde %10 büyüyeceğine inandıkları bulgusu ortaya konmuştur (European Business Angels Network/EBAN, 2020).

Türkiye’de ayrıca Sermaye Piyasası Kurulu tarafından hazırlanan “Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına (GSYO) İlişkin Esaslar Tebliği” girişim sermayesi fonları açısından önemli bir diğer düzenlemedir (Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği, 2021). GSYO, kayıtlı sermayeli olarak kurulmuş ve çıkarılmış sermayelerinin temel olarak girişim sermayesi yatırımlarına yöneltildiği ortaklıklardır (Sermaye Piyasası Kurulu, 2021). Söz konusu düzenleme ile risk sermayesi modeline paralel bir yapı Türkiye’ye kazandırılmıştır.

Girişim sermayesi yatırım fonlarının yatırımcılara sunulabilmesi için Girişim Sermayesi Yatırım Fonlarına (GSYF) İlişkin Esaslar Tebliği de yayımlanmıştır. GSYF, nitelikli yatırımcıların koyduğu katılma payları karşılığında toplanan paralar ile bahsi geçen pay sahipleri adına mülkiyet esasları göz önünde tutularak Sermaye Piyasası Kurulu tarafından belirlenmiş varlık ve işlemlerden oluşan portföyü işletmek amacıyla portföy yönetim şirketleri ve girişim sermayesi portföy yönetim şirketleri tarafından süreli olarak kurulan ve tüzel kişiliği bulunmayan mal varlığına denmektedir (Sermaye Piyasası Kurulu, 2021).

6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ile mükelleflerin girişimcilere kullandırılmak üzere ayırdıkları girişim sermayesi fonlarının beyan edilen gelirin veya kurum kazancının %10’unu aşmayan kısmını vergi matrahlarından indirebilmeleri imkânı getirilmiştir. Ayrıca tam mükellefiyete tabi girişim sermayesi yatırım fonu katılma payları ile girişim sermayesi yatırım ortaklıklarının hisse senetlerinden elde ettikleri kar

payları kurumlar vergisinden istisna edilmiştir (Girişim Sermayesi Yatırım Fonlarına İlişkin Esaslar Tebliği , 2021).

Bugün NASDAQ'ı yaratan ve ekonomiye ivme kazandıran girişim şirketleri başarılarının %90'ını risk yatırımcılığına borçludurlar. Yine internet sektörünün %68'inin risk yatırımcılığı tarafından finanse edildiği bilinmektedir (Christensen, 2011: 64).

Risk sermayesinin teşvik edilmesi için devletlerin yatırımcıları ne kadar teşvik ettiği, bu anlamda ne düzeyde bir destek sağlanabildiği, yapılan yatırımlara devletin inanması ve buna göre gerekli hukuki, politik düzenlemeleri yürürlüğe alması gibi konular stratejik öneme sahiptir. Özellikle devletlerin risk sermayesini teşvik etmek için vergileri düşürmesi, özel kaynaklara erişimi geliştirmesi, araştırmalar için gerekli teknoloji transfer hızını geliştirmesi, bölgelerin altyapı kalitelerini arttırması, halka açık pazarları teşvik etmesi risk yatırımcılarının yatırım yapma isteğini arttıracak ve girişimciliği teşvik edecektir (Ergen, 2018: 378-379). Bu anlamda Türkiye'de bu alana herhangi bir harcama ayrılmaması Türkiye'nin bahsi geçen düzenlemelerde yeterli adım atmadığının göstergesi niteliğindedir.

Teknoloji odaklı girişimcilik ve risk yatırımcılığının kökenleri 1960'larda transistör endüstrisi, 1970'lerde bilgisayar yazılım ve donanımı, 1980'lerde biyoteknoloji ve mobil haberleşmenin ilk dalgaları ve 1990'larda internet ağ teknolojileri ve uygulamalarına kadar dayanmaktadır. Her dönemde risk yatırımcıları önemli insiyatifler almıştır. Dev şirketler tarafından her eve bir bilgisayarın gerekli olup olmadığına şüpheyle bakılırken risk yatırımcıları Apple ve Microsoft gibi şirketleri fonlamışlardır (Ergen, 2018: 13).

Dijital teknolojiler, işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerini, hizmetlerini geliştirmelerini ve ürünler üreterek pazarlarını genişletmelerini sağlamaktadır. McKinsey tarafından yakın zamanda yapılan bir araştırmaya göre, ankete katılan Avrupa Birliği yöneticilerinin %93'ü verilere daha iyi erişimin organizasyonları için önemli olacağını belirtmiştir (McKinsey, 2020).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından yapılan araştırma veriye dayalı inovasyona ve veri analitiğine yatırım yapan şirketlerin üretkenliğinin arttığını öne sürmektedir (OECD, 2015). İnovasyona yatırım yapan şirketler veya girişimlerin ekonomik büyüme için finansal açıdan kredibilitesi de oldukça önemlidir..

Tablo 3.3’de gösterildiği üzere, girişimler bilgi ve iletişim teknolojilerini iş süreçlerine, organizasyonlarına süreçlere entegre ederek dijital entegrasyonlarını gerçekleştirebilmektedir. Verilere baktığımızda Hollanda ve İsveç dijital entegrasyonu diğer kıyaslamaya esas ülkelere göre daha ileri noktaya taşımaktadır (Digital Economy and Society Index, 2022: 50).

Avrupa Birliği’nin dijital egemenliği; güvenlik ve temel hakların gereklilikleri söz konusu iken, veri depolama, ekleme-çıkarma ve işleme kapasitesine bağlı olacaktır. Bu, yüksek kapasiteli yenilikçi teknolojilerin benimsenmesini ve altyapısını gerekli kılmaktadır.

## **2.2. Vergi ve Bürokratik Süreçlere Yönelik Politikalar ile Ticari ve Profesyonel Altyapı**

Girişimcilerin piyasaya giriş engellerinin azaltılması açısından, devletlerin, gerek girişim şirketlerinin faaliyete geçme gerek ticari faaliyetlerini sürdürme döneminde karşılaştıkları idari ve bürokratik prosedürler ve finansman yetersizliği sorunlarına karşı tedbirler alması büyük önem taşımaktadır.

Girişimcilerin ortaya çıkması, onları destekleyici bir ekosistemin gelişmesine bağlıdır. Girişimcilerin kolayca şirket kurabilmesi, yine girişimcilerin sorun yaşayan şirketlerini hızlıca tasfiye edebilmelerine yönelik iflas kanunlarının kolaylaştırılması, işletmelere yönelik danışmanlık merkezlerinin varlığı, ücretli istihdam edilenlerin girişimciliğe geçişini kolaylaştırıcı prosedürlerin uygulamaya alınması, şirket bilgilerinin internet ortamında yer alması, uluslararası muhasebe standartları ve vergi muafiyetlerinin uygulanması, esnek istihdamın kolaylaştırılması ve teşvik edilmesi ekosistemin gelişmesi için olmazsa olmaz koşullardandır.



Ülkelerdeki ticari hayatı düzenlemeye yönelik yasal uygulamaların girişimciler için ne denli kolay veya zor olduğunu inceleyebilmek için Dünya Bankası tarafından her yıl düzenli olarak yayınlanan ve bir ülkede küçük ve/veya orta boy bir işletmenin kurulması, gerekli inşaat izinlerinin alınması, elektrik bağlantısının yapılması tapu kayıt işlemlerinin tamamlanması, kredi almasının sağlanması, yatırımcının korunması, vergisel yükümlülüklerin yerine getirilmesi, ticaret prosedürleri, kontratların bağlayıcılığı, iflasların çözülmesi konularında ülkelerin mevcut durumunu analiz edip, bu analizler doğrultusunda çeşitli kriterlere göre 190 ülkeyi sıralayan, İş Yapma Kolaylığı Endeksi (Doing Business) Raporu'nu incelemek ve sonrasında uygulamaların detaylarına ve örneklerine bakmak yararlı olacaktır (World Bank Group, 2020).

Kıyaslamaya esas ülkelerden Hırvatistan açısından iyileşme sağlanan alanlar iş kurmak, inşaat izinleri ve mülkiyetin kaydedilmesi olmuş bununla birlikte kredi alımı zorlaşan alanlardan biri olarak tanımlanmıştır. Rapora göre iş kurma kapsamında Hırvatistan, şirket kaydı için şirket adını ayırma, yönetici imzası alma şartlarını kaldırarak ve ödenmiş asgari sermaye şartını azaltarak iş kurmayı kolaylaştırmıştır. İnşaat izinleri kapsamında Hırvatistan, bir depo inşa etmek için su katkısını azaltarak inşaat izinleriyle uğraşmayı daha az maliyetli hale getirmiştir. Mülkiyetin kaydedilmesi kapsamında Hırvatistan, emlak devir vergisini düşürerek ve emlak tapu devirlerini kaydetme süresini kısaltarak mülk devrini kolaylaştırmıştır. Ancak kredi alımı kapsamında Hırvatistan, bireysel kredi verilerinin dağıtımını sonlandırarak kredi bilgilerine erişimi zorlaştırmıştır (World Bank Group, 2020: 97). İtalya açısından iyileşme sağlanan alan işçi çalıştırma olarak tanımlanmış olup, buna göre İtalya'nın bazı belirli süreli sözleşmelere ilişkin düzenlemeleri değiştirdiği hususu rapor kapsamında vurgulanmıştır (World Bank Group, 2020: 104).

Hollanda'da da idari yüklerin azaltılması konusunda önemli çabalar gösterilmiştir. 2002 yılından beri uygulamaya alınmış olan sistem ile idari yüklerin azalıp azalmayacağına ölçülmesine yönelik bir sistem oluşturulmuştur. Bu anlamda Hollanda hükümeti tarafından idari yüklerin %25 oranında azaltılmasına yönelik bir hedef ortaya konulmuştur. Kurulan sistem içerisinde, girişimcileri etkileyebilecek idari yüklerle yönelik düzenleme teklifleri, ACTAL (İdari Yüke İlişkin Hollanda Danışma Kurulu, The Dutch Advisory Board on Administrative Burden) isimli bağımsız bir

organizasyona gönderilmekte, getireceği yük fazlaysa ilgili Bakanlığa olumsuz görüş verilmektedir (Actal, the Dutch Advisory Board on Regulatory Burden, 2021).

Girişimcilerin iş kurma süreçlerini kolaylaştırmaya yönelik danışmanlık desteği sunan merkezlerin varlığı da bürokratik süreçlerin kolaylaştırılması açısından önem taşımaktadır. Örneğin; Hollanda'da faaliyetlerini sürdürmekte olan KOBİ'lere danışman desteği sunulmaktadır (Ergen, 2018: 419). Ayrıca sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren şirketler arasında rekabet ve işbirliği imkânlarını güçlendirecek mekanizmaların kurulması oldukça önemlidir. Şirketlerin yetkinlikleri bir araya getirilerek üst bir şemsiyenin kurulması ve bu üst şemsiyeler aracılığıyla küresel projeleri kazanmaya yönelik çalışmaların yapılması önemlidir (Ergen, 2018: 427). Hollanda'da uygulanmakta olan bakanlıklar ve işletmeler arasında etkileşimin sağlanmasına dayanan sistem bunun önemli örneklerinden biridir. Bu sistemde girişimcilik politikalarının uygulamaya konulması ile ilgili olarak teknoloji geliştirme bölgelerinin sürece aktif katılımı sağlanmakta ve ülkenin Ekonomi Bakanlığı ile ortak çalışmalar yürütülmektedir (Actal, the Dutch Advisory Board on Regulatory Burden, 2021).

Girişimciler açısından oldukça önemli olan yasal düzenlemelerden biri de fikri ve sınai mülkiyet haklarıdır. Bu yönde düzenlemeler yenilik faaliyetinde bulunan mucit ve yaratıcıların haklarını korumak açısından son derece önemlidir. Fikri mülkiyet hakları, fikri çaba ve zekânın ürünlerini devlet otoritesiyle korumayı hedefleyen haklardır (Soyak, 2005: 11).

Sınai mülkiyet hakları ise patent ve faydalı model gibi araçlarla buluşun korunmasının yanı sıra, endüstriyel tasarımların korunmasına yönelik kanunlar, ticari unvan ve ticari markalar kanunu gibi araçlarla, belirli ticari çıkarların korunmasını kapsamaktadır. Özellikle sınai mülkiyet haklarından biri olan patentler, Ar-Ge'nin desteklenmesi açısından ana teşvik mekanizmalarından biridir (Soyak, 2005: 14). Yeniliğin ilk aşaması olan Ar-Ge faaliyetlerinin temel çıktısı patent başvurularıdır.

Fikri mülkiyet haklarının korunmasının zayıf olduğu ülkelerde yapılan yatırımların yeni teknolojiye dayalı yatırımlardan çok satış ve dağıtım faaliyetlerine odaklandığı görülmekte ve bu da söz konusu ekonomilerin ithalata olan bağımlılığını arttırmaktadır. Tam tersi bir şekilde, fikri mülkiyet haklarının güçlü bir şekilde korunduğu ülkelerde ise

yatırımlar üretim sektörü, Ar-Ge faaliyetleri ve yenilik üzerinde yoğunlaşmaktadır (Jaumotte, 2005: 23).

Avrupa Birliği'nde 2021 yılında küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) yalnızca %55'i basit temel dijital teknolojilerin benimsenmesi seviyesindeki hedeflerine ulaşmaktadır. İsveç %86 oranıyla en fazla dijitalleşen KOBİ'lere sahip olmaktadır. Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan Dijital On Yıl hedefine ulaşmak için Avrupa Birliği'deki KOBİ'lerin en az %90'ının 2030 yılına kadar temel bir dijital yoğunluğa sahip olması gerekliliği vurgulanmaktadır (Europe's Digital Decad: Digital Targets for 2030, 2022: 10). Avrupa Birliği'nde şirketler giderek daha fazla dijitalleşmekte, ancak gelişmiş dijital teknolojilerin kullanımı halen düşük kalmaktadır. 2021 yılında girişimlerin %34'ü bulut bilişime güvenmesine rağmen, yalnızca %8'i yapay zekayı ve yalnızca %14 büyük veri teknolojilerini kullanmaktadır. Dijital On Yıla Giden Yol (Path to the Digital Decade) Raporunda, şirketlerin en az %75'i 2030 yılına kadar yapay zeka, bulut ve büyük veri teknolojilerini kullanmaları gerekmektedir ( 2030 Policy Programme "Path to the Digital Decade, 2021).

Tablo 3.3'de girişimlerin bulut teknolojisi ve yapay zeka kullanım oranları verilmektedir. İsveç bulut teknolojisini %75 oranında kullanmakta, yapay zeka teknolojisinde yüksek bir orana sahip olmamakta, %10 olarak Hollanda'nın gerisinde kalmaktadır. Girişimlerin büyük veri kullanımı ise %27 seviyesi ile seçilmiş ülkeler arasında en yüksek Hollanda'da olmaktadır (Digital Economy and Society Index, 2022: 52-56).

Büyük ölçekli şirketler ile KOBİ'ler arasında yalnızca gelişmiş teknolojilerin kullanımında değil, basit dijital çözümlerde de farklılık mevcuttur. İsveç, işletmelerin dijital dönüşümünde genel olarak en üst sıralarda yer almaktadır. Tablo 3.3.'de görüldüğü üzere, fiber altyapı kapsamının %82 olması İsveç'i dijital işler konusunda başarılı kılmaktadır. 5G ağının en yüksek kapsamı ise İtalya ve Hollanda'da yer almaktadır (Digital Economy and Society Index, 2022: 38).

Dijital On Yıl 2030 (2030 Digital Decade ) Raporunda Avrupa Birliği'ndeki şirketlerin 2030 yılına ulaşana kadar başarması gereken hedefler yer almaktadır. Bunlar arasında şirketlerin %75'inin bulut, yapay zeka, büyük veri ileri teknolojilerini kullanıyor olması

hedeflenmektedir. Bir milyar dolar değerine erişmiş Unicorn startup'ların sayısının Avrupa genelinde iki katına ulaşması beklenmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin %90'ının ileri teknolojileri benimsemiş ve iş süreçlerine entegre etmiş olması hedeflenmektedir. Avrupa Birliği'ndeki her bireyin gigabit internete erişiminin sağlanmış olması, yüksek hızlı mobil erişim kapasitesinin her yerde erişilebilir olması (5G için) hedeflenmektedir. Avrupa Birliği'ndeki üreticilerin dünyadaki yarı iletken hatların %20'sini oluşturuyor olması gerekmektedir. 2025 yılına kadar Avrupa Birliğinde 10.000 bulut hızlı veri erişiminin sağlanıyor olması hedeflenmektedir (Europe's Digital Decad: Digital Targets for 2030, 2022: 13).

### **2.3. Girişimcilik Eğitime Yönelik Politikalar**

İçsel büyüme akımının en önemli temsilcilerinden Lucas, beşerî sermayenin ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkilerinden yola çıkarak bir büyüme modeli oluşturmuştur. Okullaşma oranı ve uzmanlaşmış beşerî sermaye birikimini vurgulayan Lucas, beşerî sermayeyi fiziksel sermaye ve emeğin verimliliğini artıran bir faktör olarak ele almıştır (Lucas, 1988: 39). Lucas gibi Romer (1990) da beşerî sermayenin önemini vurgulayarak, örgün eğitim ve işbaşı eğitimi gibi faaliyetlerin toplam etkisini büyüme modeline dâhil etmiştir. Beşerî sermayenin en önemli bileşenlerinden olan eğitim, bilgi ekonomisinin gelişimi açısından çok önemli bir rol oynamaktadır. İyi düzeyde eğitilmiş, nitelikli ve yetenekli bir nüfus, toplam faktör verimliliği ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi olumlu şekilde etkileyecektir. Bundan dolayı, ekonomik büyüme üzerinde pozitif dışsallıklar yaratan eğitim alanındaki istatistiklerin incelenmesi bilgi ekonomisi altyapısı açısından önemlidir (Romer, 1990: 71).

Girişimcilik yetkinliğinin kazanılmasında eğitimin rolü oldukça önemlidir. Girişimcilik eğitimi ile gençlerin yaratıcı, risk alma, inisiyatif alma gibi yeteneklere sahip, girişimci zihin yapısına sahip bireyler olarak yetişmesi, girişimci özelliklere sahip bireylerin işverenlerce tercih edilmesinin artması, inovatif yeni işletmelerin kurulması ve tüm bunlar ile de girişimcilerin ekonomik yapı içerisindeki sayı ve rolünün artmasının sağlanması ana hedeflerdir.

Girişimcinin yetiştirilmesi, üniversitelerdeki çalışmaları da tetiklemede, en yeni ve çığır açacak teknolojilerin ürünleştirilmesi sürecinde üniversitelerdeki Ar-Ge çalışmalarını arttırmaktadır. Başka bir ifadeyle girişimcilik eğitimi girişimcilik yetkinliği kazandırmakta, yetişen girişimciler de yine bir eğitim ve araştırma kurumu olan üniversitelerde katma değeri yüksek araştırmalar yapabilmektedir. Dolayısıyla iki taraflı bir etki söz konusu olmaktadır. Devletlerin girişimcilik eğitime ağırlık vererek zor sorunları çözen girişimci sayılarını arttırmaları, girişimcilik eğitiminin lise veya çok daha erken yaşlara indirilmesi önem taşımaktadır.

Girişimcilik konularının eğitim müfredatlarına eklenmesi oldukça önemlidir. Öğrencilerin gelecekte işe girme yerine iş kurma konusunda özendirilmesi gerekmektedir. Buna yönelik yürürlüğe alınacak eğitim programları ile öğrencilerde daha girişimci bir zihniyet yaratılması, bilginin yayılmasının teşvik edilmesi, girişimci potansiyelinin açığa çıkarılması ve uygulamaya geçirilmesi hususları amaçlanmalıdır.

Avrupa Birliği'nin 2020 stratejisinde gençlerde girişimcilik ruhunun teşvik edilmesinin önemine değinilerek yaratıcılık, inovasyon ve girişimcilik konularının eğitim hayatı içerisine yerleştirilmesi hususları ana hedeflerden biri olarak ortaya konmuştur (European Commission, 2010a). Başka bir ifadeyle AB'nin kalkınma vizyonu niteliğinde bir belge olan strateji kapsamında, eğitimli ve nitelikli insan kaynaklarının yetiştirilmesine büyük önem verilmektedir.

Tüm bu hususlara ilave olarak özellikle yazılım ve donanım gibi alanlarda teknik okulların arttırılmasının girişimciliğin gelişimi açısından önem taşıdığı düşünölmektedir. Tahmin edileceği üzere bu eğitimler bizzat girişimciler yetiştirebileceği gibi aynı zamanda girişimcilere teknik destek verecek kadroları da yetiştirmekte olup bu açıdan önemlidir. Bu noktada seçilmiş AB üye ölkeleri ve Türkiye'de girişimcilik eğitime yönelik düzenlemeleri incelemek faydalı olacaktır.

Türkiye'deki uygulamalara bakıldığında eğitimde girişimciliğin önemi 2014-2018 yıllarını kapsayan Türkiye Hayat Boyu Öğrenme Strateji Belgesi ve Eylem Planı ile 2019-2023 yıllarını kapsayan Milli Eğitim Bakanlığı Stratejik Planı'nda vurgulanmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı Stratejik Planı'nda girişimcilik, yaratıcılık ve yenilikçilik temel değerler arasında sayılmış, temel eğitimde yenilikçi uygulamalara yer verileceğinin altı

çizilerek öğrencilerin sosyal girişimcilik konusunda isteksizliği ise risk faktörlerinden biri olarak tanımlanmıştır (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2019). Ayrıca yine Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2023 Eğitim Vizyonu'nda, öğrencilerin sosyal girişimcilik alanı hakkındaki bilgilerinin artırılması, böylece toplumsal problemlere çözüm aramaya yönelik istek ve niyetlerinin artmasının sağlanması ve bu yöndeki motivasyonlarının desteklenmesi; öğrencilerde, çevrelerindeki sorunlar için özellikle erken yaşlardan itibaren inovatif çözümler üretmek konusunda farkındalık oluşturulması, yenilikçi uygulamaların hayata geçirilmesi için gerek özel gerek resmi eğitim kurumları arasında iş birliklerinin artırılması gibi hususlar temel hedefler arasında sayılmıştır (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2021).

Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında girişimciliği geliştirmeye yönelik eğitim programları ortaya konmuştur. Eylem planı kapsamında, 1. ve 8. sınıf aralığındaki tüm sınıflarda okutulan müfredatta öğrencilerde ulaşılmaması konusuna son derece önem verilen sekiz temel yetkinlikten birisi girişimcilik olarak belirlenmiştir. Bu noktada üzerinde önemle durulması gereken husus girişimciliğin bir ara disiplin şeklinde belirlendiği, temel kazanımlarının bazı derslerle ilişkilendirilerek verildiği hususudur. Örneğin; mesleki gelişim dersleri kapsamında iş fikri geliştirme ile iş kurma gibi modüllere yer verilmiştir. Yine mesleki ve teknik eğitim programlarına bakıldığında, ekonomik gelişmeler, iş kurma, iş fikri geliştirme gibi konularda yeterlilikler kazandırılması amaçlanan “Girişimcilik ve İşletme Yönetimi” dersinin yer aldığı görülmektedir. Söz konusu ders 11. veya 12. sınıflarda seçmeli olarak okutulmaktadır. Yine 7. ve 8. sınıflarda okutulan teknoloji ve tasarım dersi ile öğrenciler, yaratıcı fikirler ortaya koymak ve bunları bir ürüne dönüştürmek konusunda desteklenmekte, ortaya konulan proje çalışmalarının sergilenmesine imkân tanınmaktadır. Ortaöğretim okullarında seçmeli olarak girişimcilik dersi içeren öğretim programları yürürlüğe konulmuştur.

Öğretmen eğitimleri kapsamında; 25 Ocak 2012 tarihinde Milli Eğitim Bakanlığı, o dönemki ismiyle Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve TÜBİTAK arasında “Girişimciliğin Geliştirilmesi İşbirliği Protokolü” imzalanmış olup söz konusu protokol çerçevesinde Türkiye genelinde 81 ilden toplam 120 öğretmen ve 4 Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü programcısına girişimcilik ve yenilikçilik eğitimleri

verilmiştir. Söz konusu eğitimi alan öğretmenler kendi illerindeki diğer öğretmenlerin eğitilmesi konusunda görev almışlardır. Aynı protokol kapsamında müfredat geliştirilmesi çalışmaları da yürütülmüştür. Lise düzeyi Girişimcilik Modülü'nün tasarlanması için yürütülen çalışmalar sonucunda 2012-2013 öğretim yılında bu modül okutulmaya başlanmıştır. Üniversite düzeyine yönelik olarak ise 20 üniversitede 56 saatlik girişimcilik derslerinin açılması sağlanmıştır (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2012: 47-49).

Girişimcilik alanında Türkiye genelinde uygulanan önemli bir diğer eğitim ise KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri'dir. Girişimcilere iş planları hazırlamak suretiyle başarılı girişimlerin kurulmasını sağlamak gibi amaçlarla verilen bu eğitimler, girişimcilik nitelikleri, iş fikri geliştirme, doğru iş planı hazırlama gibi konularda ders ve uygulamaları atölye çalışmalarını içermektedir. Girişimcilik eğitimi, geleneksel ve ileri girişimci eğitimleri olmak üzere iki ayrı eğitimden oluşur (T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2021).

İsveç'te girişimcilik eğitime yönelik politikalara bakıldığında, 1996 yılında girişimcilik ve işletme eğitiminin koşullarının incelenmesi için detaylı bir çalışma başlatılmıştır. Ortaya çıkan raporda girişimcilik kavramına olan ilginin eğitim idealleri için bir rönesans olduğu, başkalarıyla etkileşim içinde olan, iyi yönelimli ve inisiyatif alabilen bireylerin vizyonlarının gerçekleştirilmesi açısından önem taşıdığı hususları ortaya konmuştur. Bu rapor, okul öncesi eğitimden başlayarak tüm eğitim müfredatlarında girişimciliğin entegre edilmesine yönelik bir İsveç politikasının oluşturulmasında başlangıç noktası oluşturmaktadır (Government Offices of Sweden, 2021).

İsveç, ülke genelinde girişimcilik eğitimi stratejisini 2009 yılında benimsemiştir. İsveç Ekonomik ve Bölgesel Büyüme Ajansı (Tillväxtverket)'na girişimciliğin gelişimi için koordinasyon görevi verilmiş, yüksek öğrenimde girişimciliğin teşviki ile ilgili konuların koordine edilmesinden sorumlu tutulmuştur (Hoppe, 2016: 7-8).

İsveç Ulusal Eğitim Ajansı (Skolverket) ise girişimcilik eğitimi stratejisinin uygulanmasından sorumludur. Ajans, stratejinin uygulanmasını teşvik etmek için belediyelere, okullara ve girişimcilik eğitimi ile çalışan farklı bağımsız kuruluşlara

finansman desteği sağlamaktadır. Ajans, ayrıca, girişimcilik eğitime ilişkin araştırma faaliyetlerinin ve rehberlik materyallerinin geliştirilmesini de desteklemektedir.

İsveç'te girişimcilik eğitimi, tüm eğitim seviyelerinde ve türlerinde yerleşiktir. İlköğretim, ortaöğretim ve mesleki eğitimde girişimcilik müfredatlar arası bir hedef olarak zorunlu eğitimin bir parçasıdır ve genellikle ayrı bir konu olarak öğretilmektedir (Government Offices of Sweden, 2021). Tüm bu hususlardan hareketle İsveç hükümetinin yüksek öğrenimde girişimciliği teşvik etme konusunda önemli çalışmalar yürüttüğünü değerlendirmek mümkündür.

Hollanda'daki duruma bakıldığında ise 2008 yılında ülkenin Ekonomi Bakanlığı ile Eğitim, Kültür ve Bilim Bakanlığı tarafından ulusal düzeyde girişimcilik eğitime esas olan Eğitim ve Girişimcilik Eylem Programı başlatılmıştır. Üç yıl süreyle uygulanan programın hedefi Hollanda'da girişimciliği eğitim politikalarına, organizasyonlarına ve müfredatlarına entegre eden eğitim kurumlarının sayısını artırmak olmuştur. Ayrıca, eğitimlerini tamamladıktan sonra beş yıl içinde kendi işini kurmak isteyen girişimci zihniyete sahip öğrencilerin sayısının artırılması hedeflenmiştir (European Commission-School Education Gateway: The Netherlands, 2021). Eğitim ve Girişimcilik Eylem Programı ile yine Hollanda'da uygulanan Eğitim Ağları Girişimi Programı aracılığıyla eğitim kurumları, girişimciliği programlarına entegre etmek için sübvansiyon planlarıyla desteklenmiştir.

Burada vurgulanması gereken önemli bir husus Hollanda'da okulların, müfredatlarını oluştururken yüksek düzeyde özerkliğe sahip olmalarıdır. Bu nedenle de girişimcilik eğitimi müfredatın zorunlu bir parçası olarak açıkça tanınmamaktadır. Bununla birlikte, girişimcilik eğitime yüksek talep vardır, çünkü okullar, üniversitelerle işbirliği içinde kurslar geliştirmek için desteklenmektedir. Girişimcilik eğitimi kapsamında belirli girişimcilik becerilerinin geliştirilmesine katkı sağlayan mesleki eğitime ülke düzeyinde özel önem verilmekte olup Mesleki Eğitim ve Öğretim okullarındaki öğrenciler, girişimciliği seçmeli ders olarak alabilmektedir (European Commission-School Education Gateway: The Netherlands, 2021).

İtalya'da girişimcilik eğitime yönelik politikalarda ise önemli düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. İtalya'da girişimcilik eğitimi, ulusal ve bölgesel düzeyde tüm eğitim



seviyelerinde kademeli olarak ele alınmakta, ülke genelinde temel bir yeterlilik olarak kabul edilmektedir. 2013 yılında, İtalya Mesleki Eğitimi Geliştirme Enstitüsü (ISFOL) tarafından girişimcilik eğitiminde girişimlerin planlanması ve uygulanması için kılavuzlar yayınlanmıştır. Bu kılavuzlar, eğitim kurumları, başöğretmenler ve öğretmenler için destekleyici belge niteliğinde olup özellikle mesleki ve teknik eğitim düzeyinde, deneysel öğrenme yoluyla eğitim ve sanayiye birbirine bağlayan programların entegrasyonunu kapsamaktadır (European Commission School Education Gateway: Croatia, 2021).

İtalya'da girişimcilik eğitiminde ana odak mesleki eğitim düzeyinde olmasına rağmen, ilkokul düzeyinden itibaren girişimcilik müfredatları arası bir hedef olarak kabul edilmektedir. Ülke genelinde en yaygın uygulanan program arasında Junior Achievement İtalya, Bir Gün İçin Liderlik, Yenilik ve Yaratıcılık Kampları ve Sınır Tanımayan Girişimler gibi aktif eğitim programları mevcuttur. Bölgesel düzeyde de girişimcilik eğitimini destekleyen birçok strateji vardır. Örneğin, Puglia'daki bölgesel strateji, farklı yaş gruplarını hedefleyen bir dizi girişimci eğitim faaliyetini içermektedir (European Commission School Education Gateway: Croatia, 2021).

Son olarak Hırvatistan tarafından 2010-2014 dönemini kapsayan yıllar için ortaya konulan girişimcilik eğitime yönelik stratejinin iki ana hedefi bulunmaktadır. Birincisi; girişimcilik konusunda halkı bilinçlendirmek ve girişimcilik için yaşam boyu öğrenmeye yönelik olumlu bir tutum geliştirmek, ikincisi ise; örgün ve yaygın eğitim ve öğrenimin tüm şekil, tür ve seviyelerinde temel bir yeterlilik olarak girişimcilik eğitimini yürürlüğe almak şeklindedir. Söz konusu Eylem Planı kapsamında belirlenen hedeflere ulaşmak için bir dizi önlem getirilmiştir. Bahsi geçen önlemler; öğretmen yetiştirme kursu, öğrenciler ve öğretmenler için girişimcilik eğitime yönelik bilinçlendirme faaliyetleri vb. şeklindedir (European Commission School Education Gateway: Croatia, 2021).

Güneydoğu Avrupa Girişimcilik Eğitimi Merkezi (South East European Centre for Entrepreneurial Learning, SEECCEL) gibi bölgesel merkezlerin Hırvatistan'da kurulmuş olması girişimcilik eğitiminin tüm yönlerini sistematik olarak kapsam konusunda aktif çalışmaların yürütülmesini sağlamıştır.

Günümüzde ülke genelinde iyi örnek uygulamaları gün geçtikçe artmakta olup Zagreb'deki bir Gramer Okulu, girişimcilik eğitimini Hırvatistan'daki orta okullarda yerleştirmek için gerekli metodolojiyi geliştirmek üzere Avrupa finansmanına başvurmuştur. Bu da girişimcilik eğitim içeriklerinin okul öğretmenleri ve okul liderleri tarafından etkin katılım ile proaktif bir yaklaşım benimseyerek önemli bir farkındalık oluşturduğuna dair önemli bir göstergedir (European Commission School Education Gateway: Croatia, 2021).

Eğitim istatistikleri açısından önemli bir gösterge ise bilimsel yayınlardır. Bilimsel yayınlar genellikle yeni araştırmalar yaparak bilimin ilerlemesini amaçlayan süreli yayınlar olup burada yer alan yayın sayısı bir ülkenin girişimcilik ve inovasyon politikalarına ışık tutan bilgiye sahip bireyi yetiştirme kabiliyeti açısından oldukça önemlidir.

Tüm bu hususlardan hareketle, eğitim sistemlerinin girişimcilik temelli dönüşümü önem taşımaktadır. Toffler (1970)'e göre en yetenekli bireylerin asker veya bürokrat olduğu tarım toplumundan disiplinli, sorgusuz, seri üretime dayalı sanayi toplumuna geçiş süreçlerinde eğitim sistemi de hep değişmiştir (Toffler, 1970: 398). Sanayi toplumunda eğitim sisteminde bilgi depolayabilen zeki veya başka bir deyimle IQ'su yüksek öğrenciler öne geçmiştir. Bilgi ekonomisine geçiş ile birlikte IQ'nun yanına sosyal zeka ölçüsü olan EQ da eklenmiştir. K12 olarak adlandırılan ve anaokulundan üniversite öncesi döneme kadar olan süreci kapsayan bu eğitim sisteminde söz dinleyen, bir nevi fabrika çalışanı gibi yetiştirilen öğrenciler söz konusudur (Toffler, 1970: 400-413). Toffler (1970)'e göre öğrenciler fabrikalardaki gibi hiyerarşi içinde ve marşlarla okula giriş yapmakta, kendilerine söylenen yerlere oturmakta, not sistemiyle mezun olmakta, okul ziline göre hareket etmektedir (Toffler, 1970: 418). Girişimci ekonomide ise durum bunların tam tersidir. Girişimci ekonomide çeşitliliğe önem veren, hata yaparak öğrenen ve interaktif ilerleyen bir toplum yapısı hedef alınmakta, öğrenme araçları da dijitalleşme sayesinde okul dışında da erişime hazır hale gelmektedir (Ergen, 2018: 469-474).

Girişimci üniversite ise inovasyonun, ticarileşmenin, girişimciliğin ve ekonomik değer yaratmanın önemini anlayarak formasyon eğitimini ve ders programı dışındaki aktivitelerini bu anlayış çerçevesinde zenginleştiren ve girişimciliği öğrencilerine bir

kariyer olarak gösteren üniversite olarak tanımlanmaktadır 16 (Haltiwanger vd., 2010: 39). Ülkenin inovasyon ve yaratıcılık kapasitesini ortaya çıkararak geleceğin büyüme potansiyeli olan startuplarını ortaya çıkarmada üniversitelerin rolünün önemi kabul edilmektedir. Her ne kadar Silikon Vadisi, Boston, New York gibi teknoloji merkezlerinin ekosistemlerinde üniversite bahsi geçen ekosistemin bir aktörü ise de yeni gelişen bölgelerde üniversiteler girişimci odaklı dönüşümün ana merkezi olma görevini üstlenmektedir (Haltiwanger vd., 2010: 42).

Dijital girişimcilik konusunda ilerleme kaydedilebilmesi için yeterli düzeyde eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Dijital teknolojilerin beraberinde getirdiği imkânlardan girişimcilerin yararlanabilmesi ve diğer girişimcilere aktarabilmesinin yolu eğitimden geçmektedir. Girişimciler eğitimle yeteneklerini desteklemekte ve dijital becerilerini geliştirebilmektedir. Tablo 3.3.'de basit dijital becerilere sahip bireylere baktığımızda %66 ile İsveç ve %63 ile Hırvatistan en yüksek basit becerilere sahip kıyaslamaya esas ülkeler arasında yer almaktadır (Eurostat, 2021).

Yetersiz düzeyde dijital becerilere sahip olmak gelecekteki büyüme beklentilerini engellemektedir. Temel hizmetler de dahil olmak üzere giderek daha fazla hizmet çevrimiçi hale geldikçe dijital becerilerdeki yetersizlik dijital uçurumu derinleştirerek, dijital dışlanma riskini arttırmaktadır. İnternete bağlantı altyapısının yenilikçi hizmetler ve uygulamalar sunabilmek için hızlandırılması gerekmektedir.

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından önerilen 'Dijital On Yıla Giden Yol'un ( Path to the Digital Decade) hedeflerinin odak noktaları dijital yetenekler, güvenli ve sürdürülebilir dijital altyapı, işletmelerin dijital dönüşümü, kamu hizmetlerinin dijitalleşmesi olmaktadır.

2030 yılına kadar Avrupa nüfusunun en az %80'nin basit dijital yeteneklere sahip olması ve istihdam edilen BIT uzman sayısının 20 milyon olması hedeflenmektedir. Sürdürülebilir dijital altyapı için internet erişiminin her birey için erişilebilir olması ve 5G altyapısının her yerde ulaşılabilir olması önerilmektedir. İşletmelerin dijital dönüşümünde, Avrupa Birliği şirketlerinin %75'i bulut, yapay zeka, büyük veri entegrasyonunu sağlamış olmaları beklenmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin %90'ından fazlasının en azından basit dijital yoğunluğu benimsemeleri gerekmektedir. Başlıca

kamu hizmetlerinin tamamının çevrimiçi olması, bireylerin tüm sağlık kayıtlarına çevrimiçi ulaşabiliyor olması ve Avrupa’da yaşayan bireylerin %80’inin dijital kimlik kullanıyor olması hedeflenmektedir ( 2030 Policy Programme “Path to the Digital Decade, 2021).

#### **2.4. Ar-Ge Harcamaları ve Ar-Ge Transferi**

İnovasyon iki şekilde ortaya konmaktadır. Birincisi; Ar-Ge faaliyetleri, ikincisi ise teknolojinin diğer ülkelerden transfer edilmesi şeklindedir. OECD tarafından 2002 yılında yayımlanan Frascati Kılavuzu’na göre Ar-Ge, birey, kültür ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bu dağarcığın yeni uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmalardır (OECD, 2002: 30). Daha sonra 2015 yılında Frascati Kılavuzu’ndaki bu tanım yenilenmiş ve buna göre “araştırma ve deneysel geliştirme” olarak isimlendirilerek, insanlık, kültür ve toplum bilgisi dâhil olmak üzere bilgi stokunu artırmak ve mevcut bilginin yeni uygulamalarını tasarlamak için yürütülen yaratıcı ve sistematik çalışmalar olarak tanımlanmıştır (OECD, 2015: 44).

Bir ülkeye katma değer yaratması açısından Ar-Ge faaliyetleri önemli bir yatırım kanalı olarak görülmektedir. Ar-Ge yatırımlarının geliştirilmesi ve artırılmasıyla özellikle teknoloji yatırımlarının az gelişmiş ülkeler tarafından kendi içinde geliştirilmesi büyüme ve kalkınma için önemli bir unsur olarak ortaya konmaktadır (Ülger vd., 2017: 106). Devletlerin Ar-Ge harcamalarını arttırarak inovatif fikirlerin sayısını çoğaltmaları önem taşımaktadır.

Türkiye’de uygulanmakta olan 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu’na göre Ar-Ge, kültür, birey ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bunun yazılım dâhil yeni süreç, sistem ve uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmalar olarak tanımlanmaktadır (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu, 2021).

Yine 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun’a göre Ar-Ge, çevre uyumlu ürün tasarımı veya yazılım faaliyetleri ile alanında bilimsel ve teknolojik gelişme sağlayan, bilimsel ve teknolojik bir belirsizliğe

odaklanan, çıktıları özgün, deneysel, bilimsel ve teknik içerik taşıyan faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun, 2021).

Günümüzde teknoloji odaklı, Ar-Ge ve inovasyonun ulusal stratejilerde kendisine geniş yer bulduğu ekonomik büyüme ve kalkınma hedefleri ülkelerin ekonomi politikalarında gün geçtikçe daha fazla önem kazanmıştır. Ar-Ge'ye dayalı teknolojilerin ortaya konmasının öneminin farkında olan ülkelerde bilim-teknoloji politikalarında köklü değişiklikler yapılmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkeler, Ar-Ge harcamaları ve Ar-Ge çalışanı oranlarını gün geçtikçe daha fazla artırarak birbirlerine karşı rekabet üstünlüğü kazanmayı amaçlamaktadırlar. Ar-Ge göstergeleri ülkelerin gelişmişlik düzeyleri açısından oldukça önemlidir (Yıldırım vd., 2019: 791).

İtalya örneğinden hareketle Avrupa Birliği üye ülkelerinin uzun dönemli büyümeyi doğrudan etkileyen Ar-Ge alanına farklı şekillerde harcama yapmaları, yaşanan finans krizinden farklı şekillerde etkilenmelerinin temel nedenlerinden biridir. Bu görüşe paralel olarak halihazırda AB 2020 Stratejisi'nde, Avrupa'nın ortalama büyüme oranının, son on yılda genişleyen bir verimlilik açığı nedeniyle daha düşük olduğu, bunun arkasında yatan temel nedenlerin ise, Ar-Ge ve inovasyona düşük yatırım yapılması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yetersiz kullanımı, toplumun bazı kesimlerinde yeniliği benimseme konusundaki isteksizlik, pazara erişim engelleri, dinamizmi az bir iş yapma ortamı ve iş yapılarındaki farklılıklar şeklinde olduğuna dikkat çekilmiştir (European Commission, 2010a).

Bu nedenle ülkelerin Ar-Ge altyapılarını güçlendirici önlemler almaları önem taşımaktadır. Ülkelerin kendileri için öncelikli alanlarda yapılacak araştırmaların teşvik edilmesine yönelik özel fonlar yaratması, teşvikler vermesi ve altyapıyı güçlendirmeye yönelik reform ve düzenlemeler yapması bu sürecin olmazsa olmazları arasındadır.

Anaruo vd. (2006)'ya göre bir ülkenin sahip olduğu inovasyon düzeyi, teknolojik durumu, teknoloji transferi seviyesi gibi unsurlar o ülkenin ihracatını olumlu yönde etkilemektedir (Anaruo vd., 2006: 136). Özer vd. (2009), Ar-Ge ile yüksek teknoloji ürün ihracatı arasında olumlu yönde bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Özer vd., 2009: 42). Lee vd. (2010)'a göre yüksek teknolojili ürün ihraç eden ülkeler, diğer

ülkelere kıyasla daha hızlı büyümektedir (Lee vd., 2010: 14). Göçer (2013)'in 11 Asya ülkesine yönelik araştırması kapsamında, yine Ar-Ge, yüksek teknoloji ürün ve bilgi yoğun hizmet ihracatı ve ekonomik büyüme arasında olumlu yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Göçer, 2013: 221). Kızılkaya vd. (2017)'ne göre ise doğrudan yabancı sermaye yüksek teknoloji ürün ihracatını olumlu şekilde etkilemektedir (Kızılkaya vd., 2017: 72).

İleri teknoloji ürün ve bilgi yoğun hizmetlerin ihracatı ülkelere önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajların başında her şeyden önce uluslararası rekabette öne geçme ve ekonomik büyüme gelmektedir. Günümüzde bilim, sanayi ve teknoloji alanında ülkeler arasında yaşanan rekabet daha fazla öne çıkmıştır. Bu nedenle de rekabet üstünlüğü kazanabilmek için ülkelerin teknolojik altyapılarını sürekli olarak yenilemesi, sahip oldukları bilgi ve iletişim teknolojilerini çok daha etkin bir şekilde kullanması gerekmektedir (Göçer, 2013: 218-219). Ayrıca yeterli sermayeye sahip olamayan ülkelerin de yüksek teknoloji ürün üretebilecek altyapıya sahip yabancı şirketleri ülkelere çekmesi önem taşımaktadır (Konak, 2018: 63).

Tüm bu görüşlerden hareketle, ileri teknoloji ürün ve bilgi yoğun hizmet üretimi ve ihracatında geride kalmış ülkelerin Ar-Ge yatırımlarını ve doğrudan yabancı yatırımlarını arttırmaları öncelikli hedeflerinden olmalıdır. Bu anlamda söz konusu ülkelerde doğrudan yabancı yatırımların önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik düzenlemelere ağırlık verilmesi, vergi indirimlerinin uygulanması, bürokratik engellerin hafifletilmesi ve altyapı imkânlarının tahsis edilmesi gibi unsurlar önem taşımaktadır.

## **2.5. Girişimcilik Kültürü ve Yeteneğinin Geliştirilmesine Yönelik Politikalar**

Michael Strangelove'ın 2005 yılında basılan *The Empire of Mind* isimli kitabında; uluslararası sistemin, sabit bir ürünün hüküm sürdüğü bir sistem olmadığı, bunun yerine yerel kültürden etkilenen, bir kültürü diğerine tanıtan dinamik bir yapının mevcut olduğu belirtilmektedir. Bu sayede yeni bir ahlak, etik ve yaşam anlayışı ortaya çıkacaktır ve bu yapı girişimci sermayenin sınırlardan bağımsız hareketini destekleyecektir (Strangelove, 2005: 32).

Literatürde kültürel boyutun girişimciliğe doğrudan etkisi olduğunu gösteren araştırmalar mevcuttur. Stone (2005)'a göre kültürel boyut girişimciliğin oluşumuna zemin hazırlamaktadır (Stone, 2005: 4). Zhao vd. (2010)'ne göre kültür, özellikle erken evre girişimciliğini önemli oranda etkilemektedir (Zhao vd., 2010: 6). Morrison (2000)'a göre ise kültür, girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirlemektedir. Girişimciliği başlatan güdüler kültürün bünyesinde yer almaktadır. Örneğin; demokratik kültürlerin bireyleri, yenilikleri denemeye ve harekete geçmeye yönelik daha çok motive ettiği ortaya konmuştur. Bu özelliğe sahip toplumlarda yeni şeyler yapmak, değişiklikler ortaya koymak ve harekete geçmek gibi hususların olumlu karşılanması girişimci eğilimlerinin artmasına yol açmaktadır (Morrison, 2000: 59). Johnson (1990)'a göre ise girişimciliği destekleyen kültürlerin üç temel davranışı vardır. Bunlar, yüksek düzeyde sorumluluk alma, hesaplı bir şekilde risk üstlenme ve performansa dönük geri bildirim istemektir (Johnson, 1990: 40). Hisrich vd. (1998)'e göre kültür içerisindeki gruplar, yapılar ve kurumların girişimcilik üzerinde olumlu ya da olumsuz etkileri vardır. Örneğin geleneksel bir toplumda yer alan modern bir ailede yetişen çocuklar başarılı girişimciler olabilmektedir (Hisrich vd., 1998: 54-55). Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 2020 yılında yapılan Flash Eurobarometer: SMEs, Start-ups, Scale-ups and Entrepreneurship isimli araştırma kapsamında da başlangıçta başkası tarafından kurulan bir KOBİ'nin sahiplerinin %39'unun işletmeyi aile üyelerinden devraldığını belirttiği hususu ortaya konmaktadır (European Commission-Flash Eurobarometer, 2020: 32). Max Weber'e göre din ve ailenin yönlendirdiği eğitim ile kazanılan özellikler bireyin meslek seçimini etkilemektedir (Weber, 1999: 32). Hofstede (1983)'ye göre ise güç mesafesi yüksek kültürler ve düşük güç mesafesine sahip kültürler vardır. Güç mesafesi yüksek olanlarda bireyler üstlerine bağımlıdır. Düşük güç mesafesi olan kültürlerde ise bireyler daha eşitlikçidir. Astarlar bağımsız olmaya önem verirken yöneticiler de astlarına sorarak karar alırlar. Düşük güç mesafesine sahip kültürlerde girişimcilik daha çok gelişme potansiyeli taşımaktadır (Hofstede, 1983: 60).

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından yapılan bir diğer araştırma kapsamında da girişimciliğin kültürel boyutlarına odaklanılmaktadır. Araştırma kapsamında "Farklı işler arasında tercih yapabileceğinizi varsayın, kendi işinizi yapmayı mı, ücretli çalışmayı mı tercih edersiniz" sorusuna "kendi işimi yapmak isterim" cevabını verenlerin oranı Avrupa Birliği'nde %45 iken Türkiye'de ise %51'dir. Aynı araştırmada

Avrupa Birliği'ndeki katılımcıların %49'u, Türkiye'deki katılımcıların ise %63'ü girişimcilerin imajını daha olumlu bulduğunu belirtmiştir (European Commission-Eurobarometer, 2020: 283).

Tüm bu hususlardan hareketle girişimcilik olgusuna yönelik yüksek farkındalık düzeyine sahip bir toplum geliştirilebilmesi için, başarılı girişimcilik öykülerinin öne çıkarılması, böylece topluma rol modellerinin sunulması büyük önem taşımaktadır. Aynı şekilde başarılı iş projelerinin ödüllendirilmesinin de bir ülkenin girişimcilik kültürünün canlandırılması ve yeteneklerin öne çıkarılması açısından katkı sağlayacağı kaçınılmazdır. Yenilikçi girişimlere verilecek saygın bir ödül girişimciler nezdinde ilgi görecektir.

Türkiye'de çok sayıda kurumun verdiği girişimcilik ödülleri Avrupa Birliği üye ülkeleri nezdinde de yaygınlaştığı görülmektedir. Örneğin lise öğrencileri arasında girişimcilik bilincini arttırmak üzere Hollanda Ekonomi Bakanlığı tarafından, işveren kuruluş ve bir bankanın desteği ile "mini işletmeler projesi" uygulamaya konulmuştur. Buna göre öğrenciler sanal bir işletme kurup bir mal üretmekte ya da hizmet sunmaktadır (Government Information for Entrepreneurs, 2021b). Benzer bir uygulama Türkiye'de de mevcuttur. Milli Eğitim Bakanlığı ile koordineli bir şekilde çalışmalarını yürüten Genç Başarı Eğitim Vakfı (JA Türkiye), uluslararası "Junior Achievement Worldwide" organizasyonunu Brüksel'de bulunan Junior Achievement Avrupa (JA Europe) merkezine bağlı olarak faaliyete geçirmiştir. Genç Başarı Eğitim Vakfı 1999 yılında kurulan bir sivil toplum kuruluşudur. Vakıf anaokulundan, üniversiteye kadar çocuklara ve gençlere girişimcilik konusunda uygulamalı eğitim programları düzenleyerek çocukları ve gençleri küresel ekonomiye hazırlamaktadır. Bu sayede vakıf çocukları ve gençleri her yaş grubu için ayrı tasarlanmış uygulamalı eğitim ve oyun programları ile buluşturarak girişimciliği teşvik etmektedir. Genç Başarı Eğitim Vakfı, iş dünyası gönüllülerinin programlara aktif katılımlarını sağlayarak iş dünyası ve eğitim kurumları arasında köprü kurmaktadır. Gönüllüler, okullarda öğrencilerle tecrübelerini, bilgilerini paylaşmakta ve öğrencilere mentorluk yapmaktadırlar (Genç Başarı Eğitim Vakfı, 2021).

Kadın girişimciler için de ülkeler çeşitli programlar yapmaktadır. Kadınların şirketler bünyesinde işe girmesi yerine girişimci olarak rol almasına yönelik faaliyetler her



ülkenin hedefleri arasında yer bulmaktadır. İsveç'te kadın girişimcilere danışmanlık ve finansman harici alanlarla ilgili destek sağlayan "Kadın Projeleri İçin İş Danışmanları" (NUTEK) isimli bir proje başlatılmıştır. Bu proje kapsamında kadın danışmanlar, kadın girişimcilere danışmanlık desteği vermektedir (Nutek, 2021). Türkiye'de de kadın girişimcilere yönelik pozitif ayrımcılık güden düzenlemeler söz konusudur. Örneğin; KOSGEB tarafından sunulan girişimcilere yönelik desteklerden bir kadın girişimcinin yararlanması durumunda destek oranı diğer girişimcilere kıyasla daha yüksek olmaktadır (T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2021).

Bir ülkede bireylerin girişimciliğe bakış açısını yansıtan en önemli verilerden bir diğeri ise girişimcilik eğilimine yönelik verilerdir. Girişimcilik eğilimi, çok genel ifadeyle, bireyin iş kurma niyetine denmektedir. GEM (Global Entrepreneurship Monitor) tarafından girişimcilik niyeti, 1-3 yıl gibi kısa süre içerisinde bir iş kurma niyetinde olan 18 ile 64 yaş aralığındaki nüfusun yüzdesel ifadesi şeklinde tanımlanmaktadır. Girişimcilik niyetinde olan bireyler, bir girişim kurmak için gerekli bilgi, nitelik ve tecrübeye sahip olduğuna inanarak karşılına çıkan fırsatları değerlendirme eğiliminde olurlar. Bununla birlikte sadece bu niyet girişimci olmak için yeterli değildir. Bunun için hedef belirlemek ve hedeflere ulaşmak için de çalışmak gerekmektedir. Bireyler, girişim niyetlerini hayata geçirmek için çalışmaya başladıklarında karşılına fırsatlar ve bir takım riskler çıkabilecektir. Kişisel faktörlerin yanısıra eğitim, aile, yapısal ve çevresel faktörler bireylerin girişimcilik niyetlerini etkileyen faktörler olarak sayılmaktadır (Denanyoh vd., 2015: 19-27). Kişisel faktörler arasında başarıma arzusu, riske karşı direnç, motivasyon kaynağı, aile, sosyal statü, gelir düzeyi vb. öğeleri saymak mümkündür. Çevresel faktörler ise bireyiin kendi müdahalesi dışında gelişen unsurlar olup ekonomi, enflasyon, ulusal veya küresel krizler söz konusu faktörlere örnektir (Aydın vd., 2020: 35).

Küresel Girişimcilik ve Geliştirme Enstitüsü (Global Entrepreneurship and Development Institute, GEDI) tarafından yayınlanan Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Index, GEI) 2019 Raporu'nda ülkelerin girişimcilik ekosistemi sıralamaya tabii tutulmuştur. Tablo 3.3. 'de gösterildiği üzere, bu sıralamaya göre; Hollanda 72,3 skoruyla 8. Sırada, İsveç 70.2 skoruyla 10. sırada, İtalya 45.1

skoruyla 36. sırada, Türkiye 39.8 skoruyla 44. Sırada, Hırvatistan 36.1 skoru ile 49. sırada yer almıştır. GEDI'nin metodolojisi, ülke bazında yerel nüfusun girişimcilik tutumları, yetenekleri ve istekleri hakkında verileri toplamak ve daha sonra bunları sosyal ve ekonomik altyapı ile karşılaştırmaya odaklanmaktadır. Bunun için GEDI, bölgesel ekosistemlerin durumunu ölçmek için 14 bileşen ve bu bileşenlerin neyi ölçeceğine dair tanımlamaları belirlemiştir. Her bir ülke için Küresel Girişimcilik Endeksi puanı, bireyler ve kurumlar için puanlar ve sütun seviyesi olmak üzere toplam üç adet puan düzeyi kullanılmaktadır (Acs vd., 2021: 53).

## **2.6. İnsan Sermayesine Yatırım Sürecine İlişkin Politikalar**

Adam Smith'in üretim için geçerli kıldığı temel üç girdisi olan emek, sermaye ve doğal kaynaklar denklemine yirmi birinci yüzyıla gelindiğinde dördüncü girdi olarak bilgi eklenmiş ve yeni bir ekonomi modeli doğmuştur. Bilgi, küreselleşme sayesinde sınırları aşip seri üretim ve güçlü şirketlerin hâkim olduğu ekonominin yerini, bilgiye dayalı ekonominin yer almasını sağlamıştır. Bununla birlikte bilgiyi taşıyan bireyi de yeni ekonominin temeli yapmıştır (Ergen, 2018: 27). Yeni ekonomik modelde beşeri sermaye birikim modeline duyulan ihtiyaç nedeniyle bilgi, teknoloji, yetenek, yaratıcılık gibi unsurlara dayalı yeni çalışan sınıfın yetiştirilmesi ve eğitilmesi hususu oldukça önem kazanmıştır. Drucker (2000), bilgi işçisine “maliyet”ten ziyade “varlık” olarak bakılması gerektirdiğinden bahsetmektedir (Drucker, 2000: 157-158). Reich (1992) ise sınırların içinde değeri olacak tek gücün o ülkenin beşeri sermayesi olacağını söylemektedir. Reich (1992)'a göre beşeri sermaye üçe ayrılmakta olup bunlar; bilgi işçileri, bir kere öğrendiklerini tekrarlayanlar ve bireylere hizmet edenler şeklindedir (Reich, 1992: 76). Küresel işgücü piyasalarında nitelikli, katma değeri yüksek emek arzını sağlayan, böylece rekabet avantajı yakalayan, nitelikli işgücünü ülkelerine çekme yarışında öne çıkan ülkeler, bahsi geçen ekonomik düzende öne çıkmaktadır.

Bilgiye dayalı bir ekonomide emek piyasası, fiziksel yeteneklerden çok fikirlerin kullanılmasına veya ham maddelerin dönüştürülmesinden çok teknolojinin uygulanmasına dayanmaktadır. Hızla değişen bilgi ekonomisinde çalışanlar sürekli olarak kendilerini geliştirmeli ve yeni beceriler elde etmelidir. Bilgi işçilerinin sürekli yenilik ve yaratıcılık arayışı içerisinde görev yapması; buna göre üretilen ürün veya

hizmette değeri arttırıcı veya inovasyona dayalı yeni ürünler geliştirebilmesi, bilgi ekonomilerinde rekabette öne geçebilmek açısından önemlidir. Bu nedenle de işverenler yaşamları boyunca yeteneklerini geliştirmeye istekli olan çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Bu da özel sektörün dünya genelinde eğitim ve öğretimde giderek artan bir rol oynadığı gerçeğini ortaya koymaktadır (World Bank, 2003: 1-16). Bir ülkede yüksek teknolojlili ürün üretimi ve Ar-Ge sektöründe yer alan çalışan sayısı bilgi ekonomisi gelişmişliği açısından yol gösterici niteliktedir. OECD'nin 2015 yılında yayınladığı Frascati Kılavuzu'na göre, Ar-Ge çalışanı, istatistik birimi veya harici katkıda bulunanlar tarafından istihdam edilip edilmediğine bakılmaksızın, istatistik biriminin Ar-Ge faaliyetlerine tam olarak entegre olan ve doğrudan Ar-Ge ile uğraşan bireylerin yanısıra Ar-Ge faaliyetleri için doğrudan hizmet sağlayan (örneğin Ar-Ge yöneticileri, yöneticiler, teknisyenler ve büro personeli gibi) tüm bireyleri içermektedir (OECD, 2015). Bilgi ekonomisinin gelişimi açısından önemli bir yere sahip olan araştırmacı sayısı, bir ülkenin teknoloji geliştirme yeteneğini gösteren en temel göstergelerden biridir (OECD, 2015).

Ülkelerin yüksek öğrenime sahip nüfusu ve doktora mezunlarından oluşan nüfusu, hem ileri araştırmaları hem de yüksek beceri gerektiren meslekler ve iş piyasasındaki mesleki programların ortaya konması ve uygulanması açısından önem taşımaktadır. Doktora mezunları açısından değerlendirildiğinde Türkiye'nin; seçilmiş dört ülkenin de gerisinde kaldığı, kendisine en yakın ülke olan Hırvatistan ile arasında iki kata yakın fark olduğu görülmektedir. Yüksek öğrenime sahip nüfus bakımından değerlendirildiğinde ise Türkiye'nin İtalya'ya göre daha önde olduğu ancak bununla birlikte diğer seçilmiş ülkelerin yine oldukça gerisinde kaldığı göze çarpmaktadır (OECD, 2015). Bilgi ekonomisinin gelişimi açısından önemli bir yere sahip olan söz konusu veriler, bir ülkenin teknoloji geliştirme yeteneği, Ar-Ge personeli yetiştirme kabiliyetini gösteren en temel göstergelerden olup bu anlamda önem taşımaktadır (European Commission, 1997).

Yaşamboyu öğrenme, bireylerin sahip oldukları kapasitelerin geliştirilmesi, öğrenen toplum haline gelmesi açısından oldukça önemlidir. Bilgi, beceri ve yetkinliği geliştirmek amacıyla sürekli olarak gerçekleştirilen tüm öğrenme amaçlı faaliyetler yaşamboyu öğrenme şeklinde tanımlanmaktadır (European Commission, 1997). Başka

bir ifadeyle, bireylerin bilgi düzeylerini arttırmak ve becerilerini geliştirmek amacıyla katıldıkları her çeşit öğrenme faaliyetini bu kapsamda değerlendirmek mümkündür. Yaşamboyu öğrenme kavramı, yaşanan hızlı değişim ve dönüşüme ayak uydurabilmek amacıyla ortaya çıkmış olup ülkelerin eğitim seviyesinin ortaya konması ve istihdamın niteliği açısından önemli bir gösterge haline dönüşmüştür (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2000). Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 2000 yılında hazırlanan Yaşam Boyu Öğrenme Memorandumu'nda herkesin yeni temel beceriler kazanması, insan kaynaklarına daha çok yatırım yapılması, eğitim yöntemlerinde inovasyon, eğitimlerin belgelendirilmesi, danışmanlık hizmetlerinin yeniden yapılanması, eğitime erişimde zorluk çeken kesimler için bilgi iletişim teknolojilerinin devreye alınması, yerel düzeyde öğrenme merkezlerinin ortaya konması gibi hususların yaşam boyu öğrenmenin hayata geçmesinde gerekli olduğuna değinilmiştir (EUR-Lex, 2000).

Araştırmaya konu ülkeleri yaşamboyu öğrenmeye katılan nüfus açısından sahip oldukları verilere göre değerlendirdiğimizde Türkiye, sadece Hırvatistan'ı geride bırakabilmiş, diğer ülkelerin ve Avrupa Birliği ortalamasının gerisinde kalarak kıyaslamaya konu ülkeler arasında dördüncü sırada kendine yer bulabilmiştir. Üstelik İsveç ve Hollanda ile arasında büyük fark bulunmaktadır. Avrupa Birliği ortalaması ise Türkiye'nin neredeyse 2 katı üzerindedir. Tüm bu veriler Türkiye'nin yaşamboyu öğrenmeyi hedef alan eğitim kurumlarını oluşturma ve insan kaynaklarına yatırım yapma konularında geride kaldığını ortaya koymaktadır (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2000).

Genel temel dijital becerilere sahip bireyler açısından değerlendirildiğinde, kıyaslamaya esas ülkeler arasında Türkiye son sıradadır. Avrupa Birliği ortalamasının da oldukça altında olan Türkiye'nin özellikle İsveç ve Hollanda ile arasında büyük fark bulunmaktadır. Bireylerin girişimcilik zihniyetinin gelişmesi için bu alandaki yetkinliklerinin gelişmesi önem taşımaktadır. Dolayısıyla bireylerin genel temel dijital becerilerinin geliştirilmesi konusu oldukça önemli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2000).

Bir diğer önemli gösterge olan istihdam edilen BİT uzmanları sayısına bakıldığında, Türkiye'nin 1,3 puan ile kıyaslamaya esas tüm ülkelerin oldukça gerisinde kaldığı, ayrıca kendisine en yakın puana sahip ülke olan Hırvatistan'ın 3,2 puana sahip olduğu,

başka bir ifadeyle arasında büyük bir farkın olduğu görülmektedir (Konak, 2018: 57). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin artan bir şekilde kullanılıyor olması, söz konusu teknolojilere dayalı ürün ve hizmet üretimi ve kullanımını sağlayacak olan insan kaynağına olan ihtiyacı da arttırmaktadır. BİT sektöründe insan kaynağı yetiştirilmesi, sektörün kendisi ve bu teknolojileri girdi olarak kullanan diğer sektörlerin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. 2018 yılında Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan Bilgi ve İletişim Teknolojileri Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda, bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe insan kaynağı yetiştirmek için mevcutta yer alan meslek liseleri, meslek yüksek okulları ve üniversitelerin ilgili bölümlerinin istenilen katkıyı sağlayamadığı ve kapsamlı bir yol haritasına ihtiyaç duyulduğu hususları ortaya konmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 67). Bunun için de üniversitelerdeki yazılım mühendisliği bölümlerinin artırılması, bu bölümlerde görev alan akademik kadroların niteliklerinin geliştirilmesi, müfredatta özellikle veri merkezi, bulut, güvenlik hizmetleri ve bunların ağ bileşenleri ile ilgili derslerin sayısının artırılması, doğru işe doğru bireyin atanmasını sağlayacak bir yetenek yönetim sisteminin kurulması gibi hususların önem taşıdığı ifade edilmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 67).

Bilgi yoğun faaliyetlerde istihdam edilen birey sayısı bilgi ekonomisi içerisinde yenilik faaliyetlerinin sürdürülmesi açısından önem taşımaktadır. Nitelikli çalışan sayısı katma değer yaratan ürün ve hizmet üretiminde öncü bir rol oynamaktadır. Buradan hareketle oranlar incelendiğinde Türkiye'nin seçilmiş diğer Avrupa Birliği ülkelerinin tamamının gerisinde olduğu görülmektedir. Avrupa Birliği ortalamasının %13,9 olduğu bir ortamda Türkiye %6,5 gibi oran ile son sıradadır (Özer vd., 2009: 50). Yukarıda da ele alındığı üzere günümüzde bilgi, üretim süreçlerinde önemli bir ekonomik kaynak haline gelmiştir. Bilginin yaratılması, depolanması ve dağıtılması işlevleri bilgi yoğun faaliyetler kapsamında yerine getirilmektedir. Bu nedenle de bu alandaki performanslar ülkelerin ekonomik gelişmelerinin temel dinamiğidir. Bilgi yoğun faaliyetlerde istihdam edilen personel sayısı açısından Türkiye'nin diğer ülkelerin oldukça gerisinde kalmış olması, söz konusu faaliyetleri besleyen sektörlerin bulunduğu alanlarda ekonomik büyüme politikalarının geliştirmesi, istihdamı teşvik etmeye yönelik düzenlemelerin ortaya konması gibi hususları bir zorunluluk olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Hollanda, son dönemde Ar-Ge gelirlerini değil Ar-Ge çalışanlarının gelirlerini artırmayı hedef alan Ar-Ge vergi indirimlerini uygulamaya koymuştur. Bu modelin çok daha başarılı olduğu yapılan çalışmalarda ifade edilmektedir (Lockshin ve Mohnen, 2012: 32). Bir başka deyişle, Ar-Ge politikalarında bütüncül ve geleceğe yönelik politikaların önemi yadsınamaz bir gerçektir.

Bilim ve teknolojiye insan kaynağı, bilginin üretiminin ve yayılmasının en önemli enstrümanı olarak bilgi ekonomisinin vazgeçilmez unsurlarındandır. Ar- Ge'ye ayrılan kaynakların katma değer yaratmasında temel belirleyici role sahip beşeri sermayenin hem nitelik hem de nicelik açısından geliştirilmesi bilgi politikalarının merkezinde yer almalıdır. Özellikle yüksek teknolojlili ürün üretiminde ve bilgi yoğun hizmetlerde yer alan çalışan sayısının artması ülkelerin ekonomik olarak büyümesine büyük katkıda bulunacaktır.

Dijital Ekonomi ve Toplum Endeksi (DESI) 2014'ten beri 2 Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerinin dijital ilerlemesini 4 boyutta inceleyen rapordur. İnsan Sermayesi (İnternet kullanıcı becerileri ve gelişmiş dijital beceriler), bağlantı (Sabit geniş bant alımı, sabit geniş bant kapsama alanı, mobil genişbant ve genişbant fiyatları), dijital teknolojinin entegrasyonu (İş dijitalleşmesi ve e-ticaret), dijital kamu hizmetleri (e-devlet) dört temel boyutundan oluşmaktadır. Rapor kapsamında belirtildiği üzere, Avrupa Birliği'nde işgücü piyasasında BİT uzmanlarının eksikliği devam etmekte ve yeni işler ortaya çıktıkça eksiklik daha da büyümeye devam edeceği endişesi giderek artmaktadır. 2020 yılı boyunca şirketlerin %55'i BİT uzmanlarını işe almak için açık pozisyonları doldurma konusunda zorluk çektiklerini ifade etmektedir. Ayrıca ciddi bir cinsiyet dengesizliği sorunu da rapor kapsamında ciddiyetle belirtilmektedir. İstihdam edilen BİT uzmanlarının yalnızca %19'u ve teknoloji-mühendislik-matematik bölümlerinde mezun her üç bölüm dalından birini kadınlar oluşturmaktadır. Dijital On Yıla Giden Yol Raporu'nun içerisinde yer alan hedeflerden biri, BİT uzmanları için cinsiyet yakınsaması olmaktadır. İstihdam edilen BİT uzmanlarının sayısını 2030'a kadar en az 20 milyona ulaşacak şekilde, 2021 yılına kıyasla bu oran 8.9 milyon olmakta, arttırılması amaçlanmaktadır. 2021 yılı itibari ile İsveç %8 ile işgücündeki en yüksek istihdam edilen BİT uzmanı oranına sahip olmaktadır (Digital Economy and Society Index, 2022).

Kalıcı olacak şekilde süregelen bir cinsiyet uçurumu halen devam etmektedir. Bu durum dijital çözümlerin tasarlanma ve dağıtılma şeklini etkileyebilmektedir. Ortaya çıkan cinsiyet ayrımı Avrupa Birliği çapında demografik düşüş ve önemli dijital alanlarda uzmanlaşmış bireylerin eğitim eksikliğinin göstergesidir.

## **2.7. Kurumsal Düzeyde Girişimcilik**

Girişimcilik ve inovasyon kültürü yaratmak gerek Avrupa Birliği üye ülkelerinde gerekse de Türkiye’de öncelik kazanan önemli konulardan biridir. Bunun için de kurumsal olarak düzenlemeler yapılması ve ulusal stratejinin bir parçası haline getirilmesi yönünde çalışmalar son dönemde gittikçe önem kazanmıştır.

Startup Europe Partnership tarafından yayınlanan verilere göre özellikle İngiltere, Fransa, Almanya, İspanya ve İtalya olmak üzere beş önemli Avrupa ülkesinde girişimcilik konusunda önemli gelişmeler olduğuna dikkat çekilmiş, buna göre 990 yeni yükselen girişim aracılığıyla toplam 23 milyar dolar sermaye yatırımı gerçekleştirildiği belirtilerek, bunun neredeyse yarısının Birleşik Krallık’ta yatırıma dönüştüğü ve yine yaklaşık 6 milyarlık kısmının ise Almanya’da yatırıma dönüştüğü ortaya konmuştur (Startup Europe Partnership, 2022). Söz konusu gelişmelerde girişimcilik konusunda ortaya konan kurumsal düzenlemelere bağlı olarak oluşturulan politikaların ve ulusal stratejilerin etkisi yadsınamaz bir gerçektir.

Girişimciliğin ekonomik büyümenin temel itici güçlerinden biri olması görüşünden hareketle günümüzde ülkeler, girişimciliğin desteklenmesi ve geliştirilmesi için önemli politikaları hayata geçirmektedir. Girişimciliğin desteklenmesi için başta maliye, eğitim ve ekonomi politikaları ile sürece müdahale edilmesi önem taşımaktadır. Söz konusu politikalar, girişimcilerin desteklenmesi, teşvik edilmesi, finansal açıdan desteklenmesi, girişimlerin devamlılığını sürdürmesine elverişli bir ortam sağlanması gibi hususlarla mümkündür. Eğitim programlarına girişimcilik derslerinin dâhil edilmesi, yasal mevzuatta yeni girişimcilerin ihtiyaçları doğrultusunda düzenlemeler yapılması ve çeşitli kolaylıkların sağlanması, yeni girişimcilerin yararlanabileceği teşvik ve desteklerin sunulması ve arttırılması, girişimciliğin gelişimine yönelik programların sayı

ve kapasitesinin artırılması, girişimcilerin ekosistem aktörleri ile işbirliklerinin geliştirilmesi gibi hususlar bu girişimcilik politikalarına örnektir.

Söz konusu politikaları ortaya koyacak ve girişimcilerin önündeki engelleri ortadan kaldıracak kurumsal yapıların varlığı önem taşımaktadır. Girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi ve desteklenmesi ve ülke ekonomisine katkıda bulunarak ekonomik büyümenin hızlandırılması ancak girişimleri desteklemekle mümkündür. Bu da bahsi geçen alanlarda gerekli koordinasyonu sağlayacak karar verme yetisine sahip resmi kurumların varlığı ile mümkündür.

Tüm bu görüşlerden hareketle, kıyaslamaya esas ülkelerin girişimcilik politikalarının hangi resmi kurumlar aracılığıyla koordinasyonunun sağlandığı incelenmiştir.

İsveç'te "Girişim ve İnovasyon Bakanlığı" mevcut olup, devlete ait işletmeler ile, işletme ve sanayi politikası, kırsal işler ve bölgesel kalkınma ile ilgili konulardan sorumlu olarak faaliyet göstermektedir. Ayrıca İsveç hükümeti tarafından Beijing, Brezilya, Yeni Delhi, Seul, Tokyo ve Washington büyükelçilikleri bünyesinde "Bilim ve İnovasyon Ofisleri" kurulmuş olup bahsi geçen büyükelçilikler İsveç hükümeti tarafından ortaya konulan "İnovasyon Ortaklığı Programının önceliklerini takip etmekten sorumludur (Government Offices of Sweden, 2021).

İsveç hükümeti tarafından çeşitli toplumsal zorlukların üstesinden gelmeye yardımcı olmak için başlatılan İnovasyon Ortaklığı Programı; seyahat etmenin, ikamet etmenin, iş yapmanın, yaşamının, iletişim kurmanın ve dünyanın kaynaklarını, ekosistemlerini kullanmanın ve korumanın yeni yollarını içermektedir. Bu program, kamu aktörleri, iş dünyası ve akademi arasındaki ortaklıkların kurulmasını teşvik ederek, rekabet gücünü güçlendiren, sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan ve daha fazla iş yaratan yeni ve yenilikçi çözümler yaratmayı odağına almaktadır. Program kapsamında yer alan temalar 1) Yeni neslin seyahat ve ulaşımı, 2) Akıllı şehirler, 3) Döngüsel ve biyotabanlı ekonomi, 4) Yaşam bilimleri ve 5) Bağlantılı bir endüstri ve yeni malzemeler şeklindedir.

İsveç İnovasyon Ortaklığı Programı kapsamında ilk olarak hükümet tarafından toplumun karşılaştığı zorluklar temelinde inovasyon ortaklığı programları başlatılmıştır.



Hükümet tarafından ortaklık grupları kurulmuş ve bu gruplar programlarındaki zorlukları ve öncelikleri tespit ederek olası çözümler geliştirmiştir. Tespit edilen zorlukların üstesinden gelmek için geliştirilen çözümlerin belirlenmesi, tasarlanması ve mümkünse uygulanmasına yönelik pratik çalışma için daha geniş bir katılımıla çalışma grupları kurulmuştur. Vinnova ve ilgili devlet kurumları ise bu süreçte, söz konusu çalışmalara destek sunmaktadır (Government Offices of Sweden, 2021). Söz konusu program inovasyon ekseninde kalkınmaya yönelik önemli bir örnektir.

İtalya’da girişimcilik ve inovasyon konuları özelinde ayrı bir bakanlık bulunmamaktadır. Bununla birlikte İtalya’nın Ekonomik Kalkınma Bakanlığı (Ministero dello Sviluppo Economico, Ministry of Economic Development, MiSE)’nin çalışmaları kapsamında girişimciliğin geliştirilmesine yönelik politikalar yürütülmektedir (Ministero dello Sviluppo Economico, 2014: 24). Söz konusu bakanlığın çalışmaları kapsamında teknoloji tabanlı girişimcilere teşvik sağlamak için bazı hızlı yol önlemleri uygulamaları ortaya konmuştur. Genç girişimcilere yönelik vergi teşvikleri, uluslararasılaşma desteği, iş kurmaya yönelik teşvik ve destekler, prosedürlerin kolaylaştırılması gibi önlemler içeren Ulusal Startup Girişimi (National Start-up Initiative) İtalya’nın Ekonomik Kalkınma Bakanlığı’nın odak çalışmalarından birini oluşturmaktadır (OECD, 2016: 34-35).

Hollanda’daki kurumsal yapı incelendiğinde de girişimcilik konusunda ayrı bir bakanlığın olmadığı görülmektedir. Girişimcilik konusundaki çalışmalar Ekonomik İlişkiler ve İklim Politikası Bakanlığı (Ministry of Economic Affairs and Climate Policy) koordinasyonunda yürütülmektedir (Government of the Netherlands, 2022). Ayrıca Hollanda Girişim Ajansı (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, Netherlands Enterprise Agency) girişimcileri desteklemek, yol göstermek, yatırım ortamı hakkında bilgi vermek üzere çalışmalar yapan bir kurumdur (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, 2022). Hollanda hükümetinin girişimcilik politikası kapsamında, Hollanda’nın dünyadaki en rekabetçi ilk beş ekonomiden biri olarak bulunduğu pozisyonu güçlendirmek ve 2020 yılına kadar Ar-Ge harcamalarını GSYİH’nin %2,5’ine çıkarmak hedeflerine Hollanda devletinin resmi web sitesinde yer verilmiştir (Government of the Netherlands, 2022).

Hırvatistan'daki kurumsal yapı incelendiğinde ise küçük ve orta ölçekli işletmelerde, el sanatlarında, kooperatiflerde girişimciliğin teşvik edilmesi, ihracatlarının, yabancı yatırım oranlarının ve rekabet güçlerinin artırılması gibi konulardan sorumlu bir kurum olarak Ekonomi, Küçük ve Orta Ölçekli Girişimcilik ve El Sanatları Bakanlığı (Ministry of Economy, Small and Medium Entrepreneurship and Crafts, Ministarstvo Poduzetnistva i Obrta) mevcuttur (Ministarstvo Poduzetnistva i Obrta, 2022). Söz konusu bakanlığın görevleri kapsamında yenilik politikasının ve yeni teknolojilerin uygulanması, Hırvat ekonomisinin rekabet gücünü geliştirmek amacıyla, fikri ve sınai mülkiyet haklarının uygulanması ve kullanılması, sanayi ve ticarete yaratıcılığın teşvik edilmesi, KOBİ'lerde rekabet gücünün artırılması, küçük ve orta ölçekli girişimciliğin geliştirilmesi, esnaf ve girişimcilerin ticari operasyonlarının geliştirilmesi, serbest bölgelerin ve girişimcilik bölgelerinin kurulması ve işletilmesinin teşvik edilmesi, girişimciliğin sistematik bir şekilde teşvik edilmesi, küçük ve orta ölçekli girişimcilerin kamu alımları ve kamu özel ortaklığı prosedürlerine katılımının teşvik edilmesi, girişimcilik alanında uluslararası işbirliğinin sağlanması, girişimcilik alanlarında özel programlarının hazırlanması ve uygulanması gibi hususlar yer almaktadır (Interreg Central Europe-European Union European Regional Development Fund, 2022).

Son olarak Türkiye'de girişimcilik alanında kurumsal düzeydeki çalışmalar Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın koordinasyonunda yürütülmektedir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022). Yine söz konusu Bakanlığa bağlı olarak görev yapan KOSGEB ve TÜBİTAK gibi girişimcilere yönelik teşvik ve destekler veren kurumların var olduğu görülmektedir (T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2022; Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu-TÜBİTAK, 2022). Ayrıca melek yatırımcılar için sunulan vergi teşviklerine yönelik düzenlemeler ise Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın koordinasyonunda yürütülmektedir (T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2022).

\*Şirketlere kamu işe arasındaki sürecin iyileştirilmesi için dijital kamu hizmetleri sağlanmaktadır. Tablo 3.3'e göre İsveç'te şirketler kamusal işlerin %83'ünü çevrimiçi olarak gerçekleştirebilmektedir.

Dijital ortamlarda gerçekleşen işlemler için elektronik kimlik tanımlama hizmeti olarak adlandırılan EIDAS düzenlemeleri (EIDAS Regulation) çevrimiçi gerçekleşen ürün

veya hizmet alım satımlarında güvenli ortamın yaratılması için Avrupa Birliği'nde uygulanan düzenlemedir. Güven eksikliği çevrimiçi olarak iş yapma konusunda engel yaratmaktadır. EIDAS düzenlemesiyle Avrupa Birliği'nde birey, şirket, kamu arasındaki güvenli bir ilişkinin kurulmasını sağlamaktadır (EIDAS Regulation, 2014).

## 2.8. Girişimci Vizesi

Ülkelerin nitelikli girişimcileri kendi ülkelerine çekmek için yürürlüğe aldıkları Girişimci Vizesi (Startup Visa) uygulamaları hızla yaygınlaşmaktadır. Girişimci vizelerini vatandaşlık hakkına sahip olmayan bireylerin, yeni bir işe başlamak için belirli bir zaman diliminde farklı bir ülkeye yerleşmelerine ve çalışmalarını bahsi geçen yeni ülkede sürdürmelerine imkân tanıyan bir vize türü olarak açıklamak mümkündür (Aytaç, 2016: 1). Özellikle yabancı girişimciler ile fiziksel olarak bir yere bağımlı olmaksızın sürdürülebilir bir iş modeli geliştiren, soğuk iklimlerde yaşayan ve yılın belli dönemlerinde sıcak iklimlerdeki bölgelere giderek buradan uzaktan çalışmak suretiyle girişimlerini sürdüren dijital göçebelerin ülkelere çekilmesi; bahsi geçen ülkenin girişimcilik ve inovasyon ekosistemi açısından cazibe merkezi haline gelmesini güçlendirici bir etkiye sahiptir. Bu anlamda yabancı girişimcilere ülkeye giriş hakkının yanı sıra, çalışma izni, ikâmet izni ve şirket kurma gibi süreçlerde kolaylık sağlayan girişimci vizesi uygulamaları oldukça önemlidir. Teknoloji şirketlerinin kurulması ve kapanması konusunda hukuki ve ticari süreçlerin güncellenmesi ve daha kolay, esnek ve hızlı bir yapıya kavuşturulmasının sağlanması bu uygulamanın tamamlayıcısı ve olmazsa olmaz bir parçası niteliğindedir.

Bu noktada ülkelerin; yeteneği ülkede tutma ve yeteneği çekme kapasitelerini değerlendirmek yerinde olacaktır. Dünya Bankası tarafından yayınlanan Küresel Rekabetçilik Endeksi'ne bakıldığında yeteneği ülkede tutma kapasitesi bakımından 2013-2017 yılları arasında yapılan değerlendirmeye göre Türkiye, 2013-2017 döneminde yıllık ortalama %-0,3'lük bir büyüme oranı gerçekleştirmiştir. Seçilen ülkeler arasında Hollanda %2,1 ile en yüksek yıllık ortalama büyüme oranına sahipken, Hırvatistan %-2,12 ile en düşük yıllık ortalama büyüme oranına sahiptir. İtalya'nın oranı %1,89, İsveç'in oranı ise %-0,64'tür. Yeteneği çekme kapasitesi bakımından yine aynı dönem için yapılan değerlendirmeye göre İsveç, yıllık ortalama %-0,37'lik,

Hollanda, yıllık ortalama %1,88, Hırvatistan ise %-1,2 bir büyüme oranına sahiptir. Seçilen ülkeler arasında İtalya %2,43 ile en yüksek yıllık ortalama büyüme oranına sahipken, Türkiye %-4,59 ile en düşük yıllık ortalama büyüme oranına sahiptir (World Bank, 2021). Bu anlamda ülkelerin nitelikli işgücü açığını doldurmaları açısından somut adımlar atmaları önem taşımaktadır.

Girişimci vizesi uygulamasına sahip ülkelerden bazıları, İngiltere, Danimarka, İsveç, İrlanda, Singapur, Yeni Zelanda, Avustralya, Almanya, İtalya, Şile, Fransa, Tayland, Kanada, İspanya, Belçika ve Hollanda'dır. Bu vizeler vasıtasıyla ülkeler kendi rekabetçi güçlerine farklı girişimcileri de çekerek rekabet avantajı yaratmaktadırlar (Go Visa Free, 2022).

Araştırmaya esas seçilmiş ülkelerdeki uygulamalara bakıldığında İtalya, 2014 yılının Haziran ayında "Italia Startup Visa" uygulamasını getirmiştir. Söz konusu program, inovasyon ve teknoloji alanındaki "yenilikçi girişimlere" yöneliktir. Bahsi geçen vize programından yararlanabilmek için başvuru sahibi girişimci; sermaye olarak en az 50.000 Avro'yu bulundurmalı, girişim şirketi yeni ya da 4 yıldan daha az süre ile faaliyet gösteriyor olmalı, şirket merkezi İtalya'da bulunmalı, yıllık satışı 5 milyon Avro'dan daha az olmalı, teknoloji ve inovasyon odaklı olmalıdır. Italia Startup Visa başvurusu uygun bulunan girişimcilere iki yıl süre ile İtalya'ya yerleşmesi ve çalışması için vize verilmektedir (Italia Ministry of Economic Development, 2021).

Hollanda da girişimci vizesi uygulayan ülkelerden biridir. "Dutch Startup Visa", yenilikçi bir iş kurmak isteyen Avrupa Birliği vatandaşları dışındaki bireylere yönelik olarak uygulanmakta olup en fazla bir yıl için verilmektedir. Deneyimli bir hızlandırıcının rehberliğinde, yenilikçi bir ürün veya hizmetin üretilmesi veya tanıtılması beklenmektedir. Söz konusu vizeye sahip olmak için bir takım koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu şartlar; güvenilir bir uzman hızlandırıcı program rehberliğinde çalışmak; ürün veya hizmetin inovatif olması; girişimcinin iş fikrini bir işletmeye taşımak için iş planı ortaya koyabilmesi, Hollanda Ticaret Odası - Ticaret Sicili'ne kayıt olma ve Hollanda'da ikamet etmek ve yaşamak için yeterli kaynağa sahip olmak şeklindedir (Government Information for Entrepreneurs, 2021a).

İsveç'te uygulanmakta olan "The Sweden Self-Employment Residency Program" iş amacıyla ülkede üç aydan fazla kalmak isteyen bireyleri desteklemeye yöneliktir. Söz konusu vize, girişimcinin İsveç'te iki yıl kalmasını sağlamaktadır. Ayrıca iki yılın sonunda oturma iznini kalıcı bir hale çevirmesinin önünü açmaktadır. Başvuru için gereken koşullar şu şekildedir: Başvuru sahibi, kendi alanında deneyimli olmalı ve İsveç'te faaliyet gösteren işletmesinin en az %50'sine sahip olmalıdır. Ayrıca, şirketin iki yıl boyunca başvuru sahibinin ve aile üyelerinin hayatlarını sürdürmelerini sağlayacak şekilde gelir getirmesi beklenmektedir (Start Business by Linné Innovation AB, 2021).

Hırvatistan'da da Avrupa Birliği vatandaşları dışındaki girişimciler ve dijital göçebeler için gelir vergisi ödemediği bir yıl ülkede kalmalarına izin veren özel vizeler getirilmiştir. Girişimci vizesinin ötesinde Hırvatistan'da bir liman kenti olan Zadar dijital göçebeler için bir köye dönüştürülmüş, böylece belirli bir süre için Hırvatistan'da kalacak yabancı girişimcilere barınma imkânları da beraberinde sunulmuştur (Euronews, 2021).

Türkiye'de henüz yürürlüğe girmiş bir girişimci vizesi olmamakla birlikte bu konuda olumlu gelişmeler söz konusudur. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 2021 yılının sonlarına doğru görüşe açılan "Ulusal Teknoloji Girişimciliği Stratejisi"nde, teknoloji alanında kritik uzmanlıklara sahip yetenekler ile yenilikçi iş modelleri ve derin teknolojiye dayalı girişimi olan girişimcilere özel vize uygulaması ortaya konmuş ve "TEKNOVISA Programı"nın hayata geçirileceği belirtilmiştir. Stratejik işbirlikleri kurulacak ülkeler ile, karşılıklı serbest dolaşım imkânlarının hayata geçirilmesine yönelik adımlar atılacağı belirtilmiştir. Söz konusu strateji kapsamında Girişimci Vizesi ile yurtdışından özellikle gelmiş girişimlerin Türkiye'ye göç etmesini sağlayacak kolaylaştırıcı ve teşvik edici bir mekanizmanın geliştirilmesinin hedeflendiği vurgulanmış, ölçeklenmeye özel hızlandırma programı, mentorluk mekanizmaları, yatırımcı ile buluşturma gibi ek desteklerle zenginleştirilecek Türkiye teknoloji girişimciliği ekosisteminde faaliyet gösterecek teknoloji girişimlerinin ülkeye çekilmesi hedefi belirlenmiştir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021b).

## 2.9. Girişimci Kent

Jacobs (1969) ekonomik büyümeye neden olan geleneksel faktörlerin bir listesi yapıldığında kentlerin bu listenin dışında kalacağını, ancak kentler ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin derinlemesine incelenmesi gereken bir konu olduğunu ifade etmiştir. Jacobs (1969), kentlerin ulusal ekonomik gelişim açısından önemi bilgini kaynağının kentler olması nedeniyle, ekonomik büyümenin temel belirleyicilerinden olan teknolojik yeniliklerin de kaynağının kentler olduğunu vurgulayarak ağıklamaktadır. Jacobs'a göre kentler, üretim amacıyla kullanılan tüm faktörlerin bir arada toplandığı merkezlerdir ve kentler gelişmeden ulusal ekonominin ivme kazanması mümkün değildir (Jacobs, 1969: 34).

Günümüzde artık dünya üzerinde fark yaratan kentlerin ön plana çıktığını, artık ülkelerin tanıtımı değil kentlerin tanıtımının yapıldığını, kentlerin fark yaratarak, marka olmaya çalıştığı bir dönem içerisinde olduğumuzu söylemek mümkündür. Girişimcilik boyutu açısından konu ele alındığında kentlerin içinden başarı hikayeleri çıkarması, bu alanda bir vizyon ortaya koyan her kentin ana gündemi olmaktadır.

Ayrıca yaşanan mali krizler ve yüksek işsizlik oranları gibi siyasi, ekonomik ve sosyal baskıları yönetmek için kentlerin yerel yönetimde yeni örgütsel unsurların yanı sıra politika değişiklikleri getirdiği de ifade edilmektedir (Dannestam, 2004: 4). Girişimci Şehir, girişimci yönetim ve kentsel girişimcilik kavramları bu çerçeveyi çizmek üzere bir arada kullanılan kavramlar olup Şehir coğrafyacısı Harvey, bu kavramsal çerçeveyi ilk kullanan bireydir (Harvey, 1989: 8-10). Harvey'in ardından girişimci kent kavramı üç ana unsurla teorik bir perspektife dönüşmüştür. Bu teoriye göre ilk olarak, yerel yönetimin ekonomik kalkınmayı teşvik etmedeki rolüne dikkat çekilir. İkinici olarak, özel aktörlerin katılımına ve kamu yönetimini organize etmenin yeni yollarına vurgu yapılmaktadır. Bunu yerel siyasetin organizasyonu veya basitçe girişimci yönetim olarak tanımlamak mümkündür. nc ve son olarak ise, ekonomik küreselleşme genellikle girişimci Őehrin yükselişini açıklamak için kullanılmaktadır (Dannestam, 2004: 5).

Girişimciliğin etkisi altındaki yerel siyaset için ilk tanımlayıcı özellik, politika değişiklikleridir. Örneğin, Hubbard ve Hall (1998); yerel yönetimin yalnızca refah

hizmetleri sağlayıcısı olmadığını, aynı zamanda yerel büyümeyi ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmeye çalıştığını savunmaktadır (Hubbard ve Hall, 1998: 2-13). Girişimci kenti açıkça tanımlayan teorisyenler, kentin rekabetçi konumunu artırmaya yönelik farklı stratejileri önemli bir boyut olarak görmektedir (Harvey, 1989: 8-10; Painter, 1998: 261; Jessop ve Sum, 2001: 2-3).

Kent içerisinde girişimcilik politikasının uygulamaları, yerel vergi tabanının genişletilmesi, yatırımların çekilmesi, küçük şirketlerin büyümesinin teşvik edilmesi ve bilgi yoğun şirketler gibi ekonominin yeni dallarındaki şirketlerin desteklemesi yönündeki stratejilerin yanı sıra kenti hem iç hem de dış izleyicilere karşı tanıtmak da söz konusu yerel politikalara örnek olarak sıralanabilir (Hubbard ve Hall, 1998: 5; Amin ve Malmberg, 1994: 242; Gold ve Ward, 1994: 9). Ergen (2018)'e göre öğrenme süreçlerinin hayatın her alanına yayılacağı, üniversitenin halka açık hale geleceği bir sistem hedeflenmelidir. Ev, iş ve eğlence yerleri birbirlerine oldukça yakın, yürüme mesafesinde olmalıdır. Kentteki yaşam kalitesinin ölçümü bahsi geçen kriterler doğrultusunda yapılmalıdır (Ergen, 2018: 480-483). Ayrıca girişimci kentlerde girişimcilik politikası; restore edilmiş sahiller, spor sahaları veya tüketim davranışları gibi projeleri de içerebilir (Harvey, 1989: 8-10; Gold ve Ward, 2003: 9).

Ergen (2018)'e göre girişimci kentlerde bireyler arasındaki etkileşim maksimum seviyeye çıkmalı ve tesadüfi etkileşimlerin sıklıkla rastlanacağı bir sosyal yaşam sağlanmalıdır. Sonuç olarak da bu ekosistem girişimcinin kendini değerli hissettiği ve motive olduğu bir ortam yaratacaktır. Bu sayede kentler bünyesinde yer alan yeteneklerin enerjilerinden yeni girişimler çıkartabilirler, yetenek havuzunda göç nedeniyle eksilmeler yaşanmayacağı gibi yeni yetenekleri de bünyesine çekerek büyüyen bir yapıya dönüşüm sağlanır. Böylece kentlerin ekonomik bağımsızlığı ve sürdürülebilir yapısı desteklenir ve bahsi geçen kentler uluslararası girişimciler ve yatırımcılar açısından önemli bir çekim yerine dönüşür (Ergen, 2018: 480-483).

Tüm bu hususlardan hareketle Startup Genome tarafından yayınlanan (Global Startup Ecosystem Report 2021) Küresel Startup Ekosistemi 2021 Raporundaki dünyanın en girişimci ve inovatif şehirleri sıralamasına göz atmak yerinde olacaktır. Dünyanın girişimcilik açısından öne çıkan 150 kent ekosisteminin, ekosistemdeki çıkış (exit) ve fonlama miktarına bağlı olarak oluşan toplam startup değerleri büyüklüğünü ölçen

“performans”, erken aşama yenilikçi fikir fonlamalarını ve yatırımcı aktivitelerini ölçen “fonlama- finansmana erişim”, “bağlantı”, “pazar erişimi”, araştırma ve patent temelli inovasyonu ölçen “bilgi” ve teknoloji tabanlı girişimcilerde maliyet etkin yetenekli personel çalıştırabilme ve performans faktörlerinin uzun vadeli eğilimleri ile ekosistemdeki yeteneklerin kalıcılığını ölçen “yetenek ve deneyim” gibi çeşitli başarı kriterlerine göre sıralandığı raporda, bölgesel değerlendirmelere dayalı sınıflandırmalar ile alanında uzman kanaat önderlerinin görüşlerine de yer verilmektedir (Startup Genome, 2021).

Startup Genome’un Küresel Startup Ekosistemi Sıralaması (Global Startup Ecosystem Ranking-GSER) 2021 Raporu’na göre Türkiye’den ise İstanbul “Küresel Yükselen Ekosistemler” arasında 15. sırada yer almıştır. Startup Genome raporunun bahsi geçen bölümüne Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi ve İstanbul Kalkınma Ajansı katkıda bulunmuştur. Rapora göre İstanbul, son 2,5 senede 181 milyon doları erken aşama fonlama olacak şekilde fonlamalar açısından toplam 4 milyar dolarlık bir ekosistem değeri yaratmıştır. Oyun, yapay zeka, büyük veri ve veri analitiği sektörleri İstanbul’da öne çıkan alanlar olarak belirtilmekte, İstanbul girişimcilik ekosisteminin ise yetenek, destek kaynakları ve startup etkinlikleri açısından öne çıktığı ifade edilmektedir. “Yetenek istihdamı” başarı kriterine göre İstanbul’un Avrupa’da ilk 10 ekosistem içerisinde yer aldığı görülmektedir. Global bağlantılar, teknoloji odaklı yetenek havuzuna sahip olması ve girişimcilere yönelik sunulan vergi avantajları gibi hususlar startupların İstanbul’u tercih etme eğilimlerinin temel nedenleri arasında sayılmaktadır. İstanbul “Performans” başarı kriterine göre ilk 20 Avrupa Ekosistemi içerisinde yer almaktadır. Bununla birlikte “Finansmana erişim” başarı kriterine göre ise İstanbul ilk 20 Küresel Yükselen Ekosistem içerisinde yer almaktadır. “Yetenek ve Deneyim” başarı kriterine göre İstanbul küresel düzeyde ilk 20 Yükselen Ekosistem içerisinde yer almaktadır. “Bilgi” başarı kriterine göre ise ilk 30 Avrupa Ekosistemi içerisinde yer almaktadır (Startup Genome, 2021).

Söz konusu listede yer alan 40 şehir ve puan durumları Tablo 3.4’de yer almaktadır.



**Tablo 8. Dünya'nın En Girişimci ve İnovatif Şehirleri Sıralaması**

	Sıra	Performans	Fonlama	Bağlantı	Pazar Erişimi	Bilgi	Yetenek
Silikon Vadisi	1	10	10	10	10	10	10
Londra	2	9	10	10	10	7	9
New York	2	10	10	10	10	5	10
Pekin	4	10	9	5	9	10	10
Boston	5	9	9	9	9	5	10
Los Angeles	6	9	10	3	9	7	9
Tel Aviv	7	8	9	8	10	4	8
Şangay	8	10	7	1	9	10	9
Tokyo	9	8	9	1	8	9	9
Seattle	10	9	7	7	8	7	8
Washington	11	7	7	6	8	1	8
Paris	12	6	8	9	6	1	8
Amsterdam-Delta	13	6	6	9	7	1	7
Toronto Waterloo	14	5	8	7	3	2	6
Şikago	15	5	6	6	6	1	7
Seul	16	6	5	9	5	10	5
Stokholm	17	7	6	5	7	3	6
Singapur	18	4	8	6	6	1	5
Shenzen	19	8	5	1	1	9	7
Austin	20	4	5	7	5	7	6
San Diego	21	5	3	1	7	6	7
Berlin	22	2	7	10	1	1	5
Bangalore-	23	5	8	8	1	8	3
Sidney	24	4	4	8	5	1	4
Hangzu	25	8	1	1	1	9	6
Atlanta	26	3	2	2	5	1	5

	Sıra	Performans	Fonlama	Bağlantı	Pazar Erişimi	Bilgi	Yetenek
Denver-Boulder	27	1	4	5	3	4	4
Philadelphia	28	3	3	1	6	1	4
Vancouver	29	6	3	4	1	2	3
Salt Lake- Provo	30	7	1	1	7	1	1
Dallas	31	2	1	1	4	3	2
Hong Kong	32	1	2	1	8	1	2
Montreal	33	3	1	1	1	1	2
Münih	34	1	3	7	1	3	1
Sao Paulo	35	3	4	4	1	1	3
Bern-Geneva	36	1	1	5	1	1	1
Delhi	37	2	6	1	1	1	1
Dublin	38	1	1	3	1	1	3
Melbourne	39	1	1	4	2	1	2
Research Triangle	40	1	1	1	1	1	4

**Kaynak:** Startup Genome, 2021

Dünya'nın en girişimci ve inovatif şehirleri sıralamasının yer aldığı Tablo 3.4'e göre, Silikon Vadisi ve New York listenin en başında yer alarak girişimcilik ekosistemi açısından ABD'yi en üst sıraya taşımaktadır. New York ile birlikte ikinci sırayı paylaşan Londra özellikle finansman gücü ve yeni startup zenginliği ile girişimciliğin cazibe merkezlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. 2021 raporuna göre Tokyo, dünya global girişimcilik ekosisteminde altı sıra birden yükselerek 9. sırada yer alan ve ilk ona giren tek Asya ülkesi durumundadır. Bu durumda Tokyo'nun Asya'nın girişimcilik başkenti olduğunu söylemek mümkündür. Avrupa'ya bakıldığında ise bölgenin en önemli merkezlerinden Paris 12., Amsterdam 13., Stokholm 17. ve Berlin ise 22. sırada yer almaktadır. İngiltere, Fransa ve Almanya'nın Avrupa girişimcilik ekosisteminin %70'ini oluşturduğu rapor kapsamında ortaya konmakta, sıralamada önceki yıllara

kıyasla en hızlı büyüyen ve en dikkat çeken kentler olarak Dublin, Madrid, Barcelona ve Berlin öne çıkmaktadır (Startup Genome, 2021).

### 3. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK VE İSTİHDAM

Girişimciliğin ülkelerin ekonomik sorunlardan kurtulmasına, üretim yapmasına, istihdamın artırılarak işsizliğin azaltılmasına önemli katkısı bulunmaktadır.

Genel olarak girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmeyi amaçlayan girişimcilik politikaları ve özellikle bilgiye dayalı startupların oluşumunu desteklemeyi amaçlayan politikalar birçok ülkede uygulanmaktadır. Girişimcilik yanlısı devlet politikaları; fikri ve sınai mülkiyet haklarından eğitime, altyapıdan Ar-Ge'ye, açık kamu verilerinden istihdam politikalarına, teşvik ve desteklerden bürokratik süreçlere kadar bir dizi alanda reform gerektirmektedir. Mazzucato (2016), konunun önemini şu şekilde ortaya koymaktadır:

*“Tarihin kazananlar tarafından yazıldığı bir gerçektir. Silikon Vadisi’ndeki kazananlar, aldıkları ödülleri haklı çıkartan hikayeler kaleme aldılar. Ancak onların hikayeleri, başka bir yerde uygulanabilecek yararlı bir rehber değildir. Bu yüzden, üstünde yükseldikleri omuzların altına bakmak ve servet oluşumunu kolektif bir çaba olarak gören kamu ve özel aktörler arasında ortak yaşama dayanan ekosistemler geliştirmek gerekir. Çünkü girişimci bir toplumun her şeyden önce girişimci bir devlete ihtiyacı vardır.”* (Mazzucato, 2016: 134).

OECD ve Eurostat işbirliğinde kurulan Girişimcilik İndikatörleri Programı (Entrepreneurship Indicators Programme) tarafından girişimcilik, “insan kaynağını girişimcilik faaliyetleri ile ilişkilendirerek ekonomik faaliyetlerin yaratılması veya genişletilmesi yolu ile değer üretmek, bunu da yeni ürünleri, süreçleri veya pazarları tanımlayıp kendi çıkarına göre kullanmak suretiyle gerçekleştirmek demektir” şeklinde belirtilmiştir. Girişimcilik, ekonomik süreç boyunca birçok farklı sonuçlarıyla kendini gösteren, örneğin her zaman sadece finansal zenginliğin yaratılması ile ilgili olmayan, bunun yerine istihdamı arttırmak, çevresel sorunlarla mücadele etmek, eşitsizlikleri gidermek gibi konuları da içerisine alan bir süreç olarak kabul edilmektedir (OECD ve Eurostat, 2017: 16).

Geçtiğimiz on yılda, genel olarak girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmeyi amaçlayan girişimcilik politikaları ve özellikle bilgiye dayalı startupların oluşumunu desteklemeyi amaçlayan politikalar birçok ekonomide uygulanmıştır. Bilgi temelli girişimlere duyulan güçlü ilgi, küresel ekonomide gelişmiş, yüksek işgücü maliyeti olan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğünün bilgiye dayalı faaliyetlere doğru kayması ve inovasyonun ekonomik büyüme ve istihdamın temel anahtarı olması ile açıklanabilmektedir. Bu gelişme, risk sermayesi piyasaları, bilginin ticarileştirilmesi, Ar-Ge kabiliyetini geliştirme çabaları ve kümelenme gibi alanlardaki politikalar lehine zorlayıcı bir argüman yaratmıştır. Böylece, üniversiteler ve araştırma enstitüleri bilgiye yatırım yapmak için araçlar geliştiren politika yapımcıların dikkatini çekmiştir. Bilimsel bilgiyi ticarileştirmek için mevcut şirketler veya yeni startuplar, yeni bilgiyi kullanmalı ve yeni ürünler, süreçler veya hizmetler yaratmalıdır. Bu anlamda önemli atılımlar yapan bilgiye dayalı startupların iyi bilinen örnekleri; Microsoft, Apple ve Google'dır. Dolayısıyla, bilgiye dayalı girişimlerin kurulmasına ortam sunan politikalar, potansiyel olarak bilginin ticarileştirilmesini ve ekonomik büyümeyi teşvik edebilmektedir (Aparicio vd., 2016: 3). Bu tür politikaların oldukça yaygın olduğu merkez, teknolojik gelişmeleri çeşitli yollardan dünyaya yayabilmektedir. Merkez ülkelere ait şirketler, kendileri dışındaki diğer dış dünyaya dolaysız yatırımlar yaparken eskiyen, çoğunlukla da emek yoğun olanlara odaklanan teknolojiyi çevre ülkelere aktarmaktadır (Kurtaran, 2009: 12). Çevre, bu öğeleri kendisi yaratma kabiliyetine sahip olmadığından veya sahip olsa dahi küresel düzeyde kabul ettirebilecek bir güce sahip olmadığından bu anlamda merkezin etkileme, değiştirme ve dönüştürme gücünün etkisi altındadır (Kurtaran, 2009: 7). Dolayısıyla başarılı girişimciler yetiştiren ve bu sayede teknoloji üreten merkez ülkeler küresel ekonominin kurallarını belirleyecek güce sahip olurken çevre ülkeler ise ekonomik sistemde merkez ülkelere bağımlı olarak hayatlarını sürdürmektedir.

Günümüzde ulusların ekonomik gelişmişliği üç ana unsur üzerinden açıklanmaktadır: ekonomik kurumlar, coğrafya ve kültür. Bu üç ana unsurun yanısıra ekonomik büyümede girişimcilik ve inovasyonun rolü de göz ardı edilemez. Girişim ve inovasyon, ekonomik kurumlar ve kültür ile etkileşim halinde dinamik bir güç olarak üretim ve istihdam yolu ile ekonomik ilerlemeyi sağlamaktadır (Işık vd.,2016: 2). Ekonomik anlamda devletlere adeta sıçrama yapma etkisi sağlayan girişimcilerin inovatif fikirleri

sonucu ortaya çıkan teknolojinin elde tutulması da küresel rekabet açısından bu noktada önem kazanmaktadır.

Dünya Ekonomik Forumu'nun yayımladığı Mesleklerin Geleceği:4. Sanayi Devrimi için İstihdam, Beceriler ve İşgücü Stratejisi (The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the 4th Industrial Revolution) isimli çalışmaya göre, otomasyon teknolojilerine geçiş ile birlikte işini ilk kaybedecek olanlar %90'a yakın bir olasılıkla bankalarda kredi bölümüne bakanlar, resepsiyon görevlileri, avukat yardımcıları, şoförler, bina güvenlik görevlileri, fast food aşçıları, barmenler, kişisel finans uzmanlarıdır. Bununla birlikte gazeteciler, sanatçılar, avukatlar, ilkökul öğretmenleri ve doktorların işlerini kaybetme olasılığı %10'un altında kalmaktadır (World Economic Forum, 2018: 14).

Yenilikçilik Birliği (Innovation Union) ile ortaya konan hedef olan GSYİH'dan Ar-Ge için ayrılması öngörülen %3'lük paya ulaşılması durumunda 3,7 milyonluk istihdam yaratılması ve 2025 yılına gelindiğinde GSYİH'nın 800 milyon Avro düzeyinde artması beklenmektedir (Zagamé, 2010: 17).

Avrupa Birliği'nin girişimcilik ve inovasyon politikaları açısından önemli bir diğer belge ise, Avrupa Komisyonu tarafından 2022 yılında ortaya koyulan 2050'ye Doğru Avrupa'da Kaynaşma (Cohesion in Europe towards 2050) raporudur (European Commission, 2022). Söz konusu rapor kapsamında 2001 yılından bu yana, Avrupa ülkelerinin gelişmişlik düzeyi bakımından Avrupa Birliği'nin geri kalanına yetişmeye başladığı, buna göre kişi başına düşen GSYİH açığında önemli bir azalma görüldüğü, yüksek büyüme oranlarının özellikle istihdamın tarımdan daha yüksek katma değerli sektörlere kaydığı bir yapısal dönüşüm ile desteklendiği, bu bölgelerden bazılarının büyümeyi teşvik etmek için altyapı yatırımlarına ve düşük maliyetlere güvendiği hususları ortaya konmaktadır. Ancak, raporda ticarete konu sektörlerde, reel ücretlerin verimlilikten daha hızlı artması durumunda altyapı yatırımlarının getirisinin düşme ve düşük maliyet avantajlarının daralma riskine dikkat çekilmektedir. 2050'ye Doğru Avrupa'da Kaynaşma raporunda, gelecekte bir kalkınma tuzağına düşmemek için daha az gelişmiş bölgelerin eğitim ve öğretim faaliyetlerine yönelik kurumların kalitesini iyileştirmesi ve Ar-Ge ve inovasyon yatırımlarını artırması gerektiği ifade edilmektedir (European Commission, 2022). Bununla birlikte, Avrupa Birliği'nin 2050 vizyonunda

üye ülkeler arası ekonomik farklılıkları azaltmanın ve ülkeleri birbirine yakınlaştırmanın yolunun inovasyon olduğunun altı çizilmiştir.

Bilgi yoğun faaliyetlerde istihdam edilen birey sayısı bilgi ekonomisi içerisinde yenilik faaliyetlerinin sürdürülmesi açısından önem taşımaktadır. Nitelikli çalışan sayısı katma değer yaratan ürün ve hizmet üretiminde öncü bir rol oynamaktadır. Günümüzde bilgi, üretim süreçlerinde önemli bir ekonomik kaynak haline gelmiştir. Bilginin yaratılması, depolanması ve dağıtılması işlevleri bilgi yoğun faaliyetler kapsamında yerine getirilmektedir. Bu nedenle de bu alandaki performanslar ülkelerin ekonomik gelişmelerinin temel dinamiğidir. Startupların hayatta kalma başarısı kısmen uzun süreli olmamasından ötürü, içerisinde istihdam edilen bireylerin sayısı kesin olarak ispatlanamamaktadır. Bilgi yoğun faaliyetlerde istihdam edilen birey sayısı açısından Türkiye'nin diğer ülkelerin oldukça gerisinde kalmış olması, söz konusu faaliyetleri besleyen sektörlerin bulunduğu alanlarda ekonomik büyüme politikalarının geliştirmesi, istihdamı teşvik etmeye yönelik düzenlemelerin ortaya konması gibi hususlar bir zorunluluk olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Bu noktada, Türkiye'de uzman ve nitelikli bireylerin yetiştirilmesi ve istihdamının sağlanması konusunda istenilen düzeyin oldukça gerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu açığın kapatılmasında yükseköğretim kurumları, özel sektör, Ar-Ge merkezleri ve tasarım merkezleri, Teknoparklar, TÜBİTAK gibi kurumlara önemli görevler düşmektedir.

Üçüncü bölüm çerçevesinde tüm bahsedilenler doğrultusunda, Türkiye'nin girişimcilik politikaları açısından ortaya koyması gereken önemli düzenlemeler bulunmaktadır. Teşvik ve destekler açısından çeşitlilik mevcut olmakla birlikte girişimcilerin ihtiyaçlarını tam olarak karşılamayan destek unsurları mevcuttur. Bunların ihtiyaca cevap veren düzenlemeler ile değiştirilmesi önem taşımaktadır. Girişimcileri vergi ve bürokratik süreçler açısından rahatlatacak bir dizi önleme ihtiyaç duyulmaktadır. İlköğretim düzeyinden itibaren girişimcilik eğitiminin tüm müfredatlara dâhil edilmesi önemlidir. Ar-Ge harcamaları bakımından Türkiye'nin GSYİH'sı içerisinde bu alana ayırdığı pay diğer ülkelerin oldukça gerisinde olup acilen Ar-Ge harcamaları payını arttırması gerekmektedir. Girişimci yetiştirebilmek açısından bu durum olmazsa olmaz bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'nin başarılı rol modellerin sayısını

arttırması önem taşımakta olup bu da ancak bahsi geçen politika alanlarındaki eksikliklerin tamamlanması ile mümkün olacaktır. Tüm bu politikaların kurumsal düzeyde koordinasyonunu sağlayacak yapılara ihtiyaç duyulmaktadır. Yabancı girişimciler açısından girişim ve yatırım ortamının cazip hale getirilmesi hususları da son derece önem taşımaktadır.

## SONUÇ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Girişimcilik veya daha doğru bir ifadeyle katma değeri yüksek ürün ve hizmet odaklı ve teknoloji odaklı girişimcilik devletlerin yeni makroekonomi politikalarının temelini oluştururken girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmeyi amaçlayan politikaların ve bilgiye dayalı startupların oluşumunu destekleyen uygulamaların ortaya konması gündemin ana maddeleri arasında yer almaktadır. İnovasyonun, ekonomik büyümenin ve istihdamın temel anahtarı olarak görülmesi; risk sermayesi, bilginin ticarileştirmesi, Ar-Ge kapasitesini artırma gibi alanlarda politikaların ortaya konmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bilimsel bilgiyi ticarileştirmek için mevcut şirketler veya yeni startupların, yeni bilgiyi kullanması ve yeni ürünler, süreçler veya hizmetler yaratması için uygun ortamın sağlanması küresel rekabette ülkeleri öne geçirmektedir.

Girişimcilik politikalarının belirleyici unsurlarını, ekonomi içerisinde girişimcilerin ne kadar iş yarattığı, startupların büyük kurumsal şirketlere oranla daha inovatif olup olmadığı, vergi indirimlerinin girişimcileri teşvik edip etmediği, kadınların, engelliler ve mülteciler gibi dezavantajlı grupların girişimci olabilme fırsatları, bankaların yeni girişimcilere kredi verme kapasitesi ve sermaye kısıtlamalarının girişimciliğe başlamayı önemli ölçüde engelleyip engellemediği, kredi teminatlarının yeni girişimcilere kredi imkânları sağlamak konusunda ne ölçüde başarılı olduğu, hangi tür girişimlerin hayatta kalabildiği ve büyüyebildiği gibi başlıklar oluşturmaktadır. Ayrıca girişimciliğin ekonomik büyümeye yol açıp açmadığı, devletin girişimcileri ne ölçüde teşvik ettiği, yetenek ve motivasyonunun önünün açılması, erken yaşlardan itibaren girişimcilik konusunda farkındalık yaratacak bir eğitim sisteminin ortaya konması şeklinde sıralamak mümkündür. Tüm bu düzenlemelerin yanısıra geleneksel sermayedarların yeni nesil yatırımcılara dönüşebilmesi, teknoloji tabanlı girişimlerin küresel tekel çıkarabilme kabiliyetlerinin artırılması söz konusu politikalar kapsamında önem taşımaktadır. Hepsinin ötesinde girişimlerin, küçük işletmeler ile aynı olmadığı ve bu nedenle girişimcilik politikalarının da küçük işletmelere yönelik politikalarından farklı olması gerektiği vurgusu büyük önem taşımaktadır.



Girişimcilik her ne kadar serbest piyasa doktrinini çağrıştıran bir kavram olsa da girişimciliğin gelişmesi, önünün açılmasının temelinde teknoloji, girişimcilik ve yenilik alanında büyük kamu programlarının ortaya konması yatmaktadır.

Merkez-çevre ilişkileri ve tekel yaratma açısından değerlendirildiğinde ise, sahip olduğu teknoloji gücü ile dünya ekonomisinin gidişatına yönelik düzenlemeler üzerinde etkili olan ülkelerin “merkez”, bu kurallara uymak zorunda olan ülkelerin ise “çevre” şeklinde tanımlanmasından hareketle, merkez, yeni buluşları bilimsel düzeyde ortaya koymak ile sınırlı kalmamakta, yanısıra sanayiye uygulanmasını sağlayıp mal ve hizmetlere dönüştürmek suretiyle satış ve pazarlamasını yapabilmektedir. Kopyalamayı da patent hakları yoluyla ciddi yaptırımlara bağlamıştır. Merkezin gücü sahip olduğu teknolojik bilgi ile bu alandaki mallarının üretimini ve/veya bunlara ait teknik bilgiyi elinde tutmasına dayanmaktadır.

Merkez, yarattığı teknoloji aracılığıyla tekel gücü kullanma olanağına sahiptir. Şirketler, yeni teknolojiyi elde edinceye kadar sahip oldukları teknolojiyi diğer şirketlere aktarmamakta, böylece rekabeti önlemekte ve tekel rantını toplamaktadır. Ancak yeni teknolojiyi yaratınca eskisini farklı yollarla satmakta, çok uluslu şirket yatırımlarıyla dış dünyaya aktarmaktadır. Ayrıca günümüzdeki örneklere bakıldığında bir startup olarak başlayan ve süreç içerisinde dev bir teknoloji şirketi veya çok uluslu şirket haline gelmiş tüm şirketler uluslararası diplomasiyi de doğrudan etkileyebilmektedir. Çok uluslu şirketlerin buldukları çevre ülkelerden yatırımlarını çekerek yaptırımlar uygulamaları gibi örneklere tarihsel süreç içerisinde sık rastlanmaktadır. Sonuç olarak, teknolojiyi yaratan bu şirketlerin çıkış noktası da hiç şüphesiz girişimcilerden geçmektedir.

Teknoloji yaratan girişimcileri yetiştirmek, elde edilen teknoloji aracılığıyla küresel tekel oluşturmak, sahip olunan bilgi ve teknoloji aracılığıyla “Merkez” ülkelerden biri haline gelmek küresel rekabette öne geçmek isteyen ülkelerin temel hedefidir. Bu hedef, devletleri girişimcilik politikaları alanında önemli düzenlemeler yapmaya itmektedir.

Avrupa Birliği’ndeki duruma bakıldığında girişimcilik ve inovasyon politikaları bakımından 1990’lı yıllar itibarıyla ivme kazanan, Lizbon Stratejisi, Avrupa 2020 Stratejisi, Yenilikçilik Birliği, Açık Stratejik Özerklik, 2050’ye Doğru Avrupa’da Kaynaşma gibi strateji belgelerinde oldukça öne çıkan düzenlemelerin ve hedeflerin

ortaya konduğu görülmektedir. Günümüzde Avrupa Birliği, geleceğin girişimcilik ve inovasyonda olduğunu, tüm strateji belgelerinde ortaya koymuştur.

Türkiye’de de benzer şekilde girişimcilik ve inovasyon politikaları bakımından tarihsel süreç içerisinde kendine yer bulan, günümüze gelindiğinde ise ulusal strateji dokümanları ve politikalarda oldukça ivme kazandığı görülen bir farkındalık olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, gelişme göstermesi gereken öncelikli alanların olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye’de yasal yükümlülükler ve bürokratik süreçlerde ortaya çıkan belirsizlikler ve eksiklikler girişimciler için güven ortamının yeterli düzeyde sağlanamadığı sonucunu doğurmaktadır. Girişimcilik hiç şüphesiz ekonomik açıdan istikrar ve güvenin sağlandığı bir ortamda daha özendirici olacaktır. Mevzuat değişikliklerinin oldukça sık yapılması ve takibinin güçleşmesi, yeni şirket kuran ve ticari hayata ilk defa atılan girişimcileri oldukça zorlayan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konularda yeterli bilgi sahibi olmayan girişimcilerin hata yapma riskleri de bir o kadar artmaktadır. Dolayısıyla düzenlemelerin varlığı kadar değişim sıklığı ve sadeliği de önemlidir. Hollanda örneğindeki gibi girişimcilerin iş kurma süreçlerini kolaylaştırmaya yönelik danışmanlık desteği sunan merkezlerin varlığı bahsi geçen süreçlerin sorunsuz aşılabilmesi açısından önem taşımaktadır. Mevzuat kapsamında birbiri ile çelişen veya girişimcileri iki seçenektan birini tercih etmek zorunda bırakan sınırlayıcı düzenlemeler olduğu görülmektedir. Örneğin; Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından yayınlanan Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik kapsamında, melek yatırımcıların yatırım yapacakları şirketlerin anonim şirket olması gerekmektedir. Ancak Gelir Vergisi Kanunu kapsamında genç girişimcilere yönelik muafiyetlerden ise anonim şirketler yararlanamamaktadır. Bu tür birbiri ile çelişen düzenlemeler sonucunda girişimciler, desteklerin birinden vazgeçmek zorunda kalmaktadır. Özellikle kuruluş aşamasındaki girişimcilerin en çok ihtiyaç duyduğu hususun finansman olduğu da göz önünde tutulduğunda, girişimcilerin aynı anda birden fazla düzenlemeden yararlanabilmesi, gelecek vaat eden iş fikirlerinin finansman engeline takılmasını ortadan kaldıracaktır.

Finansmana erişim politikaları bakımından değerlendirme yapıldığında Türkiye’de girişimcilere fikir aşamasından uluslararasılaşma aşamasına kadar çok çeşitli teşvik ve desteklerin mevcut olduğu tespit edilmiştir. Ancak elde edilen bulgular doğrultusunda

söz konusu teşvik ve destekler girişimciler tarafından yetersiz bulunmaktadır. Ayrıca girişimcilerin çoğunun kendi girişim şirketini kurarken teşvik ve desteklerden yararlanmadığı tespit edilmiştir. Bu durum iki sonucu ortaya koymaktadır. Bunlardan birincisi teşvik ve desteklerin bilinirliğinin yeterli düzeyde olmaması, ikincisi ise teşvik ve desteklerin işlerliğinin yeterince etkin olmamasıdır. Teşvik ve desteklerin bilinirliğinin yeterli düzeyde olmaması, başvuru süreci ve desteği aldıktan sonra ortaya çıkan belgelendirme ve raporlama süreçlerinde ortaya çıkan bürokratik yükümlülükler girişimcileri zorlayabilmektedir. Türkiye’de birçok başvuru ve raporlama çevrimiçi olarak yapılsa da istenen belgeler, her bir raporlamanın belirli biçimlerde yapılması zorunluluğu girişimcilerin karşısına bürokratik bir yük olarak çıkmaktadır.

Özellikle girişimcilerin en az yararlandığı teşvik türünün Ar-Ge ve teknopark teşvikleri olması, ancak en çok ihtiyaç duydukları teşvik türü olarak da yine bu alana işaret etmeleri dikkat çekilmesi gereken bir husustur. Bu durum işlerliğin sorgulanmasına yol açmaktadır. Hiç şüphesiz Ar-Ge çalışmalarının yeterli düzeyde olmaması nedenlerden biridir. Bununla birlikte Ar-Ge yapan girişimcilerin yerine getirmesi gereken taahhütler yine bürokratik bir yük olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Ar-Ge desteklerinin özellikle ülke ekonomisi açısından stratejik olarak tanımlanacak sektör ve alanlarda daha etkin hale getirilmesi, potansiyeli yüksek sektörlerde katma değerli ürün ve hizmetlerin üretilmesinin önünü açacaktır. Teknoloji odaklı ekonomik büyüme stratejisinin benimsenmesi Türkiye için stratejik bir alandır.

Türkiye’de girişimcilere yönelik çeşitli destekler sunulmakla birlikte bu desteklerin girişimcilerin ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamadığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Teşvik ve desteklerin, finansmanın yanısıra danışmanlık, mentorluk ve bağlantılar gibi girişimcilerin ihtiyaç duyabileceği diğer alanlara yönelik içerikler barındırması hususu önem taşımaktadır. Bu anlamda İsveç’in uyguladığı danışmanlık hizmetlerinin teşvik paketi içerisinde etkin bir şekilde sunulması ve ayrıca kamu bürokrasisini azaltmak adına başvuruların yerel yönetimler aracılığıyla yürütülmesi yönündeki uygulamalarını iyi örnek olarak ele almak mümkündür. Türkiye’de girişimcilik politikaları bağlamında finansmana erişime yönelik uygulamalarda benzer düzenlemeler yapılması yararlı olacaktır.

Finansmana erişim politikalarının salt girişimciyi teşvik etmesi doğru değildir. Girişimcilik ekosisteminin diğer unsurları olan melek yatırımcıları, sermayedarları, mentorları da teşvik etmesi, etkin bir ekosistemin ortaya çıkması bakımından önem taşımaktadır. Türkiye’de melek yatırımcılığı teşvik eden düzenlemelerin mevzuatta yer aldığı görülmektedir. Ancak pratikte yine bürokratik yüklerden kaynaklanan melek yatırımcıların lisanslarını kullanarak vergi muafiyeti sağlamaya yönelik avantajlardan etkin bir şekilde yararlanmadığı görülmektedir. Risk sermayesi ve girişim sermayesine yönelik yasal düzenlemeler ise Türkiye’de oldukça yenidir. Bu durum Türkiye’nin bu alanda gelişme göstermesi gereken uzun bir yol olduğunu ortaya koymaktadır. Konuya ilişkin yasal düzenlemeler ortaya konmuş olmakla birlikte Türkiye’nin bu sistemi tamamlayıcı bir dizi politikayı daha hayata geçirmeye ihtiyacı vardır. Vergileri düşürmek, özel kaynaklara erişimi geliştirmek, araştırmalar için gerekli teknoloji transfer hızını geliştirmek, bölgelerin altyapı kalitelerini arttırmak, halka açık pazarları teşvik etmek, sistemi bürokratik yüklerden arındırmak, kısaca yatırımcıların yatırım yapma isteğini arttıracak düzenlemelere ihtiyaç vardır.

Melek yatırımcılık, risk sermayesi ve girişim sermayesi alanındaki mevcut düzenlemeleri etkin bir ekosistem yaratmak adına oldukça pozitif olarak yorumlamak mümkündür. Ancak bürokratik yükler, denetim zorunlulukları, başarılı iyi örneklerin henüz istenilen düzeyde olmaması, vergi rejimindeki belirsizlikler ve ekosistemi desteklemekten uzak mevzuat uygulamaları gibi hususlar sistemin önemli eksiklikleridir.

Ayrıca kurulan fonların veya gerçekleştirilen yatırımların başlangıç aşamasındaki girişimcilere etkin destek sunmakla birlikte ikinci ve sonraki tur yatırımlarda aynı etkinliği gösterememeleri girişimcilik ekosisteminin gelişmesinin önünde engel olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu düşünceden hareketle, yeni kurulacak fonlardan belirli bir kısmının odağında erken aşama girişimciler yerine büyüme aşamasındaki girişimcilerin konumlanması önem taşımakta olup Sermaye Piyasası Kurulu’nun bahsi geçen aşamadaki girişimcilere yatırımları özendirmeye yönelik düzenlemeler yapmasının önem taşıdığı değerlendirilmektedir.

Girişimcilerin finansmana erişimini desteklemek için yerel yönetim, kentlerdeki ekosistem kurumları ile işadamlarının bir araya geldiği şehir fonları kurulması

özendirilmelidir. Özel sektör-kamu sektörü işbirliğinde kurulacak olan söz konusu mekanizmalara aktarılacak fonlar bir yandan kentin kaynaklarının ulusal stratejilerle uyumlu olarak doğru girişimlere ulaşmasını sağlarken diğer yandan yasal düzenlemeler ve yükümlülükler konusunda girişimcilere danışmanlık hizmetleri sunabilecektir. Bu tür mekanizmalar, ekosistem aktörlerinin desteğini arkasına alan girişimcilerin hata yapma ihtimalini de minimize edecektir.

Türkiye’de teknoloji ödeneğinin yaratılması, teknoloji girişimcilerine hızlı, etkin yatırımların yapılabilmesi hususları önem taşımaktadır. ABD’nin teknoloji borsası olan NASDAQ’da Türkiye’den yer alan şirket sayısının artırılması hedeflenmeli, hatta uzun vadede Türkiye kendi teknoloji borsasını kurmalıdır.

Girişimcilerin yatırımcılara ulaşabilmesi için gerekli bağlantıları etkin bir şekilde sağlayacak mekanizmalar kurulması önem taşımaktadır. Bu mekanizmaların girişimcileri doğru yatırımcıya ulaştırma, fikrinin kopyalanmasını engelleme, yatırım süreçlerinde gerekli hukuki danışmanlığı sağlama gibi destekler sağlaması gerekmektedir.

Girişimciler ihtiyaç duydukları destek ve deneyim paylaşımını bulamadıklarında iş fikirlerinin ticarileşmesini, sonrasında da yatırım süreçleri gibi aşamaları doğru yürütememekte, böylece girişimin başarı ihtimali düşmektedir. Bu noktada mentorların girişimcilere sağlayacağı tecrübe ve bilgi paylaşımı önem taşımaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de yasal düzenlemeler açısından mentorlara yönelik avantajlar sunan düzenlemeler bulunmamaktadır. Tamamen gönüllülük esasına göre yürütülmekte olan mentorluk süreçlerinin özendirilmesi önem taşımaktadır. Melek yatırımcılar veya risk sermayesi/girişim sermayesi yatırımcılarına sunulan vergisel avantajlar gibi mentorlara yönelik çeşitli destekler tanımlanmalıdır.

Türkiye’de girişimcilerin karşısına çıkan bir diğer finansman zorluğu, erken aşama döneminde girişimcilerin kredilerden yeterince yararlanamamalarıdır. Girişimcilere düşük faizli, uzun vadede ödeme imkânı sunan krediler yaygınlaşmalı, iş fikrine destek olmak amacıyla bu tür krediler sadece belirli bir olgunluğa erişmiş şirketlere verilmemeli, bankalar risk yatırımcıları gibi belirli aşamalarda girişimcinin riskini üstlenerek erken aşama döneminde de girişimcilere kredi kullandırmalıdır.

Girişimcilerin uluslararası fonlara erişimleri de etkin hale getirilmelidir. Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, Dünya Bankası, Uluslararası Finans Kurumu gibi uluslararası fon sağlayıcıların girişimcilere sunduğu hibe programlarının bilinirliği arttırılmalı, ilgili resmi kurumlar üzerinden girişimciler ile söz konusu kurumlar arasında etkin iletişimi sağlayacak mekanizmalar oluşturulmalıdır.

Vergi ve bürokratik süreçler ile ticari ve profesyonel altyapıya yönelik politikalar kapsamında bir değerlendirme yapıldığında, bir ülkede küçük ve/veya orta boy bir işletmenin kurulması, gerekli inşaat için gerekli izinlerin alınması, elektrik bağlanmasının sağlanması, tapu işlemleri, krediye erişim, yatırımcının korunması, vergisel yükümlülüklerin yerine getirilmesi, sınır aşan ticaret usulleri, kontratların bağlayıcılığı, iflasların çözülmesi gibi alanlarda ülkelerin performansını ölçen Dünya Bankası İş Yapma Kolaylığı Endeksi raporuna göre Türkiye'nin 33. sırada yer alması önemli bir aşama kaydedildiğinin göstergesidir.

Türkiye'de girişimcilere fırsatlar sunan pazarların mevcut olduğu ve desteklendiği ulusal strateji kapsamında yer bulmuştur. Bununla birlikte girişimcilere fırsatlar sunan pazarların yeterli olmadığı yönündeki görüşler mevcuttur. Bu durum göstermektedir ki girişimcilerin bu pazarlara erişiminde sorunlar mevcuttur. Bu noktada girişimcilerin piyasaya giriş sürecinde iş kurma, yabancı girişimciler için çalışma ve oturma izinleri ile gayrimenkul ve vatandaşlık edinimi, iş yapma maliyetleri, vergisel ve hukuksal düzenlemeler, teşvik ve destekler, yatırım bölgeleri gibi konulardaki düzenlemelerin sadeleştirilmesi, bürokratik yükümlülüklerin hafifletilmesi ve bu konularda bilgiye erişim mekanizmalarının geliştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye'de girişimcilik alanındaki düzenlemeleri içeren tüm mevzuatın bu açıdan değerlendirilerek gözden geçirilmelidir. Ağır ilerleyen, insiyatif alınamayan, hantal işleyen yapılar girişimcilerin sürecin en başında vazgeçmesine yol açmaktadır. Bu da girişimcilik kültürünün oluşmasının karşısındaki en büyük engeldir.

Altyapıya yönelik bir diğer husus fikri ve sınai mülkiyet haklarına yönelik düzenlemelerdir. Fikri ve sınai mülkiyet haklarının yeterince korunmadığı ekonomilerde yüksek katma değerli ürün ve hizmetler sunulmamakta, bu da ekonomilerin ithalata olan bağımlılığını arttırmaktadır. Türkiye'de bu alanda yasal düzenlemeler mevcut

olmakla birlikte istatistiklere bakıldığında patent, ticari marka ve tasarım başvuruları açısından Türkiye oldukça geride kalmıştır. Bilgi ekonomisinin temeli olan patent, marka ve tasarım başvuruları açısından geride kalmak Türkiye'nin bu alanda büyük bir gelişme kaydetmesi gerektiği sonucunu ortaya koymaktadır. Örnekler incelendiğinde Türkiye, küresel bir marka yaratmak konusunda oldukça gerilerdedir. Girişimcilerin rekabet edebilmeleri, küresel pazarlara açılabilmesi için geliştirdikleri ürün ve hizmetlerin korunması büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda anlaşılabilir bir fikri ve sınai mülkiyet stratejisi ortaya konmalı, yapılan başvurularda istenen harç ve ücretler girişimcilerin karşılayabileceği ölçüde düşük tutulmalı, ayrıca küresel patent ağı girişimcilerin erişimine açılarak söz konusu patentlerde yer alan çözümler aracılığıyla girişimlerin bilgiyi transfer edebilmeleri sağlanmalıdır.

Girişimcilik eğitime yönelik politikalar bakımından değerlendirme yapıldığında Türkiye'de büyük eksiklikler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Eğitim müfredatı içerisinde girişimcilik bir ara disiplin olarak kendine yer bulmuştur. Bu konudaki temel kazanımlar bazı derslerle ilişkilendirilerek ve çoğunlukla seçmeli olarak verilmektedir. Bu nedenle Türkiye'de eğitim sisteminde köklü değişiklikler yapılmasına ihtiyaç vardır. Özellikle erken yaştan itibaren girişimcilik konusunda farkındalığın artırılması için girişimcilik derslerinin müfredata dâhil edilmesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, üniversitelerde ara disiplin olarak değil ön lisans veya lisans programı düzeyinde girişimcilik bölümlerinin açılması önem taşımaktadır. Üniversitelerin ana stratejilerinden biri girişimci yetiştirmek olmalıdır. Yine yüksek lisans ve doktora düzeyinde girişimcilik ve inovasyona programlarına yönelik anabilim dalı sayıları artırılmalıdır. Üniversiteler girişimcilik eğitimiyle öğrencilerini donatmanın yanı sıra bölgesel düzeyde ekonomik büyümeyi sağlayan yapılar haline dönüştürülmelidir. Bunun yolu da girişimciliği kariyer yolu olarak tercih eden, Ar-Ge faaliyetlerine yönelen ve teknoloji transfer eden yapılar ortaya konması ile mümkündür. Girişimci üniversite hedefi ile Ar-Ge merkezi, tasarım merkezi, teknoloji geliştirme bölgesi, teknoloji transfer ofisleri, girişimcilik ve inovasyon merkezleri gibi altyapıların etkinleştirilmesi Türkiye'nin öncelikli hedeflerinden olmalıdır. Bu noktada bu tür altyapıların devlet tarafından desteklenmesi hususu öne çıkmaktadır.

Türkiye’de ekosistem aktörlerinin birbiri ile etkileşimini arttıracak mekanizmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Girişimcilerin üniversiteler, mentorlar, yatırımcılar, teknoparklar, kuluçka merkezleri, teknoloji transfer ofisleri, sivil toplum kuruluşları ve kamu kurumlarına olduğu kadar küresel dijital pazarlara erişimini de kolaylaştıracak yapıların kurulması önem taşımaktadır.



## KAYNAKÇA

Actal-The Dutch Advisory Board on Regulatory Burden, <https://www.actal.nl/english/about-actal/> (27.12.2022).

Ács, Z.J., Szerb, L., Lafuente, E., Markus, G., (2021), *The Global Entrepreneurship Index Powered by GEDI*, [https://thegedi.org/wpcontent/uploads/2021/02/2019\\_GEI-2019\\_final\\_v2.pdf](https://thegedi.org/wpcontent/uploads/2021/02/2019_GEI-2019_final_v2.pdf) (27.12.2022).

Ağca, V., Kurt, M., (2007), İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Çerçeve, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29.

Altıparmak, A., (1998), Türkiye’de Cumhuriyetin İlk Yıllarında Müteşebbis Sınıfının Gelişimi. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 1(1), 65-80.

Amin, A., Malmberg, A., (1994), *Competing Structural and Institutional Influences on the Geography of Production in Europe*. Post-Fordism – A Reader. Oxford: Blackwell Publishers.

Anoruo, E., DiPietro W.R., (2006), Creativity, İnnovation, and Export Performance. *Journal of Policy Modeling*, 28(2), 133-139.

Antonizzi, J., Smuts, H., (2020), *The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review, Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*.

Aparicio, S., Urbano, D., Audretsch, D., (2016), Institutional Factors, Opportunity Entrepreneurship and Economic Growth: Panel data evidence, *Technological Forecasting and Social Change*, 102.

Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun. (2021). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5746.pdf> (27.12.2022).

Arıkan, M., (2004), *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Aşkın, A., Nehir, V., (2011), Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6, (2), 62-65.

Aulet, W., Murray, F., (2013), *A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences In The Types Of Entrepreneurship In The Economy*.

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. (2021). <https://www.avrupa.info.tr/tr/eeasnews/komisyon-acik-surdurulebilir-ve-atilgan-bir-ab-ticaret-stratejisi-icin-rotasiniciziyor> (27.12.2022).

Aydın, E., (2018), Girişim Sermayesi Yatırım Fon ve Ortaklıklarının Gelir Vergisi Ve Kurumlar Vergisi Bakımından Vergilendirilmesi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*. 37(2).

Aydın, E., Tan, F., (2020), Türkiye ve Avrupa’da Girişimcilik Eğilimi, *Karşılaştırmalı Analiz. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 35-46.

Aypek, N., (1998), *Sermaye Piyasası Aracı Olarak Risk Sermayesi ve Türk Sermaye Piyasasında Uygulanabilirliği*, KOSGEB Yayınları, Ankara.

Aytaç, D., (2015), Yeniliğin Finansmanı: Girişim Sermayesi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 16(1).

Aytaç, A., (2016), Dünya Girişimcilik Vizelerini Benimsedi. Peki, Biz Hala Neyi Bekliyoruz? *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı* (201604), 1-7.

Bakırtaş, H., Tekinşen, A., (2006), ‘E-ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri’, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 125-138, Konya.

Ballı, A., (2020), ‘Digital Entrepreneurship And Digital Entrepreneurship Approach In Turkey: Ankara Case ‘, (2), *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Ankara.

Başar, E., Altın, H., Doğan, V.,(2013), *Girişimcilik*. Genişletilmiş 2. Baskı, Nobel Akademi Yayıncılık, Ankara.

Bayram, F., (2012), Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahilik Teşkilatı ve Esnaf Loncaları. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* (21), 81-115.

Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik. (2021). <https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=17134&mevzuatTur=KurumVeKuruluyonetmeligi&mevzuatTertip=5> (27.12.2022).

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı. (2011). <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/presscenter/pressreleases/2021/02/UND-P-Model-Fabrika-ve-YenilikMerkezleri.html> (27.12.2022).

Büyükuslu, R., (2020), *Toplum 5.0 Süper Akıllı Toplum*, Der Yayınları, İstanbul.

Bogdanowicz, M., (2015), *Digital Entrepreneurship Barriers and Drivers the Need for a Specific Measurement Framework*. Joint Research Centre, 1-130.

Christensen, C., (2011), *The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business*. USA: HarperBusiness.

Council of the European Communities & Commission of the European Communities. (1992). Treaty on European Union (Maastricht Treaty). Luxembourg.

Commission of the European Communities. (1988). The Community and Business: The Action Programme For Small and Medium Sized Enterprises. Luxembourg.

Commission of the European Communities. (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*. Document based on COM(2003), 27 final.

Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. (2004). *Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship*. (COM (2004) 70 final).

Commission of the European Communities. (2008). A European Economic Recovery Plan. [https://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/pages/publication13504\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/economy_finance/publications/pages/publication13504_en.pdf) (27.12.2022)

Dannestam, T., (2004), The Theories and Politics of Entrepreneurial Cities - A Theoretical Summing Up and the Next Step Forward. Paper Presented at The 22nd Nordic Sociology Congress, Malmö.

Davidson, E., Vaast, E., (2010), Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. In 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences. IEEE.

Denanyoh, R., Adjei, K., Nyemekye, E., (2015), *Factors That Impact on Entrepreneurial Intention of Tertiary Students in Ghana*. International Journal of Business and Social Research, 5(3), 19-27.

Digital Economy and Society Index, (2022), <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi> (01.03.2022).

Drucker, P. F. (2000). *21. Yüzyıl için Yönetim Tartışmaları*. (İ. Bahçivangil ve G. Gorbon, Çev.). İstanbul: Epsilon Yayınları.

Dutot, V., Van Horne, C., (2015), *Digital Entrepreneurship Intention In a Developed vs. Emerging Country: An Exploratory Study in France and the UAE*, (7), Transnational Corporations Review, 7(1), Ottawa.

EIDAS Regulation, 2014, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L\\_.2014.257.01.0073.01.ENG](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2014.257.01.0073.01.ENG) (08.03.2022).

Elia, G., Gatti, L., Margherita, A., (2020), The Genome of Digital Entrepreneurship: A Descriptive Framework, *Innovative Entrepreneurship in Action From High-Tech to Digital Entrepreneurship*, 7-26, Springer.

Er, B., Şahin, Y., Mutlu, M., (2015), Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1(1).

Ergen, M., (2018), *Girişimci Kapital: Silikon Vadisi Tarihi ve Startup Ekonomisi*. Alfa Yayınları.

EU Fi-Compass, (2021), <https://www.fi-compass.eu/financial-instruments/croatia> (27.12.2022).

EUR-Lex, (2000), Lifelong Learning. Lifelong Learning: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Ac11047> (27.12.2022).

Eur-Lex, (2021), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3An26025> (27.12.2022).

Euronews, (2021), <https://www.euronews.com/2021/10/06/free-zones-and-newvisas-attract-startups-entrepreneurs> (06.10.2021).

European Charter for Small Enterprises, (2021), European Charter for Small Enterprises. [http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise\\_policy/charter/charter\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/charter/charter_en.pdf) (27.12.2022).

European Commission, (1996), Integrated Programme for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) and the Craft Sector - The Multiannual Programme, Concerted Actions and Other Community Actions in Support of SMEs. Communication from the Commission(COM/96/0329 final).

European Commission, (1997), European Employment Strategy. European Employment Strategy: [https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=101&langId=en#:~:text=The%20European%20employment%20strategy%20\(EES,better%20jobs%20throughout%20the%20EU](https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=101&langId=en#:~:text=The%20European%20employment%20strategy%20(EES,better%20jobs%20throughout%20the%20EU) (27.12.2022).

European Commission, (1998), Action Plan to Promote Entrepreneurship and Competitiveness (COM (1998) 550) . [http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise\\_policy/best/doc/actionplan\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/best/doc/actionplan_en.pdf) (27.12.2022).

European Commission, (2008), Think small first: A ‘small business act’ for Europe. <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aet0001> (27.12.2022).

European Commission, (2010a), Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf> (27.12.2022).

European Commission, (2014), Horizon 2020. [https://ec.europa.eu/info/researchand-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-opencalls/horizon-2020\\_en](https://ec.europa.eu/info/researchand-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-opencalls/horizon-2020_en) (27.12.2022).

European Commission, (2020a), Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee, and the Committee of the Regions: An SME Strategy for a Sustainable and Digital Europe. Brussels: European Commission.

European Business Angels Network-EBAN, (2019), EBAN Statistics Compendium European Early Stage Market Statistics. <https://www.eban.org/wp-content/uploads/2020/12/EBAN-Statistics-Compendium-2019.pdf> (27.12.2022).

European Business Angels Network-EBAN, (2020), EBAN Investing Report 2020. <https://www.eban.org/wpcontent/uploads/2020/12/EBANIMPACTINVESTING2020-INFOGRAPHIC.pdf> (27.12.2022).

European Commission-Eurobarometer, (2020), SMEs, Start-ups, Scale-Ups, and Entrepreneurship. European Union.

European Commission-School Education Gateway: The Netherlands, (2021), Entrepreneurship Education in the Netherlands. [https://www.schooleducationgateway.eu/downloads/entrepreneurship/Netherlands\\_151022.pdf](https://www.schooleducationgateway.eu/downloads/entrepreneurship/Netherlands_151022.pdf) (27.12.2022).

European Commission, (2010a), Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf> (27.12.2022).

European Commission, (2010b), *Yeşil Kitap: Avrupa'da Girişimcilik*. Brüksel: Enterprise Publications.

European Commission, (2020b), Horizon Europe. Horizon Europe: [https://ec.europa.eu/info/researchandinnovation/funding/fundingopportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe\\_en](https://ec.europa.eu/info/researchandinnovation/funding/fundingopportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en) (27.12.2022).

European Commission, (2021a), European Innovation Scoreboard 2021. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

European Commission, (2021b), Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs: [https://ec.europa.eu/growth/index\\_en](https://ec.europa.eu/growth/index_en) (27.12.2022).

European Commission, (2021c), European Employment Strategy. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=101&langId=en> (27.12.2022).

European Commission, (2021e), Open Strategic Autonomy. Open Strategic Autonomy: [https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2021/february/tradoc\\_159434.pdf](https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2021/february/tradoc_159434.pdf) (27.12.2022).

European Commission, (2022), Cohesion In Europe Towards 2050. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

European Commission Joint Research Centre, (2021), Sharing & Securing The EU's Open Strategic Autonomy by 2040 and Beyond . Luxembourg : Publications Office of the European Union.

European Council, (2000), Council Decision of 20 December 2000 on a Multiannual Programme for Enterprise and Entrepreneurship, and in particular for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) (2001-2005). Official Journal, 2000/819/EC(L 333/84 ), 84-91.

European Council, (2021), Lizbon Avrupa Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyi Sonuçları. [http://europa.eu.int/ISPO/docs/services/docs/2000/janmarch/doc\\_00\\_8\\_en.pdf](http://europa.eu.int/ISPO/docs/services/docs/2000/janmarch/doc_00_8_en.pdf) (27.12.2022).

Europe's Digital Decad: Digital Targets for 2030, (2022), [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en) (07.03.2022).

European Parliament, (2010), The Lisbon Strategy 2000 - 2010: An Analysis and Evaluation of the Methods Used and Results Achieved. Brussels: Directorate General for Internal Policies.

Friederici, N., (2019), *Innovation Hubs in Africa: What Do They Really Do for Digital Entrepreneurs?*, The Digital entrepreneurship in sub-Saharan Africa, 9-28, Palgrave Macmillan, Cham.

Genç Başarı Eğitim Vakfı. (2021). <https://www.genctasari.org> (27.12.2022).

Geroski, P., Jacquemin, A., (1989), Industrial Change, Barriers to Mobility and European Industrial Policy. A. Jacquemin ve A. Sapir (Ed), The European Internal Market (s. 298-333). Oxford: Oxford University Press.

Giones, F., Brem, A., (2017), *Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda*. Technology Innovation Management Review, 7(5), 44-51.

Girişim Sermayesi Yatırım Fonlarına İlişkin Esaslar Tebliği, (2021), <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/10/20201009-16.htm> (27.12.2022).

Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği, (2021), <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/10/20131009-15.htm> (27.12.2022).

Gold, J. R., Ward, V., (1994), Place Promotion . Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions. Chichester.

Government Information for Entrepreneurs, (2021a), Dutch Startup Visa. <https://business.gov.nl/coming-to-the-netherlands/permits-and-visa/startup-visa/> (27.12.2022).

Government Information for Entrepreneurs, (2021b), Government Information for Entrepreneurs. <https://business.gov.nl/startinyourbusiness/variousstartingpoints/information-for-student-entrepreneurs/> (05.11.2021).

Government Information for Entrepreneurs, (2021c), Innovation Credit Scheme. <https://business.gov.nl/>: <https://business.gov.nl/subsidy/innovation-credit-scheme/> (27.12.2022).

Government Information for Entrepreneurs. (2021d). Startup Box. <https://business.gov.nl/startupbox/> (04.07.2021).



Government of the Netherlands, (2022), Government of the Netherlands-Enterprise and Innovation.: <https://www.government.nl/topics/enterprise-and-innovation/the-government-supports-entrepreneurs> (27.12.2022).

Government Offices of Sweden, (2021), Government Offices of Sweden. <https://www.government.se/government-agencies/#2074> (04.07.2021).

Government Offices of Sweden, (2021), Education and research. <https://www.government.se/government-policy/education-and-research/> (04.07.2021).

Governo Italiano-Ministry of Economic Development, (2021), <https://www.mise.gov.it/index.php/en/202-news-english/index.php/en/202-newsenglish/2039540-incentivi-gov-it-reasoned-vademecum-of-development-incentives> (27.12.2022).

Göçer, İ., (2013), Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı, *Dış Ticaret Dengesi ve Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri. Maliye Dergisi* (165), 215-240.

Güney, S., (2015). Girişimcilik-Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. 4. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Guthrie, C., (2014), The Digital Factory: A Hands-on Learning Project in Digital Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.

Gümüş, N., (2020), Z Kuşağı Tüketicilerin Satın Alma Karar Tarzlarının İncelenmesi, *58(15)*, 13, İstanbul.

Gümüştekin, T., (2012), Bilgi Toplumu Yolunda Avrupa Birliği. *Bilgi Toplumu Yolunda Avrupa Birliği*: [http://www.bilgicagi.com/Yazilar/2637-bilgi\\_toplumu\\_yolunda\\_avrupa\\_birligi.aspx](http://www.bilgicagi.com/Yazilar/2637-bilgi_toplumu_yolunda_avrupa_birligi.aspx) (10.10.2021).

Habertürk, (2020), <https://www.haberturk.com/dunya/haber/1086549-zuckerbermukaddime-kitabini-tavsiye-etti> (27.12.2022).

Haltiwanger, J.C., Jarmin, R., Miranda, J., (2010), Who Creates Jobs? Small vs. Large vs. Young. NBER Working Paper.

Harvey, D., (1989), From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler*, 71(1), 3-17.

Hazine ve Maliye Bakanlığı, (2019), BKS İlerleme Raporu 2019. Ankara: Hazine ve Maliye Bakanlığı.

Hisrich, R., Danire, M., Peters, M., (1998), *Entrepreneurship*, Irwin Mc Graw Hill.

Hofstede, G., (1983), *National Cultures in Four Dimensions*. A Research-Based Theory Of Cultural Differences Among Nations. *International Studies of Management & Organization*, 12(13), 46-74.

Hubbard, P., Hall, T., (1998), The Entrepreneurial City and the New Urban Politics. The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regime and Representation. Chichester.

Hull, E.; Hung, Y.; Hair, N.; Perotti, V.; DeMartino, R., (2007), *Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship*. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4,3.

ILO, (2022), World Employment and Social Outlook, <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/trends2022/lang--en/index.htm> (15.10.2022).

Interreg Central Europe-European Union European Regional Development Fund, (2022), Interreg Central Europe-European Union European Regional Development Fund. <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/ASP---Ministry-of-EconomyEntrepreneurship-and-Crafts.html> (27.12.2022).

Işık, N., Kılınç, E., (2016), İnovasyon-Temelli Ekonomi: Seçilmiş Ülkeler Üzerine Bir Uygulama, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 13-28.

Italia Ministry of Economic Development, (2021), <http://italiastartupvisa.mise.gov.it/> (30.11.2021).

İktisadi Kalkınma Vakfı, (2021a), Avrupa Birliği Temel Politika Alanları: Araştırma ve İnovasyon. ([https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust\\_id=31&id=224](https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=31&id=224) (27.12.2022)).

İrmiş, A., İbrahim, D., Lütfiye Ö., (2010), *Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*, Ekin Kitabevi,1.B., Bursa.

Jacobs, J., (1969), *The Economy of Cities*. ABD: Vintage Books.

Jaumotte, P., (2005), “Innovation in the Business Sector”. OECD Economics Department Working Papers, Florence.

Jelonek, D., (2015), *The Role of Open Innovations in the Development of Entrepreneurship*. Procedia Computer Science.

Jessop, B., Sum, N., (2001), An Entrepreneurial City in Action: Hong Kong’s Emerging Strategies in and for (Inter-)Urban Competition. <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/soc045rj.html> (27.12.2022).

Johnson, B. R., (1990), Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14.

Judt, T., (2010), *III Fares the Land* . New York: Penguin Press.

Kasalak, K., (2012), Teşvik-i Sanayi Kanunları ve Türkiye’de Sanayileşmeye Etkileri. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi* (27), 65-79.

Kayıhan Ş.,Yıldız H., (2004), *Elektronik Ticaretin Hukuki ve Vergi Boyutu*. 1. Baskı. Ankara, Seçkin Yayıncılık.

Kempf, K., (2013), Collection Development In The Digital Age. *JLIS. it: Italian Journal of Library, Archives and Information Science. Rivista italiana di biblioteconomia, archivistica e scienza dell'informazione*, 4(2), 267-273.

Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E., Ay, A., (2017), Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Üzerinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Dışa Açıklığın Etkisi: Gelişmekte Olan Ülkelerde Panel Veri Analizi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 18(1), 63-78.

Kişİ, N., (2018), “Dijital Çağda Yeni Bir Girişimcilik Yaklaşımı: Dijital Girişimcilik”,

*Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 389-399.

Kollman, T., (2006), *What is E-entrepreneurship? Fundamentals of Company Founding in the Net Economy*. *Int. J. Technology Management*, 33(4), 322-340.

Konak, A., (2018), Yüksek Teknoloji İçeren Ürün İhracatının İhracat Hacmi ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi; Seçilmiş OECD Ülkeleri ve Türkiye Örneği. *Yönetim, Ekonomi, Edebiyat, İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 3(2), 56-80.

Küçük, O., (2005), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Kurtaran, A., (2009), Doğrudan Yabancı Yatırım Kararları ve Belirleyicileri.

Le Dinh, T., Vu, M. C., Ayayi, A., (2018), Towards a Living Lab for Promoting the Digital Entrepreneurship Process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17.

Lee, J-W., Hong, K., (2010), Economic growth in Asia: Determinants and prospects. Manila: Asian Development Bank Economics Working Paper Series, 220, 1-30.

Lucas, R., (1988), On the Mechanics of Economic Growth, 22.

Mankiw, G., (1989), Real Business Cycles: A New Keynesian Perspective. *Journal of Economic Perspectives*, 3(3), 79-80.

Mazzucato, M., (2021), *Girişimci Devlet: Kamu Sektörü-Özel Sektör Karşılıklı Masalının Çürütülmesi*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

McLelland, D., (2010), *The Achieving Society*. USA: Martino Fine Books.

McKinsey, A., (2020), Shaping the digital transformation in Europe.

Ministarstvo Poduzetništva i Obrta, (2022), *Ministarstvo Poduzetništva i Obrta*. *Ministarstvo Poduzetništva i Obrta*: <http://minpo.hr/> (27.12.2022).

Morrison, A., (2000), *Entrepreneurship: What Triggers It?*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(2), 59-71.

Nassif J., Ghobril A., Silva N.,(2010),*Understanding the entrepreneurial process: A Dynamic Approach*, (2), Brazilian Administration Review, Maringá.

Nutek, (2021), <http://www.nutek.se/> (.27.12.2022).

OECD (2015). Data-driven innovation: big data for growth and well-being, OECD Publishing, Paris.

OECD, (2015), Frascati Manual 2015: Guidelines For Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development. Paris: OECD Publishing.

OECD, (2015), Frascati Manual 2015. Temmuz 2020 tarihinde Frascati Manual 2015: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239012-en>

OECD, (2016), Supporting Youth Entrepreneurship in Italy: A Review of Policies and Programmes.

Oran, B., (2004), *Türk Dış Politikası: Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar*. (10. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.

Özer, M., Çiftçi, N., (2009), AR-GE Harcamaları İle İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 39-50.

Özbek, A., Esmer, Y., Şaylan, O., (2020), ‘‘Türk Hazır Giyim İşletmeleri Ve Türk Moda Tasarımcılarına Yönelik Bir E-Girişimcilik Model Önerisi’’, *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 182- 195.

Ökçün, A., (1997), *Türkiye İktisat Kongresi 1923-İzmir Haberler- BelgelerYorumlar*, 2(4), Ankara.

Özyer, K., (2021), ‘‘Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Girişimcilik ‘‘ *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*,4 (1), 84-86, İstanbul.

Pandey, R., Sharif, M., (2020), Study on Digital Entrepreneurship. International Multidisciplinary Conference in, Technology, Business, Management & Liberal Arts, MTC Global, 190-197.

Painter, J., (1998), *Entrepreneurs are Made, Not Born: Learning and Urban Regimes in the Production of Entrepreneurial Cities. The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regime and Representation.* Chichester.

Perez, C., (2002), *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages.* Cheltenham: Edward Elgar.

Polanyi, K., (2000), *Büyük Dönüşüm: Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri,* İletişim Yayınevi, İstanbul.

Parker, G., Van Alstyne, W., Choudary, P., (2016), *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming The Economy And How to Make Them Work For You.* WW Norton & Company.

Pourhossein, M., Omran, K., (2014), *The Role of E-entrepreneurship In The Net Economy of Developed and Developing Countries.* Chapter of the Arabian Journal of Business and Management, Review 3 (11A), 48, Kuwait.

Rashidi, R., Yousefpour, S., Sani, Y., Rezaei, S., (2013), *Presenting a Butterfly Ecosystem For Digital Entrepreneurship Development In Knowledge Age,* In 2013 7th International Conference on Application of Information and Communication Technologies, IEEE.

Reich, R., (1992), *The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism.* New York: Vintage Books.

Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., Giselbrecht, C., (2017), *Digital Entrepreneurship: Innovative Business Models for the Sharing Economy.* Creativity and Innovation Management, 26(3), 300-310.

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, (2022), <https://www.rvo.nl/> (10.02.2022).

Recker, J., Briel, F., (2019), *The Future of Digital Entrepreneurship Research: Existing and Emerging Opportunities.*

Resmi Gazete, (2022), Resmi Gazete. Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/04/20220420-9.pdf> (10.03.2022).

Resmi Gazete, (2021), 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu. 2021 tarihinde 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/03/20140312-2.htm> (27.12.2022).

Romer, P., (1990), *Endogenous Technological Change*, 98,(2).

Sermaye Piyasası Kurulu, (2021), Sermaye Piyasası Kurulu. <https://www.spk.gov.tr/Sayfa/AltSayfa/206> (27.12.2022).

Sahut, M., Iandoli, L., Teulon, F., (2019), *The Age of Digital Entrepreneurship*. Small Business Economics.

Soyak, A., (2005), Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları: Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve GOÜ'ler Açısından Önemi. *Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi*, (1).

Start Business by Linné Innovation AB, (2021), <https://www.startbusiness.se/howto-start-your-business-in-sweden.html> (27.12.2022).

Startup Europe Partnership, (2022), Startup Europe Partnership. Startup Europe Partnership: <https://startupeuropepartnership.eu/> (04.02.2022).

Strangelove, M., (2005), *The Empire of Mind: Digital Piracy and the Anti-Capitalist Movement*. Canada: University of Toronto Press.

Stone, C., (2005), *Design as a Tool For Leadership And Social Change*. Human Ecology, 32(3).

Sussan, F., Acs, J., (2017), The Digital Entrepreneurial Ecosystem. Small Business Economics, 49(1).

Şentürk, M.,(2013),“Gelir ve Kurumlar Vergisi Açısından E-ticaret”. *Vergi Sorunları Dergisi*, 293(2), 24-34.

Tekin, İ., Küsbeci, P., (2021), ‘‘Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Girişimcilik’’, *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 81-102.

T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, (2021), Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Programı (CIP). Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Programı (CIP), <https://www.ab.gov.tr/46035.html> (27.12.2022).

T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, (2021), <https://www.kosgeb.gov.tr/> (27.12.2022).

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, (2019), T.C. Milli Eğitim Bakanlığı 2019-2023 Stratejik Planı. [http://sgb.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/2019\\_12/31105532\\_Milli\\_EYitim\\_Ba kanlYYY\\_2019-2023\\_Stratejik\\_PlanY\\_\\_31.12.pdf](http://sgb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2019_12/31105532_Milli_EYitim_Ba kanlYYY_2019-2023_Stratejik_PlanY__31.12.pdf) (27.12.2022).

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, (2021), 2023 Eğitim Vizyonu: Mutlu Çocuklar Güçlü Türkiye. 2023 Eğitim Vizyonu: Mutlu Çocuklar Güçlü Türkiye: [http://2023vizyonu.meb.gov.tr/doc/2023\\_EGITIM\\_VIZYONU.pdf](http://2023vizyonu.meb.gov.tr/doc/2023_EGITIM_VIZYONU.pdf) (27.12.2022).

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2021a), <https://www.sanayi.gov.tr/> (27.12.2022).

T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2019), 100. Yıl Türkiye Planı - On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). Ankara: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı.

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu, (2021), <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4691.pdf> (27.12.2022).

T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2018), On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Bilgi ve İletişim Teknolojileri Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.

Tilson, D., Lyytinen, K., Sørensen, C., (2010), Research Commentary—Digital Infrastructures: The Missing IS Research Agenda. *Inf. Syst. Res.*

Timmons, A., Zacharakis, A., Spinelli, S., (2004), *Business Plans That Work, a Guide For Small Business*. The McGraw-Hill Companies, New York.



Treaty of Amsterdam Amending the Treaty on European Union, the Treaties Establishing the European Communities and Certain Related Acts, (1997), Official Journal(C:340 ), 0001 - 0144. <https://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/treaty-of-amsterdam> (27.12.2022).

Tripathi, R., (2017), Good Governance: Origin, Importance And Development In India. International Journal of Development Research, 7 (11), 169-179.

Toffler, A., (1970), Future Shock. ABD: Bantam Books.

Tusiad, (2022), E-ticaretin Öne Çıkan Başarısı,Tüketici Davranışlarında Değişim ve Dijitalleşme Raporuna, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/consulting/E-ticaretin-one-cikan-basarisi-2022.pdf> (05.12.2022)

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, (2021), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu: <https://www.tubitak.gov.tr/> (27.12.2022).

UNESCO Institute for Lifelong Learning, (2000), UNESCO Institute for Lifelong Learning. UNESCO Institute for Lifelong Learning: <https://uil.unesco.org/document/europeancommunitiesmemorandumlifelonglearningissued2000#:~:text=This%20Memorandum%20takes%20up%20the,of%20public%20and%20private%20life> (27.12.2022).

Ülger, Ö., Durgun, Ö., (2017), Seçilmiş OECD Ülkelerinde Ar-Ge Harcamalarının Büyüme Üzerine Etkileri. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4).

Ürper, Y., Tosunoğlu, T. B., Kağnoğlu, H., Başar, M., Demirci, E. A., Sağlam, N., (2014), *Girişimcilik ve İş Kurma*. Anadolu Üniversitesi A.Ö.F Yayınları, Yayın No:1525, Eskişehir.

T.C. Resmî Gazete, (2013), Bireysel katılım sermayesi hakkında yönetmelik, 15.02.2013, Sayı:28560.

Vorbach, S., Poandl, M., Korajman, I., (2019), ‘Digital Entrepreneurship Education: The Role of Moocs ‘. International Journal of Engineering Pedagogy 9 (3).

Wang, H., Feng, J., Zhang, H., Li, X., (2020), *The Effect of Digital Transformation Strategy on Performance*, International Journal of Conflict Management.

Weber, M., (1999), *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. Z. Gürata, (Çev.) Ankara: Ayraç Yayınları.

Welsum, D., (2016), Enabling digital entrepreneurs, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23646/WDR16-BP-Enabling-digitalentrepreneurs-DWELSUM.pdf?sequence=1> (02.10.2022).

World Bank Group, (2020), *Doing Business 2020*, Washington: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.

World Bank, (2021), [https://tcddata360.worldbank.org/indicators/gci?country=NLD&indicator=632&countries=SWE,TUR,HRV,ITA&viz=line\\_chart&years=2007,2017](https://tcddata360.worldbank.org/indicators/gci?country=NLD&indicator=632&countries=SWE,TUR,HRV,ITA&viz=line_chart&years=2007,2017) (27.12.2022).

World Bank, (2022), *World Bank - High Technology Exports*, World Bank - High Technology Exports: <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.MF.ZS> (27.12.2022).

Vural, M., Çavuş, Ş., (2017), ‘Elektronik Girişimcilik Ve Kırgızistan'da Uygulanma Olanakları’, *Akademik Bakış Dergisi*, 59, 52-64, İstanbul.

Yaghoubi, M., Salehi, M., Eftekharian, A., Samipourgiri, E., (2012), Identification of the Effective Structural Factors on Creating and Developing Digital Entrepreneurship in the Agricultural Sector. *African Journal of Agricultural Research* 7 (6).

Yıldırım, C., Kaya, D.G., (2019), Ar-Ge Harcamalarının Gelişimi: TR-AB Üzerine Bir Değerlendirme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(3), 791-812.

Yüksel, M., (2000), Yönetim Kavramı Üzerine, *Ankara Barosu Dergisi*, 58 (3), 145-159.

Zagamé, P., (2010 ), The Cost of a Non-innovative Europe. The Cost of a Noninnovative Europe: [http://ec.europa.eu/research/socialsciences/policybriefsresearch\\_achievements\\_en.html](http://ec.europa.eu/research/socialsciences/policybriefsresearch_achievements_en.html) (27.12.2022).

Zhao, R., Frese, M., (2010), *Cross-country Differences in Entrepreneurial Activity: The Role of National Cultural Practice and Economic Wealth*. *Frontiers of Business Research in China*, 6(4).

Zincir, O., Ünal, A., Erdal, M., (2017), Lean and Digital: A Case Study on Procurement and Supply Chain Professionals' Online Social Network. *In Key Challenges and Opportunities in Web Entrepreneurship*, 79-102.

2030 Policy Programme “Path to the Digital Decade, (2021), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0574> (02.03.2022).