



# GAZIANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



## Araştırma Makalesi • Research Article

### Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli: Demografi, Beşerî Sermaye ve Mekân

*The Entrepreneurial Potential of the Creative Class: Demography, Human Capital and Space*

Nuri YAVAN<sup>a\*</sup> Mehmet CANSIZ<sup>b</sup> Neval KARANFİL<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Ankara / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0002-6752-6598

<sup>b</sup> Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Nevşehir / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0002-8586-5171

<sup>c</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Nevşehir / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0002-9220-0397

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 1 Temmuz 2023

Kabul tarihi: 17 Temmuz 2023

*Anahtar Kelimeler:*

Yaratıcı sınıf,

Girişimcilik potansiyeli,

Ar-Ge çalışanları,

Ekonomik coğrafya,

Türkiye.

#### ÖZ

Florida'nın yaratıcı sınıf yaklaşımının kentsel ve bölgesel kalkınma alanındaki geçerliliğini çeşitli ülkelerde analiz eden birçok araştırma bulunmasına rağmen, teorinin girişimcilik boyutunu Türkiye bağlamında inceleyen herhangi bir araştırma bulunmamaktadır. Bu bağlamda bu çalışma bilgiye dayalı ekonomiye geçiş sürecindeki Türkiye'nin sanayi ve teknoloji bölgelerinde Ar-Ge personeli olarak çalışan yaratıcı sınıfın girişimcilik algısını ve potansiyelini analiz etmektedir. Bu kapsamda çalışma yaratıcı sınıfın girişimcilik eğilimi olarak demografik özelliklerine, beşerî sermaye niteliklerine ve mekân boyutuna odaklanmaktadır. Karma araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada, veriler Türkiye'nin 14 büyük ilinde faaliyet gösteren 1352 Ar-Ge çalışanı ile anket, bunların içinden 255 Ar-Ge çalışanı ile de eş zamanlı mülakat yapılarak toplanmıştır. Elde edilen nicel veriler SPSS programıyla nitel veriler de MAXQDA yazılımıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları Ar-Ge çalışanı yaratıcı sınıfın girişimciliği ağırlıklı olarak kişilik özellikler ve bireysel çaba üzerinden tanımladığını, bu doğrultuda girişimcilik algısının ve girişimcilik deneyimlerinin kendilerini gelecekte girişimci olabilecek yeterlilikte görüp görmedikleri üzerinde etkili olduğuna işaret etmektedir. Geçmişte girişimcilik deneyimi bulunan ve devlet desteğinden faydalanan katılımcıların gelecekte girişimci olmaya olumlu yaklaşımları söylenebilir. Ayrıca yaratıcı sınıf çalışmaları iş bölgeleri ile yaşadıkları kentlerin sahip olduğu olanakların girişimcilik üzerinde etkili olduğu ve söz konusu mekânların Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik potansiyelini desteklediği görülmektedir. Çalışmanın sonuçları, Ar-Ge çalışanlarının sahip oldukları deneyim, olanaklar, beşerî sermaye ve kişilik özellikleri doğrultusunda, gelecekte girişimci olma potansiyeli çok yüksek bir yaratıcı sınıf olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, Türkiye girişimcilik ekosistemi için büyük potansiyel teşkil eden Ar-Ge çalışanlarının girişimciliğinin kamu politika ve uygulamaları tarafından öncelikle teşvik edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

#### ARTICLE INFO

*Article History:*

Received: July 1, 2023

Accepted: July 17, 2023

*Keywords:*

Creative class,

Entrepreneurial potential,

R&D employees,

Economic geography,

Turkey.

#### ABSTRACT

Despite numerous studies examining the validity of Florida's creative class approach in the field of urban and regional development, no research on the entrepreneurial part of this theory has been conducted in Turkey. In this context, this study analyzes the entrepreneurial potential of the creative class working as R&D employees in technoparks and industrial park in Turkey. The study focuses on the creative class's demographic characteristics, human capital capabilities, and spatial features as entrepreneurial tendencies. Using a mixed research method, a survey was conducted with 1352 R&D employees operating in 14 major provinces of Turkey and 255 R&D employees were interviewed simultaneously. The data obtained were analyzed using MAXQDA and SPSS software. The findings show that R&D employees define entrepreneurship primarily in terms of personal traits and effort; their perception of entrepreneurship and entrepreneurial experience influence whether they regard themselves as capable of becoming entrepreneurs in the future. Participants who have prior entrepreneurial experience and receive government support have a more optimistic attitude toward becoming an entrepreneur in the future. Additionally, it is evident that the characteristics of the cities and business regions where the creative class lives and works have an impact on entrepreneurship and that these locations enhance the entrepreneurial potential of R&D professionals. Based on R&D employees' experience, opportunity, human capital, and personality traits, the final results reveal that there is a creative class with a very high potential to be entrepreneurs in the future. This conclusion indicates that R&D employee entrepreneurship, which has a high potential for the Turkish entrepreneurship ecosystem, should be promoted primarily through public policies and practices.

\* Sorumlu yazar/Corresponding author.

e-posta: [nuri.yavan@ankara.edu.tr](mailto:nuri.yavan@ankara.edu.tr)

## EXTENDED ABSTRACT

One of the most important transformations in the transition from the industrial society to the knowledge society is the emergence of the creative class as a new working class that will ensure the realization of activities such as the production, management, commercialization and presentation of knowledge to the consumer (Florida, 2002a). Today, the creative class stands out not only as employees but also as entrepreneurs. Focusing on technological development, this class directly uses the human mind as a production power (Bell, 1973; Castells, 2005). The actors of the creative class include entrepreneurs who come up with new ideas and engage in new and creative ventures, and groups operating as employees in these companies or startups. There is a constant mobility among members of the creative class in terms of their activities in the workplace (Florida, 2002a, 2002b). A creative class member working as an employee in a firm can develop the potential to become an entrepreneur in the future and become an entrepreneur thanks to the experience, knowledge and observation opportunities they have over time.

There is no doubt that Florida's creative class approach has been the most discussed and studied topic in both economic geography and urban planning in the last two decades. Although Florida's creative class theory is basically an approach that reveals the critical importance of the creative class in the process of urban and regional development, this theory naturally addresses the dimension of innovation and entrepreneurship as a result of the creativity of creative individuals. According to Florida (2002a, 2012), innovation and entrepreneurship are both very important and interdependent processes, but ultimately both are the result of creativity. Therefore, the basis of entrepreneurship depends on actors, the capacity of individuals, and the processes of creation and production, in other words, it depends on the creative class. In this respect, in regions with a high and dense creative class, new firm formation and the emergence of innovative startups, i.e. innovative entrepreneurship, is expected to be much higher than in other regions (Florida, 2005). In this context, many empirical studies have shown that there is a positive and significant relationship between the proportion of creative class in a region and entrepreneurial activity (Lee et al., 2004; McGranahan and Wojan, 2007; McGranahan et al. 2011; Rikalović et al., 2020). In addition, some studies show that innovative entrepreneurs will be more active in entrepreneurial ecosystems rich in knowledge and creativity than in ecosystems where knowledge and creativity are scarce (Boschma and Fritsch, 2009; Fritsch and Sorgner, 2014; Audretsch and Belitski, 2013, 2021). Finally, Stolarick et al. (2011) also found that the higher the proportion of the creative class in a region, the higher the level of entrepreneurship and regional growth in that region.

Although there have been numerous studies testing the validity of the creative class theory in urban and regional development in developed economies and even in developing countries in recent years, there is no research that has yet demonstrated the entrepreneurship dimension of the theory in the case of Turkey. In this context, this study, which deals with the entrepreneurial potential of the creative class, examines the potential of R&D employees in managerial and employee positions in the field to become entrepreneurs in the future, and the factors that create and affect this potential. In this context, the potential of R&D employees to become entrepreneurs is analyzed through their perceptions of entrepreneurship, their experience in the field, their entrepreneurial potential, and the environmental factors that are effective in the development of their capacity in terms of access to knowledge and opportunities. The study examines the entrepreneurial potential of the creative class through demographic characteristics, human capital qualities and spatial features. The study was conducted in a mixed methodology combining quantitative and qualitative data from a face-to-face survey of 1352 members of the creative class and in-depth interviews with 255 members of the creative class in 14 major cities in Turkey in 2018-2019. The study focuses on creative professionals employed as R&D employees in the private sector, technology parks (TP) and industrial parks (IP). The data obtained were analyzed using MAXQDA and SPSS analysis software.

The findings of the study indicate that R&D employees define entrepreneurship predominantly in terms of personal traits and individual effort. It can be said that participants who had entrepreneurial experience in the past and benefited from government support and participants who stated that they had a business idea to put into action had a positive approach to becoming an entrepreneur in the future. Additionally, it is evident that the characteristics of the business regions (IPs, TPs and Other Areas) and cities (Metropolitans, Hinterlands and New Industrial Districts) where the creative class works and lives have a significant effects on entrepreneurship. These places also support the entrepreneurial potential and intention of R&D employees through the opportunities and assets they offer. The final results show that there is a creative class with a very high potential to be entrepreneurs in the future, based on R&D employees' experience, opportunities, human capital, and personality traits. This conclusion reveals that R&D employee entrepreneurship, which constitutes a great potential for the Turkish entrepreneurship ecosystem, should be primarily encouraged by public policies and practices.

## Giriş

Küresel ölçekte ortaya çıkan bilgi toplumunu inceleyen sosyal bilimciler konuyu farklı disiplinler bağlamında analiz etmekte ve dönemin öne çıkan özelliklerini vurgulayan çeşitli kavramsallaştırmalar önermektedirler. Söz konusu kavramsallaştırmalardan “ağ toplumu” (Castells, 2005) ve “yaratıcı çağ ve yaratıcı ekonomi” (Florida, 2002a, 2002b, 2002c) gibi bir kısmı doğrudan dönemi tanımlama yoluna giderken, bir kısmı da “fordizmden post-fordizme geçiş” (Harvey, 1989; Walker ve Storper, 1989), “sanayi toplumdan bilgi toplumuna geçiş” (Drucker, 1993), “endüstriyel toplumdan post-endüstriyel topluma geçiş” (Bell, 1973) ve “kültürel ve yaratıcı ekonomilerin/endüstrilerin yükselişi” (Scott, 2003) gibi dönemin geçmiş dönemden farklılaşmasına, geçişe ve dönüşüme odaklanmaktadır. Zira son 40-50 yıllık dönemde dünya ekonomisi hızla sanayi toplumuna dayalı endüstriyel ekonomiden bilgi toplumuna dayalı yaratıcı ekonomiye doğru geçiş sürecini deneyimlemektedir. Bu geçiş sürecinin toplumu ve bireyi kapsayan taraflarının yanı sıra toplumsal iş bölümü ve uzmanlaşma alanında da etkileri özellikle çalışanlar açısından kritik bir öneme sahiptir.

Bilgi toplumunda çalışanlar hem bilgiyi hem de hizmeti üreten, uzmanlaşmanın bilgi temelli olduğu ve profesyonel olmanın egemenliğindeki bir sistemin aktörleri olmaya doğru dönüşmekte (Lyotard, 2000) ve bilgiyi yaratmak bir meslek olarak tanımlanmaktadır (Bell, 1973; Drucker, 1993). Bu açıdan bilgi toplumunun ve bilgi, inovasyon ve uzmanlığa dayalı olarak gelişen yaratıcı ekonominin en önemli ve farklı karakteristiği “yaratıcı sınıf”tır (Florida, 2002a, 2002b, 2002c, 2012). Bu sınıfın temel özelliği insan aklına odaklanarak onu doğrudan teknolojik gelişmeyi sağlayan bir üretim aracı olarak kullanmasıdır (Castells, 2005). Bu temelde, yaratıcı sınıf hem bilginin üretilmesi ve yönetilmesinde hem de bilginin ticarileştirilmesi ve kullanıcılara iletilmesinde kritik rol üstlenen kişilerden oluşmaktadır.

Günümüzde yaratıcı veya yenilikçi sınıf sadece çalışan olarak değil girişimci vasfıyla da öne çıkmaktadır. Hızla gelişen teknoloji, esnek üretim süreçleri ve yenilikçi fikirlerin kısa sürede yeni şirketlere ve ürünlere dönüşmeye başlaması (Bell, 1973; Drucker, 1993; Castells, 2005), teknoloji tabanlı yenilikçi girişimciliğin hem dünyada (Therin, 2007; Bialelli, 2012) hem de Türkiye’de (Cansız ve Ulusoy, 2017; Yavan, 2018; Akçomak vd., 2021) ön plana çıkmasına neden olmuştur. Sürekli yeni fikirlerin, yeni şirketlere dönüşerek yeni girişimlerin kurulmasına öncülük edenler; Drucker’ın (1993) ifadesiyle “bilgi toplumu işçileri”, Bell’in (1973) deyimiyle “bilgiye dayalı sınıf” veya Florida’nın (2002a, 2012) tanımlamasıyla “yaratıcı sınıf”, bilgi ve değer odaklı (Lyotard, 2000) yeni toplumsal tasarımın başat aktörlerinden birini oluşturmaktadır. Dolayısıyla yenilikçi girişimcilerin ve start-upların önemli kısmı yaratıcı sınıftan gelmektedir. Ancak burada kastedilen genellikle spin-off şeklinde yeni doğan üretken bir girişimcilik türüdür ki bu yeni bir firma kurmak anlamındadır. Girişimciliğin diğer bir yönü ise yaratıcı sınıfın bulunduğu firma içinde girişimcilik yapma durumudur ki buna “iç girişimcilik” (Antoncic ve Hisrick, 2003) adı verilir. Görüldüğü gibi yaratıcı sınıfın ister firmadan ayrılmak suretiyle kurduğu filiz girişimcilik (start-uplar) türü olsun, isterse firmadan ayrılmadan firma-içi girişimcilik yapması durumu olsun, her iki girişimcilik faaliyeti de yaratıcı sınıf açısından önemli olup onun eyleyen hâlidir. Bu nedenle yaratıcı sınıfın girişimcilik potansiyelinin analizi ve geliştirilmesi kritik bir alandır.

Bu çerçevede Florida’nın (2002a, 2012) yaratıcı sınıf yaklaşımının kentsel ve bölgesel kalkınmadaki geçerliliğini Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve hatta son yıllarda gelişmekte olan ülkelerde analiz eden çok sayıda araştırma ortaya çıkmış olmasına rağmen (Lee vd., 2004; Florida, 2005; McGranahan ve Wojan, 2007; Boschma ve Fritsch 2009; Fritsch ve Stuetzer 2009; McGranahan vd., 2011; Stolarick vd., 2011; Fritsch ve Sorgner, 2014; Rikalović vd., 2020; Audretsch ve Belitski, 2013, 2021), söz konusu teorinin ya da yaratıcı sınıfın girişimcilik boyutunu Türkiye örneğinde ortaya koyan henüz herhangi bir araştırma bulunmamaktadır. Bu

bağlamda bu çalışmanın konusunu bilgi ekonomisine geçiş sürecinde temel olgulardan biri olarak ortaya çıkan yaratıcı sınıf üyelerinden Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik potansiyeli oluşturmaktadır. Girişimcilik potansiyelini ortaya koymak adına, öncelikle katılımcıların girişimcilik anlayışları ve girişimcilik ekosistemini nasıl tanımladıkları üzerine temellenen girişimcilik algıları ve bu algı üzerine inşa edilen girişimcilik potansiyeli değerlendirmeleri ele alınmıştır. Ardından, söz konusu değerlendirmeler, girişimcilik potansiyelini etkileyen deneyim, beşerî sermaye, faaliyet gösterilen bölge ve mekân değişkenleri üzerinden detaylandırılmıştır. Böylece algı, deneyim ve potansiyeli içeren üç analiz noktasından hareketle, Türkiye’deki yaratıcı sınıfın girişimcilik eğilimlerini ve girişimcilik potansiyelini ele almak amaçlanmaktadır. Söz konusu amaç doğrultusunda, Ar-Ge çalışanlarının demografik özellikleri, sahip oldukları beşerî sermayeler ve çalıştıkları bölge ve kent açısından söz konusu potansiyelin coğrafi olarak nasıl farklılaştığı analiz edilerek bu alana yönelik belirlenecek politikalar için bilimsel kanıtlar ortaya konulmaktadır.

Türkiye’de son 20 yılda Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik konularında son derece önemli politikalar belirlenmiş, uygulama programları tasarlanmış ve bu alandaki kamu destekleri artırılarak ülkenin Ar-Ge harcamaları ve toplam yenilik kapasitesi belirli bir noktaya çekilebilmiş olmasına rağmen (Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018; Yavan, 2018; Akçomak vd., 2021), özellikle Teknoloji Geliştirme Bölgeleri’nde (TGB-Teknoparklar) ve Organize Sanayi Bölgeleri’ndeki (OSB’ler) Ar-Ge merkezlerinde Ar-Ge ve inovasyon personeli olarak çalışan yaratıcı sınıfın girişimcilik potansiyelinin analizi ve geliştirilmesi halen araştırılmayı bekleyen kritik bir alandır. Nitekim Türkiye’de gerek kamunun gerekse özel sektörün henüz "yaratıcı sınıf"ın önemini yeterince kavradığını söyleyemeyiz. Bu minvalde gerek araştırmacıların gerekse kamu/özel sektör kesiminin yaratıcı ekonomi<sup>1</sup> meselesine “*firma ve sektör*” odaklı baktığı, bireyi ve çalıştığı/yaşadığı mekânı temel alan “*meslek/yetene*” temelli yaratıcı sınıf perspektifini göz ardı ettiği görülmektedir. Bu çalışma söz konusu ihmal edilen alana hem ekonomik coğrafya hem de iktisat sosyolojisi perspektifinden çoğulcu ve interdisipliner kapsamlı bir katkı yapmaktadır. Böylece çalışma Storper (2013)’in, kentsel ve bölgesel kalkınma meselesini tek bir disiplinin veya teorinin açıklayamayacağı çünkü doğası gereği kentlerin ve bölgelerin sonsuz sayıda gücün şekillendirdiği çok kompleks ve çetrefilli bir yapıya ve kalkınma sürecine sahip olduğu, bu bağlamda en az üç temel disiplinden (ekonomik coğrafya, bölgesel iktisat ve ekonomik sosyoloji) teori, yaklaşım ve yöntem ihtiyacı olduğunu vurgulayan çağrısına da cevap vermeyi hedeflemektedir.

Bu araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü izleyen ikinci bölümde girişimcilik yaklaşımları ve yaratıcı sınıfın girişimcilik eğilimini açıklayan kuramsal çerçeveler değerlendirilmektedir. Üçüncü bölümde çalışma kapsamında toplanan veriler ile bunların analiz yöntemleri yer almaktadır. Dördüncü bölüm sahadan elde edilen bulguların detaylı bir analizini sunarken, son bölüm bulgulardan çıkan temel sonuç ve önerilerle tamamlanmaktadır.

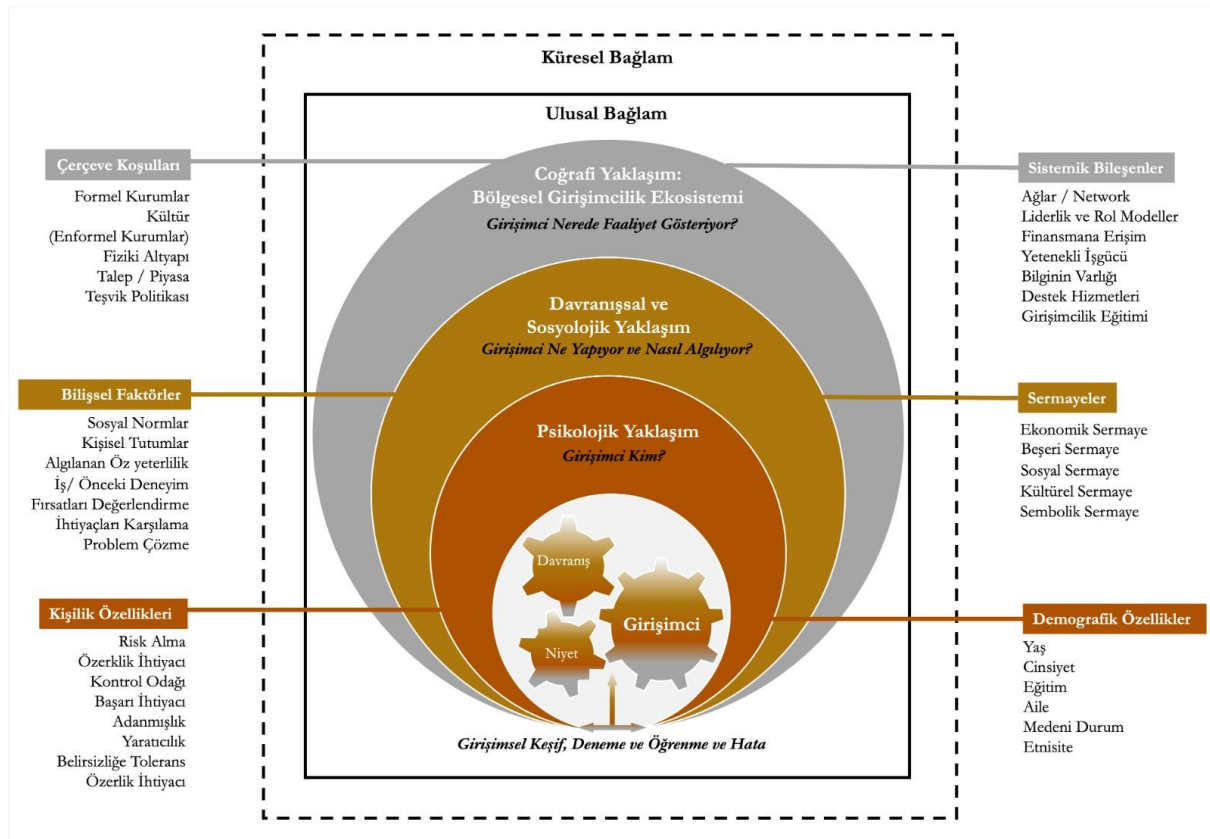
---

<sup>1</sup> Yaratıcı ekonomi iki şekilde analiz edilmektedir: Bunlardan ilki Howkins’in (2001) yaklaşımına dayalı olarak geliştirilen ve yaratıcı ekonomiyi geleneksel “endüstriyel/ sektörel” ölçekte analiz eden "yaratıcı/kültürel endüstriler" yaklaşımıdır. İkinci yaklaşım ise Florida (2002a) tarafından geliştirilen ve yaratıcı sınıf kuramına dayanan “mesleki/yeteneksel yaklaşımı”dır. İlk yaklaşım firmayı ve sektörü analiz birimi olarak alırken, ikincisi bireyi, mesleğini/yeteneklerini ve mekânı esas alır.

## Kuramsal Çerçeve: Girişimcilik Yaklaşımları ve Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Eğilimleri

### Girişimcilik Yaklaşımları

Girişimcilik birçok boyutu içeren kompleks bir alandır. Bu nedenle girişimciliği açıklayan tek bir teorik yaklaşımdan bahsetmek zordur. Genel olarak girişimciliği açıklamada en sık kullanılan 4 teorik yaklaşımdan bahsedilebilir (Şekil 1). Bunlar, (1) Psikolojik yaklaşım, (2) Davranışsal yaklaşım, (3) Sosyolojik yaklaşım ve (4) Coğrafi yaklaşım. Burada psikolojik ve davranışsal yaklaşım girişimciliği daha çok mikro ölçekte bireysel aktör düzleminde ele alırken, sosyolojik ve coğrafi yaklaşımın meseleyi makro/mezo ölçekte yapı bağlamında incelediği söylenebilir. Ayrıca ilk iki yaklaşım daha çok 1960-80'lerde geliştirilirken, son iki yaklaşımın büyük ölçüde 1990-2010'lar arasındaki dönemde geliştirildiği görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik konusu başlangıçta girişimci bireyin/kişinin özellikleri ve sahip olduğu sermayeler bağlamında incelenmiş, daha sonra girişimcinin kurduğu/çalıştığı firma/organizasyon ölçeğinde ele alınmış, ondan sonra girişimcinin çevresiyle olan etkileşimi, yaşadığı coğrafi ortamı algılama ve davranış biçimi yani çevre/bağlam/ortam incelemenin merkezine oturmuş ve en son olarak da girişimcilerin içerisinde yer aldıkları küresel ve ulusal bağlam/çerçeve koşulları ile bölgesel girişimcilik ekosistemi temel odak noktası olmuştur. Tüm bu yaklaşımlar girişimciliğe olan bakışın zaman içinde bireyden ortama/mekâna, firma içinden firma dışına, aktörden yapıya ve yerelde küresele doğru bir geçiş süreci deneyimlediğini göstermektedir (Şekil 1). Bu bağlamda aşağıda söz konusu dört yaklaşımın temel özelliklerine yer verilmektedir.



**Şekil 1:** Girişimcilik Yaklaşımları ile Girişimciliğin Psikolojik, Davranışsal, Sosyolojik ve Coğrafi Çerçevesi ve Bileşenleri (Kaynak: Yazarlar)

### Girişimciliğe Psikolojik Yaklaşım: Özellik Teorisi

Girişimcilik üzerine olan en yaygın ve geleneksel olan literatür, psikolojik perspektife dayalı olarak geliştirilen *özellik yaklaşımı*dır (Şekil 1). 1970-80’li yıllarda olgunlaşan bu yaklaşım, girişimcilik faaliyetinin kökenlerini açıklamaya yönelik olarak, girişimciliğin nereden geldiği ve girişimci kişilik özelliklerinin neler olduğunu araştırmaya girişmiştir (Gartner, 1988; Shane ve Ekhardt, 2003). Girişimcilik üzerine ilk araştırmalar, bireylerin bir iş kurma kararını etkileyen *kişilik özelliklerine* ve *demografik özelliklere* odaklanmıştır (Shane ve Ekhardt, 2003). Bu yaklaşıma göre “*girişimcilik, insanların sahip oldukları bilgilerdeki farklılıklardan çok insanlar arasındaki farklılıklara bağlıdır*” (Shane ve Ekhardt, 2003, s. 162). Dolayısıyla özellik yaklaşımı, girişimcilerin, başarı ihtiyacı, güç ihtiyacı, bağlılık ihtiyacı, özerklik ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma, yaratıcılık, belirsizliğe tolerans vb. gibi onları benzersiz kılan belirli “*kişilik özellikleri*”ne sahip olduklarını varsayarak girişimcileri girişimci olmayanlardan ayıracak belirli *psikolojik özelliklerin* bulunduğunu ileri sürmektedir (Sivarajah ve Achchuthan, 2013; Díaz-Casero vd., 2010; Linan vd., 2011; Ferreira vd., 2012; Antoncic vd., 2015). Daha sonra başka çalışmalar, genellikle “demografik özellikler” olarak adlandırılan bir taraftan yaş, cinsiyet, medeni durum, din, eğitim düzeyi vb. gibi değişkenleri içeren diğer tarafta köken, aile geçmişi, çocukluk deneyimleri, ailenin iş kurma faaliyetlerine katılımı ve iş deneyimi gibi farklı özelliklerin girişimcilikteki önemini analiz etmiştir (Reynolds vd., 1994; Díaz-Casero vd., 2010; Linan vd., 2011; Liang vd., 2018; Nguyen, 2018). Psikolojik yaklaşımı izleyen araştırmacılar temelde başarılı girişimcilerin belirli ortak kişilik özelliklerine ve demografik özelliklere sahip olduğunu ve benzer özellikleri sergileyen girişimci davranışlarının başarılı girişimler yarattığını ortaya koyan kanıtlar sunmuşlardır (Shaver ve Scott, 1991; Baum ve Locke, 2004; Rauch ve Frese, 2007; Antoncic, vd. 2015). Nitekim literatürde iç kontrolün olumlu girişimcilik tutumlarına yol açtığını, girişimci olanların olmayanlara göre daha fazla özgüvene sahip olduğunu, ayrıca başarıya duyulan ihtiyacın da girişimciliği olumlu etkilediğini gösteren pek çok ampirik çalışma mevcuttur (Ferreira vd., 2012). Ancak girişimcilerin hem *kişilik özelliklerini* hem de *demografik özelliklerini* ele alan (Şekil 1) bu psikolojik yaklaşımın açıklama kapasitesi oldukça sınırlıdır. Bu nedenle pek çok yazar bu yaklaşımı gerek teorik açıdan gerekse metodolojik sınırlamaları nedeniyle eleştirmiştir (Shapiro ve Sokol 1982; Gartner 1989; Ajzen, 1991; Linan vd., 2011). Dolayısıyla girişimcilik araştırmaları, özellik yaklaşımından davranışsal yaklaşıma doğru bir geçiş yaşamıştır (Gartner, 1988). Gartner (1988), araştırmanın bir girişimcinin *kim olduğuna* değil, *ne yaptığına* odaklanması gerektiğini öne sürerek, odağı, kişiden sürece doğru kaydıran önemli bir değişim başlatmıştır (Sivarajah ve Achchuthan, 2013). Sonuçta girişimcilik araştırmalarındaki *psikolojik yaklaşım*, kişilik özelliklerinin araştırılmasından davranış, motivasyon ve bilişin araştırılmasına doğru kaymıştır (Shaver ve Scott, 1991).

### Girişimciliğe Davranışsal Yaklaşım: Planlı Davranış Teorisi

1980-90’lı yıllarda girişimcilikte psikolojik faktörlerin yerini davranışsal faktörler almıştır. *Davranışsal yaklaşımın* odak noktası, girişimcinin yeni bir iş/girişim yaratma sürecindeki rol ve eylemlerine odaklanarak, fırsatları görme/algıla, ihtiyaçları belirleme, fikirleri analiz etme ve problem çözme becerileri ve yetkinlikleri gibi davranışsal faktörlerin incelenmesidir (Şekil 1; Díaz-Casero vd., 2010; Sivarajah ve Achchuthan, 2013). Bu yaklaşım, girişimcinin *kim olduğundan* ziyade, girişimcinin *ne yaptığına*, girişimcilik sürecini nasıl deneyimlediğine ve bu süreçteki üstlenilen rollere ve faaliyetlere odaklanmaktadır (Sivarajah ve Achchuthan, 2013). Dolayısıyla yaklaşımın temel amacı, girişimcilerin çevreyi yorumlama ve anlamlandırmasına bağlı olarak onların girişimcilik algılarını nasıl inşa ettikleri, girişimci olma kararı ve bu karar verme sürecinin incelenmesini içermektir. O nedenle bu yaklaşıma kişisel tutum, sosyal normlar ve algılanan davranışsal yapılar dahil edilmiştir (Ajzen, 1991;

Ferreira vd., 2012). Davranışsal yaklaşımın psikolojik yaklaşıma göre en önemli vurgusu girişimcinin “öz yeterliliğinin” artırılması gerekliliğine yöneliktir. Kişinin öz yeterliliğini arttıran en önemli olgulardan biri “deneyimle” ilişkilidir. Kişi daha önce girişimcilik deneyimine sahipse bir şirket kurma kararında önceki deneyimin bireyin kişilik özelliklerinden daha büyük bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Reynolds, 1991). Bu nedenle araştırmacılar, potansiyel girişimcilerin yalnızca psikolojik özelliklerini değil, aynı zamanda belirli baskın tutumlarını, kişisel deneyimlerini ve durumsal/çevresel değişkenlerini dikkate alan bütünlük açıklayıcı modeller geliştirmeye çalışarak (Shaver ve Scott, 1991) davranışsal bir model ortaya koymuşlardır. Burada girişimcilik, girişimcinin bir fırsatı belirlemek ve sonunda yeni bir girişim başlatmak için çevresiyle etkileşime girdiği bir süreç olarak kabul edilir. Eğer girişimcilik, dolayısıyla girişimci davranış, fırsatların keşfi, değerlendirmesi ve kullanımı olarak tanımlanırsa (Shane ve Venkataraman 2000), bu davranış kendisini en iyi şekilde *girişimcilik niyeti* (entrepreneurial intention) ile gösterir ki buna göre *girişimcilik niyeti* kişinin girişimci davranışı gerçekleştirilmesine yönelik o niyeti şekillendiren tüm çabaları ve *motivasyonları* kapsar. Girişimcilik araştırmalarında en sık kullanılan Ajzen'in (1991) “*Planlı Davranış Teorisi*”ne göre girişimcinin (davranışsal) niyetini, *sosyal normlar, kişisel tutumlar ve algılanan yetkinlikler* (öz yeterlilik) olmak üzere üç temel faktör belirler (Şekil 1). Ajzen'in (1991) davranışsal niyet modeline göre *girişimcilik motivasyonunu veya niyetini* belirleyen ilk faktör *algılanan sosyal normlar*dır. Belirli bir davranışın bir topluluk içinde ne kadar "normal" kabul edildiğini ortaya koyan sosyal norm terimi bireyin toplumsal normlara uymak için ne kadar sosyal baskı hissettiğini yansıtır (Ajzen 1991). Dolayısıyla bireyin girişimci bir davranışta bulunması durumunda toplumun girişimciliğe ne ölçüde değer verdiği, onu iyi bir kariyer seçeneği görüp görmediği, yüksek sosyal statüye sahip bir iş olup olmadığı veya medyada pozitif bir görünürlüğünün olup olmadığı şeklinde (Karadeniz, 2019) girişimciliğe yönelik sosyal değerlerin motivasyon üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılır. Dolayısıyla algılanan sosyal normlar, girişimci davranışı gerçekleştirmek ya da uygulamamak için bireyin hissettiği sosyal baskıyı ölçen bir faktördür (Linan vd., 2011). *Girişimcilik niyetini* belirleyen ikinci faktör bir kişinin bir *davranışa yönelik tutumu* olarak kabul edilen belirli bir davranışa ne ölçüde olumlu bir şekilde eğilimli olduğudur (Ajzen 1991). Böylece belirli bir davranış gerçekleştirme niyeti, kişinin o davranışa yönelik *tutumlarına* bağlı olacaktır (Ajzen 1991). Bu anlamda, daha elverişli tutumlar, onu gerçekleştirme niyetini daha uygulanabilir hale getirir veya bunun tam tersi de geçerlidir. Böylece tutumlar, bireyin bazı davranışlara kişisel olarak ne ölçüde olumlu veya olumsuz değer atfettiğini ölçme derecesidir (Linan vd., 2011). *Girişimcilik niyetini* belirleyen son faktör ise, bir kişinin belirli bir davranış başarıya yeteneğine sahip olduğu *özgüven*, algılanan *öz yeterlilik* durumudur (Ajzen 1991). Buna göre kişilerin girişimci olmak için yerine getirilmesi gereken hususlar hakkında kolaylık veya zorluk algısı o davranış üstlenmeye ilişkin niyetini de etkileyecektir (Ajzen 1991). Dolayısıyla bu, bir girişim yaratma davranışlarının yerine getirilmesi için yeterli bilgi, beceri ve özgüven olduğuna dair kapasite duygusudur (Linan vd., 2011). Yukarıda belirlenen söz konusu üç faktörün kombinasyonu girişimcilik niyetinin yapılandırılmasında esas rolü oynamaktadır. Böylece en sonunda girişimci bireyin gelecek bir noktada yeni bir şirket/girişim kurmaya ve bunu bilinçli ve planlı bir şekilde yapmaya niyet etmesi/eğilmesi beklenmektedir. Birçok çalışma, *girişimcilik motivasyonu veya niyeti* üzerinde sosyal normların, tutumların ve algılanan yeteneğin etkilerini ortaya koymuş (Ozaralli ve Rivenburgh, 2016; Donaldson, 2019; Lihua, 2022; Abbasianchavari ve Moritz, 2020) olmakla birlikte girişimcilik niyetini ve davranışını açıklayabilecek başka çeşitli faktörlerin de olduğu belirlenmiştir. Bu anlamda cinsiyet, yaş veya iş deneyimi gibi bazı demografik özelliklerin girişimci davranışında rol oynadığı, benzer şekilde girişimcilik niyetinin yapılandırılmasında aile içindeki rol modellerin varlığından ve kurumsal çevre hakkında bilgi sahibi olmaktan da sıklıkla bahsedilmektedir (Linan vd., 2011).



Sonuç olarak girişimciliği anlamaya yönelik “psikolojik yaklaşım” olan özellik teorisi, girişimcinin *kim olduğu* sorusuna odaklanarak girişimcilerin belirli kişilik özelliklerini belirlemeye odaklanırken, “davranışsal yaklaşımlar” girişimcinin *ne yaptığı* sorusuna odaklanarak girişimcilik davranışını etkileyen kaynaklar ile girişimcilerin içinde bulunduğu çevreyi algılama, farketme, anlamlandırma ve yorumlara süreçlerini incelemiştir (Sivarajah ve Achchuthan, 2013).

### **Girişimciliğe Sosyolojik Yaklaşım: Sermaye Teorisi**

Girişimciliği inceleyen bir diğer perspektif *sosyolojik yaklaşımdır* (Şekil 1). Sosyologlar girişimciliği hem makro ölçekte yapısal boyutta hem de mikro ölçekte aktör bağlamında incelemiştir. Makro ölçekteki yapısal tartışmalar girişimciliğin sosyal bağlamına odaklanarak girişimcilik olaylarının oluşmasında sosyolojik ve kültürel faktörlerin önemli olabileceğini vurgulamıştır (Shapiro ve Sokol, 1982). Bu yönde yapılan sosyolojik çalışmaların kültürel ve sosyal unsurlar yanında girişimcilerin faaliyet gösterdiği çevresel bağlamın ve kurumsal ortamın da ayrıntılı bir incelenmesinin gerekli olduğunu Thornton (1999) öne sürmüştür ki bu yönüyle sosyolojik girişimcilik araştırmalarının coğrafi çalışmalarla birçok ortak yönü ve kesişim alanı bulunmaktadır. Mikro ölçekte aktör bağlamına odaklanan sosyolojik girişimcilik çalışmalarının ana odak noktası ise girişimcinin sosyolojik özelliklerine ve özellikle de Bourdieu'nün (1986) “sermaye teorisi”ne dayanarak girişimcilik niyeti olan ve girişimci davranış sergileyen bireylerin sahip oldukları sermaye türlerinden ekonomik, sosyal, kültürel, sembolik ve beşeri sermayenin (Şekil 1) girişimcilik sürecindeki rolünün incelenmesidir. Bourdieu'nün (1986) sermaye teorisi esasında oldukça geniş ve birbiriyle ilişkili ana kavramlar (sermaye, alan ve habitus) ve ilişki bir sosyoloji temelinde analiz edilmeyi hak etmesine rağmen, burada girişimcilikle ilişkisi bağlamında sadece sermaye türleri kısaca incelenmektedir. Buna göre *ekonomik sermaye*; doğrudan doğruya paraya dönüştürülebilen sermayedir, dolayısıyla gelir ve mülkiyet sahipliğini ifade eder (Bourdieu, 1986; Cansız ve Ulusoy, 2017). Genellikle parasal geliri, diğer finansal kaynakları ve maddi ve maddi olmayan işletme varlıklarını içerir (Karataş-Özkan, 2011). *Kültürel sermaye*, insanların toplumsal köken ve konumlarıyla ilişkili bir kavram olup bireylerin aileden getirdiği yetirdiği imkanlar, kaynaklar, yetişme tarzı, anne-babalarının eğitim, görgü, para ve meslekleriyle sağlanan avantajlar ile eğitim yoluyla kazanılan bilgi, beceri ve başarı gibi deneyim ve yetkinlikler ve aynı zamanda kültürel beğeniler, zevkler ve tercihler gibi alışılmış, bedenselleşmiş eğilimler olarak tarif edilebilir (Bourdieu, 1986). Dolayısıyla kültürel sermaye ona sahip olanlara belirli avantajlar sağlayan, bir habitus oluşturan ve onların toplumsal konumlarını yansıtan bir olgu olarak görülebilir. Bourdieu'da kültürel sermaye içerisinde ele alınan Florida vd. (2008)'nin ortaya koyduğu ve farklılaştırdığı *beşeri sermaye*<sup>2</sup> ise kişisel eğitim ve edinilen tecrübelerdir. Özellikle edinilen tecrübe (örtük bilgi) ve kazanılan bilgi (açık bilgi)<sup>3</sup> eğitim ve gelir farklılıklarının dışında oldukça önemli bir faktördür (Davidsson ve Honig, 2003). Yaratıcı sınıfta özellikle vurguladığı “çalışma deneyimi ve girişimcilik deneyimi beşeri sermayeyi arttıran unsurlardır” (Cansız ve Ulusoy, 2017:130). *Sosyal sermaye* ise bireysel eylemi kolaylaştıran ilişkiler bütünüdür (Bourdieu, 1986) ve “bireyin toplam kaynaklarını amaçları doğrultusunda kullanabilme yetisi olarak tanımlanmaktadır” (Cansız ve Ulusoy, 2017:83).

<sup>2</sup> Bourdieu'nün (1986) kültürel sermaye içinde ele aldığı eğitim ve bilgi birikimi, yaratıcı sınıf literatüründe beşeri sermaye olarak ayrı şekilde incelenmektedir. Fakat bununla birlikte yaratıcı sınıf teorisi temelde beşeri sermayeyi eğitim düzeyi ile değil sahip olunan ve/veya yapılan meslek ve yetenekle ilişkili olarak test açıklamaktadır.

<sup>3</sup> Örtük bilgi, kişinin deneyimleri ve tecrübeleriyle kazandığı bilgidir. Açık bilgi ise resmi, yazılı belgeler ile eğitim sürecinde kazanılan bilgiyi oluşturmaktadır.



Ağlar ve ilişkiler yoluyla güvenilir bilgiye sınırlı kaynaklara ulaşma ve yeni iş birliklerinin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda birey geniş anlamda sermaye birikimine yönelik pratikleri eyleme geçirir, çünkü toplumsal hayatta bireyin konum elde edişi, bu konumu koruyup yükselebilmesi sermaye birikimine bağlıdır. Birçok araştırmacı Bourdieu'nün (1986) sermaye teorisini kullanarak girişimcilerin sahip olduğu ekonomik, kültürel, sosyal ve sembolik sermayenin onların davranışlarına etkilerini ve söz konusu farklı sermaye türlerinin nasıl birbirine dönüştürüldüğünü analiz etmişlerdir (Shaw vd., 2008; De Clercq ve Voronov, 2009; Spigel, 2013, 2016; Tatlı vd., 2014; Lee ve Shaw, 2016; Pret vd., 2016; Cansız ve Ulusoy, 2017). Bu çalışmaların kimi yalnızca bir veya iki sermaye türünün girişimcilik pratiğine etkisini incelerken, bazılarının da üç veya dört sermaye biçimini ele aldığı görülmektedir (Shaw vd., 2008; Lee ve Shaw, 2016; Cansız ve Ulusoy, 2017). Buna karşın az sayıda çalışmanın da girişimcilerin ellerindeki farklı sermaye biçimlerinin etkileşimi ve birbirlerine dönüşümü hakkında araştırma yaptığı görülmektedir (Pret vd., 2016; Spigel, 2016).

### **Girişimciliğe Coğrafi Yaklaşım: Bölgesel Girişimcilik Ekosistemi/Ortamı Teorileri**

Ekonomik coğrafyacılar 1980'lerden bu yana hem inovasyonun motoru hem de bölgesel kalkınmanın anahtarı olarak gördükleri girişimcilik süreçlerini analiz etmektedirler (Malecki, 1994, 1997; Hayter, 1997; Aoyama vd., 2011, Mack ve Qian, 2016; Müller, 2016; Sorenson, 2017; Sternberg, 2009, 2022). Girişimcilik araştırmaları uzun yıllar temelde girişimci aktörlerin kişilik özelliklerine, davranışsal niyetlerine ve sahip olduğu yeteneklerine odaklanmış olsa da coğrafyacılar baştan beri girişimcilerin faaliyet gösterdiği ortama ve çevresel faktörlerin etkisine odaklanma eğiliminde olmuşlardır (Şekil 1). Bu nedenle girişimciliğin kökenini bireyde arayan ve girişimci bireyin içinde bulunduğu ortamla olan ilişkisini göz ardı eden geleneksel hâkim girişimcilik yaklaşımlarının (yani özellikler teorisinin) tersine, coğrafyacılar ve mekân duyarlı işletmeci/iktisatçı/sosyologlar insanların bir iş kurma ve yönetme konusunda karar verdikleri *bağlamlara* yönelik giderek daha fazla araştırma yapmaya başlamışlardır (Acs ve Audretsch, 2010; Sorenson, 2017). Nitekim son yıllarda girişimcilik literatürü de uzun yıllar ihmal ettiği mekân odaklı bölgesel faktörlerin girişimcilikteki kritik önemini fark ederek “herkese uygun” (one-size- fits-all) bir genel girişimcilik teorisi bulma yerine “*bağlamın*”<sup>4</sup> önemini (the importance of contexts) kabul eden (Welter, 2011) “yere dayalı” bir girişimcilik teorisi inşa etmeye yönelmiştir. Bu bağlamda ekonomik coğrafyacılar, temelde girişimciliğin mekân ve yer ile olan ilişkisini araştırarak literatürdeki söz konusu eksikliği gidermeye çalışmışlardır. Bu kapsamda coğrafi yaklaşımı diğer yaklaşımlardan ayıran en önemli özellik,

<sup>4</sup> “*Bağlam*” ve “*Bağlamsallaştırma*”, temelde bir şeyin/konunun mekân ve zaman boyutlarında ele alınmasını kapsar. Coğrafyacılar doğaları gereği araştırma yaparken her zaman *bağlama* odaklanırlar, dolayısıyla onlar için bağlam demek bir olay veya olguyu, *yer*, *mekân*, *ortam* çerçevesinde ele almak demektir. Ancak coğrafyacı olmayanlar arasında 'bağlam' genellikle *yeri* değil, *endüstriyel*, *sektörel* veya *zamansal* bağlamı ifade etmek için kullanılmaktadır (Aoyama vd., 2011:57). Fakat son yıllarda girişimcilikte bağlamın önemini vurgulayan işletmeci ve iktisatçıların bağlamı giderek daha fazla coğrafi amaçlı, yer-mekân odaklı olarak incelemeye çalıştıkları dikkati çekmektedir. Bu çerçevede girişimcilik alanının öncülerinden Welter (2011), *girişimcilikte bağlamı anlamının anahtarının mekânsal* ve *zamansal* boyutlar olduğunu belirtmektedir. Buna göre, Welter bağlamın mekân boyutunun incelerken bağlamın *nerede* olduğuna dair dört boyut tanımlamaktadır: Çoğu girişimcilik araştırması için varsayılan bağlam olan *iş bağlamı*; *sosyal bağlam* (ağlar, haneler ve aileler); *mekânsal bağlam* (kentsel ve kırsal yerler veya topluluklar) ve *kurumsal bağlam* (Welter, 2011). Bunlar bağlamsallaştırmanın coğrafi boyutlarıdır. Yazar ayrıca bağlamsallaştırma yaparken mekânsal ölçeğinde dikkate alınmasını söyleyerek bireysel, yerel, bölgesel ve ulusal ölçeklerde bağlamların birbirini nasıl kestiğini ve etkileşime girdiğini ve böylece bağlama özgü çıktılarla sonuçlandığını belirtir (Welter, 2011). İkinci olarak mekânsal bağlama *ne zaman* sorusunu sorarak bağlamsallaştırmaya *zaman* boyutunu ekler ki bunlar *zamansal* ve *tarihsel bağlamlardır* (Welter, 2011). Bu açıklamalar girişimcilikte bağlamın nasıl zaman içinde *coğrafikleştirildiğine* işaret etmektedir.

bir kişinin girişimciliği başlatma (start-up kurma veya yeni iş/şirket oluşumu) ya da başlatmama kararının yalnızca söz konusu “*kişiyle ilgili faktörler*”den etkilenmediği, aynı zamanda Feldman'ın (2001) belirttiği gibi “*bölgesel bir olay*” olarak anlaşılması gerektiği hususudur ki bu *bölgeye özgü faktörlerin* yeni firma oluşumu ve girişimcilik niyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğunu vurgulamaktadır. Tek başına start-up kuruluş oranlarının bölgeler arasında büyük farklılıklar göstermesi bile yeni iş/firma oluşumu/doğumu için bölgeye özgü faktörlerin girişimcilikteki önemini göstermektedir (Sternberg, 2009). Bu bağlamda ekonomik coğrafyacılar girişimcilikte bağlamın ve yerin (bölgesel ortamın) önemini ortaya koyarak girişimcilik literatürüne üç temel alanda önemli katkı yapmışlardır (Aoyama vd., 2011; Malecki, 2018; Sternberg, 2009, 2022): (1) girişimcilik ve yer ilişkisi, (2) girişimcilik ağları ve girişimcilerin sosyal kimliği ile son yıllarda (3) girişimcilik ekosistemi yaklaşımıyla girişimciliğin bölgesel ortam ve varlıklarla olan yoğun ilişkisidir. Hatta son yıllarda dünyanın pek çok ülkesinde hem girişimcilik araştırmalarında hem de girişimciliği destekleme politikalarında en son "trendlerden" biri haline gelen nispeten genç (bölgesel) *girişimcilik ekosistemi yaklaşımı* (Brown ve Mason, 2017, Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018; Yavan, 2018; Sternberg, 2022) girişimcilik literatürü içinde ekonomik coğrafyacıların artan katkısını gösteren en önemli tartışma alanı olmuştur. Buradaki kritik nokta girişimcilik niyetinin sadece kişilerin sahip olduğu kişisel, demografik ve psikolojik özelliklerden değil, bu özellikleri etkileyen ve karar verme süreçlerini yapılandıran *coğrafi ortam* ve *bağlamdan* da önemli derecede etkilendiği gerçeğini analitik ve ampirik olarak ortaya koymaktır. Bu bağlamsal faktörler girişimciliğe etki eden finansal kaynakların mevcudiyeti, hükümet destek programları, girişimcilik eğitimi ve öğretimi, teknoloji transfer mekanizmaları, profesyonel desteklerin varlığı ve erişimlerinin kolaylığı, sosyal ve kültürel normlar, bölgesel kültür ve ağlar, formel ve informal kurumlar, talep/piyasa ve liderlik ile yetenek ve altyapı gibi girişimcilik ekosisteminin bileşenlerini oluşturan ve literatürde girişimcilik çerçeve koşulları ve sistemik koşullar olarak tanımlanan unsurlardan oluşmaktadır (Şekil 1; Díaz-Casero vd., 2010; Stam, 2015; Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018). Bunlar aslında girişimci kişinin ya da organizasyonun içerisine gömülü olduğu ve girişimcilik fırsatının aranması, algılanması ve kullanılmasını etkileyen sosyal, siyasal, ekonomik ve coğrafi bağlamı yansıtır ki tüm bu çerçeve koşullarının ya da ekosistemin özellikleri içerisinde oluşan girişimcilik niyetinin ve ardındaki girişimci davranışın kendisinin teritoryal/bölgesel bir olgu olduğuna işaret eder. Fırsatlar ve fırsatları keşif, deneme, öğrenme ve kullanma eylemlilikleri olarak girişimcilik belirli coğrafi bağlamlardaki formel ve enformel kurumların mevcudiyetlerine göre şekillenir. Çünkü, coğrafi bağlamın yapısal koşulları, girişimcilik bilgisi ve yetenek türlerinin geliştirilmesi ve kullanılmasını şekillendirilir, sınırlandırılır ve/veya mümkün kılar (Díaz-Casero vd., 2010). Yani, girişimci niyet ve davranışa etki eden pek çok faktör arasında en kritik olanlarından biri aktörü fırsatların peşinde koşmaya yönelik eylemliliğine belirli uygunluklar yaratarak meşru zemini sağlayan sosyal, ekonomik ve siyasal kurumlarla ile bir dizi sosyal ve kültürel değer bağlamsal bileşimidir (Díaz-Casero vd., 2010). Aktörlerin girişimsel faillikleri, eylemlilik gösterdikleri yerlerdeki kurumsal yapılara ve o yerlerde dahil oldukları sosyal ve kurumsal ilişki ağlarına ve bu ağlardaki konumuna göre şekillenir. Tüm bunlar bize girişimsel failliğin yer-bağımlı doğasını (Aoyama vd., 2011) gösterir ki ekonomik coğrafyacılar Silikon Vadisi, Route 128, M4 Koridoru, Üçüncü İtalya, Baden-Württemberg vb. sanayi ve teknoloji bölgeleri üzerine yaptıkları araştırmalarla bir yerdeki formel ve informal kurumların girişimcilik sonuçlarını şekillendiren bölgesel kültürler yaratma gücünü göstermede (Saxenian, 1994) öncü olmuşlardır.

Ekonomik coğrafyada “girişimciliğin yer/mekân”la olan ilişkisi üzerine farklı coğrafi ölçeklerde (ulusal, bölgesel, yerel) birçok ampirik çalışma yapılmıştır. Bu literatürün odak noktası, bölgelerdeki yeni firmaların oluşum süreçlerinin dinamiklerini incelemektir. Bu bağlamda girişimciliğin coğrafyası, bölgesel ölçekte esas olarak yüksek teknoloji endüstrilerde

yeni iş/firma oluşumunu teşvik eden yerlerin/bölgelerin özelliklerini belirlemeye odaklanmıştır (Malecki, 1994, 1997; Sternberg, 2022). İkinci olarak coğrafyacilar girişimcilikle yakından bağlantılı başka bir yer boyutu girişimcilik kültürü veya bölgesel kültürü incelemişlerdir. Bu minvalde Saxenian (1994) Silikon Vadisi ile Route 128 bölgesini karşılaştırarak her bir yerdeki iş uygulamalarının, normların, geleneklerin ve inançların o bölgeye özgü ayırt edici nitelikleri bulunduğunu ve Silikon Vadisi örneğinde girişimcilik başarısının bölgeye has bir iş ve endüstriyel kültürden kaynaklandığını ortaya koymuştur. Kimi coğrafi çalışmalar ise girişimcilik ve yer arasındaki ilişkiyi yerel ölçekte inceleyerek insanların doğdukları ve aşına oldukları yerlerde iş kurma eğiliminde olduklarını, bu nedenle bireyin iş kurarken başarılı olmak için yereldeki topluluk ortamıyla olan çok yönlü ilişki, etkileşim ve ağları geliştirmesinin önemini vurgulamaktadır (Nijkamp, 2003; Stam 2007; Sorenson, 2017). Ayrıca bazı çalışmalarda girişimcilik ağlarının insanların cinsiyet ve etnik köken gibi sosyal kimlikleri içinde ve onlar aracılığıyla şekillendiğini ortaya koyarak bir yerdeki girişimcilik ağlarının farklı kimlikler için farklı şekilde çalıştığını bulmuşlardır (Hanson ve Blake, 2009). Etnik veya ulusötesi girişimcilik olarak da adlandırılan ve temelde göçmen girişimcileri inceleyen bu çalışmalar (Saxenian 2006; Yeung, 2009), girişimciliğin öncelikle bölgesel bir olay olduğu tezini destekleyen kanıtlar sunmuşlardır (Sternberg, 2022). Son olarak girişimcilik faaliyetlerinin bölgesel bağlamını ve onları mümkün kılan ve destekleyen temel faktörleri ele alan girişimcilik ekosistemi yaklaşımını inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır (Stam, 2015; Malecki, 2018). Ancak girişimcilik coğrafyası için büyük bir potansiyel sunan bu yaklaşıma dair çalışmaların çoğu teorik ve kavramsal, azı ise ampirik olup henüz gelişme safhasındadır.

Sonuç olarak girişimciliği inceleyen tüm teorik yaklaşımlar tarihsel olarak değerlendirdiğinde girişimcilik literatürü girişimciliği genellikle ya *kişisel özelliklerin* ürünü ya da *ortamların/çevrenin* ürünü olarak açıklamıştır. Buna göre bireylerin kişisel özellikleri girişimciliğe uygun bilgi, tutum ve tercihleri barındırırken, ortam/çevre, kurumlara, girdilere, taleplere ve olanaklara sahiptir (Stam, 2009). Bu bağlamda girişimcilik süreci, ortam/çevredeki girişimcilik fırsatlarına ve bu fırsatları tanımlayan ve kullanan girişimci bireylere bağlıdır. Dolayısıyla girişimcilik, *bireysel/kişisel* nitelikler ile onu çevreleyen *ortam/bölge* arasındaki etkileşimin bir sonucudur (Stam, 2009). Bu çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturan Şekil 1’de görüldüğü üzere, girişimcinin kişisel özellikleri, davranışsal faktörleri ve sahip olduğu sermayeler ile eylemde bulunduğu coğrafi ortam ve ekosistem bir bütün olarak girişimciliği etkilemektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın Şekil 1’de görülen tüm kuramsal yaklaşımlar araştırma boyunca dikkate alınmıştır.

### **Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Eğilimleri: Ampirik Literatürün Değerlendirilmesi**

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişteki en önemli dönüşümlerden biri, teknolojinin ve bilginin üretimi, yönetimi, ticarileştirilmesi ve tüketiciye sunulması gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesini sağlayacak yeni bir çalışan sınıf olarak yaratıcı sınıfın (Florida, 2002a, 2012) ortaya çıkmasıdır. Girişimcilik ve yenilik ekosisteminin bilgi işçileri olan *yaratıcı sınıf* (creative class) genel anlamda akademisyenler, araştırmacılar, yazarlar, sanatçılar, tasarımcılar ve mimarların yanı sıra kamu ve özel sektördeki yöneticiler, finans, yargı ve sağlık profesyonelleri, girişimciler, Ar-Ge ve inovasyon çalışanları ile mühendisler gibi geniş bir kesimden oluşmaktadır (Florida, 2002a). Günümüzde yaratıcı sınıf sadece çalışan olarak değil aynı zamanda girişimci olarak da öne çıkmaktadır. Nitekim yaratıcı sınıfın aktörleri, bir taraftan yeni fikirler ortaya koyarak yaratıcı ve yenilikçi filiz girişimciler (start-uplar) kurarken, öbür taraftan kurulan bu start-uplarda ya da yerleşik firmalarda Ar-Ge ve inovasyon çalışanı olarak faaliyet gösterirler. Dolayısıyla yaratıcı sınıfın üyeleri arasında sürekli bir hareketlilik söz konusudur (Florida, 2002a, 2002b). Bir firmada çalışan olarak görev yapan yaratıcı sınıf mensubu, zaman içinde kazandığı deneyim, bilgi ve beceri ile fırsatları görme ve risk alma

yetisi sayesinde gelecekte potansiyel girişimciye dönüşmekte ve girişimci pozisyonuna geçebilmektedir.

Son yirmi yılda gerek ekonomik coğrafya alanında gerekse şehir planlama ve kent çalışmaları alanında en çok tartışılan ve üzerinde çalışılan konulardan birinin Florida'nın (2002a, 2012) yaratıcı sınıf yaklaşımı olduğuna hiç şüphe yoktur. Yaratıcı sınıf teorisi temelde yaratıcı sınıfın kentsel ve bölgesel kalkınma sürecindeki kritik önemini ortaya koyan bir yaklaşım olmakla birlikte, bu teori doğal olarak yaratıcı bireylerin yaratıcılıklarının bir sonucu olarak yenilikçilik ve girişimcilik boyutunu da ele almaktadır. Florida'ya (2002a, 2005, 2012) göre, inovasyon da girişimcilik de çok önemlidir ancak her ikisi de yaratıcılığın bir sonucudur. Dolayısıyla girişimciliğin temeli aktörlere, aktörlerin kapasitesine, yaratma ve üretme süreçlerine bağlıdır, diğer bir ifadeyle yaratıcı sınıfa bağlıdır. Bu bakımdan, yaratıcı sınıfın yüksek ve yoğun olduğu bölgelerde yeni firma oluşumunun ve yenilikçi girişimlerin, diğer bölgelere kıyasla çok daha yüksek olması beklenmektedir (Florida, 2005). Bu bağlamda, ABD, Almanya ve diğer Avrupa ülkelerinde yapılan birçok ampirik çalışma, bir bölgedeki yaratıcı insanların oranı ile girişimcilik faaliyeti arasında pozitif bir korelasyon olduğunu göstermiştir. Lee vd. (2004) bölgesel düzeyde yeni firma oluşumunu analiz etmiş ve yaratıcılık ile girişimcilik (yeni firma doğumu) arasında yakın ve güçlü bir ilişki olduğunu bulmuştur. Buna ek olarak, bazı çalışmalar yenilikçi girişimcilerin bilgi ve yaratıcılık açısından zengin girişimcilik ekosistemlerinde, bilgi ve yaratıcılığın kıt olduğu ekosistemlere kıyasla daha aktif olacağını göstermektedir (Boschma ve Fritsch, 2009; Fritsch ve Sorgner, 2014; Audretsch ve Belitski, 2013, 2021). Keza yaratıcı sınıf ve girişimcilik ekosisteminin birlikte işlediği ve etkileşim içinde olduğu yerlerde, yeni girişimcilerin/firmaların hem sayısında hem de istihdamında artışlar olmuştur (McGranahan vd., 2011). Stolarick vd. (2011) de bir bölgedeki yaratıcı sınıf oranı ne kadar yüksekse, o bölgedeki girişimcilik ve bölgesel büyüme düzeyinin de o kadar yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Son olarak, bazı ampirik çalışmalar yaratıcı sınıf ile kırsal alanların girişimcilik potansiyeli arasındaki bağlantıyı test etmiş ve yaratıcı sınıfın kırsal girişimcilikteki önemini ortaya koymuşlardır (McGranahan ve Wojan, 2007; McGranahan vd. 2011; Rikalović vd., 2020). Uluslararası literatür incelendiğinde, yaratıcı sınıfın yoğun olduğu bölgelerde yeni şirket oluşumu ve yenilikçi start-upların kurulması kısacası girişimciliğin fazla olduğu görülmektedir. Görüldüğü gibi yaratıcılık ile girişimcilik arasında doğrusal bir ilişki mevcuttur. Bir bölgede yaratıcı sınıf oranı arttıkça o bölgenin girişimcilik potansiyeli de artmaktadır.

Bu bağlamda yaratıcı sınıfın girişimcilik ile olan ilişkisi firma ölçeğinde incelendiğinde, çalışanların girişimcilik algıları, alandaki deneyimleri, girişimcilik potansiyelleri, birikim ve olanaklara ulaşma bakımından sahip oldukları ekonomik, beşerî, sosyal ve kültürel sermayeleri (Bourdieu, 1986) yaratıcı sınıfın girişimci olmaya etki eden önemli bireysel özellikler olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda yerleşik firmalarda çalışanlar, girişimciliğin ve start-upların en temel kaynaklarından birisidir. Çalışanlar girişimcilik fikirlerini çoğunlukla daha önce çalıştıkları işlerinden edinerek girişimci olurlar (Agarwal vd., 2004; Klepper ve Sleeper, 2005; Cassiman ve Ueda, 2006; Sørensen, 2007; Nikolowa, 2014; Gambardella vd., 2015). Literatürde “*çalışan girişimciliği*” (employee entrepreneurship) olarak adlandırılan bu girişimcilik biçimi temelde çalışanların önceki işverenin sektörüyle aynı sektörde kurdukları yeni şirketleri ve/veya girişimleri tanımlanmaktadır (Agarwal vd., 2004; Klepper ve Sleeper, 2005). Buna göre girişimcilik fikrine sahip olan çalışanlar, ya firma içinde kalarak sahip oldukları inovatif projelerini devam ettirebilirler ya da çoğu durumda olduğu gibi işverenlerin çalışanların yenilikçi fikirlerini reddetmesi sonucu girişimci olarak firmadan ayrılabilirler (Saxenian, 1994; Anton ve Yao, 1995; Cassiman ve Ueda, 2006; Hellmann, 2007; Parker, 2011; Chatterjee ve Rossi, 2012; Campbell vd., 2017). Ampirik bulgular, firmalarda çalışanların

kendi şirketlerini kurmalarının en önemli nedeninin işverenlerin çalışanların fikirlerini firma içinde ticarileştirmeyi reddetmesinden ya da çalışanların fikirlerinin yönetim tarafından reddedilmesi durumunda ortaya çıkan anlaşmazlıklardan olduğunu ortaya koymaktadır. Gerçekten de yapılan çalışmalar start-upların sıklıkla yerleşik/ana firmalarda reddedilen yenilikçi fikirlerin bir sonucu olarak ortaya çıktığını göstermektedir (Klepper 2001; Klepper ve Sleeper, 2005; Cassiman ve Ueda, 2006; Boschma ve Wenting, 2007; Klepper ve Thompson, 2010). Sonuç olarak start-uplar veya yenilikçi girişimciler çoğu durumda, endüstrideki yerleşik büyük firmalardan doğma eğilimindedir yani yeni kurulan firmalar temelde yavrulama/oğul verme yoluyla kurulmaktadır. Firmalarda çalışanların girişimciye dönüşmesindeki en önemli adım, önceki iş/çalışma deneyimi yoluyla firmadan elde edilen bilgi ve tecrübenin girişimcilik sürecinde kullanılmasıdır. Dolayısıyla çalışanların önceki iş deneyimi yoluyla kazandığı bilgi onların hem girişimcilik tercihlerini ve kapasitelerini hem de daha sonraki girişimcilik performanslarını ve başarılarını etkileyen çok kritik bir süreçtir. Bu bağlamda yapılan birtakım çalışmalar (Cooper, 1985; Bhide, 1994) edinilen çalışma/iş deneyimi/tecrübesi ile uygulanan girişimcilik faaliyeti arasında önemli bir ilişki olduğuna işaret etmektedir. Nitekim örneğin Cooper (1985) ve Bhide (1994) girişimcilerin %70'inin daha önceki çalıştıkları firmadan esinlenerek veya önceki çalışmalarıyla ilişkili olanları modifiye ederek fikirlerini geliştirdiklerini ortaya koymuştur. Aynı şekilde gerek Saxenian (1994) gerekse Cassiman ve Ueda (2006) Silikon Vadisi'nde bunlara benzer çok sayıda başarılı girişimcinin aynı yolu izlediğini tespit etmiştir. Diğer yandan bu tür girişimciler kurdukları yeni firmalarında başarısız olduklarında veya başarılı olup firmalarını sattıkları durumlarda ise tekrar çalışan konumuna geri dönebilmektedirler (Cansız ve Ulusoy, 2017). Dolayısıyla girişimcilik ve çalışma arasında şartlar ve koşullara göre sürekli bir hareketlilik ve dönüşüm durumu söz konusudur.

### Veri ve Yöntem

Bu araştırmanın deseni, yakınsayan paralel karma yöntem desendir. Anketler aracılığı ile sayısal puana dönüştürülen bilgilerin, katılımcıların bakış açısı ile anlamını tespit edebilmek için görüşmeler yapılmıştır (Creswell, 2014, s. 221). Karma araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada, 2019 yılında Türkiye'nin 14 büyük ilinde istihdam edilen 1352 Ar-Ge çalışanı ile anket, bunların içinden 255 Ar-Ge çalışanı ile de eş zamanlı mülakat yapılarak veriler<sup>5</sup> toplanmıştır. Böylelikle birbirini içeren bu iki veri tabanını karşılaştırma imkânı sağlanmıştır. Araştırmanın örnekleme belirlenirken çeşitli kotalar kullanılarak anket ve mülakat yapılacak katılımcıların özellikleri kısıtlanmıştır. Örneğin katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitim durumları, yönetici olup olmaması, firmanın tipi ve ölçeği, firmanın faaliyet gösterdiği bölge ve illerin evrendeki temsil oranları değerlendirilerek örneklemin sahadaki gerçekliği daha iyi yansıtabilmesi hedeflenmiştir. Çalışmanın örnekleme alanı İstanbul, Bursa, Kocaeli, Tekirdağ, Sakarya, Ankara, Eskişehir, Konya, Kayseri, İzmir, Manisa, Denizli, Antalya ve Mersin illerinde faaliyet gösteren Teknoparklardaki firmaların çalışanları ile OSB'lerdeki ve kent merkezi ile çeperindeki Ar-Ge merkezi bulunan firmalardaki çalışanlar oluşturmaktadır.

Araştırmada yaratıcı sınıfın kayda değer bir kısmını meydana getiren Ar-Ge çalışanlarının girişimci olmasını etkileyen özellikler incelenmiştir. Bu kapsamda Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik niyetleri ve algıları ile girişimcilik deneyimleri ve potansiyellerine

<sup>5</sup> Çalışmada kullanılan veriler "OSB'lerde Teknoloji Geliştirme Projesi" kapsamında Kalkınma Bakanlığı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülen "Türkiye'nin Yenilikçi Sınıfı: Ar-Ge Çalışanları" araştırması çerçevesinde toplanmıştır.

ilişkin yaklaşımları demografik özellikler, beşerî sermaye nitelikleri, girişimcilik konusunda sahip oldukları deneyim ile firmadaki pozisyonları ve çalıştıkları işyerinin bulunduğu bölge ve yaşadıkları kentler bakımından analiz edilmiştir. Buna göre Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik özellikleri Tablo 1’de verilen üç temel boyutu kapsayan sekiz değişken bağlamında analiz edilmiştir.

**Tablo 1:** Çalışma Kapsamında Seçilen Değişkenler

Demografik	Beşerî Sermaye	Mekân
<b>Cinsiyet</b> (Kadın-Erkek)	<b>Eğitim Düzeyi</b> (Lisans, Yüksek Lisans, Doktora)	<b>Çalışılan Bölge</b> (OSB, Teknopark, Diğer Bölgeler <sup>6</sup> )
<b>Yaş Aralığı</b> (20-29, 30-39, 40-49, 50-50+)	<b>Firmadaki Pozisyon</b> (Yönetici-Çalışan)	<b>Yaşanan Kent</b> (Metropol <sup>7</sup> , Hinterland <sup>8</sup> , Yeni Sanayi Odakları <sup>9</sup> )
<b>Medeni Durum</b> (Evli-Bekar)	<b>Girişimcilik Deneyimi</b> (Var-yok)	

Söz konusu değişkenlere göre araştırmaya katılan katılımcıların özellikleri Tablo 2’de betimsel olarak gösterilmektedir. Bu minvalde katılımcıların yaş, cinsiyet ve medeni durum bilgilerini kapsayan demografik özellikleri değerlendirildiğinde çoğunluğun erkeklerden ve 20-39 yaş grubundan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların beşerî sermaye nitelikleri incelendiğinde, çoğunluğun lisans mezunlarından, yönetici olmayan çalışanlardan ve henüz girişimcilik deneyimi olmayan kişilerden meydana geldiği dikkati çekmektedir. Son olarak araştırmaya katılanların faaliyet gösterdiği mekanlar değerlendirildiğinde ise çoğunluğun gelişmiş metropol kentler ve yakın çevresindeki sanayi odaklarında yer alan Teknoparklar ve OSB’ler gibi planlı sanayi ve teknoloji bölgelerinde bulunduğu görülmektedir. Böylece anket ve mülakatlara katılan örneklemin betimsel istatistiklerinin hem evreni temsil ettiği hem de sahadaki gerçekliği çok iyi yansıttığı söylenebilir.

**Tablo 2:** Seçilen Değişkenlere Göre Anket ve Mülakat Katılımcı Sayısı

Demografik özellikler	Cinsiyet		Yaş Aralığı				Medeni Durum		Toplam
	Kadın	Erkek	20-29	30-39	40-49	50-50	Evli	Bekar	
<b>Mülakat</b>	46	209	97	103	41	14	129	126	255
<b>%</b>	18	82	38	40	16	6	51	49	100
<b>Anket</b>	299	1053	527	571	191	63	699	653	1.352
<b>%</b>	22	78	39	42	14	5	52	48	100
Beşerî Sermaye nitelikleri	Eğitim Düzey			Firmadaki Pozisyon		Girişimcilik Deneyimi		Toplam	
	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	Yönetici	Çalışan	Girişimcilik Deneyimi Var	Girişimcilik Deneyimi Yok		
<b>Mülakat</b>	182	59	14	71	184	51	204	255	
<b>%</b>	74	29	6	28	72	20	80	100	

<sup>6</sup> Diğer Bölgeler, kent merkezi ve kent çevresindeki sanayi bölgelerini kapsamaktadır.

<sup>7</sup> Metropol, İstanbul, Ankara ve İzmir illerini kapsamaktadır.

<sup>8</sup> Hinterland, metropollerin bitişiğinde yer alan Tekirdağ, Kocaeli ve Manisa gibi komşu iller ile Sakarya ve Bursa gibi metropole yakın çevre illeri kapsamaktadır.

<sup>9</sup> Yeni Sanayi Odakları, Denizli, Kayseri ve Konya gibi yeni sanayileşmiş iller ile Eskişehir, Antalya ve Mersin gibi görece farklı gelişme dinamiklerine sahip olan illeri kapsamaktadır.



<b>Anket</b>	956	321	75	436	916	277	1075	1.352
<b>%</b>	71	24	5	32	68	21	79	100
<b>Mekân</b>	<b>Çalışılan Bölge</b>			<b>Yaşanan Kent</b>			<b>Toplam</b>	
	<b>OSB</b>	<b>TGB</b>	<b>Diğer Bölgeler</b>	<b>Metropol</b>	<b>Hinterland</b>	<b>Yeni Sanayi Odakları</b>		
<b>Mülakat</b>	79	121	55	105	77	73	255	
<b>%</b>	31	48	22	41	30	29	100	
<b>Anket</b>	308	814	230	749	302	301	1.352	
<b>%</b>	23	60	17	55	22	22	100	

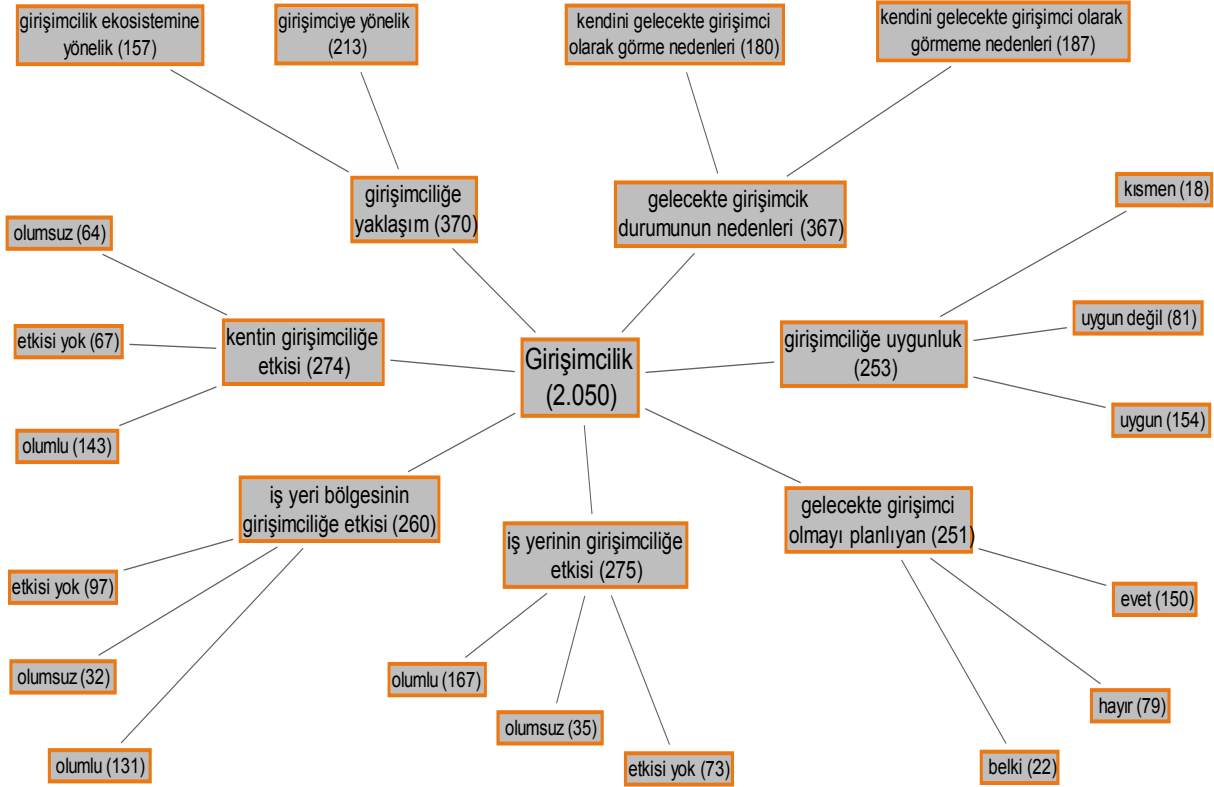
Bilindiği gibi yaratıcı sınıf oldukça geniş bir kesimden oluşmasına karşın, bu araştırmada Teknoparklarda ve Ar-Ge merkezlerinde (çoğunlukla OSB’lerde) Ar-Ge personeli olarak çalışanlara odaklanılmıştır. Bu kapsamda sahada yürütülen yüz yüze anket çalışmasında Ar-Ge personelinin girişimcilik konusundaki niyeti, tecrübesi, potansiyeli ve gelecekteki düşünceleri ile çalışılan işyeri bölgesinin ve yaşanan kentin girişimcilik kapasitelerine katkılarına ilişkin soruların nicel verileri toplanmıştır. Mülakat çalışmasında ise anketteki söz konusu soruların cevapları nitel araştırmanın doğasına uygun olarak daha da derinleştirilmiştir. Bu çerçevede Tablo 3’te anket ve mülakat soruları birbiriyle etkileşimli şekilde verilmiştir. Sonuç olarak bu çalışmada nicel ve nitel veriler birbiriyle konuşturularak birlikte yorumlanmış ve böylece gerçekliğin doğasına olabildiğince yaklaşılmaya çalışılmıştır.

**Tablo 3:** Anket ve Mülakattaki Girişimcilik Konusundaki Sorular ve Etkileşimleri

<b>Analiz Konusu</b>	<b>Anket Soruları</b>	<b>Mülakat Soruları</b>
Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Algısı ve Girişimcilik Deneyimi	Daha önce girişimcilik deneyiminiz oldu mu?	Girişimcilik hakkında ne düşünüyorsunuz?
	Girişimcilik deneyiminizde devlet desteği aldınız mı?	
Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Potansiyeli, Geleceğe İlişkin Planları ve Kendilerini Konumlandırmaları	Yeni bir girişim fikriniz var mı?	Girişimci olmak size uygun mudur? Kendinizi gelecekte girişimci olarak düşünüyor musunuz? Neden?
	Girişimci olarak hayata geçirmeyi düşündüğünüz bir fikriniz var mı?	
	Girişimcilik özelliklerine sahibim (girişken, risk alabilen, yeniliklere açık vb.) Gelecekte kendi işimin patronu olacağım	
Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Kapasitesini Firma, İşyeri Bölgesi ve Kentin Etkileri	Çalıştığım işyeri girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	Mevcut işyerinizin (firmanın) girişimcilik ile ilgili düşüncelerinize etkisi nedir?
	Firmanın bulunduğu bölge girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	Mevcut işyeri bölgenizin (teknopark, OSB, kent merkezi ve diğer bölgeler) etkisi nedir?
	Yaşadığım kent girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	Yaşadığımız kentin etkisi nedir?

Sahada elde edilen anket sonuçları SPSS programıyla analiz edilmiştir. Anket verilerinin çözümlenmesinde hem ortalamalar hem de T2B ve B2B analizi yapılmıştır. Bir anket analiz tekniği olan T2B (Top 2 Box) ve B2B (Bottom 2 Box) puanları likert ölçeğinde en yüksek (pozitif olan) ve en düşük (negatif olan) değerlerin toplanarak tek bir pozitif ve tek bir negatif değer elde edilmesi işlemidir. Bu yöntem en iyi ve/veya en kötü iki skorun/cevabın puanının tek bir değerle hesaplanması yoluyla yanıtların dağılımını önler ve sonuçların daha

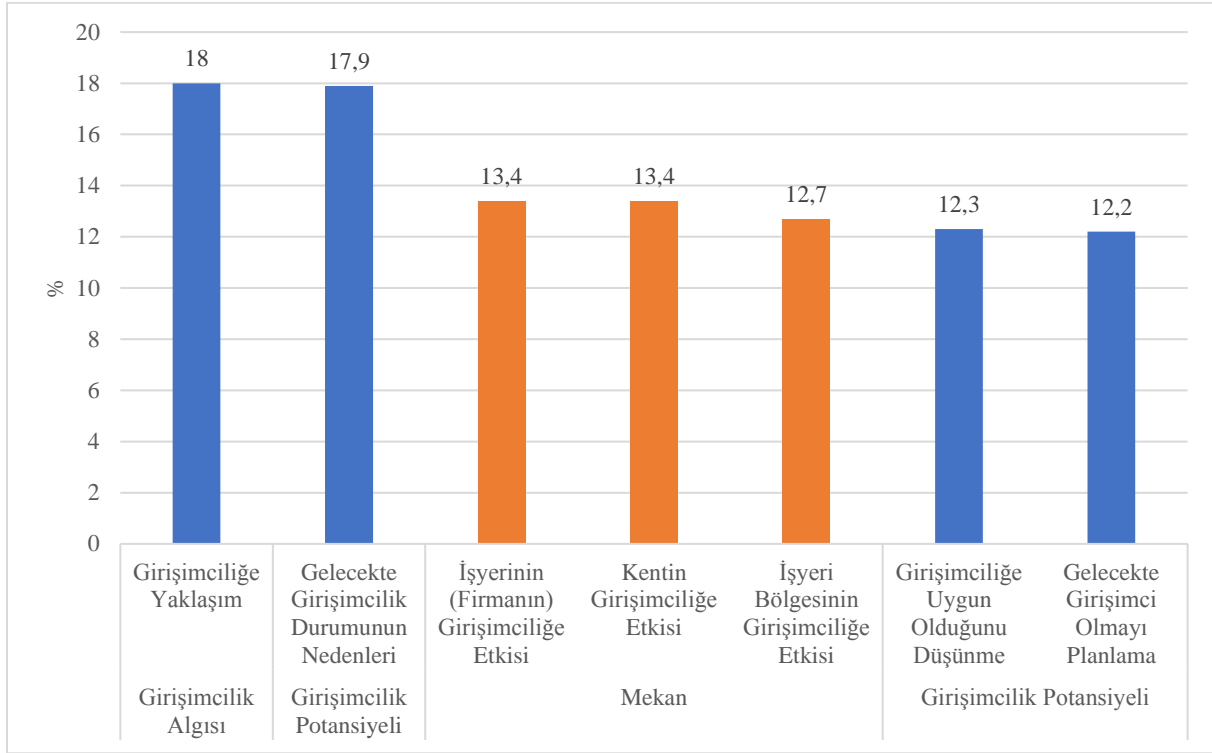
kolaylıkla anlaşılmasını mümkün kılar. Bu minvalde anket sonuçları betimsel olarak ortalama ve T2B<sup>10</sup> değerlerinin grafiklerle sunulması yoluyla yorumlanmıştır.



**Şekil 2:** Yaratıcı Sınıfın (Ar-Ge Çalışanlarının) Girişimciliğe Yönelik Düşüncelerinin Genel Haritası-Mülakat

Elde edilen mülakata ilişkin nitel veriler ise MAXQDA programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak deşifre edilen mülakatlar Maxqda programına aktarılmış ve araştırmanın tasarımı ile mülakatlardaki girişimcilik konusunun genel çerçevesi bağlamında kod başlıkları oluşturulmuştur. Daha sonra katılımcıların mülakat sorularına verdiği yanıtlara göre kodlamalar yapılmış, takiben kategorileştirme ve temalaştırma yapılmak suretiyle kod haritaları oluşturulmuştur. Yapılan nitel analiz kapsamında 255 katılımcının girişimcilik sorularına verdiği yanıtların genel haritası ve 7 ana kod altında 2050 kodlamaya ilişkin üçlü alt kod düzeyindeki dağılım Şekil 2’de, bunların yüzdelik oranları ise Şekil 3’de verilmektedir.

<sup>10</sup> Bu çalışmadaki T2B analizi, anketteki “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” cevaplarının toplamıdır.



**Şekil 3:** Girişimcilik Kodlarının Dağılımı (%) - Mülakat

Sonuç olarak Şekil 2 ve Şekil 3’de verilen Ar-Ge çalışanlarının girişimciliğe yönelik düşüncelerinin genel haritası ve kodların dağılımında girişimciliğe yaklaşım, gelecekte girişimcilik durumu, girişimciliğe uygun olduğunu düşünme, gelecekte girişimciliği planlama ve işyerinin, kentin ve işyeri bölgesinin girişimciliğe etkisi olmak üzere 7 ana kod üzerinden ortaya konulmuştur. Nitekim burada verilen ana kodlar çalışmanın da bulgularını oluşturmaktadır. Ancak Şekil 2’de verilen 7 ana koddan 4 tanesi bu çalışmanın odağı olup detaylı şekilde incelenmekte, geri kalan 3’ü ise girişimciliğin aktif “mekân” boyutunu kapsamakta olup yer darlığı nedeniyle bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Gerçekten de gerek Şekil 2’deki haritadaki kod büyüklüğünden (2050 kodun 809’u -%40’ı- mekânla ilgili) kod gerekse Şekil 3’deki grafikte görüldüğü üzere girişimciliğin mekan boyutu yani “*kentin ve işyeri bölgesinin ve işyerinin girişimciliğe etkisi*” başlı başına ayrı bir çalışma olmayı hak edecek önemde, genişlikte ve nitelikte olduğundan bu çalışmada mekanın etkisi derinlemesine fail düzeyinde (mekanın aktif/aktör olarak analizi) analiz edilmemekte sadece yaratıcı sınıfın girişimcilik potansiyelinin işyeri bölgeleri ve kentler düzeyindeki “coğrafi/mekânsal farklılaşması” (mekanın pasif/edilgen analizi) ortaya konulmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın da bir mekânsal boyutu/analizi bulunmaktadır. Ancak buradaki mekânsal boyut/analiz, mekânı bir fail ve sebep olarak gören bir anlayışı değil, coğrafyayı/mekânı sonuç ve bu sonuçların mekânsal farklılaşması inceleyen/sunan bir anlayış olarak gören bir yaklaşımı yansıtmaktadır.

Sonuç olarak mülakatların nitel analiz bulguları kod sayısı temelinde grafikler, kod haritaları ve yoğunluk tabloları yoluyla görselleştirilerek betimsel ve ilişkisel olarak analiz edilmiş ve ilgili literatür çerçevesinde de yorumlanmıştır. Bu noktada altı çizilmesi gereken hususlardan biri, mülakat sonuçlarına dayalı olarak üretilen ve yaratıcı sınıfın girişimcilik potansiyelini demografik, beşerî sermaye ve mekânsal boyutlar bakımından kod sayısı ve yoğunluk tablosu biçimde gösteren şekillerin dikey eksenin temelinde yorumlanmasıdır. Buna göre dikey eksenindeki tabloların içinde yer alan sayılar her 3 boyutun (demografik, beşerî sermaye ve mekân) ve o boyuta bağlı 8 değişkenin (Bkz. Tablo 1) kendi içindeki ağırlığını

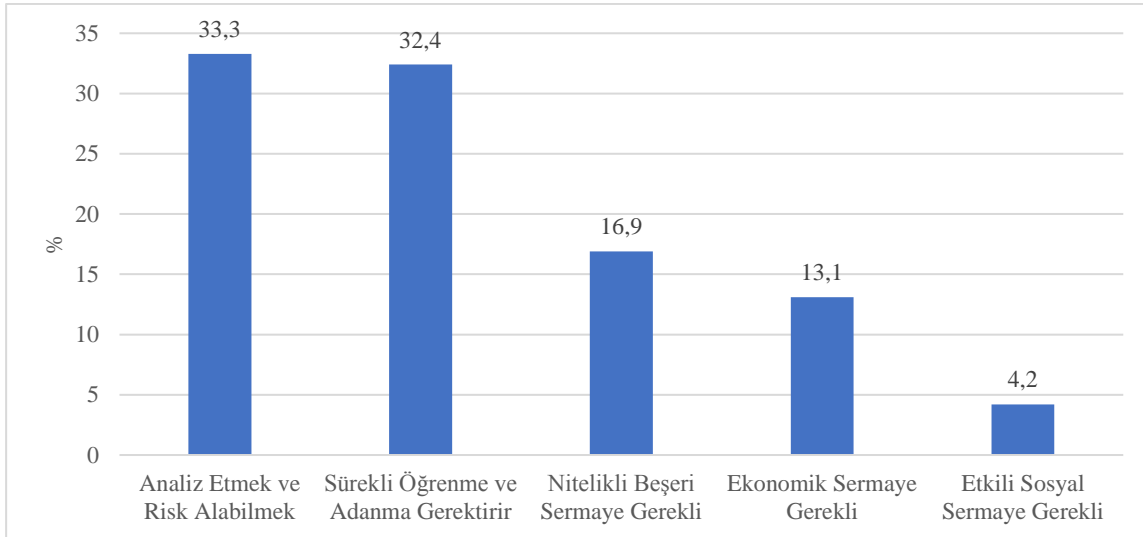
Yansıtmaktadır. Renkler ise her bir değişkenin kendi içinde nelere öncelik verdiğini, hangi faktörü ön plana çıkardığını göstermektedir. Dolayısıyla söz konusu tablolardaki nitel verilerin kod sayısı dağılımı böyle bir dikkatle okunmalıdır.

### Bulgular

Yaratıcı sınıfın girişimcilik potansiyelini analiz eden bu çalışma, nicel ve nitel verilerin birlikte değerlendirilmesi sonucu, Ar-Ge çalışanlarının girişimciliğe yönelik eğilimlerini üç tema/başlık altında (*üç temel boyutu -demografik, beşerî sermaye ve mekân- kapsayan sekiz parametre bağlamında*) ortaya koymaktadır: Bunlar, (1) Girişimcilik Algısı, (2) Girişimcilik Deneyimi ve Devlet Desteği, (3) Girişimcilik Potansiyeli.

#### Girişimcilik Algısı

Mülakatlardan elde edilen verilerden ulaşılan “girişimciliğe yaklaşım” ve “girişimcilik ekosistemine yaklaşım” kodları, katılımcıların girişimciliğe yaklaşımlarına odaklandığı için “*girişimcilik algısı*” şeklinde temalaştırılmıştır. Girişimciliğe yaklaşım kodunun alt anlam kodları Şekil 4’te; yaratıcı sınıfın girişimcilik ekosistemine yaklaşımı kodunun alt anlam kodları ise Şekil 5’te yer almaktadır.



Şekil 4: Yaratıcı Sınıfın Girişimciliğe Yaklaşımı-Mülakat (%)

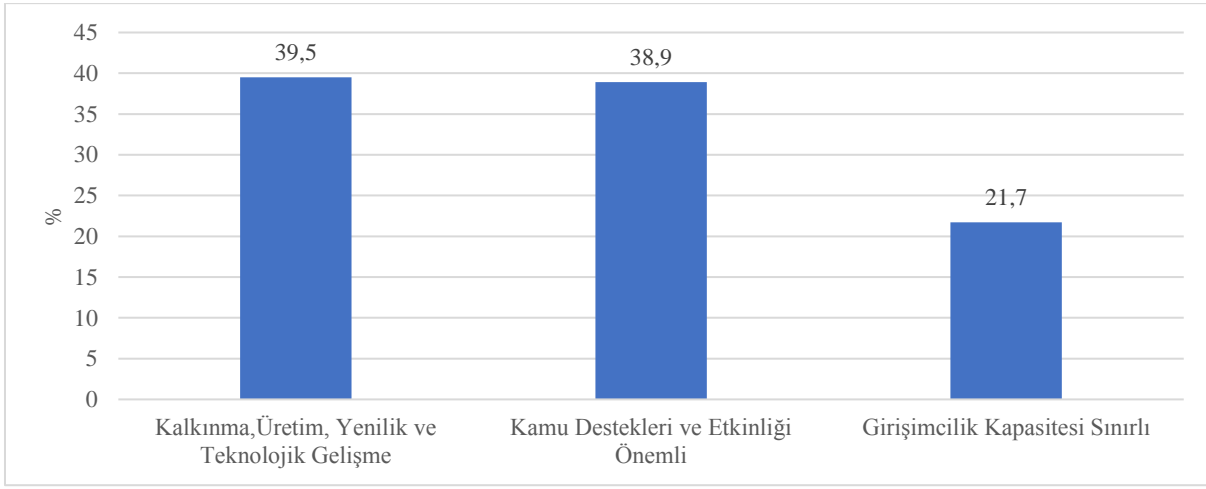
**Girişimcinin özellikleri:** Yaratıcı sınıfın “*girişimciliğe yaklaşımı*”, katılımcıların girişimciliği tanımlama biçimleri ve girişimcilik özelinde kendilerini nasıl konumlandıkları ile ilgilidir. Burada öne çıkan alt anlam kodları; “nitelikli beşerî sermaye”, “etkili sosyal sermaye” ve “ekonomik sermaye” gibi girişimcilik için gerekliliği görülen kaynaklara sahiplik ve yardımcı unsurların yanı sıra, “analiz etme ve risk alabilme” gibi girişimci kişiliğe dair özellikler ile “sürekli öğrenme ve adanma” gibi kişisel nitelikleri içermektedir. Buna göre, Şekil 4’te yer aldığı üzere, katılımcıların girişimcilik tanımlarında en fazla tekrar eden anlam kodu “analiz etmek ve risk alabilme” ile “sürekli öğrenme ve adanma gerektirir”dir. Söz konusu kod, katılımcılar için girişimciliğin öncelikle risk ile bağlantılı olduğunu işaret ettiği gibi aynı zamanda analiz etmek ve risk alabilme gibi kişilik özellikleri ilgili olduğu söylenebilir. “Sürekli öğrenme ve adanma” da benzer biçimde, kişisel özveri ve çaba ile bağlantılı olarak açıklanabilir.

Girişimcilikte özgün bir fikriniz varsa ve hani özgüveniniz yüksekse, böyle atılgan ve girişken bir insansanız tabii ki önemli. Bir de biraz girişimcilik için tecrübe ve risk alabilme yeteneğiniz olması gerekiyor (İstanbul, Kadın-0547).

Yukarıda yer verilen tanımların yanı sıra, yaratıcı sınıfın girişimciliği sermaye tipleri üzerinden değerlendirildiğinde “nitelikli beşerî sermaye” ihtiyacı öne çıkmaktadır. “Ekonomik sermaye”nin dördüncü sırada gelmesi ise bilgi işçilerinin esas beşerî sermayeyi yani aldıkları eğitim ve edindikleri yetenek ve tecrübeyi önemseyen bir yaklaşımı ön planda tutmaları onların hem bilgi toplumu kuramlarıyla hem de yaratıcı sınıf teorisiyle uyumlu düşündüklerini göstermektedir. Burada kişilerin ilişki ve ağlar yoluyla kaynaklara ve bilgiye erişimini kolaylaştıran sosyal sermayenin görece az vurgulanması ise ilginç bir durumdur.

Tecrübesi olmadan bu işe atlayan çok kişi var. Bunların hepsi problemle sonuçlanıyor (Ankara, Erkek-0209).

Özellikle beyaz yakalılara girişimcilik üzerine iyi eğitim verilmesi gerektiğini düşünüyorum (İzmir, Erkek-0944).



Şekil 5: Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Ekosistemine Yaklaşımı-Mülakat (%)

**Girişimcilik ekosistemi:** Yaratıcı sınıfın girişimcilik algısının tanımlanmasında ele alınan “girişimcilik ekosistemi”ne yaklaşım kodunun alt kodları, “kalkınma, üretim, yenilik ve teknolojik gelişme”; “kamu destekleri ve etkinliği önemli”; “girişimcilik kapasitesi sınırlı”dır. Şekil 5’te de yer verildiği gibi, en yoğun tekrar eden anlam kodundan hareketle, katılımcıların girişimcilik ekosistemini “kalkınma, üretim, yenilik ve teknolojik gelişme” şeklinde tanımladıkları söylenebilir. Söz konusu tanım, girişimcilik ekosistemini üretim üzerinden olduğu kadar gelişme ve yenilik odaklı bir noktada kavramsallaştırmaktadır. Bir diğer öne çıkan anlam kodu “kamu destekleri ve etkinliği” ile ilgili olarak girişimcilik ekosisteminin devlet desteği ile ilişkisine, söz konusu ilişkide kamusal teşviklerin etkinliğine dikkat çekmektedir. Ekosistemin mevcut özelliklerini dile getirme noktasında ise katılımcılar, “girişimcilik kapasitesinin sınırlı” olduğuna dikkat çekmiştir. Söz konusu sınırlılık katılımcılar tarafından, özellikle katılımcıların girişimciliği tanımlamada kullandıkları anahtar kavramlar çerçevesinde şekillenen öğrenme, fikir, ekonomik ve sosyal sermaye ihtiyacı gibi unsurların bir arada bulunmaması olarak tanımlanmıştır.

Cesaret olmaması, sermaye ve çevre olmaması. Bunlar olsa bile fikir olmuyor. Bunların üçünün de birleşmesi gerekiyor ki ortaya girişimcilik çıksın. Maalesef üçünü de denk getiren çok az insan oluyor (İzmir, Erkek-0670).

Kapasite, birikim, belli bir iş fikri olduktan sonra tabii ki yapılabilir. Girişimciler yenilikçi olan, çok yönlü olan, yönetim kabiliyeti olan insanlardır (İstanbul, Kadın-0513).

Buradan genel olarak Türkiye’de yaratıcı sınıfın bulunduğu girişimcilik ekosisteminin zayıf olduğu, girişimciliği destekleyici imkân ve ortamları sunmaktan henüz uzak olduğu sonucu çıkarılabilir.

Yaratıcı sınıfın girişimciliği nasıl tanımladığı ve algıladığının detaylı analizi için katılımcıların ilgili konuya yaklaşımları demografik özelliklerine, sahip oldukları beşerî sermaye niteliklerine ve faaliyet gösterdikleri bölge ve kentler bazında nasıl farklılaştıkları özelinde ele alınmıştır. Elde edilen bulguların (kodların) söz konusu değişkenler bağlamında gösterimi Şekil 6, Şekil 7 ve Şekil 8’de sunulmuştur.

Kod Sistemi	Kadın	Erkek	yaş 20-29	yaş 30-39	yaş 40-49	yaş 50+	Evlili	Bekar	TOPLAM
ANALİZ KODLAR									0
Girişimcilik									0
girişimcilğe yaklaşım									0
girişimciye yönelik									0
nitelikli beşerî sermaye gerekli (eğitim+iş tecrübesi)	7	29	13	14	6	3	22	14	108
etkili sosyal sermaye gerekli	2	7	3	5	1		4	5	27
analiz etmek ve risk alabilmek	12	59	28	26	13	4	36	35	213
ekonomik sermaye gerekli	7	21	15	9	4		12	16	84
sürekli öğrenme ve adanma gerektirir	17	52	29	27	8	5	32	37	207
girişimcilik ekosistemine yönelik									0
girişimcilik kapasitesi sınırlı	9	25	16	10	7	1	11	23	102
kamu destekleri ve etkinliği önemli	13	48	21	27	13		29	32	183
kalkınma, üretim, yenilik ve teknolojik gelişme	7	55	21	28	12	1	30	32	186
<b>TOPLAM</b>	<b>74</b>	<b>296</b>	<b>146</b>	<b>146</b>	<b>64</b>	<b>14</b>	<b>176</b>	<b>194</b>	<b>1110</b>

Şekil 6: Demografik Özelliklere Göre Girişimcilik Algısı-Mülakat

**Demografik özellikler:** Yaratıcı sınıfın girişimciliği tanımlama biçimleri ve girişimcilğe yaklaşımları, Şekil 6’te yer verildiği gibi, cinsiyet, yaş ve medeni durum gibi demografik özelliklere göre çeşitli farklılıklar göstermektedir. Genel olarak erkeklerin kadınlardan daha fazla girişimcilik eğilimi taşıdığı bilinmektedir. Girişimcilğe yönelik olarak kadın katılımcılar ekonomik sermayeyi ve bu sermayenin bir kaynağı olarak kamu desteklerinin önemini erkek katılımcılardan daha fazla önemsemektedir.

Girişimcilik son yıllarda çok desteklenen bir konu haline geldi. Hakikaten girişimcilikle ilgili bilgilendirmeler, seminerler, eğitimlerinin verilmesi, bunların yarışlarının yapılması gibi konular var. Bu kültürü oturtma anlamında biraz daha yolumuz var sanki, öyle görüyorum (Ankara, Kadın-2082<sup>11</sup>).

Elde edilen veriler medeni halin girişimcilğe yaklaşımda önemli bir fark yaratmadığını işaret etmekle birlikte genel olarak bekarların evlilerden daha fazla girişimcilik niyeti olduğu söylenebilir. Yaş üzerinden yapılacak bir okumada ise 20-29 yaş grubundaki katılımcıların diğer gruplara göre ekonomik sermayenin girişimcilikteki önemini daha fazla gördükleri ifade edilebilir. Kuşkusuz yaş ilerledikçe yenilikçi sınıfın girişimcilik eğilimi azalıyor ki en çok 20’li ve 30’lu yaşların girişimcilik için önemli olduğu görülmektedir.

Diğer taraftan ekosistem düzeyinde genç (20-29) ve bekar olan yaratıcı sınıfın buldukları ekosistemin sunduğu imkanları oldukça sınırlı gördüğü, olgun kişilerin ise kamu teşviklerini gençlerden daha fazla önemsendiği dikkati çekmektedir.

<sup>11</sup> Kodlar, anket yapılan 1352 kişi ile bunları içinden mülakat yapılan 255 kişiyi temsil etmektedir. Bazı kod numaralarının bu örnekte olduğu gibi 1352’yi aşmasının nedeni, çalışmanın başlangıcında örneklem büyüklüğüne erişmek için yaklaşık 2500 kişi ile temas kurulması ve bu nedenle başlangıçta mülakat yapılan bazı kişilerin bu grubun içinde yer almasından dolayı kod numaralarının sıralanmış nihai örneklemden büyük olmasıdır.



Kod Sistemi	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	Yönetici Olan	Yönetici Olmayan	Girişimcilik Deneyim Yok	Girişimcilik Deneyimi Var	TOPLAM
ANALİZ KODLAR								0
Girişimcilik								0
girişimcilğe yaklaşım								0
girişimciye yönelik								0
nitelikli beşeri sermaye gerekli (eğitim-iş tecrübesi)	19	10	7	14	22	31	5	108
etkili sosyal sermaye gerekli	5	4		1	8	8	1	27
analiz etmek ve risk alabilmek	53	16	2	22	49	60	11	213
ekonomik sermaye gerekli	19	7	2	5	23	24	4	84
sürekli öğrenme ve adanma gerektirir	51	15	3	21	48	53	16	207
girişimcilik ekosistemine yönelik								0
girişimcilik kapasitesi sınırı	25	8	1	9	25	27	7	102
kamu destekleri ve etkinliği önemli	47	10	4	18	43	47	14	183
kalkınma, üretim, yenilik ve teknolojik gelişme	45	13	4	19	43	46	16	186
TOPLAM	264	83	23	109	261	296	74	1110

Şekil 7: Sahip Olunan Beşerî Sermaye Özelliklerine Göre Girişimcilik Algısı-Mülakat

**Beşerî sermaye nitelikleri:** Mülakatlardan elde edilen kodlar, katılımcıların beşerî sermaye özellikleri üzerinden ele alındığında, eğitim düzeyi ve iş yerindeki pozisyon farklılığının girişimcilğe yaklaşım açısından belirgin bir fark yaratmadığı ancak girişimcilik deneyiminin söz konusu yaklaşım üzerinde etkiye sahip olduğu söylenebilir (Şekil7). Girişimcilik deneyimine sahip olmayan katılımcılar olanlara göre beşerî ve ekonomik sermayeyi daha önemli görmektedir. Ancak bunlar asıl olarak analiz etme ve risk almayı girişimciliğin başat unsuru olarak değerlendirmektedirler.

Girişimciliği yenilikçilik olarak görüyorum. Bunu hayata geçirebilmek için çok ciddi insan ve çevreye sahip olmanız gerekiyor. Girişimcilik demek bunu tamamıyla üstlenmek demek oluyor (Kocaeli, Girişimcilik Deneyimi Var-2126).

Girişimcilik deneyimi olan katılımcıların ise görece olarak ağırlıklı önemsedikleri bileşenler, sürekli öğrenme ve adanma ile analiz etmek ve risk almaktır. Ayrıca söz konusu kişilerin ekosistemde mevcut olan yenilik ve teknolojik gelişmeye de büyük önem verdikleri görülmektedir. Bunlar da bir nevi yenilikçiliğe işaret etmektedir. Geçmişte girişimcilik deneyimi olan katılımcıların kendi tecrübelerinde bu konuların ağırlık oluşturmasının, girişimcilikte başarılı olmak için ihtiyacın ortaya konulmasında yol gösterici olabileceği değerlendirilmektedir.

Öte yandan eğitim durumu bakımından doktora sahiplerinin birçok bakımdan diğerlerine göre farklılaştığı, özellikle de eğitim ve iş tecrübesinin çok önemli olduğunu vurguladığı görülmektedir. Yönetici olanla olmayanın ayrıştığı husus ise, yöneticilerin beşerî sermayeye, çalışanların ise ekonomik sermayeye daha fazla önem atfetmesidir. Son olarak ekosistem ölçeğinde durum değerlendirildiğinde ise lisans mezunu olan yaratıcı sınıfın hem buldukları bölgedeki girişimcilik ekosistemine kapasitesinin sınırlılığını hem de özellikle kamu desteklerinin girişimciler için önemli olduğunu diğer derece sahiplerine göre daha fazla vurguladığı dikkati çekmektedir.

Kod Sistemi	OSB	Teknopark	Diğer Alanlar	Metropoller	Hinterlandlar	Yeni Sanayi Odakları	TOPLAM
ANALİZ KODLAR							0
Girişimcilik							0
girişimcilğe yaklaşım							0
girişimciye yönelik							0
nitelikli beşeri sermaye gerekli (eğitim-iş tecrübesi)	7	22	7	19	11	6	72
etkili sosyal sermaye gerekli	2	5	2	5	2	2	18
analiz etmek ve risk alabilmek	19	35	17	33	25	13	142
ekonomik sermaye gerekli	9	14	5	9	7	12	56
sürekli öğrenme ve adanma gerektirir	22	32	15	35	15	19	138
girişimcilik ekosistemine yönelik							0
girişimcilik kapasitesi sınırı	7	21	6	17	7	10	68
kamu destekleri ve etkinliği önemli	17	35	9	24	16	21	122
kalkınma, üretim, yenilik ve teknolojik gelişme	22	29	11	20	21	21	124
TOPLAM	105	193	72	162	104	104	740

**Şekil 8:** Faaliyet Gösterilen Bölge ve Kent Gruplarına Göre Girişimcilik Algısı-Mülakat

**Mekân:** Mülakatlardan elde edilen girişimcilik yaklaşımı ile ilgili kodlar, bölge ve kent grupları üzerinden ele alındığında, genel olarak değişkenler bağlamında önemli farklar bulunmadığını işaret etmektedir (Şekil 8). Veriler detaylandırıldığında ise teknoparklarda çalışanların OSB'lerde çalışanlara oranla beşerî sermayeyi görece olarak daha fazla önemsendiği görülmektedir. Teknopark firmalarının ölçek olarak daha küçük olması, üretimden ziyade daha çok yoğun Ar-Ge odaklı çalışmaları ile firmaların mekânsal yakınlıkları, teknoparkların sosyal ortamları nedeniyle Ar-Ge çalışanlarının birbirleriyle etkileşimlerini ve girişimcilerin faaliyetlerini daha iyi izleme olanaklarına sahip oldukları değerlendirildiğinde girişimcilik algısında OSB çalışanlarına göre beşerî sermayeyi görece olarak daha önemsemeleri anlaşılır olmaktadır. Ayrıca teknoparklarda çalışan yaratıcı sınıfın hem risk almayı hem de kamu desteklerinden faydalanmayı OSB'dekilere göre daha fazla ön plana aldığı görülmektedir. Yine teknopark çalışanları mevcut girişimcilik kapasitesinin sınırlılığını belirterek buldukları ortamdaki girişimcilik ekosisteminin yeterince gelişmiş olmadığını vurgulamaktadırlar.

Girişimcilik yenilikçilikle paralel kavramlardır. Girişimci insan zaten yenilikçidir, yenilikçiliğin sonu da girişimciliğe çıkar diye düşünüyorum. Girişimcilik hep ileri götürmenin bir çıkış noktası. Kendini geliştirmenin telaşı içinde olan insanların özelliği bence. Ama bu durum beraberinde pek çok sıkıntıyı da getiriyor tabii. Okul arkadaşlarım mezun olur olmaz şirket kurmaya çalıştılar, sonrasında olmadı yatırımcı olmaya çalıştılar ama belirli bir tecrübe teknik kapasite olmadan kolay olmuyor (İstanbul, Teknopark-1102).

Kent grupları detaylı incelendiğinde ise yeni sanayi odaklarında çalışanların ekonomik sermayeye verdiği ağırlığın diğerlerinden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Daha önce girişimcilik tecrübelerim oldu ama girişimciliğin çok fazla pembe bir şekilde insanlara lanse edildiğini düşünüyorum. Yani insanlara hayal satılıyor. Ama aslında iç yüzü öyle değil. Yani insanlar bir hayalin, fikrin var evet her şeyi yapabilirim diye öyle bir dünya maalesef yok ve paranız yoksa hiçbir iş yapamıyorsunuz (Kayseri, Yeni Sanayi Odakları-0060).

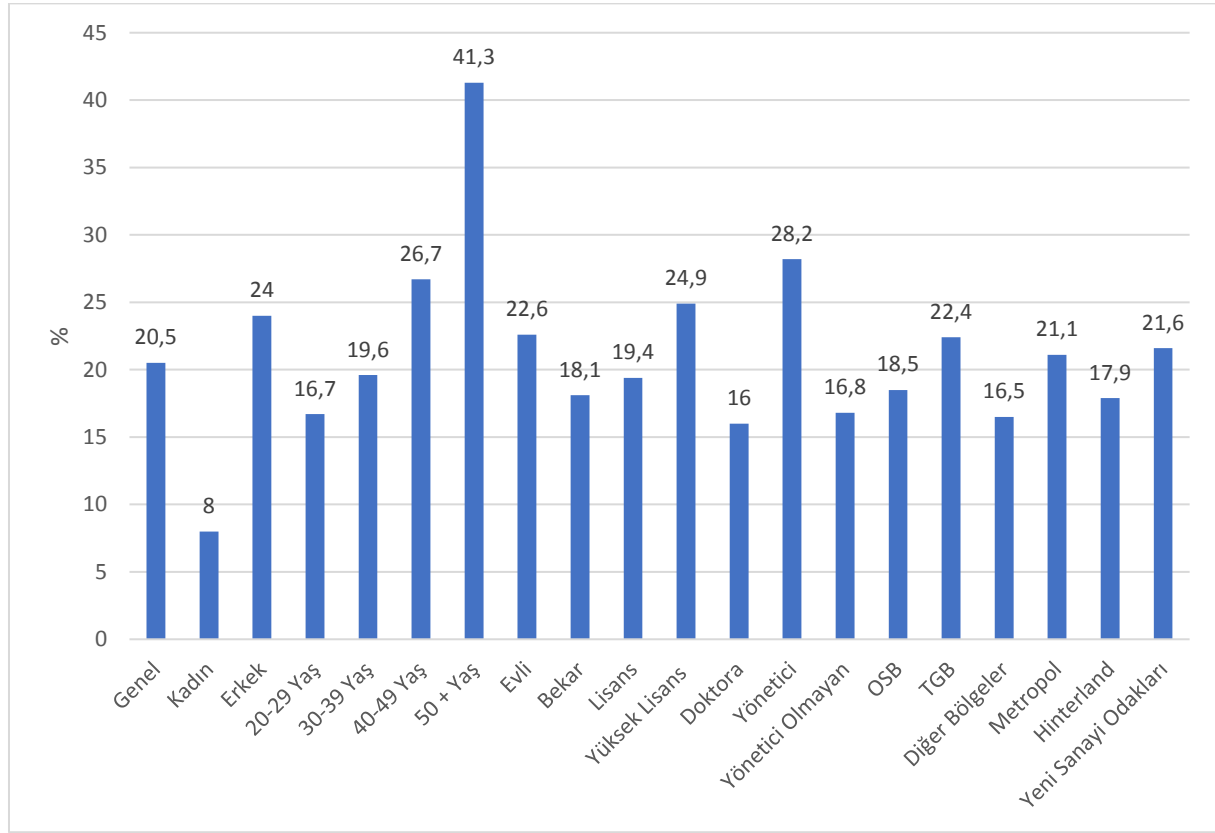
Diğer taraftan metropollerde çalışan yaratıcı sınıf tecrübeye, risk almaya ve öğrenmeye daha fazla önem atfederken, yeni sanayi odaklarındakiler kamu teşviklerine daha fazla önem vermektedirler.

Girişimcilik algısı temelde bir yandan mikro ölçekte kişilik özellikleri ve kişisel sermayeler yoluyla diğer yandan ise makro (bölgesel) ölçekte ekosistemin yapısı ve sahip olduğu varlıkların nitelikleri yoluyla her iki ölçeğin birbiriyle etkileşiminin bir sonucu olarak şekillenmektedir. Buna göre çalışmanın bulguları yaratıcı sınıfın girişimcilik algısını belirleyen en önemli faktörlerin onların sahip olduğu kişilik özellikleri (risk alma, analiz etme, öğrenme çabası ve adanmışlık) ile içerisinde yaşadıkları ekosistemin sunduğu yenilikçi ve destekleyici imkân (yetenekli işgücü, devlet teşvikleri), ortam (kurumsal altyapı, kentsel çekicilikler) ve varlıklar (teknolojik firmalar, bilgi vb.)'dir. Ayrıca yenilikçi kişilerin girişimsel algı ve niyetlerini belirlemede süreç içerisinde aldıkları kaliteli eğitim ile edindikleri iş tecrübesi ve deneyimlerin de önemli payı olduğu söylenebilir. Keza ekosistemin kalınlığı ve niteliği yanında zayıf kapasite ve sınırlı varlıklarının olması da girişimcilik algısı üzerinde ciddi bir etken/engel olarak gözükmektedir. Öte yandan ister bireysel aktör düzeyinde olsun isterse ekosistem düzeyinde olsun katılımcıların demografik, beşerî sermaye ve mekânsal özelliklerine göre girişimciliğe yaklaşımı ve girişimcilik algısının oluşumunda önemli farklılaşmalar bulunmaktadır.

**Girişimcilik Deneyimi ve Devlet Desteği**

Yaratıcı sınıfın girişimcilik algısını ve girişimcilik potansiyelini etkileyen bir değişken olarak sahip oldukları girişimcilik deneyimleri ile girişimcilikte devletten destek alıp almama

durumları ele alınmıştır. Anket ve mülakatlardan elde edilen verilerden hareketle, yenilikçi sınıfın girişimci veya Ar- Ge çalışanı olarak olası dönüşümleri değerlendirilmiştir.



**Şekil 9:** Girişimcilik Deneyimi Olan Katılımcıların Oranı (%)-Anket (N=1352, n=277)

Şekil 9’da *girişimcilik deneyimi* olan katılımcıların demografik ve beşerî sermaye özellikleri ile çalıştıkları işyerinin coğrafi konumuna göre dağılımı verilmiştir. Buna göre yaratıcı sınıf çalışanlarının %20,5’inin girişimcilik deneyimi bulunmaktadır. Yani her 5 Ar-Ge çalışanından birinin daha önceden bir girişimcilik tecrübesi olmuştur. Kadın çalışanlar arasında girişimcilik deneyimi olanların oranı %8 iken erkeklerde aynı oran %24 düzeyindedir. Çalışanların yaşı arttıkça doğal olarak girişimcilik tecrübesi bulunma ihtimali de artmaktadır. Keza evli olanların bekârlardan daha fazla girişimcilik deneyimi olduğu dikkati çekmektedir. Girişimcilik tecrübesi bulunan katılımcılar, girişimciliği başarılı ve avantajlı olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla, tecrübesi olan katılımcıların girişimciliğe olan yaklaşımlarının olumlu olması, gelecekte girişimcilik yönünde yeniden bir faaliyet gösterebileceklerini düşündürmektedir.

Türkiye’de girişimci olmak gayet kolay. Bir sürü avantajı da var, kullanan kullanıyor. Devlet destekleri var KOSGEB destekleri var TÜBİTAK destekleri var (Denizli, Girişimcilik Deneyimi Var-0915).

Eğitim düzeyi içinde yüksek lisans yapanların girişimcilik deneyimi %24,9 ile en yüksek düzeydedir. Bunu sırasıyla lisans (%19,4) ve doktora (%16) düzeyinde eğitime sahip olanlar takip etmektedir. Girişimcilik deneyimi ve eğitim değişkenlerinin bir arada bulunması katılımcıların girişimciliğe olan yaklaşımları kadar gelecekte girişimcilik konusunda planları bulunması ve bu planlarının içeriğini ve yönünü tayin etmesi açısından belirleyicidir.

Ben bir girişim sürecine girmiştım. Şimdi başka birkaç proje ile alakalı birkaç girişim planım var. İleride girişimcilere yatırım yapan bir kişi olmayı hedefliyorum çünkü ben artık kendimi bir girişimci olarak görüyorum. Bir kere benim ürün odaklı çalışan bir yapım var, yenilikçi ürünleri ortaya koymada bunları

ticarileştirmede belli yeteneklerim var. İyi bir eğitimim var. Dolayısıyla bir ürünün geliştirilmesinin nasıl yapılacağı ile ilgili yeterli bilgin yetkinliğim olduğunu düşünüyorum (Ankara, Dr. Eğitim-1075).

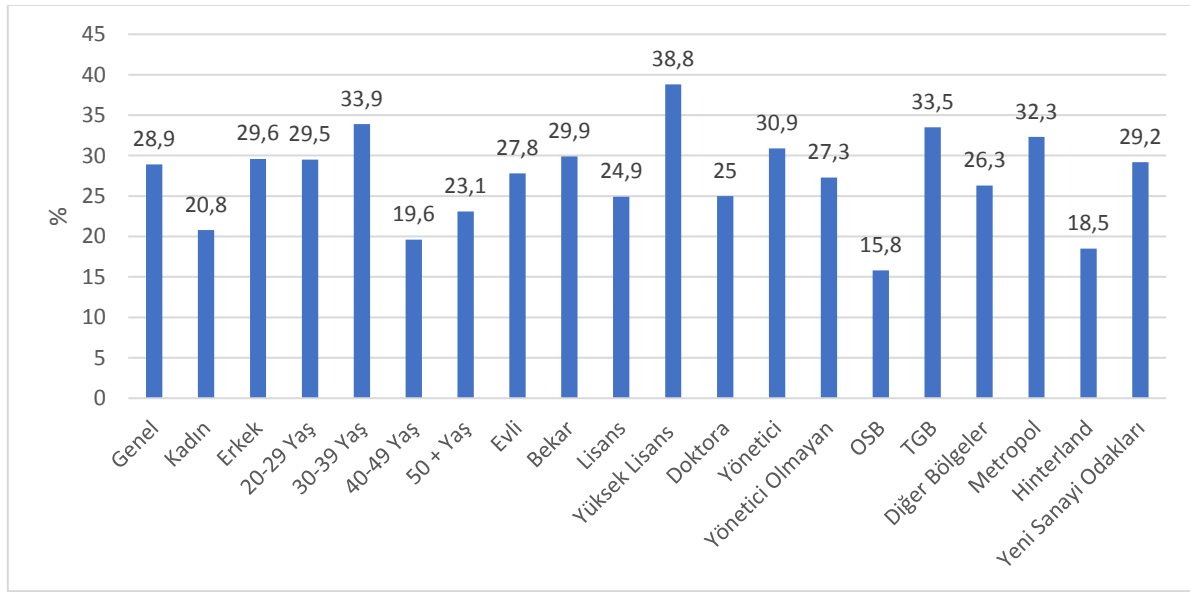
İş yerinde yönetici pozisyonunda bulunan katılımcıların girişimcilik deneyimi ele alındığında, %28,2'sinin daha önce girişimcilik deneyimi bulunduğu görülmektedir. Yöneticilik görevi bulunmayan çalışanlarda ise bu oran %16,8'de kalmaktadır. Bu çerçevede girişimcilik deneyiminin yöneticilik vasfını doğal olarak geliştirdiği ve çalıştıkları işlerde yöneticilik için avantaj sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Buna ek olarak, aşağıdaki katılımcı ifadesinde de yer aldığı üzere, söz konusu avantajın gelecekte yeni girişimcilik faaliyetlerine atılmada da etkili olabileceği de söylenebilir.

Ben ilk başta bahsettiğim gibi, monotonluğu seven bir insan değilim. Devamlı aynı işi aynı şeyi yapmayı çok istemiyorum. Devamlı kendimi işimi kurma fikrim var. Ufak tefek girişimcilik deneyimim oldu. Çok istediğim gibi bitmediler ama bu bana bir sürü şey kattı, bir sürü şey öğrendim. Ve yeni faaliyetleri devamlı planlama içerisindeyim (İstanbul, Girişimcilik Deneyimi Var-1513).

Sanayi ve teknoloji bölgeleri içindeki firmalarda girişimcilik deneyimine sahip katılımcıların en yüksek olduğu yerler teknoparklar (%22,4) iken bunu sırasıyla %18,5 ile OSB'ler ve %16,5 ile diğer bölgeler izlemektedir. Ancak teknoparklarda da yenilikçi olduğu halde girişimciliğe girmek istemeyen Ar-Ge çalışanı katılımcılar da bulunmaktadır.

Girişimcilik için hem yenilikçilik gerektiriyor gerçekten farklı düşünmeyi gerektiriyor ama bunun yanında bir anlamda da bir cesaret de gerektiriyor. Sadece yenilikçilik yetmiyor girişimci olabilmek için, bu bir miktar tutku işi. Girişimcilik, yenilikçilik ve bu tutkunun birleşimiyle ortaya çıkıyor. Bana çok uygun değil ben yenilikçilik özelliklerine sahip olduğumu düşünüyorum ama o girişimci olmak için gerekli olan o tutku bende yok o yüzden açıkçası şimdiye kadar da böyle bir girişim içerisine pek girmedim çok ciddi bir şekilde de değerlendirmedim (Tekirdağ, Teknopark-1778).

Kent grupları bağlamında ise yeni sanayi odakları ve metropoller girişimcilik deneyiminin ortalamadan daha fazla olduğu yerler olarak ortaya çıkarken, hinterlandlarda çalışanların ortalamanın altında kaldığı dikkati çekmektedir. Bu durum yenilikçi sınıfın özellikle Anadolu'nun yeni sanayileşmiş iç bölgelerinde girişimcilik yönünden daha aktif bir tutum aldığını ve metropolleri geçen bir girişim ruhuna sahip olduğuna işaret etmektedir. Nitekim yeni sanayi odaklarını Denizli, Konya ve Kayseri ile Eskişehir, Antalya ve Mersin olarak ikiye ayırdığımızda, ilk grupta bulunan ve tipik sanayi odağı olan görece muhafazakâr kentlerde girişimcilik deneyimi %28'i bulurken, ikinci grupta yer alan ve sanayi-turizm yapısı ile görece seküler yaşam biçimi olan kentlerde söz konusu girişimcilik deneyiminin %15'e düştüğü gözlemlenmektedir.



**Şekil 10:** Girişimcilik Deneyiminde Devlet Desteği Kullanım Oranları (%)-Anket (N=1352, n=80)

Girişimcilik deneyimi olan ve girişimcilik faaliyetleri sırasında *devlet desteği* kullanan Ar-Ge çalışanlarının demografik ve beşerî sermaye özellikleri ile çalıştıkları işyerinin coğrafi konumuna göre dağılımı Şekil 10'da verilmiştir. Buna göre yaratıcı sınıfın girişimcilik deneyimi esnasında kamu desteğinden yararlanma oranı %29 olup bu oran neredeyse 3 çalışandan birinin girişimcilik faaliyeti için devletin teknogirişimcilere verdiği teşviklerden faydalandığını göstermektedir. Destek alanların durumu demografik, beşerî sermaye ve coğrafi konuma göre incelendiğinde, ortalamadan (%28,9) en çok sapan gruplar 30-39 yaş arasındaki katılımcılar (%33,9) diğer yaş gruplarına göre, yüksek lisans düzeyinde eğitime sahip olanlar (%38,8) lisans ve doktora düzeyinde eğitime sahip olanlara göre, teknoparklarda çalışanlar (%33,5) diğer bölgelerde çalışanlara göre devlet desteklerinden daha fazla yararlanmışlardır. Diğer taraftan kadınların (%20,8) erkeklere göre teşviklerden yararlanma düzeyinin oldukça düşük kaldığı dikkati çekmektedir.

Girişimciler devlet destek maalesef yeterli seviyede değil. Hani şunu demek istiyorum. Bireysel anlamda çabalayan insanı desteklemek güzel bir şey. Devlet bunu yapmaya çalışıyor ama ben yeterli bulmuyorum (Denizli, Girişimcilik Deneyimi Var-0167).

Özellikle teknoparklarla OSB'ler arasındaki farkın (yaklaşık %18) nedenlerini iki alanda toplamak mümkündür. Bunlardan birincisi Teknopark bölge yönetimlerinin potansiyel girişimcileri kamu destekleri açısından daha iyi yönlendirmesi olabileceken, diğeri, OSB'lerin potansiyel girişimcileri bir araya getirecek sosyal ortamlarının zayıf olması nedeniyle bilginin yayılmasını kolaylaştıracak imkân ve ortamların sınırlı kalması ve bu bağlamında cılız bağlarla iş birliği yapılması olabilir.

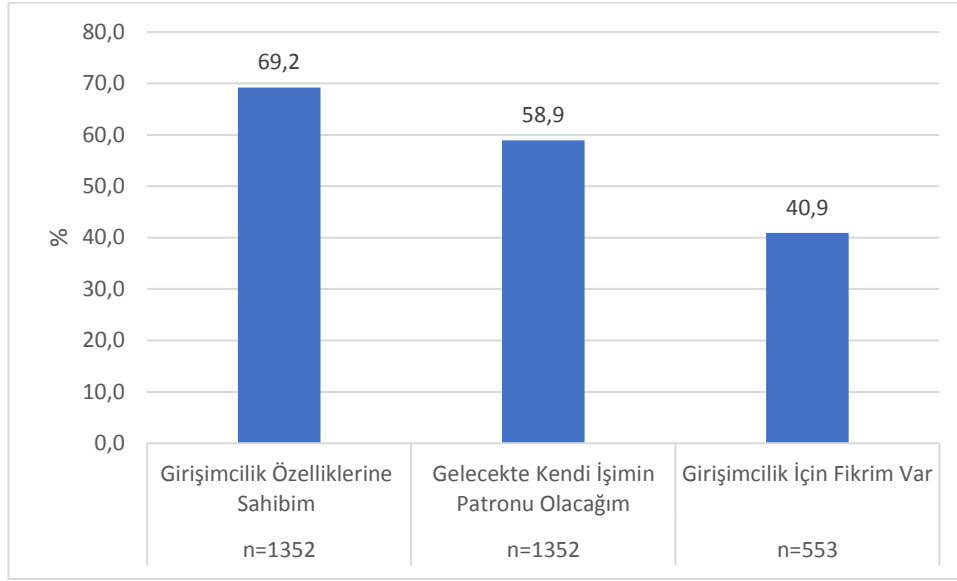
Sürekli girişimciliğe yönelik şeyler yapıyoruz. Belki üç veya dört defa olumsuz sonuç aldık ama devam ediyoruz. Hem alanımızda hem bağlı olduğumuz sektörde ya da yakın sektörlerde illa bir şeyler yapıyoruz. Devletten bir şey beklemeye gerek yok. Devlet bu konularda teşvik veriyor bunları söyleyebilirsiniz, önemli şeyler bunlar ama haliyle çok zor şartlarda geliyor. Ben hiç almadım bugüne kadar. Teknopark yönlendirmesiyle denedim ama vakit ayırmaya değmiyor. Çünkü onunla uğraşana kadar ben kendi girişim şartlarımı yapıyorum (Sakarya, Teknopark, Girişimcilik Deneyimi Var-1209).

Girişimcilik faaliyeti için devlet desteğinden yararlanma oranları kentler düzeyinde incelendiğinde ise, metropollerin %32 ile en yüksek yararlanıcı yerler olduğu, bunu ortalamaya yakın bir düzeyde yeni sanayi odaklarının izlediği görülmektedir. Hinterlandların ise yaklaşık %15'lik daha düşük bir oranla devlet teşviklerinden yararlanması bu kentlerin dinamiklerinin oldukça farklı olduğunu ima etmektedir.

Sonuç olarak, yaratıcı sınıf çalışanlarından girişimcilik deneyimi olanların daha önceden herhangi bir tecrübesi olmayanlara göre daha fazla girişimci olma potansiyeli olduğu görülmektedir. Ayrıca girişimcilik tecrübesi olan erkekler kadınlardan, olgunlar gençlerden, evliler bekarlardan, yüksek lisansa sahip olanlar diğer derecelerden, yönetici olanlar olmayanlardan, Teknoparkta bulunanlar diğer bölgelerden ve metropoller ile yeni sanayi odaklarında çalışanlar hinterlandtakilerden daha fazla girişimcilik deneyimine sahiptir. Benzer bulgular, yaş ve medeni durum dışında girişimcilik için devletten teşvik alan yenilikçi sınıfın durumu içinde aynen geçerlidir.

### **Girişimcilik Potansiyeli**

Mülakat verilerinden ulaşılan “girişimciliğe uygun olduğunu düşünme”, “gelecekte girişimci olmayı planlama”, “kendini girişimci olarak görme nedenleri” ve “kendini girişimci olarak görmeme nedenleri” kodları girişimcilik potansiyeli olarak temalaştırılmıştır. İlgili konudaki anket verileri de göz önünde bulundurularak yapılan değerlendirmeden hareketle, mikro boyutta Ar- Ge çalışanlarının gelecekte girişimci olmaya yönelik dönüşüm potansiyelleri ele alınmıştır.



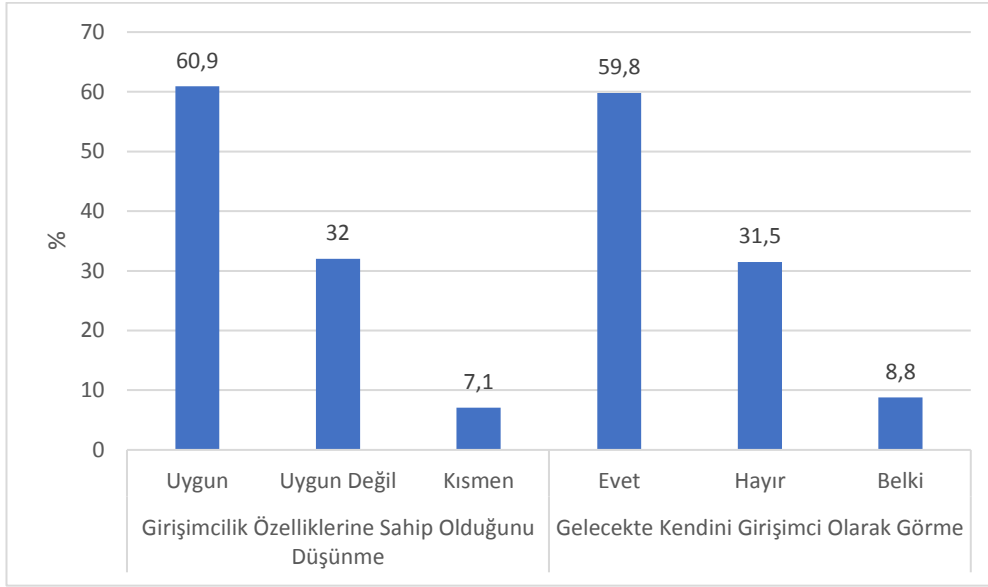
**Şekil 11:** Girişimcilik Potansiyeli (%) -Anket

Şekil 11’de yer alan anket verilerine göre katılımcıların %69,2’si girişimcilik algılarına dayanan bir değerlendirme ile girişimcilik özelliklerine sahip olduğunu düşünmektedir. Yani yaratıcı sınıf kendini çevresindeki fırsatları ve/veya ihtiyaçları gören, girişken, özgüveni yüksek, risk alabilen ve aynı zamanda bir iş/girişim kurmak için yeterince bilgi, beceri ve donanıma sahip “*potansiyel girişimci*” olarak görmektedir. Katılımcıların %58,9’u ise gelecekte girişimci olacağını ve kendi işini kuracağını düşünmektedir. Diğer ifade ile yaratıcı sınıfın büyük kısmı yakın gelecekte yeni iş kurma potansiyeli olan “*niyetli girişimciler*”dir. Ar-Ge çalışanlarının %40,9’u ise gelecekte girişimci olmak için bir fikre sahip olduğunu ifade etmiştir. Dahası girişimcilik tecrübesi olanlarda yeni bir iş için fikri bulunan katılımcıların oranı %64,3’e çıkmaktadır. Tüm bu girişimcilik oranları yaratıcı sınıfın Türkiye’deki normal potansiyel girişimciden (%54,4<sup>12</sup>) çok daha yüksek (%69,2) girişimcilik potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde Türkiye’de yakın gelecekte (3 yıl içinde) yeni iş/firma kurmak isteyen niyetli girişimcilerin oranı %35,5 (Karadeniz, 2019:13) iken, yaratıcı sınıf üyeleri arasında gelecekte yeni iş kurmak isteyen niyetli girişimcilerin oranı%58,9’dur (Şekil 11). Bu oranlar yenilikçi sınıfın uygun ortamı ve fırsatı bulduğunda girişimci olacağına işaret etmekte olup Türkiye girişimcilik ekosistemi için çok önemli potansiyel olduğunu göstermektedir.

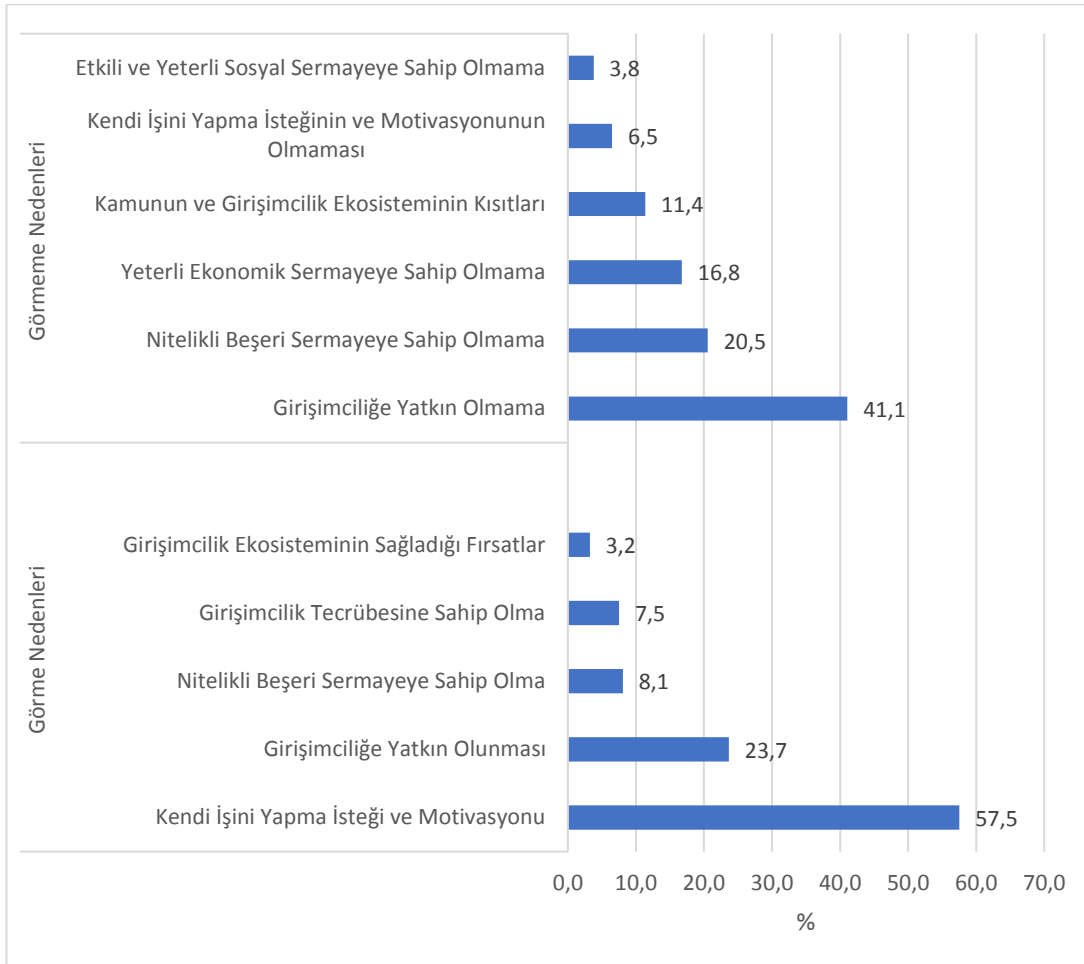
Mülakat verileri incelendiğinde de yine benzer oranlar gözlenmektedir. Şekil 12’de yer verildiği üzere, katılımcıların %60,9’u kendilerini girişimciliğe uygun olarak değerlendirmektedir. Katılımcıların gelecek ile ilgili değerlendirmeleri ele alındığında ise, %59,8’unun gelecekte girişimci olmak gibi bir planı olduğu görülmektedir. Elde edilen bu veriler, katılımcıların profesyonel olarak Ar-Ge çalışanları olmaları da göz önüne alındığında ülkemiz için çok önemli bir potansiyeli işaret etmektedir. Kamu girişimcilik politika ve uygulamaları için son derece önemli bir veri olarak bu durum, Ar-Ge çalışanlarının girişimciliğinin teşvik edilmesinin önemini ortaya koymaktadır.

<sup>12</sup> Türkiye’deki potansiyel girişimcilerin oranı 2013-2016 dönemi için %54,4’tür (Karadeniz, 2021, s. 59).





**Şekil 12:** Girişimcilik Özelliklerine Sahip Olduğunu Düşünme ve Gelecekte Kendini Girişimci Olarak Görme - Mülakat (%)



**Şekil 13:** Gelecekte Kendisini Girişimci Olarak Görme ve Görmeme Nedenleri (%) - Mülakat

Mülakat çalışmasında katılımcıların neden kendilerini girişimci olarak gördükleri veya görmedikleri detaylandırılmış olup alınan cevaplar Şekil 13'te sunulmuştur. Kendi işini yapma isteği ve motivasyonu %57,5 ile girişimci olma nedenlerinin başında yer alırken girişimciliğe

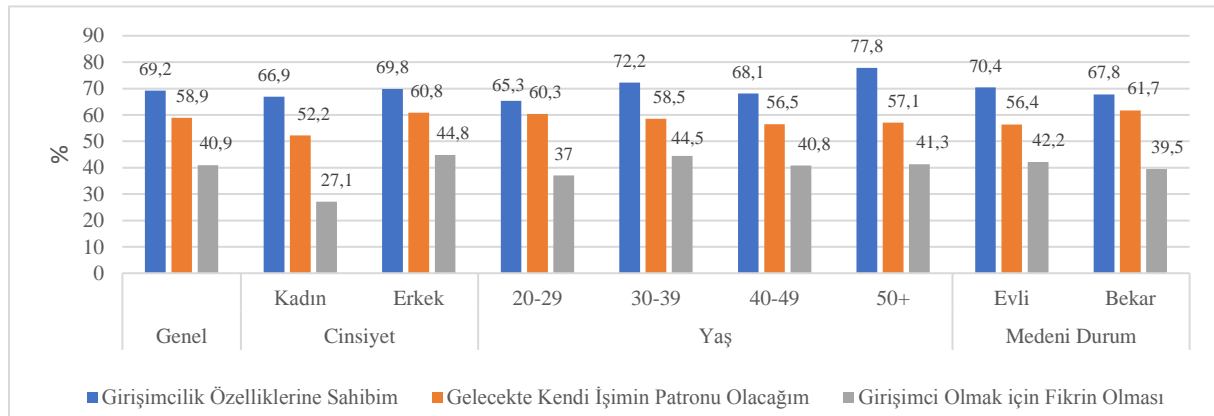
yatkın olunmadığının düşünülmesi ise %41,1 ile girişimci olmama nedenlerinin başında gelmektedir. Katılımcıların girişimciliği tanımlarken adanmışlık ve risk alma gibi kişisel özelliklere dayanan tanımlamalar yaptığı (Bkz. Şekil 4) göz önünde bulundurulduğunda, katılımcıların gelecekte kendilerini girişimci olarak görme nedenlerini tanımlarken kendi işini yapma istek ve motivasyonuna sahip olma; görmeme nedenlerinde ise girişimciliğe yatkın olmama cevaplarının öne çıkmasının anlamlı olduğu söylenebilir. Buradan hareketle, katılımcıların girişimcilik potansiyeli ile ilgili değerlendirmelerinin bireysel özellikler ve motivasyon etrafında şekillendiği söylenebilir.

Ben denedim bana uygun değil. O çok kapsamlı bir şey. Bir şeyi yeni baştan kurmak zor bir şey, özellikle yeni bir fikir ortaya atıp o fikri geliştirmeye çalışmak, zorluklarla karşılaştığında onu kendine göre organize edebilmek, pazar oluşturmak piyasada hiç kolay şeyler değil. O yüzden bunlar dediğim gibi hani insanlarda cesaret azim gibi şeyler gerektiren bir olay bu yüzden benlik bir şey değil yani herkes girişimci olamaz (İstanbul, OSB-1700).

Kişilik olarak girişimciliğe uygunum. Şu anda da öyle olduğumu düşünüyorum. Her şeyden önce yeniliği seviyorum, denemeyi yapmayı seviyorum bir başkası da tabii ki bunun kullanıldığını bir ürün haline geldiğini insanlar tarafından beğenildiğini görmeyi seviyorum. Bir de tabii ki herkesin istediği bir şey vardır yaptığımız şeylerin birilerinin hayatına dokunması değiştirmesi eğer bunu başarabiliyorsak bu beni şahsen mutlu ediyor (Bursa, Eğitim-Yüksek Lisans-1021).

Şekil 13'te yer alan verilerde dikkat çeken olgulardan bir diğeri, beşerî sermaye konusunun kendini girişimci olarak görenlerde %8'lerde kalırken girişimci olarak göremeyenlerde aynı oranın %20'ye çıkmasıdır. Ar-Ge çalışanları için yenilikçilik alanındaki girişimciliğin en önemli dayanaklarından birisi eğitim ve iş tecrübesiyle birlikte vücut bulan beşerî sermayenin kritik önemde olmasıdır. Gelecekte girişimci olmayı istemeyenlerin öne sürdüğü bir diğer gerekçe yeterli ekonomik sermaye birikimine sahip olunmaması olurken, katılımcıların çeşitli bağlantılar, çevre ve ilişkiler yoluyla oluşan sosyal sermayenin yetersizliği hususunu ise en geri sıralarda saydığı dikkat çekmektedir. Öte yandan Ar-Ge çalışanlarının kendini girişimci görüp-görmeme konusunda esas olarak bireysel ve kişilik özelliklerine daha çok vurgu yaparken, ilginç bir şekilde girişimcilik ekosistemine yani girişimciliğin meydana geldiği, bireyi çevreleyen ve etkileyen koşulların ve ortamın bulunduğu coğrafi mekâna/ekosisteme görece daha az vurgu yapmasıdır. Nitekim ekosistemin sağladığı imkanlar ve fırsatlar kendini girişimci görmede son sırada yer alırken, görmeme de 4. sırada yer almaktadır. Ancak beşerî, ekonomik ve sosyal sermayenin varlığı ve bulunması sadece bireysel düzeyde bir mesele olarak görülmezse -ki bu bireysel olduğu kadar mekâna dair bir meseledir- bu durumda ekosistemin gelişmişliğinin ön plana çıktığı pekâlâ düşünülebilir.

**Demografik özellikler:** Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik potansiyellerinin detaylı analizi için mülakat ve anket sorularına verdikleri yanıtlar, Şekil 14 ve Şekil 15'de demografik özelliklerine göre sunulmuştur.



**Şekil 14:** Demografik Özelliklere Göre Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli (%) -Anket

Anket verilerinden derlenen Şekil 14 *cinsiyet* bazında değerlendirildiğinde, kadınların %66,9'u girişimcilik özelliklerine sahip olduğunu düşünürken erkeklerde bu oran %69,8'dir. Gelecekte kendi işini kurmak isteyenlere bakıldığında oranlar, kadınlarda %52,2'ye erkeklerde ise %60,8'e düşmektedir. Bu işi kurmak için fikir sahibi olan, diğer bir deyişle girişimci olmaya en yakın olan bu grupta kadınların oranının %27,1 ile erkeklere göre (%44,8) düşük olmasına rağmen bu oranın Türkiye'deki kadın girişimcilik oranı (yaklaşık %9) ile karşılaştırıldığında potansiyel olarak oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Yani kadın yaratıcı sınıf üyeleri normal potansiyel kadın girişimcilerden çok daha fazla girişimcilik potansiyeline ve niyetine sahiptir. Benzer örüntü erkek yaratıcı sınıf için de geçerlidir.

Kod Sistemi	Kadın	Erkek	yaş 20-29	yaş 30-39	yaş 40-49	yaş 50+	Evli	Bekar	TOPLAM
ANALİZ KODLAR									0
Girişimcilik									0
girişimciğe uygun olduğunu düşünme									0
uygun	24	130	69	55	22	8	70	84	462
uygun değil	19	62	20	41	15	5	52	29	243
kesmen	3	15	10	4	3	1	6	12	54
gelecekte girişimci olmayı planlayan									0
evet	27	123	68	56	21	5	67	83	450
hayır	15	64	18	36	16	9	56	23	237
belki	2	20	12	8	2		5	17	66
gelecekte girişimci olarak görünme nedenleri									0
kendini gelecekte girişimci olarak görme nedenleri									0
kendi işini yapma isteği ve motivasyonu	22	85	52	38	14	3	43	64	321
girişimcilik tecrübesine sahip olunması	2	12	5	5	1	3	9	5	42
girişimciğe yatkın olunması	8	36	20	20	2	2	14	30	132
nitelikli beşeri sermayeye (eğitim+iş tecrübesi) sahip olma	2	13	4	8	3		7	8	45
kendini gelecekte girişimci olarak görmeme nedenleri									0
kendi işini yapma isteği ve motivasyonu olmaması	3	11	1	3	4	6	10	4	42
girişimciğe yatkın olunmaması	16	60	18	33	16	9	51	25	228
kamunun ve girişimcilik ekosisteminin kısıtları	1	20	9	8	3	1	10	11	63
nitelikli beşeri sermayeye (eğitim+iş tecrübesi) sahip olunmaması	17	21	27	9	1	1	11	27	114
etkili ve yeterli sosyal sermaye sahip olunmaması		7	2	3	2		6	1	21
yeterli ekonomik sermaye sahip olunmaması	5	26	17	9	5		13	18	93
TOPLAM	166	705	352	336	130	53	430	441	2613

**Şekil 15:** Demografik Özelliklere Göre Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli (Kod Sayısı)-Mülakat

Mülakat verilerinde (Şekil 15) ise cinsiyet bağlamında girişimciğe uygunluk ve gelecekte girişimci olma eğilimleri anket verileriyle paralellik arz etmektedir. Diğer taraftan gelecekte kendilerini neden girişimci olarak gördükleri veya görmedikleri sorusuna verilen yanıtlar kadınlar (46 katılımcı) ve erkekler (207 katılımcı) arasında bazı farklılıklar göstermektedir. Örneğin girişimci olma nedenlerinde kadınların neredeyse yarısı (22 katılımcı) kendi işini yapma isteği ve motivasyonunu birinci öncelik olarak gösterirken erkeklerde bu oran yaklaşık %40 (85 katılımcı) olarak görülmektedir.

Kendilerini girişimci olarak görmeme nedenlerinde ise erkekler kamunun ve girişimcilik ekosisteminin kısıtlarını kısmen önemserken (20 Katılımcı), kadınlar (1 katılımcı) bu alanı daha önemsiz görmektedirler. Erkeklerin ekonomik sermaye yetersizliğinin gelecekte girişimci olmayı engelleyen unsur olarak görme eğilimi kadınlardan daha fazladır. Bu iki farklılığın nedeni kadınların girişimcilik deneyimlerinin görece daha az olması ve devlet desteklerinden yararlanma oranlarının erkeklere göre düşük olmasıdır. Dolayısıyla bu durumun, kadın katılımcıların ekosistemi erkeklere göre daha az tanıma durumunu ortaya çıkardığı ve girişimciğe engel olması konusunda ekosistemin ve ekonomik sermayenin önemini yeterince algılayamamalarına neden olabileceği düşünülmektedir. Diğer taraftan kadınların yaklaşık %38'i (17 katılımcı) beşerî sermaye yetersizliklerini girişimciğe düşünmemede önemli bir etken olarak değerlendirirken erkeklerin %10'u (21 katılımcı) bu alanı görece olarak daha az önemsemişlerdir.

Şekil 14’te yer alan anket verilerine göre yaş değişkeni baz alındığında, katılımcıların kendilerinde girişimcilik özelliklerini görme oranları %65,3 ile %77,8 arasında değişmekle birlikte en yüksek oran yaş aralığının en yüksek olduğu 50 ve + yaş dağılımında ortaya çıkmaktadır. 20-29 yaş arasındaki katılımcıların gelecekte kendilerini girişimci olarak görme oranı %60,3 iken genel olarak yaş arttıkça gelecekte girişimci olma eğilimi azalmaktadır. Diğer taraftan Ar-Ge çalışanlarının yaşlarına göre girişimcilik için fikir sahibi olma oranları incelendiğinde 30-39 yaş grubundakilerin oranı %44,5 ile en yüksek düzeydedir. Dünyadaki en başarılı girişim yaşlarının 40’lı yaşlar olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yenilikçi sınıfa dahil 30-50 yaşlardaki Ar-Ge çalışanlarının Türkiye için önemli bir fırsat olduğu değerlendirilmekte ve politika belirleyicilerin dikkatlerine sunmakta fayda görülmektedir.

Şekil 15’de yer alan mülakat verileri katılımcıların yaşları bağlamında incelendiğinde, 20-29 yaş grubunun 97 katılımcısının 69’u girişimciliğe uygun olduğunu düşünmekte ve 68’i ise gelecekte girişimci olmayı planlamakta olup tüm yaş gruplarına göre en yüksek girişimcilik potansiyelini taşımaktadırlar. Bu grubu 30-39 yaş grubu ve 40-49 yaş grubu benzer oranlarla izlemektedir.

Gelecekte kendini girişimci olarak görme nedenlerine bakıldığında, yaş gruplarının görüşlerinde benzerlik olduğu ve görüşlerin kendi işini yapma isteği ve motivasyonu ile girişimciliğe yatkın olunması başlıklarında kümelenildiği görülmektedir. Özellikle 20-39 yaş aralığında bu yığınlaşma daha da nettir.

Kendimi girişimci olarak görüyorum. Benim çalıştığım konular hakkında Türkiye’de ve dünyada uzmanlaşmış insanlar yok. Bu da girişimci olma şansımı artırıyor (İzmir, Eğitim-Doktora-0944).

Gelecekte kendilerini girişimci olarak görmeme nedenlerine bakıldığında; 20-29 yaş grubunda nitelikli beşerî sermaye yetersizliği ve ekonomik sermaye ön plana çıkmaktadır. Kendisini girişimci olarak görmeyen 18 katılımcı ve “belki” cevabını veren 12 katılımcıdan 27’si beşerî sermaye eksikliğini 17’si ekonomik sermayeyi vurgulamaktadır. Bu yaş grubu için her iki gerekçe de makul görünmektedir. Bu yaşlarda iş yaşamında yeterli tecrübenin ve henüz yeterli birikimin olmaması olağandır. Nitekim bir sonraki yaş grubunda (30-39) bu sayı kendisini girişimci olarak görmeyen 36 katılımcı ve “belki” cevabını veren 8 katılımcıdan beşerî sermaye ve ekonomik sermaye eksikliği 9’a düşmektedir.

Diğer taraftan gelecekte kendini girişimci olarak görmemede girişimciliğe yatkın olunmaması 30-39 yaş aralığından itibaren sürekli ağırlığını arttırmakta 50 yaş üzerinde ise girişimciliği gelecekte görmeyen 9 kişiden 9’u da girişimciliğe yatkın olmadığını belirterek oran yüzde yüze ulaşmaktadır. Bu durum yaş arttıkça insanın kendisini tanımasıyla alakalı olabileceği gibi çalışanların uzun süre çalışan olarak kalması sonucu geliştirdikleri yatkınlıklar nedeniyle de risk alma, iş yapabilme kapasitelerinin körelebilmesi ile de ilgili olabilir. Bu nedenle Ar-Ge çalışanları arasında asgari tecrübenin sağlanabildiği 30-39 yaş grubunda girişimciliğin özendirilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

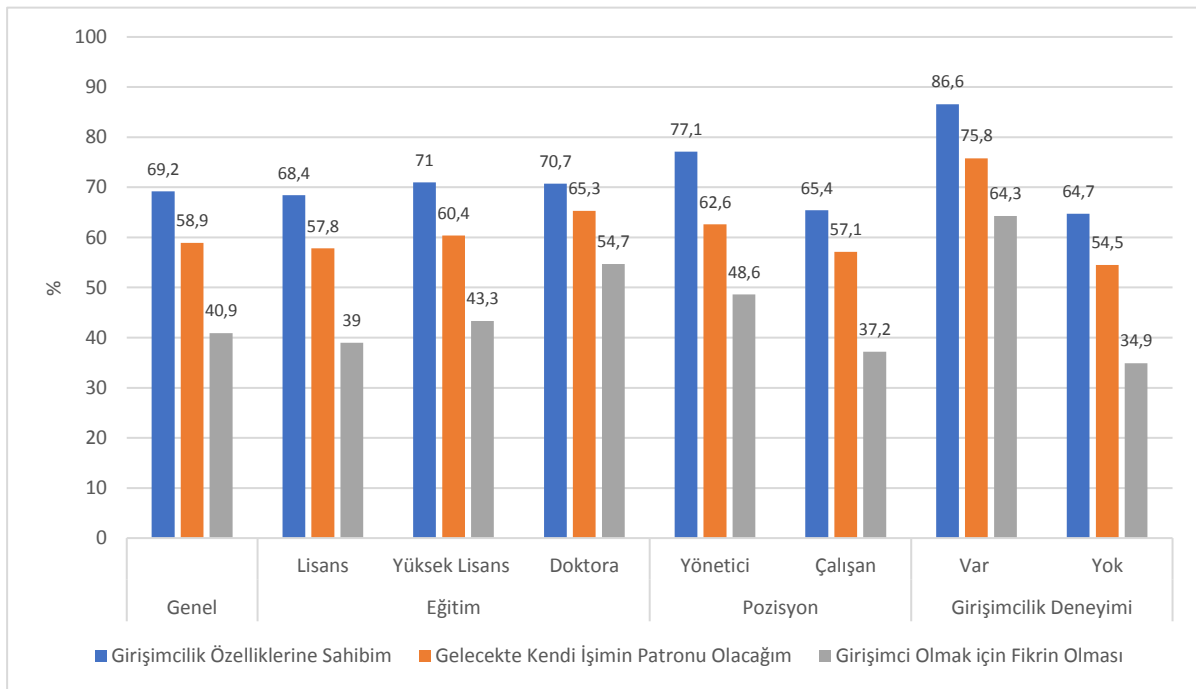
Artık düşünmüyorum belirli bir yaştan sonra. Genç yaşta heves edebiliyorsunuz ama orta yaş grubuna geçtiğiniz zaman girişimcilikle işiniz kalmaz. Bu saatten sonra şöyle icat edeyim, böyle yapayım dünyayı tersine çevireyim yok. Yaş ilerledikçe insan kendini daha bir güvende daha bir garantide hissetmek istiyor. Dolayısıyla risk alma faktörleri pas geçiliyor. Bekarsa yine yapabilir, belirli sorumluluğu yoksa ama yine de zor orta yaştan sonra, girişimcilik en iyi orta yaşlarda oluyor (Kocaeli, Yönetici-0295).

Anket verilerinden derlenen Şekil 14’e göre *medenî durum* bağlamında evli katılımcıların %70,4’ü girişimcilik özelliklerine sahip olduğunu düşünürken bekarlarda bu oran %67,8’dir. Gelecekte kendi işini kurmak isteyenlere bakıldığında oranlar evlilerde %56,4 iken bekarlarda ise %61,7’dir. Bu işi kurmak için fikre sahip olmak ele alındığında ise evlilerde oran %42,2 iken bekarlarda %39,5 olarak gerçekleşmektedir.

Bana uygundu ama şu an uygun değil. Evli olmasaydım uygun zaten evli olmasaydım bu şekilde ama evli olduğunuz zamanki toplumun genelinden gelen bu baskı ve üstünüzde yatan sorumluluk neticesinde de gireceğiniz yoldaki girişimde bulunan riskleri değerlendirdiğiniz zaman riskli olarak hani aile ailemi riske atamam diyip gidip memur olmayı ya da düz bir çalışan olmayı tercih ediyorsunuz maalesef (Ankara, Evli-1835).

Mülakat verilerinde (Şekil 15) ise medeni durum bakımından girişimciliğe uygunluk ve gelecekte girişimci olma eğilimleri anket verilerinden biraz farklılık göstermektedir. 128 evli katılımcıdan 70'i (%54) girişimciliğin kendileri için uygun olduğunu düşünürken bekar katılımcılarda bu sayılar 125'e 84 olup %67'dir. Gelecekte girişimci olma düşüncesinde de evlilerin %50'si, bekarların ise %66'sı kendilerini gelecekte girişimci olarak görmektedir.

**Beşerî sermaye nitelikleri:** Şekil 16 (anket) ve Şekil 17'de (mülakat) katılımcıların sahip olduğu beşerî sermaye özellikleri ile girişimcilik potansiyelleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir.



**Şekil 16:** Beşerî Sermaye Niteliklerine Göre Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli (%) -Anket

Şekil 16'dan anket verileri incelendiğinde katılımcıların kendilerinde girişimcilik özelliklerini görme eğilimi *eğitim durumu* bakımından lisans düzeyinde eğitime sahip olanlarda %68,4'e iken aynı oranlar yüksek lisans için %71,0, doktora düzeyinde %70,7'dir. Girişimci olma isteğinde ise eğitim düzeyi yükseldikçe girişimcilik eğiliminin arttığı gözlemlenmektedir. Oranlar lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde sırasıyla %57,8, %60,4 ve %65,3 olmaktadır. Benzer şekilde girişimcilik için fikir sahibi olma durumları da benzer eğilim göstermekte ve eğitim düzeyi arttıkça yükselmektedir. Lisans düzeyinde fikir sahibi olma oranı %39 iken bu oran yüksek lisansta %43,3'e doktora düzeyinde ise %54,7'ye çıkmaktadır.

Her zaman düşünüyorum kafamda bir şey olgunlaştı zaman mutlaka onu bir şekilde hayata geçiririm. Bundan hiç vazgeçemedim. On yıl kendi şirketim idare ettim ve çok da başarılı oldum tekrar profesyonel çalışıyorum ama hiçbir zaman geri dönmeyeceğim anlamına gelmez çok seviyorum avantajları var ama girişimcilikle kendi işletmenin sahibi olman başka bir şey yani (İzmir, Eğitim-Lisans-0111).

Ar-Ge çalışanlarının fikirleri ve girişimcilik alanlarının çalıştıkları işlerle ilgili olduğu düşünüldüğünde doktora düzeyindeki derinleşme ve konuya hakimiyetin verdiği güçle katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin arttığını söylemek mümkün olacaktır. Ancak

girişimciliğin sadece belirli bir alanı çok iyi bilmekle başarılacak bir konu olmaması bu alandaki riskleri de beraberinde getirmektedir. Örneğin finansman, insan kaynakları yönetimi, müşteri ilişkileri, satış ve pazarlama hususları için teknik detayının yanında son derece önemli konular olup girişimciliğin başarısında kritik öneme sahiptir. Bu nedenle doktora düzeyinde eğitime sahip girişimci adaylarının gelecekte başarılı olması girişimcilik ekibinin diğer alanları yürütebilecek şekilde genişletilmesi önem kazanmaktadır.

Girişimciliği düşünüyorum, bir planlarım var gelecek için. Belirli firmaya bağlı kalmadan çalışmak istiyorum. Birincisi daha farklı sektörleri tanıyabilirim, farklı sektörlerde şu an firmaya sunduğum değerleri sunabilirim. İkincisi daha kendi vaktimi, kendi kaynaklarımı kendime göre planlayabilirim. Belki daha çok yurt dışı işim olur çıkıp gidebilirim (Ankara, Eğitim-Lisans-0825).

Tabii girişimcilik biraz risk almayı gerektiren bir şey. Ben şimdiye kadar hep çalıştığım hepsi hemen hemen büyük firmalardı. Biraz da aile eğitimi tabii ağırlıklı olarak, işte memur ailesi diyebiliriz. Bizim geçmişimizde de ağırlıklı olarak dolayısıyla şimdi o şeyin etkisinden de kurtulmak da kolay değil, o kültürün. Çünkü yani her şeyinizi de kaybedebilirsiniz (İstanbul, Eğitim-Yüksek Lisans-0158).

Diğer taraftan mülakat verileri (Şekil 17) incelendiğinde girişimcilik potansiyeli açısından anketle paralel bir eğilim göze çarpmaktadır. Girişimci olmayı düşünenler tüm eğitim düzeylerinde kendi işini yapma motivasyonları ve girişimciliğe yatkınlıklarına güvenirken girişimciliği gelecekte düşünmeyenler açısından ise girişimciliğe yatkınlığın olmaması, beşerî ve ekonomik sermaye eksikliği ön plana çıkmakla birlikte bu değerler lisans düzeyinde eğitime sahip olanlarda daha da belirgin olmaktadır.

Özgürlük en önemlisi kalıba ve standartta girememe çünkü herkes 8.30-5.30 insanı olamıyor çoğu insan olabiliyor ama ben olamıyorum mesela özgür adamım özgür olduğum için duramıyorum kurallara uyanıyorum veya yenilik peşinde koşturuyorum yani ilkleri yapıyorum (İzmir, Yüksek Lisans-0360).

Anket verilerinden (Şekil 16) katılımcıların deneyimlerine *pozisyonları* yani yönetici ve çalışan ayrımı üzerinden bakıldığında, yöneticilerin kendilerinde girişimcilik özelliklerini görme oranı %77,1 iken çalışanlarda bu %65,4'e düşmektedir. Gelecekte kendi işini kurmayı planlayanların oranı yöneticilerde %62,6 iken yönetici olmayan çalışanlarda ise %57,1'de kalmaktadır. Son olarak yöneticilerin fikir sahibi olma oranı %48,6 iken bu oran yönetici olmayanlarda %37,2'ye düşmektedir. Mülakat verileri (Şekil 17) de bu oranları desteklemektedir. Dolayısıyla Ar-Ge çalışanları arasında yöneticiler gerek tecrübeleri gerekse bir çalışana göre sahip oldukları görüş açısı ve vizyonları dolayısıyla girişimcilik eğilimleri tüm değerlerde çalışanlardan yüksektir. Söz konusu yöneticilerin girişimciliğe yönelmeleri durumunda başarılı olma olasılıkları diğer değişkenlere göre daha yüksek olduğu düşünülmekle beraber bu kişilerin konfor alanlarını terk etmelerinin zorlukları da bilinmektedir.

Şu anda çok uygun olduğunu düşünmüyorum. Hem alanımda çok fazla yeterli olduğumu düşünmüyorum hem de insani ilişkiler konusunda yönetim konusunda daha fazla kendimi geliştirmem gereken konular olduğunu düşünüyorum. Gelecekte düşünüyorum öyle fikirlerim arkadaşlarımla paylaştığım fikirlerim var (İzmir, Çalışan-0695).

Kod Sistemi	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	Yönetici Olan	Yönetici Olmayan	Girişimcilik Deneyim Yok	Girişimcilik Deneyimi Var	TOPLAM
ANALİZ KODLAR								0
Girişimcilik								0
girişimciliğe uygun olduğunu düşünme								0
uygun	108	35	11	39	115	115	39	462
uygun değil	59	19	3	27	54	70	11	243
kesmen	14	4		5	13	17	1	54
gelecekte girişimci olmayı planlayan								0
evet	107	34	9	39	111	113	37	450
hayır	57	17	5	26	53	66	13	237
belki	15	7		5	17	21	1	66
gelecekte girişimci durumunun nedenleri								0
kendini gelecekte girişimci olarak görme nedenleri								0
kendi işini yapma isteği ve motivasyonu	81	21	5	27	80	80	27	321
girişimcilik tecrübesine sahip olunması	9	4	1	3	11	3	11	42
girişimciliğe yatkın olunması	29	13	2	10	34	34	10	132
nitelikli beşerî sermayeye (eğitimli tecrübesi) sahip olma	9	3	3	4	11	10	5	45
kendini gelecekte girişimci olarak görmeme nedenleri								0
kendi işini yapma isteği ve motivasyonu olmaması	11	3		10	4	11	3	42
girişimciliğe yatkın olunmaması	54	18	4	25	51	66	10	228
kamunun ve girişimcilik ekosisteminin kısıtları	13	7	1	5	16	16	5	63
nitelikli beşerî sermayeye (eğitimli tecrübesi) sahip olunmama	25	13		3	35	33	5	114
etkili ve yeterli sosyal sermaye sahip olunmaması	5	1	1	1	6	7		21
yeterli ekonomik sermaye sahip olunmaması	26	5		3	29	29	2	93
TOPLAM	622	204	45	232	639	691	180	2613

Şekil 17: Beşerî Sermaye Niteliklerine Göre Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli (Kod Sayısı)-Mülakat

Mülakat verilerinden (Şekil 17) kendini gelecekte girişimci olarak görme nedenleri olarak yöneticilerle yönetici olmayan çalışanlar arasında farklılık bulunmazken görmeme nedenleri farklılaşmaktadır. Yöneticiler (51 katılımcı) kendilerini girişimci olarak görmeme nedenlerinde girişimciliğe yatkınlık (25 katılımcı) ve motivasyonun olmaması (10 katılımcı) gibi bireysel hususlara odaklanırken, çalışanlar ise girişimciliğe yatkın olunmaması (51 katılımcı) yanında nitelikli beşerî sermaye (35 katılımcı) ve ekonomik sermaye (28 katılımcı) eksikliği ile kamunun kısıtlarını da (16 katılımcı) içeren dışsal sebepleri ön plana çıkarmışlardır. Yönetici olmayanların beşerî sermaye eksikliklerinin farkında olması, ekonomik sermaye eksikliği ile kamunun girişimcilik ekosisteminde oluşturduğu kısıtların farkında olması bu alanda önemli bir bilince sahip olduklarını ve söz konusu hususlarda sınırlarla karşılaştıklarını düşündürmektedir.

Her zaman düşünüyorum kafamda bir şey olgunlaştı zaman mutlaka onu bir şekilde hayata geçiririm bundan hiç vazgeçmedim yani mühendislikten mezun olduğumdan beri profesyonel çalışıyor kendi hatta bir ara profesyonel çalışmaya ara verdim on yıl kendi şirketim idare ettim ve çok da başarılı oldum tekrar profesyonel çalışıyorum ama hiçbir zaman geri dönmeyeceğim anlamına gelmez çok seviyorum avantajları var ama girişimcilikle kendi işletmenin sahibi olman başka bir şey yani (İzmir, Yönetici-0111).

Katılımcıların alandaki deneyimleri ve çalışan-yönetici konumundaki değişkenlik ele alındığında, beşerî sermaye özelliklerinden daha önce girişimcilik deneyimi olup tekrar çalışan konumuna geçen katılımcılar, tıpkı yönetici katılımcılar gibi girişimcilik potansiyeli ve girişimci olmaları durumunda başarı potansiyelleri açısından önemli bir grubu oluşturmaktadırlar. Ayrıca mülakat ve anket sorularına verdikleri yanıtlar bağlamında girişimcilik deneyimi olan katılımcıların verdikleri yanıtlar test edilmiş bir deneyimden geldiği için diğerlerinden daha önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Anket verilerinden derlenen Şekil 16'ya göre *girişimcilik deneyimi olanların %86,6'sı girişimcilik özelliklerine sahip olduğunu düşünürken deneyimi olmayanlarda bu oran %64,7'de kalmaktadır. Gelecekte kendi işini kurmak isteyenlere bakıldığında ise oranlar girişimcilik deneyimi olanlarda %75,8 iken olmayanlarda %54,5'te kalmaktadır. Girişimciliği deneyimleyen ancak bir şekilde tekrar çalışan olarak hayatlarını sürdüren kişilerin yaklaşık %76'sının yeniden girişimciliği hedeflemesi önemli bir kazanım olarak görülmektedir. Nitekim bu kişilerin yeni bir fırsat yakaladıklarında başarılı olma şanslarının daha yüksek olduğu düşünülmektedir.*

Şöyle çok büyük bir girişimci ruhum yok işin açığı. Çok o anlamda böyle iş yeri kurayım, kendimi geliştireyim, ondan sonra daha da büyüteyim bunu, farklı sektörlere yöneyleyim falan değil. Daha çok



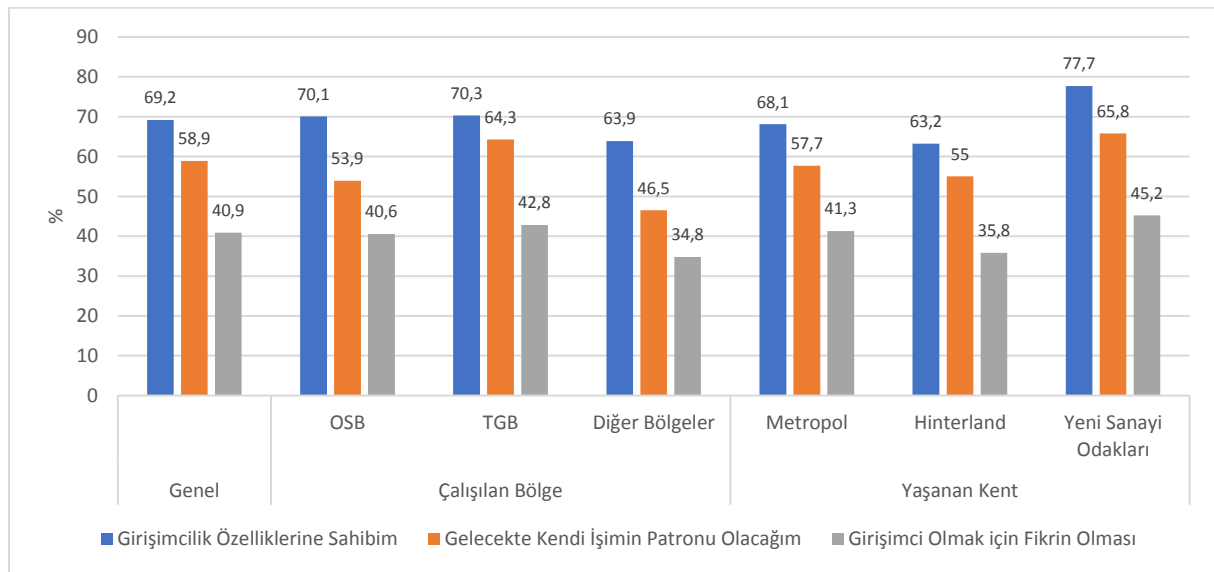
kendi yaptığım işte iyi olayım gibi bir düşüncem var. O anlamda böyle bir farklı bir girişimci şeyim yok. Şu an için yok belki de. Belki ilerleyen şartlarda işte. Yeni bir sermaye oluşursa, belli ortam şartları, ufumuz genişlerse bu anlamda belki o zaman düşünebiliriz (Mersin, Girişimcilik Deneyimi Var-1951).

Diğer taraftan girişimciliğe başlamak için fikir sahibi olma konusunda deneyimi olanlarla olmayanlar arasında makas iyice açılmakta ve oranlar %64,3 ve %34,9 olarak ortaya çıkmıştır. Daha önce girişimcilik tecrübesi olup bir şekilde başarısızlık yaşamış veya şirketi satmış ya da ortaklıktan ayrılarak tekrar çalışma hayatına dönmüş bu kişilerin piyasa bilgisi, bir işi yönetme, müşteri ve çalışanlarla iletişim kurma gibi tecrübeleri onların yeni fikirlerinin daha etkili işler çıkarabilecek potansiyele sahip olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Mülakat verilerinden (Şekil 17) girişimcilik eğilimlerinin anket çalışmasıyla uygun olduğunu göstermektedir. Girişimcilik deneyimi olmayan 204 katılımcının 80'i kendi işini yapma motivasyonu olduğu için girişimci olmak istediğini vurgulamıştır (%40). Girişimciliğe yatkın olunmaması, beşerî ve ekonomik sermaye eksikliği ise girişimcilik deneyimi olmayanların kendilerini gelecekte girişimci olarak görmeme nedenleri arasındadır. Diğer taraftan girişimcilik deneyimi olan 51 katılımcının 11'i girişimciliğe uygun olmadığını düşünmekte, 13'ü ise gelecekte girişimci olmayı düşünmemektedir. Bunlardan 10 katılımcı ise girişimciliğe yatkın olmadığını ifade etmiştir. Diğer bir deyişle, girişimciliği deneyimledikten sonra yatkın olmadıklarını anlamışlardır.

Anket ve mülakat verileri göstermektedir ki girişimcilik deneyimi olanların girişimcilik potansiyeli açısından tüm oranları diğer tüm değişkenler içerisinde en yüksek olanlardır. Dolayısıyla girişimcilik alanındaki kamu politikalarının yeni girişimler oluşturmanın yanı sıra öncelikle bu kişileri desteklemesi etkili bir politika tercihi olabilir.

**Mekân:** Yaratıcı sınıfın girişimcilik eğilimlerinin coğrafi anlamda nasıl farklılaştığına ilişkin veriler Şekil 18 ve Şekil 19'da derlenmiştir. Buna göre Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik potansiyeli iki farklı mekânsal ölçekte incelenmektedir. İlk olarak veriler yaratıcı sınıfın çalıştığı planlı sanayi (OSB) ve teknoloji (TGB) bölgeleri ile kentlerin merkez ve çevresinde bulunan diğer iş/sanayi bölgelerini kapsayan işyeri/çalışma bölgelerinden oluşmaktadır. İkinci olarak yenilikçi sınıfın hem yaşadığı hem de çalıştığı firmanın faaliyet gösterdiği kentler metropol, hinterland ve yeni sanayi odakları şeklinde gruplanarak mekânsal farklılaşma analiz edilmektedir.



Şekil 18: Mekânsal Konumlarına Göre Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli (%) -Anket

Yaratıcı sınıfın *çalıştığı işyeri bölgesinin* girişimcilik potansiyeli üzerindeki önemini ortaya koyan Şekil 18'e göre katılımcıların kendilerinde girişimcilik özelliklerini görmeleri anlamında OSB ve teknoparklar arasında önemli bir farklılık bulunmamakla birlikte (%70,1'e %70,3) diğer bölgelerde faaliyet gösteren firma çalışanlarında bu oran %63,9'a düşmektedir. Yani potansiyel girişimciler bakımından OSB ve TGB'lerin önemi benzerken, kentin merkez ve çeperindeki girişimcilerin payı biraz azalmaktadır. Gelecekteki girişimcilik planlarına bakıldığında ise oranlar teknoparklar lehine artarak farklılaşmaktadır. Buna göre teknoparklar içindeki firmalarda çalışan katılımcıların %64,3 gelecekte kendini girişimci olarak görürken bu oran OSB'lerde %53,9'a diğer alanlarda ise %46,5'e çekilmektedir. Diğer bir ifade ile yakın gelecekte yeni bir iş kurmayı düşünen niyetli girişimciler teknoloji bölgelerinde en yüksek düzeye sahipken, planlı sanayi bölgelerinde biraz azalmakta, diğer bölgelerde ise en düşük orana inmektedir. Girişimcilik için fikir sahibi olma durumuna bakıldığında ise, yine teknoparkların %42,8 ile en büyük potansiyele sahip olduğu, bunu %40,6 ile OSB'lerin ve diğer alanların (%34,8) takip ettiği görülmektedir.

Kod Sistemi	OSB	Teknopark	Diğer Alanlar	Metropoller	Hinterlandlar	Yeni Sanayi Odakları	TOPLAM
ANALİZ KODLAR							0
Girişimcilik							0
girişimciğe uygun olduğunu düşünme							0
uygun	48	80	26	60	43	51	308
uygun değil	27	30	24	33	29	19	162
kısmen	4	10	4	10	5	3	36
gelecekte girişimci olmayı planlayan							0
evet	45	83	22	56	46	48	300
hayır	27	30	22	33	26	20	158
belki	6	7	9	12	5	5	44
gelecekte girişimci durumunun nedenleri							0
kendini gelecekte girişimci olarak görme nedenleri							0
kendi işini yapma isteği ve motivasyonu	35	61	11	35	36	36	214
girişimcilik tecrübesine sahip olunması	6	6	2	7	4	3	28
girişimciğe yakın olunması	16	24	4	16	18	10	88
nitelikli beşeri sermayeye (eğitim+ş tecrübesi) sahip olma	5	6	4	6	8	1	30
kendini gelecekte girişimci olarak görme nedenleri							0
kendi işini yapma isteği ve motivasyonu olmaması	4	3	7	5	5	4	28
girişimciğe yakın olunmaması	31	25	20	34	23	19	152
kamunun ve girişimcilik ekosisteminin kısıtları	8	8	5	12	6	3	42
nitelikli beşeri sermayeye (eğitim+ş tecrübesi) sahip olunmama	13	20	5	16	14	8	76
etkili ve yeterli sosyal sermaye sahip olunmaması		6	1	7			14
yeterli ekonomik sermaye sahip olunmaması	9	19	3	13	13	5	62
TOPLAM	284	418	169	355	281	235	1742

Şekil 19: Mekânsal Konumlarına Göre Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli (Kod Sayısı)-Mülakat

Mülakat verilerinin mekânsal analizinden oluşan Şekil 19'da OSB'de faaliyet gösteren firmalarda gelecekte girişimci olmayı planlayanların oranı %56 iken aynı oran teknoparklarda %68, diğer bölgelerde ise %40'lar düzeyindedir. Girişimci olma nedenleri tüm bölgelerdeki katılımcılar için girişimcilik motivasyonu ve girişimciğe yakınlıkta kümelenmiştir. Gelecekte girişimci olmama nedenleri ise girişimciğe yakın olmama ve beşerî sermaye eksikliğine odaklanırken teknoparklarda çalışanlar ayrıca ekonomik sermayeyi de önemli bir konu olarak görmüşlerdir.

Girişimcilik değerleri teknoparklarda daha yüksektir. Teknoparkların bilgi toplumunun yeni girişimcilik mekanları olduğu düşünüldüğünde yeni fikirler açısından en yüksek değere sahip olması son derece doğal iken klasik sanayi bölgeleri olan OSB'lerdeki oranların yüksek olması bu bölgelerde yeni oluşan "Ar-Ge Merkezi" kültüründen kaynaklanmaktadır. Firma içindeki yenilik süreçlerini yöneten Ar-Ge merkezleri kendiliğinden yeni bir girişimcilik kültürünü de oluşturmaktadır. Bu nedenle OSB'lerdeki oran biraz olsun teknoparklara yakınsamaktadır. Ancak çalışmanın örnekleme OSB'lerdeki Ar-Ge merkezleri olduğu için bu oran nisbi olarak yüksek çıkmaktadır. OSB'lerdeki Ar-Ge merkezi olmayan tüm firmaların da örnekleme dahil edilmesi durumunda doğal olarak oranın oldukça aşağı düşeceği söylenebilir.

Yaratıcı sınıfın *yaşadığı kentlerin* girişimcilik potansiyeli bakımından yeri değerlendirildiğinde ise, kent grupları açısından yeni sanayi odaklarındaki katılımcıların

kendilerinde girişimcilik özellikleri görme oranları (Şekil 18) %77,7 ile hinterlant (%63,2) ve metropollere (%68,1) göre daha yüksektir. Gelecekte kendi işini kurma hedefleri bağlamında da sıra değişmemektir. Yeni sanayi odaklarında çalışanların %65,8'i gelecekte kendi işini kurmayı planlarken metropollerde bu oran %57,7'ye, hinterlantlar da ise %55'e düşmektedir. Girişimcilik için fikrin bulunması anlamında en yüksek oranın yine yeni sanayi odakları (%45,2) olduğu görülmektedir. Bunu metropoller (%41,3) ve hinterlantlar (%35,8) takip etmektedir. Şekil 19'daki mülakat verisi de benzer dağılım göstermektedir. Kendisini girişimci olarak görenler motivasyon ve girişimciliğe yatkınlıklarına dayanırken görmeyenler ise yine girişimciliğe yatkın olmamayı ve nitelikli beşerî sermaye eksikliğini vurgulamışlardır. Dolayısıyla, girişimcilik potansiyeli açısından yeni sanayi odaklarındaki yükseklik oldukça dikkat çekmektedir. Bunun en temel nedeni bu grubu oluşturan kentlerin hinterlantlardan daha bağımsız olarak bir sanayi kültürü oluşturmaya çalışmalarından kaynaklanmaktadır. Yeni sanayi odaklarının rekabet etmesi, varlıklarını sürdürmesi girişimcilik kapasitelerine bağlı olduğu için çabaları ve motivasyonları da yüksek olmaktadır.

Kuşkusuz yeni sanayi odaklarıyla metropoller ve hinterlantlar arasındaki mekânsal farklılaşmaya başka açıklamalar da getirilebilir ya da teknoparkların OSB ve diğer sanayi bölgeleri karşısında neden daha yenilikçi ve girişimci olduğu üzerine tartışmalar yürütülebilir. Ancak anket ve mülakatlardan elde edilen bulgular genel olarak yaratıcı sınıfın girişimcilik potansiyeli üzerinde teknoparkların OSB ve diğer bölgelere göre, yeni sanayi odaklarının da metropol ve hinterlantlara göre daha yüksek düzeyde etkiye sahip olduğunu ve söz konusu mekanların yenilikçi sınıfın girişimcilik davranışını ve eğilimini desteklediğini ortaya koymaktadır.

### Sonuç ve Öneriler

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte yaşanan dönüşümler toplumsal boyutta olduğu kadar uzmanlaşma alanında da etkili olmaktadır. Bilgi toplumunun temel özelliklerinden birisi, üretimin yalnızca metallerle sınırlı kalmaması hizmet ve bilgi üretiminin de bir o kadar önemli hale gelmesidir. Bilgiye dayalı bu yeni uzmanlaşma alanı bilginin üretilmesi, yönetilmesi ve tüketici kitlesine sunulması gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesini içerir. Söz konusu faaliyetleri gerçekleştiren aktörler ise bilgi toplumunda yeni bir çalışan sınıfı olarak ortaya çıkan yaratıcı (yenilikçi) sınıfı oluşturmaktadır. Yenilikçi sınıfın aktörleri, yeni fikirleri ortaya koyan, yenilikçi ve yaratıcı girişimler kuran girişimciler ile bu şirketlerde çalışan olarak faaliyet gösteren grupları içerir. Bu grubun üyeleri arasında işyerinde ve alandaki faaliyetleri bakımından sürekli bir hareketlilik söz konusudur. Alanda herhangi bir firmada çalışan olarak faaliyet gösteren bir yenilikçi sınıf üyesi, zamanla sahip olduğu deneyim, bilgi birikimi ve gözlem olanakları sayesinde gelecekte girişimci olma potansiyelini geliştirmekte ve girişimci pozisyonuna geçebilmektedir. Bu durum girişimcinin önceden edindiği iş/çalışma deneyimi ile yürüttüğü girişimcilik faaliyeti arasında önemli bir ilişki olduğuna işaret etmektedir (Cooper, 1985; Bhide, 1994; Saxenian, 1994; Agarwal vd., 2004; Klepper ve Sleeper, 2005; Cassiman ve Ueda, 2006; Gambardella vd., 2015). Benzer biçimde, daha önce girişimci olan bir kişinin girişimcilik çabalarının olumsuz sonuçlanması veya girişimini satması gibi durumlarda, alanda yeniden çalışan olarak konumlanabilmektedir (Anton ve Yao, 1995; Hellmann, 2007; Cansız ve Ulusoy, 2017; Campbell vd., 2017). Belirtilen dönüşümü ele alan bu çalışmada, alanda yönetici ve çalışan pozisyonlarında bulunan Ar-Ge ve inovasyon çalışanlarının girişimcilik algıları ve yaklaşımları, gelecekte girişimci olma potansiyelleri, bu potansiyeli oluşturan ve etkileyen unsurlar demografisi, beşerî sermaye ve mekân boyutları bakımından ele alınmıştır.

Ar-Ge çalışanlarının girişimci olma yönündeki dönüşüm potansiyelleri araştırmada, çalışanların girişimcilik algıları, alandaki deneyimleri ve girişimcilik potansiyelleri, birikim ve

olanaklara ulaşma bakımından sahip oldukları kapasitenin gelişmesinde etkili olan çevresel/coğrafi unsurlar yani girişimcilik ekosistemi üzerinden ele alınmıştır. Her bir analiz noktası araştırmanın değişkenleri olan demografik özellikler (Liang vd., 2018; Nguyen, 2018), beşerî sermaye (Bourdieu, 1986; Davidsson ve Honig, 2003; Florida vd., 2008; Cansız ve Ulusoy, 2017) ve mekân (Feldman, 2001; Aoyama vd., 2011; Malecki, 2018; Sternberg, 2022) üzerinden detaylı biçimde ele alınmıştır. Diğer bir ifadeyle girişimciliğe psikolojik, davranışsal, sosyolojik ve coğrafi yaklaşımlar bir arada düşünülmüştür.

Yaratıcı sınıfın (Ar-Ge ve inovasyon çalışanlarının) girişimci olma yönündeki potansiyelinin ilk analiz noktasını oluşturan *girişimcilik algısı* araştırmada girişimciliğe yönelik anlayışı/yaklaşımı, girişimcinin kişilik özelliklerini ve girişimcilik ekosistemi tanımlama biçimlerinin oluşturduğu genel bir çerçeveyi işaret etmektedir. Söz konusu algı, alanda faaliyet gösteren Ar-Ge çalışanlarının girişimci olma potansiyellerinin temelini oluşturan alan hakkındaki genel görüşlerini, birikimleri sonucunda girişimcilik ekosistemi hakkındaki değerlendirmelerini ve bunların sonucunda vardıkları girişimci olmak için gereken koşullarla ilgili çıkarımlarını içermektedir. Söz konusu çıkarımlar doğrultusunda, araştırma örneklemini oluşturan Ar-Ge çalışanları, girişimciliği ağırlıklı olarak risk alma ve analiz becerisi gibi *kişisel niteliklerin* belirleyici olduğu bir tanıma oturturken, bu niteliklere girişimci olabilmek için işe adanma ve öğrenme gibi bireysel çabaları eklemektedir. Çalışanların algısı, alanda faaliyet gösterdikleri süre zarfında edindikleri deneyim, girişimcilik ekosisteminin öncelikle yoğun çaba ve risk alma potansiyeli taşımayı gerektirdiği yönünde şekillenmiştir. Buradan hareketle, araştırma örneklemini oluşturan Ar-Ge çalışanlarının girişimci olmak için sahip olmaları gerektiğini düşündükleri başlıca değerlendirme noktasının kişilik özellikleri ve/veya bireysel nitelikler olduğu söylenebilir. Girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak için gerekli olan bireysel nitelikler çalışanlar tarafından girişimcilikte başarının da temel belirleyicilerinin başında gelmektedir. Söz konusu niteliklere sahip olduğunu düşünenler, girişimciliğe de yatkın olduğunu düşünme eğilimindedir. Çalışmanın bulguları Türkiye'deki yaratıcı sınıfın girişimcilik algısını belirleyen en önemli faktörlerin onların sahip olduğu kişilik özellikleri (risk alma, analiz etme, öğrenme çabası ve adanmışlık) olduğunu açıkça ortaya koyarak söz konusu bulguların psikolojik (Sivarajah ve Achchuthan, 2013; Díaz-Casero vd., 2010; Linan vd., 2011; Ferreira vd., 2012; Antoncic vd., 2015) ve davranışsal yaklaşımların öngörülebilir tutarlı olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak daha öncede vurgulandığı gibi girişimcilik algısı sadece mikro ölçekte kişilik özellikleri ve sahip olunan beceri ve sermayeler yoluyla oluşmamakta aynı zamanda eş zamanlı olarak girişimcinin yaşadığı ve çalıştığı bölgesel ekosistemin yapısı ve sunduğu ortam, imkân ve varlıklar yoluyla da şekillenmektedir. Bu kapsamda sahadan elde edilen bulgular ekosistemin sunduğu yenilikçi ve destekleyici ortam ve olanakların kişisel faktörlere göre görece biraz geri planda kalsa da yaratıcı sınıfın girişimcilik eğilimlerini etkilediğini ortaya koymaktadır. Keza ekosistemin kalınlığı ve niteliği yanında zayıf kapasite ve sınırlı varlıklarının olması da girişimcilik algısı üzerinde ciddi bir etken/engel olarak gözükmektedir. Bu bulgular da coğrafi yaklaşımın öngördüğüyle tutarlı sonuçlara sahiptir.

Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik algısını şekillendiren bir diğer unsur girişimcilik için *ekonomik ve sosyal sermayeye* duyulan ihtiyaçtır. Yeni bir işe yönelik gerçekleştirilecek herhangi bir atılımın ekonomik kaynak gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda oldukça etkili olması beklenen ekonomik sermaye, araştırma verilerine göre girişimcilikte bireysel nitelikler ve çabadan çok daha sonra gelmektedir. Bunun başlıca nedeninin ekonomik sermaye noktasında devlet desteği veya diğer yatırımcıların varlığı olarak gösterilebilir. Ayrıca araştırma verilerinde girişimcilik için sosyal sermayenin en az dile getirilen gereklilik olması, alanda hali hazırda faaliyet gösteren çalışanların gerekli sosyal sermayeye sahip oldukları düşüncesine dayandırılabilir.

Yaratıcı sınıfın girişimcilik algısını şekillendiren en önemli unsurlardan biri sahip olunan *beşerî sermaye* birikimidir. Eğitim düzeyi, iş yerindeki yönetici veya çalışan pozisyonunda bulunma ve girişimcilik deneyimi değişkenlerinden oluşan beşerî sermaye, çalışanların alandaki birikim ve potansiyellerini şekillendirmekte etkili olan unsurlar arasında yer almaktadır. Bourdieu'nun (1986) kültürel sermayesi içinde yer alan eğitim düzeyi, alandaki faaliyeti, risk hesaplaması ve bilimsel birikim üzerinde etkiliyken çalışma alanında planlama gibi sistematik eylemlere olanak sağlayabilmektedir. İşyerindeki çalışan veya yönetici pozisyonu, alandaki olanaklara ve kısıtlara tanık olmakla doğrudan ilgilidir. Yönetici pozisyonunda bulunmak, alanı tanıma ve sosyal sermayeyi geliştirme noktasında önemli bir araç olarak kabul edilebileceği için gelecekte girişimci olma potansiyelini arttırdığı söylenebilir. Girişimcilik deneyimi ise gelecekte girişimci olma potansiyelini doğrudan etkileyen unsurlardan bir diğeridir. Çünkü kişinin girişimcilik deneyimine sahip olması şirket kurma kararında psikolojik faktörlerden daha büyük bir etkiye sahiptir (Reynolds, 1991). Girişimcilik deneyimi, sadece daha önceden iş/girişim kurmak ve böylece firma yönetmede tecrübeli olmak değil aynı zamanda önceden yaptığı işte yöneticilik yaparak veya çalışan olarak bilgi ve beceri kazanmak, öngörü ve özgüven sahibi olmaktır, kısacası önceden yaparak, görerek, duyarak, etkileşerek kapasite oluşturmuş olmaktır. Çalışmanın bulguları Türkiye'de yaratıcı sınıf çalışanlarından girişimcilik deneyimi olanların daha önceden herhangi bir tecrübesi olmayanlara göre daha fazla girişimci olma potansiyeli olduğu ortaya koymaktadır ki bu bulgular da hem davranışsal yaklaşımın (Bhide, 1994; Cassiman ve Ueda, 2006) hem de sosyolojik yaklaşımın (Bourdieu, 1986; Linan vd., 2011) girişimcilik tecrübesi ve iş deneyimi konusunda öne sürdüğü argümanlarla uyumlu sonuçlara işaret etmektedir.

Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik algısının bir diğer analiz noktasını, *girişimcilik ekosistemi* (Stam, 2015; Malecki, 2018; Sternberg, 2022) hakkındaki yaklaşımları oluşturmaktadır. Ağırlıklı olarak alanın dinamiklerine ve girişimcilerin alanda sahip oldukları deneyime dayalı olarak şekillenen bu coğrafi yaklaşım, çalışanların girişimci olmaları durumunda karşılaştıkları koşulları değerlendirme biçimlerini işaret etmektedir. Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik ekosistemi ile ilgili vurguları yenilik ve teknolojik gelişme üzerinedir. Girişimciliğin yenilikçi yapısının, girişimcilerin de bu yapıya ayak uydurmak için adanma ve risk alma gibi özelliklere sahip olmaları gerektiği görüşü ile örtüştüğü söylenebilir. Daha öncede vurgulandığı gibi bulgular Türkiye'nin girişimcilik ekosisteminin sunduğu yenilikçi ve destekleyici ortam ve olanakların kişisel faktörlere nazaran görece biraz geri planda kalsa da yaratıcı sınıfın girişimcilik eğilimlerini etkilediğini ortaya koymaktadır ki bu bulgularının coğrafi yaklaşımın öngörülerıyla uyumlu olduğu görülmektedir.

Girişimcilik faaliyetlerinde *devlet desteğinden* faydalanma, Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik ekosistemine yaklaşımlarını ve girişimci olma potansiyelini doğrudan etkileyen unsurlardan bir diğeri ekonomik sermayenin varlığıdır. Bu sermayenin varlığı girişimcinin nasıl bir coğrafi koşulda/ekosistemde faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır (Bkz. Şekil 4). Gerek geçmişte devlet desteğinden faydalanan gerekse gelecekte, yeni bir fikri girişime dönüştürme potansiyeline sahip olan çalışanlar, bu girişimleri için devlet desteğinden faydalanabilecekleri bilgisine de sahiptir. Özellikle teknopark çalışanlarında daha yüksek olan girişimcilik için devlet desteği kullanma durumu, ekosistemin koşullarında devlet desteğinin önemine vurgu yapmakta ve gelecekte girişimci olmaya daha olumlu bakmaya yol açmaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının girişimci olma yönündeki dönüşümlerinin üçüncü analiz noktası olarak belirlenen *girişimcilik potansiyeli*; katılımcıların gelecekte girişimci olma yönündeki eğilimleri, kendilerini girişimciliğe ve girişimcilik ekosistemine uygun görüp görmedikleri; gelecekte harekete geçirmek üzere bir fikre sahip olup olmadıkları gibi unsurlar üzerinden ele alınmıştır. Diğer bir ifadeyle bu girişimcilik niyeti ile (Ajzen 1991; Linan vd., 2011) ilişkili

olan husus çalışanların önemli bir kısmının kendini girişimciliğe uygun görmesi, bireysel değerlendirme noktasında önemli bir potansiyele işaret etmektedir. Gelecekte girişime dönüştürmek üzere bir fikre sahip olunması da söz konusu potansiyeli güçlendiren unsurlardan biri olarak Türkiye girişimcilik ekosistemi açısından Ar-Ge çalışanlarının sahip olduğu potansiyeli işaret etmektedir. Girişimciliğe uygunluğu noktasında olumlu yaklaşıma sahip olan çalışanların bunun temel nedeni olarak kendi işlerini yapma motivasyonlarını ve girişimcilik algıları paralelinde kendilerini girişimciliğe yatkın olarak tanımlamalarından geçmektedir. Benzer biçimde, kendi girişimcilik potansiyelini olumsuz nitelendiren çalışanlar, bunun temel nedeni olarak girişimciliğe yatkın olmamalarını göstermiştir. Gerek olumlu gerekse olumsuz değerlendirmelerde beşerî, ekonomik ve sosyal sermaye de bu unsurların arkasından gelmektedir.

Ar-Ge çalışanlarının alandaki *deneyimleri*, çalışanların gerek kendilerini gerekse ekosistemin koşullarını göz önünde bulundurarak gelecekte girişimci olmaya uygun olup olmadıkları yönündeki değerlendirmelerinin doğru kriter noktalarına dayanmasını sağlamaktadır. Söz konusu değerlendirme sonucu kendisinin ve sahip olduğu kaynakların girişimci olarak faaliyet göstermeye uygun olduğunu düşünen çalışanlar, alanın olanak ve kısıtlarına vakıf olma noktasında ekosisteme yeni girecek bir girişimciden daha avantajlı oldukları söylenebilir. Çalışanların girişime dönüştürülebilir bir fikre sahip olmaları da girişimci olabilecekleri yönündeki inançlarının somutlaştığı, gerekli koşullarda girişimciye dönüşebilecekleri yönünde yorumlanabilir. Aynı şekilde yaratıcı sınıfın çalıştığı bölgenin ve yaşadığı kentin Ar-Ge çalışanlarına sağladığı olanakların artırılmasının da çalışanların sahip oldukları kapasitenin gelişmesine olduğu kadar gelecekte birer girişimci olmalarının önünü açarak katkı sunacağı düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Abbasianchavari, A. ve Moritz, A. (2020). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: A review of the literature. *Management Review Quarterly*, 71, 1-40. <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>
- Acs, Z. J. ve Audretsch, D. B. (Eds.) (2010). *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction*. 2. Baskı. New York: Springer.
- Agarwal, R., Echambadi, R., Franco, A. M. ve Sarkar, M. B. (2004). Knowledge transfer through inheritance: Spin-out generation, development, and survival. *Academy of Management Journal*, 47(4), 501-522. <https://doi.org/10.2307/20159599>
- Akçomak, İ.S., Beyhan, B., Çetindamar Kozanoğlu, D. ve Tandogan, V. S. (Eds.) (2021). *Türkiye'de yenilik tabanlı girişimcilik*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anton, J. J. ve Yao, D. A. (1995). Start-ups, spin-offs, and internal projects. *The Journal of Law, Economics, and Organization*, 11(2), 362-378. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jleo.a036876>
- Antonic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24. <https://doi.org/10.1108/14626000310461187>.
- Antonic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G. ve De Noble, A. F. (2015). The big five personality-entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819-841. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12089>
- Aoyama, Y., Murphy, J. T. ve Hanson, S. (2011). *Key concepts in economic geography*. London: Sage.



- Audretsch, D. B. ve Belitski, M. (2013). The missing pillar: The creativity theory of knowledge spillover entrepreneurship. *Small Business Economics*, 41(4), 819–836. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9508-6>.
- Audretsch, D. B. ve Belitski, M. (2021). Towards an entrepreneurial ecosystem typology for regional economic development: The role of creative class and entrepreneurship. *Regional Studies*, 55(4), 735-756. <https://doi.org/10.1080/00343404.2020.1854711>
- Bailetti, T. (2012). Technology entrepreneurship: Overview, definition, and distinctive aspects. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 5-12. <http://doi.org/10.22215/timreview/520>
- Baum, J. R. ve Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89 (4), 587–98. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.89.4.587>
- Bell, D. (1973). *The coming of postindustrial society: A venture in a social forecasting*. New York: Basic Books.
- Bhide, A. (1994). How entrepreneurs craft strategies that work. *Harvard Business Review*, 72, 150-161. <https://hbr.org/1994/03/how-entrepreneurs-craft-strategies-that-work>
- Blake, M. ve Hanson, S. (2005). Rethinking innovation: context and gender. *Environment and Planning A*, 37, 781–701. <https://doi.org/10.1068/a3710>
- Boschma, R. A. ve Wenting, R. (2007). The spatial evolution of the British automobile industry: Does location matter?. *Industrial and Corporate Change*, 16(2), 213-238. <https://doi.org/10.1093/icc/dtm004>
- Boschma, R. ve Fritsch, M. (2009). Creative class and regional growth: Empirical evidence from seven European countries. *Economic Geography*, 85(4), 391–423. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x>
- Bourdieu, P. (1986) The forms of capital. Richardson J.G. (Ed.) *The Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education içinde* (s.241–258). New York: Greenwood Press.
- Brown, R. ve Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: A critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 49,11–30. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9865-7>.
- Campbell, B. A., Kryscynski, D. ve Olson, D. M. (2017). Bridging strategic human capital and employee entrepreneurship research: A labor market frictions approach. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 344-356. <https://doi.org/10.1002/sej.1264>
- Cansız, M., Kurnaz, Z. ve Yavan, N. (2018). Girişimcilik ekosisteminde Türkiye için yeni bir araç: Yenilik merkezleri/ağları. *Verimlilik Dergisi*, (4), 7-69. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/verimlilik/issue/39530/432725>
- Cansız, M. ve Ulusoy, D. (2017) Yenilik kümelerinde girişimciliğin kaynakları olarak 77 yerleşik firmaların rolünün sosyolojik analizi. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Bahar (26), 69-92. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turkiyat/issue/30359/487710>
- Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür: Ağ toplumunun yükselişi*. (Kılıç, E. Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cassiman, B. ve Ueda, M. (2006). Optimal project rejection and new firm start-ups. *Management Science*, 52(2), 262–275. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0458>



- 
- Chatterjee, S. ve Rossi, H. E. (2012). Spinoffs and the market for ideas. *International Economic Review*, 53(1), 53-93. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2354.2011.00671.x>
- Cooper, A. (1985). The role of incubator organizations in the founding of growth oriented firms. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 75-86. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(85\)90008-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(85)90008-4)
- Creswell, J. W. (2014). *Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. (Demir, S.B. Çev.). Ankara: Eğiten Kitap.
- Davidsson, P. ve Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- De Clercq, D. ve Voronov, M. (2009). The role of cultural and symbolic capital in entrepreneurs' ability to meet expectations about conformity and innovation. *Journal of Small Business Management*, 47(3), 398-420. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2009.00276.x>
- Díaz-Casero, J. C., Hernández-Mogollón, R., ve Roldán, J. L. (2012). A structural model of the antecedents to entrepreneurial capacity. *International Small Business Journal*, 30(8), 850–872. <https://doi.org/10.1177/0266242610385263>
- Donaldson, C. (2019). Intentions resurrected: A systematic review of entrepreneurial intention research from 2014 to 2018 and future research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 953–975. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00578-5>
- Drucker, P. (1993). *Post-capitalist society*. New York: HarperCollins.
- Eckhardt, J. T. ve Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349. <https://doi.org/10.1177/014920630302900304>
- Feldman, M. P. (2001). The entrepreneurial event revisited: Firm formation in a regional context. *Industrial and Corporate Change*, 10, 861-891. <https://doi.org/10.1093/icc/10.4.861>
- Ferreira, J.J., Raposo, M.L., Gouveia Rodrigues, R., Dinis, A. ve do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19 (3), 424-440. <https://doi.org/10.1108/14626001211250144>
- Florida, R. (2002a). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Florida, R., (2002b), The economic geograpy of talent. *Annals of the Association of American Geographers*, 92(4), 743-755. <https://doi.org/10.1111/1467-8306.00314>
- Florida, R., (2002c). Bohemia and economic geography. *Journal of Economic Geography*, 2, 55-71. <http://www.jstor.org/stable/26160379>
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. London: Routledge.
- Florida, R. (2012). *The rise of the creative class revisited*, New York: Basic Books.
- Florida, R., Mellander, C. ve Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance. *Journal of economic geography*, 8(5), 615-649. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn023>
- Fritsch, M. ve Sorgner, A. (2014) Entrepreneurship and creative professions: A microlevel analysis. R. Sternberg, G. Krauss (Eds.), *Handbook of Research on Entrepreneurship and Creativity* içinde (s.145-174). Cheltenham: Edward Elgar.
-

- Fritsch, M. ve Stuetzer, M. (2009) The geography of creative people in Germany. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(1-3), 7-23. <https://doi.org/10.1504/IJFIP.2009.022096>
- Gambardella, A., Ganco, M. ve Honoré, F. (2015). Using what you know: Patented knowledge in incumbent firms and employee entrepreneurship. *Organization Science*, 26(2), 456-474. <https://doi.org/10.1287/orsc.2014.0937>
- Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- Gartner, W. B. (1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 27-38. <https://doi.org/10.1177/104225878901400103>
- Hanson, S. ve Blake, M. (2009). Gender and entrepreneurial networks. *Regional Studies*, 43(1), 135–149. <https://doi.org/10.1080/00343400802251452>
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford: Blackwell.
- Hayter, R. (1997). *The dynamics of industrial location: The factory, the firm and the production system*. New York: Wiley.
- Hellmann, T. (2007). When do employees become entrepreneurs?. *Management Science*, 53(6), 919-933. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1060.0648>
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin.
- Karadeniz, E. (2019). *Türkiye’de girişimcilik ve uluslararası karşılaştırma 2018 global entrepreneurship monitor (GEM)*. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Yayınevi.
- Karadeniz, E.E. (2021). Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri ve girişimcilik ekosistemi. Akcomak, İ.S., Beyhan, B., Cetindamar Kozanoglu, D. ve Tandogan, V.S. (Eds.), *Türkiye’de Yenilik Tabanlı Girişimcilik* içinde (s.57-85). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Karataş-Özkan, M. (2011). Understanding relational qualities of entrepreneurial learning: Towards a multi-layered approach. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(9-10), 877-906. <https://doi.org/10.1080/08985626.2011.577817>
- Klepper, S. (2001). Employee startups in high-tech industries. *Industrial and Corporate Change*, 10(3), 639-674. <https://doi.org/10.1093/icc/10.3.639>
- Klepper, S. ve Sleeper, S. (2005). Entry by spin-offs. *Management Science*, 51(8), 1291-1306. DOI: 10.1287/mnsc.1050.0411
- Klepper, S. ve Thompson, P. (2010). Disagreements and intra-industry spinoffs. *International Journal of Industrial Organization*, 28(5), 526-538. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2010.01.002>
- Lee, S. Y., Florida, R. ve Acs, Z. (2004). Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. *Regional studies*, 38(8), 879-891. <https://doi.org/10.1080/0034340042000280910>
- Lee, R. ve Shaw, E. (2016). Bourdieu’s non-material forms of capital: Implications for start-up policy. *Environment and Planning. C, Government & Policy*, 34(8), 1734–1758. <https://doi.org/10.1177/0263774X16638850>
- Liang, J. Wang, H. ve Lazear, E. P. (2018). Demographics and entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 126(1), 140-196. <https://doi.org/10.1086/698750>

- 
- Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior- an empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in Psychology*, 12:627818. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.627818>
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J.C. ve Rueda-Cantuche, J.M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7, 195–218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Lyotard, J. F. (2000). *Postmodern durum: Postmodern nedir?* (Çiğdem, A. Çev.). İstanbul: Vadi Yayınları.
- Malecki, E. J. (1994). Entrepreneurship in regional and local development. *International Regional Science Review*, 16, 119–153. <https://doi.org/10.1177/016001769401600107>
- Malecki, E. J. (1997). Entrepreneurs, networks, and economic development: A review of recent research. J. A. Katz (Ed.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth içinde* (Cilt 3, s. 57–118). Greenwich, CT: JAI Press.
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12(3), 1-21. <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>
- McGranahan, D. ve Wojan, T. (2007). Recasting the creative class to examine growth processes in rural and urban counties. *Regional studies*, 41(2), 197-216. <https://doi.org/10.1080/00343400600928285>
- McGranahan, D. A., Wojan, T. R. ve Lambert, D. M. (2011). The rural growth trifecta: outdoor amenities, creative class and entrepreneurial context. *Journal of Economic Geography*, 11(3), 529-557. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbq007>
- Müller, S. (2016). A progress review of entrepreneurship and regional development: What are the remaining gaps? *European Planning Studies*, 24, 1133–1158. <https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1154506>
- Nguyen, C. (2018). Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention-Vietnamese business students are different: why?. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0097-3>
- Nijkamp, P. (2003). Entrepreneurship in a modern network economy. *Regional Studies*, 37, 395–405. <https://doi.org/10.1080/0034340032000074424>
- Nikolowa, R., (2014). Developing new ideas: Spin-outs, spinoffs, or internal divisions. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 98, 70-88. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2013.12.001>
- Ozaralli, N. ve Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 3. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>.
- Parker, S. C. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship?. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 19-34. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.07.003>
- Pret, T., Shaw, E. ve Drakopoulou Dodd, S. (2016). Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital. *International Small Business Journal*, 34(8), 1004-1027. <https://doi.org/10.1177/0266242615595450>.
- Rauch, A. ve Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 16(4), 353–85. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
-

- 
- Reynolds, P. D. (1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), 47–70. <https://doi.org/10.1177/104225879201600205>
- Reynolds, P., Storey, D. J. ve Westhead, P. (1994). Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates: An editorial overview. *Regional Studies*, 28(4), 343-346. <https://doi.org/10.1080/00343409412331348306>
- Rikalović, G., Josipović, S. ve Molnar, D. (2020). Creative class and entrepreneurial potential of rural areas in Serbia: Concept and measurement. Drezgić, S., Žiković, S. ve Tomljanović, M. (Eds), *Smart Governments, Regions and Cities* içinde (s.185-206). Rijeka: University of Rijeka.
- Saxenian, A. (1994). *Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Saxenian, A. (2006). *The new argonauts: Regional advantage in a global economy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Scott, A.J. (2003). *The Cultural economy of cities*. London: Sage.
- Shane, S. ve Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_8)
- Shapiro, A. ve Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. C. Kent, D. Sexton ve K. H. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* içinde (s.72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall,
- Shaver, K. G. ve Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, 23–45. <https://doi.org/10.1177/104225879201600204>
- Shaw, E., Lam, W. ve Carter, S. (2008). The role of entrepreneurial capital in building service reputation. *Service Industries Journal*, 28, 899–917. <https://doi.org/10.1080/02642060701846820>
- Sivarajah, K ve Achchuthan, S. (2013). Entrepreneurial intention among undergraduates: Review of literature. *European Journal of Business and Management*, 5 (5), 172-186.
- Sørensen, J. B. (2007). Bureaucracy and entrepreneurship: Workplace effects on entrepreneurial entry. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 387-412. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.3.387>
- Sorenson, O. (2017). Regional ecologies of entrepreneurship. *Journal of Economic Geography*, 17(5), 959-974. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbx031>
- Spigel, B. (2013). Bourdieuan approaches to the geography of entrepreneurial cultures. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25, 804–818. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.862974>
- Spigel, B. (2017). Bourdieu, culture, and the economic geography of practice: Entrepreneurial mentorship in Ottawa and Waterloo, Canada. *Journal of Economic Geography*, 17(2), 287-310. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbw019>
- Stam, E. (2007). Why butterflies don't leave: Locational behavior of entrepreneurial firms. *Economic Geography*, 83(1), 27–50. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2007.tb00332.x>
- Stam, E. (2009). Entrepreneurship. R. Kitchin ve N. Thrift (Eds.), *International Encyclopedia of Human Geography* içinde (s. 492-498). Elsevier.
-

- 
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Sternberg, R. (2009). Regional dimensions of entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(4), 211-340. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000024>
- Sternberg, R. (2022). Entrepreneurship and geography—some thoughts about a complex relationship. *The Annals of Regional Science*, 69(3), 559-584. <https://doi.org/10.1007/s00168-021-01091-w>
- Stolarick, K., Lobo, J. ve Strumsky, D. (2011). Are creative metropolitan areas also entrepreneurial?. *Regional Science Policy & Practice*, 3(3), 271-286. <https://doi.org/10.1111/j.1757-7802.2011.01041.x>
- Storper, M. (2013). *Keys to the city: How economics, institutions, social interactions, and politics shape development*. Princeton University Press.
- Tatli, A., Vassilopoulou, J., Özbilgin, M., Forson, C. ve Slutskaya, N. (2014). A Bourdieuan relational perspective for entrepreneurship research. *Journal of Small Business Management*, 52(4), 615–632. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12122>
- Thérin, F. (Ed.) (2007). *Handbook of research on techno-entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual review of sociology*, 25(1), 19-46.
- Walker, R. ve Storper, M. (1989). *The capitalist imperative: Territory, technology, and industrial growth*. Oxford: Basil Blackwell.
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship: Conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 165–184. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x>
- Yavan, N. (2018). *KOP bölgesi girişimcilik ve yenilik ihtiyaç analizi*. Kalkınma Bakanlığı Konya Ovası Projesi (KOP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Konya.
- Yeung, H. (2009). Transnationalizing entrepreneurship: A critical agenda for economic geography. *Progress in Human Geography*, 33, 1–26. <https://doi.org/10.1177/0309132508096032>
-