



Bu proje Avrupa Birliği tarafından
finanse edilmektedir.

**“TÜRKİYE VE AB ARASINDA OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE
FIRSATLAR BULMAK VE KÖPRÜLERİ KURMAK”
TEBD/019 PROJESİ**



GİRİŞİMCİLİK



EUROCHAMBRES



POLISH CHAMBER OF COMMERCE



SIVIL TOPLUM SEKTÖRÜ



GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik, son yıllarda ülkemizde oldukça desteklenmeye başlanan ve neredeyse hemen herkesin en az bir defa duyduğu bir kavramdır. En basit tanımlarından birisi ile girişimcilik kişinin kendi işini kurup işletmesi olarak tanımlanabilmektedir. Girişimcilik için kullanılacak tanımlardan bir diğeri ise, kaynakları kullanarak fırsatlardan değer yaratma sürecidir.

Artan nüfus, alttan gelen genç nüfus, işsizlik oranları da dikkate alındığında girişimciliğin bu denli revaçta olması çok şaşırtıcı değildir. Lakin her geçen gün kurulan yeni şirket sayısı, kendini girişimci olarak tanımlayan sayısı artsa da ne yazık ki her girişimci beklediği başarıyı yakalayamaktadır. Uzmanlar tarafından yapılan araştırmalar ve girişimcilik konusunda kabul gören genel kurallar neticesinde girişimcilik, özellikle bu girişim henüz fikir aşamasında ise 3 ana başlık dikkate alınarak incelenmelidir.

Bu dikkatle düşünülmesi ve özen gösterilmesi gereken konulardan ilki **“kaynaklar”**dır. Kaynaklar, mevcut ve potansiyel kaynaklar, kaynak kullanım kabiliyeti ve potansiyeli, kaynaklara erişim başlıkları altında kendi içinde sınıflandırılabilir. İşini kuracak olan girişimci fikir hayata geçmeden önce ulaşabileceği ve kendisine faydalı olabilecek kaynakları ve bu kaynakları kullanma kapasitesini doğru belirlemelidir.

Önem verilmesi gereken ana başlıklardan bir diğeri de **“fırsatlar”**dır. Tıpkı kaynak konusunda olduğu gibi kendisini girişimci olarak tanımlayan kişi hayata geçireceği projesi hakkında kendisine ve topluma, diğer şirketlere, bu girişimde görev alacak kişilere, ve çeşitli konularda yaratacağı fırsatları iyi belirlemelidir. Girişimci projesini hayata geçireceği konuda

kendisine sunulabilecek ya da ticari açıdan rekabet oluşturması durumunda doğabilecek dezavantajları iyi ve doğru belirlemelidir.

YENİ NORMALİN GİRİŞİMCİ MODELİ: ETKİSEL GİRİŞİMCİLER

İőe yarayabilecek farklı bir girişimcilik mantığı olarak etkiyel girişimcilik mantığı, pandeminin sebep olduğu belirsizlik döneminde genel olarak planlamaya çok fazla vakit ayırmayı sevmeyen, deneyimlerine ve sezgilerine güvenerek hareket etmeyi seven, her türlü değişime çok hızlı adapte olup buna göre tüm stratejisini kökten deęiőtirebilen girişimciler tarafından kabul görmektedir.

Özellikle kendi sahip oldukları kaynaklara ve ilişkilere odaklanan etkiyel girişimciler, yeni normal tartışmaların arttığı günümüzde yeni normalin őekillendiricileri arasında görölmektedir.

Bunlar göz önünde bulundurulduğunda, girişimcilik ekosisteminin paydaőlarının daha önceden belirlediği kalıplaőmış kurallarını gözden geçirmesinde ve bunları esnetmeye açık olmasında fayda vardır. Programlara kabul őartlarının kolaylaőtırılmasından, yatırım için belirlenmiş sektör dikeylerinin genişletilmesine, başvuru dosyalarının formatlarının özgürleőtirilmesinden, sağlanacak teőviklerin kişiselleőtirmesine kadar yapılabilecek birçok deęiőiklik etkiyel girişimcilerin de kolaylıkla oyun alanına girebilmesini sağlayabilecektir. Böylelikle girişimcilik ekosisteminde çeőtillilięin önü açılarak yüksek potansiyel taşıyan projelerin başarılı birer girişime dönüşmesi çok daha kolaylaőacaktır.

TEKNOGİRİŞİM VE TEKNOGİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik vasıtasıyla fark yaratmak, hayallerini gerçeğeleştirmek ve aynı zamanda ekonomik bağımsızlıklarını da elde etmek isteyen bir çok yetenekli gencimiz; genel geçer ve ana akım kariyer fırsatlarından ziyade girişimcilik olanaklarına yönelmektedir. Girişimcilik, aynı zamanda, uzun süredir var olan ve mevcudiyetlerini korumalarına rağmen eski karlılıklarını kaybetmeye başlayan şirketler için yeni fırsatlar sunmaktadır. Yeni nesiller ve kendini bir nevi güncelleyen şirketler için Girişimcilik; geleneksel yönetim anlayışlarından farklılık göstererek “aşırı yoğun belirsizlik ve kaos ortamı içinde, sadece insana odaklı bir yapı ile yeni ürün geliştirmek” olarak tanımlanabilmektedir.

Özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren her an daha da hızlanan bir şekilde küreselleşen ve dijitalleşen dünyamızda, ve elbette ki piyasalarda, dijital girişimcilik kavramı doğmuştur. Teknolojik girişimcilik için yapılan tanımlardan biri onu “birçok disiplini ve analiz seviyelerini kapsayan karmaşık bir olgu” olarak tanımlamıştır. (Bilaloğlu, 2019) Bu tanıma ek olarak alternatif tanımlar da mevcuttur. Teknogirişim, bir teknolojik fikrin yaratılması, üstünde çalışılarak geliştirilmesi ve yüksek ticarileşme olasılığının açığa çıkartılması, sermaye ve iş gücü gibi kaynakların birleştirilerek yeni pazarlama kanallarının ve metodlarının uygulanarak büyümenin sağlanabilmesi olarak da tanımlanabilir.

Teknogirişimi etkileyen, bu çevrenin oluşmasını destekleyen ya da engel olan faktörler temel olarak üç ana başlık altında toplanır. Bu başlıklar: **1) Bölgesel faktörler, 2) Bireysel Faktörler ve 3) Ülkesel Faktörler**'dir. Birbirleri arasında belirli bir önem sırası gözetmeksizin her bir faktör eşit derecede öneme sahiptir. Bu üç faktör arasında durum bazında önem sırasını

belirleyen durumun kendisidir. Yani bir diğer değişle her bir faktörün önemi her durumda farklılık gösterebilir.

1) Bölgesel Faktörler

Bölgesel düzeyde yapılacak çalışmalar ile o yörenin ihtiyaçları doğrultusunda yeni odak alanlar belirlenerek oluşturulacak teknogirişim destekleme politikaları daha etkili olacaktır. Bölgesel faktörler kendi içinde şu şekilde ayrıştırılabilir: Bölgenin Ar-Ge kapasitesi (patent başvuruları, araştırma kurumlarının yayınları, diğer bölgelerle mukayeseler vb.), Girişimcilik destekleri, Kuluçkaları Merkezleri, Destek organizasyonları, Vergi teşvik yapıları, Her türlü gerekli altyapı koşulları, Melek yatırımcılar ve diğer sermaye sahiplerinin varlığı, Eğitim kurumlarının varlığı ve niteliği, Hayat kalitesi. Bu başlık altında değerlendirilebilecek en önemli maddelerden birisi üniversite yönetimleri ve bu yönetimlerin politikalarıdır. Yapılan araştırmalara göre Üniversite politikaları teknoloji bazlı girişimlerin bölgedeki oranları ile direkt bağlantılıdır. (Wright, Birley, Mosey).

2) Bireysel Faktörler

Bireysel özelliklerin etkisi de çevresel faktörler kadar teknogirişim oluşumunda ve başarısında önemli rol oynamaktadır. Bireysel girişimciliği etkileyen faktörler ise; Yaş, Cinsiyet, Eğitim seviyesi, Hane Geliri, Özyeterlilik, Girişimciliğe ilgi duyma, Fırsat tanıma şeklinde gösterilebilir. Yapılan bir diğer araştırma ve tanıma göre Teknogirişimcilerin sahip olduğu: vizyon, yaratıcılık, endüstri bilgisi, ikna yeteneği, kişilere güven vb. girişimciliği etkileyen bireysel faktörler de en az diğerleri kadar önemlidir.

3) Ülkesel Faktörler

Ülke seviyesinde teknogirişimi etkileyen faktörler ise değişken ve kontroldeki faktörler olarak ikiye ayrılır: bu oranlar birlikte araştırılarak teknogirişimlerin oluşturulabilmesinde yeni politikalar geliştirilebilir. Teknogirişimleri desteklemede yeni politikalar geliştirmek özellikle gelişmekte olan ülkeler için büyük bir önem arz etmektedir.

• Değişkenler:

Fikri Sınai Mülkiyet Hakları, Doğrudan yabancı yatırım, Teknolojiyi benimsemedeki engeller

• Ülke kontrolündekiler:

Milli Gelir, Finansal Özgürlük, Ar-Ge Harcamalarının milli gelire oranı

TEKNOLOJİ VE İNOVASYON YÖNETİMİ

Hızla değişen teknolojik gelişmelerle beraber, küreselleşmenin etkisi, ihtiyaçların farklılaşması ve değişen kaynaklar işletmeleri rekabete sürüklemektedir. Değişime ve yeniliğe açık olmayan işletmelerin rekabet etme gücünün olmadığı görülmektedir. Günümüzde başarılı birçok işletmenin stratejilerinin teknolojiye dayalı inovasyon yönetimi temelinde inşa edildiğini görmekteyiz. İnovasyon sürecinin doğasına ilişkin teorideki dönüşümler sonucunda ortaya çıkan inovasyon sistemi yaklaşımı sektörel, bölgesel ve ulusal düzeyde de ele alınabilmektedir.

Ekonomik büyümenin sağlanmasında ve sürdürülebilir olmasında ve küresel rekabet gücü kazanılmasında en önemli

unsurlar olarak bilgi, teknoloji ve inovasyon gösterebilir. İnovasyon globalleşen ekonomide rekabetçiliği belirleyen en önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Bilgi ekonomisinin küresel rekabet koşullarında, ülkelerin gelecek dönem hedeflerine ulaşması için inovasyon-odaklı sanayi politikalarına ve stratejilerine ihtiyacı vardır. İnovasyonun; doğrusal olmayan, karmaşık ve taraflar arası etkileşim gerektiren bir süreç olduğunun farkına varılması, sistemik bir yaklaşımla ele alınması gerektiği görüşünün yaygınlaşmasını ve “inovasyon sistemi” kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

İnovasyon Tanımı ve Teknolojik İnovasyon

İnovasyon Nedir?

OECD tarafından hazırlanan tanımına göre “yenilik” işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda ve dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir” olarak tanımlanmıştır.

Teknolojik İnovasyon Kavramı

Teknolojik inovasyon, teknolojik ürün ve süreç inovasyonunu kapsar. Burada ürün, hem fiziksel bir ürünü hem de hizmeti ifade eder. Teknolojik olarak yeni bir ürünün veya sürecin geliştirilmesinin yanısıra, mevcut ürün ve süreçlerde önemli teknolojik değişikliklerin yapılması da bu kapsama alınmaktadır. Geliştirilen ürün ticari anlamda manalı bir şekilde pazara sunulduğu ve/veya üretimde kullanıldığı takdirde ise teknolojik inovasyon tam manası ile gerçekleşmiş olur.